

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Cabai Merah

Salah satu komoditas hasil pertanian yang memegang peranan penting bagi Kementerian Pertanian ialah cabai (*Capsicum annum L*). Hal ini dikarenakan cabai adalah salah satu komoditas yang mengambil peran penting dalam kehidupan rumahtangga. Ketersediaan cabai sangat berfluktuasi, tergantung pada cuaca dan musim mengakibatkan cabai menjadi komoditas yang rentan akan inflasi (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2019).

Sementara itu, Warisno dan Dahana (2010:15) menjelaskan dalam tata nama ilmiah, tanaman cabai termasuk dalam genus *capcicum*, dengan klasifikasi lengkap sebagai berikut:

Kingdom : Plantae
Divisi : Magnoliophyta
Kelas : Magnoliopsida
Sub kelas : Asteridae
Ordo : Solanales
Famili : Solanaceae
Genus : Capsicum
Spesies : Capsicum annum (cabai besar, cabai lonceng)
Capsicum frutescens (cabai kecil/cabai rawit).

Varian dari cabai besar adalah cabai merah keriting dan cabai merah besar. Menurut Setiadi (2011, 12-13) cabai keriting berukuran lebih kecil dari cabai merah biasa, tetapi rasanya lebih pedas dan memiliki aroma yang lebih tajam. Bentuk fisiknya memang agak berkelok-kelok (melintir) dengan permukaan buah tidak rata sehingga memberikan kesan keriting. Oleh karena itu cabai ini disebut sebagai cabai keriting. Buah mudanya ada yang berwarna hijau dan ada yang ungu. Penampakan fisik

tanamannya tegak. Ukuran daunnya lebih besar dan lebar dibandingkan dengan cabai merah pada umumnya. Selain itu cabai keriting lebih tahan terhadap serangan hama dan penyakit.

Sementara cabai merah besar berbentuk pendek sampai panjang dengan bagian ujungnya tumpul atau bulat. Cabai merah besar memiliki rasa kurang pedas dan agak manis dengan kulit yang relatif lebih tebal.

2.2 Teori Permintaan

Tasman dan Aima (2014:58) menyatakan bahwa Permintaan diartikan sebagai jumlah barang dan jasa yang akan dibeli oleh konsumen pada harga, periode waktu dan keadaan tertentu. Hal ini senada dengan yang disebutkan Kurniawan dan Budhi (2015) bahwa hukum permintaan adalah manakala keadaan dengan kondisi semua hal dianggap sama, ketika suatu harga barang naik, konsumsi cenderung akan mengurangi permintaan kuantitas barang tersebut.

Menurut Nuraini (2016) Sifat perkaitan antara permintaan terhadap suatu barang dan harganya tersebut juga dijelaskan dalam hukum permintaan. Hukum permintaan tersebut pada hakikatnya merupakan suatu hipotesa yang berbunyi, “jika harga suatu barang turun, maka permintaan terhadap suatu barang tersebut akan bertambah, sebaliknya jika harga suatu barang naik, maka permintaan terhadap suatu barang tersebut akan berkurang” (asumsi *ceteris paribus*). Jadi antara harga barang dengan permintaan tersebut mempunyai sifat hubungan yang berlawanan arah (negatif).

Aisyah dan Hiola (2017) menyatakan bahwa permintaan menurut daya beli dibedakan menjadi 3 macam diantaranya:

Permintaan efektif, yaitu permintaan konsumen terhadap suatu barang diikuti dengan daya beli/kemampuan beli

Permintaan potensial, yaitu memiliki kemampuan daya beli tetapi belum memiliki keinginan membeli.

Permintaan absolut, yaitu permintaan konsumen yang tidak diikuti dengan daya beli/kemampuan membeli.

Menurut jumlah subjek pendukungnya :

Permintaan individu, yaitu permintaan yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Permintaan kolektif, yaitu kumpulan-kumpulan permintaan perorangan/individu atau permintaan secara keseluruhan para konsumen di pasar.

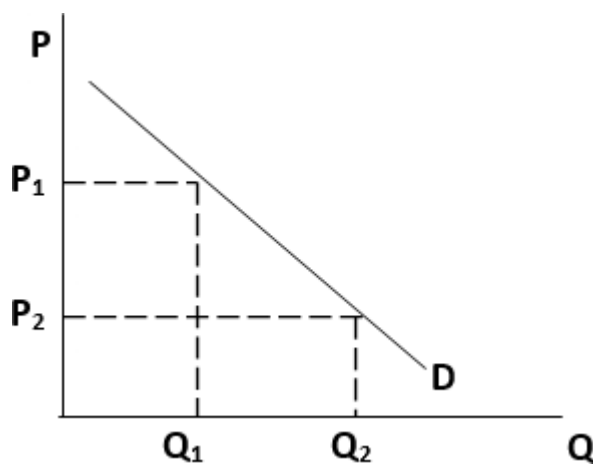
Dalam pengertian permintaan disebutkan bila permintaan diartikan sebagai hubungan terbalik antara harga dan jumlah komoditas yang diminta. Titik permintaan dalam kurva akan bergeser akibat adanya perubahan harga. Namun pada kenyataannya pergeseran tersebut dapat pula terjadi tanpa melibatkan faktor harga atau sebaliknya perubahan harga tidak akan mempengaruhi jumlah permintaan. Ada faktor nonharga yang mempengaruhi jumlah permintaan (Hanafie, 2010).

Sejalan dengan pendapat di atas, maka dapat dijabarkan lebih lanjut mengenai faktor-faktor permintaan yang meliputi :

1. Harga barang itu sendiri.

Harga barang sangat berpengaruh pada kuantitas permintaan. Hubungan keduanya selalu negatif.

Hubungan antara permintaan dan harga barang dapat digambarkan dalam kurva berikut ini.



Gambar 1. Kurva Permintaan

Kurva di atas menunjukkan hubungan negatif atau berlawanan arah anatar harga dan permintaan. Saat harga sebesar P_1 , jumlah barang yang diminta sebanyak Q_1 . Pada saat harga turun menjadi P_2 maka jumlah yang diminta turun menjadi Q_2 .

Selera.

Faktor subjektif seperti selera individu memegang peranan krusial dalam struktur permintaan. Hubungannya berbanding lurus, semakin positif persepsi dan kesukaan konsumen terhadap suatu barang, maka semakin besar pula kuantitas yang diminta. Fenomena ini seringkali menyebabkan pergeseran pada kurva permintaan sebagai akibat adanya perubahan gaya hidup atau tren yang diadopsi oleh masyarakat luas.

Selera setiap individu yang bersifat subjektif ini tentu saja akan mempengaruhi produk apa saja yang akan menjadi prioritas untuk dibeli.

2. Pendapatan.

Aspek pendapatan masyarakat merupakan hal penting yang menentukan volume permintaan. Secara umum, kenaikan tingkat pendapatan akan sejalan dengan peningkatan kebutuhan barang, mengingat daya beli konsumen yang ikut menguat. Fenomena ini menjelaskan mengapa pertumbuhan penghasilan setiap orang memberikan kontribusi positif terhadap tingginya serapan pasar akan produk tertentu.

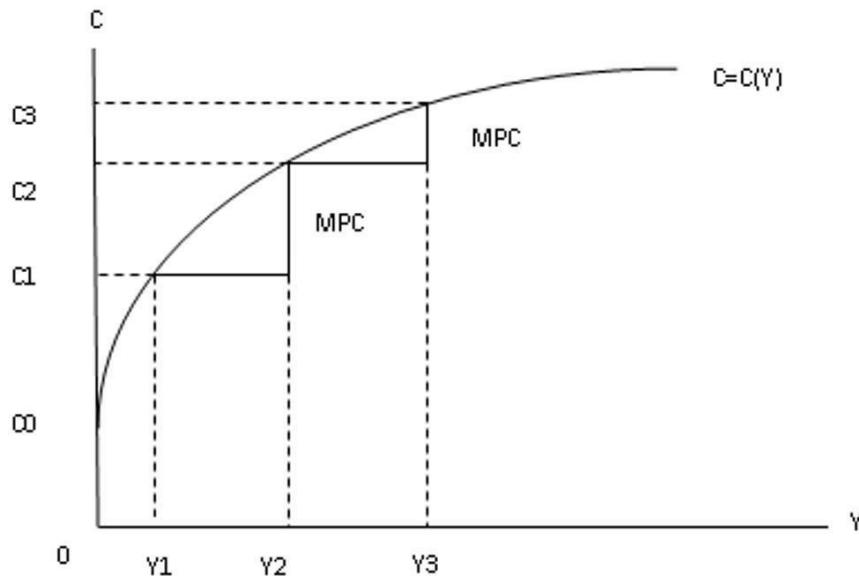
Namun perlu dicatat bahwa pertumbuhan penghasilan tidak serta merta memicu kenaikan konsumsi secara terus menerus. Terdapat ambang batas di mana penambahan konsumsi akan melandai walaupun pendapatan tetap naik. Dalam studi ekonomi, kondisi ini disebut dengan Marginal Propensity to Consume (MPC), yaitu proporsi dari setiap tambahan pendapatan disposabel yang dialokasikan untuk belanja.

Besarnya dampak perubahan pendapatan terhadap pengeluaran rumahtangga sangat ditentukan oleh nilai MPC tersebut. Pada kelompok rumahtangga berpenghasilan tinggi, nilai MPC cenderung lebih kecil karena mereka lebih memprioritaskan jumlah tabungan atau instrumen investasi, seperti obligasi dan pasar modal, dibandingkan dengan untuk konsumsi harian.

Selain itu rumahtangga berpenghasilan tinggi memiliki nilai MPC cenderung rendah juga disebabkan oleh keinginan mereka untuk berbelanja lebih dari yang mereka butuhkan.

Alasannya, dengan pendapatan yang ada, mereka telah mampu memenuhi kebutuhan mereka dan sudah memiliki sebagian besar barang yang mereka inginkan.

Hubungan antara pendapatan dan konsumsi dapat diperhatikan pada kurva berikut ini.



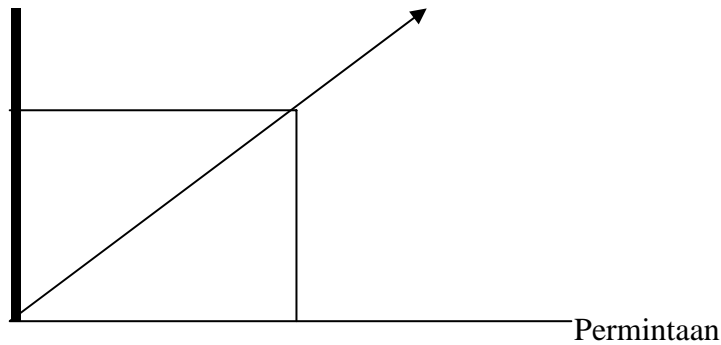
Gambar 2. Kurva Margin propensity to consume

3. Jumlah penduduk.

Kepadatan populasi di suatu daerah merupakan variabel penting dalam menentukan volume permintaan pasar. Hal ini dikarenakan bertambahnya kuantitas masyarakat secara otomatis akan memicu lonjakan kebutuhan akan barang maupun jasa guna untuk menunjang kehidupan mereka. Setiap penambahan jumlah penduduk akan memberikan perubahan pada permintaan pada suatu komoditas.

Hubungan antara jumlah penduduk dan permintaan selalu positif, secara sederhana hubungan keduanya dapat dilihat pada gambar berikut ini.

Jumlah Penduduk



Gambar 3. Kurva hubungan jumlah penduduk dan permintaan

4. Harapan atau ekspektasi.

Yaitu asumsi yang dimiliki konsumen mengenai harapan atas penghasilan yang ia terima.

5. Harga barang lain yang berhubungan.

Baik barang substitusi ataupun komplementer yang masing-masing berpengaruh terhadap suatu barang utama, setiap perubahan harganya akan ikut mempengaruhi jumlah permintaan (Aisyah dan Hiola, 2017).

Barang substitusi merujuk pada produk alternatif yang mampu menggantikan fungsi barang lain secara efektif tanpa mengurangi nilai guna bagi konsumen. Secara prinsip, komoditas ini memiliki karakteristik serupa sehingga dapat saling menggantikan dengan perbedaan yang sangat minimal. Barang ini dipilih ketika barang pilihan telah berubah atau tidak tersedianya barang yang aslinya. Atau dalam penggunaannya lebih nyaman atau bermanfaat menggunakan barang substitusi.

Produk komplementer merupakan jenis komoditas yang pemanfaatannya bergantung pada keberadaan produk lain sebagai pasangannya. Hubungan antara barang A dan B dikatakan saling melengkapi apabila fungsi barang A baru dapat optimal dengan dukungan barang B.

Keterikatan ini menciptakan pola saling ketergantungan, di mana fluktuasi kebutuhan pada satu item akan berdampak langsung pada volume permintaan item pasangannya di pasar. Meski secara mandiri nilai barang ini mungkin lebih kecil, integrasinya dengan produk utama justru akan meningkatkan nilai guna dan daya tarik penawaran secara keseluruhan.

Hartono (2016) Menyatakan bahwa fungsi permintaan adalah suatu hubungan yang menggambarkan antara permintaan (Q_d) dengan faktor yang mempengaruhi permintaan.

Dalam bentuk fungsional, fungsi permintaan dapat dirumuskan dengan cara berikut:

Jumlah produk X yang diminta :

$Q_x = f$ (harga produk X, harga barang kompetitor, estimasi, pendapatan konsumen, selera, dll)

Untuk singkatnya variabel yang mempengaruhi tersebut dapat disimbolkan dengan X_i dengan i sebagai nama variabel yang mempengaruhi. Untuk itu fungsi permintaan dapat dinyatakan pula dengan

$$Q_{dx} = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

Q_{dx} = Permintaan X

X_1 = harga barang X

X_2 = pendapatan konsumen

$X_3 - X_n$ = variabel lain

2.3 Penelitian Terdahulu

Bila ditelisik lebih lanjut dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shofiatun dkk.(2016) dengan judul penelitian Analisis Permintaan Cabai Merah Keriting (*Capsicum annum L*) di Kota Semarang dapat diambil kesimpulan bahwa determinan permintaan cabai merah keriting di Kota Semarang ialah Jumlah Penduduk, pendapatan dan harga cabai itu sendiri.

Sejalan dengan penelitian di atas, penelitian yang dilakukan Chairia dkk.(2014) dengan judul Analisis Permintaan dan Penawaran Cabai Merah di Provinsi Sumatera Utara menyimpulkan bila variabel yang berpengaruh positif terhadap permintaan cabai merah di provinsi Sumatera Utara adalah pendapatan perkapita, harga cabai merah itu sendiri, jumlah penduduk dan pendapatan masyarakat.

Kemudian dengan penelitian yang sama yang dilakukan oleh Dewi R Tria (2012) dengan judul Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Permintaan Cabai Merah di Kota Surakarta menyimpulkan bahwa determinan permintaan cabai merah adalah harga barang itu sendiri, harga cabai merah kriting, harga bawang merah, pendapatan dan jumlah penduduk.

Begitu juga penelitian yang dilakukan di kabupaten Bungo oleh Firnando Hengki (2019) menyimpulkan bahwa determinan permintaan cabai merah adalah harga barang itu sendiri, harga barang substitusi, pendapatan jumlah anggota keluarga dan selera.

Namun berlawanan dengan beberapa penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Munandar Munthi dkk.(2017) di Kota Aceh Besar menyimpulkan bila faktor yang mempengaruhi hanya jumlah anggota keluarga dan jumlah pendapatan. Sementara beberapa variabel seperti harga barang itu sendiri, harga cabai kering dan harga tomat tidak berpengaruh.

Kendati demikian, penelitian yang dilakukan di beberapa daerah memiliki kesimpulan yang berbeda-beda dikarenakan setiap daerah memiliki karakteristik masing-masing, baik dari segi kultur budaya, demografi dan banyak hal lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi cabai merah.

2.4 Kerangka Pemikiran

Permintaan adalah sejumlah barang yang diminta oleh konsumen dalam suatu tingkat harga, waktu dan kondisi tertentu. Dalam hukum permintaan disebutkan bila harga suatu barang naik maka permintaan akan turun dan sebaliknya bila harga suatu barang turun maka permintaan akan naik. Dalam hal ini hubungan antara harga dan jumlah permintaan berlawanan arah.

Namun pada kenyataannya, menurut Aisyah dan Hiola (2017) perubahan permintaan suatu barang tidak selalu diakibatkan perubahan harga. Ada faktor atau determinan di luar itu yang turut mempengaruhi jumlah permintaan. Beberapa determinan tersebut antara lain pendapatan, selera, jumlah penduduk, harapan atau ekspektasi dan harga barang lain yang berhubungan (substitusi dan komplementer).

Cabai merah merupakan komoditi yang tidak pernah bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat Indonesia. Meskipun begitu, permintaan cabai merah di masyarakat tidak selalu seragam. Kebutuhan cabai merah tiap individu pun berbeda-beda, tergantung faktor apa yang mempengaruhi individu tersebut untuk mengkonsumsi sejumlah cabai merah.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan menyatakan bahwa di beberapa daerah permintaan cabai merah di masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Harga Cabai Merah Itu Sendiri

Penelitian yang dilakukan Shofiatun dkk. (2016) di Kota Semarang menunjukkan bila harga cabai merah itu sendiri mempengaruhi permintaan cabai merah. Hal ini tentunya relevan dengan bunyi hukum permintaan yang menyatakan bahwa ada hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta.

2. Pendapatan

Penelitian yang dilakukan Fernando Hengki (2019) di Kabupaten Bungo menyatakan Permintaan terhadap cabai merah dipengaruhi oleh pendapatan dan berbanding lurus terhadap jumlah permintaan cabai merah. Namun peningkatan permintaan ini akan berhenti pada titik maksimumnya. Ketika kebutuhan akan cabai merah telah tercukupi maka permintaan tidak akan bertambah walaupun pendapatan semakin meningkat.

3. Jumlah Anggota Keluarga

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Munandar Munthi dkk (2017) di Kota Aceh Besar, jumlah anggota keluarga mempunyai pengaruh terhadap permintaan cabai merah. Semakin banyak anggota keluarga maka semakin tinggi permintaan cabai merah.

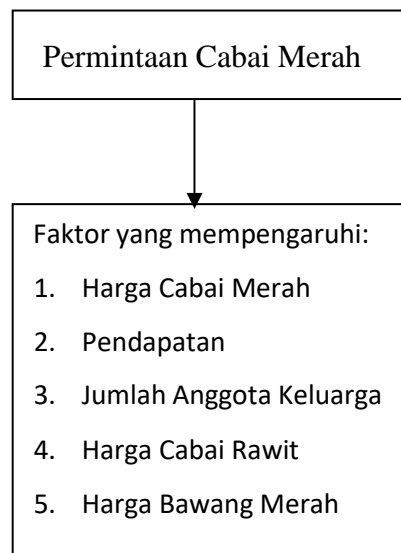
4. Harga Barang Substitusi.

Barang substitusi adalah barang yang dapat menggantikan peran barang lain. Pada penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah di kabupaten Bungo yang dilakukan Fernando Hengki (2019) menyatakan bila barang substitusi turut mempengaruhi permintaan cabai merah. Jenis barang substitusi dalam hal ini adalah cabai rawit. Hubungan yang terjadi adalah berlawanan arah. Ketika harga cabai merah melambung maka konsumen dapat beralih ke alternatif lain yaitu cabai rawit.

5. Harga Barang Komplementer

Barang komplementer adalah barang yang melengkapi fungsi dari barang lain. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Tria dkk. (2012) di Kota Surakarta yang menunjukkan bila harga bawang merah sebagai barang komplementer mempengaruhi permintaan cabai merah. Barang komplementer dalam hal ini adalah bawang merah. Sebagai bumbu dasar dalam masakan bawang merah dan cabai merah adalah dua komponen yang sulit dipisahkan. Hubungan antara harga bawang merah dan permintaan cabai merah adalah hubungan searah. Ketika harga bawang merah naik maka permintaan akan turun dan turut mempengaruhi akan permintaan cabai merah akan turun pula.

Berdasarkan teori dan penelitian yang telah dijelaskan diatas, peneliti berpikir bahwa determinan permintaan cabai merah di tingkat rumahtangga di Kota Bengkulu dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, pendapatan, jumlah anggota keluarga, harga barang substitusi (cabai rawit) dan harga barang komplementer (bawang merah). Untuk lebih jelasnya perhatikan gambar di bawah ini.



Gambar 4. Kerangka Pemikiran Determinan Permintaan Cabai Merah di Tingkat Rumahtangga di Kota Bengkulu

2.5 Hipotesis

Diduga determinan permintaan cabai merah pada tingkat rumahtangga di Kota Bengkulu adalah harga cabai merah, pendapatan, jumlah anggota keluarga, harga cabai rawit dan harga bawang merah.

