

PERILAKU KONSUMSI RUMAH TANGGA TERHADAP CABAI RAWIT DI DESA PUSPAN

Fitria Cahyani¹, Titis Surya Maha Rianti², Arief Joko Saputro³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : 22001032062@unisma.ac.id

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : rianti.titis@unisma.ac.id

³Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : ariefjs@unisma.ac.id

Abstracts

Chili is a commodity that has high value and is always needed by the Indonesian people. On average, Indonesian people consume chilies to add spicy flavor to their cooking. One of the things that underlies the consumption of cayenne pepper is the price trend. Where cayenne pepper is a commodity that experiences quite frequent price fluctuations, the price of chilies in Indonesia will increase in October 2023. The aim of this research is to find out how households behave towards cayenne peppers when price fluctuations occur. This research was carried out in Puspan Village, Maron District, Probolinggo using a random sampling method with a sample of 66 respondents. The analysis method for this research uses descriptive analysis methods. The research results show that the majority of households consume 200-300 grams a month, on average they buy cayenne pepper from mobile vegetable sellers. When the price of cayenne pepper increases, 58% of the sample chooses to reduce their consumption of cayenne pepper, while when the price of cayenne pepper decreases, 61% of the sample consumes more. The average household makes purchases twice a week. On big days, 93% of the sample chose to make larger purchases and consumption than usual days.

Keywords: Household Consumption, Cayenne Pepper

Abstrak

Cabai merupakan salah satu komoditas yang memiliki nilai tinggi dan selalu di butuhkan oleh masyarakat Indonesia. Rata-rata masyarakat Indonesia mengkonsumsi cabai sebagai penambah rasa pedas pada masakannya. Salah satu hal yang mendasari konsumsi cabai rawit ialah trend harga. Dimana cabai rawit merupakan komoditas yang mengalami fluktuasi harga yang cukup sering, harga cabai di Indonesia naik pada Oktober 2023. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku rumah tangga terhadap cabai rawit saat terjadi fluktuasi harga. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Puspan, Kecamatan Maron, Probolinggo dengan metode pengambilan sampel *random sampling* dengan sampel sebanyak 66 responden. Metode analisis penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas dari rumah tangga mengonsumsi sebanyak 200-300 gram dalam sebulan, rata-rata dari mereka membeli cabai rawit di tukang sayur keliling. Saat harga cabai rawit mengalami kenaikan, 58% sampel memilih mengurangi konsumsi cabai rawit, sedangkan saat harga cabai rawit mengalami penurunan, 61% sampel melakukan lebih banyak konsumsi. Rata-rata rumah tangga melakukan

pembelian dua kali dalam seminggu. Pada hari besar, 93% sampel memilih melakukan pembelian dan konsumsi lebih besar dari hari biasanya.

Kata Kunci : *Konsumsi Rumah Tangga, Cabai Rawit*

PENDAHULUAN

Cabai merupakan salah satu komoditas dalam subsektor hortikultura yang memiliki nilai tinggi dan selalu di butuhkan oleh masyarakat Indonesia. Rata-rata masyarakat Indonesia mengkonsumsi cabai sebagai penambah rasa pedas pada masakannya. Masakan khas Indonesia sendiri cenderung memiliki cita rasa pedas, sehingga peran cabai rawit sangat dibutuhkan.

Produksi cabai rawit tahun 2022 naik sebesar 157,99 ribu ton (11,4%) dibandingkan tahun 2021, konsumsi cabai rawit oleh sektor rumah tangga tahun 2022 adalah mencapai 569,65 ribu ton, naik sebesar 7,86% (41,51 ribu ton) dari tahun 2021. Provinsi dengan produksi cabai rawit terbanyak adalah Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Jawa Barat. Jawa Timur berkontribusi sebesar 41,88% terhadap produksi nasional dengan produksi mencapai 646,74 ribu ton dan luas panen 80,61 ribu hektar. Jawa Tengah berkontribusi sebesar 15,69% dengan produksi mencapai 242,3 ribu ton dan luas panen 24,46 ribu hektar. Jawa Barat berkontribusi sebesar 9,65% dengan produksi mencapai 149,05 ribu ton dan luas panen 11,45 ribu hektar (Databoks, 2023).

Salah satu hal yang mendasari konsumsi cabai rawit ialah trend harga. Dimana cabai rawit merupakan komoditas yang mengalami fluktuasi harga yang cukup sering. Hal ini disebabkan karena tanaman cabai merupakan tanaman yang bergantung kepada cuaca, fluktuasi harga cabai juga dapat disebabkan oleh besarnya jumlah penawaran dan besarnya jumlah permintaan. Semakin tinggi jumlah penawaran maka harga akan rendah, sedangkan semakin sedikitnya jumlah penawaran harga akan semakin meningkat (Sukmawati, 2017). Sepanjang bulan Oktober 2023 rata-rata harga cabai rawit merah secara nasional mencapai Rp55.934/kg.

Desa Puspan sendiri merupakan desa dengan tingkat perekonomian menengah, hampir setengah dari total rumah tangga di desa tersebut tercatat sebagai penerima bantuan sosial. Dengan tingkat perekonomian menengah tersebut, maka daya beli masyarakat terhadap suatu barang cenderung rendah, termasuk terhadap cabai rawit. Sebagai salah satu bahan masakan yang selalu ada di dapur rumah tangga, perubahan harga cabai rawit yang sering terjadi akan mempengaruhi perilaku dan daya beli rumah tangga di Desa Puspan.

Badan Pusat Statistik mencatat, konsumsi rumah tangga menjadi penopang utama pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II-2023. Adapun pertumbuhan ekonomi saat ini mencapai 5,17% secara tahunan (*year-on-year/yo-y*). Konsumsi rumah tangga menyumbang

mayoritas atau 53,31% dari total pertumbuhan domestik bruto (PDB) Indonesia pada kuartal II-2023. Komponen ini tumbuh 5,32% secara tahunan (yoy).

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi rumah tangga terhadap cabai rawit ketika terjadi fluktuasi harga.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Puspan, Kecamatan Maron, Probolinggo dengan alasan Desa Puspan merupakan desa dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah, rata-rata pendapatan rumah tangga di Desa Puspan sebesar Rp2.800.000/bulan. Hampir setengah rumah tangga di Desa Puspan tercatat sebagai penerima bantuan sosial, yakni sebanyak 263 keluarga. Dengan tingkat perekonomian masyarakat yang menengah kebawah tersebut, maka daya beli masyarakat rendah, sedangkan fenomena harga cabai rawit sering kali mengalami fluktuasi, dan dapat mengubah daya beli masyarakat. Populasi dalam penelitian ini adalah rumah tangga di Desa Puspan sebanyak 657, dan sampel yang diambil dengan teknik *proportional random sampling* sebanyak 66 responden. Menurut Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dimana data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara dan pengisian kuisioner oleh para responden, sedangkan data sekunder, didapati dari beberapa jurnal mengenai perilaku konsumsi dan juga data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Metode analisis yang digunakan ialah metode analisis deskriptif, dimana dalam penelitian ini mencakup jumlah konsumsi, frekuensi pembelian, lokasi pembelian, dan juga perilaku konsumsi saat terjadi perubahan harga cabai rawit

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Sosial Ekonomi Responden

Dalam penelitian ini, karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan usia, pendidikan terakhir, pendapatan dan jumlah anggota rumah tangga sebagai berikut.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel berikut, dapat diketahui bahwa jumlah responden terendah yaitu pada rentang usia 61-70 tahun yakni sebanyak 6 orang atau 9% dari jumlah sampel. Untuk jumlah responden tertinggi berada pada rentang usia 31 – 40 tahun yakni sebanyak 18 orang atau 27% dari jumlah sampel, lalu disusul rentang usia 41 – 50 tahun sebanyak 17 orang atau 26% dari total sampel. Kemudian pada rentang usia 20 – 30 tahun berjumlah 13 orang atau 20% dari total

sampel, dan yang terakhir pada rentang usia 51 – 60 tahun berjumlah 12 orang atau 18% dari total sampel. Data tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang berusia 31 – 40 tahun cenderung lebih banyak melakukan pembelian atau konsumsi terhadap cabai rawit. Hal ini disebabkan, semakin tua usia akan cenderung lebih mengutamakan dan memikirkan tentang kesehatan dirinya.

Tabel 1. Karakteristik Responden di Desa Puspan Berdasarkan Usia

No.	Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	20-30	13	20
2.	31-40	18	27
3.	41-50	17	26
4.	51-60	12	18
5.	61-70	6	9
Total		66	100

Sumber : Data primer diolah, 2024

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa, responden dengan pendidikan terakhir SMA memiliki nilai tertinggi yaitu sebanyak 24 orang atau 37% dari total sampel, kemudian disusul oleh responden dengan pendidikan terakhir SD yakni sebanyak 19 orang atau 28% dari total sampel. Untuk responden dengan pendidikan terakhir SMP yakni sebanyak 16 orang atau 24% dari total sampel, dan bagi responden dengan tingkat pendidikan terakhir S1 yakni sebanyak 7 orang atau 11% dari total sampel, yang artinya jumlah terendah pada tingkat pendidikan terakhir responden yaitu S1. Tingkat pendidikan seseorang mempengaruhi kemampuan, pengetahuan, keinginan dalam memperoleh informasi terkait keberadaan dan keunggulan produk.

Tabel 2. Karakteristik Responden di Desa Puspan Menurut Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	SD	19	28
2.	SMP	16	24
3.	SMA	24	37
4.	S1	7	11
Total		66	100

Sumber : Data primer diolah, 2024

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 3 menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan rumah tangga desa Puspan adalah sebesar Rp.2.800.000/bulan, mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar 2.000.000 s/d 3.000.000/bulan yaitu sebanyak 28 orang atau 42% dari total sampel. Sedangkan minoritas responden dalam penelitian ini adalah responden dengan pendapatan >4.000.000/bulan yaitu

sebanyak 6 orang atau 9% dari total sampel. Sedangkan 19 orang atau 28% responden lainnya memiliki pendapatan sebesar 3.000.000 s/d 4.000.000/bulan, dan 13 orang atau 20% responden memiliki pendapatan sebesar <2.000.000/bulan.

Tabel 3. Karakteristik Responden di Desa Puspan Menurut Pedapatan

No.	Pendapatan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	<2.000.000	13	20
2.	2.000.000 – 3.000.000	28	42
3.	3.000.000 – 4.000.000	19	29
4.	4.000.000 – 6.500.000	6	9
Total		66	100
Rata-Rata		2.800.000	

Sumber : Data primer diolah, 2024

Menurut Jumlah Anggota Rumah Tangga

Dilihat dari tabel 4 ini, diketahui bahwa responden yang memiliki rentang anggota keluarga sebanyak 3 s/d 4 orang menjadi nilai tertinggi pada hasil penelitian ini, yaitu sebanyak 47 orang. Nilai terendah dimiliki oleh responden dengan jumlah anggota keluarga sebanyak 5 s/d 6 orang yakni sebanyak 6 responden, dan sisanya yakni sebanyak 13 responden atau 20% total dari sampel memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 2 orang.

Tabel 4. Konsumen berdasarkan Jumlah Anggota Rumah Tangga

No.	Jumlah anggota rumah tangga (orang)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	2	13	20
2.	3-4	47	71
3.	5-6	6	9
Total		66	100

Sumber : Data primer diolah, 2024

B. Perilaku Konsumsi Rumah Tangga

Perilaku konsumsi merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga dalam melakukan pembelian barang dan jasa yang dilakukan secara rutin maupun sementara untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan hidup dan mendapat kepuasan(Lisma & Haryono, 2016).

Tabel 7. Perilaku Konsumsi

No.	Karakteristik Konsumsi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Jumlah Konsumsi cabai rawit (gram/bulan)		
	200	16	25
	200 – 300	26	39
	400 – 500	24	36
	Total	66	100
2.	Tempat Pembelian		
	Pasar	9	14
	Warung	0	0
	Sayur Keliling	57	86
	Supermarket	0	0
	Total	66	100
3.	Frekuensi Pembelian (per-minggu)		
	1 kali	14	21
	2 kali	33	50
	3 kali	13	20
	>4 kali	6	9
	Total	66	100
4.	Ketika harga cabai rawit naik		
	Membeli lebih banyak dari biasanya	0	0
	Membeli lebih sedikit dari biasanya	38	58
	Membeli seperti hari biasa	28	42
	Total	66	100
5.	Ketika harga cabai rawit turun		
	Membeli lebih banyak dari biasanya	40	61
	Membeli lebih sedikit dari biasanya	0	0
	Membeli seperti hari biasa	26	39
	Total	66	100
6.	Ketika hari besar		
	Membeli lebih banyak dari biasanya	61	93
	Membeli lebih sedikit dari biasanya	0	0
	Membeli seperti hari biasa	5	7
	Total	67	100

Sumber : Data primer diolah, 2024

Dari tabel di atas, perilaku konsumsi rumah tangga terhadap cabai rawit di Desa Puspan, Kecamatan Maron, Probolinggo sebagai berikut:

a) Jumlah Konsumsi Cabai Rawit

Rumah tangga di Desa Puspan, mayoritas (39%) melakukan pembelian cabai rawit dalam jumlah 200-300 gram per bulannya. Hal ini dikarenakan, para konsumen ini menggunakan cabai rawit sebagai bahan masakan saja, sehingga mereka memilih untuk membeli tidak terlalu banyak. Lain halnya dengan (25%) rumah tangga melakukan pembelian terendah yakni 200 gram/bulan, para konsumen ini melakukan pembelian cabai rawit cukup banyak dikarenakan mereka sangat menyukai makanan bercitarasa pedas. Rumah tangga yang melakukan pembelian paling tinggi yakni 400-500 gram/bulan adalah rumah tangga yang memiliki anggota sebanyak 4-6 orang.

b) Tempat Pembelian

Dari total 66 responden, sebanyak 57 orang atau 86% sampel membeli cabai rawit di sayur keliling, sedangkan sisanya yakni sebanyak 9 orang atau 14% dari total sampel membeli cabai rawit di pasar. Hal ini terjadi dikarenakan letak Desa Puspan yang cukup jauh dengan pasar dengan jarak 6 km dan membutuhkan waktu 15 hingga 20 menit. Selain itu, hal ini juga dikarenakan jumlah cabai rawit yang dibeli ibu rumah tangga dalam satu kali pembelian tidak terlalu banyak, sehingga membeli di sayur keliling dianggap lebih efisien.

c) Frekuensi Pembelian

Pembelian cabai rawit terbanyak adalah 2 kali (50%) dalam seminggu. Hal ini disebabkan karena konsumen tersebut lebih sering mengonsumsi cabai rawit, hal ini juga terjadi pada konsumen yang memilih untuk membeli dengan jumlah sedikit demi sedikit dalam sekali pembelian. Sedangkan pembelian cabai rawit paling sedikit adalah >4 kali (9%) dalam seminggu, ini biasa terjadi karena responden yang tidak terlalu menyukai atau mengonsumsi cabai rawit dan responden yang memilih membeli banyak dalam satu kali pembelian untuk disimpan.

d) Ketika harga cabai rawit naik

Ketika terjadi kenaikan harga, sebanyak 58% dari total sampel memilih untuk mengurangi pembelian seperti biasa, hal ini terjadi pada rumah tangga yang sering mengonsumsi cabai rawit dan juga rumah tangga yang memiliki pendapatan menengah kebawah. Sedangkan sisanya yakni 42% memilih untuk tetap membeli seperti biasa karena kebanyakan dari mereka terbiasa membeli cabai rawit dalam jumlah kecil, sehingga tidak terlalu berpengaruh.

e) Ketika harga cabai rawit turun

Ketika terjadi penurunan harga, sebanyak 61% memilih untuk membeli lebih banyak dari biasanya, hal ini terjadi karena sesuai dengan hukum permintaan, dimana ketika harga turun, maka permintaan terhadap barang tersebut akan meingkat. Sedangkan sisanya 39% memilih untuk membeli seperti biasanya, ini terjadi pada rumah tangga yang tidak terlalu mengonsumsi cabai rawit.

f) Ketika hari besar

Sebanyak 93% dari total sampel memilih melakukan pembelian lebih banyak dari hari biasa, dikarenakan pada saat hari besar mereka membutuhkan cabai rawit lebih banyak sebagai bahan masakan. Dan sisanya yakni 7% memilih untuk membeli seperti biasa karena biasanya mereka tidak banyak mengonsumsi cabai rawit.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa, pada saat harga cabai rawit mengalami kenaikan, maka konsumen rumah tangga cenderung mengurangi pembelian, hal ini terjadi karena pada saat harga cabai rawit naik, dan konsumen tetap melakukan pembelian seperti biasa sedangkan pendapatan konsumen tetap, maka pendapatan rumah tangga tersebut akan berkurang. Sebaliknya, pada saat harga cabai rawit turun, banyak konsumen rumah tangga yang melakukan pembelian lebih banyak dari biasanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktis*, Edisi Revisi VI. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik 2022. *Statistik Holtikultura 2022*. (17-19)
- Badan Pusat Statisti 2023. *Luas Panen, Produksi, dan Konsumsi Cabai Rawit di Indonesia Tahun 2018-2022*.
- Lisma, N., & Haryono, A. 2016. Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus Pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 9(1): 41-50.
- Miftahuddin, L. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit merah (capsicum frutescens l.) Tingkat rumah tangga di kabupaten semarang* (Doctoral dissertation, Program Studi: S1 Agribisnis Departemen pertanian).