



**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN CABAI
RAWIT DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh :

Jihan Nabila Qotrunnada

220.01.0.32022



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANGMALANG

2024



**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN CABAI
RAWIT DI KOTA MALANG**

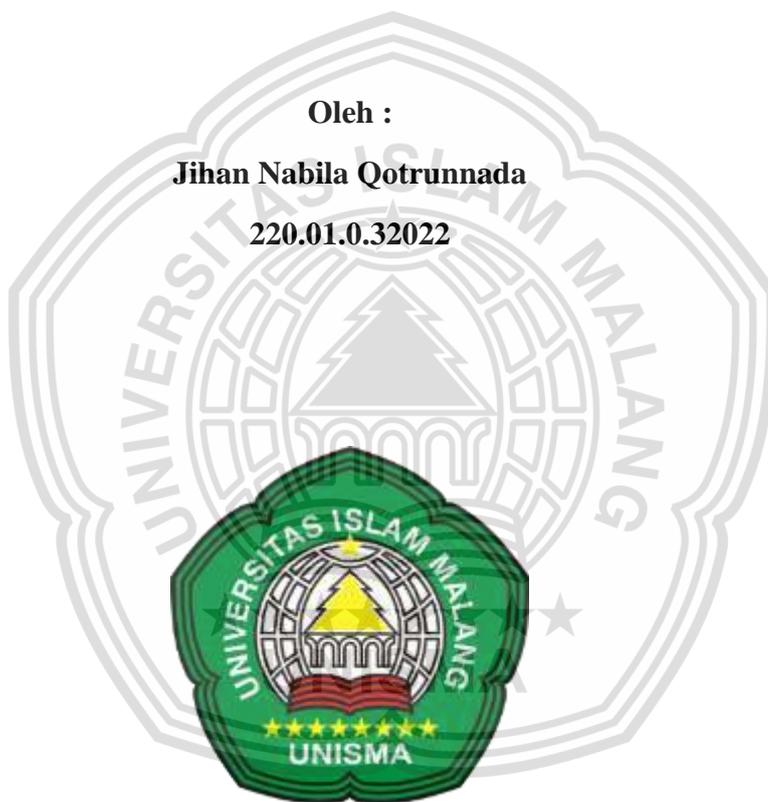
SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

Oleh :

Jihan Nabila Qotrunnada

220.01.0.32022



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANGMALANG

2024

RINGKASAN

Jihan Nabila Qotrunnada (22001032022) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit Di Kota Malang.

Dosen Pembimbing : 1. Titis Surya Maha Rianti, SP., MP. 2. Dina Kartika Sari, SP., MP.

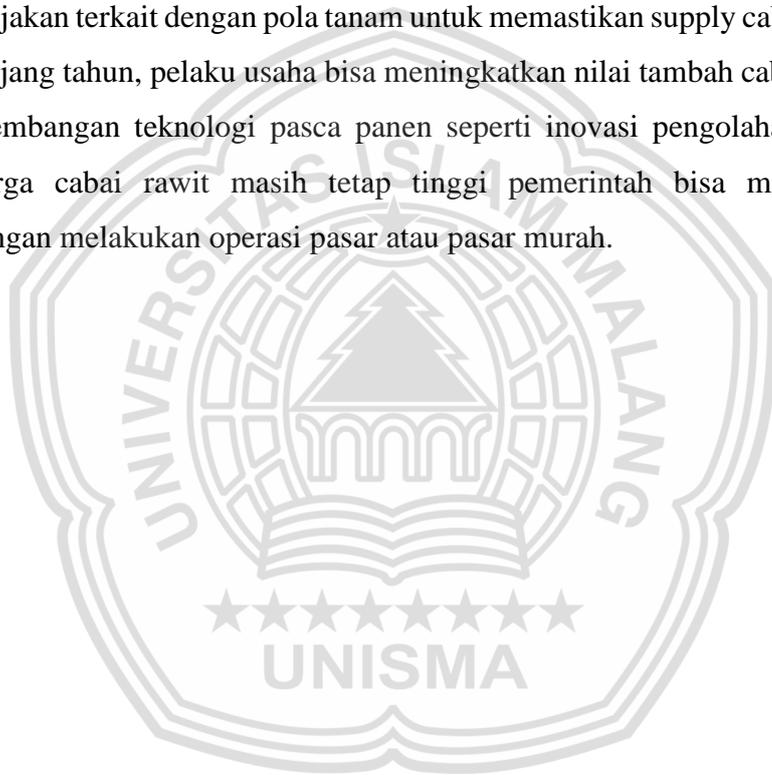
Hortikultura merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat dalam pertanian Indonesia. Salah satu produk dari hortikultura tersebut adalah cabai. Cabai merupakan produk sayuran yang digolongkan ke dalam tiga kelompok yaitu cabai besar, cabai kecil dan cabai hias. Diantara ketiga jenis cabai tersebut, cabai rawit merupakan jenis cabai kecil yang banyak diperdagangkan dalam masyarakat. Namun saat ini kenaikan harga komoditas cabai rawit mencapai 81,94 % dengan andil inflasi sebesar 0,1793%. Dari hal tersebut Inflasi terjadi karena permintaan atau daya tarik masyarakat cenderung kuat pada cabai rawit permintaan tersebut untuk jangka panjang yang dibutuhkan masyarakat dengan jumlah yang besar. Melihat kebutuhan masyarakat Kota Malang yang dominan mengkonsumsi cabai maka permintaan akan harga cabai akan tetap terus ada meskipun harga cabai mengalami peningkatan yang cukup tinggi, sehingga menuntut rumusan kebijakan yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui perilaku konsumsi terhadap cabai rawit di Kota Malang, 2) Menganalisis pengaruh faktor harga cabai rawit (X1), harga bawang merah (barang komplementer) (X2), jumlah anggota keluarga (X3), pendapatan konsumen (X4), dan selera masyarakat (X5) terhadap permintaan cabai rawit di Kota Malang.

Lokasi penelitian ditentukan secara purposive yaitu di Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, dan Pengambilan sampel dilakukan secara *Accidental Sampling* sebanyak 50 responden. Data penelitian diambil dengan wawancara langsung kepada responden yang dipilih secara acak. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis uji asumsi klasik, uji r, uji f, uji t dan regresi linier berganda.

Hasil analisis untuk tujuan pertama Perilaku konsumsi cabai rawit di Kota Malang yakni para konsumen cabai rawit rata-rata adalah para wiraswasta dan membeli komoditas cabai rawit paling banyak pembelian di pasar dalam membeli cabai rawit paling banyak dengan jumlah pembelian 0.25 kg dalam sekali pembelian, dalam menggunakan cabai rawit para konsumen cabai rawit rata-rata

digunakan untuk sambal dibanding dengan bumbu masakan, dan dalam menghabiskan komoditas cabai rawit para konsumen dapat menghabiskan rata-rata 1-4 hari dalam sekali pembelian. Dari hasil analisis tujuan kedua yang dilakukan didapatkan hasil dengan taraf kepercayaan 99% atau 0.01 yang menyimpulkan bahwa variabel harga cabai rawit (X1), harga bawang merah (X2), pendapatan konsumen (X3), jumlah anggota keluarga (X4) berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai rawit di Kota Malang sedangkan untuk variabel selera masyarakat (X5) tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai rawit di Kota Malang.

Saran dari penelitian ini adalah Kepada dinas terkait atau kementerian bisa membuat kebijakan terkait dengan pola tanam untuk memastikan supply cabai rawit tersedia sepanjang tahun, pelaku usaha bisa meningkatkan nilai tambah cabai rawit dengan pengembangan teknologi pasca panen seperti inovasi pengolahan cabai rawit, jika harga cabai rawit masih tetap tinggi pemerintah bisa membantu konsumen dengan melakukan operasi pasar atau pasar murah.



SUMMARY

Jihan Nabila Qotrunnada (22001032022) Factors that influence the demand for cayenne pepper in Malang City.

Supervisor: 1. Titis Surya Maha Rianti, SP., MP. 2. Dina Kartika Sari, SP., MP .

Horticulture is one of the sectors that is growing rapidly in Indonesian agriculture. One of the products from this horticulture is chili. Chili is a vegetable product that is classified into three groups, namely large chilies, small chilies and ornamental chilies. Among the three types of chili, cayenne pepper is a type of small chili which is widely traded in society. However, currently the price increase for cayenne pepper commodities has reached 81.94% with an inflation contribution of 0.1793%. From this, inflation occurs because the demand or attraction of the people tends to be strong for cayenne peppers. This demand is for the long term which is needed by the people in large quantities. Seeing the needs of the people of Malang City who predominantly consume chilies, the demand for the price of chilies will continue to exist even though the price of chilies experienced a fairly high increase, thus requiring appropriate policy formulation. This research aims to: 1) Find out consumption behavior towards cayenne pepper in Malang City, 2) Analyze the influence of cayenne pepper price factors (X1), price onion red (complementary goods) (X2), number of family members (X3), consumer income (X4), and public taste (X5) regarding the demand for cayenne pepper in Malang City.

The research location was determined purposively, namely in Malang City, East Java Province, and sampling was carried out by *accidental sampling* with 50 respondents. Research data was taken by direct interviews with randomly selected respondents. Data analysis uses descriptive analysis, classical assumption test analysis, r test, f test, t test and multiple linear regression.

The results of the analysis for the first objective of the consumption behavior of cayenne pepper in Malang City are that consumers of cayenne pepper on average are self-employed and buy the most cayenne pepper commodities in the market, buying the most cayenne pepper with a total purchase of 0.25 kg in one purchase, in using On average, cayenne pepper consumers use cayenne pepper for chili sauce rather than cooking spices, and consumers can spend an average of 1-4 days consuming cayenne pepper in one purchase. From results analysis objective second

Which done obtained results with a confidence level of 99% or 0.01 which concludes that the variable price of cayenne pepper (X1), price of shallots (X2), consumer income (X3), the number of family members (X4) has a significant effect on demand for cayenne pepper in City Poor whereas For variable appetite public (X5) No influential real response to demand cayenne pepper in City Poor.

Suggestion from study This is To service related or ministry Can make policy related with pattern plant For ensure a supply of cayenne pepper is available throughout years , perpetrator business Can increase mark add cayenne pepper with development technology post harvest like innovation cayenne pepper processing ,if the price of cayenne pepper is still still tall government Can help consumer with do market operations or cheap markets .



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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. Hortikultura merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat dalam pertanian Indonesia. Produk hortikultura khususnya sayuran dan buah-buahan berperan dalam memenuhi gizi masyarakat terutama vitamin dan mineral yang terkandung didalamnya peningkatan kualitas sumber daya manusia sebagai pelaku pembangunan ekonomi (Saragih, 2010). Salah satu produk dari hortikultura tersebut adalah cabai. Cabai merupakan produk sayuran yang digolongkan ke dalam tiga kelompok yaitu cabai besar, cabai kecil dan cabai hias. Diantara ketiga jenis cabai tersebut, cabai rawit merupakan jenis cabai kecil yang banyak diperdagangkan dalam masyarakat (Zamili dkk., t.t.2020).

Cabai rawit memiliki prospek yang cukup baik untuk terus di kembangkan. permintaan akan cabai rawit terus meningkat itu disebabkan cabai merupakan bahan utama di dalam masakan Indonesia sehingga menyebabkan cabai rawit memiliki nilai ekonomi tinggi. Selain itu, cabai memiliki banyak manfaat untuk kesehatan diantaranya yaitu menghilangkan stress, melancarkan pencernaan, dan lain-lain (Damayanti et al., 2022). Permintaan ketersediaan cabai rawit di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk serta tumbuhnya industri pengolahan cabai rawit (Kementrian Pertanian, 2017).

Cabai merupakan komoditas yang dibutuhkan masyarakat utamanya sebagai bahan penyedap masakan dan perasa pedas pada masakan. Sebagai komoditas yang diminati masyarakat di Indonesia, harga cabai sangat berfluktuasi khususnya harga cabai rawit. Naik turunnya harga cabai rawit salah satunya disebabkan ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran. Cabai termasuk salah satu bahan pangan yang mempunyai harga sangat berfluktuasi, jika harga cabai melonjak, maka akan berdampak pada daya beli masyarakat. (Maula & Maha Rianti, 2021).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023) produksi cabai rawit di Indonesia mencapai 1,54 juta ton pada 2022. Volumennya naik 10,79% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 1,39 juta ton. Konsumsi cabai rawit oleh sektor rumah tangga di Indonesia mencapai 569.650 ton pada 2022. Jumlahnya meningkat 7,86% dibandingkan setahun sebelumnya yang sebanyak 528.140 ton, Sedangkan Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, Jawa Timur menjadi provinsi dengan produksi cabai rawit terbesar di Indonesia lantaran mencapai 612.409 ton pada 2022. Jumlahnya setara dengan 39,6% dari total produksi cabai rawit secara nasional yang sebanyak 1,55 juta ton sepanjang tahun lalu, Provinsi Jawa Timur memiliki potensi besar di sektor pangan dan agribisnis, termasuk Kota Malang. Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya. Dimana, luas panen cabai rawit di Kota Malang memiliki peringkat tertinggi kedua setelah cabai besar dibandingkan dengan sayuran lainnya (Tabel 1). Selain itu, dapat dilihat perkembangan produksi cabai di Kota Malang dari beberapa tahun ini (Tabel 2).

Tabel 1. Luas Panen Tanaman Sayuran di Kota Malang (ha)

No	Jenis Tanaman	Kota Malang		
		2019	2020	2021
1	Cabai Rawit	13.00	10.00	14.00
2	Cabai Besar	38.00	34.00	48.00
3	Kangkung	6.00	9.00	9.00
4	Ketimun	2.00	3.00	0.00
5	Sawi	12.00	12.00	7.00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2023

Tabel 2. Produksi Tanaman Sayuran Cabai Rawit di Kota Malang (Kuintal - Kg)

No	Tahun	Kota Malang	
		Kwintal	Kg
1	2018	202.00	20.200
2	2019	294.00	29.400
3	2020	217.00	21.700
4	2021	342.00	34.020
5	2022	259.00	25.900

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2024

Luas panen cabai pada tahun 2019 hingga tahun 2021 cukup tinggi, dimana yang tertinggi pada tahun 2021 yakni 14.00 ha dan produksi cabai rawit di Kota Malang selama beberapa tahun ini relative berfluktuatif dari tahun 2018 hingga 2022, dimana pada tahun 2021 mengalami cukup kenaikan yang tinggi yakni sebesar 342.00 kuintal daripada tahun – tahun sebelumnya (BPS, 2024). Menurut Databoks harga cabai rawit di Kota Malang dalam beberapa waktu ini terus fluktuatif. Setiap hari, harga bisa naik dan turun tanpa bisa ditebak dimana harga cabai rawit di Kota Malang pada bulan Oktober 2023 sebesar Rp. 41.300 sedangkan pada bulan November 2023 harga cabai mengalami kenaikan yang cukup tinggi yakni sebesar Rp. 79.167 dibanding cabai jenis lain. Menurut data Badan Pusat Statistik (2022), rata-rata tingkat konsumsi cabai rawit per kapita di Kota Malang mencapai 0,037 % perminggu dengan kisaran harga Rp.60.000,- Rp.70.000,-, dengan jumlah penduduk Kota Malang sebanyak 846.126 jiwa. Jumlah pengeluaran komoditas bumbu-bumbuan per kapita di Kota Malang pada tahun 2022 adalah Rp 169.10/bulan yang termasuk cabai rawit di dalamnya (BPS, 2023). Angka tersebut cukup tinggi, hal ini juga didukung secara sosiologis masyarakat di Jawa Timur umumnya dan secara khusus Kota Malang memiliki selera makanan dengan cita rasa pedas yang tinggi. Hal ini tentu berimplikasi pada permintaan rumah tangga untuk konsumsi akan komoditas cabai rawit akan terus ada dan juga terus meningkat meskipun harga cabai mengalami peningkatan yang cukup tinggi, dimana cabai rawit termasuk komoditas penyumbang inflasi terbesar di Kota Malang pada bulan November 2023. Berdasarkan hasil survei, kenaikan harga komoditas ini mencapai 81,94 % dengan andil inflasi sebesar 0,1793%. Dari hal tersebut Inflasi terjadi karena permintaan atau daya tarik masyarakat cenderung kuat pada cabai rawit permintaan tersebut untuk jangka panjang yang dibutuhkan masyarakat dengan jumlah yang besar (Yusuf Assidiq, 2023).

Tanaman cabai rawit memiliki karakteristik harga yang tidak stabil dan berfluktuasi tinggi. Hal ini disebabkan karena tanaman cabai rawit bersifat musiman, maka pada saat musim tertentu, seperti musim hujan, harga cabai meningkat tajam karena tingginya permintaan, namun rendahnya stok. Karakteristik tanaman cabai rawit yang bersifat musiman, menyebabkan tanaman tersebut mudah busuk pada musim hujan bila terlalu banyak air. Tingkat

permintaan akan cabai rawit juga meningkat saat hari-hari besar seperti hari raya Idul Fitri, karena banyak digunakan sebagai bumbu masakan (Siregar dkk., t.t.2021).

Melihat kebutuhan masyarakat Kota Malang yang dominan mengkonsumsi cabai maka permintaan akan harga cabai akan tetap terus ada meskipun harga cabai mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Di Kota Malang sering di temui bahwa harga cabai cenderung tinggi dan cenderung rendah bahkan cenderung tidak menentu, inilah yang menjadi masalah mengapa hal itu bisa terjadi. Apakah karena cita rasa dari cabai yang cenderung pedas atau karena masyarakat Kota Malang yang memang menyukai cabai atau ada faktor lain yang berpengaruh terhadap harga cabai tersebut (Palar dkk., 2016).

Menurut Septiadi et al., (2020) pengaruh harga cabai rawit terhadap inflasi cukup tinggi, karena harga cabai rawit sifatnya yang sering berfluktuasi secara tajam tersebut maka cabai merupakan komoditi penyumbang penting laju inflasi daerah (termasuk Kota Malang). Hal ini menyebabkan permintaan cabai rawit di Kota Malang menjadi hal yang menarik untuk diteliti.

Kota atau Kabupaten dengan penduduk satu juta jiwa atau lebih mempunyai kebutuhan cabai rawit sekitar 800.000 ton/tahun atau 66.000 ton/bulan. Bertambahnya luas panen mengakibatkan produksi cabai rawit cenderung mengalami peningkatan sejak tahun 1998-2017, akan tetapi persediaan cabai rawit cenderung fluktuatif karena waktu puncak panen yang tidak teratur setiap tahunnya (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2018).

Kecenderungan konsumen dalam memilih cabai rawit bermutu dan aman untuk dikonsumsi sudah semakin tinggi. Hal ini didukung oleh semakin tingginya keinginan konsumen untuk mengkonsumsi cabai rawit yang benar-benar baik kondisinya. 1). Terlihat segar dan tidak layu, 2). Warna yang masih tampak terang dengan tekstur yang halus, 3). Cabai rawit utuh dan tidak terpotong, 4). Aroma khas pedas cabai rawit masih dapat tercium bila kondisinya masih segar, 5). Kulit luar cabai rawit tidak keriput dan tidak berubah warna. Kelengkapan jenis dagangan juga menjadi pemicu konsumen dalam membeli cabai rawit misalnya menyediakan barang lain sebagai barang pelengkap (komplementer) seperti, bawang merah

faktor tersebut bisa menjadi pemicu keputusan konsumen dalam membeli barang (Kalam Mahardika A1, 2023).

Dari uraian di atas, Di Kota Malang sering di temui bahwa harga cabai cenderung tinggi dan cenderung rendah bahkan cenderung tidak menentu, inilah yang menjadi masalah mengapa hal itu bisa terjadi maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit di Kota Malang. Berdasarkan hal tersebut, penulis menyusun skripsi yang berjudul **“Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit di Kota Malang ”**.

Kebaharuan Penelitian

Sudah banyak penelitian yang mengkaji tentang permintaan, namun masing - masing daerah tentu memiliki karakteristik tersendiri terkait tema tersebut. Baik dari penyebab terjadinya, seperti apa perilaku konsumsinya, faktor apa saja yang mempengaruhi, maupun kewenangan masing- masing pihak yang terlibat, dan pengaruh melalui variabel berbeda dan tempat penelitian pada saat peneliti lainnya tidak atau belum meneliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Lisdayani (2021) yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit di Kota Palu”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit dari pengaruh harga barang itu sendiri, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga dan selera konsumen. Dengan hasil semua variable secara bersama- sama memberikan pengaruh nyata secara signifikan terhadap permintaan cabai rawit di Kota Palu secara simultan (uji f). Sedangkan secara parsial (uji t) variabel harga, jumlah tanggungan, dan selera konsumen berpengaruh nyata sedangkan pendapatan konsumen berpengaruh tidak nyata secara signifikan terhadap permintaan cabai rawit di Kota Palu.

Sedangkan dalam penelitian ini lebih berfokus pada perilaku konsumsi masyarakat terhadap cabai rawit di Kota Malang. Melihat kondisi Kota Malang yang merupakan salah satu Kota yang menyukai makanan dengan cita rasa yang pedas, dipastikan konsumen cabai rawit yang banyak di Kota Malang dengan begitu dalam penelitian ini berfokus pada perilaku konsumsi cabai rawit di Kota Malang, dalam kecenderungan masyarakat dalam menggunakan, membeli, dan memilih

suatu produk, apakah dalam membeli cabai rawit para masyarakat Kota Malang memiliki kriteria tersendiri dalam membeli dan mengkonsumsi cabai rawit. Selain itu pada penelitian ini juga meneliti yakni terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit di Kota Malang dimana belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu, melihat hal itu peneliti tertarik melakukan penelitian tersebut. Faktor apa saja yang dapat mempengaruhi permintaan cabai rawit di Kota Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan kontradiksi antara teori dan kenyataan maka dapat dirumuskan masalah secara spesifik sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku konsumsi terhadap cabai rawit di Kota Malang ?
2. Bagaimana pengaruh faktor harga cabai rawit, bawang merah (barang komplementer), jumlah anggota keluarga, pendapatan konsumen, dan selera masyarakat terhadap permintaan cabai rawit di Kota Malang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui perilaku konsumsi terhadap cabai rawit di Kota Malang.
2. Menganalisis pengaruh faktor harga cabai rawit, harga bawang merah (barang komplementer), pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga, dan selera masyarakat terhadap permintaan cabai rawit di Kota Malang.

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini memfokuskan pada Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit di Kota Malang. Batasan berikut dibuat untuk menentukan ruang lingkup penelitian:

1. Penelitian ini hanya akan membahas perilaku konsumsi dan faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit
2. Penelitian ini hanya dibatasi pada masyarakat di Kota Malang dengan pengambilan sampel pada pasar tradisional.
3. Penelitian akan memperhitungkan faktor demografis seperti jumlah anggota keluarga, harga cabai, bawang merah (barang komplementer), pendapatan konsumen dan selera masyarakat untuk memastikan hasilnya mempengaruhi atau tidak.

1.5 Manfaat dan Output Penelitian

1. Sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi konsumen dan pedagang cabai yang terkait dengan permintaan cabai rawit
2. Sebagai bahan informasi mengenai perilaku konsumsi terhadap cabai rawit
3. Sebagai bahan masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam melakukan penelitian, khususnya penelitian mengenai permintaan cabai rawit.
4. Dari penelitian yang akan dilaksanakan, maka akan diperoleh output berupa tulisan artikel ilmiah yang dimuat dalam jurnal ilmiah SEAGRI.



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dari penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumsi cabai rawit di Kota Malang yakni para konsumen cabai rawit rata-rata adalah para pekerja wiraswasta dan membeli komoditas cabai rawit paling banyak pembelian di pasar, dalam menggunakan cabai rawit para konsumen cabai rawit rata-rata digunakan untuk sambal dibanding dengan bumbu masakan, dan masa konsumsi komoditas cabai rawit para konsumen dapat menghabiskan rata-rata 1 sampai 4 hari dalam sekali pembelian.
2. Dari hasil analisis yang dilakukan didapatkan hasil dengan taraf kepercayaan 99 % atau 0.01 yang menyimpulkan bahwa variabel harga cabai rawit (X1), harga bawang merah (X2), pendapatan konsumen (X3), jumlah anggota keluarga (X4) berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai rawit di Kota Malang sedangkan untuk variabel selera masyarakat (X5) tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai rawit di Kota Malang.

5.2 Saran

1. Kepada dinas terkait atau kementerian bisa membuat kebijakan terkait dengan pola tanam untuk memastikan supply cabai rawit tersedia sepanjang tahun, pelaku usaha bisa meningkatkan nilai tambah cabai rawit dengan pengembangan teknologi pasca panen seperti inovasi pengolahan cabai rawit, jika harga cabai rawit masih tetap tinggi pemerintah bisa membantu konsumen dengan melakukan operasi pasar atau pasar murah.
2. Untuk peneliti selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik, sebaiknya menambahkan variabel barang substitusi (pengganti) seperti cabai merah ataupun merica sehingga dari banyak faktor dapat diketahui seberapa besar pengaruhnya dan membahas mengenai strategi peningkatan pemasaran hortikultura khususnya komoditi yang berperan di Kota Malang untuk melihat potensi dari sektor pertanian. Disarankan pada konsumen apabila harga cabai rawit mengalami kenaikan agar tidak mengurangi jumlah konsumsi cabai rawit dalam konsumsi rumah tangga sebaiknya konsumen melakukan pembelian barang substitusi seperti merica dan cabai merah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku dan Keputusan Konsumen untuk Membeli Kentang, Bawang Merah dan Cabai Merah. *Jurnal Hortikultura*, 21(3).
- Akhmad.(2014). *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Alan Fuady, Y. (2021). *Analisis Faktor Permintaan Konsumen Percetakan Di Cv. Maxiplus Digital Printing Surabaya*. (Skripsi Sarjana, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2022. *Jumlah Rumah Tangga*.Kota Malang: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Indonesia, 2023. *Produksi Cabai rawit di Indonesia*: Badan Pusat Statistik.
- Damayanti, A., Syahrani, & Defriansyah, dan. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Cabai Rawit (Studi Kasus: Pasar Mangkurawang Di Kecamatan Tenggarong). *Magrobis Journal*, 22(2),(428–436.
- Dewi Indriani Jusuf. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online* (Yogyakarta: CV. Andi Offset), 1
- Dewi, T.R. (2009). Analisis permintaan cabai merah (*Capsicum annum* L) di Kota Surakarta.*Jurnal Agronomika*. 7(1).
- Fadhollah, A. (2016). *Analisis Motif Rasional Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Huawei (Studi Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya)*. (Skripsi Sarjana Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Fadil, S., & Arifin, F. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Keriting Di Kecamatan Benda Kota Tangerang Banten*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah).
- Firnando, H., Afrianto, E., & Pitriani, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Di Pasar Bungur Kabupaten Bungo Analysis Of Factors Affecting The Request Of Red Chili In Bungur Market Bungo District. *Jurnal Ilmiah*, 10 (2), 61–76.
- Irmawati. (2021). *Perilaku Konsumsi Petani Tembakau Ditinjau Dari Perilaku Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Dusun Kedungwaru Desa Candisari Kecamatan Sambeng Kabupaten Lamongan)*. (Skripsi Sarjana, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Kediri)

- Jonathan Sarwono, Buku Pintar IBM SPSS Statistics 19, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), 193-194
- Joko Saputro, A., & Surya Maha Rianti, T. (2024). Tingkat Risiko Pendapatan dan Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Tebu Keprasan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 20(1), 1–2.
- Kamarullah, Razi;. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impor Kentang Indonesia Dari Australia Periode 2000-2013*.(Skripsi Sarjana, Universitas Pasundan).
- Kalam Mahardika, & Ririt Iriani. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah di Kota Kediri. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 255–262.
- Kartika Sari, D., Machfudz, M., & Siswadi, B. (n.d.). Analisis Efisiensi Teknis Dalam Peningkatan Produksi Wortel Di Desa Sumber Brantas Kecamatan Bumiaji Kota Batu.
- Lamtiur Sinaga. (2017). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Di Jawa Timur* .(Skripsi Sarjana Universitas Brawijaya).
- Lisdiyani, Effendy, & Mappatoba, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Cabai Rawit Di Kota Palu Factors That Influence Rawit Children Demand In The City Of Palu. *Agrotekbis*, 9(1), 240–248.
- Miftahuddin, L. (2020). *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit Merah (Capsicum Frutescens L.) Tingkat Rumah Tangga Di Kabupaten Semarang*. (Skripsi Sarjana, Universitas Diponegoro Semarang).
- Miftahuddin, L., Ekowati, T., & Setiawan, B. M. (2020). Analisis Permintaan Cabai Rawit Merah (Capsicum Frutescens) Di Kabupaten Semarang. *Soca: Jurnal SosialEkonomi Pertanian*, 14 (1).
- Mulyani Sri, Eri Cahrial, & Rina Nuryati. (2022). Pemasaran Cabai Rawit Varietas Ori 212 Dari Desa Cibeureum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis Sampai Pasar Caringin Kota Bandung. *Jurnal Agristan*, 4(2), 4–5.
- Nashr, N., Susilowati, D., & Sari, D. K. (n.d.). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Hidroponik Bayam Brazil Di Kebun Sayur Hidroponik Kelompok Tani Brayat Minulyo. *SEAGRI*.
- Nurrohimin, S. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Di Indonesia*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah).
- Palar, N., Pangemanan, P. A., & Tangkere, E. G. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Cabai Rawit Di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 12(2), 105–120.

- Putra, V. W., Surya, T., Rianti, M., & Susilowati, D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Mengonsumsi Susu Selama Wabah Pmk. *Journal of Agricultural Socio-Economics*, 4, 55–60.
- Rahmayanti Sipahutar. (2020). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Cabai Merah Keriting (Capsicum Annum L.)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara).
- Ratag., Y., Pangemanan, P. A., & Sondak, L. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit Di Kota Tomohon. *Jurnal Transdisiplin Pertanian (Budidaya Tanaman, Perkebunan, Kehutanan, Peternakan, Perikanan), Sosial Dan Ekonomi*, 14(2), 309–318.
- Sari, E., & Fantashe, D. (2015). Pengaruh Jenis Media Tanam Terhadap Pertumbuhan Vegetatif Tanaman Cabai Rawit (*Capsicum frutescens L.*). *Jurnal Pendidikan Biologi*, 2(2), 129–138.
- Septiadi, D., Made, N. S. W., & Zainuddin, A. (2020). Analisis Permintaan Konsumsi Cabai Rawit pada Rumah Tangga di Kota Mataram. *Jurnal Agribisnis Lahan Kering*, 5(2), 36–39.
- Sinaga Lamtiur. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Di Jawa Timur*. (Skripsi Sarjana, Universitas Brawijaya).
- Siregar, Y. J., Hartono, R., & Hardana, A. E. (2021). Peramalan Harga Cabai Rawit Di Kota Malang Dengan Metode Holt-Winters Exponential Smoothing. *Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 6(2), 99–110.
- Siti Badriah. (2017). *Pengaruh Harga Daging Sapi Terhadap Permintaan Konsumen Pada Tahun 2011-2015*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin).
- Surya Maha Rianti, T., & Hidayat, K. (2018). *Agricultural Socio-Economics Journal Technical Efficiency Analisis Of Cayenne Pepper Farming (Case In Pagu, Kediri, East Java)*. *Agricultural Socio-Economics Journal*, XVIII, 117–124.
- Syafrudin. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Masyarakat Terhadap Ayam Broiler Di Kecamatan Bukit Kapur Kota Dumai*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Riau).
- Wardana, M. F., & Rianti, T. S. M. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Mengonsumsi Produk Rempah (Jamu) pasca Pandemi. *Media Agribisnis*, 6(2), 145–155.
- Winaryo Kiki. (2018). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas Xi Ips Di Sma N 1 Rembang Purbalingga. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(3), 263–264.
- Yuhanis Sartika, N. (2019). *Pengaruh Efikasi Diri, Status Sosial Ekonomi Orang*

Tua, Dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Yogyakarta).

Yusuf Assidiq, W. F. (2023).Cabai Rawit Penyumbang Terbesar Inflasi November 2023 KotaMalang.

Zamili, N., Harahap, G., & Siregar, R. S. (2020).Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Cabe Merah di Pasar Raya MMTC Medan Factors That Affect The Demand and Supply of Red Chillies in Pasar Raya MMTC Medan. *Jurnal Ilmiah Pertanian (Jiperta)*, 2(1), 77–86.

