

# 1. PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Cabai merupakan salah satu komoditi sayur-sayuran yang memiliki peranan penting di pasar dalam negeri ataupun luar negeri. Produksi cabai total (cabai merah dan cabai rawit) di Indonesia tahun 2023 sebesar 3,11 juta ton. Dengan produksi yang cukup tinggi ini, Indonesia mempunyai potensi pasar yang bagus di perdagangan dunia. Sekarang ini banyak makanan dan minuman yang berbahan baku cabai, sehingga mempunyai nilai ekonomi yang tinggi ketika cabai sudah dilakukan pengolahan. Cabai merah (*Capsicum annum*) merupakan satu dari berbagai jenis komoditas hortikultura yang memiliki nilai permintaan tinggi dan berpengaruh besar terhadap dinamika perokoniman nasional (Direktorat Jendral Hortikultura, 2025). Komoditas ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi, dan dibutuhkan sebagai tambahan bumbu masakan, dan merupakan sumber vitamin C (Dermawan, 2010).

Potensi Cabai sebagai komoditi andalan ekspor Indonesia sebenarnya cukup besar, namun peran Indonesia sebagai produsen maupun eksportir cabai segar masih kecil. Provinsi sentra penghasil cabai terbesar dengan kontribusi kumulatif mencapai 90,65% terhadap total produksi cabai Indonesia. Provinsi penghasil cabai terbesar adalah Jawa Barat, provinsi ini merupakan produsen cabai terbesar dengan persentase kontribusi mencapai 20,91% dari total produksi cabai Indonesia. Berikut ini adalah data produksi cabai di Indonesia:

**Tabel 1. Produksi Cabai di Indonesia Tahun 2022 - 2024**

Provinsi	Produksi Tanaman Sayuran					
	Cabai Besar (Ton)			Cabai Rawit (Ton)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Aceh	58382	98085	97915	51686	65308	72920
Sumatera Utara	210220	211747	217917	78663	87012	86880
Sumatera Barat	115766	123504	127451	35118	26656	25081
Riau	14097	13105	9879	6694	7429	6607
Jambi	59855	98159	157856	11526	12429	16087 7766
Sumatera Selatan	23556	25497	15270	11562	9461	
Bengkulu	48778	58769	55876	16278	21427	22546
Lampung	34550	29635	29018	10921	11193	14070
Kep. Bangka Belitung	5059	6056	7270	3954	3710	5508
Kep. Riau	2967	3555	3429	1627	1773	1245
Dki Jakarta	-	-	-	1	-	1
Jawa Barat	343067	357695	324968	137456	149053	163989
Jawa Tengah	169282	186722	236921	179287	242303	249208
Di Yogyakarta	38378	35384	46622	15933	15198	21384
Jawa Timur	127429	116175	114653	578883	646740	562816
Banten	6406	6763	5130	3993	3910	3227
Bali	11747	6630	7083	29175	28318	20523
Nusa Tenggara Barat	16086	21659	15945	62539	50078	67963
Nusa Tenggara Timur	3218	3683	3193	9076	19881	9074
Kalimantan Barat	2791	3324	3083	6332	6193	8278
Kalimantan Tengah	1711	1290	999	6961	5419	6969
Kalimantan Selatan	8977	8417	8763	11758	11764	13255
Kalimantan Timur	5916	5732	4830	8367	7778	7470
Kalimantan Utara	4161	5852	6629	5819	5875	6371
Sulawesi Utara	9042	7183	8027	17371	19006	17978
Sulawesi Tengah	6528	6152	9130	22199	25389	21552
Sulawesi Selatan	17822	16671	16512	26423	23761	28418
Sulawesi Tenggara	2411	2540	3449	4287	3915	4529
Gorontalo	909	1593	1247	13032	14805	15523
Sulawesi Barat	2466	3602	4025	3336	3496	3710
Maluku	2029	3148	1862	3596	3847	4531
Maluku Utara	3040	3727	5420	3733	2873	3717
Papua Barat	911	1567	1316	3808	4107	3010
Papua	3016	2198	2811	5054	4335	4556
Indonesia	1360571	1475821	1554498	1386447	1544441	1506762

**Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024**

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi cabai merah di Provinsi Sumatera Selatan terus meningkat dari tahun 2022 hingga 2023, akan tetapi tahun 2024 produksi cabai mengalami penurunan yang cukup pesat yaitu dari 25.497 ton menjadi 15.270 ton, penurunan ini menyebabkan kurangnya pasokan di pasar sehingga kebutuhan konsumen tidak terpenuhi. Kebutuhan akan cabai merah diasumsikan akan terus meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkembangnya industri makanan yang membutuhkan bahan baku cabai. Hal ini menyebabkan komoditi ini menjadi komoditi yang paling sering menjadi pembicaraan di seluruh lapisan masyarakat karena harganya dapat melambung sangat tinggi pada saat-saat tertentu (BPS, 2024).

Harga merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk menjadi perhatian pada saat cabai merah mengalami kenaikan harga yang sangat tinggi. Pembeli adalah salah satu pelaku pasar yang akan mengalami dampak pada kenaikan harga cabai merah yang tinggi. Dari sudut pandang pembeli, harga sering digunakan sebagai indikator nilai yang dihubungkan dengan manfaat yang dirasa atas suatu barang atau jasa. Dimana nilai dari cabai merah bagi konsumen adalah tinggi, karena cabai merupakan kebutuhan olahan sehari-hari pada makanan, sehingga ketika komoditi tersebut mengalami kenaikan harga yang sangat tinggi, konsumen akan mengalami banyak pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam membeli cabai merah tersebut (Nasution, 2019). berikut ini adalah perubahan harga cabai di Kabupaten OKU tahun 2025:

**Tabel 2. Harga Cabai Merah di Kabupaten OKU Tahun 2024**

<b>Tanggal</b>	<b>Harga Cabai Merah Keriting</b>	<b>Harga Cabai Merah Besar</b>
Januari	Rp. 55.000/kg	Rp. 55.000/kg
Februari	Rp. 35.000/kg	Rp. 30.000/kg
Maret	Rp. 30.000/kg	Rp. 40.000/kg
April	Rp. 35.000/kg	Rp. 40.000/kg
Mei	Rp. 35.000/kg	Rp. 40.000/kg
Juni	Rp. 35.000/kg	Rp. 40.000/kg
Juli	Rp. 40.000/kg	Rp. 45.000/kg
Agustus	Rp. 70.000/kg	Rp. 50.000/kg
September	Rp. 70.000/kg	Rp. 50.000/kg
Oktober	Rp. 60.000/kg	Rp. 60.000/kg
November	Rp. 60.000/kg	Rp. 70.000/kg
Desember	Rp. 70.000/kg	Rp. 75.000/kg

*Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan*

*Kabupaten OKU 2025*

Berdasarkan Tabel 2. harga cabai merah yang mengalami perbedaan harga setiap bulannya bisa dilihat pada tabel tersebut. Harga cabai merah keriting sering kali memiliki harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan cabai merah besar, hal ini menjadi gejala masyarakat untuk tertarik dan lebih memilih membeli cabai merah keriting karena harganya lebih murah dan lebih terjangkau dikalangan masyarakat, selain itu cabai merah keriting memberikan rasa yang lebih pedas sehingga lebih diminati masyarakat.

Pendapatan adalah upah yang diterima oleh seseorang dari hasil usaha atau kerja yang diperolehnya. Beberapa pendapat para ahli mengenai pendapatan sebagai berikut menurut Sukirno (2018) pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu. Kegiatan usaha pada akhirnya memperoleh pendapatan berupa nilai uang yang diterima dari penjualan produk yang dikurangi biaya yang telah dikeluarkan.

Menurut Lumintang (2019) pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan seseorang atau masyarakat, sehingga pendapatan masyarakat ini mencerminkan kemajuan ekonomi suatu masyarakat. Selera merupakan kegiatan seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa. Selera konsumen pada umumnya berubah pada waktu ke waktu. Meningkatnya selera terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat naiknya jumlah permintaan terhadap barang tersebut begitu pula sebaliknya menurunnya selera konsumen terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat berkurangnya jumlah permintaan terhadap barang tersebut. Apabila selera konsumen terhadap suatu barang dan jasa tinggi, maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan konsumen dalam pembelian barang dan jasa.

Menurut Noor (2011) konsumen adalah faktor penting dalam dunia ekonomi. Sifat dasar konsumen adalah memuaskan kepentingan (kebutuhan atau need dan keinginan atau wants) konsumennya. Selanjutnya sifat dasar konsumen tentu akan mempengaruhi pada perilakunya, perilaku konsumen akan berpengaruh pada aktivitas perekonomian. Perilaku konsumen adalah hal terpenting yang perlu diketahui oleh pelaku ekonomi khususnya produsen. Bagi para produsen perilaku konsumen dapat dijadikan sebagai bahan penyusunan strategi usahanya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, apalagi jika mengingat perilaku dari setiap individu dalam proses pembelian adalah berbeda-beda. Oleh karena itu, sangat penting bagi produsen untuk dapat lebih memahami keputusan konsumen dalam mencapai tujuan.

Keputusan pembelian merupakan hal penting bagi masyarakat untuk mendapatkan produk berkualitas yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Masyarakat memiliki beberapa pertimbangan dalam menentukan dan memutuskan pembelian. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam permintaan terhadap suatu barang dapat berupa harga dari barang itu sendiri, harga barang lain (barang substitusi), jumlah anggota keluarga, dan selera. Selanjutnya dalam proses pembelian cabai merah juga sangat berkaitan faktor-faktor pertimbangannya antara lain lokasi pembelian, harga produk, kualitas produk, gaya hidup serta sikap masyarakat terhadap produk tersebut (Saodah dan Malia, 2017).

Memahami perilaku konsumen penting sekali bagi pengusaha, pemasar, maupun biro iklan. Pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa konsumen melakukan keputusan pembeliannya akan dapat membantu pasar untuk membuat keputusan-keputusan yang tepat dalam menentukan strategi pemasarannya. Hal ini disebabkan karena pada umumnya konsumen bersikap selektif terhadap suatu produk yang dipasarkan, ini berarti tidak semua produk yang dipasarkan produsen, akan diterima atau menimbulkan respon untuk membelinya. Perilaku konsumen tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembeliannya.

Menurut Kolter (2001) untuk menganalisa pembelian konsumen ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen. Faktor-faktor tersebut adalah berkaitan dengan pembeli, faktor yang berkaitan dengan perодук, faktor yang berkaitan dengan situasi penjualan, faktor yang berkaitan dengan situasi

kultur. Masing-masing faktor tersebut memberi dampak yang berbeda pada tiap-tiap konsumen. Oleh karena itu kejelian pemasar disini dituntut untuk dapat mengidentifikasi faktor pembelian atas produk yang dipasarkan.

Bertitik tolak dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “pengaruh harga, pendapatan dan selera konsumen terhadap pembelian cabai merah keriting di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU”, dengan tujuan mendeskripsikan keputusan konsumen dalam pembelian cabai merah keriting di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian cabai merah keriting tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka masalah yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah “bagaimana pengaruh harga, pendapatan dan selera konsumen terhadap pembelian cabai merah keriting di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU”.

## **C. Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, pendapatan dan selera konsumen terhadap pembelian cabai merah keriting di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU.

Adapun Kegunaan penelitian :

1. Konsumen, penelitian ini dapat membantu menambah informasi mengenai pengaruh harga, pendapatan dan selera konsumen terhadap pembelian cabai merah keriting di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU.
2. Bagi peneliti, dapat memberikan kesempatan bagi peneliti untuk berinteraksi dan berkolaborasi dengan berbagai pihak yang terkait dengan cabai merah keriting seperti konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU.
3. Bagi Pemerintah Daerah, penelitian ini membantu Pemerintah dalam menentukan kebijakan yang tepat untuk mengatur stabilitas konsumen terhadap minat beli cabai keriting.