

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI HARGA CABAI RAWIT DI KOTA MANADO

Nathania Palar
Paulus A. Pangemanan
Ellen G. Tangkere

ABSTRACT

*This research aimed to analyze the factors affecting chili prices in the city of Manado, North Sulawesi. This is a quantitative research. The research was conducted in January 2016 to March 2016, data used are secondary data from the Department of Industry and Trade of the city of Manado, change price data from January 2015 until December 2015 and primary data from merchants of chili, curly chili, and tomato through questionnaire and interviews. Mechanical analysis is using multiple linear regression analysis. The result showed that demand of chili affects the price of chili. when public demand increases, the price also increasing vice versa. Also affect the price of a substitute when there is a decrease or increase in the substitutes then chili also experienced the same thing, complementary goods prices also affect the price of chili. Tastes of public affect chili and prices for Manado City public taste inherently are spicy food lover so even if price are rising, buying chili is still substantial. *ls**

Key words: determinant factors, chili prices, Manado City

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Harga Cabai Rawit di Kota Manado Sulawesi Utara. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2016 hingga bulan Maret 2016, data yang digunakan adalah data sekunder dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado, data perubahan harga dari bulan Januari 2015 hingga bulan Desember 2015, dan data primer dari pedagang-pedagang Cabai Rawit, Cabai Kriting, dan Tomat lewat penyebaran kuesioner dan wawancara. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan terhadap cabai berpengaruh terhadap harga cabai, karena ketika permintaan meningkat maka harga juga meningkat begitupun sebaliknya. Harga barang substitusi juga mempengaruhi ketika terjadi penurunan atau kenaikan terhadap barang substitusi maka harga cabai rawit juga mengalami hal yang sama. Harga barang pelengkap juga mempengaruhi harga cabai rawit. Selera mempengaruhi harga cabai rawit karena selera masyarakat kota Manado yang pada dasarnya memang penyuka makanan pedas sehingga meskipun harga cabai meningkat tetapi yang membeli tetap banyak.

Kata Kunci : faktor penentu, harga cabai rawit, Kota Manado
:

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tanaman Cabai (*Capsicum annuum* L.) adalah tanaman yang termasuk ke dalam keluarga tanaman Solanaceae. Cabai mengandung senyawa kimia yang dinamakan

capsaicin (8-methyl-N-vanillyl-6-nonenamide). Selain itu, terkandung juga berbagai senyawa yang mirip dengan capsaicin, yang dinamakan capsaicinoids. Sedangkan Buah cabai merupakan buah buni dengan bentuk garis lanset, merah cerah, dan rasanya pedas. Daging buahnya berupa keping-keping tidak berair. Bijinya berjumlah banyak serta terletak di

dalam ruangan buah (Setiadi, 2008). Cabai merupakan tanaman yang di butuhkan di masyarakat baik sebagai bahan penyedap masakan, tanaman kesehatan, bahkan sebagai mata pencaharian. Cabai juga mengandung zat-zat gizi yang sangat diperlukan untuk kesehatan manusia. Cabai mengandung protein, lemak, karbohidrat, kalsium (Ca), fosfor (P), besi (Fe), vitamin-vitamin, dan mengandung senyawa-senyawa alkaloid, seperti capsaicin, flavenoid, dan minyak esensial. Rasa pedas pada cabai yang ditimbulkan oleh zat capsaicin bermanfaat untuk mengatur peredaran darah; memperkuat jantung, nadi, dan saraf; mencegah flu dan demam; membangkitkan semangat dalam tubuh (tanpa efek narkotik); serta mengurangi nyeri encok dan rematik (Prajnanta, 1999).

Masyarakat Indonesia termasuk penggemar cabai terbesar di dunia. Oleh sebab itu cabai menjadi salah satu produk penting dalam pangan Indonesia. bahkan bisa berpengaruh terhadap laju inflasi. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata konsumsi cabai per kapita adalah 500 gram/tahun. Bisa dibayangkan dengan jumlah penduduk sebanyak 237.6 juta (sensus tahun 2010), berarti Indonesia membutuhkan cabai sebesar 118.800 ton per tahun (Wahyudi, 2011).

Permintaan terhadap cabai untuk kebutuhan sehari-hari dapat berfluktuasi, yang disebabkan karena naik turunnya harga cabai yang terjadi di pasar eceran. Fluktuasi harga yang terjadi di pasar eceran, selain disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi sisi permintaan juga disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi sisi penawaran. Dari sisi penawaran menunjukkan bahwa proses penyediaan (produksi dan distribusinya) cabai belum sepenuhnya dikuasai para petani. Faktor utama yang menjadi penyebab adalah bahwa petani cabai adalah petani kecil-kecil yang proses pengambilan keputusan produksinya diduga tidak ditangani dan ditunjang dengan suatu peramalan produksi dan harga yang baik.

Kenaikan harga cabai sangat tergantung pada musim panen dan musim tanam serta pengaruh iklim dan cuaca. Disamping itu, kenaikan harga juga berkaitan dengan kegiatan pemasaran. Bila dibandingkan dengan harga di daerah konsumen, harga cabai di daerah produsen lebih rendah. Beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya faktor angkutan,

rendahnya daya tahan cabai, dan daya beli masyarakat yang rendah (Santika, 1999)

Pengertian harga menurut Tjiptono (2007), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2008), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas produk dan jasa untuk ditukarkan agar pelanggan dapat memperoleh hak kepemilikan produk dan jasa tersebut.

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

Menurut data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Utara kenaikan harga cabai terkahir kali mencapai Rp 80.000 pada akhir tahun 2014 sekitar bulan November dan Desember, kemudian kembali normal di tahun 2015 bulan februari.

Jika terjadi kenaikan maupun penurunan harga cabai berarti ada faktor yang menyebabkan harga cabai tersebut yang berubah-ubah, oleh karena hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi harga cabai di kota Manado Provinsi Sulawesi Utara.

Harga pasar suatu komoditas dan jumlah yang di perjualbelikan ditentukan oleh permintaan dan penawaran dari komoditas tersebut. Menurut Sukirno (2005) dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan :

makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat kepada sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di antara faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah seperti yang dinyatakan di bawah ini:

1. Harga barang itu sendiri.
2. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut.
3. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat.
4. Cita rasa masyarakat.
5. Jumlah penduduk.
6. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

Hukum penawaran adalah suatu pernyataan yang menjelaskan tentang sifat hubungan antara harga sesuatu barang dan jumlah barang tersebut yang ditawarkan para penjual. Dalam hukum ini dinyatakan bagaimana keinginan para penjual untuk menawarkan barangnya apabila harganya tinggi dan bagaimana pula keinginan untuk menawarkan barangnya tersebut apabila harganya rendah.

Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa makin tinggi harga sesuatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga sesuatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.

Keinginan para penjual dalam menawarkan barangnya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor. Yang terpenting adalah :

1. Harga barang itu sendiri.
2. Harga barang-barang lain.
3. Biaya produksi.
4. Tingkat teknologi yang digunakan.

Berdasarkan uraian diatas, maka diduga bahwa harga cabai di kota Manado dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu permintaan terhadap komoditas itu sendiri, harga komoditas lain atau harga komoditas pelengkap seperti: bawang merah dan tomat, kemudian harga komoditas substitusi atau barang pengganti cabai rawit

seperti cabai keriting, dan yang terakhir yaitu cita rasa masyarakat atau selera.

Harga

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2001). Kemudian menurut Basu Swastha & Irawan (2005) harga adalah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Menurut Djasmin Saladin (2001) harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Selanjutnya menurut Buchari Alma (2004) harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang. Dan Henry Simamora (2002) mengatakan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau dikeluarkan atas sebuah produk atau jasa.

Dari sejumlah definisi harga menurut para ahli diatas dapat diambil kesimpulan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapat oleh konsumen tersebut. Harga juga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk atau jasa.

Permintaan dan Penawaran

Permintaan dan penawaran dalam ilmu ekonomi, adalah merupakan suatu penggambaran atas hubungan-hubungan di pasar, antara para calon pembeli dan penjual terhadap suatu barang. Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu. Sedangkan penawaran adalah sejumlah barang yang dijual atau ditawarkan pada suatu harga dan waktu tertentu

Hukum Permintaan dan Penawaran menjelaskan bahawa Jika semua asumsi diabaikan (*ceteris paribus*) : Jika harga semakin murah maka permintaan atau pembeli akan semakin banyak dan sebaliknya. Jika harga semakin rendah/murah maka penawaran akan

semakin sedikit dan sebaliknya. Semua terjadi karena semua ingin mencari kepuasan (keuntungan) sebesar-besarnya dari harga yang ada. Apabila harga terlalu tinggi maka pembeli mungkin akan membeli sedikit karena uang yang dimiliki terbatas, namun bagi penjual dengan tingginya harga ia akan mencoba memperbanyak barang yang dijual atau diproduksi agar keuntungan yang didapat semakin besar. Harga yang tinggi juga bisa menyebabkan konsumen/pembeli akan mencari produk lain sebagai pengganti barang yang harganya mahal.

Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat. Dengan demikian hukum permintaan berbunyi:

“Semakin turun tingkat harga, maka semakin banyak jumlah barang yang tersedia diminta, dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang yang bersedia diminta.”

Pada hukum permintaan berlaku asumsi ceteris paribus. Artinya hukum permintaan tersebut berlaku jika keadaan atau faktor-faktor selain harga tidak berubah (dianggap tetap).

Hukum penawaran menjelaskan bahwa semakin tinggi harga, jumlah barang yang ditawarkan semakin banyak. Sebaliknya semakin rendah harga barang, jumlah barang yang ditawarkan semakin sedikit. Inilah yang disebut hukum penawaran. Hukum penawaran menunjukkan keterkaitan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan tingkat harga. Dengan demikian bunyi hukum penawaran berbunyi:

“Semakin tinggi harga, semakin banyak jumlah barang yang bersedia ditawarkan. Sebaliknya, semakin rendah tingkat harga, semakin sedikit jumlah barang yang bersedia ditawarkan.”

Hukum penawaran akan berlaku apabila faktor-faktor lain yang memengaruhi penawaran tidak berubah (ceteris paribus). Tingkat permintaan akan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang selalu mengikutinya, antara lain adalah : perilaku/selera konsumen, ketersediaan dan harga barang sejenis pengganti dan pelengkap, pendapatan/penghasilan konsumen, perkiraan harga di masa depan dan

banyaknya/intensitas kebutuhan konsumen. Sedangkan pada tingkat penawaran akan dipengaruhi antara lain oleh : biaya produksi dan teknologi yang digunakan, tujuan dari suatu Perusahaan, pajak, ketersediaan dan harga barang pengganti/pelengkap dan prediksi/perkiraan harga di masa depan. (Winardi J, Paul A. 2009)

Analisis Regresi

Analisis regresi adalah suatu metode yang berguna untuk menentukan pola hubungan satu variabel yang disebut sebagai variabel dependen dengan satu atau lebih variabel yang menerangkan atau yang sering disebut sebagai variabel independen. Tujuan analisis regresi adalah untuk memperkirakan nilai rata-rata dan variabel dependen apabila nilai variabel yang menerangkan sudah diketahui. Dari regresi yang telah diperoleh, terlebih dahulu harus diuji apakah memenuhi kriteria yang ditetapkan, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dan asumsi-asumsi yang diperlukan dalam model regresi.

Beberapa asumsi yang harus diuji terlebih dahulu di dalam penerapan model regresi adalah : Kenormalan, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas dan Autokorelasi. Jika asumsi yang ada dalam penerapan model regresi dapat terpenuhi, maka dengan menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) akan dapat dihasilkan koefisien regresi yang memenuhi sifat-sifat Best linear Unbiased Estimator (BLUE), yaitu koefisien regresi yang linear, tidak bias, konsisten (walaupun sampel diperbesar menuju tak terhingga, taksiran yang didapat akan tetap mendekati nilai parameternya), serta efisien (memiliki varians yang minimum). (Mochammad, 2002)

Elastisitas Harga (Ep)

Definisi

Secara umum, elastisitas adalah suatu pengertian yang menggambarkan derajat kepekaan/respon dari jumlah barang yang diminta/ ditawarkan akibat perubahan faktor yang mempengaruhinya. Elastisitas harga mengukur berapa persen permintaan terhadap suatu barang berubah bila harganya berubah sebesar satu persen. Menurut McEachern

(2000), elastisitas mengukur keinginan dan kemampuan pembeli dan penjual untuk mengubah perilaku mereka akibat adanya perubahan dalam lingkungan ekonomis mereka. Rumus elastisitas harga sebagai berikut :

$$Ep = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

Dimana :

Q = Jumlah barang yang diminta
P = Harga barang
 Δ = Tanda perubahan (Delta) atau hasil penggabungan

Elastisitas yang digunakan untuk mengukur intensitas reaksi konsumen atau pembeli pada umumnya dalam bentuk perubahan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga satuan barang tersebut, yang disebut dengan elastisitas harga permintaan atau disebut juga elastisitas permintaan. Elastisitas harga permintaan (price elasticity of demand) merupakan ukuran kepekaan kuantitas yang diminta terhadap perubahan harga, persentase perubahan kuantitas yang diminta dibagi dengan persentase perubahan harga. Dengan adanya perubahan harga tertentu, semakin kurang elastis permintaan, maka semakin kecil perubahan jumlah yang diminta (McEachern, 2000).

Angka-angka elastisitas harga

1. Inelastis ($Ep < 1$)
Perubahan permintaan (dalam persentase) lebih kecil daripada perubahan harga.
2. Elastis ($Ep > 1$)
Permintaan terhadap suatu barang dikatakan elastis bila perubahan harga suatu barang menyebabkan perubahan permintaan yang besar.
3. Elastis unitari ($Ep = 1$)
Jika harga naik 10%, permintaan turun 10% juga.
4. Inelastis sempurna ($Ep = 0$)
Berapapun harga suatu barang, orang akan tetap membeli jumlah yang dibutuhkan.
5. Elastis tak terhingga ($Ep = \infty$)

Perubahan harga sedikit saja menyebabkan perubahan permintaan tak terbilang besarnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga cabai

Permintaan Konsumen Terhadap Cabai

Cabai merupakan salah satu komoditi yang paling dicari oleh masyarakat Kota Manado. Masyarakat kota Manado sudah terkenal dengan masakan yang pedas atau bisa dikatakan masakan dengan menggunakan banyak cabai. Di musim dingin juga permintaan akan cabai meningkat karena ketika musim dingin tiba maka konsumen berkeinginan untuk mengkonsumsi makanan yang bersifat pedas yang bias menghangatkan tubuh dan menambah nafsu makan. Sehingga permintaan akan cabai menjadi salah satu variabel yang menentukan harga cabai di Kota Manado Sulawesi Utara. Untuk menentukan permintaan konsumen terhadap cabai, perlu di ketahui terlebih dahulu jumlah populasi masyarakat kota Manado karena dengan mengetahui populasi akan lebih mempermudah untuk mengetahui jumlah permintaan, dan setelah itu mencari tahu total penjualan cabai setiap harinya. Setelah mengetahui jumlah populasi, selanjutnya di tentukan sampel.

Harga Komoditas Pengganti (Substitusi)

Komoditas pengganti adalah komoditas yang dapat menggantikan fungsi komoditas lain sehingga harga komoditas pengganti dapat mempengaruhi permintaan komoditas yang dapat di gantikannya (Sugiarto, 2000). Apabila harga komoditas utama meningkat maka penjual akan meningkatkan jumlah komoditas pengganti yang ditawarkan. Penjual berharap, konsumen akan beralih dari komoditas utama ke komoditas pengganti yang ditawarkan, karena harganya lebih rendah.

Harga Komoditas Pelengkap (Complement)

Menurut Sugiarto (2000), komoditas penggenap atau complement adalah suatu komoditas yang selalu di gunakan bersama-sama dengan komoditas utama. Untuk komoditas complement atau komoditas pelegkap, dapat dinyatakan bahwa apabila harga

komoditas komplemen naik, maka penawaran suatu komoditas berkurang, atau sebaliknya

Cita rasa/selera masyarakat

Selera masyarakat seringkali berubah-ubah pada saat tertentu, pada musim panas mereka mengkonsumsi Barang A dan pada musim lainnya cenderung mengkonsumsi barang Y. Pergeseran permintaan dari satu barang ke barang lain akan berpengaruh juga terhadap pergeseran penawaran keadaan ini akan mengakibatkan naik dan turunnya permintaan, serta naik turunnya harga barang yang di tawarkan.

Menurut Sugiarto (2000) Cita rasa masyarakat berpengaruh terhadap penentuan harga . apabila terjadi perubahan cita rasa masyarakat maka akan mempengaruhi permintaan suatu komoditas. Bila selera konsumen terhadap suatu komoditas meningkat maka permintaan komoditas tersebut akan meningkat demikian pula bila selera konsumen berkurang maka permintaan akan komoditas tersebut menurun.

Hipotesis

H_0 : Permintaan cabai, harga cabai keriting (Komusidtas pengganti), harga tomat (komuditas pelengkap) dan cita rasa masyarakat (selera) tidak mempengaruhi harga cabai rawit di kota Manado.

H_1 : Permintaan cabai, harga cabai keriting (Komusidtas pengganti), harga tomat (komuditas pelengkap) dan cita rasa masyarakat (selera) mempengaruhi harga cabai rawit di kota Manado.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka di rumuskan masalah yaitu Faktor apa yang paling mempengaruhi perubahan harga cabai di kota Manado?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memepengaruhi harga cabai di kota Manado Sulawesi Utara.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu dapat menjadi informasi bagi petani sebagai pelaku usaha pengembangan cabai dan untuk pengetahuan tentang apa saja faktor yang mempengaruhi harga cabai di kota Manado Sulawesi Utara.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini di lakukan selama tiga bulan yaitu sejak bulan Jebruari sampai bulan Maret 2016 dan berlokasi di Pasar Bersehati Calaca dan Pasar Pinasungkulan Karombasan Kota Manado serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sulawesi Utara.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang di lakukan untuk mengumpulkan data melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya untuk melakukan suatu penelitian (Sekaran, 2006). Dari sekian metode yang ada, dalam penelitian ini di gunakan metode wawancara langsung dengan responden.

Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer di peroleh dari hasil kuesioner dan wawancara dengan informan. Data sekunder di peroleh dari instansi terkait (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi SULUT, Badan Pusat Statistik Kota Manado dan Dinas Pertanian Provinsi SULUT) serta dari berbagai buku dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode Pengambilan Sampel

Untuk menentukan sampel dari banyaknya populasi pedagang cabai di Kota Manado maka di gunakan metode Slovin. Slovin adalah metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel (Sevilla, Consuelo G. et. al : 2007). Rumus metode slovin sebagai berikut :

$$n = N / (1+Ne^2)$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

$e = (1-\alpha)$ batas toleransi kesalahan dengan tingkat kepercayaan 95%

Dari rumus tersebut peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut :

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

$$n = 70 + 72 / 1 + (142 \times 0,95^2) = 142 / 1 + 0,92 = 74,6 = 75 \text{ sampel pedagang}$$

Konsep pengukuran variabel

Dalam penelitian ini variabel yang diukur adalah :

- Dc : Permintaan cabai (kg)
- H_{BS} : Harga barang pengganti atau barang substitusi dalam hal ini cabai merah (kg)
- H_{BP} : Harga barang pelengkap dimana harganya lebih murah dibandingkan harga bahan utama, dalam hal ini yaitu tomat dan bawang merah (kg)
- S : Cita rasa masyarakat/selera (skala likert)

Metode Analisis Data

Metode Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program *SPSS versi 21.0*, dimana program ini secara otomatis menunjukkan nilai-nilai yang bisa diinterpretasikan. *SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)* adalah sebuah program komputer yang digunakan untuk membuat analisis statistika.

Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif dimana data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk table dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi harga cabai di gunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan studi ketergantungan dari suatu variabel tak bebas atau dependen variabel (Y) pada suatu variabel bebas atau independen variabel (X) dengan tujuan meramalkan dan memperkirakan nilai dari variabel tak bebas jika variabel bebas sudah di ketahui. Analisis ini di gunakan jika independen variabel minimal dua variabel.

Persamaan regresi linier berganda :

$$\text{Harga Cabai Rawit} = \beta_0 + \beta_1 D_c + \beta_2 H_{BS} + \beta_3 H_{BP} + \beta_4 S + \epsilon$$

Keterangan:

- Y : Harga Cabai Rawit di kota Manado
- D_c : Permintaan cabai
- H_{BP} : Harga barang pelengkap
- H_{BS} : Harga barang pengganti cabai
- S : Cita Rasa/selera Masyarakat

Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F merupakan pengujian hubungan regresi secara simultan yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2012).

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2012).

Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain (Santosa&Ashari, 2005). Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase.

Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain: Sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS) (Nazir, 2005).

Elastisitas Harga

Elastisitas adalah suatu pengertian yang menggambarkan derajat kepekaan/respon dari jumlah barang yang diminta/ ditawarkan akibat perubahan faktor yang mempengaruhinya. Elastisitas harga mengukur berapa persen permintaan terhadap suatu barang berubah bila harganya berubah sebesar satu persen. Menurut McEachern (2000), elastisitas mengukur keinginan dan kemampuan pembeli dan penjual untuk mengubah perilaku mereka akibat adanya perubahan dalam lingkungan ekonomis mereka. Rumus elastisitas harga sebagai berikut :

$$Ep = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

Keterangan :

Q = Jumlah barang yang diminta

P = Harga barang

Δ = Tanda perubahan (Delta) atau hasil penggabungan

Elastisitas yang digunakan untuk mengukur intensitas reaksi konsumen atau pembeli pada umumnya dalam bentuk perubahan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga satuan barang tersebut, yang disebut dengan elastisitas harga permintaan atau disebut juga elastisitas permintaan. Elastisitas harga permintaan (price elasticity of demand) merupakan ukuran kepekaan kuantitas yang diminta terhadap perubahan harga, persentase perubahan kuantitas yang diminta dibagi dengan persentase perubahan harga. Dengan

adanya perubahan harga tertentu, semakin kurang elastis permintaan, maka semakin kecil perubahan jumlah yang diminta (McEachern, 2000).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar besar yang ada di Manado yaitu pasar Pinasungkulan Karombasan terletak di Jl. Pasar Karombasan kecamatan wanea dan pasar Bersahati terletak di Jl. Nusantara kelurahan Calaca kecamatan Wenang kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. Pasar Pinasungkulan Karombasan dibangun pada tahun 1976 dan pasar Bersahati dibangun pada tahun 1973 dengan jumlah pedagang keseluruhan di pasar Pinasungkulan Karombasan sebanyak 1.030 orang pedagang dengan luas lahan yang dimiliki 20.000M² sedangkan jumlah pedagang di pasar Bersahati sebanyak 1.208 orang pedagang dengan luas lahan yang dimiliki 50.000M², untuk jumlah pedagang khusus pedagang cabai rawit, pasar Pinasungkulan Karombasan sebanyak 70 pedagang dan Bersahati sebanyak 72. Penelitian ini mengarah pada pedagang pengumpul bahkan pedagang eceran. (PD.Pasar Kota Manado, 2016)

Pembahasan Variabel

Permintaan Terhadap Cabai

Manado sebagai pusat kota dari provinsi Sulawesi Utara dengan jumlah penduduk sebanyak 522.052 jiwa. Dalam penelitian ini variabel yang pertama adalah permintaan terhadap cabai. Untuk menentukan permintaan konsumen terhadap cabai, perlu di ketahui terlebih dahulu jumlah populasi pedagang cabai di kota Manado karena dengan mengetahui populasi akan lebih mempermudah untuk mengetahui jumlah permintaan, dan setelah itu mencari tahu total penjualan cabai setiap harinya.

Untuk jumlah pedagang khusus pedagang cabai rawit, pasar Pinasungkulan Karombasan sebanyak 70 pedagang dan Bersahati sebanyak 72 orang pedagang. Penelitian ini mengarah pada pedagang pengumpul bahkan pedagang eceran (PD.Pasar Kota Manado, 2016). Setelah mengetahui jumlah populasi pedagang, selanjutnya di

tentukan sampel. Untuk menentukan sampel dari banyaknya populasi pedagang cabai rawit di Kota Manado maka di gunakan metode Slovin. Slovin adalah metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel (Sevilla, Consuelo G. et. al : 2007).

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan metode slovin di dapatkan hasil 75 sampel pedagang cabai di Kota Manado. Selanjutnya akan untuk mengetahui jumlah permintaan cabai di Kota Manado maka perlu di ketahui jumlah cabai (/kg) yang terjual setiap hari ada berapa banyak. Dari hasil wawancara peneliti dengan pedagang cabai di pasar Karombasan dan pasar Bersahati di peroleh hasil penjualan setiap hari sebanyak 5 – 40kg / hari.

Tabel 1. Pengelompokan Cabai yang Terjual dari Sampel

Jumlah sampel (pedagang)	Jumlah cabai yang terjual (kg)
52	5-20
23	21-40

Sumber: Pasar Pinasungkulan Karombasan dan Pasar Bersahati (data diolah)

Jadi pedagang yang menjual cabai sebanyak 5-20 (lima sampai dua puluh) kilo gram per hari sebanyak 52 (lima puluh dua) sampel pedagang, dan yang menjual sebanyak 21-40 (dua puluh satu sampai empat puluh) kilo gram per hari sebanyak 23 (dua puluh tiga) sampel pedagang.

Harga Barang Pengganti /Substitusi

Barang pengganti adalah barang yang dapat menggantikan fungsi barang utama yang

di perlukan ketika barang utama tersebut susah ditemukan atau harganya melonjak naik menyebabkan konsumen lebih memilih untuk menggunakan atau mengkonsumsi barang pengganti. Dalam penelitian ini cabai keriting dijadikan sebagai barang pengganti dari cabai rawit.

Data yang di peroleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulut bahwa harga cabai keriting di Kota Manado dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa fluktuasi harga cabai kriting bergerak normal. Kenaikan dan penurunan harga yang terjadi tidak jauh dari batas harga normal. Kenaikan yang signifikan mulai terlihat pada minggu ke tiga puluh lima yaitu mencapai Rp. 46.314, dan pada minggu ke tiga puluh enam harga melonjak hingga Rp. 60.371. Harga kembali naik pada dua minggu terakhir dibulan desember.

Harga Barang Pelengkap

Masyarakat kota Manado rata-rata menyukai makanan pelengkap yaitu sambal yang biasa menemani setiap lauk pauk yang biasa disebut dabu-dabu oleh masyarakat Manado. Dabu-dabu adalah sambal dengan bahan dasar cabai rawit, tomat dan bawang merah serta garam. Dabu-dabu menjadi makanan yang barangkali tidak bisa di pisahkan dari lauk seperti ikan bakar, lalapan, gorengan, dan makanan lainnya. Tomat menjadi salah satu bahan pelengkap yang tidak boleh di lewatkan ketika membuat dabu-dabu, sehingga dalam penelitian ini tomat dijadikan sebagai bahan pelengkap yang akan di lihat tingkat harganya. Menurut data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulut bahwa harga tomat di Kota Manado dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 2. Harga Rata-rata Cabai Kriting Tahun 2015

Minggu	Harga (RP)	Minggu	Harga (RP)	Minggu	Harga (RP)	Minggu	Harga (RP)	Minggu	Harga (RP)
1	39942	11	25167	21	32733	31	26181	41	29219
2	27969	12	22158	22	32092	32	24214	42	36719
3	20792	13	20800	23	31142	33	25525	43	36414
4	17858	14	20225	24	25233	34	32119	44	32157
5	18467	15	17233	25	20981	35	46314	45	34525
6	19750	16	15875	26	20369	36	60371	46	34494
7	20900	17	20800	27	26631	37	43831	47	42663
8	22160	18	20225	28	20893	38	36938	48	47786
9	23442	19	17233	29	19781	39	35850		
10	27600	20	16530	30	28713	40	33936		

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan SULUT (data diolah)

Tabel 3. Harga Rata-rata Tomat Tahun 2015

Minggu	Harga (Rp)	Minggu	Harga (Rp)	Minggu	Harga (Rp)	Minggu	Harga (Rp)	Minggu	Harga (Rp)
1	47542	11	20317	21	44642	31	37506	41	35019
2	25767	12	27158	22	43950	32	46421	42	38669
3	19433	13	28430	23	38517	33	63169	43	41286
4	19467	14	23708	24	25317	34	70281	44	45836
5	20000	15	20658	25	21419	35	64886	45	49431
6	22992	16	20933	26	19175	36	59029	46	54969
7	21750	17	27683	27	21475	37	44725	47	72488
8	19900	18	23708	28	20893	38	42300	48	82357
9	23917	19	20658	29	40031	39	39743		
10	24458	20	24435	30	41338	40	36729		

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan SULUT (data diolah)

Dari Tabel 3 menunjukkan bahwa harga tomat mengalami kenaikan pada minggu ke tiga puluh delapan sampai pada minggu ke empat puluh delapan yaitu mencapai Rp 19.669 per kilogramnya.

Selera Masyarakat

Selera masyarakat secara tidak langsung mempengaruhi harga cabai. Dalam penelitian terdahulu di jelaskan bahwa selera merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang (Hasibuan. N. T: 2008). Jadi, jika dalam penelitian ini X_1 (permintaan) mempengaruhi harga, selera juga mempengaruhi harga. Namun dalam hal ini peneliti juga melakukan pengujian untuk mengetahui apakah selera berpengaruh terhadap harga. Cara pengujiannya dengan menjalankan kuesioner. Kuesioner yang di jalankan berisi pernyataan untuk mengetahui kebutuhan , selera, dan rentang waktu penggunaan cabai. Dari hasil kuesioner tersebut dapat memberi gambaran seberapa besar kebutuhan masyarakat terhadap cabai.

Harga Cabai

Seperti yang di jelaskan dalam latar belakang penelitian ini bahwa fluktuasi harga cabai sering menjadi masalah di kota Manado. Di bawah ini akan di lampirkan data perubahan harga cabai sepanjang tahun 2015 di kota manado di tarik rata-rata dalam 48 minggu. Data tersebut di lampirkan untuk melihat apakah X_1 (permintaan cabai), X_2 (harga barang substitusi), X_3 (harga barang pengganti), dan X_4 (selera masyarakat) mempengaruhi Y (harga cabai).

Dari Tabel 4 menunjukkan bahwa harga cabai rawit di tahun 2015 mengalami kenaikan yang sangat tinggi pada minggu ke tiga puluh empat

yaitu mencapai Rp 70.281 dan minggu ke empat puluh delapan yaitu mencapai Rp 82.357.

Hasil Analisis Data dengan SPSS Analisis Regresi Linier Bentuk LN (Logaritma Natural)

Tabel 5 menunjukan hasil data sebelum di transformasikan menjadi bentuk LN. Data hasil penelitian ini di ubah ke dalam bentuk LN. Pengubahan data ke bentuk LN dimaksudkan untuk meniadakan atau meminimalkan adanya pelanggaran asumsi normalitas dan asumsi klasik regresi. Jika data-data yang digunakan tidak terdistribusi secara normal atau terjadi penyimpangan asumsi klasik maka bisa dilakukan dengan pengubahan ke bentuk Ln ini. Persamaan regresi linier bentuk LN sebagai berikut:

$$LNY' = LNb0 + b1 LNX1 + b2 LNX2 + b3 LNX3 + b4 LNX4$$

(LNY' adalah variabel dependen yang diramalkan, $LNb0$ adalah konstanta, $b1, b2, b3, b4$ adalah koefisien regresi, dan $LNX1, LNX2, LNX3$, dan $LNX4$ adalah variabel independen).

Tabel 6 menunjukkan hasil pengolahan data dengan menggunakan spss setelah di transformasikan ke dalam bentuk LN.

Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil pada tabel di atas, rumusnya sebagai berikut:

$$Y = -3.368 + 1.185 X1 - 0.180 X2 + 0.902 X3 - 0.129 X4$$

Tabel 4. Harga Rata-rata Cabai Rawit Tahun 2015

Minggu	Harga (RP)	Minggu	Harga (RP)	Minggu	Harga (RP)	Minggu	Harga (RP)	Minggu	Harga (RP)
1	47542	11	20317	21	44642	31	37506	41	35019
2	25767	12	27158	22	43950	32	46421	42	38669
3	19433	13	28430	23	38517	33	63169	43	41286
4	19467	14	23708	24	25317	34	70281	44	45836
5	20000	15	20658	25	21419	35	64886	45	49431
6	22992	16	20933	26	19175	36	59029	46	54969
7	21750	17	27683	27	21475	37	44725	47	72488
8	19900	18	23708	28	20893	38	42300	48	82357
9	23917	19	20658	29	40031	39	39743		
10	24458	20	24435	30	41338	40	36729		

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan SULUT (data diolah)

Dari hasil regresi berganda menunjukkan:

- Nilai konstan (α) adalah -3.368 menyatakan jika banyaknya permintaan, harga barang pengganti, harga barang pelengkap, dan selera adalah nol, harga cabai rawit dapat mencapai -3.368.
- Koefisien regresi X1 adalah 1.185 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% pada banyaknya permintaan akan meningkatkan harga cabai rawit sebesar 118.5%.
- Koefisien regresi X2 adalah -.180 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% pada harga barang pelengkap akan menurunkan harga cabai rawit sebesar 18%.
- Koefisien regresi X3 adalah .902 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% pada harga barang pengganti akan meningkatkan harga cabai rawit sebesar 90.2%.
- Cabai kriting (X3) $t_{hitung} = 7.085 > 1.681 t_{tabel}$ yang berarti cabai kriting sebagai barang substitusi berpengaruh terhadap harga cabai(Y)
- selera (X4) $t_{hitung} = -1.000 < 1.681 t_{tabel}$ yang berarti selera tidak berpengaruh terhadap harga cabai(Y).
- Hasil dari Tabel 8 dapat dilihat bahwa demand dan cabai keriting berpengaruh
- terhadap harga cabai. Koefisien regresi X4 adalah -.129 menyatakan bahwa setiap penambahan
- 1% pada selera akan menurunkan harga cabai rawit sebesar 12.9%.

Dapat disimpulkan, bahwa banyaknya permintaan memiliki pengaruh lebih besar terhadap harga cabai rawit (118.5%) daripada variabel yang lain.

- hasil dari uji f untuk f_{hitung} adalah 37.545, f_{tabel} menggunakan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$, dan $df1=(k-1)$ atau $5-1=4$, $df2=(n-k-1)$ atau $48-5-1=42$
- hasil dari f_{tabel} adalah 2.59
- $f_{hitung} 37.545 > 2.59 f_{tabel}$ yang berarti permintaan/demand (X1), tomat(X2), cabai keriting (X3), dan selera(X4) mempengaruhi harga cabai rawit (Y).

Dari hasil Tabel 8 dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk setiap variabel independen, permintaan/demand (X1) $t_{hitung} = 4.153 > 1.681 t_{tabel}$ yang berarti demand berpengaruh terhadap harga cabai(Y). Tomat (X2) $t_{hitung} = -2.687 < 1.681$ yang berarti tomat sebagai barang complement tidak berpengaruh terhadap harga cabai(Y). Cabai kriting (X3) $t_{hitung} = 7.085 > 1.681 t_{tabel}$ yang berarti cabai kriting sebagai barang substitusi berpengaruh terhadap harga cabai(Y). selera (X4) $t_{hitung} = -1.000 < 1.681 t_{tabel}$ yang berarti selera tidak berpengaruh terhadap harga cabai(Y).

Tabel 5. Hasil Output Data Regresi Sebelum LN

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-32242,389	12966,829		-2,487	,017
Demand	5,374	1,357	,448	3,959	,000
1 Tomat	-,744	,344	-,217	-2,162	,036
keriting	1,007	,174	,594	5,787	,000
Selera	-548,039	539,258	-,083	-1,016	,315

a. Dependent Variable: Cabai

Koefisien korelasi teridentifikasi oleh $R = 0.882$. Hal ini berarti permintaan cabai, barang pelengkap, barang pengganti, dan selera memiliki hubungan positif yang sangat kuat dengan harga cabai.

Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil pengujian menggunakan spss 21.0 dapat dilihat bahwa nilai R^2 adalah 0.757 yang berarti bahwa variabel X_1 (demand), X_2 (barang komplemen), X_3 (barang substitusi), X_4 (selera) berkontribusi 75.6% terhadap harga cabai dan sisanya 24.3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Elastisitas Harga

Selisih Permintaan dan Selisih Harga Cabai Rawit dapat dilihat pada Tabel 10. Tabel 10 kemudian akan di formulasikan ke dalam rumus elastisitas sebagai berikut:

$$Ep = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

Untuk menentukan ΔQ , terlebih dahulu menghitung total selisih perubahan permintaan dibagi jumlah total permintaan kemudian di kalikan dengan 100% yang di formulasikan sebagai berikut :

$$\Delta Q = \frac{\text{jumlah total selisih permintaan}}{\text{jumlah total rata-rata permintaan}} \cdot 100\%$$

$$\Delta Q = \frac{26.1}{222} \cdot 100\%$$

$$\Delta Q = 0.117 \cdot 100\%$$

$$\Delta Q = 11.7 \%$$

Selanjutnya menentukan ΔP , terlebih dahulu menghitung total selisih perubahan harga dibagi jumlah total harga kemudian di kalikan dengan 100% yang di formulasikan sebagai berikut :

$$\Delta P = \frac{\text{jumlah total selisih harga}}{\text{jumlah total harga}} \cdot 100\%$$

$$\Delta P = \frac{134.643}{431.130} \cdot 100\%$$

$$\Delta P = 0.312 \cdot 100\%$$

$$\Delta P = 31,2 \%$$

Setelah di ketahui hasil dari $\Delta Q = 23.6 \%$ dan $\Delta P = 31,2 \%$, selanjutnya di formuasikan ke dalam rumus elastisitas sebagai berikut :

$$EP = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

$$EP = \frac{0.117}{0.312} \cdot \frac{40000}{469728}$$

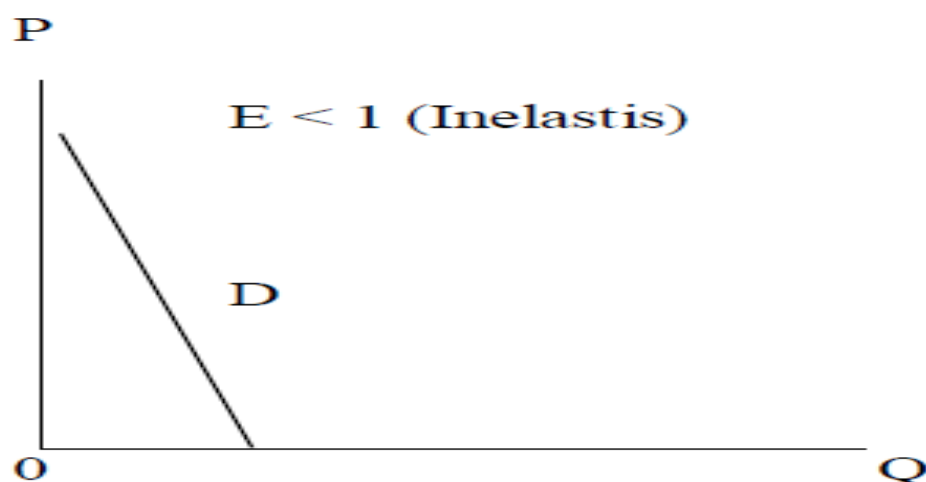
$$EP = \frac{4680}{146555.14}$$

$$EP = 0.032$$

Dari hasil tersebut di ketahui bahwa nilai elastisitas harga adalah $0.032 < 1$. $E < 1$ menandakan hasilnya inelastis, artinya kenaikan harga sebesar 1 persen hanya diikuti penurunan jumlah yang diminta kurang dari satu persen, sebaliknya penurunan harga sebesar 1 persen menyebabkan kenaikan jumlah barang yang diminta kurang dari 1 persen. Dengan demikian hasilnya dapat dilihat pada Gambar 1.

Penjelasan untuk setiap elastisitas harga permintaan dapat dilihat pada Tabel 11.

Gambar 4.1. Kurva Inelastis



Tabel 6. Hasil Output Data Regresi Sebelum LN

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,368	,945		-3,564	,001
LnDemand	1,185	,285	,393	4,153	,000
LnTomat	-,180	,067	-,232	-2,687	,010
LnKeriting	,902	,127	,676	7,085	,000
LnSelera	-,129	,129	-,074	-1,000	,323

a. Dependent Variable: LnCabai

Tabel 7. Hasil Ouput Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,240	4	,310	37,545	,000 ^b
Residual	,355	43	,008		
Total	1,595	47			

a. Dependent Variable: LnCabai

b. Predictors: (Constant), LnSelera, LnTomat, LnDemand, LnKeriting

Tabel 8. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,368	,945		-3,564	,001
LnDemand	1,185	,285	,393	4,153	,000
LnTomat	-,180	,067	-,232	-2,687	,010
LnKeriting	,902	,127	,676	7,085	,000
LnSelera	-,129	,129	-,074	-1,000	,323

a. Dependent Variable: LnCabai

Tabel 9. Hasil Output Koefisien Korelasi Berganda (R)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,882 ^a	,777	,757	,09086

a. Predictors: (Constant), LnSelera, LnTomat, LnDemand, LnKeriting

b. Dependent Variable: LnCabai

Tabel 10. Selisih Permintaan Dan Selisih Harga Cabai Rawit

Bulan	Demand (kg)	ΔQ		Bulan	Price (Rp)	ΔP
1	17.1			1	28082	
		0.4				6.922
2	17.5			2	21160	
		0.9				2.803
3	16.6			3	23963	
		4.2				530
4	20.8			4	23433	
		5				688
5	15.8			5	24121	
		3.3				13.985
6	19.1			6	38106	
		0				17.366
7	19.1			7	20240	
		1.6				20.584
8	17.5			8	41324	
		1.7				23.017
9	15.8			9	64341	
		6.3				23.467
10	22.1			10	40874	
		3.6				672
11	18.5			11	40202	
		3.6				24.609
12	22.1			12	64811	
Jumlah	222	26.1		Jumlah	431130	134.643

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa harga cabai rawit di kota Manado dipengaruhi oleh banyaknya permintaan akan cabai itu sendiri, harga barang substitusi (harga cabai kriting), harga barang pelengkap (harga tomat), dan selera masyarakat. Namun yang sangat signifikan berpengaruh adalah permintaan terhadap cabai itu sendiri dan harga barang substitusi (harga cabai kriting). Hasil analisis elastisitas menunjukkan bahwa berapapun harga cabai rawit di kota Manado tetap akan dibeli oleh masyarakat sebagai konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disarankan bahwa produksi cabai rawit untuk lebih ditingkatkan karena berapapun harga cabai rawit tidak mempengaruhi daya beli konsumen di kota Manado.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih belum bias dikatakan sempurna, untuk itu penulis berharap agar dilakukan penelitian lanjut tentang harga cabai.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Buchari Alma, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Convelo G. Cevilla, dkk., 2000. *Pengantar Metode Penelitian*, Jakarta : Universitas Indonesia.
- Djaslim Saladin, 2001, *“Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian”*. Penerbit :Lindakarya, Bandung.
- Henry Simamora, *“Akuntansi Manajemen”*, edisi 2, UPP AMP YKPN, Jakarta: 2002.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, 2004, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, PT. Indeks, Jakarta.
- Maya Akbar, 2013. Petunjuk Praktis Budidaya Pertanian. Jurnal aspek produksi agribisnis pertanian. Vol.2 No.1 January-July 2013.
- McEachern. 2000. *Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat
- Mudrajad Kuncoro dan Suhardjono. 2001. *Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Nazir M. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Prajnanta, F. 1999. *Agribisnis Cabai Hibrida*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Pratama A. Septian., 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Setelah Relokasi Di Pasar Purwoyoso Kecamatan Ngaliyan Semarang. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri. Semarang.
- Rahardja. 2008. *Manurung. Pengantar Ilmu Ekonomi (Microekonomi dan macroekonomi)* edisi revisi. Jakarta: FEUI
- Rofieq, Mochammad. 2002. *Jurnal - ilmiah nasional*. Dalam koleksi: Jurnal Penelitian Edisi Ilmu-Ilmu Teknik vol. XIII no. 1
- Santika, A. 1999. *Agribisnis Cabai*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sekaran Uma., 2006. *Research Methods for Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, buku 2, Jakarta : Salemba Empat.
- Sentosa, P.B dan Ashari, 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*, ANDI, Yogyakarta.
- Setiadi. 2008. *Bertanam Cabai* (Edisi Revisi). Cetakan XXV. Jakarta: Penebar swadaya
- Sevilla, Consuelo G. et. al (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City.
- Stanton dan William. J, 2000, *Prinsip Pemasaran*, Edisi Revisi, Erlangga, Jakarta.
- Sugiarto, dkk., 2000. *EKONOMI MIKRO Sebuah Kajian Komprehensif*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta, Bandung
- Sukirno, S. 2005. *Pengantar Mikroekonomi*. Edisi Ketiga. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sukirno dan Sadono. 2008. *Mikro Ekonomi : Teori Pengantar*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Tjiptono dan Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.
- Wahyudi. 2011. *Panen Cabai Sepanjang Tahun*. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Winardi J, Paul A. 2009. Penerbit Budi Kemuning. Pengantar ilmu ekonomi: pembahasan buku: *Economics; an introductory analysis*. Jakarta.
- Wiranta, S. 2008. *Ekonomi Industri*. Penerbit Alfabeta. Bandung.