

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Keadaan Umum Kabupaten Semarang

4.1.1. Kondisi geografis

Kabupaten Semarang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang secara geografis terletak antara $110^{\circ}14'54,75''$ sampai dengan $110^{\circ}39'3''$ BT dan $7^{\circ}3'57''$ sampai dengan $7^{\circ}30'$ LS. Kabupaten Semarang mempunyai luas wilayah sebesar 95,020,67 ha (Badan Pusat Statistika Kabupaten Semarang, 2018). Luas wilayah Kabupaten Semarang (Tabel 1) terdiri dari 23.745,96 ha merupakan lahan peranian sawah dan 37.072,69 ha adalah lahan pertaian bukan sawah, sedangkan sisanya sebesar 34,020,02 ha merupakan lahan bukan pertanian (Badan Pusat Statistika Kabupaten Semarang, 2018). Batas – batas wilayah Kabupaten Semarang adalah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kota Semarang
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Grobogan, Kabupaten Demak dan Kabupaten Boyolali.
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Boyolali
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Kendal, Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Magelang

Secara Administratif Kabupaten Semarang terbagi menjadi 19 kecamatan antara lain Kecamatan Getasan, Kecamatan Susukan, Kecamatan Kaliwungu,

Kecamatan Tuntang, Kecamatan Pabelan, Kecamatan Jambu, Kecamatan Banyubiru, Kecamatan Sumowono, Kecamatan Ambarawa, Kecamatan Bawen, Kecamatan Bandungan, Kecamatan Beringin, Kecamatan Suruh, Kecamatan Tengaran, Kecamatan Bancak, Kecamatan Bregas, Kecamatan Pringapus, Kecamatan Ungaran barat dan Kecamatan Ungaran Timur.

Kecamatan paling luas adalah Kecamatan Pringapus dengan luas 7.834,72 ha dan luas kecamatan terkecil adalah Kecamatan Ambarawa dengan luas 2.822,10 ha. Kabupaten Semarang terbagi menjadi 208 desa, 27 kelurahan, 1.606 RW dan 6.724 RT (Badan Pusat Statistika Kabupaten Semarang, 2018).

Tabel 3. Luas Penggunaan Lahan Setiap Kecamatan di Kabupaten Semarang Tahun 2017.

Kecamatan	Lahan Pertanian		Lahan Bukan Pertanian	Jumlah
	Sawah	Bukan Sawah		
	-----ha-----			
Getasan	64,36	4.021,74	2.493,45	6.579,55
Tengaran	866,58	1.878,85	1.984,12	4.729,55
Susukan	1.941,65	1.669,72	1.275,23	4.886,60
Kaliwungu	1.108,75	778,71	1.107,54	2.995
Suruh	2.933,76	1.510,69	1.957,06	6.401,51
Pabelan	2.312,61	1.097,27	1.387,72	4.797,60
Tuntang	1.460,44	2.001,47	2.162,29	5.624,20
Banyubiru	1.225	2.215	2.001,45	5.441,45
Jambu	461	3.969,01	732,99	5.163
Sumowono	729,73	3.612,44	1.221,02	5.563,19
Ambarawa	921,65	653,74	1.246,71	2.822,10
Bandungan	1.556	1.389	1.878,30	4.823,30
Bawen	1.099,58	1.854,99	1.702,43	4.657
Bringin	2.041,70	1.980,49	2.166,91	6.189,10
Bancak	1.186,84	940,96	2.256,75	4.384,55
Pringapus	1.254,93	3.037,58	3.542,21	7.834,72
Bregas	1.001,37	1.719,88	2.011,85	4.733,10
Ungaran Barat	912,54	1.399,81	1.283,70	3.596,05
Ungaran Timur	667,47	1.341,34	1.790,29	3.799,10
Total	23.745,96	37.072,69	34.202,02	95.020,67

Sumber : Badan Pusat Statistika Kabupaten Semarang, 2018

4.1.2. Kondisi demografis

Kondisi demografis merupakan kondisi yang menjelaskan mengenai data kependudukan. Data kependudukan digunakan oleh pemerintah maupun swasta untuk bahan perencanaan suatu kegiatan dan evaluasi hasil pembangunan. Data kependudukan merupakan data pokok yang digunakan di setiap aspek perencanaan pembangunan baik di bidang ekonomi, sosial, politik dan pertanian sebagai subjek maupun objek dari suatu pembangunan.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin setiap Kecamatan di Kabupaten Semarang Tahun 2017.

Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
	-----jiwa-----		
Getasan	25.127	25.902	51.029
Tengaran	36.172	35.082	71.254
Susukan	21.861	22.152	44.013
Kaliwungu	12.863	13.787	26.650
Suruh	29.909	30.500	60.409
Pabelan	19.829	19.961	39.790
Tuntang	32.392	33.473	65.865
Banyubiru	21.545	21.560	43.105
Jambu	19.420	19.828	39.248
Sumowono	15.524	15.268	30.792
Ambarawa	31.202	31.449	62.651
Bandungan	28.692	28.537	57.229
Bawen	30.649	31.582	62.231
Bringin	21.234	21.835	43.069
Bancak	9.795	10.299	20.094
Pringapus	26.914	30.430	57.344
Bergas	39.489	45.533	85.022
Ungaran Barat	41.620	43.937	85.557
Ungaran Timur	40.583	41.554	82.137
Total	504.820	522.669	1.027.489

Sumber : Badan Pusat Statistika Kabupaten Semarang, 2018.

Jumlah penduduk Kabupaten Semarang tahun 2017 adalah 1.027.489 jiwa. Jumlah penduduk perempuan lebih banyak daripada penduduk laki-laki yaitu berjumlah 522.669 jiwa (50,87%) sedangkan penduduk laki-laki berjumlah 504.820 jiwa (49,13%). Penduduk terbanyak di Kecamatan Ungaran Barat sebanyak 85.557 jiwa (8,33%) dan kecamatan dengan jumlah penduduk paling sedikit adalah Kecamatan Bancak sebanyak 20.094 jiwa (1,96%).

Tabel 5. Kepadatan Penduduk dan Jumlah Rumah Tangga setiap Kecamatan di Kabupaten Semarang, 2017.

Kecamatan	Luas Area ---km ² ---	Kepadatan Penduduk ---jiwa/km ² ---
Getasan	65,80	776
Tengaran	47,30	1.506
Susukan	48,87	901
Kaliwungu	29,95	890
Suruh	64,02	944
Pabelan	47,97	829
Tuntang	56,24	1.171
Banyubiru	54,41	792
Jambu	51,63	760
Sumowono	55,63	554
Ambarawa	28,22	2.220
Bandungan	48,23	1.187
Bawen	46,57	1.336
Bringin	61,89	696
Bancak	43,85	458
Pringapus	78,35	732
Bergas	47,33	1.796
Ungaran Barat	35,96	2.379
Ungaran Timur	37,99	2.162
Total	950,21	

Sumber : Badan Pusat Statistika Kabupaten Semarang, 2018.

Luas area Kabupaten Semarang adalah 950,21 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 1.027.489 jiwa (Tabel 2), maka dapat dihitung kepadatan penduduk di Kabupaten Semarang tahun 2017 sebesar 1.081 jiwa setiap satu kilo

meter. Data Badan Pusat Statistika Kabupaten Semarang (2018) menyatakan bahwa angka kepadatan penduduk dalam kurun waktu 5 tahun (2013-2017) selalu mengalami kenaikan seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk. Penyebaran penduduk di Kabupaten Semarang juga belum merata. Kecamatan Ungaran Barat merupakan kecamatan terpadat yaitu 2.379 jiwa/km² sedangkan kecamatan dengan kepadatan paling sedikit adalah Kecamatan Bancak sebesar 458 jiwa/km². Kepadatan penduduk adalah perbandingan antara jumlah penduduk dengan luas wilayah yang dihuni (Mantra, 2007). Wilayah dengan kepadatan penduduk tinggi akan mempengaruhi kualitas hidup penduduknya seperti meningkatnya kebutuhan pangan di wilayah tersebut (Christiani, 2014).

Tabel 6. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Semarang Tahun 2017

Umur	Laki	Perempuan	Jumlah	Persentase
---tahun---	-----jiwa-----			---%---
00 – 04	40.466	38.442	78.908	7,68
05 – 09	40.782	38.117	78.899	7,68
10 – 14	39.312	37.396	76.708	7,47
15 – 19	41.268	42.675	83.943	8,17
20 – 24	42.645	46.556	89.201	8,68
25 – 29	38.886	40.168	79.054	7,69
30 – 34	36.055	37.639	73.694	7,17
35 – 39	36.481	38.332	74.813	7,28
40 – 44	36.288	37.200	73.488	7,15
45 – 49	34.245	35.693	69.938	6,81
50 – 54	31.967	33.956	65.923	6,42
55 – 59	27.655	28.588	56.243	5,47
60 – 64	19.840	20.104	39.944	3,89
65 – 69	13.937	15.192	29.129	2,83
70 – 74	10.503	12.854	23.357	2,27
75 +	14.490	19.757	34.247	3,33
Jumlah	504.820	522.669	1.027.489	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistika Kabupaten Semarang, 2018

Penduduk di Kabupaten Semarang paling banyak berumur 20-24 tahun berjumlah 89.201 jiwa (8,68%) dan paling sedikit berumur 70-74 tahun yaitu sebanyak 23.357 jiwa (2,27%). Menurut Undang-Undang Nomor 13. Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan yaitu penduduk yang berumur di atas 15 tahun merupakan penduduk usia kerja. Ada sebanyak 792.974 jiwa (77,18%) penduduk Kabupaten Semarang yang termasuk kedalam penduduk usia kerja tahun 2017. Penduduk usia produktif adalah 15 tahun sampai dengan 64 tahun (Maryati, 2015).

Tabel 7. Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas Menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Semarang Tahun 2017

Lapangan Usaha	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
	-----jiwa-----		
Sektor Primer	90.944	58.482	149.426
Sektor Sekunder	58.013	110.125	168.138
Sektor Tersier	168.741	109.992	278.733
Total	317.698	278.599	596.297

Sumber : Badan Pusat Statistika Kabupaten Semarang, 2018

Lapangan usaha sektor primer antara lain pertanian, perkebunan, kehutanan dan perikanan. Sektor sekunder antara lain industri pengolahan, listrik, gas, air dan konstruksi sedangkan sektor tersier adalah perdagangan, angkutan dan komunikasi, keuangan, dan jasa.

4.2. Karakteristik Responden

Gambaran secara umum konsumen cabai rawit merah di Kabupaten Semarang yang dijadikan responden pada penelitian ini. Karakteristik responden yang dibahas antara lain usia responden, pendidikan terakhir responden, pekerjaan responden, pendapatan responden, tempat pembelian cabai rawit merah oleh

responden, jumlah anggota keluarga responden dan frekuensi pembelian cabai rawit merah oleh responden selama satu bulan.

Tabel 8. Jumlah dan Persentase Karakteristik Responden di Kabupaten Semarang

No.	Indikator	Jumlah ---jiwa---	Persentase ---%---
1.	Usia (tahun)		
	20 – 30	8	8,89
	31 – 40	21	23,33
	41 – 50	28	31,11
	51 – 60	30	33,33
	61 – 70	3	3,33
2.	Pendidikan Terakhir		
	Tidak Tamat SD	2	2,22
	SD	15	16,67
	SMP	17	18,89
	SMA	40	44,44
	Diploma	3	3,33
	Sarjana	13	2,22
3.	Pekerjaan		
	Ibu Rumah Tangga	54	60,00
	Wiraswasta /Pedagang	14	15,56
	Karyawan/buruh	18	20,00
	Guru	3	3,33
	Petani	1	1,11
4.	Frekuensi Pembelian Cabai Rawit Merah (Kg/bulan)		
	1 – 10	39	43,33
	11 – 20	25	27,78
	21 – 30	26	28,89
5.	Tempat Pembelian Cabai Rawit Merah		
	Sayur Keliling	49	54,44
	Warung	25	27,78
	Pasar Tradisional	16	17,78
6.	Pendapatan (Rp/bulan)		
	1.000.000 – 2.000.000	22	24,44
	>2.000.000 – 3.000.000	50	55,56
	>3.000.000 – 4.000.000	12	13,33
	>4.000.000 – 5.000.000	5	5,56
	>5.000.000	1	1,11
7.	Jumlah Anggota Keluarga (jiwa)		
	1 – 3	21	23,33
	4 – 5	63	70,00
	6 – 7	6	6,67

Responden adalah responden perempuan atau ibu rumah tangga di Kabupaten Semarang. Jenis kelamin dapat mempengaruhi permintaan seseorang terhadap suatu barang yang berhubungan dengan kebutuhan dan selera seseorang. Ibu rumah tangga atau perempuan biasanya lebih mengetahui cabai rawit merah mengenai harga, tempat pembelian dan frekuensi pembelian dalam satu bulan.

Usia responden paling banyak adalah berusia 51 – 60 tahun yaitu sebesar 33,33% dan paling sedikit adalah responden yang 61 – 70 tahun yaitu sebesar 3,33%. Usia responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dibatasi hanya orang dewasa atau berusia diatas 20 tahun.

Salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang adalah usia seseorang. Usia konsumen dapat berkaitan dengan kebutuhan dan selera terhadap barang tersebut. Semakin tua usia konsumen maka konsumen akan cenderung memperhatikan kesehatan dan kandungan dalam makanan tersebut sehingga hal tersebut mempengaruhi jenis makanan yang akan dibelinya. Hal ini sesuai dengan pendapat Widodo (2013) yang menyatakan bahwa usia seseorang menyebabkan perubahan preferensi dan selera konsumen.

Pendidikan merupakan suatu aspek yang penting bagi kehidupan masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya. Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir responden yang paling banyak adalah SMA yaitu berjumlah 40 jiwa atau sebesar 44,44% dari total responden. Sedangkan, responden paling sedikit adalah tidak tamat SD yaitu 2 jiwa atau hanya 2,22%. Pendidikan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh

terhadap permintaan suatu barang yang berhubungan dengan pengetahuan responden mengenai tujuan dari mengkonsumsi suatu barang. Hal ini sesuai dengan pendapat Widodo (2013) yang menyatakan bahwa pendidikan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap permintaan suatu barang karena pendidikan berhubungan dengan kesadaran seseorang terhadap pangan yang dikonsumsi dengan kesehatannya.

Pekerjaan merupakan sumber utama responden memperoleh pendapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut pendapat Kotler dan Keller (2007) bahwa pekerjaan mempengaruhi barang dan jasa yang akan dibeli. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dibedakan menjadi lima yaitu ibu rumah tangga, wiraswasta/pedagang, karyawan/buruh, guru dan petani. Responden paling banyak adalah ibu rumah tangga sebanyak 54 jiwa atau 60%. Ibu rumah tangga memiliki fungsi menentukan pengeluaran belanja keluarga. Menurut Raharjani (2005) bahwa ibu rumah tangga berpengaruh besar dalam keputusan belanja dalam suatu keluarga. Buruh/karyawan dan wiraswasta/pedagang menempati urutan kedua dan ketiga yaitu sebanyak 20% dan 15,56%.

Setiap responden memiliki perbedaan dalam frekuensi pembelian cabai rawit merah. Perbedaan tersebut terjadi karena setiap responden mengetahui kebutuhan dan preferensi responden terhadap barang tersebut. Sebagian besar rumah tangga membeli cabai rawit merah sebanyak 1 sampai dengan 10 kali dalam satu bulan dengan persentase sebesar 43,33%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar rumah tangga memilih tidak membeli cabai rawit merah setiap hari dikarenakan cabai rawit merah mudah busuk. Sebanyak 26 responden atau sebesar

28,89% responden memilih membeli cabai rawit merah 21 – 30 kali dalam satu bulan karena banyaknya anggota keluarga sehingga kebutuhan cabai rawit merah juga besar dan selera konsumen. Semakin banyak konsumen menyukai makanan pedas maka semakin banyak atau semakin sering konsumen tersebut membeli cabai rawit merah.

Jarak antara rumah konsumen dengan tempat membeli cabai rawit merah dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Seseorang lebih memilih membeli cabai rawit merah di tempat yang lebih dekat dengan rumahnya. Sebanyak 49 jiwa atau 54,44% responden memilih membeli cabai rawit merah di tukang sayur keliling. Tukang sayur keliling lebih dipilih karena responden tidak perlu pergi jauh untuk memperoleh cabai rawit merah walaupun harganya sedikit lebih mahal. Responden yang memilih membeli cabai rawit merah di pasar tradisional hanya sebanyak 16 jiwa atau 17,78%. Hal ini dikarenakan tidak semua responden setiap harinya pergi ke pasar tradisional dan jarak pasar tradisional dari rumah yang cukup jauh yang menjadi pertimbangan.

Pendapatan rumah tangga merupakan seluruh penghasilan dari anggota keluarga. Pendapatan rumah tangga digunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya. Pendapatan responden paling banyak adalah >2.000.000 sampai dengan 3.000.000 rupiah/bulan sebanyak 50 jiwa dengan persentase 55,56%. Pendapatan 1.000.000 – 2.000.000 rupiah/bulan sebanyak 24,44%, pendapatan >3.000.000 – 4.000.000 rupiah/bulan sebesar 13,33%, sebanyak 5,56% responden memiliki pendapatan sebesar >4.000.000 – 5.000.000 rupiah/bulan sedangkan 1,11% responden memiliki pendapatan sebesar >5.000.000.

Jumlah anggota keluarga merupakan salah satu faktor pengaruh permintaan seseorang terhadap suatu barang. Semakin banyak anggota keluarga maka permintaan akan suatu barang juga banyak karena untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa sebanyak 23,33% responden memiliki anggota keluarga sebanyak 1 – 3 jiwa, sebanyak 70% responden memiliki anggota keluarga sebanyak 4 – 5 jiwa, sedangkan sebanyak 6,67% responden memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 6 – 7 jiwa.

Produksi cabai rawit merah di Kabupaten Semarang sebanyak 95,23 ton. Produksi cabai rawit ini mampu memenuhi kebutuhan konsumen di Kabupaten Semarang terhadap permintaan cabai rawit merah. Produksi cabai rawit merah di Kecamatan Getasan merupakan yang tertinggi di Kabupaten Semarang dan Kecamatan Pringapus merupakan kecamatan dengan produksi terendah.

4.3. Permintaan Cabai Rawit Merah di Kabupaten Semarang

Permintaan cabai rawit merah merupakan jumlah cabai rawit merah yang sudah dibeli oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan seluruh anggota keluarganya dalam satu bulan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil seperti pada tabel 9.

Tabel 9. Jumlah Permintaan Cabai Rawit Merah Perbulan

Jumlah Permintaan ---kg---	Jumlah ---jiwa---	Persentase ---%---
0,1 – 0,5	23	25,56
>0,5 – 1,0	47	52,22
>1,0 – 1,5	16	17,78
>1,5 – 2,0	4	4,44
Jumlah	90	

Responden paling banyak 52,22% mengkonsumsi cabai rawit merah sebanyak >0,5 sampai dengan 1,0 kg perbulan. Sedangkan responden paling sedikit adalah 4,44% mengkonsumsi cabai rawit sebanyak >1,5 kg sampai dengan 2,0 kg perbulan. Rata – rata permintaan cabai rawit merah adalah 0,81 kg perbulan.

Permintaan cabai rawit merah di Kabupaten Semarang sebesar 0,2 kg/kap/bulan atau 2,4 kg/kap/tahun. Sedangkan menurut Kementerian Pertanian (2019) menyatakan bahwa konsumsi cabai rawit merah nasional pada tahun 2019 sebesar 1,46 kg/kap/tahun. Konsumsi cabai rawit merah Kabupaten Semarang tergolong tinggi karena lebih besar daripada konsumsi cabai rawit tingkat nasional.

4.3.1. Faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit merah

Permintaan cabai rawit merah dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain : harga cabai rawit merah, harga cabai rawit keriting, jumlah anggota keluarga, pendapatan konsumen dan selera konsumen. Tabel 8 merupakan hasil analisis data menggunakan *software IBM Statistics SPSS 23* yang menjelaskan mengenai gambaran dari variabel – variabel penelitian.

Penelitian ini menggunakan sebanyak 90 sampel responden. Nilai *Mean* menjelaskan nilai rata – rata dari data yang ada. Nilai *Std. Deviation* merupakan nilai statistik yang digunakan untuk menentukan bagaimana sebaran data dalam sampel dan seberapa dekat titik data individu ke rata – rata nilai sampel. Nilai minimum merupakan nilai terendah pada suatu data dalam sampel data. Nilai maksimum merupakan nilai tertinggi pada suatu data di dalam sampel data.

Tabel 10. Variabel – Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
Variabel	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
X ₁	90	79055,56	3353,218	70000	85000
X ₂	90	70533,33	3570,163	62000	78000
X ₃	90	2683333,33	840979,899	1500000	5500000
X ₄	90	4,12	,946	2	7
X ₅	90	,79	,410	0	1

Keterangan :

X₁ = Variabel Harga Cabai Rawit Merah (Rp/kg)

X₂ = Variabel Harga Cabai Merah Keriting (Rp/kg)

X₃ = Variabel Pendapatan Rumah Tangga (Rp/bulan)

X₄ = Variabel jumlah Anggota Keluarga (jiwa)

X₅ = Variabel Selera (1 = suka dan 0 = kurang suka)

4.3.1.1. Harga cabai rawit merah

Hasil penelitian pada Tabel 9 dapat diketahui bahwa harga cabai rawit merah paling murah yang dibeli responden adalah Rp 70.000/kg dan harga cabai rawit merah paling mahal yang dibeli responden adalah Rp 85.000/kg. Harga rata – rata cabai rawit merah adalah Rp 79.055,56/kg. Harga cabai rawit merah pada lokasi penelitian cenderung lebih mahal karena menurut Sistem Informasi Harga dan Produk Komoditi Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019 bahwa harga cabai rawit merah di pasar di Kabupaten Semarang per tanggal 16 Agustus 2019 berkisar Rp 77.500/kg.

Kenaikkan harga cabai rawit merah dapat mempengaruhi tinggi atau rendahnya permintaan cabai rawit merah tersebut. Jika harga cabai rawit merah mengalami kenaikan maka konsumen cenderung mengurangi jumlah permintaan cabai rawit merah. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiarto (2005) yang menyatakan bahwa sesuai dengan hukum permintaan, jika harga suatu barang mengalami kenaikan, maka mengakibatkan penurunan jumlah permintaan akan barang tersebut dengan asumsi dalam keadaan ceteris paribus (faktor lain tetap). Sesuai dengan pendapat Sudarman (2000) menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta akan berubah secara berlawanan dengan perubahan harga.

4.3.1.2. Harga cabai merah keriting

Hasil penelitian pada Tabel 9. dapat diketahui hasil bahwa harga cabai merah keriting (X_2) menunjukkan hasil nilai minimum Rp 62.000/kg dan nilai nilai maksimum sebesar Rp 78.000/kg. Harga rata – rata cabai merah keriting adalah Rp 70.533,33/kg dan Std. Deviasi sebesar 84.0979,89. Harga cabai merah keriting di lokasi penelitian lebih murah karena menurut Sistem Informasi dan Harga Produk Komoditi Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019 bahwa harga cabai merah keriting di Kabupaten Semarang per tanggal 16 Agustus 2019 berkisar Rp 72.500/kg sehingga terdapat selisih harga sebesar Rp 1.966,67/kg.

Harga cabai merah keriting ikut mempengaruhi harga cabai rawit merah karena cabai merupakan salah satu bahan masakan yang paling diminati oleh masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat Rahardja dan Manurung (2008) yang menyatakan bahwa permintaan suatu barang dipengaruhi oleh harga barang lain.

Hal ini juga sesuai dengan pendapat Sukirno (2011) yang menyatakan bahwa kenaikan harga barang lain dapat meningkatkan atau menurunkan permintaan akan suatu barang tergantung dari barang itu sendiri apakah barang substitusi atau barang komplementer. Menurut Sudarman (2000) bahwa dua barang dikatakan berhubungan secara melengkapi apabila naiknya harga salah satu barang mengakibatkan turunnya permintaan barang lain, sedangkan dua barang dikatakan berhubungan secara mengganti jika naiknya harga salah satu barang mengakibatkan naiknya permintaan terhadap barang lain.

4.3.1.3. Pendapatan konsumen rumah tangga

Pendapatan konsumen rumah tangga terendah sebesar Rp 1.500.000/bulan dan pendapatan konsumen rumah tangga paling tinggi adalah sebesar Rp 5.500.000/bulan. Nilai rata – rata pendapatan konsumen rumah tangga adalah Rp 2.683.333,33/bulan. Nilai rata – rata pendapatan konsumen rumah tangga tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) Semarang. Berdasarkan Keputusan Gubernur SK No. 560/68 Tahun 2019 diketahui bahwa upah minimum Kabupaten Semarang adalah sebesar Rp 2.055.000.

Pendapatan konsumen berhubungan dengan permintaan suatu barang. Perubahan pendapatan mendorong konsumen untuk mengubah permintaan akan barang kebutuhannya. Apabila pendapatan konsumen naik maka kecenderungannya konsumsi suatu barang juga meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Sudarman (2000) yang menyatakan bahwa semakin besar penghasilan seseorang maka semakin besar permintaannya terhadap suatu barang dan

sebaliknya. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Sugiarto (2005) yang menyatakan bahwa pendapatan konsumen yang tinggi dapat meningkatkan konsumsi konsumen terhadap suatu barang.

4.3.1.4. Jumlah anggota keluarga

Hasil penelitian pada Tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai minimum jumlah anggota keluarga adalah 2 jiwa dan nilai maksimum jumlah anggota keluarga adalah 7 jiwa. Nilai rata – rata adalah 4,12 atau 4 jiwa/rumah tangga dan nilai Std. Deviasi sebesar 0,95 atau 1,00.

Jumlah anggota keluarga konsumen akan mempengaruhi banyaknya kebutuhan cabai rawit merah yang harus dipenuhi keluarga tersebut. Jumlah anggota berhubungan secara positif terhadap permintaan suatu barang. Kecenderungannya adalah apabila semakin banyak jumlah anggota keluarga konsumen maka jumlah permintaan cabai rawit merah akan semakin meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Sukirno (2008) yang menyatakan bahwa jumlah anggota yang banyak akan meningkatkan permintaan terhadap suatu barang. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Deviana *et al.* (2014) yang menyatakan bahwa jumlah anggota keluarga dapat menjelaskan potensi banyaknya konsumen yang mengkonsumsi suatu barang, semakin banyak jumlah penduduk maka kebutuhan akan meningkat khususnya kebutuhan untuk pangan guna memenuhi kebutuhan gizi bagi tubuh.

4.3.1.5. Selera konsumen

Selera konsumen merupakan kesukaan konsumen terhadap suatu barang sehingga konsumen tertarik untuk membeli dan mengkonsumsinya. Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai minimum 0 menyatakan kurang suka terhadap cabai rawit merah dan nilai maksimum 1 merupakan *dummy* dari suka. Banyaknya konsumen rumah tangga yang suka terhadap cabai rawit merah adalah 79 responden atau 71,1 %, sedangkan sisanya sebanyak 11 responden atau 9,9% memilih kurang suka terhadap cabai rawit merah.

Selera menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit merah. Semakin tinggi suatu kesukaan atau selera konsumen terhadap suatu barang maka semakin banyak barang yang diminta. Sesuai pendapat Boediono (2000) yang menyatakan bahwa jika terjadi perubahan selera konsumen terhadap suatu barang maka akan mengakibatkan perubahan permintaan terhadap suatu barang walaupun harga barang tersebut tidak berubah. Menurut Rahardja dan Manurung (2008) yang menyatakan bahwa selera dapat berubah dari waktu ke waktu akan tetapi perubahan tersebut relatif stabil dalam jangka waktu pendek.

4.4. Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit Merah

Faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit merah di Kabupaten Semarang antara lain harga cabai rawit merah, harga cabai merah keriting, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga dan selera konsumen. Faktor – faktor tersebut dijadikan sebagai variabel bebas dan variabel terikat yaitu permintaan cabai rawit merah dianalisis menggunakan analisis regresi linier

berganda. Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, data diuji normalitas terlebih dahulu.

Uji normalitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah suatu data variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Jika data berdistribusi normal maka analisis data menggunakan statistik parametrik (Ghozali, 2011).

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa variabel – variabel yang diamati berdistribusi normal karena nilai *asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 yaitu lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghozali (2011) yang menyatakan bahwa jika nilai *Sig. > 0,05* maka data berdistribusi normal dan jika nilai *Sig. ≤ 0,05* maka data tidak berdistribusi normal. Selanjutnya pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = -3,163 + 1,387E-6X_1 + 1,396E-6X_2 + 9,566E-8X_3 + 0,167X_4 + 0,889X_5$$

Selanjutnya persamaan tersebut diuji dengan menggunakan asumsi klasik supaya diperoleh persamaan BLUE (*Best Linear Unibias Estimated*) yaitu antara lain normalitas error, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas (Nazir, 2011).

4.4.2. Uji F

Tabel 11. Hasil Analisis Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	15,515	5	3,103	46,332	,000 ^b
Residual	5,626	84	,067		
Total	21,141	89			

Hasil penelitian pada Tabel 11 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,00. Hasil nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa semua variabel bebas yaitu harga cabai rawit merah, harga cabai merah keriting, pendapatan rumah tangga konsumen, jumlah anggota keluarga dan selera konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu permintaan cabai rawit merah dengan taraf kepercayaan 95%. Sesuai dengan pendapat Santoso (2009) yang menyatakan bahwa uji F atau uji annova digunakan untuk menguji variabel – variabel bebas secara serempak berpengaruh secara nyata terhadap variabel terikat.

4.4.1. Uji t

Tabel 12. Hasil Analisis Uji t

Variabel	Koefisien Regresi	T hitung	Sig.
Konstanta	-3,163	-3,327	,001
Harga cabai rawit merah (X1)	1,387E-6	1,148	,254 ^{ns}
Harga cabai merah keriting (X2)	1,396E-6	,135	,893 ^{ns}
Pendapatan konsumen	9,566E-8	2,910	,005*
Jumlah anggota keluarga	,167	5,504	,000*
Selera konsumen	,889	9,617	,000*

Keterangan * : Signifikan pada 5%

Uji statistik dianalisis secara parsial sebagai berikut :

a. Harga cabai rawit merah

Variabel harga cabai rawit merah (X1) tidak berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah dan memiliki koefisien regresi $1,387E-6$ bernilai positif. Setiap kenaikan 1 satuan harga cabai rawit maka akan meningkatkan permintaan cabai rawit merah sebesar $1,387E-6$. Harga cabai rawit merah menunjukkan tidak ada pengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah karena kenaikan harga cabai rawit merah tidak mengurangi permintaan konsumen terhadap cabai rawit merah. Hal ini sesuai dengan pendapat Rosalina *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa cabai rawit merah sudah menjadi kebutuhan konsumsi sebagai bahan masakan bagi konsumen yang menyukai masakan dengan cita rasa pedas sehingga harga tidak mempengaruhi permintaan konsumen terhadap cabai rawit merah.

b. Harga cabai merah keriting

Variabel harga cabai merah keriting (X2) tidak berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah dan mempunyai koefisien regresi sebesar $1,396E-6$ bernilai positif. Setiap kenaikan 1 satuan harga cabai merah keriting maka akan menurunkan permintaan terhadap cabai rawit merah sebesar $1,396E-6$. Harga cabai merah keriting tidak mempunyai pengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah karena konsumen membeli cabai merah keriting dalam jumlah yang sedikit dan terdapat konsumen yang tidak membeli cabai merah keriting sehingga harga cabai merah keriting tidak mempengaruhi permintaan cabai rawit merah. Konsumen membeli dalam jumlah sedikit dan ada yang tidak membeli cabai merah keriting

karena rasanya kurang pedas. Hal ini sesuai dengan pendapat Astami (2018) yang menyatakan bahwa alasan konsumen tidak melakukan pembelian cabai merah keriting dikarenakan cabai merah keriting memiliki rasa yang kurang pedas.

c. Pendapatan konsumen

Variabel pendapatan konsumen (X3) berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah dan memiliki koefisien regresi sebesar $9,566E-8$ bernilai positif. Hal ini mempunyai arti bahwa setiap kenaikan 1 satuan pendapatan konsumen maka akan meningkatkan permintaan cabai rawit merah sebesar $9,566E-8$. Pendapatan konsumen berpengaruh terhadap permintaan karena semakin tinggi pendapatan maka kuantitas permintaan cabai rawit akan meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Rosalina *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa pendapatan yang tinggi akan meningkatkan pembelian cabai rawit merah untuk memenuhi konsumsi anggota keluarga.

d. Jumlah anggota keluarga

Variabel jumlah anggota keluarga (X4) berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah dan memiliki koefisien regresi sebesar $.167$. nilai koefisien regresi adalah positif yang artinya setiap kenaikan 1 satuan jumlah anggota keluarga konsumen maka akan meningkatkan permintaan cabai rawit merah sebesar $.167$. Jumlah anggota keluarga konsumen berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah karena semakin banyak jumlah anggota keluarga maka semakin banyak jumlah permintaancabai rawit merah oleh konsumen. hal ini dikarenakan permintaan cabai rawit merah oleh konsumen bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dari anggota keluarga konsumen. Hal ini sesuai dengan

pendapat Astami (2018) yang menyatakan bahwa semakin banyak anggota keluarga konsumen maka meningkatkan jumlah permintaan cabai rawit merah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi anggota keluarga konsumen.

e. Selera konsumen

Variabel selera konsumen (X5) berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah dan memiliki koefisien regresi sebesar .889. koefisien regresi bernilai positif, artinya setiap kenaikan 1 satuan selera konsumen maka akan meningkatkan permintaan konsumen terhadap cabai rawit merah sebesar .889. Selera konsumen berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah karena setiap konsumen mempunyai selera yang berbeda – beda dalam hal makanan. Hal ini sesuai dengan pendapat Boediono (2000) yang menyatakan bahwa jika terjadi perubahan selera konsumen terhadap suatu barang maka akan mengakibatkan perubahan permintaan terhadap suatu barang walaupun harga barang tersebut tidak berubah. Hal ini diperkuat dengan pendapat Rahardja dan Manurung (2008) yang menyatakan bahwa selera dapat berubah dari waktu ke waktu akan tetapi perubahan tersebut relatif stabil dalam jangka waktu pendek.

4.4.3. Koefisien determinasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uji dengan menggunakan SPSS 23 diperoleh hasil seperti pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hal	Nilai
R	0,857
R Square	0,734
Adjusted R Square	0,718
Std. Error of the Estimate	0,25879

Hasil penelitian pada Tabel 13 dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,718 atau 71,8%. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh variabel bebas yaitu harga cabai rawit merah, harga cabai merah keriting, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga konsumen dan selera konsumen terhadap permintaan cabai rawit merah sebesar 71,8%. Nilai Adjusted R square dapat menjelaskan sebesar 71,8% variabel bebas yang diteliti mampu menjelaskan variabel terikat. Sisanya sebesar 28,2% variabel terikat dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang telah diteliti atau ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat Cahmayati dan Hadi (2009) yang menyatakan bahwa nilai Adjusted R Square yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Normalitas error

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dengan menggunakan SPSS 23 diperoleh hasil seperti pada Lampiran 7. dapat diketahui bahwa grafik normal plot terlihat menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal

ini sesuai dengan pendapat Ghozali (2011) yang menyatakan bahwa suatu data dikatakan berdistribusi normal jika data mengikuti arah garis diagonal dan menyebar di sekitar garis diagonalnya.

4.5.2. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui dan menguji apakah model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel bebas. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dengan menggunakan SPSS 23 diperoleh hasil seperti pada Tabel 14.

Tabel 14. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Harga Cabai Rawit Merah (X_1)	0,458	2,183
Harga Cabai Merah Keriting (X_2)	0,552	1,810
Pendapatan Konsumen (X_3)	0,985	1,015
Jumlah Anggota Keluarga (X_4)	0,914	1,095
Selera Konsumen (X_5)	0,523	1,911

Berdasarkan Tabel 13. dapat diketahui bahwa nilai Tolerance dari masing-masing variabel secara berturut – turut adalah $X_1 = 0,458$; $X_2 = 0,552$; $X_3 = 0,985$; $X_4 = 0,914$ dan $X_5 = 0,523$. Sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) masing – masing variabel berturut – turut adalah $X_1 = 2,183$; $X_2 = 1,810$; $X_3 = 1,015$; $X_4 = 1,095$ dan $X_5 = 1,911$. Masing – masing variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai tolerance $\geq 0,1$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 yang berarti tidak ada gejala multikolinearitas pada data penelitian ini. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghozali (2011) yang menyatakan bahwa jika nilai tolerance lebih

besar dari 0,10 dan nilai VIF dari masing – masing variabel bebas kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4.5.3. Uji autokorelasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dengan menggunakan SPSS 23 diperoleh hasil seperti pada Tabel 15.

Tabel 15. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin – Watson
1	0,857 ^a	0,734	0,718	0,25879	1,799

Nilai Durbin – Watson adalah sebesar 1,799. Tabel Durbin – Watson untuk $k = 5$ dan $n = 90$ diperoleh nilai $dL = 1,5420$ dan nilai $dU = 1,7758$. Hal ini sesuai dengan pendapat Widarjono (2009) yang menyatakan bahwa nilai Dw test yang tertera pada output SPS disebut dengan DW hitung, nilai ini akan dibandingkan dengan kriteria penerimaan atau penolakan yang akan dibuat dengan nilai dL dan dU ditentukan berdasarkan jumlah variabel bebas dalam model regresi dan jumlah sampelnya. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Ghozali (2011) yang menyatakan bahwa nilai dL dan dU dapat dilihat pada tabel DW dengan tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan hasil di atas dapat diketahui bahwa $dU < DW < 4-dU$ adalah $1,7758 < 1,799 < 2,2242$. Nilai DW 1,799 lebih besar dari nilai dU 1,7758 dan nilai DW lebih kecil daripada nilai $4-dU$ yaitu 2,2242 maka tidak terjadi gejala autokorelasi.

4.5.4. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Haslinda dan Jamaluddin, 2016). Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dengan menggunakan SPSS 23 diperoleh hasil seperti pada Lampiran 7. dapat diketahui bahwa titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola yang teratur, sehingga data dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sesuai dengan pendapat Ghozali (2011) yang menyatakan bahwa apabila grafik plot membentuk pola tertentu yang teratur maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika grafik plot terlihat titik – titik menyebar secara acak serta menyebar baik di atas maupun di bawah titik orijin pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil dari uji asumsi klasik yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi gejala autokorelasi dan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi baik karena diperoleh persamaan BLUE (*Best Linear Unibias Estimated*). Hal ini sesuai dengan pendapat Nazir (2011) yang menyatakan bahwa model regresi yang baik apabila memenuhi syarat BLUE (*Best Linear Unibias Estiamted*) yaitu antara lain normalitas error, uji non multikolinearitas, uji non autokorelasi dan uji non heteroskedastisitas.

4.6. Elastisitas Permintaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil elastisitas permintaan tertera pada Tabel 16.

Tabel 16. Elastisitas Permintaan

No.	Variabel	Koefisien Regresi (b)	Rata-rata	Elastisitas
1.	Permintaan cabai rawit merah (Y)	-3,163	0,8098	
2.	Harga cabai rawit merah (X ₁)	1,387E-6	79055,56	0,135
3.	Harga cabai merah keriting (X ₂)	1,396E-6	70533,33	0,122
4.	Pendapatan Konsumen (X ₃)	9,566E-8	2683333,33	0,317

Nilai elastisitas pada Tabel 16 adalah dengan cara mengalikan koefisien regresi (b) dengan Xrata-rata dibagi dengan Yrata-rata. Sesuai dengan pendapat Hadi (2016) yang menyatakan bahwa elastisitas dapat dihitung menggunakan rumus :

$$= b \times \frac{X_{rata-rata}}{Y_{rata-rata}}$$

4.6.1. Elastisitas harga

Besarnya nilai elastisitas harga cabai rawit merah adalah sebesar 0,135. Nilai bertanda positif menunjukkan bahwa variabel harga cabai rawit merah memiliki pengaruh yang searah dengan dengan permintaan cabai rawit merah. Apabila harga cabai rawit merah naik 1% maka permintaan cabai rawit merah akan meningkat sebesar 0,135%. Permintaan cabai rawit merah bersifat inelastis karena bernilai 0,135. Hal ini sesuai dengan pendapat Sukirno (2008) yang menyatakan bahwa permintaan akan dikatakan elastis jika nilai $e > 1$, inelastis $e < 1$, unitary elastis $e = 1$, inelastis sempurna $e = 0$ dan elastis sempurna $e = \infty$. Hal ini diperkuat dengan pendapat Rosalina *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa permintaan cabai

rawit merah bersifat inelastis karena memiliki nilai elastisitas < 1 . Kenaikkan harga cabai rawit merah tidak mengurangi permintaan terhadap cabai rawit merah karena cabai rawit merah sudah menjadi kebutuhan bagi konsumen untuk memenuhi konsumsi anggota keluarganya. Hal ini sesuai dengan pendapat Astami (2018) yang menyatakan bahwa kenaikan harga cabai rawit merah tidak mempengaruhi permintaan cabai rawit merah karena pembelian cabai rawit merah bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi anggota keluarga konsumen.

4.6.2. Elastisitas silang

Besarnya elastisitas silang harga cabai merah keriting adalah 0,122; artinya apabila harga cabai merah keriting naik 1% maka permintaan cabai rawit merah naik sebesar 0,122%. Elastisitas silang bersifat inelastis dan bernilai positif menunjukkan bahwa cabai merah keriting merupakan bahan substitusi dari cabai rawit merah. Hal ini sesuai dengan pendapat Salvatore (2001) yang menyatakan bahwa apabila nilai elastisitas silang bernilai positif maka barang X dan Y merupakan barang substitusi sedangkan apabila nilai elastisitas silang bernilai negatif maka barang X dan Y adalah barang komplementer. Pembelian cabai merah keriting dilakukan untuk menggantikan cabai rawit merah ketika cabai rawit merah mengalami kekurangan persediaan atau kenaikan harga. Cabai merah keriting digunakan sebagai barang pengganti dari cabai rawit merah karena cabai merah keriting mempunyai harga yang lebih murah dari harga cabai rawit merah.

4.6.3. Elastisitas pendapatan

Besarnya nilai elastisitas pendapatan adalah 0,317; artinya apabila pendapatan naik sebesar 1% maka permintaan cabai rawit merah akan meningkat sebesar 0,317%. Nilai elastisitas pendapatan bersifat inelastis ($E_i < 1$) dan bertanda positif yang menunjukkan bahwa cabai rawit merah merupakan barang normal. Hal ini sesuai dengan pendapatan Firdaus (2009) yang menyatakan bahwa apabila nilai elastisitas pendapatan kurang dari 0 maka termasuk barang inferior, elastisitas pendapatan bernilai lebih dari satu termasuk barang mewah dan jika elastisitas pendapatan bernilai lebih dari 0 kurang dari 1 maka termasuk barang normal. Pendapatan rumah tangga yang tinggi menyebabkan kenaikan permintaan cabai rawit merah. Konsumen yang memiliki pendapatan tinggi akan membeli cabai rawit merah lebih banyak daripada konsumen yang berpendapatan lebih rendah. Konsumen membeli cabai rawit merah lebih banyak karena untuk persediaan dan memenuhi kebutuhan konsumsi anggota keluarga yang umumnya menyukai masakan dengan cita rasa pedas. Hal ini sesuai dengan pendapat Rosalina *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa pendapatan yang tinggi akan meningkatkan pembelian cabai rawit merah untuk memenuhi konsumsi anggota keluarga.