

**SKRIPSI**  
**ANALISIS PERMINTAAN CABAI MERAH BESAR**  
**DI KOTA BANDA ACEH**



**Disusun Oleh:**

**HAYATUL WARDANI**  
**NIM. 180604023**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**BANDA ACEH**  
**2023M/1445 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hayatul Wardani  
NIM : 180604023  
Program Studi : Ilmu Ekonomi  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 29 Juli 2023

Yang Menyatakan

  
  
Hayatul Wardani

# PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

## Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh

Disusun Oleh:

Hayatul Wardani  
NIM. 180604023

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M. Si  
NIP. 197204281999031005

Pembimbing II,

Marwiyati, S.E., M.M  
NIP. 197404172005012002

Mengetahui  
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi,

Cut Dian Fitri, M.Si., Ak. CA  
NIP. 198307092014032002

# PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

## Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh

Hayatul Wardani  
NIM. 180604023

Telah Disidangkan Oleh Dewan Sidang Penguji Skripsi Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan  
Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Studi Strata satu (S-1) dalam Bidang Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal:

Rabu,

26 Juli 2023 M  
8 Muharram 1445 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M. Si  
NIP. 197204281999031005

Penguji I,

Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

Sekretaris,

Marwiyati, S.E., M.M  
NIP. 197404172005012002

Penguji II,

Akmal Riza, S.E., M.Si  
NIDN. 2002028402

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Dr. Hafas Furqani, M.Ec  
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id) Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Hayatul Wardani  
NIM : 180604023  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi  
E-mail : 180604023@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugast Akhir  KKKU  Skripsi .....

Yang berjudul:

**Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

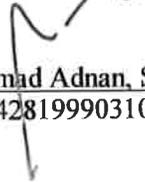
Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 28 Juli 2023

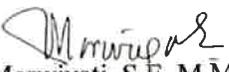
Penulis

  
Hayatul Wardani  
NIM. 180604023

Mengetahui,  
Pembimbing I

  
Dr. Muhammad Adnan, SE., M. Si  
NIP. 197204281999031005

Pembimbing II

  
Marwiyati, S.E., M.M  
NIP. 197404172005012002

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh**”. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi, dan Ana Fitria, M.Sc. Selaku sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi.
3. Hafiz Maulana S.P., S.H.I., M.E. Selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Dr. Muhammad Adnan, S.E., M.Si selaku Pembimbing I dan Marwiyati, S.E., M.M selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Nilam Sari, M. Ag selaku Penguji I dan Akmal Riza, S.E., M. Si berperan sebagai Penguji II yang telah memberi saran untuk kesempurnaan skripsi ini.
6. Cut Elfida, S.H.I., M. A selaku Penasehat Akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Ilmu Ekonomi. Serta civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Kedua orang tua tercinta, Ayah Nyak Seh Ahmad, S.H., Mamah Syukhairy serta Lisa Suariaty SKM, S.Sos, Gr, T. Hamdan Saputra bin Abi Bakar, Ana Ahha Diatul Ula S.Pd, Antoni Fajar, S. Tp., Nasri Kurniawan S. Pd, Fitria A. Md, Masyithah Purnama Sari, S. Sos, Mirza Purnandi, S. ST., M.T., Makbit Masna dan Oom Zulkifli penulis yang selalu memberikan kasih sayang dan do'a serta dorongan moral maupun materil yang terhingga agar penulis memperoleh yang terbaik dan mampu menyelesaikan studi hingga tahap akhir.
8. Teman-Teman seperjuangan jurusan Ilmu Ekonomi angkatan 2018 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan untuk teman yang sangat teristimewa Nurul Hafni Hemsire, Riska Maisarah, S.Pd,

Rahmad Ufran, Maghfirah, ST, Zaki Hidayatullah, Khairunnisa, Putroe Marzurita, Indah Pramana, SE dan Raudhatul Jannah. Serta yang teristimewa partner saya Zefrizal Muharram, SE, Siska Khairina, Zulvina Sekeluarga dan seluruh dokter-dokter yang menangani saya yang telah banyak memberi dukungan moral maupun materil bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, serta seluruh teman-teman lainnya yang tidak penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan. Akhir kata penulis ucapkan ribuan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Akhir kata penulis ucapkan ribuan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas bantuan yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, bila terdapat kekurangan dan kesalahpahaman dalam penulisan skripsi ini, dengan kerendahan hati penulis sangat mengharap kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Banda Aceh, 29 Juli 2023  
Penulis,

Hayatul Wardani

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

### 1 Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ع	'
14	ص	AR - Ṣ AN I	29	ي	Y
15	ض	D			

## 2 Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

### 3 Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ي / اَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

### 4 Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- 1 Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- 2 Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- 3 Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

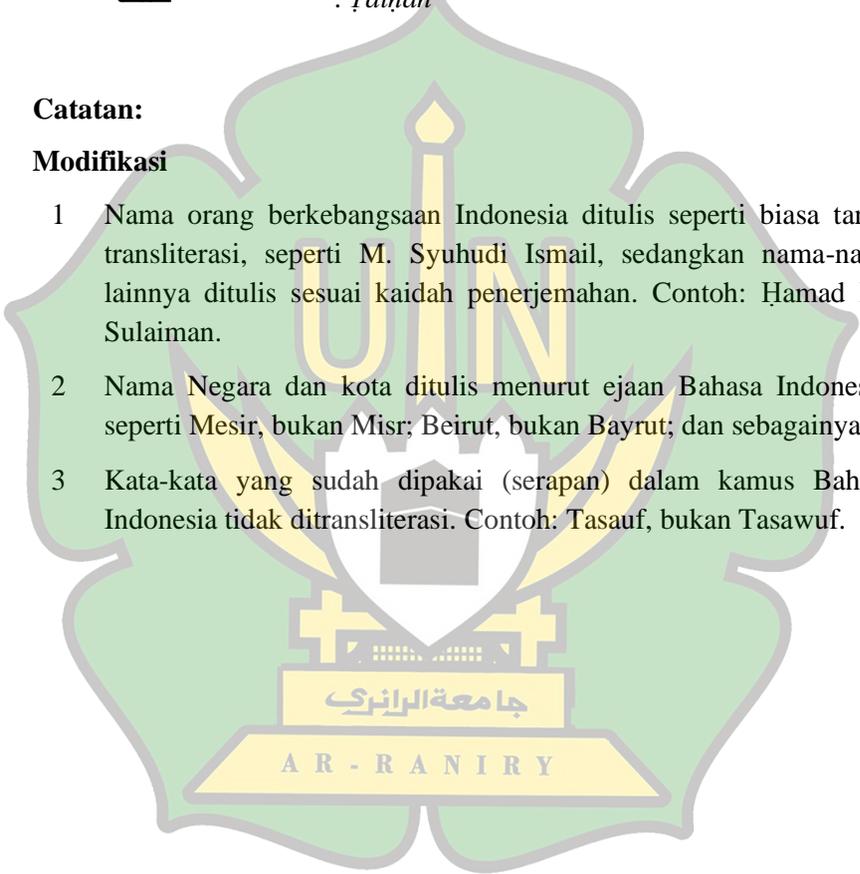
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul  
Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

**Catatan:**

**Modifikasi**

- 1 Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
- 2 Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
- 3 Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



## ABSTRAK

Nama : Hayatul Wardani  
NIM : 180604023  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi  
Judul : Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh  
Pembimbing I : Dr. Muhammad Adnan, S.E., M.Si  
Pembimbing II : Marwiyati, SE, MM

Cabai merah besar (*Capsicum annuum L*) sebagai komoditas pertanian yang memiliki potensi dan nilai ekonomi yang tinggi, menyebabkan tingginya permintaan komoditi tersebut. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting dan harga bawang merah terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, menggunakan data sekunder dalam bentuk *time series*. Metode analisis data menggunakan VECM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga cabai merah besar berpengaruh positif dan signifikan, harga cabai merah keriting dan harga bawang merah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Banda Aceh.

**Kata Kunci:** VECM, Permintaan, Harga, Cabai, Barang.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMBUNG KEASLIAN</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI</b> .....	iv
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI</b> .....	v
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan Penelitian .....	17
1.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	18
1.5 Sistematika Pembahasan .....	19
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	21
2.1 Teori Permintaan .....	21
2.1.1 Hukum Permintaan ( <i>The Law of Demand</i> ) .....	23
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan .....	25
2.1.3 Kurva Permintaan .....	30
2.2 Teori Penawaran .....	33
2.2.1 Hukum Penawaran ( <i>The Law of Supply</i> ) .....	34
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran .....	35

2.2.3 Kurva Penawaran .....	37
2.3 Keseimbangan Pasar .....	41
2.3.1 Pasar .....	41
2.3.2 Harga Keseimbangan .....	44
2.4 Cabai Merah .....	51
2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah.....	53
2.5 Keterkaitan Antar Variabel.....	55
2.5.1 Pengaruh Harga Barang Itu Sendiri (Cabai Merah Besar) terhadap Permintaan Cabai Merah Besar.....	55
2.5.2 Pengaruh Harga Barang Pengganti Terhadap Permintaan Cabai Merah Besar .....	56
2.5.3 Pengaruh Harga Barang Pelengkap Terhadap Permintaan Cabai Merah Besar .....	57
2.6 Penelitian Terkait.....	58
2.7 Kerangka Berpikir .....	67
2.7 Hipotesis Penelitian .....	68
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>69</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	69
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	69
3.3 Sampel .....	70
3.4 Variabel Penelitian .....	70
3.4.1 Klasifikasi Variabel Penelitian.....	70
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	71
3.5 Model Penelitian.....	72
3.6 Teknik Analisis Data .....	73
3.6.1 Analisis <i>Vector Error Correction</i> <i>Model (VECM)</i> .....	74

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	78
4.1	Deskriptif Variabel Penelitian .....	78
4.1.1	Permintaan Cabai Merah Besar .....	78
4.1.2	Harga Cabai Merah Besar .....	80
4.1.3	Harga Cabai Merah Keriting .....	82
4.1.4	Harga Bawang Merah .....	84
4.2	Analisis Model .....	85
4.2.1	Hasil Uji Stasioner Variabel .....	85
4.2.2	Hasil Penentuan Lag Optimum .....	87
4.2.3	Hasil Uji Kointegrasi Johansen .....	88
4.2.4	Hasil Estimasi <i>Vector Error Correction Model</i> (VECM) .....	91
4.3	Pengujian Hipotesis .....	95
4.3.1	Hasil Pengujian Hipotesis Variabel Harga Cabai Merah Besar terhadap Permintaan Cabai Merah Besar .....	95
4.3.2	Hasil Pengujian Hipotesis Variabel Harga Cabai Merah Keriting terhadap Permintaan Cabai Merah Besar .....	97
4.3.3	Hasil Pengujian Hipotesis Variabel Harga Bawang Merah terhadap Permintaan Cabai Merah Besar .....	99
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	101
5.1	Kesimpulan .....	101
5.2	Saran .....	103
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	105
	<b>LAMPIRAN</b> .....	111

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara dengan wilayah agraris yang sebagian besar masyarakatnya menekuni pekerjaan sebagai petani, menyebabkan sektor pertanian menjadi tumpuan hidup masyarakat Indonesia. Sektor pertanian berperan penting dalam pembangunan ekonomi jangka panjang dan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi karena menjadi sumber penghasil bahan makanan, bahan baku untuk industri, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat petani. Sektor pertanian dibagi menjadi lima yaitu tanaman pangan, peternakan, hortikultura, kehutanan dan perikanan (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2022).

Komoditas hortikultura adalah jenis komoditas pertanian yang memiliki potensi dan nilai ekonomi tinggi dan wajib dikembangkan, karena komoditas ini sangat besar potensinya dibandingkan komoditas lain dari sisi permintaan pasar. Salah satu jenis komoditas hortikultura sayuran yang memiliki permintaan tinggi adalah cabai merah besar (*Capsicum annuum* L) sehingga menyebabkan produksi cabai merah besar banyak di berbagai wilayah Indonesia, salah satunya di Provinsi Aceh. Apabila peningkatan permintaan tidak diikuti dengan peningkatan produksinya dapat menyebabkan tidak terpenuhinya permintaan

masyarakat. Ketersediaan cabai merah setiap hari menjadi suatu keharusan bagi ibu rumah tangga (Zamili dkk, 2020).

Ifazah (2021) menjelaskan cabai merah besar sangat banyak produksinya karena produk ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi serta memiliki aroma yang pedas dan aroma khas sehingga bagi orang-orang tertentu dapat membangkitkan selera makan. Cabai merah besar bukan bahan pangan utama bagi masyarakat namun komoditi ini tidak dapat ditinggalkan, dimana selain menjadi kebutuhan rumah tangga sehari-hari cabai merah besar banyak digunakan sebagai bahan industri pangan maupun non pangan. Cabai merah besar juga menjadi komoditas sayuran yang sangat merakyat dan dapat menyebabkan jumlah distribusi serta permintaan cabai merah besar di pasaran sangat banyak jumlahnya, mulai dari pasar rakyat, swalayan, warung pinggir jalan, restoran kecil, usaha katering, hotel berbintang, pabrik saus, hingga pabrik mie instan sehari-harinya membutuhkan cabai dalam jumlah yang tidak sedikit (Ratag dkk, 2018).

Cabai merah besar merupakan salah satu produk pertanian yang paling rentan mengalami fluktuasi harga, dimana harga bisa melonjak tinggi tetapi juga bisa berubah menjadi sangat rendah. Permainan harga cabai merah besar oleh tengkulak menyebabkan kerugian bagi petani (Viana dkk, 2017). Komoditas hortikultura seperti cabai merah besar dapat menjadi isu strategis dari pemerintah dan pelaku usaha karena dapat mempengaruhi inflasi dan

berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada April 2023 terdapat tiga kota yang mengalami inflasi atau deflasi di Aceh yaitu Kota Meulaboh terjadi deflasi sebesar 0,70 persen sementara Banda Aceh mengalami inflasi sebesar 0,18 persen dan Lhokseumawe deflasi sebesar 0,42 persen. Kondisi tersebut menjelaskan bahwa cabai merah berperan penting dalam mempengaruhi laju inflasi/deflasi, dimana inflasi yang tinggi berdampak terhadap penurunan pendapatan riil masyarakat sehingga mengakibatkan daya beli masyarakat juga akan menurun. Permintaan terhadap cabai merah besar untuk kebutuhan sehari-hari rentan berfluktuasi, disebabkan karena naik turunnya harga cabai di pasar eceran.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan barang adalah cuaca misalnya ketika panen cabai merah besar yang diiringi musim hujan para petani akan menunda panen karena cabai menjadi mudah busuk dimana cabai merah besar harus dijual dengan kondisi yang segar. Oleh karena itu, harga cabai merah besar bisa saja menjadi mahal karena persediaan yang semakin menipis. Belum lagi para pedagang pengumpul yang mengetahui permintaan cabai merah besar tinggi, sementara persediaan sedikit membuat mereka menjual cabai merah besar kepada pedagang di pasar dengan harga sedikit tinggi, sehingga harga cabai merah besar di tingkat konsumen menjadi lebih tinggi. Berikut tabel yang menunjukkan produksi cabai merah besar di Provinsi Aceh dari tahun 2018 – 2022:

**Tabel 1.1**  
**Produksi Cabai Merah Besar di Provinsi Aceh**  
**Tahun 2018 – 2022**

Tahun	Produksi Cabai Merah Besar (Ton)
2018	68.153
2019	63.595
2020	73.444
2021	58.382
2022	42.000

*Sumber: Badan Pusat Statistik Aceh (2023)*

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa produksi cabai merah besar di Provinsi Aceh pada tahun 2018 sampai 2022 cenderung mengalami fluktuatif dengan rata-rata sebesar 61.114 ton. Produksi cabai merah besar tertinggi terjadi pada tahun 2018 sekitar 68.153 ton sementara produksi cabai merah terendah berada di tahun 2022 yaitu sekitar 42.000 ton. Adanya perbedaan hasil produksi dari cabai merah besar setiap tahunnya diduga karena produksi cabai merah besar yang masih tergantung dengan musim, mengakibatkan adanya fluktuasi jumlah produksi cabai merah besar. Dalam hal ini, sifat musiman menyebabkan pasokan komoditas cabai merah besar melimpah pada musim panen dan harga cabai akan turun, sementara saat pasokan terbatas harga cabai akan melonjak naik. Hal ini dikarenakan cabai merah besar merupakan komoditas musiman yang sangat bergantung pada iklim dan merupakan komoditas yang

mudah rusak, sehingga cabai tidak dapat diproduksi dan dipanen sepanjang tahun.

Permintaan akan suatu barang menjadi bagian yang mendasar bagi setiap individu yang harus didukung dengan adanya pendapatan. Tujuannya agar masing-masing individu dapat memenuhi kebutuhannya baik yang bersifat primer, sekunder, tersier dan lain sebagainya. Menurut Prasetyo dkk (2018) Permintaan merupakan keadaan seorang konsumen yang ingin dan mampu membeli kuantitas barang pada tingkat harga dengan asumsi faktor lain tetap (*ceteris paribus*). Hukum permintaan menjelaskan hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang memiliki hubungan terbalik, artinya ketika harga meningkat atau naik maka jumlah barang yang diminta akan turun dan sebaliknya ketika harga turun maka jumlah barang yang diminta meningkat. Dimana, jumlah permintaan dari suatu barang adalah jumlah barang yang rela dan mampu dibayar oleh konsumen, misalnya permintaan barang terhadap bahan pangan seperti buah-buahan, sayur-sayuran, kacang-kacangan, umbi-umbian dan rempah.

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga, yang juga bertujuan untuk menganalisis serta menentukan apa saja faktor yang dapat mempengaruhi permintaan akan barang. Firnando dkk (2020) menjelaskan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang, yaitu: (1) Harga barang itu sendiri, artinya

apabila harga suatu barang semakin murah, maka permintaan barang akan semakin bertambah begitupun sebaliknya. (2) Harga barang lain yang terkait, artinya kedua barang berkaitan baik sebagai barang pengganti, barang pelengkap maupun barang netral. (3) Pendapatan Konsumen merupakan faktor penting dalam permintaan barang karena besarnya jumlah pendapatan menentukan kemampuan konsumen dalam membeli berbagai jenis barang, misalnya barang inferior, barang esensial, barang normal dan barang mewah. (4) Jumlah anggota keluarga juga menentukan permintaan barang karena semakin banyak konsumen maka semakin banyak pula kuantitas barang yang diminta dan (5) Selera dapat berubah ubah dimana semakin banyak konsumen yang secara bersama menyukai suatu produk maka permintaan akan produk tersebut semakin bertambah.

Sukirno (2015) menambahkan faktor lain yang mempengaruhi permintaan yaitu: (1) Jumlah penduduk, jika pertambahan penduduk diikuti dengan perkembangan akan permintaan barang maka akan lebih banyak orang yang membutuhkan barang tersebut menyebabkan permintaan barang bertambah dan (2) Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang, dimana para konsumen menduga di masa yang akan datang harga barang menjadi mahal sehingga mendorong mereka untuk membeli banyak barang di masa kini. Ansar dkk (2021) juga menambahkan dua faktor lain yang mempengaruhi permintaan

yaitu: (1) Harga barang substitusi, yaitu barang yang dapat menggantikan fungsi dari barang lain menyebabkan harga barang yang digantikan menjadi lebih murah. (2) Barang komplementer, yaitu barang yang digunakan bersama dengan barang lainnya menyebabkan permintaan terhadap barang pelengkap juga bertambah.

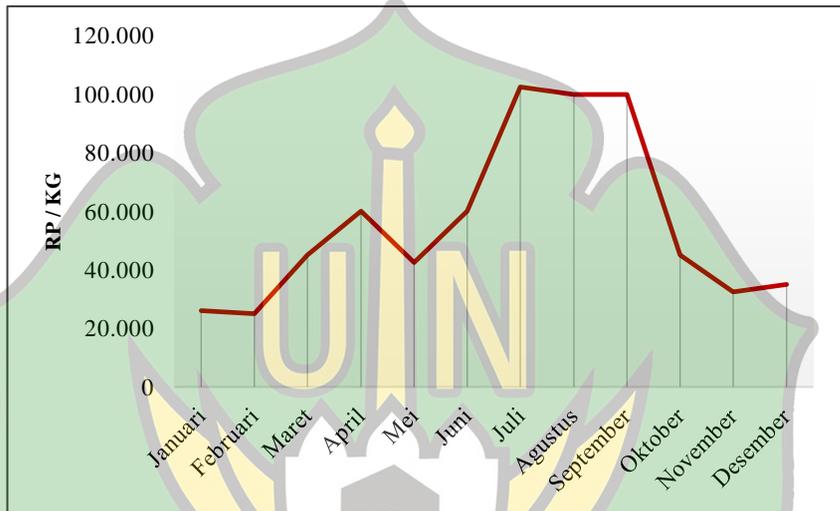
Berdasarkan ketiga pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi permintaan barang yaitu harga barang itu sendiri, harga barang pengganti (substitusi), dan harga barang pelengkap (komplementer). Faktor harga barang itu sendiri menjadi suatu pertimbangan terhadap permintaan barang yang menggambarkan *ceteris paribus* artinya permintaan barang dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, dimana jika harga suatu barang tinggi maka hanya sedikit konsumen yang mau dan mampu membelinya, menyebabkan kuantitas akan barang tersebut hanya sedikit yang dibeli. Sebaliknya, jika harga suatu barang menurun maka semakin banyak konsumen yang minat untuk membelinya dan kuantitas barang yang dibeli semakin bertambah pula (Ramadhan & Adnan, 2021). Selanjutnya, faktor harga barang pengganti yaitu perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh pada permintaan barang yang lain. Dimana barang pengganti dapat menggantikan fungsi dari barang lain, yang secara umum apabila harga barang pengganti lebih murah maka jumlah permintaan dari barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan. Hal

tersebut menyebabkan permintaan terhadap barang pengganti lebih banyak diminati oleh konsumen (Puji dkk, 2022) Kemudian, faktor harga barang pelengkap juga dapat menentukan besar kecilnya kuantitas barang yang diminta di setiap rumah tangga. Barang pelengkap artinya barang yang dapat digunakan secara bersama-sama dengan barang lainnya (Hamidah dkk, 2020). Dimana, jika terjadi kenaikan harga pada barang pelengkap maka permintaan barang yang akan dilengkapi akan berkurang.

Harga merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi permintaan suatu barang, misalnya harga bahan pangan seperti cabai merah, bawang merah dan lain sebagainya. Harga komoditas pangan sering mengalami fluktuasi yang disebabkan oleh kondisi cuaca yang tidak menentu atau gangguan hama pertanian memicu terjadinya gagal panen yang pada akhirnya harga mengalami kenaikan. Kota Banda Aceh merupakan salah satu daerah yang berada di Provinsi Aceh, yang terkena dampak kenaikan harga cabai merah besar. Fenomena harga cabai merah besar yang melonjak tinggi di Kota Banda Aceh terjadi pada saat menjelang Ramadhan, diduga karena pasokan dari petani lokal berkurang sehingga menyebabkan kelangkaan sementara permintaan pasar meningkat. Oleh karena itu, harga sangat berpengaruh terhadap permintaan cabai merah besar karena dengan harga yang tinggi konsumen akan mengurangi permintaan terhadap cabai merah besar. Berikut grafik

perkembangan harga cabai merah besar di Kota Banda Aceh Periode Januari – Desember 2022:

**Gambar 1.1**  
**Grafik Perkembangan Harga Cabai Merah Besar**  
**di Kota Banda Aceh Tahun 2022**



Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (2023)

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa pada bulan Januari hingga Desember, cabai merah besar berfluktuasi setiap bulannya. Dimana pada bulan Juli harga cabai merah besar mencapai titik tertinggi yaitu seharga Rp 102.500/Kg dan harga cabai merah besar yang terendah berada di bulan Februari seharga Rp 25.000/Kg. Adanya pergerakan harga cabai merah yang naik karena pasokan cabai merah dari petani lokal sedikit dengan kualitas cabai yang dipanen kurang begitu bagus dan juga pengaruh dari perubahan iklim panas ke hujan sangat berpengaruh terhadap menurunnya produksi cabai merah besar. Sementara, fluktuasi cabai merah besar

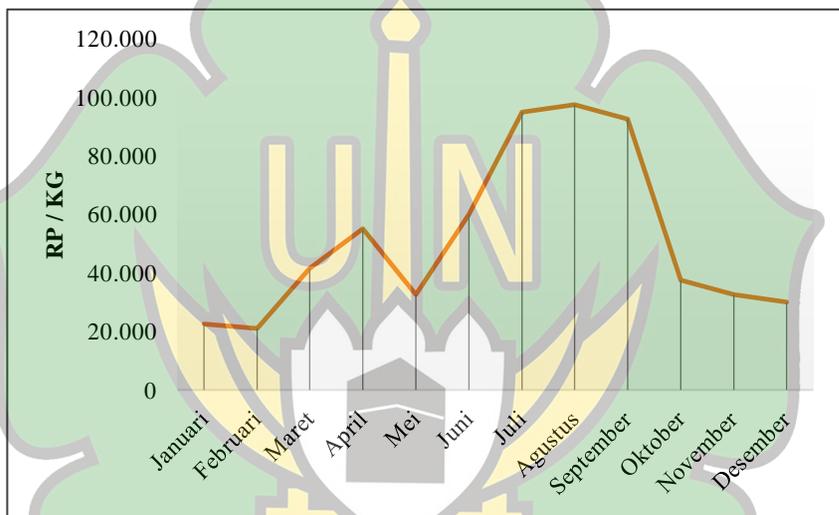
juga disebabkan oleh terbatasnya jumlah produksi cabai merah besar sedangkan jumlah penduduk setiap tahunnya bertambah mengakibatkan konsumsi cabai merah besar juga ikut meningkat.

Jumlah penduduk di Kota Banda Aceh pada tahun 2020 tercatat 252.899 jiwa dan mengalami peningkatan pada tahun 2021 tercatat sebanyak 255.029 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2022). Peningkatan jumlah penduduk tersebut dapat mendorong peningkatan kebutuhan akan pangan. Menurut Sukirno (2015) pertambahan jumlah penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Maka lebih banyak penduduk yang memperoleh pendapatan akan menambah daya belinya, sehingga akan menambah permintaan akan suatu barang, salah satunya permintaan akan cabai merah.

Sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk dan perkembangan industri pengolahan yang berbahan baku cabai merah, diperkirakan laju permintaan komoditas cabai merah akan terus mengalami peningkatan. Selain dipengaruhi oleh faktor harga, permintaan cabai merah juga dipengaruhi dari faktor lain seperti harga barang substitusi dan harga barang komplementer. Cabai merah keriting dapat digunakan sebagai barang pengganti dari cabai merah besar karena kedua komoditas ini sama-sama memiliki harga yang sangat berfluktuasi dan sangat berperan penting dikalangan masyarakat. Dimana cabai merah tidak hanya terbatas sebagai

bumbu dapur tetapi juga menjadi bahan industri untuk obat-obatan, kosmetik, zat warna dan penambah rasa pedas. Berikut grafik perkembangan harga cabai merah keriting di Kota Banda Aceh Periode Januari – Desember 2022:

**Gambar 1.2**  
**Grafik Perkembangan Harga Cabai Merah Keriting**  
**di Kota Banda Aceh Tahun 2022**



Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (2023)

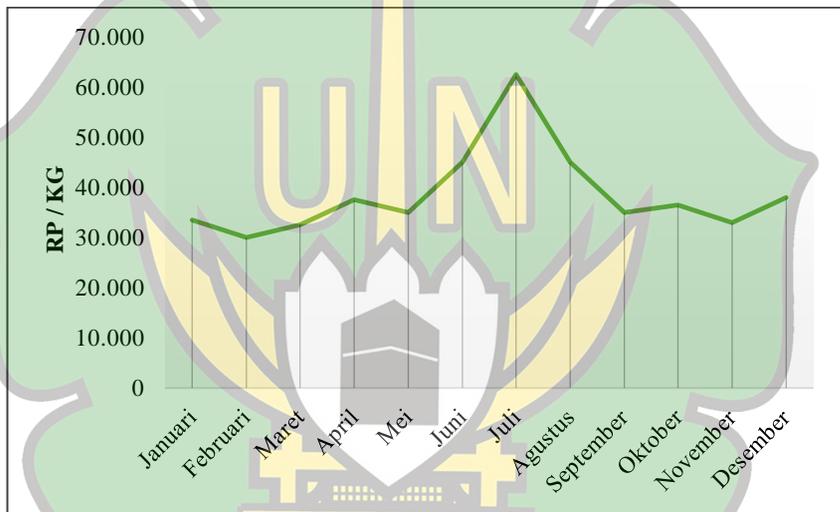
Berdasarkan Gambar 1.2 diketahui bahwa harga cabai merah keriting juga berfluktuasi sama dengan harga cabai merah besar sebelumnya, artinya pola data harga cabai merah keriting bulanan pada periode Januari – Desember 2022 terlihat mempunyai pola musiman atau mengalami kenaikan dan penurunan secara berulang di beberapa periode waktu tertentu. Adanya lonjakan harga yang signifikan terjadi pada periode bulan Juni hingga September 2022.

Dimana, harga cabai merah keriting pada periode tersebut hampir mendekati angka Rp 100.000/Kg. Hal ini disebabkan karena terbatasnya pasokan cabai merah keriting dari petani lokal dimana cabai merah keriting sangat tergantung pada musim panen dan musim tanam serta pengaruh iklim. Disamping itu, harga cabai merah keriting di daerah produsen akan lebih rendah dibandingkan dengan daerah konsumen karena ada beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti faktor angkutan, rendahnya daya tahan cabai dan daya beli masyarakat yang rendah (Fajri dkk, 2017).

Bawang merah pada dasarnya memiliki fungsi yang sama dengan cabai merah besar yaitu sebagai bumbu dapur atau bumbu masakan, dimana kedua komoditas ini dapat digunakan secara bersama-sama atau dengan kata lain bawang merah sebagai barang komplementer dari cabai merah besar (Mailinda dkk, 2022). Bawang merah juga sebagai komoditi hortikultura unggulan ekonomi yang memiliki nilai ekonomi cukup tinggi menyebabkan permintaan terhadap bawang merah setiap tahunnya cenderung meningkat seiring dengan penambahan penduduk, peningkatan daya belinya dan kegunaannya juga sebagai bahan baku industri. Hal ini disebabkan karena bawang merah selalu dibutuhkan setiap harinya sementara produktivitas bawang merah bersifat musiman sama seperti cabai merah besar dan cabai merah keriting. Kondisi tersebut dapat mengakibatkan fluktuasi terhadap harga bawang merah dimana pada saat tertentu bawang merah dapat mengalami gejolak

harga yang tinggi pada saat permintaannya lebih tinggi dibandingkan pasokannya dan harga bawang merah menurun disaat pasokannya lebih banyak daripada permintaannya. Berikut grafik perkembangan harga bawang merah di Kota Banda Aceh Periode Januari – Desember 2022:

**Gambar 1.3**  
**Grafik Perkembangan Harga Bawang Merah**  
**di Kota Banda Aceh Tahun 2022**



Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (2023)

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa perkembangan harga bawang merah di Kota Banda Aceh dari bulan Januari – Desember 2022 berfluktuasi. Dimana, harga bawang merah melonjak tinggi terjadi pada bulan Juli sebesar Rp 62.500/Kg. Tingginya harga bawang merah disebabkan oleh gagal panen yang berujung kurangnya pasokan dari daerah Aceh sendiri, mengakibatkan bawang merah kebanyakan dipasok dari luar Aceh

seperti dari daerah Jawa dan Medan. Namun, harga bawang merah sempat berada di harga terendah sebesar Rp 30.000/Kg pada bulan Februari 2022.

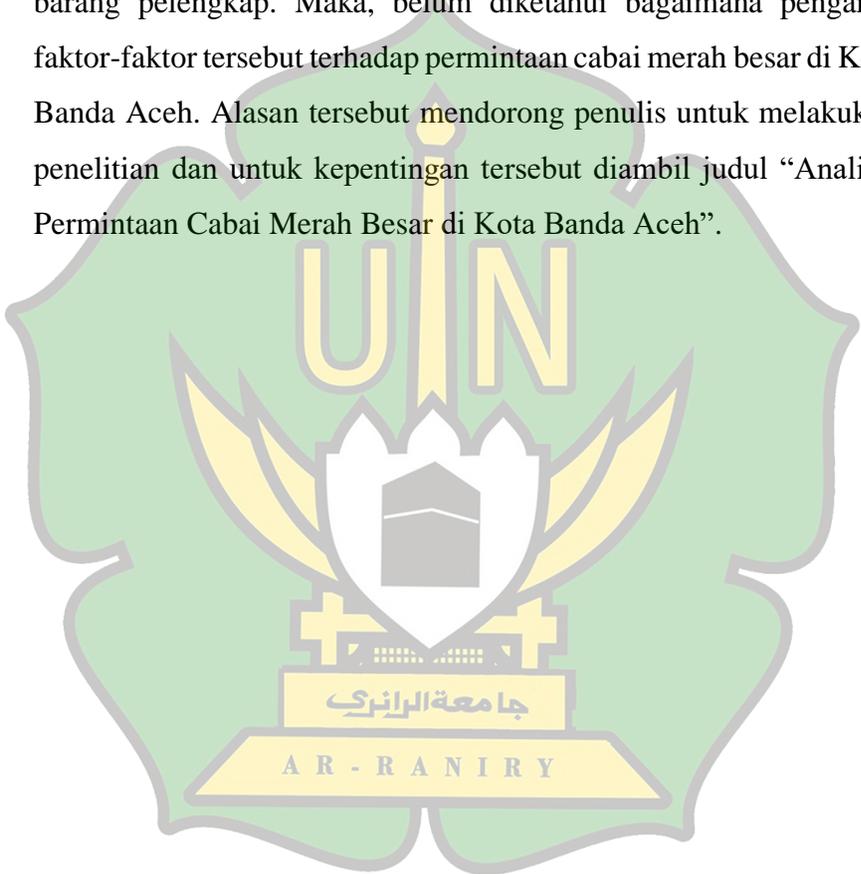
Mahardika & Iriani (2023) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga cabai merah besar dan jumlah penduduk berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Kediri. Sementara, harga bawang merah tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Kediri. Namun, secara keseluruhan seluruh variabel bebas dalam penelitian berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Kediri. Serta, secara simultan harga cabai merah, harga bawang merah dan jumlah penduduk berpengaruh secara bersama-sama terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Kediri. Sementara, Mailinda dkk (2022) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting (barang pengganti), harga bawang merah (barang pelengkap) dan jumlah penduduk memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan cabai merah besar.

Penelitian yang dilakukan oleh Hamidah dkk (2020) menunjukkan bahwa harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting dan harga bawang merah berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah besar. Pengaruh positif menjelaskan apabila harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting dan harga bawang merah mengalami peningkatan maka

akan berdampak pada kuantitas permintaan cabai merah besar di Kota Padang, Sumatra Barat. Sedangkan, pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar diduga karena cabai merah besar sudah menjadi kebutuhan pangan sehari-hari sehingga besar kecilnya pendapatan tidak menentukan pembelian terhadap cabai merah besar. Rahmadani dkk (2020) dalam jurnalnya menunjukkan bahwa dari sisi permintaan secara simultan harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga tomat, jumlah penduduk dan pendapatan per kapita secara bersama-sama berpengaruh terhadap permintaan cabai merah di Indonesia.

Jumlah kebutuhan rumah tangga di Kota Banda Aceh terhadap permintaan cabai merah besar tidak pasti, dimana ketika harga cabai merah besar semakin murah maka permintaan terhadap komoditas cabai merah besar akan semakin bertambah. Cabai merah besar merupakan bahan pangan yang dikonsumsi setiap saat, oleh karena itu cabai merah besar akan terus dibutuhkan dengan jumlah yang semakin meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk dan perekonomian nasional. Maka, cabai merah besar sangat erat kaitannya dengan kebutuhan masyarakat sehingga besar kecilnya harga cabai merah besar tidak dapat mengubah keinginan masyarakat untuk mendapatkannya.

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu dalam temuannya mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah bernilai negatif, seperti harga cabai merah itu sendiri, harga barang pengganti dan harga barang pelengkap. Maka, belum diketahui bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Banda Aceh. Alasan tersebut mendorong penulis untuk melakukan penelitian dan untuk kepentingan tersebut diambil judul “Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh”.



## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Harga Barang Itu Sendiri (Cabai Merah Besar) terhadap Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana Pengaruh Harga Cabai Merah Keriting terhadap Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh?
3. Bagaimana Pengaruh Harga Bawang Merah terhadap Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk Menganalisis Pengaruh Harga Barang Itu Sendiri (Cabai Merah Besar) terhadap Permintaan Cabai Merah di Kota Banda Aceh.
2. Untuk Menganalisis Pengaruh Harga Cabai Merah Keriting terhadap Permintaan Cabai Merah di Kota Banda Aceh.
3. Untuk Menganalisis Pengaruh Harga Bawang Merah terhadap Permintaan Cabai Merah di Kota Banda Aceh.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian dalam penulisan karya ilmiah ini diharapkan dapat memberi manfaat dan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang terkait dengan analisis permintaan cabai merah besar.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi pelaku pasar dalam penetapan harga khususnya mengenai penetapan harga cabai merah besar bagi pedagang dan masyarakat umumnya.

3. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pemerintah Kota Banda Aceh agar dapat lebih memaksimalkan kebijakan yang dikeluarkan seperti memantau perkembangan harga cabai merah supaya meminimalisir terjadinya inflasi.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

### Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### Bab II: Landasan Teori

Bab ini berisi tentang penjelasan secara menyeluruh terkait teori, hubungan antar variabel penelitian, penelitian terkait, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian

### Bab III: Metode Penelitian

Bab ini memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan peneliti beserta jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian.

### Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini membahas secara rinci mengenai deskripsi objek dari penelitian, analisis data penelitian dan pembahasan mengenai hasil analisis objek penelitian yang ada.

## Bab V: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang menjadikan secara khusus dan ringkas seluruh penemuan penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data dan saran yang direkomendasikan kepada seluruh pihak yang terkait dengan judul penelitian ini.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Teori Permintaan**

Permintaan adalah berbagai kombinasi antara harga dan kuantitas yang menunjukkan jumlah sesuatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu (Zahara & Anwar, 2021). Teori permintaan menjelaskan tentang hukum permintaan yaitu apabila harga barang turun maka permintaan akan barang itu naik dan sebaliknya apabila harga suatu barang naik maka permintaan akan barang tersebut akan turun. Hubungan antara harga dan kuantitas barang merupakan fungsi dari permintaan, artinya ketika terjadi perubahan pada salah satu faktor yang mempengaruhinya misalnya terjadi perubahan harga pada barang itu sendiri yang menyebabkan jumlah permintaan akan barang dapat berubah (Pandriadi dkk 2023). Penjelasan tersebut menyimpulkan bahwa harga memegang peranan penting dalam menentukan besarnya permintaan barang, tetapi ada faktor lain yang mempengaruhi permintaan barang seperti pendapatan masyarakat, harga barang lain serta selera masyarakat. Meskipun harga tetap tetapi apabila pendapatan masyarakat mengalami kenaikan atau harga barang lain berubah maka permintaan akan mengalami perubahan (Akhmad, 2020).

Menurut Titu dkk (2023) Permintaan merupakan keinginan konsumen dalam membeli suatu barang dan juga harus didukung dengan kemampuan dalam memiliki daya beli untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Permintaan dan keinginan mempunyai hubungan yang erat, dimana timbulnya permintaan disebabkan oleh keinginan dan timbulnya keinginan disebabkan oleh permintaan. Ketika harga mengalami peningkatan maka keinginan membeli barang tersebut akan berkurang yang berdampak pada penurunan permintaan terhadap barang tersebut dan sebaliknya (Herispon, 2021). Asumsi di atas dapat disimpulkan bahwa keinginan konsumen untuk membeli barang didasarkan pada berbagai tingkat harga yang dapat dijangkau oleh konsumen pada periode waktu tertentu. Keinginan konsumen dalam membeli barang juga disesuaikan dengan kemampuan daya beli yang dipengaruhi oleh pendapatan dimana tingginya pendapatan akan meningkatkan permintaan.

(Rustanti, 2015) menjelaskan jenis-jenis permintaan dibagi menjadi tiga yaitu: *Pertama*, permintaan efektif (*effective demand*) adalah permintaan terhadap suatu barang yang disertai dengan kemampuan untuk membayar harga barang tersebut. *Kedua*, permintaan absolut (*absolute demand*) adalah permintaan terhadap suatu barang yang tidak disertai dengan kemampuan untuk membayar harga barang tersebut. *Ketiga*, permintaan potensial (*potential demand*) adalah permintaan yang memiliki kemampuan

untuk membeli tetapi dengan keharusan segera melaksanakan pembelian.

### **2.1.1 Hukum Permintaan (*The Law of Demand*)**

Hukum permintaan (*the law of demand*) merupakan suatu hipotesis yang menyatakan hubungan terbalik antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut, artinya semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Kenaikan harga akan menyebabkan para konsumen mencari barang lain yang sejenis untuk digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan. Demikian pula sebaliknya, apabila harga turun maka konsumen akan mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah permintaan terhadap barang yang mengalami penurunan harga tersebut. Kenaikan harga juga akan menyebabkan pendapatan berkurang atau merosot, dimana pendapatan yang merosot akan memaksa para konsumen untuk mengurangi minatnya untuk membeli berbagai jenis barang yang mengalami kenaikan harga (Sukirno, 2015).

Hukum permintaan didasarkan pada asumsi *ceteris paribus* artinya faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan. Berikut adalah faktor-faktor lain yang tidak mengalami perubahan menurut (Geonadhi & Nobaiti, 2017).

1. Pendapatan tetap, artinya apabila pendapatan naik walaupun harga suatu barang juga naik maka tidak akan menurunkan jumlah yang dibeli karena konsumen merasa mampu.
2. Selera harus tetap dan tidak berubah, misalnya seorang konsumen tidak merasa suka makanan yang terlalu pedas sehingga pembelian cabai akan berkurang dalam sebulan. Berarti berubahnya selera seorang menyebabkan permintaan akan berkurang.
3. Harga barang-barang lain tetap tidak berubah, khusus untuk barang-barang substitusi sebab ketika terjadi harga barang-barang lain naik maka permintaan barang lain akan naik.
4. Tidak diketemukan barang pengganti (substitusi), dimana apabila ditemukan barang pengganti dari barang X maka kemungkinan permintaan barang X juga akan berubah.
5. Tidak ada pengharapan perubahan harga yang langsung, artinya apabila harga turun dan orang mengharapkan baha harga terus turun maka orang tidak akan terburu-buru membeli barang. Tetapi apabila harga naik dan akan ada perkiraan kenaikan menurus maka orang akan tergesa-gesa membeli barang.

### **2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan**

Hukum permintaan secara teoritis lebih fokus pada hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta, sementara kenyataannya harga bukan menjadi satu satunya faktor yang dapat mempengaruhi permintaan. Banyaknya permintaan atas suatu barang juga ditentukan oleh beberapa faktor lain seperti yang dijelaskan oleh Arwin (2020) sebagai berikut:

#### **1. Harga Barang Itu Sendiri**

Permintaan suatu barang dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri artinya adanya sifat hubungan antara keduanya atau disebut sebagai hukum permintaan. Sifat hubungan seperti itu disebabkan karena terjadinya kenaikan harga sehingga para pembeli mencari barang lain yang fungsinya dapat menggantikan barang yang sedang mengalami kenaikan. Sebaliknya, apabila harga barang turun maka orang akan mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Seseorang pasti akan berusaha mencari harga terendah meskipun harganya hanya beda sedikit dari barang sejenisnya, hal ini disebabkan oleh kemampuan dan keinginan konsumen sesuai dengan yang diharapkan.

#### **2. Harga Barang-Barang Lainnya Yang Terkait**

Perubahan harga barang yang terjadi sangat berpengaruh pada permintaan barang lain apabila kedua jenis barang tersebut memiliki hubungan yang saling melengkapi. Namun, bila kedua

barang tidak memiliki hubungan maka tidak akan berpengaruh. Hubungan antara suatu jenis barang dengan jenis lainnya dapat dibedakan menjadi tiga golongan, yaitu:

a. Barang Pengganti (Substitusi)

Jika suatu barang dapat menggantikan fungsi barang lain disebut sebagai barang substitusi. Perubahan harga barang yang digantikan dapat mempengaruhi jumlah permintaan barang pengganti. Semakin murah harga barang semakin banyak peminatnya, oleh karena itu harga sangat menentukan jumlah permintaan.

b. Barang Pelengkap (Komplementer)

Apabila suatu barang dapat melengkapi fungsi dari barang lain dan digunakan secara bersama-sama disebut sebagai barang komplementer. Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap cenderung sejalan dengan perubahan permintaan barang yang dilengkapinya.

c. Barang Netral

Kedua jenis barang atau lebih yang tidak memiliki hubungan erat disebut sebagai barang netral. Perubahan permintaan yang terjadi terhadap barang A tidak dapat mempengaruhi permintaan terhadap barang B. Sehingga jika dua barang tidak ada hubungan yang erat maka perubahan terhadap permintaan salah satu barang cenderung tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya.

### 3. Pendapatan Konsumen

Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi permintaan berbagai jenis barang adalah pendapatan, dimana perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan permintaan barang. Melalui pendapatan dapat dilihat kemampuan daya beli pembeli terhadap suatu barang, semakin kaya seseorang maka semakin banyak pula jumlah permintaan yang akan dibelinya. Berdasarkan sifat perubahan permintaan apabila pendapatan berubah, maka barang dapat dibedakan menjadi empat jenis, yaitu: (1) Barang Inferior adalah barang yang dibeli oleh masyarakat yang memiliki pendapatan yang rendah. (2) Barang Esensial adalah barang yang penting untuk kebutuhan sehari-hari misalnya barang kebutuhan pokok. (3) Barang Normal adalah barang yang mengalami kenaikan diikuti apabila terjadi kenaikan pendapatan. (4) Barang Mewah adalah barang yang dapat dikonsumsi ketika pendapatan seseorang sudah relatif tinggi.

### 4. Selera Konsumen

Selera menjadi suatu hal yang menjadi penentu sangat jelas dari permintaan konsumen. Preferensi konsumen yang tidak sama terhadap barang dapat menyebabkan timbulnya barang lain melalui spesifikasi produk, sehingga selera konsumen dapat berbeda. Ada konsumen yang sangat menyukai produk lokal namun ada juga konsumen yang juga sangat menyukai produk luar. Semakin

meningkat selera konsumen terhadap suatu barang tertentu maka permintaan terhadap barang tersebut akan meningkat pula.

## 5. Ekspetasi Konsumen

Ekspetasi konsumen menggambarkan harapan, ramalan atau dugaan di masa yang akan datang. Apabila seseorang memperkirakan akan terjadi perubahan harga yang semakin naik akan mendorong orang tersebut untuk menambah jumlah barang yang dibeli karena menduga harga akan semakin mahal di masa mendatang guna menghemat pengeluaran pada masa mendatang. Sementara, jika seseorang menduga lowongan pekerjaan akan sukar diperoleh dan kegiatan ekonomi akan mengalami resesi akan mendorong orang lebih hemat dalam pengeluarannya dan mengurangi permintaan

Nuraini, (2016) dan Rustanti (2015) menambahkan faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi permintaan terhadap barang, diantaranya sebagai berikut:

### 1. Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk umumnya tidak dengan sendirinya dapat menyebabkan pertambahan permintaan tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Terbukanya kesempatan kerja akan meningkatkan jumlah orang yang menerima pendapatan dan akhirnya menambah

daya beli masyarakat. Oleh karena itu, penambahan daya beli inilah yang akan meningkatkan permintaan barang.

## 2. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah Anggota keluarga sangat menentukan banyaknya jumlah kebutuhan keluarga, dimana semakin banyak jumlah anggota keluarga maka kemungkinan semakin banyak pula konsumen membeli jumlah barang yang lebih banyak lagi. Sebaliknya semakin sedikit jumlah anggota keluarga yang makan maka jumlah barang yang dibeli juga sedikit.

## 3. Distribusi Pendapatan

Apabila corak distribusi pendapatan masyarakat diubah akan menimbulkan corak permintaan masyarakat yang berbeda pula. Dimana, corak permintaan jenis barang dapat merubah jika pemerintah menaikkan pajak bagi orang kaya dan hasil pajak tersebut diberikan sebagai subsidi bagi orang miskin. Sehingga menyebabkan barang-barang yang biasanya dikonsumsi oleh orang kaya cenderung akan menurun sementara barang-barang yang biasanya dikonsumsi oleh orang miskin akan meningkat, minimal kualitasnya.

#### 4. Intensitas Kebutuhan Konsumen

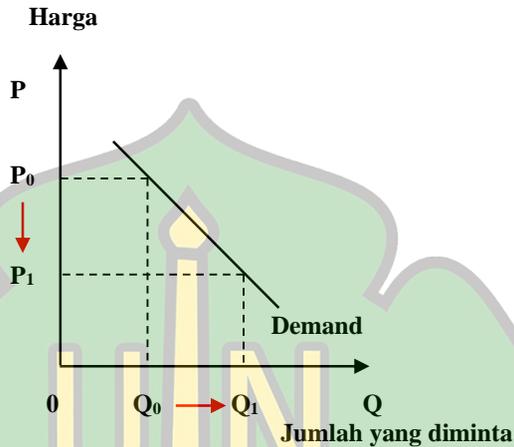
Kebutuhan terhadap suatu barang yang tidak mendesak akan menyebabkan permintaan masyarakat terhadap barang tersebut rendah, sebaliknya jika kebutuhan terhadap barang mendesak maka permintaan masyarakat terhadap barang tersebut menjadi meningkat. Hal ini yang menyebabkan intensitas kebutuhan konsumen dapat berpengaruh pada jumlah barang yang diminta.

##### 2.1.3 Kurva Permintaan

Kurva permintaan memiliki kemiringan (*slope*) negatif, hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang diminta berbanding terbalik (Herispon, 2021). Melalui kurva permintaan dapat dilihat berapa banyak konsumen bersedia membeli pada setiap harga per unit yang harus mereka bayar pada jumlah barang yang diminta. Naiknya nilai suatu variabel diikuti oleh turunnya nilai variabel yang satunya, sehingga kurva permintaan berbagai jenis barang pada umumnya menurun dari kiri atas ke kanan bawah.

A R - R A N I R Y

**Gambar 2.1**  
**Kurva Permintaan**

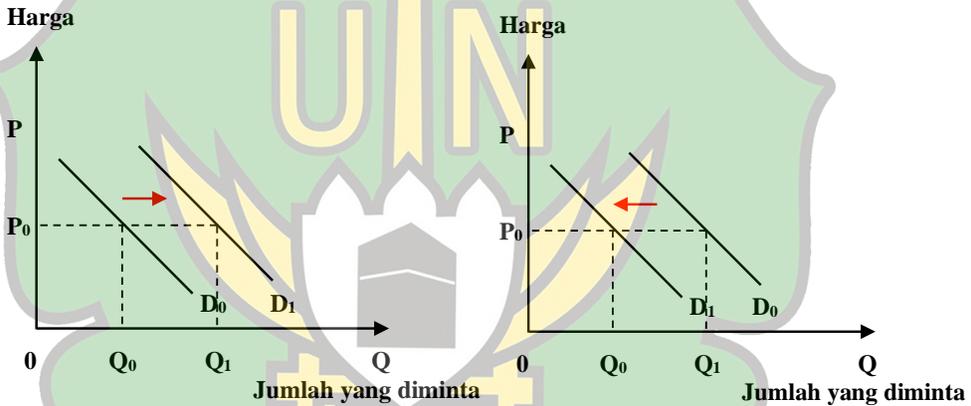


Berdasarkan Gambar 2.1 diketahui bahwa kurva permintaan ditandai dengan D, kemiringannya (*slope*) menurun. Kondisi ini disebabkan karena pada umumnya konsumen akan menurunkan konsumsinya ketika harga barang mengalami kenaikan begitupun sebaliknya konsumen akan menambah konsumsinya pada saat harga turun. Hal tersebut menyatakan bahwa satu-satunya faktor yang dapat mempengaruhi perubahan tingkat kuantitas suatu barang adalah perubahan tingkat harga (Arwin, 2020).

Perubahan permintaan suatu barang dapat terjadi karena perubahan salah satu atau lebih beberapa faktor di luar harga barang itu sendiri, misalnya pendapatan, selera, jumlah penduduk dan perkiraan harga pada periode mendatang. Namun, setiap perubahan justru dapat menaikkan jumlah barang yang nantinya akan diminta

konsumen pada tingkatan harga tertentu. Hal ini yang menyebabkan kurva permintaan mengalami pergeseran, apabila kurva permintaan bergeser ke kanan menunjukkan terjadinya penambahan permintaan dan sebaliknya pergeseran kurva permintaan ke kiri menunjukkan berkurangnya permintaan.

**Gambar 2.2**  
**Pergeseran Kurva Permintaan**



Gambar 2.2 menunjukkan adanya pergeseran kurva permintaan, pada tingkat harga yang tetap jumlah permintaan barang dapat berubah dan perubahan tersebut disebabkan oleh perubahan salah satu atau lebih *ceteris paribus*. Apabila pendapatan konsumen naik maka akan diikuti dengan meningkatnya permintaan barang, artinya pada tingkat harga yang tetap jumlah barang yang diminta menjadi lebih banyak. Keadaan ini mengakibatkan permintaan

bertambah yang ditunjukkan oleh pergeseran kurva permintaan ke kanan dari  $D_0$  ke  $D_1$ . Sebaliknya, apabila pendapatan menurun akan menggeser kurva permintaan ke kiri yang dicerminkan dari  $D_0$  ke  $D_1$ , artinya permintaan menurun yang diikuti dengan penurunan pendapatan konsumen. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara pendapatan dengan permintaan suatu barang.

## 2.2 Teori Penawaran

Penawaran ialah keseluruhan jumlah barang dan jasa yang disediakan oleh produsen pada suatu waktu tertentu dengan harga yang telah ditetapkan. Teori penawaran menjelaskan sifat hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan/diproduksi oleh produsen terhadap berbagai faktor yang mempengaruhinya seperti harga barang itu sendiri, harga barang pengganti, biaya produksi, teknologi perusahaan dan lain sebagainya (Jimmy, 2010). Penawaran merupakan jumlah komoditas pertanian yang ditawarkan oleh produsen, dimana jika produksi didorong oleh pendapatan bersih maka perubahan hasil pertanian disebabkan oleh perubahan harga relatif atau hasil pertanian dapat dijual pada tingkat harga yang berbeda setiap saat (Chairia dkk, 2016).

Aba (2023) menjelaskan jenis-jenis penawaran dibagi menjadi enam yaitu: *Pertama*, penawaran individu ialah penawaran yang bersifat independen atau hanya dilakukan oleh satu penjual di dalam pasar dengan barang dan jasa yang ditawarkan pada tingkat harga tertentu. *Kedua*, penawaran pasar ialah jumlah penawaran

barang dan jasa yang dilakukan oleh seluruh produsen untuk mendapatkan jumlah total yang ditawarkan oleh individu, dimana harga barang dapat berubah. *Ketiga*, penawaran sub marginal ialah penawaran yang dilakukan oleh penjual yang mampu menjual dibawah harga pasar. *Keempat*, penawaran marginal ialah penawaran yang dilakukan oleh penjual yang mampu menjual sama dengan harga pasar. *Kelima*, penawaran super marginal ialah penawaran yang dilakukan oleh penjual yang mampu menjual diatas harga pasar. *Keenam*, penawaran perorangan ialah penawaran yang dilakukan oleh penjual yang menawarkan berbagai jumlah barang pada tingkat harga.

### **2.2.1 Hukum Penawaran (*The Law of Supply*)**

Hukum penawaran (*the law of supply*) menjelaskan keterkaitan antara jumlah barang atau jasa yang ditawarkan dengan tingkat harga berbanding lurus, artinya semakin tinggi harga maka semakin banyak jumlah barang yang tersedia ditawarkan. Sebaliknya, semakin rendah tingkat harga maka semakin sedikit pula jumlah barang yang tersedia ditawarkan dengan asumsi *ceteris paribus* (Nasuka, 2021). Hubungan positif antara harga dan jumlah barang atau jasa yang ditawarkan dapat disebabkan karena kenaikan harga menyebabkan produsen akan memperoleh pendapatan dari penjualan yang lebih banyak dan kenaikan harga menyebabkan terjadinya kenaikan keuntungan yang diperoleh produsen dari peningkatan penjualan barang (Khoirina dkk, 2022).

Hukum penawaran ini juga menyatakan bagaimana perilaku penjual untuk menawarkan barangnya apabila harganya tinggi dan bagaimana perilaku penjual untuk menawarkan barangnya ketika harganya rendah (Sukirno, 2015). Dimana, produk yang ditawarkan pada waktu tertentu akan sangat bergantung pada tingkat harga di pasar sehingga ketika harga dari suatu produk mengalami peningkatan maka para produsen akan memasok barang dengan jumlah yang besar dan dengan harga yang tinggi. Sebaliknya, ketika harga suatu produk mengalami penurunan, produsen memilih untuk tidak memasok barang dalam jumlah besar karena keuntungan yang diterima akan sangat kecil dibandingkan dengan harga tinggi.

### **2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran**

Penawaran memiliki hubungan keterkaitan dengan proses produksi produk, karena jumlah penawaran dipengaruhi oleh kegiatan produksi suatu produk. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan atau penawaran itu sendiri baik secara langsung maupun tidak langsung. Aba (2023) menjelaskan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penawaran antara lain:

1. **Harga Barang**

Hal ini bersesuaian dengan hukum permintaan, dimana ketika harga barang yang ditawarkan mengalami kenaikan maka jumlah barang yang ditawarkan juga akan meningkat karena produsen berharap akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar

dari penjualan barang tersebut. Sebaliknya ketika harga barang yang ditawarkan turun jumlah barang yang ditawarkan juga akan menurun.

## 2. Harga Barang Substitusi

Ketika harga barang substitusi meningkat maka produsen akan meningkatkan jumlah barang yang ditawarkan. Hal ini menyebabkan konsumen akan cenderung beralih dari barang substitusi ke barang lain yang ditawarkan dengan harga yang lebih rendah atau murah.

## 3. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi seperti biaya membeli bahan baku, gaji karyawan, biaya mesin, sewa gedung dan lain sebagainya. Apabila biaya-biaya produksi tersebut meningkat maka harga barang-barang diproduksi juga akan meningkat atau tinggi. Hal ini menjelaskan bahwa produsen tidak mau rugi, sehingga para produsen akan menawarkan barang produksinya dengan jumlah yang lebih sedikit. Namun, ketika biaya produksi menurun para produsen akan menawarkan barang produksinya dengan jumlah besar yang akan berdampak pada peningkatan penawaran.

#### 4. Kemajuan Teknologi

Teknologi yang semakin berkembang dan modern sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya barang yang ditawarkan dalam perdagangan. Teknologi modern memudahkan pekerjaan produsen dalam hasil produksi hingga sampai pada kegiatan distribusi. Selain menghemat waktu pekerjaan juga menghemat biaya produksi sehingga produsen tidak akan mengeluarkan biaya yang besar pada setiap proses produksi.

#### 5. Perkiraan Harga di Masa Depan

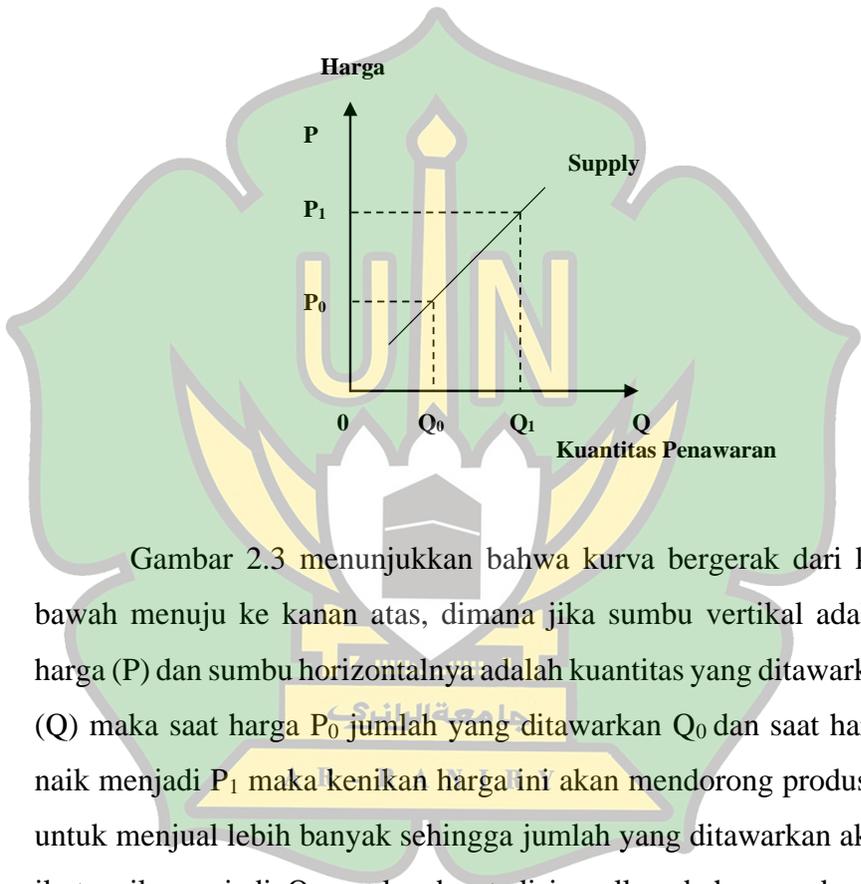
Saat kondisi pendapatan masyarakat meningkat, biaya produksi berkurang dan tingkat harga barang dan jasa naik maka memungkinkan produsen akan menambah jumlah barang dan jasa yang ditawarkan. Namun, apabila pendapatan masyarakat tidak mengalami perubahan atau tetap, biaya produksi akan mengalami peningkatan sehingga harga barang dan jasa naik maka produsen cenderung akan mengurangi jumlah produksi yang semakin meningkat atau menurun.

#### 2.2.3 Kurva Penawaran

Kurva penawaran merupakan grafik yang menunjukkan hubungan antara harga dan kuantitas barang yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen. Kurva penawaran memiliki *slope* atau kemiringan positif, artinya jika harga barang naik maka kuantitas yang ditawarkan akan bertambah dan jika harga turun maka kuantitas yang ditawarkan akan berkurang (Khusaini, 2013). Grafik

hubungan harga dengan kuantitas barang digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.3**  
**Kurva Penawaran**

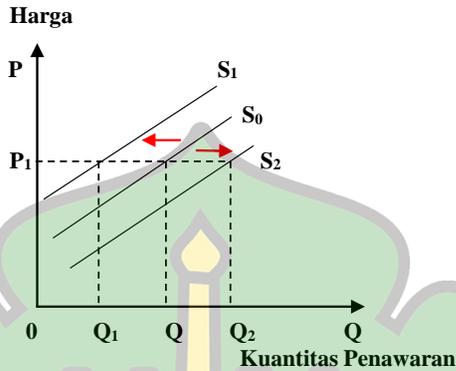


Gambar 2.3 menunjukkan bahwa kurva bergerak dari kiri bawah menuju ke kanan atas, dimana jika sumbu vertikal adalah harga (P) dan sumbu horizontalnya adalah kuantitas yang ditawarkan (Q) maka saat harga  $P_0$  jumlah yang ditawarkan  $Q_0$  dan saat harga naik menjadi  $P_1$  maka kenaikan harga ini akan mendorong produsen untuk menjual lebih banyak sehingga jumlah yang ditawarkan akan ikut naik menjadi  $Q_1$ , maka dapat disimpulkan bahwa pada sisi penawaran perubahan harga barang berpengaruh terhadap penawaran yang dapat menyebabkan terjadinya pergerakan di

sepanjang kurva penawaran, oleh karena itu produsen akan lebih memaksimalkan keuntungannya

Pergeseran kurva penawaran dapat terjadi tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya kecuali harga barang itu sendiri. Menurut Nusantara dkk (2022) apabila perubahan harga itu sendiri menyebabkan pergerakan disepanjang kurva penawaran maka pengaruh harga komoditas lainnya, harga faktor produksi, biaya dalam produksi, teknologi dan lain sebagainya dapat menyebabkan terjadinya kurva penawaran bergeser ke kiri atau ke kanan. (Geonadhi & Nobaiti, 2017) menjelaskan pergeseran kurva penawaran ada dua macam yaitu: *Pertama*, Peningkatan dalam penawaran yaitu apabila pada harga yang telah ditentukan akan ditawarkan jumlah yang lebih besar daripada jumlah yang ditawarkan sebelumnya dan jumlah yang telah ditentukan akan ditawarkan pada tingkat harga yang lebih rendah daripada tingkat harga sebelumnya, maka akan menggeser kurva penawaran ke arah kanan. *Kedua*, Penurunan dalam penawaran yaitu apabila pada tingkat harga tertentu akan ditawarkan jumlah output yang lebih sedikit daripada jumlah yang ditawarkan sebelumnya dan suatu tingkat output tertentu akan ditawarkan pada tingkat harga yang lebih tinggi daripada sebelumnya, maka akan menggeser kurva penawaran ke kiri.

**Gambar 2.4**  
**Pergeseran Kurva Penawaran**



Gambar 2.4 menunjukkan bahwa kurva penawaran bergeser ke kiri dan kanan, misalnya terjadi kemajuan teknologi dapat berpengaruh terhadap peningkatan penawaran komoditas sehingga kurva penawaran bergeser ke kanan ( $S_2$ ). Sementara, apabila terjadi kenaikan biaya produksi akan menyebabkan kurva penawaran bergeser ke kiri ( $S_1$ ). Kurva penawaran menunjukkan ketika terjadi harga berada pada titik P maka penawaran sebesar Q. Ketika terjadi peningkatan teknologi yang digunakan maka kurva penawaran bergeser ke kanan ( $S_2$ ), pada keadaan ini harga tetap berada pada titik P namun penawaran berubah dari  $Q_1$  menjadi  $Q_2$ . Sementara, ketika terjadi kenaikan harga input maka biaya produksi juga akan meningkat. Hal ini yang menyebabkan kurva penawaran ke kiri ( $S_1$ ). Ketika harga tetap berada di titik P, maka jumlah barang yang ditawarkan akan menurun menjadi  $Q_1$ . Hal ini menggambarkan

ketika terjadi kenaikan harga jumlah komoditas yang ditawarkan akan mengalami penurunan dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi penawaran akan menyebabkan kurva penawaran.

## **2.3 Keseimbangan Pasar**

### **2.3.1 Pasar**

Pasar merupakan sebuah tempat yang berperan untuk mendistribusikan barang dari pihak yang disebut sebagai produsen. Dimana, produsen akan mengambil kesempatan untuk menjualkan produk ataupun jasa mereka kepada konsumen di pasar. Sebuah pasar pasti akan melibatkan permintaan dan penawaran yang didalamnya ada kualitas suatu barang dan ketentuan harga yang dapat mempengaruhi satu sama lainnya. Oleh karena itu, pembeli dapat memutuskan sebuah keputusan mengenai investasi, distribusi dan produk terhadap barang/jasa yang dapat menentukan harga-harga barang dan jasa tersebut yang disebut sebagai keseimbangan pasar (Aba, 2023).

Berdasarkan pendapat mengenai definisi pasar dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pasar ialah suatu kondisi dimana ada pembeli (konsumen) dan penjual (produsen atau pedagang) melakukan transaksi setelah kedua belah pihak sepakat tentang harga terhadap jumlah barang yang ingin dibeli. Dari transaksi tersebut pembeli mendapatkan manfaat dari adanya memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sementara penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk

membayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi. Multifiah (2011) menjelaskan pasar memiliki lima fungsi utama, yaitu:

- a. Pasar menetapkan nilai (*sets value*). Adanya pertemuan antara permintaan dan penawaran sebagai sinyal bagi produsen, artinya jenis komoditi dan berapa banyak diinginkan oleh konsumen aka diketahui oleh produsen. Maka, produsen dapat memutuskan jenis komoditi apa yang akan diproduksi dan berapa banyak jumlahnya yang tentunya dengan berorientasi kepada keuntungan yang diinginkannya.
- b. Pasar mengorganisir produksi. Banyaknya metode produksi yang bisa dipilih berhubungan dengan banyaknya barang yang akan diproduksi sesuai dengan kehendak pasar. Dimana, produsen akan memilih metode yang paling efisien dan paling menguntungkan ditinjau dari berbagai hal terkait. Misalnya, harga suatu produksi sedang mengalami kenaikan maka produsen akan menghemat penggunaan faktor produksi dan akan menggunakan faktor produksi lainnya yang harganya relatif lebih murah.
- c. Pasar mendistribusikan barang. Dari pasar input dapat diketahui berapa besar pendapatan terdistribusi di antara warga masyarakat sebagai pemilik sumber daya dan input. Sehingga, dapat diketahui untuk siapa barang-barang yang diproduksi seperti orang-orang atau masyarakat penerima pendapatan dan yang memiliki kemampuan daya beli.

- d. Pasar menyelenggarakan penjatahan. Pasar menghasilkan berbagai macam jenis barang dan jasa yang terbatas jumlahnya per periode, sehingga dengan adanya harga untuk barang dan jasa yang dihasilkan masyarakat akan memilih apa yang akan dibeli dan dikonsumsi. Dengan demikian maka pasar akan melakukan penjatahan bagi para konsumen yang ada sesuai dengan daya beli mereka.
- e. Pasar mempertahankan dan mempersiapkan keperluan di masa yang akan datang. Tidak semua komoditi yang dihasilkan merupakan barang-barang yang habis pakai, tetapi ada juga barang-barang modal yang tidak habis pakai. Maka, untuk keperluan investasi/pegadaan barang modal tersebut diperlukan dana, yang dalam hal ini adalah tabungan. Dimana, tabungan dilakukan oleh konsumen dan investasi dilakukan oleh produsen. Keperluan investasi oleh produsen dan tabungan yang dilakukan produsen bertemu di pasar modal. Dengan demikian pasar mempunyai fungsi untuk mempersiapkan keperluan di masa yang akan datang.

AR - RANIRY

### 2.3.2 Harga Keseimbangan

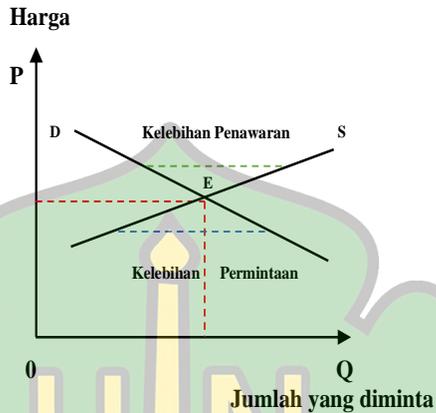
Harga merupakan jumlah uang yang dibayarkan untuk suatu barang atau layanan jasa atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan barang dan jasa tersebut (Hadi, 2019). Kesepakatan dalam penetapan harga dapat terjadi apabila ada sesuatu yang direlakan dalam kesepakatan, baik lebih rendah, lebih tinggi atau sama dengan nilai barang yang diterima oleh kedua belah pihak. Hanif (2022) menambahkan harga adalah suatu nilai tukar yang disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang dan jasa bagi konsumen pada waktu tertentu dan tempat tertentu, harga juga dapat digunakan untuk memberikan nilai yang baik pada produk barang atau jasa. Harga ialah jumlah uang yang telah ditentukan oleh penjual untuk menjual produknya kepada konsumen, dengan cara penjual menghitung biaya produksi ditambah dengan keuntungan yang diinginkan.

Effendi (2022) menjelaskan terdapat empat indikator yang dapat digunakan dalam penentuan harga, yaitu: *Pertama*, Keterjangkauan harga yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh penjual sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. *Kedua*, Kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu penetapan harga yang dilakukan penjual yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen. *Ketiga*, Daya saing harga yaitu penawaran harga yang dilakukan penjual berbeda dan bersaing

dengan yang diberikan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama. *Keempat*, Kesesuaian harga dengan manfaat yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dikonsumsi.

Harga keseimbangan sangat dipengaruhi oleh hukum permintaan dan hukum penawaran yang dikenal dengan istilah *Equilibrium Price*. Dalam ilmu ekonomi, harga keseimbangan ialah harga yang terbentuk dari titik perpotongan antara kurva permintaan dan kurva penawaran. Pada harga keseimbangan produsen bersedia membayar harga dari barang dan jasa yang diminta. Hal ini terjadi karena adanya interaksi antara penjual yang melakukan penawaran dan pembeli yang melakukan permintaan di pasar, maka harga keseimbangan bisa juga disebut sebagai harga pasar. Biasanya, harga keseimbangan yang sudah terbentuk akan bertahan lama dan menjadi patokan antara penjual dan pembeli dalam menentukan harga (Hardana dkk, 2023). Keadaan di suatu pasar dikatakan dalam keseimbangan apabila jumlah barang yang ditawarkan pada harga tertentu adalah sama dengan jumlah permintaan pada harga tertentu pula. Berikut gambar kurva keseimbangan permintaan dan penawaran:

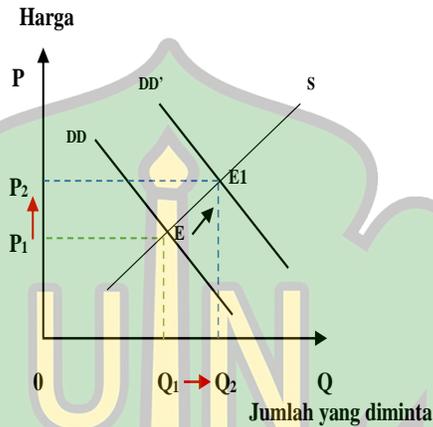
**Gambar 2.5**  
**Kurva Keseimbangan Permintaan dan Penawaran**



Kurva permintaan dan penawaran saling berpotongan yaitu pada titik E, dimana perpotongan tersebut menggambarkan permintaan sama dengan penawaran sehingga keadaan keseimbangan tercapai pada harga yang telah disepakati. Perubahan permintaan dan penawaran dapat terjadi karena disebabkan oleh perubahan-perubahan faktor lain di luar harga sehingga akan menyebabkan perubahan keseimbangan pasar. Masing-masing perubahan tersebut dapat terjadi secara individual, yaitu hanya salah satu kurva saja yang berubah (dapat kurva permintaan dan dapat pula kurva penawaran) atau dapat pula terjadi secara bersama-sama antara kurva permintaan dan kurva penawaran.

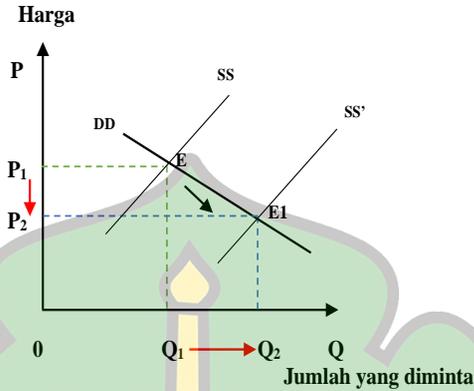
## Gambar 2.6 Pergeseran Kurva Permintaan dan Penawaran

Gambar 2.6 (a)



Pada Gambar 2.6(a) merupakan gambar efek dari peningkatan peningkatan. Pergeseran kurva permintaan ke arah kanan yaitu DD menjadi DD' menggambarkan terjadinya peningkatan permintaan. Perubahan ini menyebabkan keadaan keseimbangan berubah dari E menjadi E1. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan permintaan menyebabkan harga naik dari  $P_1$  menjadi  $P_2$  dan barang yang diminta meningkat dari  $Q_1$  menjadi  $Q_2$ .

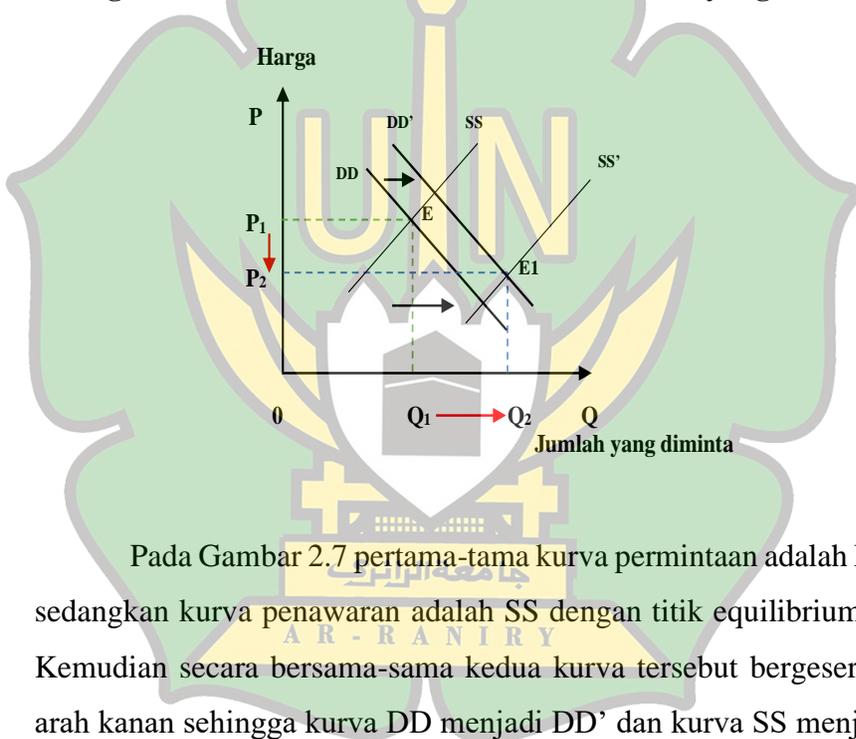
Gambar 2.6 (b)



Pada Gambar 2.6(b) merupakan gambar efek dari peningkatan penawaran. Pergeseran kurva penawaran ke arah kanan yaitu dari SS menjadi SS' menggambarkan terjadinya peningkatan penawaran. Perubahan ini menyebabkan keadaan keseimbangan berubah dari E menjadi E1. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan penawaran menyebabkan harga turun dari  $P_1$  menjadi  $P_2$  dan barang yang diminta meningkat dari  $Q_1$  menjadi  $Q_2$ . Kesimpulan dari kedua gambar tersebut ialah berkurangnya permintaan mengakibatkan harga turun dan jumlah yang dimintapun akan berkurang (kurva permintaan bergeser ke arah kanan) dan berkurangnya penawaran mengakibatkan harga naik dan barang yang ditawarkan juga berkurang (kurva penawaran bergeser ke arah kiri).

Pergeseran kurva permintaan maupun penawaran dapat terjadi bersama-sama, dengan kemungkinannya adalah kurva bergeser ke arah yang sama atau dimungkinkan pula kurva bergeser ke arah yang berbeda atau berlawanan. Berikut gambar pergeseran kurva permintaan dan penawaran yang searah.

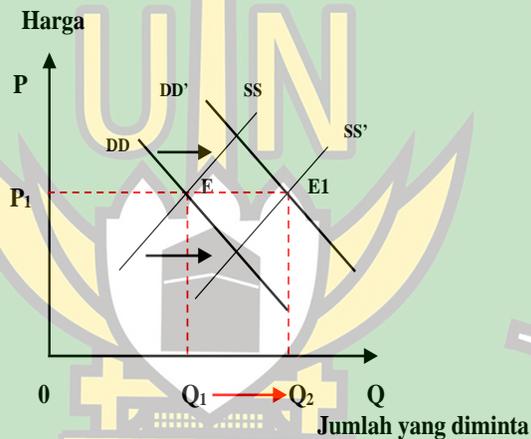
**Gambar 2.7**  
**Pergeseran Kurva Permintaan dan Penawaran yang Searah**



Pada Gambar 2.7 pertama-tama kurva permintaan adalah DD sedangkan kurva penawaran adalah SS dengan titik equilibrium E. Kemudian secara bersama-sama kedua kurva tersebut bergeser ke arah kanan sehingga kurva DD menjadi DD' dan kurva SS menjadi SS' serta titik E menjadi E1. Dari gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa pergeseran kurva permintaan dan penawaran ke arah kanan akan menghasilkan harga turun, yaitu dari P1 menjadi P2 dan jumlah barang yang ditawarkan meningkat dari Q1 menjadi Q2.

Setiap perubahan pada kurva permintaan dan kurva penawaran tersebut tidak akan mengakibatkan hal yang sama karena hanya berlaku apabila perubahan atau pergeseran kurva permintaan lebih besar dari penawaran. Berikut gambar pergeseran kurva permintaan dan penawaran dengan besaran sama.

**Gambar 2.8**  
**Pergeseran Kurva Permintaan dan Penawaran dengan Besaran Sama**



Pada Gambar 2.8 dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pergeseran kurva permintaan dan kurva penawaran yang sama besarnya maka harga barang yang diperjualbelikan adalah tetap yaitu  $P_1$ . Sementara yang berubah hanyalah jumlah barang yang diminta saja, yaitu dari  $Q_1$  menjadi  $Q_2$ .

## 2.4 Cabai Merah

Tanaman cabai merupakan tanaman yang datang ke Indonesia atau bukan tanaman asli Indonesia, melainkan dipopulerkan oleh Colombus. Menurut sejarah, masyarakat yang pertama kali memanfaatkan dan membudidayakan tanaman cabai adalah suku inca (Amerika Selatan), suku Maya (Amerika Tengah) dan suku Aztek (Meksiko) pada sekitar 2.500 SM. Pada masa itu, mereka memanfaatkan cabai sebagai bumbu masakan. Cabai yang dibawa Colombus ke Spanyol adalah jenis cabai merah (*Capsicum annuum L.*) dan tanaman cabai masuk ke Indonesia dibawa oleh pelaut Portugis sekitar abad XV hingga XVI. Tujuannya adalah untuk menguasai perdagangan rempah-rempah di Nusantara (Abidin, dkk 2021).

Tanaman cabai merah (*Capsicum annuum L.*) termasuk jenis tanaman terong-terongan atau *solanaceae* yang terdapat kandungan minyak atsiri capsaicin di dalamnya sehingga dapat memberikan rasa pedas serta memberikan rasa hangat atau panas ketika dicampurkan dengan rempah-rempah atau bumbu dapur yang lain beserta dengan lauk pauknya. Walaupun memiliki rasa pedas cabai memiliki beberapa kandungan gizi dan vitamin diantaranya kalori, protein, lemak, karbohidrat, kalsium, vitamin A, B1 dan vitamin C (Sudirman, 2022).

Cabai merah merupakan komoditas sayuran yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan banyak juga diproduksi oleh petani di dataran rendah sampai dataran tinggi. Hal ini karena tanaman cabai merah memiliki adaptasi yang cukup luas, dimana tumbuh dan berkembangnya dapat diusahakan di dataran rendah maupun dataran tinggi sampai ketinggian 1400 meter di atas permukaan laut, namun pertumbuhannya di dataran tinggi lebih lambat dan penanamnya dapat dilakukan di lahan sawah maupun lahan kering. Ada dua jenis cabai merah yang umum dibudidayakan oleh petani di Indonesia, yaitu cabai merah besar dan cabai merah keriting (Moekasan dkk, 2014).

Menurut Juliastuti dkk (2021) klasifikasi dalam tata nama tumbuhan (taksonomi) tanaman cabai merah termasuk ke dalam:

Kingdom : *Plantae*  
Divisi : *Spermatophyta*  
Subdivisi : *Angiospermae*  
Kelas : *Dicotyledoneae*  
Bangsa : *Tubiflorae (Solonales)*  
Famili : *Solonaceae*  
Marga : *Capsicum*  
Spesies : *Capsicum annum L.*

Cabai merupakan salah satu tanaman penting di luar tanaman pangan di Indonesia. Di musim penghujan, harga cabai merah cenderung melambung karena dengan pengelolaannya yang masih secara tradisional menyebabkan sulit mendapatkan hasil yang optimal, sebab saat musim hujan serangan hama dan resiko banjir yang mungkin terjadi. Selain itu, tanaman cabai merah mampu menyebabkan tingginya laju inflasi nasional. Dimana selain untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, permintaan akan cabai oleh industri dari hari ke hari terus meningkat seiring dengan maraknya industri pengolahan bahan makanan menggunakan cabai sebagai bahan utamanya. Misalnya sambal, saus dan mie instan (Abidin, 2021).

#### **2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah**

Potensi cabai merah dapat dilihat dari segi harga, dimana naik turunnya harga cabai merah akan mempengaruhi banyak atau sedikitnya terhadap cabai merah yang diminta. Peningkatan harga cabai merah yang tinggi mengakibatkan kemampuan daya beli konsumen menurun sedangkan kuantitas yang diminta meningkat ketika harganya turun. Kondisi tersebut menjelaskan bahwa kuantitas yang diminta berhubungan negatif dengan harga. Sementara, masalah utama yang dihadapi konsumen adalah harga cabai merah yang fluktuatif. Ada beberapa faktor yang

mempengaruhi permintaan Cabai Merah, antara lain sebagai berikut:

1. Harga Barang Itu Sendiri

Hukum permintaan menyatakan barang yang diminta dengan perubahan harga berhubungan negatif, maka dalam hal ini harga barang itu sendiri (cabai merah besar) akan mempengaruhi jumlah permintaannya. Cabai merah besar merupakan salah satu jenis komoditas pangan untuk kebutuhan sehari-hari yang digunakan sebagai bahan bumbu masakan, kemungkinan saat terjadi kenaikan harga cabai merah besar konsumen akan tetap membeli cabai merah besar untuk memenuhi kebutuhannya. Namun, pada umumnya dalam melakukan permintaan cabai merah besar konsumen akan sangat memperhatikan harga cabai merah besar tersebut, apabila terjadi kenaikan harga mereka akan mengurangi konsumsinya.

2. Harga Barang Pengganti

Suatu barang dikatakan sebagai barang pengganti apabila barang tersebut dapat menggantikan fungsi dari barang yang digantikannya, dalam hal ini cabai merah keriting dapat menjadi pengganti dari cabai merah besar. Hal ini karena cabai merah keriting memiliki warna dan rasa yang hampir sama dengan cabai merah. Pilihan konsumen untuk membeli tetap ditentukan oleh harga, dimana semakin murah harga barang maka semakin banyak permintaannya. Kondisi ini menjelaskan bahwa harga cabai merah keriting dapat menentukan jumlah permintaan dari cabai merah

besar itu sendiri. Apabila harga cabai merah keriting murah maka konsumen akan mengurangi pembeliannya terhadap cabai merah besar, dan sebaliknya.

### 3. Harga Barang Pelengkap

Suatu barang dikatakan sebagai barang pelengkap apabila barang tersebut dapat digunakan secara bersama-sama dengan barang lainnya, pada penelitian ini bawang merah diasumsikan sebagai barang pelengkap dari cabai merah besar. Oleh karena itu, kenaikan atau penurunan permintaan barang pelengkap selalu diikuti dengan perubahan permintaan barang yang dilengkapinya. Bawang merah dan cabai merah besar merupakan jenis komoditi yang biasa digunakan untuk bumbu masakan dan sering digunakan secara bersama-sama, sehingga bawang merah dianggap sebagai barang pelengkap dari cabai merah besar.

## 2.5 Keterkaitan Antar Variabel

### 2.5.1 Pengaruh Harga Barang Itu Sendiri (Cabai Merh Besar) terhadap Permintaan Cabai Merah

Hukum permintaan pada hakikatnya adalah dugaan yang menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta akan berubah secara berlawanan dengan perubahan harga, artinya ketika harga barang itu sendiri mengalami kenaikan maka kuantitas permintaan barang akan menurun dan sebaliknya kuantitas permintaan barang akan meningkat ketika harganya turun (Andriyani dkk, 2022). Hubungan antara harga cabai merah dengan

permintaan cabai merah sangatlah jelas, dimana kenaikan harga cabai merah akan berpengaruh pada berkurangnya tingkat permintaan cabai merah dan penurunan harga cabai merah akan meningkatkan permintaan cabai merah. Sesuai dengan hasil penelitian Rahmayanti (2022) menjelaskan hubungan antar variabel harga terhadap permintaan. Dalam penelitian tersebut diperoleh bahwa harga cabai merah memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rizal dkk (2021) menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah. Maka dapat disimpulkan bahwa antara harga dan permintaan terhadap sesuatu saling berkesinambungan.

### **2.5.2 Pengaruh Harga Barang Pengganti terhadap Permintaan Cabai Merah**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Rahmadani dkk (2020) menjelaskan secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga cabai merah keriting atau barang pengganti terhadap permintaan cabai merah di Indonesia. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga cabai merah keriting atau barang pengganti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah. Keadaan ini menggambarkan pengaruh secara nyata antara peningkatan harga cabai merah keriting dapat mempengaruhi jumlah permintaan cabai merah, dimana pada saat harga cabai merah keriting mengalami kenaikan akan berdampak

terhadap penurunan jumlah permintaan cabai merah keriting dan menyebabkan permintaan cabai merah akan bertambah. Sebaliknya, ketika harga cabai merah mengalami kenaikan maka konsumen akan membeli cabai merah keriting sebagai barang pengganti. Sementara Oktarina (2019) dalam temuannya menyatakan harga cabai rawit (barang pengganti) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan cabai merah artinya kenaikan harga cabai rawit dapat menurunkan konsumsi cabai merah keriting. Hadi (2019) berpendapat bahwa komoditi yang dapat dijadikan sebagai barang pengganti adalah cabai merah keriting, cabai kering, cabai rawit merah, cabai rawit hijau, saus sambal dan lada. Dalam penelitian ini cabai merah keriting dijadikan sebagai barang pengganti dari cabai merah besar.

### **2.5.3 Pengaruh Harga Barang Pelengkap terhadap Permintaan Cabai Merah**

Berdasarkan hasil temuan oleh Mailinda dkk (2022) menjelaskan bahwa bawang merah memiliki pengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah. Dimana, bawang merah dapat dikatakan sebagai barang pelengkap jika barang tersebut dapat digunakan secara bersama-sama untuk melengkapi barang lain, artinya jika satu dari harga barang naik maka dapat berpengaruh pada banyak atau sedikitnya permintaan dari komoditi pelengkapnya. Pada penelitian ini bawang merah digunakan sebagai barang pelengkap dari cabai merah besar, karena pada dasarnya

kegunaan bawang merah sama dengan cabai merah besar yakni digunakan untuk bumbu dapur atau masakan. Maka, kedua komoditi tersebut dapat digunakan secara bersamaan atau saling melengkapi untuk dijadikan bumbu masakan.

## **2.6 Penelitian Terkait**

Beberapa jurnal penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian, dimana jurnal tersebut memiliki kaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah, yaitu: Hasil penelitian dari Mahardika & Iriani (2023) dengan judul Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah di Kota Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh harga cabai merah, harga bawang merah dan jumlah penduduk terhadap permintaan cabai merah di Kota Kediri. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berbentuk time series. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga cabai merah dan jumlah penduduk berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah. Sedangkan, harga bawang merah tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah di Kota Kediri.

Penelitian yang dilakukan oleh Hamidah dkk (2020) berjudul Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Padang, Sumatera Barat menggunakan analisis regresi linear berganda, Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga bawang merah serta pendapatan

perkapita dan variabel terikat yaitu permintaan cabai merah besar. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga bawang merah dan pendapatan perkapita berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar. Sementara, secara parsial variabel harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting dan harga bawang merah berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar sementara pendapatan perkapita tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Padang.

Merujuk pada penelitian Mailinda dkk (2022) mengenai Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Besar di Provinsi Kalimantan Selatan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan tidak selalu dapat mempengaruhi permintaan akan cabai merah besar. Kondisi ini menjelaskan besar kecilnya pendapatan yang diperoleh konsumen belum dapat menentukan jumlah permintaan akan barang dan jasa. Namun, besar kecilnya pendapatan untuk pembelian cabai merah besar akan tetap ada karena cabe merah besar menjadi salah satu bahan yang dapat menambah cita rasa pedas untuk berbagai jenis masakan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Astuti dkk (2022) berjudul Elastisitas Permintaan Cabai Merah (*Capsicum annum L.*) di Kota Surabaya menggunakan analisis regresi linear berganda dengan metode analisis deskriptif dan analisis statistik serta menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Permintaan cabai merah, harga cabai merah, harga cabai keriting, harga bawang merah, pendapatan konsumen dan jumlah anggota keluarga adalah jenis data primer sementara, data sosial ekonomi penduduk dan peta kota Surabaya merupakan jenis data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah hanya jumlah anggota keluarga yang berpengaruh signifikan sedangkan harga cabai merah, harga cabai keriting, harga bawang merah dan pendapatan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah. Elastisitas permintaan koefisien semua variabelnya kurang dari 1, artinya bersifat inelastis.

Soetarno dkk (2021) melakukan penelitian yang berjudul Permintaan Cabai Merah di Kota Kupang. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan regresi logaritma natural dan jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari pedagang pengecer, rumah makan Padang dan rumah tangga melalui wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sisi permintaan cabai merah oleh Rumah Makan Padang menunjukkan bahwa cabai rawit dan cabai keriting

bersifat substitusi terhadap cabai merah. Sementara, dari sisi permintaan cabai merah oleh konsumen menunjukkan hubungan komplementer antara cabai rawit dan cabai keriting terhadap cabai merah. Maka, dapat disimpulkan bahwa cabai merah di tingkat Rumah Makan Padang termasuk kategori barang kebutuhan pokok atau barang normal. Sedangkan di tingkat konsumen rumah tangga di Kota Kupang, cabai merah merupakan barang mewah.

Penelitian yang dilakukan Rahmadani dkk (2020) berjudul Analisis Permintaan dan Penawaran Cabai Merah Besar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keseimbangan permintaan dan penawaran cabai merah besar di Indonesia dengan metode kuantitatif dan deskriptif. Harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga tomat, jumlah penduduk dan pendapatan per kapita merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan sementara harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga pupuk SP36 dan harga pupuk urea merupakan faktor yang mempengaruhi penawaran. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Kementerian Pertanian serta instansi terkait lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sisi permintaan harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, jumlah penduduk dan pendapatan perkapita berpengaruh secara nyata sementara harga tomat tidak berpengaruh. Selanjutnya, dari sisi penawaran harga pupuk SP36 dan harga pupuk urea berpengaruh

signifikan sedangkan harga cabai merah besar dan cabai merah keriting tidak berpengaruh signifikan terhadap penawaran cabai merah besar di Indonesia.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terkait**

No.	Peneliti & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan
1.	Mahardika dan Iriani (2023)  Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah di Kota Kediri	Analisis Regresi Linear Berganda	Harga cabai merah dan jumlah penduduk berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah. Sedangkan, harga bawang merah tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah di Kota Kediri.	<b>Persamaan</b> 1) Variabel Permintaan Cabai Merah, Harga Cabai Merah dan Harga Bawang Merah. 2) Data Sekunder  <b>Perbedaan</b> 1) Variabel Jumlah Penduduk. 2) Lokasi Penelitian di Kota Kediri.
2.	Mailinda, Muzdhalifah dan Yulianti (2022)  Analisis Faktor-Faktor yang	Analisis Regresi Linear Berganda	Secara parsial harga cabai merah besar, bawang merah besar dan pendapatan memiliki pengaruh yang	<b>Persamaan</b> 1) Variabel Permintaan Cabai Merah Besar, Harga Cabai Merah dan Harga

**Tabel 2.1-Lanjutan**

No.	Peneliti & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan
	Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Besar di Provinsi Kalimantan Selatan		signifikan terhadap permintaan cabai merah besar di Provinsi Kalimantan Selatan. Sementara, harga cabai merah keriting dan jumlah penduduk tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar di Provinsi Kalimantan Selatan.	<p>Bawang Merah.</p> <p>2) Data Sekunder</p> <p><b>Perbedaan</b></p> <p>1) Variabel Pendapatan dan Jumlah Penduduk.</p> <p>2) Lokasi Penelitian di Provinsi Kalimantan Selatan.</p>
3.	Astuti, Sastryawanto dan Koesriwulandari (2021)  Elastisitas Permintaan Cabai Merah ( <i>Capsicum annum L.</i> ) di Kota Surabaya	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel yang dominan mempengaruhi permintaan cabai merah di Kota Surabaya adalah jumlah anggota keluarga. Kemudian, seluruh variabel bersifat inelastis karena permintaan koefisien semua	<p><b>Persamaan</b></p> <p>1) Variabel Permintaan Cabai Merah, Harga Cabai Merah, Harga Cabai Keriting dan Harga Bawang Merah.</p> <p>2) Data Sekunder</p>

**Tabel 2.1-Lanjutan**

No.	Peneliti & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan
			variabelnya kurang dari 1.	<p><b>Perbedaan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Variabel Pendapatan Konsumen dan Jumlah Anggota Keluarga.</li> <li>2) Data Primer</li> <li>3) Lokasi Penelitian di Kota Surabaya.</li> </ol>
4.	<p>Soetarno, Wiendyati dan Levis (2021)</p> <p>Permintaan Cabai Merah di Kota Tupang</p>	<p>Analisis Regresi Linear Berganda</p>	<p>Permintaan cabai merah oleh Rumah Makan Padang menunjukkan cabai rawit dan cabai merah keriting bersifat substitusi (pengganti) terhadap cabai merah di. Sementara, permintaan cabai merah di tingkat konsumen menunjukkan cabai rawit dan cabai merah keriting bersifat</p>	<p><b>Persamaan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Variabel Permintaan Cabai Merah Besar dan Harga Cabai Merah dan Harga Cabai Merah Keriting.</li> </ol> <p><b>Perbedaan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Variabel Harga Cabai Rawit, Permintaan Cabai Rawit, Konsumsi Cabai</li> </ol>

**Tabel 2.1-Lanjutan**

No.	Peneliti & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan
			komplementer (pelengkap).	Merah dan Pendapatan 2) Data Primer 3) Lokasi Penelitian Kota Kupang.
5.	Hamidah, Syahni dan Sari (2020)  Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Padang, Sumatera Barat	Analisis Regresi Linear Berganda	Secara simultan harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga bawang merah dan pendapatan perkapita berpengaruh terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Padang, Sumatera Barat. Sementara secara parsial, variabel dengan korelasi yang paling tinggi adalah variabel harga cabai merah besar dan variabel harga cabai merah keriting.	<p><b>Persamaan</b></p> <p>1) Variabel Permintaan Cabai Merah Besar, Harga Cabai Merah Besar, Harga Cabai Merah Keriting dan Harga Bawang Merah.</p> <p>2) Data Sekunder.</p> <p><b>Perbedaan</b></p> <p>1) Variabel Pendapatan Perkapita.</p> <p>2) Lokasi Penelitian di Padang</p>

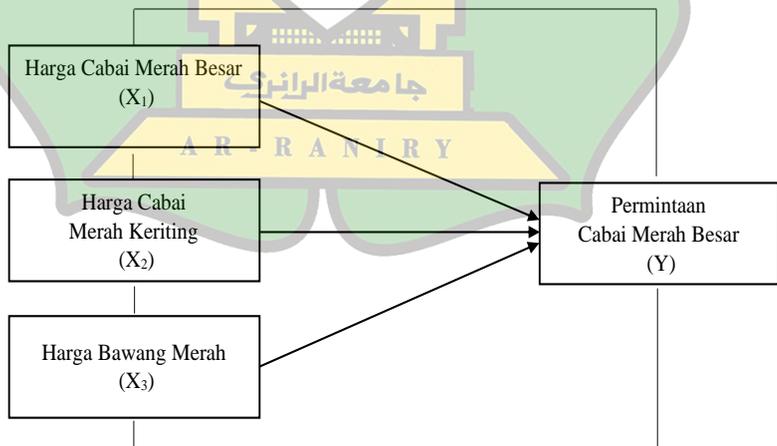
**Tabel 2.1-Lanjutan**

No.	Peneliti & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan
6.	<p>Rahmadani, Prayuginingsih dan Widjayanti (2020)</p> <p>Analisis Permintaan dan Penawaran Cabai Merah Besar (<i>Capsicum annum L.</i>) di Indonesia.</p>	<p>Analisis Regresi Linear Berganda</p>	<p>Dari sisi permintaan harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, jumlah penduduk dan pendapatan perkapita berpengaruh secara nyata sementara harga tomat tidak berpengaruh. Selanjutnya, dari sisi penawaran harga pupuk SP36 dan harga pupuk urea berpengaruh signifikan sedangkan harga cabai merah besar dan cabai merah keriting tidak berpengaruh signifikan terhadap penawaran cabai merah besar di Indonesia.</p>	<p><b>Persamaan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Variabel Permintaan Cabai Merah Besar, Harga Cabai Merah Besar dan Harga Cabai Merah Keriting.</li> <li>2) Data Sekunder</li> </ol> <p><b>Perbedaan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Variabel Harga Tomat, Jumlah Penduduk, Pendapatan Perkapita, Harga Pupuk SP 36 dan Harga Pupuk Urea. Lokasi</li> <li>2) Penelitian di Indonesia.</li> </ol>

## 2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ialah gambaran yang menjelaskan seluruh kegiatan dalam penelitian mulai dari perencanaan, pelaksanaan sampai penyelesaian. Berdasarkan landasan teori pada penelitian ini harga barang itu sendiri (harga cabai merah besar) ( $X_1$ ), harga barang pengganti dalam hal ini harga cabai merah keriting ( $X_2$ ) dan harga barang pelengkap dalam hal ini harga bawang merah ( $X_3$ ) sebagai variabel bebas dalam penelitian ini serta termasuk pada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah besar. Sementara, variabel terikat dalam penelitian ini adalah permintaan cabai merah besar ( $Y$ ). Kemudian seluruh variabel bebas akan diukur tingkat signifikansinya dengan analisis regresi. Berikut adalah skema kerangka berpikir sebagai gambaran bagi penulis dalam melakukan penelitian:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



Sumber: Data Diolah (2023)

## 2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap timbulnya permasalahan yang diteliti berdasarkan latar belakang penelitian, landasan teori penelitian dan kerangka berpikir yang telah dibahas sebelumnya. Maka dapat diuraikan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H<sub>a1</sub> : Harga Cabai Merah Besar berpengaruh terhadap Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh.
- H<sub>01</sub> : Harga Cabai Merah Besar tidak berpengaruh terhadap Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh.
- H<sub>a2</sub> : Harga Cabai Merah Keriting berpengaruh terhadap Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh.
- H<sub>02</sub> : Harga Cabai Merah Keriting tidak berpengaruh terhadap Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh.
- H<sub>a3</sub> : Harga Bawang Merah berpengaruh terhadap Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh.
- H<sub>03</sub> : Harga Bawang Merah tidak berpengaruh terhadap Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. *Explanatory* merupakan metode penelitian yang mampu menjelaskan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya, disamping itu dengan pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2018). Penelitian kuantitatif juga dapat didefinisikan sebagai salah satu jenis penelitian yang datanya berupa angka-angka yang memungkinkan di analisis melalui pendekatan statistik.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat data runtun waktu (*time series*) yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung yang telah dipublikasikan dari lembaga atau instansi terkait yang berhubungan dengan data dalam penelitian ini yaitu data permintaan cabai merah besar diperoleh dari Dinas Pertanian dan Perkebunan Banda Aceh dan harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting dan harga bawang merah diperoleh dari Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) Nasional yang berbentuk data bulanan periode 2020-2022.

### **3.3 Sampel**

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini sampel yang digunakan yaitu data permintaan cabai merah besar, harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting dan harga bawang merah di Kota Banda Aceh dengan pengambilan data secara bulanan dari Januari 2020 sampai Desember 2022.

### **3.4 Variabel Penelitian**

#### **3.4.1 Klasifikasi Variabel Penelitian**

Klasifikasi variabel berdasarkan kajian teoritis dan studi empiris menurut kerangka pemikiran terbagi menjadi dua yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Menurut (Muh. Fitra & Luthfiah, 2018) variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama karena variabel ini yang dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Banda Aceh (Y). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat, baik secara positif maupun negatif (Muh Fitra & Luthfiah, 2018). Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Harga Cabai Merah Besar ( $X_1$ ), Harga Cabai Merah Keriting ( $X_2$ ) dan Harga Bawang Merah ( $X_3$ ) di Kota Banda Aceh.

### 3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel ialah penjelasan terkait variabel-variabel dalam penelitian, baik variabel terikat ataupun variabel bebas yang bertujuan untuk memahami makna dari masing-masing variabel. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Pengertian	Sumber Data	Satuan Data
1.	Permintaan Cabai Merah Besar	Permintaan cabai merah besar merupakan jumlah dari komoditi cabai merah yang dibutuhkan konsumen dengan tingkatan kebutuhan yang berbeda-beda dan atas dasar keinginan tertentu.	Dinas Pertanian dan Perkebunan Banda Aceh	Kg/Bulan
2.	Harga Cabai Merah Besar	Harga cabai merah besar atau harga barang itu sendiri merupakan harga yang dibayarkan oleh konsumen pada tingkat harga tertentu.	Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) Nasional.	Rp/Kg
3.	Harga Cabai Merah Keriting	Harga cabai merah keriting sebagai barang pengganti dari cabai merah besar. Barang pengganti sifatnya dapat menggantikan	Pusat Informasi Harga Pangan Strategis	Rp/Kg

**Tabel 3.1-Lanjutan**

No	Variabel	Pengertian	Sumber Data	Satuan Data
		fungsi dari suatu barang. Oleh karena itu, konsumen akan beralih membeli cabai merah keriting ketika harga cabai merah besar sedang naik. Dimana, harga tersebut dibayarkan oleh konsumen pada tingkat harga tertentu.	(PIHPS) Nasional.	
4.	Harga Bawang Merah	Harga bawang merah sebagai barang pelengkap dari cabai merah besar yang artinya kedua komoditi tersebut dapat digunakan secara bersama-sama dengan tingkat harga tertentu yang dibayarkan oleh konsumen.	Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) Nasional.	Rp/Kg

Sumber: Data Diolah (2023) جامعة الرانيري

### 3.5 Model Penelitian RANIRY

Model penelitian yang digunakan adalah model keterikatan variabel bebas yaitu harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting dan harga bawang merah terhadap variabel terikat yaitu permintaan cabai merah besar dengan menggunakan model *Vector*

*Error Correction Model* (VECM). Maka, keterikatan hubungan keduanya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{DCMB}_i = \alpha_0 + \beta_1 \mathbf{HCMB}_i + \beta_2 \mathbf{HCMK}_i + \beta_3 \mathbf{HBM}_i + e_i$$

(3.1)

Keterangan:

DCMB : Permintaan Cabai Merah Besar

HCMB : Harga Cabai Merah Besar

HCMK : Harga Cabai Merah Keriting

HBM : Harga Bawang Merah

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  : Koefisien masing-masing variabel bebas

t : *Time series* (bulan)

e : *error term*

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dilakukan dengan model analisis *Vector Error Correction Model* (VECM), dalam menganalisa data yang telah dikumpulkan menggunakan software Eviews 12. Teknik analisis data penelitian ini, sebagai berikut:

### 3.6.1 Analisis *Vector Error Correction Model* (VECM)

VECM merupakan metode turunan dari *Vector Autoregressive* (VAR). Metode VECM digunakan pada saat data tidak stasioner di tingkat level tetapi memiliki potensi untuk terkointegrasi. Pada data runtun waktu kebanyakan stasioner pada perbedaan pertama (*first difference*). VECM adalah bentuk VAR yang terestriksi. Dimana, model VECM meretriksi hubungan perilaku jangka panjang antar variabel yang ada agar konvergen ke dalam hubungan kointegrasi namun tetap membiarkan terjadinya perubahan-perubahan dinamis di dalam jangka pendek. Istilah kointegrasi ini dikenal sebagai korelasi kesalahan (*error correction*) karena apabila terjadi deviasi terhadap keseimbangan jangka panjang maka akan dikoreksi secara bertahap melalui series parsial penyesuaian jangka pendek (Rachbini dkk, 2021).

Model VECM digunakan untuk menjelaskan perilaku dinamis antar variabel yang diamati dan saling memiliki keterkaitan. Penggunaan VECM diharapkan menghilangkan masalah simultanitas antar dua atau lebih variabel endogen. Apabila suatu data stasioner pada tingkat level maka disarankan menggunakan metode VAR tetapi apabila data tersebut tidak stasioner pada tingkat level maka perlu diuji kointegrasi untuk mengetahui hubungan jangka panjang antar variabel. Jika variabel stasioner pada tingkat *first difference* dan memiliki kointegrasi atau terdapat hubungan jangka panjang antar variabel maka penggunaan model yang tepat

adalah menggunakan VECM. Berikut tahapan pengujian model pada Eviews yaitu:

### **1. Uji Stasioneritas Data**

Pengujian stasioner merupakan tahap pertama pada pengujian data runtun waktu (*time series*) yang bertujuan untuk mengetahui data stasioner atau tidak stasioner. Data dikatakan stasioner jika memenuhi tiga kriteria, yaitu rata-rata dan varians konstan sepanjang waktu serta kovarians antara data *time series* hanya bergantung pada lag antara dua periode waktu (Adnan, 2023). Terdapat beberapa metode yang dapat dilakukan untuk melakukan uji stasioneritas, diantaranya yaitu grafik, *correlogram*, uji akar unit (*unit root*) dengan metode *Augmented Dickey Fuller (ADF) Test* dan *Phillips-Perron (PP) Test*. Pada penelitian ini menggunakan *ADF test* dan keputusan hasil uji ADF ditentukan dengan memperhatikan nilai statistik yang dibandingkan dengan nilai kritikal McKinnon pada level 1%, 5% atau 10% , dimana untuk mendapatkan nilai yang stasioner dapat dilakukan pada tingkat level hingga *first difference* (Basuki & Prawoto, 2017).

### **2. Penentuan Lag Optimal**

Penentuan lag dilakukan untuk menentukan panjang lag optimal yang akan digunakan dalam analisis selanjutnya dan akan menentukan estimasi parameter untuk model VAR serta dapat menghilangkan masalah autokorelasi dalam model VAR. Hal ini

disebabkan karena estimasi hubungan kausalitas dan VAR sangat peka terhadap panjang lag. Terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk mengetahui jumlah lag optimal yang digunakan dalam uji stasioneritas, yaitu: *Likelihood Ratio* (LR), *Final Prediction Error* (FPE), *Akaike Information Criteria* (AIC), *Schwarz Information Criteria* (SIC) dan *Hannah-Quinn Criteria* (HQC). Namun, untuk memastikan stabilitas dan konsistensi biasanya menggunakan SIC untuk melihat nilai panjang lag yang optimal atau juga bisa dikenali dengan banyaknya tanda asterisk (\*) yang berada pada lag (Firdaus, 2020).

### 3. Uji Kointegrasi (*Johansen's Cointegration Test*)

Keberadaan hubungan jangka panjang antar variabel-variabel yang tidak stasioner dapat dilihat melalui uji kointegrasi. Tujuan dari uji kointegrasi adalah untuk menguji kemungkinan adanya hubungan keseimbangan jangka panjang antara variabel yang diteliti, sementara dalam jangka pendek dapat terjadi ketidakseimbangan yang sering terjadi pada perilaku ekonomi (Adnan, 2023). Dimana, syarat untuk melakukan uji kointegrasi yaitu data harus stasioner pada tingkat *first difference* dan sebelum diuji harus ditentukan terlebih dahulu uji lag optimalnya. Penelitian ini melakukan pengujian kointegrasi dengan menggunakan *Johansen Cointegration Test* dan jumlah kointegrasi (*rank* kointegrasi) antar variabel dapat dilihat dengan menggunakan statistik Johansen. Adapun untuk melihat suatu variabel

terkointegrasi atau tidak digunakan metode *Trace* dan *Max Eigen Test*. Pada uji kointegrasi sebuah variabel dikatakan terkointegrasi apabila nilai *Trace Test* dan *Max Eigen Test* lebih besar dari nilai kritis 5% (Amali dkk, 2018).

#### 4. Estimasi VECM

Apabila suatu data *time series* telah terbukti terdapat hubungan kointegrasi maka model VECM dapat digunakan untuk mengetahui tingkah laku jangka pendek dari suatu variabel terhadap nilai jangka panjangnya. Hasil VECM dikatakan memiliki pengaruh jika nilai t-statistik lebih besar dari pada nilai t-tabel, maka hasil tersebut dapat dikatakan terdapat hubungan jangka panjang atau jangka pendek antar variabel (Amali dkk, 2018). Model VECM memiliki perilaku dinamis, artinya perilaku tersebut dapat dilihat melalui respons dari setiap variabel endogen terhadap *shock* pada variabel tersebut maupun terhadap variabel endogen lainnya. Oleh karena itu, penentuan lag berperan penting dalam mengestimasi VECM karena pemilihan lag yang tepat akan menghasilkan residual bersifat *Gaussian* yang berarti data terbebas dari masalah autokorelasi dan heteroskedastisitas.

## **BAB IV**

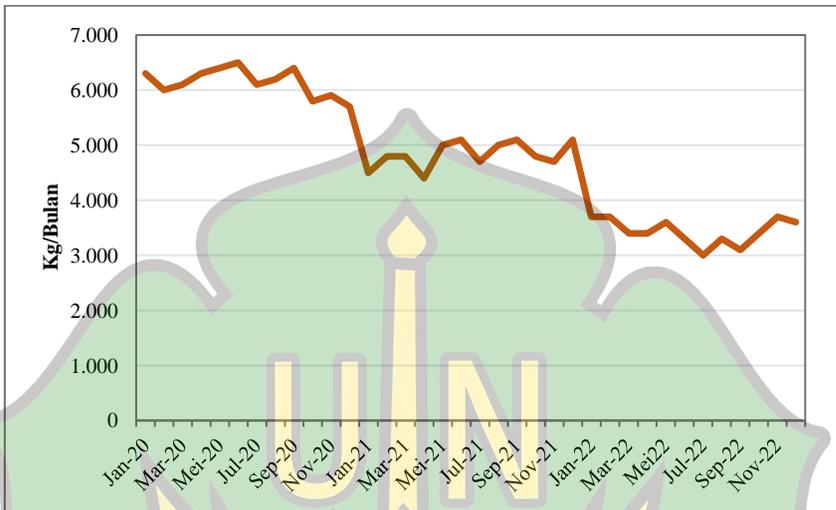
### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskriptif Variabel Penelitian**

##### **4.1.1 Permintaan Cabai Merah Besar**

Permintaan cabai merah besar merupakan banyaknya permintaan cabai merah besar di Kota Banda Aceh secara agregat. Cabai merah besar adalah salah satu jenis komoditas pangan yang memiliki nilai ekonomis dan permintaan yang tinggi. Peningkatan permintaan cabai merah besar harus diikuti dengan peningkatan produksinya agar permintaan masyarakat dapat terpenuhi. Pada penelitian ini data cabai merah besar dihitung dengan menjumlahkan seluruh permintaan cabai merah yang dikonsumsi oleh konsumen di Kota Banda Aceh pada waktu tertentu. Adapun untuk melihat perkembangan permintaan cabai merah besar di Kota Banda Aceh selama periode Januari 2020 sampai Desember 2022 dapat dilihat pada grafik di bawah ini:

**Gambar 4.1**  
**Grafik Perkembangan Permintaan Cabai Merah Besar**  
**di Kota Banda Aceh Periode Januari 2020 – Desember 2022**



Sumber: Dinas Pertanian dan Perkebunan Banda Aceh (2023)

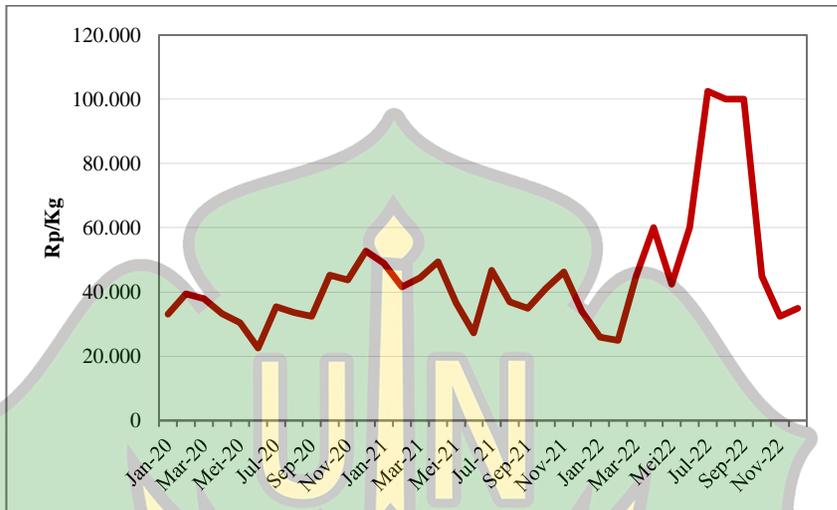
Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa permintaan cabai merah besar di Kota Banda Aceh dan perkembangannya selama periode Januari 2020 – Desember 2022 mengalami penurunan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, dengan rata-rata jumlah permintaan cabai merah besar sebesar 4.803 Kg/Bulan. Perkembangan permintaan cabai merah besar pada Juni 2020 mencapai 6.500 Kg/Bulan, sementara memasuki tahun 2020 pada bulan Januari 2021 permintaan cabai merah besar menurun yaitu menjadi 4.500 Kg/Bulan. Penurunan permintaan cabai merah besar di Kota Banda Aceh paling drastis terjadi pada bulan Juli 2022 yang hanya mencapai 3.000 Kg/Bulan. Permintaan cabai merah besar terus mengalami penurunan dikarenakan kurangnya produksi cabai

merah besar di Kota Banda Aceh itu sendiri yang disebabkan oleh faktor alam, seperti kelebihan hujan dapat menyebabkan genangan air yang dapat merusak tanaman cabai merah besar dan kekurangan hujan juga dapat menghambat pertumbuhan dan perkembangan cabai merah besar. Suhu yang sangat panas dan sangat dingin serta suhu yang ekstrem juga mempengaruhi pertumbuhan dan produktivitas cabai merah besar bahkan tanaman cabai merah bisa mati. Hal tersebut yang dapat menyebabkan gagal panen, sehingga produksi terbatas dan harga cabai merah besar mengalami kenaikan.

#### **4.1.2 Harga Cabai Merah Besar**

Komoditas cabai merah besar berperan penting di kalangan masyarakat, yang mana cabai merah besar termasuk salah satu bahan pangan yang memiliki harga rentan berfluktuasi. Pada sisi konsumsi, cabai merah besar sebagai salah satu bumbu masakan yang ada pada menu harian sebagian besar masyarakat di Kota Banda Aceh. Harga cabai merah besar dalam penelitian ini merupakan jumlah uang yang dibayarkan oleh penduduk atau konsumen Kota Banda Aceh untuk mendapatkan satu kilogram cabai merah besar. Dimana, semakin tinggi harga cabai merah besar maka akan menurunkan permintaan akan cabai merah besar itu sendiri. Perkembangan harga cabai merah besar di Kota Banda Aceh cenderung fluktuasi dari bulan ke bulan. Adapun untuk melihat perkembangan harga cabai merah besar di Kota Banda Aceh selama periode Januari 2020 sampai Desember 2022 dapat dilihat pada grafik di bawah ini:

**Gambar 4.2**  
**Grafik Perkembangan Harga Cabai Merah Besar**  
**di Kota Banda Aceh Periode Januari 2020 – Desember 2022**



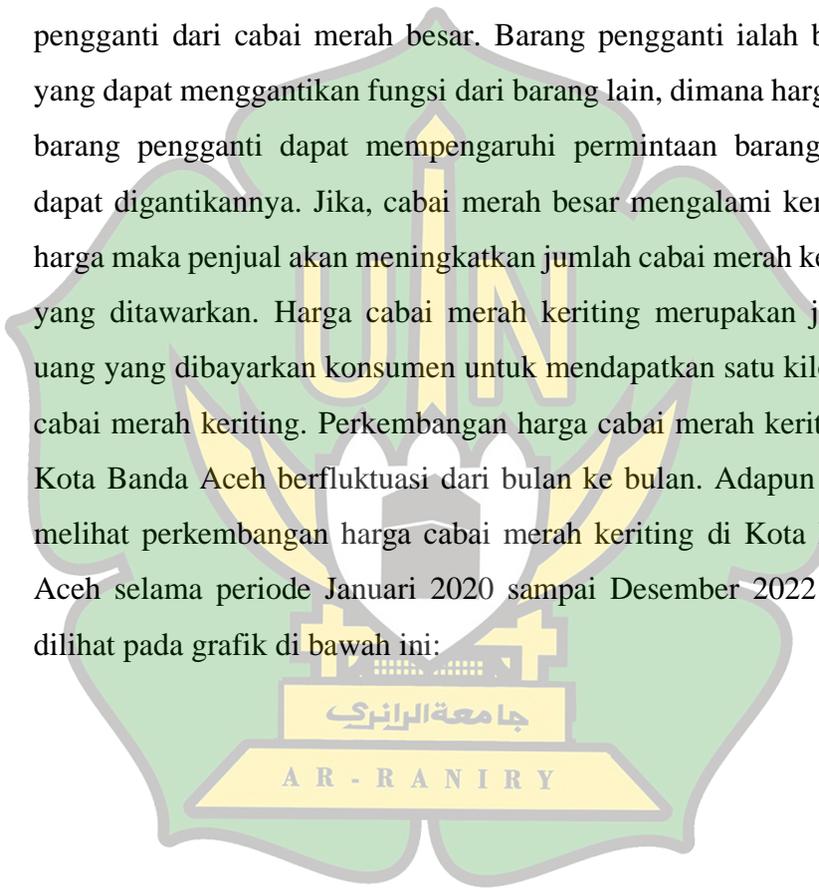
*Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (2023)*

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat dilihat perkembangan harga cabai merah besar di Kota Banda Aceh dari bulan Januari 2020 – Desember 2022 berfluktuasi, dengan rata-rata harga cabai merah besar sebesar Rp 44.486/Kg. Harga cabai merah besar melonjak tajam terjadi pada tahun 2022, harga cabai merah besar melonjak tinggi pada bulan Juli 2022 sebesar Rp 102.500/Kg. Kenaikan harga ini disebabkan kurangnya produksi dari daerah penghasil cabai merah besar karena komoditas jenis ini masih sangat bergantung pada cuaca sehingga sebagian petani melewati masa panen dan juga menyebabkan persediaan cabai merah besar di Kota Banda Aceh berkurang. Selanjutnya, harga terendah terjadi pada bulan Juni 2020 sebesar Rp 22.550/Kg, penurunan harga ini disebabkan karena

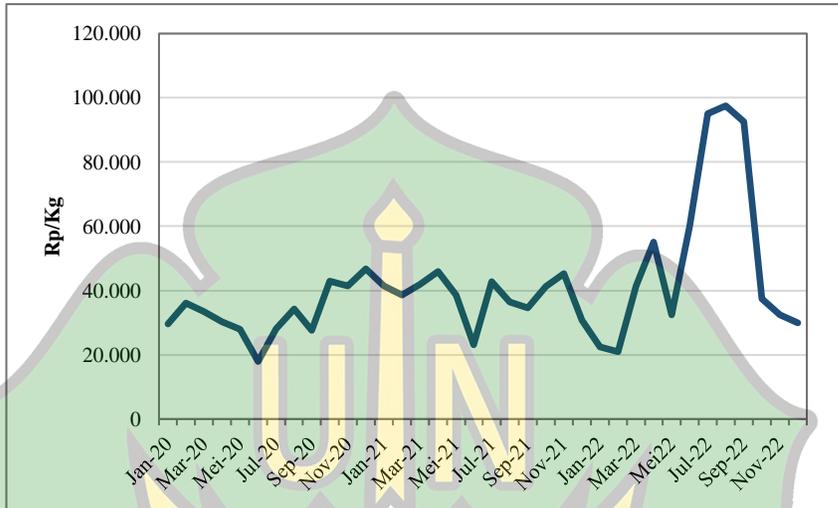
minimnya permintaan penduduk sementara pasokan cabai merah besar dari daerah penghasil mencukupi.

#### **4.1.3 Harga Cabai Merah Keriting**

Cabai merah keriting dalam penelitian ini sebagai barang pengganti dari cabai merah besar. Barang pengganti ialah barang yang dapat menggantikan fungsi dari barang lain, dimana harga dari barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Jika, cabai merah besar mengalami kenaikan harga maka penjual akan meningkatkan jumlah cabai merah keriting yang ditawarkan. Harga cabai merah keriting merupakan jumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan satu kilogram cabai merah keriting. Perkembangan harga cabai merah keriting di Kota Banda Aceh berfluktuasi dari bulan ke bulan. Adapun untuk melihat perkembangan harga cabai merah keriting di Kota Banda Aceh selama periode Januari 2020 sampai Desember 2022 dapat dilihat pada grafik di bawah ini:



**Gambar 4.3**  
**Grafik Perkembangan Harga Cabai Merah Keriting**  
**di Kota Banda Aceh Periode Januari 2020 – Desember 2022**



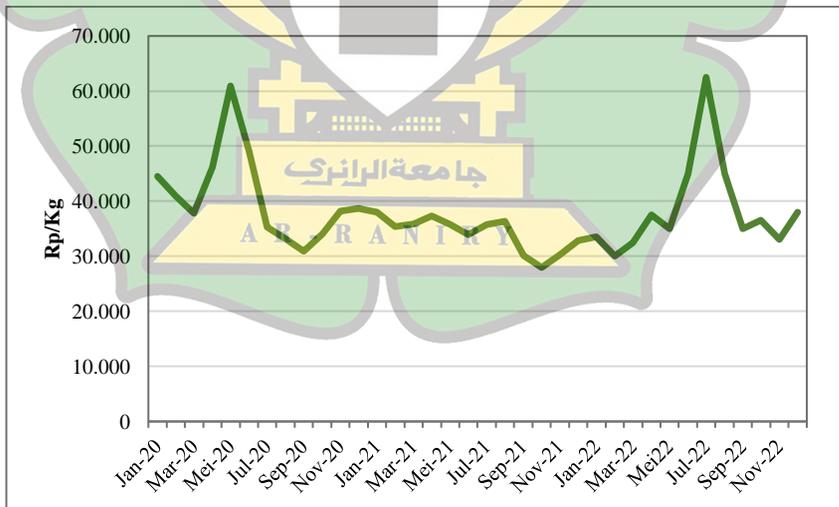
Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (2023)

Berdasarkan Gambar 4.3 dapat dilihat bahwa perkembangan harga cabai merah keriting di Kota Banda Aceh cenderung berfluktuasi dari bulan Januari 2020 – Desember 2022, dengan rata-rata harga cabai merah keriting sebesar Rp 40.945/Kg. Fluktuasi harga cabai merah keriting menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu. Harga cabai merah keriting tertinggi dalam kurung waktu 3 tahun terakhir adalah sebesar Rp 97.500/Kg pada bulan Agustus 2022 dan harga cabai merah keriting terendah berada pada bulan Juni 2020 yakni sebesar Rp 17.900/Kg. Hubungan antara harga cabai merah besar dengan harga cabai merah keriting diasumsikan sebagai barang pengganti.

#### 4.1.4 Harga Bawang Merah

Bawang merah dalam penelitian ini sebagai barang pelengkap dari cabai merah besar. Barang pelengkap ialah barang yang dapat digunakan bersama-sama dengan barang lainnya, dimana apabila salah satu harga dari barang tersebut naik maka akan mempengaruhi banyaknya konsumsi terhadap barang pelengkapannya. Harga bawang merah merupakan jumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan satu kilogram bawang merah. Adapun untuk melihat perkembangan harga bawang merah di Kota Banda Aceh selama periode Januari 2020 sampai Desember 2022 dapat dilihat pada grafik di bawah ini:

**Gambar 4.4**  
**Grafik Perkembangan Harga Bawang Merah**  
**di Kota Banda Aceh Periode Januari 2020 – Desember 2022**



Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (2023)

Berdasarkan Gambar 4.4 dapat dilihat perkembangan harga bawang merah di Kota Banda Aceh dalam kurun waktu 3 tahun terakhir mengalami fluktuasi, dengan rata-rata harga bawang merah sebesar Rp 37.847/Kg. Harga bawang merah tertinggi yang pernah didapatkan berada pada bulan Mei 2020 sebesar Rp 60.950/Kg dan Juli 2022 sebesar Rp 62.500/Kg. Sementara, harga bawang merah terendah berada pada bulan Oktober 2021 yakni sebesar Rp 27.950/Kg. Hubungan antara harga cabai merah besar dengan harga bawang merah diasumsikan sebagai barang pelengkap.

## **4.2 Analisis Model**

Ada beberapa pengujian yang harus dilakukan dalam analisis VECM seperti uji stasioneritas variabel, uji lag optimum, uji kointegrasi dan estimasi VECM.

### **4.2.1 Hasil Uji Stasioner Variabel**

Tahapan awal dalam mengestimasi data *time series* ialah dengan melakukan pengujian stasioneritas yaitu dengan melihat apakah data yang digunakan memiliki akar unit atau tidak melalui penggunaan uji *Augmented Dickey-Fuller*. Stasioneritas data *time series* sangat penting karena jika data yang digunakan dalam penelitian tidak stasioner, maka akan menghasilkan regresi palsu (*spurious*). Pengujian akar unit ini diterapkan pada seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian yakni permintaan cabai merah besar, harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting dan harga

bawang merah. Berikut merupakan hasil pengujian stasioneritas ADF:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Stasioneritas ADF**

Variabel	Level		P-Value	First difference		P-Value
	t-Statistik ADF	Critical Value 5%		t-Statistik ADF	Critical Value 5%	
Permintaan Cabai Merah Besar	-1.204833	-2.948404	0.6613	-7.530203	-2.951125	0.0000
Harga Cabai Merah Besar	-2.446437	-2.948404	0.1370	-5.238902	-2.951125	0.0001
Harga Cabai Merah Keriting	-2.529027	-2.948404	0.1175	-5.334240	-2.951125	0.0001
Harga Bawang Merah	-3.024817	-2.948404	0.0423	-5.629443	-2.960411	0.0001

Sumber: Data Diolah Eviews 12 (2023)

Hasil uji stasioner menunjukkan bahwa pada tingkat level hanya variabel harga bawang merah saja yang stasioner, sementara variabel permintaan cabai merah besar, harga cabai merah besar dan harga cabai merah keriting tidak stasioner. Kemudian, setelah dilakukan uji stasioner pada tingkat selanjutnya menunjukkan bahwa seluruh variabel yaitu permintaan cabai merah besar, harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting dan harga bawang merah stasioner pada tingkat *first difference* yang ditandai dengan nilai ADF statistik lebih besar dari nilai kritis 0,05 atau nilai P-value lebih kecil dari 0,05. Jika ada satu variabel yang stasioner pada tingkat *first difference* maka semua variabel harus stasioner pada tingkat yang sama.

#### 4.2.2 Hasil Penentuan Lag Optimum

Menentukan lag optimum adalah salah satu tahap penting dalam model VECM, mengingat dalam model VECM faktor masa lalu turut menjadi variabel. Beberapa kriteria yang dapat dipertimbangkan dalam memilih panjang lag yang tepat adalah *Akaike Information Criterion* (AIC), *Schwarz Criterion* (SC) dan *log likelihood*. Dalam hal ini, model yang terpilih harus memiliki nilai AIC dan SC terendah serta nilai absolute *log likelihood* terbesar diantara semua lag yang diuji. Berikut adalah hasil pengujian lag optimum:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Pengujian Lag Optimum**

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-1251.420	NA	1.40e+29	78.46377	78.64699	78.52450
1	-1199.723	87.23891*	1.52e+28*	76.23270	77.14878*	76.53636*
2	-1185.337	20.67945	1.77e+28	76.33359	77.98255	76.88017
3	-1171.141	16.85795	2.27e+28	76.44633	78.82815	77.23584
4	-1150.974	18.90721	2.33e+28	76.18585*	79.30054	77.21828

Sumber: Data Diolah Eviews 12 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa *Akaike Information Criterion* (AIC) yang terkecil terdapat pada lag 4 yaitu sebesar 76.18585, sementara itu *Schwarz Criterion* (SC) terkecil terletak pada lag 1 dengan nilai 77.14878 dan nilai HQ terkecil terdapat pada lag 1 dengan nilai 76.53636. Maka berdasarkan kriteria tersebut model yang terpilih dalam penelitian adalah lag 1, karena letak bintang terbanyak berada pada lag 1.

### 4.2.3 Hasil Uji Kointegrasi Johansen

Uji kointegrasi merupakan tahapan ketiga dalam estimasi VECM, dimana uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan jangka panjang antar setiap variabel. Metode yang digunakan dalam uji kointegrasi adalah metode *Johansen Cointegration Test*, dimana panjang lag ditentukan berdasarkan hasil pengujian lag optimal yang telah diperoleh. Pada uji kointegrasi Johansen terdapat dua statistik yang digunakan yaitu *Trace Test* dan *Maximum-Eigen Test*. Apabila variabel terkointegrasi maka terdapat hubungan jangka panjang dari masing-masing variabel. Sebuah variabel dikatakan terkointegrasi apabila nilai statistik *Trace Test* dan *Maximum-Eigen Test*  $>$  dari nilai kritis 5%. Namun, apabila nilai statistik *Trace Test* dan *Maximum-Eigen Test*  $<$  dari nilai kritis 5% maka tidak adanya kointegrasi antar variabel. Berdasarkan hasil pengujian tersebut ada dua kriteria dalam menentukan tren yang lebih tepat, yaitu *Akaike Information Criterion* (AIC) dan *Schwarz Criterion* (SC). Berikut hasil pengujian kointegrasi Johansen berdasarkan lag optimal yaitu:

**Tabel 4.3**  
**Hasil AIC dan SC Pada Kointegrasi Johansen**

<b>Data Tren yang Direkomendasikan</b>	
<i>AIC (Akaike Information Criterion)</i>	<i>SC (Schwarz Criterion)</i>
<i>1: None: No Intercept No Trend</i>	<i>1: None: No Intercept No Trend</i>

*Sumber: Data Diolah Eviews 12 (2023)*

Berdasarkan Tabel 4.3 menjelaskan bahwa terdapat dua kriteria penentuan tren yang lebih tepat yaitu AIC dan SC. Dalam keputusan penentuan kriteria tidak mempermasalahkan apakah menggunakan AIC dan SC. Pada penelitian ini menggunakan AIC (*Akaike Information Criterion*) sebagai spesifikasi deterministiknya adalah *No Intercept No Trend*. Berikut hasil uji kointegrasi Johansen dengan asumsi *No Intercept No Trend*, yaitu:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Kointegrasi (Nilai Trace Statistic)**

<b>Hypothesized No. of CE(s)</b>	<b>Eigenvalue</b>	<b>Trace Statistic</b>	<b>0.05 Critical Value</b>	<b>Prob.**</b>
None *	0.781472	116.9368	40.17493	0.0000
At most 1 *	0.573995	66.74900	24.27596	0.0000
At most 2 *	0.484915	38.58999	12.32090	0.0000
At most 3 *	0.397079	16.69699	4.129906	0.0001

*Sumber: Data Diolah Eviews 12 (2023)*

Keterangan: \* artinya nilai *Trace Statistic* > nilai kritis (0.05)

Hasil pengujian kointegrasi pada Tabel 4.4 dengan menggunakan *Trace Statistic* menunjukkan bahwa nilai dari *Trace Statistic* lebih besar dari nilai kritis 5%. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada persamaan kointegrasi yang terjadi. Selain membandingkan nilai *Trace Statistic*, juga perlu membandingkan nilai *Max-Eigen Statistic* terhadap nilai kritis 5%. Berikut hasil uji kointegrasi Johansen (nilai *Max-Eigen Statistic*) yaitu:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Kointegrasi (Nilai *Max-Eigen Statistic*)**

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Max-Eigen Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.781472	50.18775	24.15921	0.0000
At most 1 *	0.573995	28.15901	17.79730	0.0010
At most 2 *	0.484915	21.89299	11.22480	0.0005
At most 3 *	0.397079	16.69699	4.129906	0.0001

Sumber: Data Diolah Eviews 12 (2023)

Keterangan: \* artinya nilai *Max-Eigen Statistic* > nilai kritis (0.05)

Hasil pengujian kointegrasi pada Tabel 4.5 dengan menggunakan *Max-Eigen Statistic* menunjukkan bahwa nilai dari *Max-Eigen Statistic* lebih besar dari nilai kritis 5%, maka dapat disimpulkan data terkointegrasi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan jangka panjang antar variabel harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting dan harga bawang merah terhadap permintaan cabai merah besar. Terkointegrasinya suatu data

menunjukkan suatu hal yang tepat untuk menggunakan metode VECM dan selanjutnya dapat menentukan estimasi VECM.

#### 4.2.4 Hasil Estimasi *Vector Error Correction Model* (VECM)

Hasil pengujian VECM akan memperoleh koefisien jangka panjang dan jangka pendek, dimana untuk melihat hubungan jangka panjang dan jangka pendek dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai t-statistik *CoinEq1* dengan t-tabel. Berikut hasil estimasi VECM jangka panjang yaitu:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Pengujian VECM Jangka Panjang**

<i>Cointegrating Eq:</i>	<i>CoinEq1</i>
DDCMB (-1)	1.000000
DHCMB (-1)	0.534671 [ 7.74427] *
DHCMK (-1)	-0.513974 [-7.35503] *
DHBM (-1)	-0.138087 [-6.51670] *
C (-1)	66.68622

Sumber: *Data Diolah Eviews 12 (2023)*

Keterangan: [ ] = t-statistik

\* artinya signifikan pada nilai  $\alpha = 5\%$  dan  $df = 32 = (1.694)$

Dari hasil estimasi VECM jangka panjang, maka dapat dirumuskan persamaanya sebagai berikut:

$$DCMB_t = 66.68622 + 0.534671HCMB_t - 0.513974HCMK_t - 0.1380887HBM_t + e \quad (4.1)$$

Berdasarkan hasil estimasi VECM jangka panjang dapat diketahui bahwa nilai t-hitung variabel harga cabai merah besar sebesar 7.74427 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel 1.694 yang menunjukkan bahwa variabel harga cabai merah besar berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar. Nilai koefisien menunjukkan pengaruh positif terhadap permintaan cabai merah besar yaitu sebesar 0.534671, artinya jika terjadi kenaikan harga cabai merah besar sebesar Rp 1/bulan maka akan menaikkan permintaan cabai merah besar sebesar 0.534671 Kg/bulan.

Sementara, hasil estimasi VECM jangka panjang diketahui bahwa nilai t-hitung variabel harga cabai merah keriting sebesar -7.35503 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel 1.694, menunjukkan bahwa variabel harga cabai merah keriting berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar. Nilai koefisien menunjukkan pengaruh negatif terhadap permintaan cabai merah besar yaitu sebesar 0.513974, artinya jika terjadi kenaikan harga cabai merah keriting sebesar Rp 1/bulan maka akan menurunkan permintaan cabai merah besar sebesar 0.513974 Kg/bulan.

Terakhir, dari hasil estimasi VECM jangka panjang diketahui bahwa nilai t-hitung variabel harga bawang merah sebesar -6.51670, dimana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel 1.694 yang menunjukkan bahwa variabel harga bawang merah berpengaruh

signifikan terhadap permintaan cabai merah besar. Nilai koefisien menunjukkan pengaruh negatif terhadap permintaan cabai merah besar yaitu sebesar 0.138087, artinya jika terjadi kenaikan harga bawang merah sebesar Rp 1/bulan maka akan menurunkan permintaan cabai merah besar sebesar 0.138087 Kg/bulan. Selanjutnya pada saat HCMB, HCMK dan HBM bernilai nol maka, besarnya nilai DCMB adalah meningkat sebesar 66.68622 Kg/bulan. Berikut hasil estimasi VECM dalam jangka pendek yaitu:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Pengujian VECM Jangka Pendek**

<i>Error Correction:</i>	<b>D(DCMB)</b>
CointEq1	0.015873 [0.16897]
D(DCMB(-1))	-0.572390 [-3.44204] *
D(HCMB(-1))	-0.202108 [-1.18188]
D(HCMK(-1))	0.020179 [0.70263]
D(HBM(-1))	0.017357 [1.30000]

Sumber: Data Diolah Eviews 12 (2023)

Keterangan: [ ] = t-statistik

\* artinya signifikan pada nilai  $\alpha = 5\%$  dan  $df 32 = (1.694)$

Dari hasil estimasi VECM jangka pendek, maka dapat dirumuskan persamaanya sebagai berikut:

$$DCMB_t = -0.572390CointEq1 - 0.202108HCMB_t + 0.020179HCMK_t + 0.017357HBM_t + e \quad (4.2)$$

Berdasarkan hasil estimasi VECM jangka pendek dapat diketahui bahwa nilai t-hitung variabel harga cabai merah besar sebesar  $-1.18188$  yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel  $1.694$  sehingga dapat diartikan cabai merah besar tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar dalam jangka pendek.

Sementara, hasil estimasi VECM jangka pendek diketahui bahwa nilai t-hitung variabel harga cabai merah keriting sebesar  $0.70263$  yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel  $1.694$ , artinya harga cabai merah keriting tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar dalam jangka pendek.

Terakhir, dari hasil estimasi VECM jangka panjang diketahui bahwa nilai t-hitung variabel harga bawang merah sebesar  $1.30000$  yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel  $1.694$  maka dapat diartikan bahwa variabel harga bawang merah tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar.

### **4.3 Pengujian Hipotesis**

#### **4.3.1 Hasil Pengujian Hipotesis Variabel Harga Cabai Merah Besar Terhadap Permintaan Cabai Merah Besar**

Berdasarkan hasil estimasi VECM jangka panjang diperoleh nilai koefisien variabel harga cabai merah besar yaitu 0.534671 dengan nilai t-hitung 7.74427, hal ini menunjukkan bahwa nilai t-hitung harga cabai merah besar lebih besar dari nilai kritis dengan tingkat signifikansi Alpha 5% dan df (32) ( $7.74427 > 1.694$ ). Maka, hasil estimasi menunjukkan bahwa harga cabai merah besar berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah di Kota Banda Aceh. Apabila harga cabai merah besar naik Rp 1/bulan maka akan mengakibatkan naiknya permintaan terhadap cabai merah besar sebesar 0.534671 Kg/bulan di Kota Banda Aceh.

Hasil estimasi VECM jangka pendek dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel harga cabai merah besar yaitu -0.202108 dengan t-hitung -1.18188, hal ini menunjukkan bahwa t-hitung harga cabai merah besar lebih kecil dari nilai kritis dengan tingkat signifikansi Alpha 5% dan df (32) ( $1.18188 < 1.694$ ). Maka, hasil estimasi menunjukkan bahwa harga cabai merah besar berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan cabai merah di Kota Banda Aceh. Apabila harga cabai merah besar naik Rp 1/bulan maka akan mengakibatkan turunnya permintaan cabai merah besar sebesar 0.202108 Kg/bulan di Kota Banda Aceh.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa harga cabai merah besar berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah besar. Hal ini tidak sesuai dengan teori permintaan yang menjelaskan ketika harga barang naik maka konsumen akan mengurangi permintaannya terhadap barang tersebut. Namun, dalam kasus ini cabai merah besar termasuk komoditi bahan pangan pokok yang dibutuhkan oleh setiap rumah tangga untuk pemenuhan makanan sebagai bumbu masakan dan juga cabai merah besar sangat dibutuhkan sebagai bahan baku di berbagai macam industri seperti industri makanan dan obat-obatan. Kemudian, penyebab lainnya adalah ada beberapa rumah makan yang berasumsi bahwa ketika harga cabai merah naik kemungkinan persediaannya sedikit dan mereka akan membeli lebih karena khawatir jika besok cabai merah besar tidak ada yang jual. Maka, walaupun harga cabai merah besar naik tidak mengurangi jumlah cabai merah besar yang diminta. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Soetarno dkk (2021) yang menemukan bahwa cabai merah besar berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah besar.

#### **4.3.2 Hasil Pengujian Hipotesis Variabel Harga Cabai Merah Keriting Terhadap Permintaan Cabai Merah Besar**

Berdasarkan hasil estimasi VECM jangka panjang diperoleh nilai koefisien variabel harga cabai merah keriting yaitu  $-0.513974$  dengan nilai t-hitung  $-7.35503$ , hal ini menunjukkan bahwa nilai t-hitung harga cabai merah besar lebih besar dari nilai kritis dengan tingkat signifikansi Alpha 5% dan df (32) ( $7.35503 > 1.694$ ). Maka, hasil estimasi menunjukkan bahwa harga cabai merah keriting berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah di Kota Banda Aceh. Apabila harga cabai merah keriting naik Rp 1/bulan maka akan mengakibatkan turunnya permintaan cabai merah besar sebesar  $0.513974$  Kg/bulan di Kota Banda Aceh.

Hasil estimasi VECM jangka pendek dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel harga cabai merah keriting yaitu  $0.0202108$  dengan t-hitung  $0.70263$ , hal ini menunjukkan bahwa t-hitung harga cabai merah keriting lebih kecil dari nilai kritis dengan tingkat signifikansi Alpha 5% dan df (32) ( $0.70263 < 1.694$ ). Maka, hasil estimasi menunjukkan bahwa harga cabai merah keriting berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan cabai merah di Kota Banda Aceh. Apabila harga cabai merah keriting naik Rp 1/bulan maka akan mengakibatkan naiknya permintaan cabai merah besar sebesar  $0.0202108$  Kg/bulan di Kota Banda Aceh.

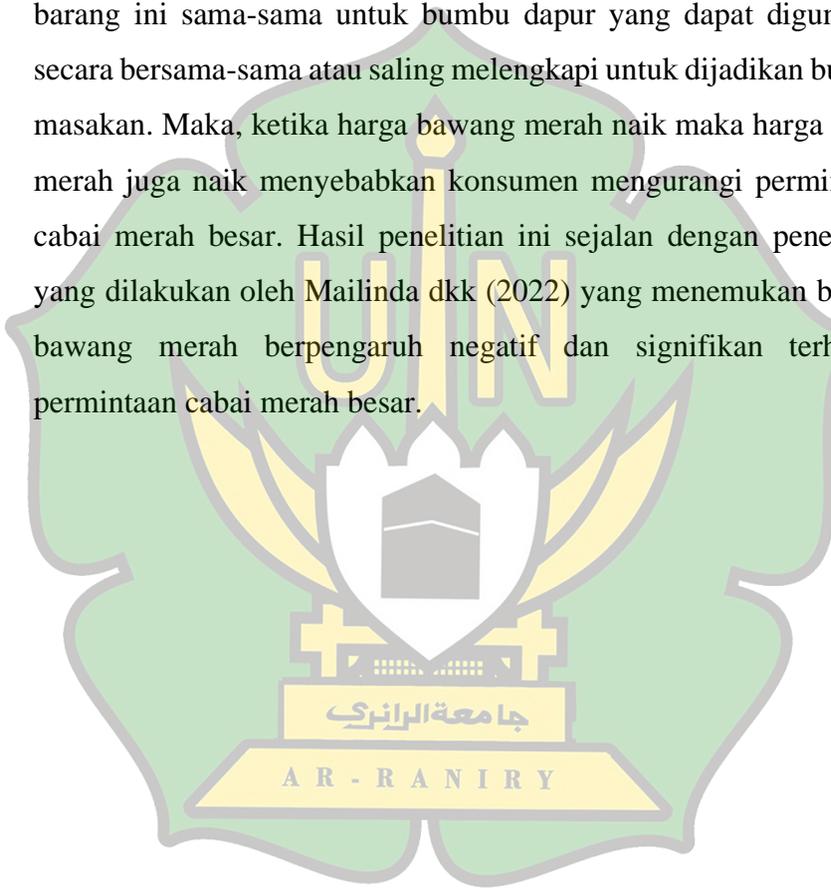
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa harga cabai merah keriting berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah besar. Cabai merah keriting memiliki manfaat dan kegunaan sebagai bumbu masakan serta memiliki rasa pedas yang tidak jauh beda dengan cabai merah besar. Hal ini yang menyebabkan cabai merah keriting dapat menggantikan fungsi dari cabai merah besar. Dimana, pada saat harga cabai merah besar mengalami kenaikan dan lebih mahal dibandingkan dengan harga cabai merah keriting maka konsumen di Kota Banda Aceh lebih memilih membeli cabai merah keriting dengan alasan harganya lebih murah, namun ada juga sebagian konsumen akan tetap membeli cabai merah besar tetapi mengurangi jumlah cabai merah besar yang dibeli. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti dkk (2022) yang menemukan bahwa cabai merah keriting berpengaruh negatif terhadap permintaan cabai merah besar.

### **4.3.3 Hasil Pengujian Hipotesis Variabel Harga Bawang Merah Terhadap Permintaan Cabai Merah Besar**

Berdasarkan hasil estimasi VECM jangka panjang diperoleh nilai koefisien variabel harga bawang merah yaitu -0.138087 dengan nilai t-hitung -6.51670, hal ini menunjukkan bahwa nilai t-hitung harga bawang merah lebih besar dari nilai kritis dengan tingkat signifikansi Alpha 5% dan df (32) ( $6.51670 > 1.694$ ). Maka, hasil estimasi menunjukkan bahwa harga bawang merah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah di Kota Banda Aceh. Apabila harga bawang merah naik Rp 1/bulan maka akan mengakibatkan turunnya permintaan cabai merah besar sebesar 0.138087 Kg/bulan di Kota Banda Aceh.

Hasil estimasi VECM jangka pendek dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel harga bawang merah yaitu 0.017357 dengan t-hitung 1.30000, hal ini menunjukkan bahwa t-hitung harga bawang merah lebih kecil dari nilai kritis dengan tingkat signifikansi Alpha 5% dan df (32) ( $1.30000 < 1.694$ ). Maka, hasil estimasi menunjukkan bahwa harga bawang merah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan cabai merah di Kota Banda Aceh. Apabila harga bawang merah naik Rp 1/bulan maka akan mengakibatkan naiknya permintaan cabai merah besar sebesar 0.017357 Kg/bulan di Kota Banda Aceh.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa harga bawang merah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah besar. Bawang merah sebagai barang pelengkap dari cabai merah besar, yang mana kedua barang ini sama-sama untuk bumbu dapur yang dapat digunakan secara bersama-sama atau saling melengkapi untuk dijadikan bumbu masakan. Maka, ketika harga bawang merah naik maka harga cabai merah juga naik menyebabkan konsumen mengurangi permintaan cabai merah besar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mailinda dkk (2022) yang menemukan bahwa bawang merah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah besar.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembuktian hipotesis yang telah dilakukan mengenai Analisis Permintaan Cabai Merah Besar dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

- 1) Harga cabai merah besar dalam estimasi VECM dalam jangka panjang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah besar, dimana besarnya koefisien cabai merah besar adalah sebesar 0.534671. Artinya, apabila harga cabai merah besar naik sebesar Rp 1/bulan maka akan meningkatkan permintaan cabai merah besar sebesar 0.534671 kg/bulan. Hal ini disebabkan karena cabai merah besar merupakan komoditi bahan pangan pokok yang dibutuhkan oleh setiap rumah tangga untuk pemenuhan makanan sebagai bumbu masakan atau bahan baku di berbagai macam industri seperti industri makanan dan obat-obatan. Maka, walaupun harga cabai merah besar naik tidak mengurangi jumlah cabai merah besar yang diminta. Sementara, hasil estimasi VECM jangka pendek cabai merah besar tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Banda Aceh.

- 2) Harga cabai merah keriting dalam estimasi VECM dalam jangka panjang memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah besar, dimana besarnya koefisien cabai merah keriting adalah sebesar 0.513974. Artinya, apabila harga cabai merah besar naik sebesar Rp 1/bulan maka akan menurunkan permintaan cabai merah besar sebesar 0.513974 kg/bulan. Hal ini disebabkan karena cabai merah keriting dapat menggantikan fungsi dari cabai merah besar. Dimana, pada saat harga cabai merah besar mengalami kenaikan dan lebih mahal dibandingkan dengan harga cabai merah keriting maka konsumen di Kota Banda Aceh lebih memilih membeli cabai merah keriting dengan alasan harganya lebih murah, namun ada juga sebagian konsumen akan tetap membeli cabai merah besar tetapi mengurangi jumlah cabai merah besar yang dibeli. Sementara, hasil estimasi VECM jangka pendek cabai merah keriting tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Banda Aceh.
- 3) Harga bawang merah dalam estimasi VECM dalam jangka panjang memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan cabai merah besar, dimana besarnya koefisien cabai merah keriting adalah sebesar 0.138087. Artinya, apabila harga bawang merah naik sebesar Rp 1/bulan maka akan menurunkan permintaan cabai merah besar sebesar

0.138087 kg/bulan. Hal ini disebabkan karena bawang merah sebagai barang pelengkap dari cabai merah besar, yang mana kedua barang ini sama-sama untuk bumbu dapur yang dapat digunakan secara bersama-sama atau saling melengkapi untuk dijadikan bumbu masakan. Maka, ketika harga bawang merah naik maka harga cabai merah besar juga naik menyebabkan konsumen mengurangi permintaan cabai merah besar. Sementara, hasil estimasi VECM jangka pendek bawang merah tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar di Kota Banda Aceh.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, baik bagi keperluan praktis ataupun keperluan penelitian selanjutnya, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Bagi masyarakat di Kota Banda Aceh dapat memanfaatkan perkarangan rumah untuk bertanam cabai merah besar guna memenuhi kebutuhan sehari-hari, agar kebutuhan akan permintaan cabai merah besar lebih mudah dijangkau dan pengeluaran dalam pembelian cabai merah dapat ditekan.
- b. Bagi pemerintah hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait banyaknya kebutuhan cabai merah besar di Kota Banda Aceh, agar pemerintah berperan aktif dalam meningkatkan produksi cabai merah besar dan

dapat mengatur lebih baik lagi suplai, sehingga harga cabai merah besar tidak jatuh atau tidak melonjak tinggi dan akhirnya dapat mengurangi tingkat inflasi akibat dari fluktuasi harga cabai merah besar. Pemerintah juga dapat membuka lahan pertanian baru untuk meningkatkan perekonomian dengan cara memproduksi tanaman cabai merah besar untuk dapat disalurkan kepada penduduk lokal maupun disalurkan ke luar daerah, karena cabai merah besar memiliki nilai ekonomis yang tinggi serta dapat menjaga persediaan cabai merah tetap stabil.

- c. Bagi peneliti selanjutnya dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai rujukan untuk penelitiannya, kemudian memasukkan variabel lain yang terkait dengan permintaan cabai merah besar seperti cabai rawit dan mengambil data harian khususnya di Provinsi Aceh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aba, F.X.L. (2023). *Pengantar Ekonomi Miko: Teori dan Pembahasan*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Abidin, Z., Jafar, M., dan Sudiarta, I. (2021). *Hilirisasi Produk Pertanian Budidaya Cabai*. Bojong: PT. Nasya Expanding Management.
- Adnan, M. (2023). Exploring The Role Of Domestic and Foreign Factors In Indonesian Islamic Mutual Funds. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(3), 414-430.
- Akhmad. (2020). *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Amali, Q. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Perdagangan Sukuk Negara Ritel Sr-006 di Indonesia. *Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Andriyani, D., Nurzaitun, Asnawi, Safira, S., & Barunea, S. (2022). Pengaruh Permintaan dan Harga Barang Substitusi Terhadap Pendapatan Pedagang Ikan Bandeng di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Pertanian Unimal*, 5(4). 1-6.
- Ansar, R., Antara, M., & Tangkesalu, D. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Keriting Di Pasar Tradisional Kota Palu (Studi Kasus: Pasar Manonda dan Masomba). *Jurnal Agrotekbis*, 9(4). 943-953.
- Arwin. (2020). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Makassar: Cendekia.
- Astuti, F. S., Sastryawanto, H., & Koesriwulandari. (2022). Elastisitas Permintaan Cabai Merah (*Capsicum annum L.*) di Kota Surabaya. *Jurnal Universitas Wijaya Kusuma Surabaya*, 21(1), 76-93.

- Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh. (2022). *Statistik Aceh Dalam Angka 2022*. Banda Aceh. Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2017). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Dinas Pertanian dan Perkebunan Banda Aceh. (2022). *Laporan Ketahanan Pangan Banda Aceh*. Banda Aceh. Dinas Pertanian dan Perkebunan Kota Banda Aceh.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. (2022). <http://hortikultura.pertanian.go.id>. Diakses pada 28 Desember 2022.
- Chairia, Salmiah, & Luhut. (2016). Analisis Permintaan dan Penawaran. *Jurnal Agrotekbis*, 1(1), 1-10.
- Effendi, N. I., Mulyana, M., Apriani, A., dan Purnama, D. (2022). *Strategi Pemasaran*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Fajri, R., Fauzi, T., & Indra. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Cabai Merah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Agribisnis*, 2(3), 131-141.
- Firdaus, M. (2020). *Aplikasi Ekonometrika dengan E-views, Stata dan R*. Bandung: IPB Pres.
- Firnando, H., Afrianto, E., & Pitriani, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah di Pasar Bungur Kabupaten Bungo (*Analysis of Factors Affecting The Request Of Red Chili In Bungur Market Bungo District*). *Jurnal Agribisnis*, 2(1), 61-76.
- Geonadhi, E. L., & Nobaiti. (2017). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Banjarbaru: Scripta Cendekia.

- Hadi, M. M. (2019). *Penilaian Properti Berwujud (Tangible)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Hamidah, K., Syahni, R., & Sari, R. (2020). Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Padang, Sumatera Barat. *Journal of Extension and Development*, 2(1), 62-68.
- Hanif, M. (2022). *Kehidupan Bermasyarakat Bangun Teologi Perubahan Sosial*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Hardana, A., Desmiwerita, Suhaeni dan Malindar, B. (2023). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Herison, H. (2021). *Teori Ekonomi Mikro*. Pekanbaru: CV. AZKA PUSTAKA.
- Ifazah, I. N. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Cabai Merah Keriting di Desa Karangtawar Kecamatan Laren Kabupaten Lamongan. *Jurnal Agrotekbis*, 1(1), 1-10.
- Jimmy. (2010). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Khoirina, S., Kumalasari, N., & Desmon. (2022). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Malang: Pustaka Peradaban.
- Khusaini, M. (2013). *Ekonomi Mikro: Dasar-Dasar Teori*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Mahardika, K., & Iriani, R. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah di Kota Kediri. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 255-262.
- Mailinda, D., Muzdhalifah, & Yulianti, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Besar di Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal JTAM*, 6(4), 241-247.

- Moekasan, T. K., Prabaningrum, L., Adiyoga, W., & Putter, H. D. (2014). *Panduan Praktis Budidaya Cabai Merah Berdasarkan Konsepsi Pengendalian Hama Terpadu*. Lembang: PT. Penebar Swadaya.
- Muh Fitra, & Luthfiyah. (2018). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kuantitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Multifiah. (2011). *Teori Ekonomi Mikro*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Nasuka. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Jawa Tengah: UNISNU Press.
- Nuraini, I. (2016). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang: Universitas Muahammadiyah Malang.
- Nusantara, A., Widiani, I., Ikhsanti, N., dan Dassucik. (2022). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Oktarina, Y. (2019). Determinan Konsumsi Cabai Merah Kertiing pada Rumah Tangga di Baturaja Kabupaten Oku. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 19(1), 110-113.
- Pandriadi, Putri, N., dan Kurniawan, R. (2023). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Bandung: CV. Widina Media Utama.
- Prasetyo, R. E., Sayekti, W. D., & Kasymir, E. (2018). Tingkat Kepuasan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Tempe Oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Agribisnis*, 6(4), 368-375.

- Puji, A. E., Titik, E., & Kusmiyati, F. (2022). Analysis Of The Balance Of Supply And Demand For Curly Red Chili In Magelang Regency, Central Java Province, Indonesia. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 121(1), 94-104.
- Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPS). (2022). *Informasi Harga Pangan Antar Daerah*.
- Rachbini, W., Sumarto, A., & Evi, T. (2021). *Statistika Terapan: Pengolahan Data Time Series Menggunakan Eviews*. Jakarta: CV. AA. Rizky.
- Rahmadani, A., Prayuginingsih, H., Fefi, &, & Widjayanti, N. (2020). Analisis Permintaan dan Penawaran Cabai Merah Besar (*Capsicum annum L.*) di Indonesia. *Jurnal Agrotekbis*. 1(1), 1-15.
- Rahmayanti, S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Cabai Merah Keriting di Pasar Horas Kota Pematang Siantar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 2(5), 158-168.
- Ramadhan, M., & Adnan. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah di Kecamatan Kebanyakan Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal GPJER*, 3(2), 114-121.
- Ratag, Y., Pangemanan, P. A., & Sondak, L. W. T. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit di Kota Tomohon. *Jurnal Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 14(2), 309-318.

- Rizal, K., Lubis, J., & Sepriani, Y. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah (*Capsicum annum L.*) di Kabupaten Labuhan Batu. *Jurnal Agroplasma*, 8(1), 1-5.
- Rustanti, N. (2015). *Buku Ajar Ekonomi Pangan dan Gizi*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Soetarno, A. N., Wiendyati, W., & Levis, L. R. (2021). Permintaan Cabai Merah di Kota Kupang (*The Demand Of Red Chili In Kupang City*). *Jurnal EXCELLENTIA*, 10(1), 1-12.
- Sudirman. (2022). *Pengenalan Deskripsi Varietas Cabai Merah Besar (Capsicum annum L.)* Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2015). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Titu, M., Darsana, I., dan Rahmadona, L. (2023). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Viana, C. D. N. V., Hartono, S., & Rahayu Waluyati, L. (2017). Analisis Volatilitas Harga Produsen Cabai Merah dan Cabai Rawit di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*, 28(2), 157-169.
- Zahara, V. M., & Anwar, C. J. (2021). *Mikroekonomi (Sebuah Pengantar)*. Bandung: CV MEDIA SAINS INDONESIA.
- Zamili, N., Harahap, G., & Siregar, R. S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Cabe Merah di Pasar Raya MMTC Medan. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 2(1), 77-86.

Lampiran 1

**Data yang Digunakan dalam Penelitian**

Tahun	Bulan	DCMB	HCMB	HCMK	HBM
2020	Januari	6300	33100	29550	44500
2020	Februari	6000	39500	36050	40950
2020	Maret	6100	37850	33500	37800
2020	April	6300	33200	30200	46150
2020	Mei	6400	30400	27900	60950
2020	Juni	6500	22550	17900	49050
2020	Juli	6100	35450	28100	35250
2020	Agustus	6200	33550	34250	33150
2020	September	6400	32400	27600	30900
2020	Oktober	5800	45200	42850	34000
2020	November	5900	43750	41400	38200
2020	Desember	5700	52800	46750	38700
2021	Januari	4500	49000	41350	38000
2021	Februari	4800	41650	38650	35350
2021	Maret	4800	44500	42000	35850
2021	April	4400	49350	45950	37300
2021	Mei	5000	36600	38550	35750
2021	Juni	5100	27300	23050	33900
2021	Juli	4700	46700	42700	35800
2021	Agustus	5000	36950	36450	36300
2021	September	5100	34950	34650	30100
2021	Oktober	4800	41150	41200	27950
2021	November	4700	46200	45200	30250
2021	Desember	5100	33900	30750	32850
2022	Januari	3700	26000	22500	33500
2022	Februari	3700	25000	21000	30000
2022	Maret	3400	45000	41500	32500

2022	April	3400	60000	55000	37500
2022	Mei	3600	42500	32500	35000
2022	Juni	3300	60000	60000	45000
2022	Juli	3000	102500	95000	62500
2022	Agustus	3300	100000	97500	45000
2022	September	3100	100000	92500	35000
2022	Oktober	3400	45000	37500	36500
2022	November	3700	32500	32500	33000
2022	Desember	3600	35000	30000	38000

Lampiran 2

**Hasil Pengujian dengan Eviews 12**

1. Uji Stasioner Pada Tingkat Level
  - a. Permintaan Cabai Merah Besar

Null Hypothesis: DCMB has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-1.204833	0.6613
Test critical values:		
1% level	-3.632900	
5% level	-2.948404	
10% level	-2.612874	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

b. Harga Cabai Merah Besar

Null Hypothesis: HCMB has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
<b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b>	-2.446437	0.1370
Test critical values: 1% level	-3.632900	
5% level	-2.948404	
10% level	-2.612874	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

c. Harga Cabai Merah Keriting

Null Hypothesis: HCMK has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
<b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b>	-2.529027	0.1175
Test critical values: 1% level	-3.632900	
5% level	-2.948404	
10% level	-2.612874	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

d. Harga Bawang Merah

Null Hypothesis: HBM has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
<b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b>	-3.024817	0.0423
Test critical values: 1% level	-3.632900	
5% level	-2.948404	
10% level	-2.612874	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

2. Uji Stasioner Pada Tingkat *First Difference*  
 a. Permintaan Cabai Merah Besar

Null Hypothesis: D(DCMB) has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
<b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b>	-7.530203	0.0000
Test critical values: 1% level	-3.639407	
5% level	-2.951125	
10% level	-2.614300	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

b. Harga Cabai Merah Besar

Null Hypothesis: D(HCMB) has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
<b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b>	-5.238902	0.0001
Test critical values: 1% level	-3.639407	
5% level	-2.951125	
10% level	-2.614300	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

c. Harga Cabai Merah Keriting

Null Hypothesis: D(HCMK) has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
<b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b>	-5.334240	0.0001
Test critical values:		
1% level	-3.639407	
5% level	-2.951125	
10% level	-2.614300	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

d. Harga Bawang Merah

Null Hypothesis: D(HBM) has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 3 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
<b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b>	-5.629443	0.0001
Test critical values:		
1% level	-3.661661	
5% level	-2.960411	
10% level	-2.619160	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

### 3. Penentuan Lag Optimum

VAR Lag Order Selection Criteria

Endogenous variables: DCMB HCMB HCMK HBM

Exogenous variables: C

Date: 07/10/23 Time: 19:57

Sample: 2020M01 2022M12

Included observations: 32

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-1251.420	NA	1.40e+29	78.46377	78.64699	78.52450
1	-1199.723	87.23891*	1.52e+28*	76.23270	77.14878*	76.53636*
2	-1185.337	20.67945	1.77e+28	76.33359	77.98255	76.88017
3	-1171.141	16.85795	2.27e+28	76.44633	78.82815	77.23584
4	-1150.974	18.90721	2.33e+28	76.18585*	79.30054	77.21828

\* indicates lag order selected by the criterion

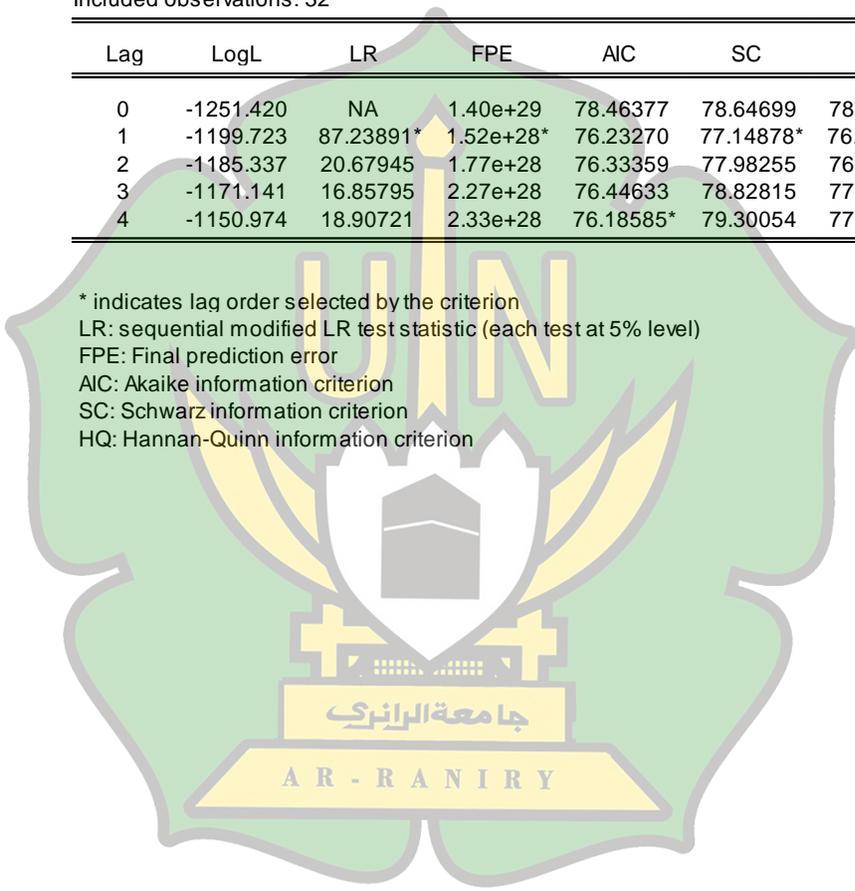
LR: sequential modified LR test statistic (each test at 5% level)

FPE: Final prediction error

AIC: Akaike information criterion

SC: Schwarz information criterion

HQ: Hannan-Quinn information criterion



#### 4. Uji Kointegrasi

Date: 07/10/23 Time: 20:23

Sample: 2020M01 2022M12

Included observations: 33

Series: D(DCMB) D(HCMB) D(HCMK) D(HBM)

Lags interval: 1 to 1

Selected (0.05 level\*) Number of Cointegrating Relations by Model

Data Trend:	None	None	Linear	Linear	Quadratic
Test Type	No Intercept No Trend	Intercept No Trend	Intercept No Trend	Intercept Trend	Intercept Trend
Trace	4	4	4	4	4
Max-Eig	4	4	4	4	4

\*Critical values based on MacKinnon-Haug-Michelis (1999)

Information Criteria by Rank and Model

Data Trend:	None	None	Linear	Linear	Quadratic
Rank or No. of CEs	No Intercept No Trend	Intercept No Trend	Intercept No Trend	Intercept Trend	Intercept Trend

Log Likelihood by Rank (rows) and Model (columns)

0	-1289.399	-1289.399	-1289.386	-1289.386	-1289.375
1	-1264.305	-1264.126	-1264.123	-1264.088	-1264.077
2	-1250.226	-1249.784	-1249.783	-1249.624	-1249.616
3	-1239.279	-1237.833	-1237.833	-1237.654	-1237.652
4	-1230.931	-1228.900	-1228.900	-1228.653	-1228.653

Akaike Information Criteria by Rank (rows) and Model (columns)

0	79.11508	79.11508	79.35674	79.35674	79.59846
1	78.07909	78.12887	78.31051	78.36900	78.55012
2	77.71064	77.80508	77.92622	78.03783	78.15857
3	77.53206	77.62626	77.68684	77.85784	77.91829
4	77.51094*	77.63027	77.63027	77.85777	77.85777

Schwarz Criteria by Rank (rows) and Model (columns)

0	79.84066	79.84066	80.26371	80.26371	80.68683
1	79.16746	79.26259	79.58028	79.68411	80.00128
2	79.16180*	79.34694	79.55878	79.76108	79.97252
3	79.34601	79.57626	79.68218	79.98923	80.09503
4	79.68768	79.98841	79.98841	80.39729	80.39729

Date: 07/10/23 Time: 20:24  
Sample (adjusted): 2020M04 2022M12  
Included observations: 33 after adjustments  
Trend assumption: No deterministic trend  
Series: D(DCMB) D(HCMB) D(HCMK) D(HBM)  
Lags interval (in first differences): 1 to 1

Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.781472	116.9368	40.17493	0.0000
At most 1 *	0.573995	66.74900	24.27596	0.0000
At most 2 *	0.484915	38.58999	12.32090	0.0000
At most 3 *	0.397079	16.69699	4.129906	0.0001

Trace test indicates 4 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level  
\* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level  
\*\*MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values

Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Max-Eigen Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.781472	50.18775	24.15921	0.0000
At most 1 *	0.573995	28.15901	17.79730	0.0010
At most 2 *	0.484915	21.89299	11.22480	0.0005
At most 3 *	0.397079	16.69699	4.129906	0.0001

Max-eigenvalue test indicates 4 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level  
\* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level  
\*\*MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values

## 5. Uji VECM

Vector Error Correction Estimates

Date: 07/10/23 Time: 20:28

Sample (adjusted): 2020M04 2022M12

Included observations: 33 after adjustments

Standard errors in ( ) & t-statistics in [ ]

Cointegrating Eq:	CointEq1			
D(DCMB(-1))	1.000000			
D(HCMB(-1))	0.534671 (0.06904) [ 7.74427]			
D(HCMK(-1))	-0.513974 (0.06988) [-7.35503]			
D(HBM(-1))	-0.138087 (0.02119) [-6.51670]			
C	66.68622 (103.263) [ 0.64579]			
Error Correction:	D(DCMB,2)	D(HCMB,2)	D(HCMK,2)	D(HBM,2)
CointEq1	0.015873 (0.09394) [ 0.16897]	-4.069522 (3.31862) [-1.22627]	-1.389296 (3.52300) [-0.39435]	5.079479 (1.32921) [ 3.82142]
D(DCMB(-1),2)	-0.572390 (0.16629) [-3.44204]	2.087466 (5.87472) [ 0.35533]	-0.002930 (6.23650) [-0.00047]	1.117202 (2.35301) [ 0.47480]
D(HCMB(-1),2)	-0.022108 (0.02794) [-0.79130]	0.099411 (0.98701) [ 0.10072]	0.067491 (1.04780) [ 0.06441]	-1.624635 (0.39533) [-4.10957]
D(HCMK(-1),2)	0.020179 (0.02872) [ 0.70263]	-0.407778 (1.01458) [-0.40192]	-0.444390 (1.07706) [-0.41259]	1.725863 (0.40637) [ 4.24701]
D(HBM(-1),2)	0.017357 (0.01335) [ 1.30000]	-0.603460 (0.47167) [-1.27942]	-0.346456 (0.50072) [-0.69192]	0.214633 (0.18892) [ 1.13612]
R-squared	0.390517	0.240083	0.161395	0.420061
Adj. R-squared	0.303448	0.131523	0.041594	0.337213
Sum sq. resids	8788009.	1.10E+10	1.24E+10	1.76E+09
S.E. equation	560.2298	19791.46	21010.29	7927.088
F-statistic	4.485140	2.211529	1.347195	5.070243
Log likelihood	-252.9494	-370.5832	-372.5553	-340.3893
Akaike AIC	15.63330	22.76262	22.88214	20.93269
Schwarz SC	15.86004	22.98936	23.10888	21.15943
Mean dependent	-6.060606	125.7576	1.515152	246.9697
S.D. dependent	671.2579	21237.27	21461.37	9737.034
Determinant resid covariance (dof adj.)	4.25E+28			
Determinant resid covariance	2.20E+28			
Log likelihood	-1264.126			
Akaike information criterion	78.12887			
Schwarz criterion	79.26259			
Number of coefficients	25			

Lampiran 3

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Data Pribadi

Nama : Hayatul Wardani  
NIM : 180604023  
Tempat/Tanggal Lahir : Blangpidie, 10 November 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Mahasiswa  
Alamat : Lamlagang, Jln. Kenari Ir Nuri No.  
76 Kota Banda Aceh  
No. Hp : 082361609303  
Email : 180604023@student.ar-raniry.ac.id

Riwayat Pendidikan

SD : SD Negeri 3 Blangpidie  
SMP : SMP Negeri Unggul Tunas Nusa  
SMK : SMKN 3 Pariwisata Banda Aceh  
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Data Orang Tua

Nama Ayah : Nyakseh Ahmad, S.H  
Pekerjaan : Pensiunan PNS  
Nama Ibu : Syukhairy  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Alamat Orang Tua : Blangpidie, Keude Sibliah