

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Harga dan Permintaan Cabai Merah Keriting di Pasar Tradisional Depok Tahun 2026

**Muhammad Firman Ghozali¹, Mutiara Azahra², Dhea Mulyati³, Dadan Wahyudi⁴,
Ardi Fahrul Roji⁵, Rico Vebrianto⁶, Rahmah Farahdita Soeyatno⁷**

Universitas Pamulang, Indonesia

mutiara.azahraw@gmail.com², dheamulyati14@gmail.com³, dadanwahyudi2005@gmail.com⁴,
ardifahrurrozi29@gmail.com⁵, ricovebrianto26@gmail.com⁶, dosen01418@unpam.ac.id⁷

E-mail Korespondensi: firmanghozali61@gmail.com¹

Submitted: 10th August 2026 | **Edited:** 30th September 2026 | **Issued:** 01st October 2026

Cited on: Ghozali, M. F., Azahra, M., Mulyati, D., Wahyudi, D., Roji, A. F., Vebrianto, R., & Soeyatno, R. F. (2026). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Harga dan Permintaan Cabai Merah Keriting di Pasar Tradisional Depok Tahun 2026. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 9(4), 2237-2252.

ABSTRACT

Red curly chili is a widely used food commodity in Indonesian households and food businesses. Demand for this commodity is influenced not only by its own price, but also by the prices of substitute and complementary goods, consumer tastes, income or purchasing power, competitors' prices, product quality, the number of traders, government policy, the number of consumers, the quantity offered, and product availability. This study aims to identify and analyze the factors affecting the price of and demand for red curly chili in several traditional markets in Depok. A descriptive qualitative approach was used, with data collected through direct interviews with six chili and vegetable traders, namely Imam, Hamdan, Gimanto, Muhammad Husni Thamrin, Manaf, and Endang, each trading in a different traditional market. The responses were compared to identify similarities and differences in consumer demand patterns. The findings indicate that price is among the most visible determinants of purchase quantity: when prices rise, consumers tend to reduce the quantity purchased or temporarily switch to other types of chili, whereas purchases tend to increase when prices fall. Demand is also influenced by purchasing power, the taste for spicy food, product quality, the prices of substitute and complementary goods, competition among traders, the number of traders, weather, supply availability, and higher needs at certain times such as Eid al-Fitr. On the supply side, weather, production, distribution, and transportation costs affect the availability of chili and, ultimately, the price paid by consumers. Because the study relies on the accounts of six traders, the findings are exploratory and context-specific.

Keywords: Demand, Red Curly Chili, Price, Consumer, Traditional Market

PENDAHULUAN

Cabai merah keriting merupakan salah satu komoditas hortikultura yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, baik sebagai bumbu masakan dan bahan pembuatan sambal pada tingkat rumah tangga maupun sebagai bahan baku berbagai usaha makanan. Kebiasaan masyarakat Indonesia mengonsumsi makanan bercita rasa pedas menjadikan cabai sebagai komoditas dengan tingkat permintaan yang cukup tinggi di pasar tradisional. Di sisi lain, cabai juga kerap dikaitkan dengan fluktuasi harga pangan di Indonesia (Nuraeni & Marendra, 2024; Pradana, 2021). Kondisi ini membuat cabai memiliki peran penting dalam kegiatan konsumsi sehari-hari. Karena digunakan oleh rumah tangga dan usaha makanan, perubahan ketersediaan maupun harga cabai dapat

dirasakan oleh kelompok konsumen yang berbeda. Temuan mengenai harga cabai juga menunjukkan bahwa fluktuasi harga berkaitan dengan ketidakseimbangan produksi dan permintaan, faktor musiman, serta mekanisme distribusi dan pembentukan harga di pasar (Sativa et al., 2017; Khasanah et al., 2020; Farid & Subekti, 2012).

Jumlah permintaan tergolong tinggi, maka jumlah cabai merah keriting yang dibeli konsumen tidak selalu berada pada tingkat yang sama. Perubahan harga dapat memengaruhi jumlah pembelian, terutama ketika kenaikan harga cukup besar. Selain harga, konsumen mempertimbangkan daya beli, kualitas, selera, harga cabai jenis lain, serta kondisi pasar dalam menentukan jumlah dan jenis cabai yang akan dibeli. Pada tingkat pasar, permintaan dan harga cabai juga berkaitan dengan faktor sisi penawaran seperti cuaca, musim panen, dan kelancaran distribusi dari daerah penghasil (Rasidin et al., 2022). Besar perubahan pembelian juga dapat berbeda antara satu konsumen dan konsumen lainnya. Oleh sebab itu, perilaku permintaan perlu dilihat dengan mempertimbangkan harga sekaligus keadaan ekonomi dan kebutuhan masing-masing konsumen.

Dalam teori ekonomi, permintaan menunjukkan jumlah barang yang ingin dan mampu dibeli konsumen pada tingkat harga tertentu. Hukum permintaan menyatakan bahwa harga dan jumlah barang yang diminta memiliki hubungan berlawanan, dengan asumsi faktor-faktor lain tetap (*ceteris paribus*). Artinya, ketika harga naik dan faktor lain dianggap tetap, jumlah yang diminta cenderung turun, sedangkan penurunan harga cenderung meningkatkan jumlah yang diminta. Namun, kekuatan hubungan tersebut tidak selalu seragam antarwilayah; misalnya, Fransiska Sari Astuti (2021) menemukan bahwa di Kota Surabaya harga cabai merah maupun harga cabai keriting secara parsial tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap permintaan, sementara jumlah anggota keluarga justru menjadi determinan yang signifikan. Temuan tersebut mengindikasikan adanya celah penelitian (*research gap*) mengenai pembentukan pola permintaan cabai pada pasar tradisional dengan karakteristik konsumen yang berbeda. Dalam praktiknya, perubahan pendapatan, selera, dan harga barang lain dapat membuat pola tersebut berbeda dari waktu ke waktu.

Kondisi nyata di lapangan menunjukkan bahwa perubahan permintaan tidak hanya berkaitan dengan harga. Konsumen dapat mengurangi jumlah pembelian, mengganti jenis cabai, memilih kualitas yang berbeda, atau tetap membeli karena cabai merupakan bagian dari kebutuhan memasak. Pedagang, sebagai pihak yang berinteraksi langsung dengan konsumen setiap hari, memiliki pengalaman empiris mengenai respons konsumen terhadap perubahan harga, kualitas, dan ketersediaan barang. Sejumlah penelitian terdahulu mengenai permintaan cabai menggunakan pendekatan kuantitatif (Fransiska Sari Astuti, 2021; Rasidin et al., 2022), sehingga gambaran mengenai pengalaman pedagang di pasar tradisional wilayah Depok masih perlu didokumentasikan. Oleh karena itu, penelitian memanfaatkan keterangan pedagang sebagai sumber utama memahami bagaimana perubahan harga dan ketersediaan barang dirasakan langsung di pasar.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi harga dan permintaan cabai merah keriting berdasarkan pengalaman pedagang di beberapa pasar tradisional wilayah Depok. Rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) faktor-faktor apa saja yang memengaruhi permintaan cabai merah keriting menurut enam pedagang di pasar tradisional wilayah Depok, dan (2) bagaimana pola pengaruh faktor-faktor tersebut jika dikaitkan dengan teori permintaan dan penelitian terdahulu. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pedagang dalam menentukan harga dan

mengelola stok. Penelitian ini juga berupaya menggambarkan bagaimana pedagang memahami perilaku pembeli dalam kondisi pasar sehari-hari. Hasilnya diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih terarah mengenai hubungan antara harga, ketersediaan pasokan, dan keputusan pembelian konsumen.

LANDASAN TEORI

Teori Permintaan

Teori permintaan menjelaskan hubungan antara harga barang dan jumlah yang ingin dibeli konsumen dalam periode tertentu. Berdasarkan hukum permintaan, kenaikan harga cenderung menurunkan jumlah permintaan, sedangkan penurunan harga meningkatkan permintaan, dengan asumsi faktor lain tetap. Permintaan cabai merah keriting dipengaruhi oleh harga, pendapatan, jumlah anggota keluarga, serta kebiasaan konsumsi. Sipahutar & Pertanian (2022) menemukan bahwa harga cabai, pendapatan, dan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap permintaan di Pasar Horas, Pematangsiantar, sedangkan pendidikan tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Hariadi et al. (2024) menunjukkan bahwa harga dan pendapatan memengaruhi permintaan cabai merah keriting di Pasar Kranggan, Yogyakarta, sementara usia dan jumlah tanggungan keluarga turut dianalisis. Selain itu, ketersediaan pasokan dapat memengaruhi harga dan pemenuhan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, teori permintaan menjadi landasan penelitian untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi pembelian cabai merah keriting di pasar tradisional Depok berdasarkan informasi pedagang mengenai harga, perilaku pembeli, dan kondisi permintaan.

Barang Substitusi dan Komplementer

Barang substitusi adalah barang yang dapat menggantikan barang utama ketika konsumen menghadapi kondisi tertentu, misalnya kenaikan harga, sedangkan barang komplementer adalah barang yang digunakan bersamaan dengan barang utama. Adana (2023) menunjukkan bahwa fungsi permintaan cabai di Indonesia dipengaruhi oleh barang substitusi dan komplementer, sehingga analisis permintaan cabai perlu memperhatikan keterkaitan harga antarkomoditas dapur, seperti bawang merah, bawang putih, dan tomat yang lazim digunakan bersama cabai. Sebagai contoh, konsumen dapat mempertimbangkan jenis cabai lain ketika harga cabai merah keriting meningkat. Sementara itu, perubahan harga bahan yang digunakan bersama cabai dapat memengaruhi total anggaran belanja untuk memasak, meskipun besarnya pengaruh perlu didukung oleh data harga yang memadai. Dengan demikian, keterkaitan antarkomoditas tersebut dipakai dalam penelitian ini sebagai dasar konseptual untuk membaca keterangan pedagang, bukan sebagai hubungan yang telah diuji secara statistik.

Persaingan Pasar, Harga Pesaing, dan Kualitas

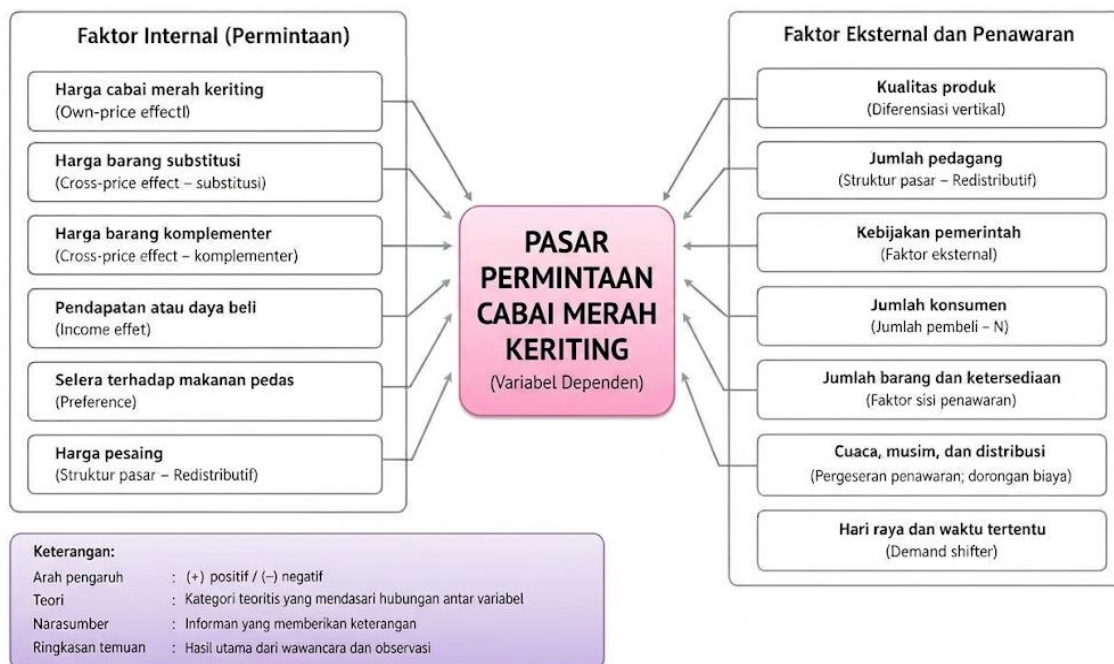
Pasar tradisional dicirikan oleh banyaknya penjual yang menawarkan komoditas yang sama sehingga konsumen dapat membandingkan harga antarpedagang. Meskipun jenis komoditasnya sama, kondisi fisik dan kualitas barang tidak selalu identik, sehingga kualitas dapat menjadi dasar pilihan konsumen. Nuraeni dan Marendra (2024) menunjukkan bahwa keputusan pembelian cabai oleh rumah tangga dan pelaku usaha makanan di Indonesia tidak semata-mata didasarkan pada harga, tetapi juga pada kualitas, kesegaran, dan kebiasaan konsumsi. Persaingan tersebut memberi konsumen kesempatan untuk memilih pedagang yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan dan anggarannya. Dengan demikian, harga bukan satu-satunya pertimbangan karena kesegaran, ukuran, dan mutu cabai juga dapat memengaruhi keputusan pembelian.

Sisi Penawaran, Distribusi, dan Volatilitas Harga

Cabai merupakan komoditas hortikultura yang produksinya dipengaruhi cuaca dan musim sehingga pasokannya dapat berubah sepanjang waktu. Muflikh (2024), melalui pendekatan system dynamics pada rantai nilai cabai di Indonesia, menunjukkan bahwa volatilitas harga terbentuk dari interaksi antara sisi produksi, distribusi, dan permintaan. Dengan demikian, faktor sisi penawaran seperti cuaca, produksi, jumlah pasokan, dan biaya transportasi berkaitan dengan harga yang pada akhirnya diterima konsumen. Ketika produksi atau distribusi terganggu, jumlah cabai yang sampai ke pasar dapat berkurang dan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya, pasokan yang meningkat dapat menekan harga apabila permintaan tidak mengalami kenaikan yang sebanding.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori tersebut, faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai merah keriting dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga kelompok: (1) faktor harga, yaitu harga cabai merah keriting itu sendiri, harga barang substitusi, dan harga barang komplementer; (2) faktor non-harga sisi permintaan yaitu selera, pendapatan atau daya beli, kualitas produk, jumlah konsumen, kebijakan pemerintah, serta waktu tertentu seperti hari raya; dan (3) faktor pasar dan sisi penawaran, yaitu harga pesaing, jumlah pedagang, jumlah barang yang ditawarkan dan ketersediaan produk, cuaca, musim, serta distribusi. Kelompok pertama berkaitan dengan respons konsumen terhadap perubahan harga, kelompok kedua berkaitan dengan kondisi dan karakteristik konsumen, dan kelompok ketiga berkaitan dengan keadaan pasar serta pasokan yang dihadapi pedagang. Pengelompokan ini membantu penelitian membahas faktor-faktor tersebut secara lebih teratur. Setiap kelompok digunakan sebagai kerangka untuk membaca hasil wawancara, dengan tetap membedakan keterangan yang benar-benar disampaikan narasumber dan penjelasan berdasarkan teori. Dengan demikian, kerangka ini juga menjadi acuan dalam menyusun pembahasan, sehingga setiap faktor dapat dikaitkan dengan kategori teoritisnya.



Sumber: Diolah peneliti berdasarkan teori permintaan dan penawaran serta penelitian terdahulu (Rasidin et al., 2022; Adana et al., 2023; Muflikh & Kiloes, 2024), 2026

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan enam pedagang cabai dan sayuran di enam pasar tradisional wilayah Depok. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengalaman dan pengamatan pedagang mengenai perubahan harga serta permintaan, bukan pada pengukuran hubungan antarvariabel secara statistik. Nama narasumber dan lokasi berjualan disajikan pada Tabel 1. Informasi yang tidak tercatat secara jelas, seperti periode pengukuran volume stok dan penjualan, tidak ditafsirkan sebagai data harian. Pengamatan dan pencatatan data dilakukan pada 7 September 2026. Sebagai pembanding harga barang substitusi dan komplementer, penelitian ini juga memakai data sekunder harga rata-rata nasional dari Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) Nasional Bank Indonesia pada tanggal yang sama.

Tabel 1. Narasumber Penelitian dan Lokasi Berjualan

No.	Nama Pedagang	Lokasi Berjualan
1	Imam	Pasar Depok Jaya
2	Hamdan	Pasar Sukatani
3	Gimanto	Pasar Reni Jaya
4	Muhammad Husni Thamrin	Pasar Kemiri Depok
5	Manaf	Pasar Kemiri Muka
6	Endang	Pasar Agung Depok Dua

Sumber: Hasil wawancara dengan pedagang, data diolah, 2026

Pertanyaan wawancara mencakup kondisi harga dan permintaan, jumlah penjualan atau stok, karakteristik konsumen, pengaruh harga terhadap pembelian, barang substitusi dan komplementer, daya beli, selera konsumen, persaingan antarpedagang, kualitas produk, kondisi cuaca, ketersediaan stok, serta faktor lain yang berkaitan dengan harga dan permintaan. Pertanyaan tersebut disusun agar wawancara tidak hanya berfokus pada harga jual, tetapi juga mencakup kondisi yang mungkin berkaitan dengan permintaan. Susunan pertanyaan tersebut mengacu pada faktor-faktor dalam kerangka konseptual sehingga jawaban narasumber dapat dikelompokkan dan dibandingkan. Jawaban kemudian digunakan untuk membandingkan pengalaman antarpedagang, sementara informasi yang tidak tersedia tidak diasumsikan sebagai fakta. Dengan demikian, setiap keterangan yang dimuat pada bagian hasil berasal dari jawaban narasumber, data sekunder PIHPS, atau penjelasan teori yang dinyatakan secara terpisah.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Jawaban narasumber dikelompokkan berdasarkan faktor yang ditanyakan, kemudian dibandingkan untuk melihat kesamaan dan perbedaan pola. Hasil perbandingan dikaitkan dengan teori permintaan dan penelitian terdahulu. Perbandingan dilakukan antarpedagang pada setiap faktor, misalnya pengaruh harga, kualitas, persaingan, dan kondisi pasokan. Karena catatan wawancara yang tersedia tidak memuat rincian kuantitatif untuk seluruh faktor, hasil disajikan sebagai gambaran eksploratif berdasarkan keterangan pedagang, bukan sebagai pengujian hubungan sebab-akibat.

HASIL PENELITIAN

Harga Jual, Harga Beli, dan Sumber Pasokan

Berdasarkan catatan wawancara, harga jual cabai merah keriting yang dilaporkan berada pada kisaran Rp50.000–Rp60.000 per kg. Rentang ini menunjukkan bahwa harga di keenam pasar tidak sama persis, tetapi relatif berdekatan. Imam di Pasar Depok Jaya

menyampaikan harga jual sekitar Rp60.000 per kg dan harga beli dari pemasok sekitar Rp50.000–Rp55.000 per kg. Hamdan menyampaikan harga jual sekitar Rp55.000 per kg, Gimanto Rp55.000–Rp60.000 per kg, Muhammad Husni Thamrin sekitar Rp50.000 per kg, sedangkan Manaf dan Endang sekitar Rp60.000 per kg. Angka ini merupakan harga yang dilaporkan pada saat wawancara; tanggal pengamatan dan mutu/grade cabai tidak tercatat secara seragam sehingga perbandingan antarpedagang perlu dibaca secara hati-hati.

Tabel 2. Harga, Volume, dan Sumber Pasokan Menurut Narasumber

Narasumber	Pasar	Harga Jual	Stok dan Penjualan	Sumber Pasokan
Imam	Pasar Depok Jaya	±Rp60.000/kg (harga beli pemasok Rp50.000–Rp55.000/kg)	Stok 10–15 kg/hari; penjualan sekitar 8–12 kg/hari	Pemasok atau pengepul, terkadang pasar induk
Hamdan	Pasar Sukatani	±Rp55.000/kg	Stok ±100 kg per 7 hari; penjualan ±90–100 kg per 7 hari (rata-rata ±12,9–14,3 kg/hari)	Petani di Jember
Gimanto	Pasar Reni Jaya	Rp55.000–Rp60.000/kg	Stok sekitar 20–25 kg/hari; penjualan sekitar 15–20 kg/hari	Pasar Induk Kramat Jati
Muhammad Husni Thamrin	Pasar Kemiri Depok	±Rp50.000/kg	Stok sekitar 10–12 kg/hari; penjualan sekitar 7–9 kg/hari	Petani di Cianjur
Manaf	Pasar Kemiri Muka	±Rp60.000/kg	Stok 15–20 kg/hari; penjualan sekitar 8–12 kg/hari	Petani di Malang
Endang	Pasar Agung Depok Dua	±Rp60.000/kg	Stok 12–18 kg/hari; penjualan sekitar 8–12 kg/hari	Petani di Brebes

Sumber: Hasil wawancara dengan pedagang, data diolah, 2026

Perbedaan harga antarpedagang menunjukkan bahwa harga komoditas yang sama dapat berbeda karena kualitas, sumber pasokan, kondisi stok, serta harga yang diterima pedagang dari pemasok. Perbedaan sumber dan jalur distribusi juga tampak dari hasil wawancara: Hamdan memperoleh pasokan dari petani di Jember, Imam memperoleh cabai melalui pemasok atau pengepul dan terkadang dari pasar induk, sedangkan Gimanto memperoleh pasokan dari Pasar Induk Kramat Jati. Perbedaan jalur tersebut dapat menyebabkan perbedaan harga beli karena biaya transportasi, distribusi, dan perantara yang dilalui tidak selalu sama sehingga harga jual antarpedagang pun dapat berbeda. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa harga jual yang terlihat oleh konsumen juga berkaitan dengan biaya yang ditanggung pedagang sebelum barang dijual. Namun, data yang tersedia belum cukup untuk menghitung margin keuntungan bersih setiap pedagang karena biaya operasional dan susut barang belum dicatat secara lengkap.

Volume Stok dan Penjualan

Volume stok dan penjualan menunjukkan perbedaan skala usaha antarpedagang. Imam memiliki stok sekitar 10–15 kg per hari dengan penjualan 8–12 kg per hari. Hamdan memiliki stok sekitar 100 kg dan penjualan sekitar 90–100 kg selama periode tujuh hari, atau rata-rata sekitar 12,9–14,3 kg per hari, Gimanto memiliki stok sekitar 20–25 kg dengan penjualan 15–20 kg per hari, sedangkan Muhammad Husni Thamrin

memiliki stok sekitar 10–12 kg dengan penjualan 7–9 kg per hari. Manaf memiliki stok 15–20 kg dan penjualan 8–12 kg per hari, sementara Endang memiliki stok 12–18 kg dan penjualan 8–12 kg per hari. Perbedaan tersebut menggambarkan variasi volume usaha dan kemampuan penjualan masing-masing pedagang pada saat pengamatan.

Pengaruh Harga Cabai Merah Keriting terhadap Permintaan

Harga cabai merah keriting merupakan salah satu faktor yang paling sering dikaitkan narasumber dengan jumlah pembelian. Menurut catatan wawancara, Imam memberikan contoh pembelian yang dapat turun dari 0,5 kg menjadi 0,25 kg ketika harga naik. Hamdan dan Gimanto juga menyampaikan bahwa sebagian konsumen mengurangi pembelian saat harga meningkat. Muhammad Husni Thamrin menyebut pembelian mulai berkurang ketika harga berada di atas Rp50.000 per kg dan lebih terasa pada kisaran Rp60.000 per kg atau lebih. Ambang harga tersebut merupakan keterangan seorang narasumber, bukan hasil pengukuran seluruh pasar. Sebagian konsumen tetap membeli cabai karena dibutuhkan untuk memasak, tetapi menyesuaikan jumlah pembelian.

Pengaruh Harga Barang Substitusi

Barang substitusi adalah barang yang dapat menggantikan barang utama untuk kebutuhan tertentu. Dalam wawancara, narasumber menyebut cabai rawit, cabai hijau, cabai merah jenis lain, cabai kering, atau cabai bubuk sebagai alternatif yang mungkin dipilih konsumen. Catatan wawancara hanya memuat kisaran harga cabai hijau dari keenam pedagang, sehingga harga pembandingan cabai rawit dalam penelitian ini diambil dari data sekunder Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) Nasional Bank Indonesia pada 7 September 2026, yaitu tanggal pengamatan. Pada tanggal tersebut, harga rata-rata nasional di pasar tradisional tercatat sekitar Rp84.000 per kg untuk cabai rawit merah dan sekitar Rp62.250 per kg untuk cabai rawit hijau, sedangkan cabai merah keriting tercatat sekitar Rp57.750 per kg (Bank Indonesia, 2026). Harga cabai rawit merah dan cabai rawit hijau tersebut masing-masing sekitar Rp26.250 dan Rp4.500 per kg lebih tinggi daripada cabai merah keriting, sehingga peralihan ke jenis cabai rawit tersebut belum tentu menurunkan pengeluaran per kilogram. Sebaliknya, keenam pedagang menyampaikan kisaran harga cabai hijau yang relatif sama, yaitu Rp30.000–Rp50.000 per kg, atau sekitar Rp7.750–Rp27.750 per kg lebih murah daripada cabai merah keriting, sehingga peralihan ke cabai hijau lebih mungkin menghemat pengeluaran. Harga cabai rawit merupakan rata-rata nasional, bukan harga di pasar Depok, sedangkan harga cabai hijau merupakan kisaran dari keenam pedagang yang belum dibandingkan dengan data harga resmi, sehingga keduanya dipakai sebagai gambaran pembandingan. Secara teori, kenaikan harga barang substitusi dapat meningkatkan permintaan cabai merah keriting, sementara kenaikan harga cabai merah keriting sendiri dapat mendorong sebagian konsumen beralih ke jenis cabai lain. Besarnya pengaruh di pasar yang diteliti masih perlu dikonfirmasi dengan data harga dan jumlah pembelian yang dicatat berpasangan.

Pengaruh Harga Barang Komplementer

Barang komplementer adalah barang yang digunakan bersama untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam kegiatan memasak, cabai merah keriting dapat digunakan bersama bawang merah, bawang putih, dan tomat. Karena bahan-bahan tersebut lazim digunakan dalam masakan yang sama, perubahan harganya berpotensi memengaruhi cara konsumen membagi anggaran belanja. Sebagai gambaran, harga rata-rata bawang merah di pasar tradisional pada 7 September 2026 tercatat sekitar Rp38.100 per kg dan bawang putih sekitar Rp39.300 per kg (Bank Indonesia, 2026), sedangkan harga normal tomat diperkirakan berkisar Rp15.000–Rp20.000 per kg. Kisaran harga tomat belum

diverifikasi di pasar Depok. Namun, catatan wawancara belum memuat deret harga aktual barang pelengkap beserta perubahan jumlah pembelian cabai pada periode yang sama. Oleh sebab itu, pengaruh harga barang komplementer dalam penelitian dijelaskan sebagai kemungkinan berdasarkan teori dan belum dapat dipastikan secara kuantitatif dari data lapangan.

Kenaikan biaya bahan dapur secara bersamaan dapat mendorong konsumen mengatur kembali anggaran belanja. Konsumen mungkin mengurangi jumlah pembelian beberapa bahan, termasuk cabai merah keriting, agar pengeluaran tetap sesuai kemampuan. Meskipun demikian, pengaruh harga barang komplementer terhadap permintaan cabai tidak selalu bersifat langsung karena bergantung pada pola konsumsi, kebutuhan memasak, dan anggaran masing-masing konsumen. Akan tetapi, keputusan tersebut tidak selalu sama pada setiap rumah tangga karena kebutuhan memasak dan kebiasaan konsumsi berbeda-beda. Karena data harga komplementer secara berkala belum tersedia, bagian ini menjelaskan kemungkinan hubungan secara konseptual dan tidak menyatakan besarnya pengaruh secara pasti.

Pengaruh Selera Konsumen

Hamdan menyampaikan bahwa kebiasaan masyarakat Indonesia mengonsumsi makanan pedas menjadi salah satu alasan cabai tetap memiliki permintaan. Imam menambahkan bahwa banyak konsumen tetap membeli cabai meskipun harga naik karena cabai dibutuhkan untuk memasak dan membuat sambal. Keterangan ini menunjukkan bahwa selera terhadap makanan pedas relatif stabil dan menopang permintaan dasar terhadap cabai. Perubahan selera atau kebiasaan konsumsi juga dapat mengubah cara konsumen memenuhi kebutuhan cabai, misalnya dengan menggunakan cabai rawit, cabai kering, cabai bubuk, atau sambal kemasan. Dengan demikian, kenaikan harga tidak selalu menghilangkan kebutuhan terhadap cabai; dalam beberapa kondisi konsumen lebih banyak mengubah cara dan jumlah pembelian daripada menghentikan konsumsi.

Pengaruh Pendapatan dan Daya Beli Konsumen

Pendapatan dan daya beli memengaruhi kemampuan konsumen membeli kebutuhan sehari-hari, termasuk cabai merah keriting. Narasumber menggambarkan bahwa konsumen dengan anggaran terbatas dapat mengurangi jumlah pembelian atau memilih jenis cabai yang lebih terjangkau. Gambaran ini sejalan dengan teori bahwa daya beli menentukan seberapa besar konsumen dapat menyesuaikan jumlah dan jenis cabai yang dibeli ketika harga berubah. Catatan wawancara yang tersedia tidak memberikan data pendapatan rumah tangga atau anggaran belanja yang terverifikasi. Karena itu, contoh nominal pendapatan dan anggaran tidak digunakan sebagai bukti empiris penelitian. Kenaikan harga cabai dari Rp50.000/kg menjadi Rp60.000/kg akan meningkatkan pengeluaran untuk pembelian 0,5 kg dari Rp25.000 menjadi Rp30.000, sehingga terdapat tambahan pengeluaran sebesar Rp5.000 jika jumlah yang dibeli tetap. Perhitungan ini hanya menjelaskan dampak perubahan harga terhadap pengeluaran dan bukan merupakan data transaksi responden, karena catatan wawancara tidak menyediakan data pendapatan rumah tangga yang terverifikasi. Sebagai contoh, konsumen dengan kisaran income Rp2.000.000-Rp3.500.000 yang mengalokasikan Rp20.000 - Rp50.000 per hari untuk cabai, jumlah yang dapat dibeli akan turun dari 0,4 kg menjadi sekitar 0,33 kg pada alokasi Rp20.000 dan dari 1 kg menjadi sekitar 0,83 kg pada alokasi Rp50.000 ketika harga naik tersebut terjadi. Dengan anggaran yang tetap, respons konsumen umumnya berupa pengurangan jumlah pembelian atau penyesuaian belanja kebutuhan lainnya, dan seluruh contoh nominal ini bersifat ilustratif.

Pengaruh Harga Pesaing

Konsumen pasar tradisional dapat membandingkan harga dari beberapa pedagang sebelum membeli. Imam menyampaikan bahwa apabila pedagang lain menawarkan harga lebih rendah dengan kualitas yang relatif sama, konsumen dapat berpindah kepada pedagang tersebut. Hamdan menyampaikan bahwa selisih harga beberapa ribu rupiah saja dapat membuat konsumen memilih pedagang lain. Manaf menyebutkan bahwa perbedaan harga antarpedagang berkisar Rp2.000–Rp5.000 per kg sehingga pedagang perlu memperhatikan harga pasar dan harga yang ditawarkan pedagang lain. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi tidak hanya oleh harga cabai secara umum, tetapi juga oleh harga yang ditawarkan masing-masing pedagang.

Barang Homogen dan Perbedaan Kualitas

Cabai merah keriting termasuk komoditas yang sama, tetapi kondisi fisik dan kualitasnya tidak selalu identik. Muhammad Husni Thamrin menyampaikan bahwa konsumen cenderung memperhatikan kesegaran dan ukuran cabai. Manaf menunjukkan adanya perbedaan kualitas dengan harga cabai merah keriting super yang lebih tinggi. Endang menyampaikan bahwa konsumen cenderung memilih barang yang kualitasnya lebih baik. Dengan demikian, meskipun harga menjadi pertimbangan penting, sebagian konsumen tetap mempertimbangkan kualitas dalam memilih cabai.

Pengaruh Jumlah Pedagang

Jumlah pedagang yang menjual komoditas sejenis menjadi salah satu faktor yang memengaruhi tingkat persaingan dan pilihan konsumen. Berdasarkan hasil pendataan di area pengamatan, terdapat sekitar 15–25 kios pedagang cabai yang menawarkan komoditas sejenis. Jumlah pedagang tersebut menunjukkan adanya persaingan dalam menarik minat pembeli, terutama melalui penetapan harga, kesegaran cabai, dan kualitas pelayanan. Semakin banyak pedagang yang menawarkan komoditas serupa, semakin beragam pilihan yang tersedia bagi konsumen. Kondisi ini berpotensi mendorong pedagang untuk menetapkan harga yang kompetitif agar dapat mempertahankan pelanggan. Persaingan tersebut juga memengaruhi jumlah pembeli yang diperoleh setiap pedagang. Pedagang yang menawarkan harga bersaing, cabai segar, dan pelayanan yang baik memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan pelanggan. Sebaliknya, pedagang yang menetapkan harga lebih tinggi tanpa disertai perbedaan kualitas yang jelas berpotensi kehilangan sebagian pembelinya. Temuan ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Manaf, yang menyatakan bahwa jumlah pedagang yang terlalu banyak dapat menyebabkan pembeli terbagi di antara pedagang. Dengan demikian, jumlah pedagang dan tingkat persaingan menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam menjelaskan pembentukan harga cabai di pasar tradisional. Namun jumlah pedagang tidak selalu menyebabkan penurunan harga secara langsung karena harga juga dipengaruhi oleh jumlah pasokan, permintaan konsumen, kualitas cabai, dan biaya distribusi.

Pengaruh Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah pada dasarnya dapat berperan dalam menjaga stabilitas harga, distribusi, dan ketersediaan bahan pangan. Namun, berdasarkan hasil wawancara, pengaruh kebijakan tersebut tidak dirasakan secara langsung oleh para pedagang. Endang menyampaikan bahwa perubahan harga pasar lebih dipengaruhi oleh kondisi cuaca. Manaf menyampaikan bahwa pada saat wawancara tidak terdapat kebijakan pemerintah yang secara langsung dirasakan memengaruhi penjualannya. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan kebijakan dan dampak yang dirasakan langsung oleh pedagang merupakan dua hal yang berbeda.

Pengaruh Jumlah Populasi Konsumen

Konsumen cabai merah keriting berasal dari rumah tangga maupun pedagang makanan. Muhammad Husni Thamrin menyampaikan bahwa rata-rata pembelian konsumen sekitar 1 kg, sedangkan pedagang makanan memiliki kebutuhan yang berkaitan dengan kegiatan usahanya. Kebutuhan rumah tangga juga dapat berbeda menurut jumlah anggota keluarga: semakin banyak anggota keluarga, kebutuhan bahan masakan dapat meningkat. Dengan demikian, jumlah populasi dan jumlah anggota rumah tangga dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung permintaan cabai. Data perkiraan jumlah konsumen dan pelanggan tetap per hari dari keenam pedagang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perkiraan Jumlah Konsumen dan Pelanggan Tetap per Hari Menurut Narasumber

Nama Pedagang	Konsumen per Hari	Pelanggan Tetap
Imam	25–35 orang	7–10 orang
Hamdan	40–50 orang	10–15 orang
Gimanto	30–40 orang	8–12 orang
Muhammad Husni Thamrin	20–25 orang	5–7 orang
Manaf	25–35 orang	7–10 orang
Endang	25–35 orang	7–10 orang

Sumber: Hasil wawancara dengan pedagang, data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, jumlah konsumen per hari yang dilaporkan pedagang berkisar antara 20 sampai 50 orang, dengan pelanggan tetap sekitar 5 sampai 15 orang. Hamdan melaporkan jumlah konsumen dan pelanggan tetap yang paling banyak, yaitu 40–50 orang per hari dengan 10–15 pelanggan tetap, sedangkan Muhammad Husni Thamrin melaporkan jumlah yang paling sedikit, yaitu 20–25 orang per hari dengan 5–7 pelanggan tetap. Imam, Manaf, dan Endang melaporkan angka yang sama, yaitu 25–35 orang per hari dengan 7–10 pelanggan tetap, sedangkan Gimanto melaporkan 30–40 orang per hari dengan 8–12 pelanggan tetap. Berdasarkan nilai tengah rentang yang dilaporkan, pelanggan tetap berjumlah sekitar seperempat hingga sepertiga dari konsumen harian pada setiap pedagang, sehingga sebagian besar pembeli setiap hari bukan pelanggan tetap. Kondisi ini menunjukkan bahwa pedagang perlu menjaga harga, kualitas, dan pelayanan agar pembeli bersedia kembali. Namun, angka tersebut merupakan perkiraan pedagang dalam bentuk rentang, dan rincian jenis pembeli serta periode pembeliannya belum tercatat secara terperinci, sehingga besarnya pengaruh jumlah konsumen terhadap permintaan belum dapat dipastikan.

Jumlah Barang yang Ditawarkan dan Ketersediaan Produk

Imam menyampaikan bahwa kondisi pasokan yang tidak terlalu banyak dapat menyebabkan harga meningkat. Hamdan menyebutkan cuaca sebagai salah satu faktor perubahan harga. Gimanto menjelaskan bahwa musim hujan dapat mengganggu produksi dan kualitas cabai di tingkat petani sehingga pasokan ke pasar menjadi lebih terbatas. Endang menyampaikan bahwa ketika stok terbatas, pedagang menjadi lebih aktif mencari barang untuk memenuhi kebutuhan pasar. Ketika kebutuhan konsumen tetap ada sementara pasokan berkurang, harga dapat mengalami kenaikan.

Jumlah barang yang ditawarkan setiap pedagang dapat dilihat dari stok yang tersedia pada saat pengamatan, sebagaimana disajikan pada Tabel 2. Stok harian yang dilaporkan berkisar antara 10 sampai 25 kg, yaitu Imam 10–15 kg, Gimanto 20–25 kg, Muhammad Husni Thamrin 10–12 kg, Manaf 15–20 kg, dan Endang 12–18 kg per hari. Hamdan melaporkan stok sekitar 100 kg untuk periode tujuh hari, atau setara rata-rata

sekitar 14,3 kg per hari. Jika stok harian tersebut dihitung untuk 30 hari, perkiraan stok per bulan adalah sekitar 300–450 kg untuk Imam, 429 kg untuk Hamdan, 600–750 kg untuk Gimanto, 300–360 kg untuk Muhammad Husni Thamrin, 450–600 kg untuk Manaf, dan 360–540 kg untuk Endang. Perhitungan ini merupakan perkiraan dengan asumsi stok harian tetap selama 30 hari, bukan data stok bulanan hasil wawancara. Pada seluruh pedagang, stok yang tersedia sama dengan atau lebih besar daripada jumlah penjualan yang dilaporkan, sehingga pasokan pada saat pengamatan relatif mencukupi untuk melayani pembeli. Namun, angka tersebut hanya menggambarkan kondisi pada saat pengamatan dan belum dapat dipakai untuk menyimpulkan ketersediaan pasokan sepanjang bulan, karena periode pencatatan stok tidak seragam dan data stok bulanan belum tercatat. Perubahan stok antarwaktu, misalnya pada musim hujan atau menjelang hari raya, perlu dicatat secara berkala agar hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dan harga dapat dianalisis dengan lebih kuat.

Pengaruh Cuaca, Musim, dan Distribusi terhadap Harga

Cuaca merupakan salah satu faktor yang cukup sering disebut oleh pedagang. Hujan berlebihan maupun cuaca ekstrem dapat mengganggu pertumbuhan dan kualitas tanaman cabai di daerah penghasil. Gimanto menjelaskan bahwa pada musim hujan produksi dan kualitas cabai dapat menurun sehingga pasokan menjadi lebih sedikit dan, jika kebutuhan konsumen tetap tinggi, harga dapat naik. Selain produksi, distribusi berperan dalam pembentukan harga: cabai berasal dari berbagai daerah sehingga biaya transportasi menjadi salah satu komponen harga, dan Imam menyebutkan biaya pengiriman sebagai salah satu faktor yang dapat meningkatkan harga dari pemasok. Perbedaan jalur distribusi antarpedagang, sebagaimana diuraikan pada Tabel 2, menyebabkan biaya transportasi dan perantara yang berbeda sehingga memengaruhi harga beli pedagang dan selanjutnya harga jual kepada konsumen.

Pengaruh Hari Raya dan Waktu Tertentu

Muhammad Husni Thamrin menyebutkan bahwa permintaan mencapai puncak pada Hari Raya Idulfitri, dan Gimanto menyampaikan bahwa permintaan meningkat saat Lebaran. Selain hari raya, Imam menyampaikan bahwa pagi hari merupakan waktu yang lebih ramai, sedangkan menjelang akhir pekan masyarakat dapat membeli lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Pola ini menunjukkan bahwa permintaan cabai memiliki unsur waktu dan musim karena aktivitas memasak meningkat pada periode tertentu. Keterangan ini menunjukkan bahwa waktu pembelian juga dapat berkaitan dengan aktivitas konsumen dan kebutuhan usaha makanan. Meskipun demikian, pengamatan tersebut masih bersifat deskriptif karena penelitian tidak mencatat jumlah transaksi per jam secara terukur.

Ringkasan Harga dan Gambaran Permintaan Tiap Pedagang

Tabel 4. Ringkasan Harga Utama dan Gambaran Permintaan Menurut Narasumber

Pedagang	Lokasi	Harga Utama	Gambaran Permintaan
Imam	Pasar Depok Jaya	Rp60.000/kg	Pembelian dapat turun dari 0,5 kg menjadi 0,25 kg ketika harga naik
Hamdan	Pasar Sukatani	Rp55.000/kg	Konsumen mengurangi pembelian dan dapat beralih ke cabai lain
Gimanto	Pasar Reni Jaya	Rp55.000–Rp60.000/kg	Harga menjadi faktor utama; permintaan meningkat saat Lebaran
Muhammad Husni Thamrin	Pasar Kemiri Depok	Rp50.000/kg	Permintaan menurun ketika harga tinggi; konsumen dapat beralih ke cabai hijau

Pedagang	Lokasi	Harga Utama	Gambaran Permintaan
Manaf	Pasar Kemiri Muka	±Rp60.000/kg	Konsumen mempertimbangkan harga, kualitas, dan pilihan pedagang
Endang	Pasar Agung Depok Dua	±Rp60.000/kg	Pembelian bergantung pada kebutuhan, selera, kualitas, dan kondisi stok

Sumber: Hasil wawancara dengan pedagang, data diolah, 2026

Pembahasan

Perbandingan Hasil Wawancara Enam Pedagang

Jika dibandingkan, keenam wawancara menunjukkan beberapa pola yang sama. Harga menjadi faktor yang paling konsisten disebut dalam kaitannya dengan perubahan jumlah pembelian: ketika harga meningkat, konsumen cenderung mengurangi pembelian atau mencari alternatif. Meskipun demikian, terdapat pula perbedaan. Gimanto membedakan perilaku konsumen rumah tangga dan pedagang makanan; konsumen rumah tangga cenderung lebih fleksibel dalam mengurangi pembelian ketika harga naik, sedangkan pedagang makanan memiliki kebutuhan yang lebih stabil karena cabai berkaitan langsung dengan kegiatan usahanya. Perbedaan lain terlihat pada skala stok: Hamdan memiliki stok yang jauh lebih besar dibandingkan beberapa pedagang lain, yang menunjukkan bahwa kondisi usaha dan volume perdagangan berbeda antarpasar sehingga jumlah permintaan tidak dapat disamakan untuk semua pedagang. Perbedaan sumber pasokan (petani di Jember, Cianjur, Malang, dan Brebes; pemasok atau pengepul; serta Pasar Induk Kramat Jati) turut menjadi salah satu alasan mengapa harga yang ditemukan tidak selalu sama antarpedagang.

Sintesis Temuan dalam Kerangka Teori Permintaan

Tabel 5 memetakan faktor-faktor yang disebut dalam wawancara ke dalam kategori teoritis beserta narasumber yang menyampaikannya. Pemetaan ini digunakan untuk merangkum pola keterangan pedagang, bukan untuk mengukur besar pengaruh atau membuktikan hubungan sebab-akibat. Beberapa faktor, terutama harga barang komplementer, pendapatan, dan jumlah pedagang, memerlukan data tambahan agar arah pengaruhnya dapat dinilai lebih kuat. Faktor yang telah didukung oleh keterangan narasumber dibedakan dari faktor yang baru dijelaskan melalui teori. Perbedaan ini penting agar kesimpulan penelitian tidak melebihi bukti yang tersedia dari wawancara.

Tabel 5. Sintesis Faktor yang Memengaruhi Permintaan Cabai Merah Keriting

Faktor	Kategori Teoritis	Arah Pengaruh	Narasumber	Ringkasan Temuan
Harga cabai merah keriting	Own-price effect	Negatif	Imam, Hamdan, Gimanto, Husni	Kenaikan harga menurunkan jumlah pembelian (contoh 0,5 kg menjadi 0,25 kg); penurunan mulai terasa di atas Rp50.000/kg dan lebih tajam pada ±Rp60.000/kg atau lebih; konsumen tidak berhenti membeli sepenuhnya.
Harga barang substitusi	Cross-price effect (substitusi)	Secara teori positif jika harga substitusi naik; respons lokal belum terukur	Hamdan, Husni	Narasumber menyebut konsumen dapat beralih ke jenis cabai lain saat harga cabai merah keriting tinggi. Harga pembandingan dan jumlah pembelian belum dicatat berpasangan. Harga

Faktor	Kategori Teoritis	Arah Pengaruh	Narasumber	Ringkasan Temuan
				acuan PIHPS 7 September 2026: rawit merah Rp84.000/kg, rawit hijau Rp62.250/kg; cabai hijau Rp30.000–Rp50.000/kg (keterangan keenam pedagang).
Harga barang komplementer	<i>Cross-price effect</i> (komplemente r)	Secara teori negatif; bukti lapangan belum cukup untuk memastikan arah	Hamdan, Manaf	Kenaikan harga bahan pelengkap dapat memengaruhi anggaran dapur, tetapi data harga dan perubahan pembelian cabai pada periode yang sama belum tersedia. Harga acuan PIHPS 7 September 2026: bawang merah Rp38.100/kg, bawang putih Rp39.300/kg.
Pendapatan atau daya beli	Income effect	Daya beli lebih tinggi berpotensi mendukung pembelian; belum diukur	Imam, Hamdan, Husni	Narasumber menggambarkan konsumen berdaya beli terbatas mengurangi jumlah atau memilih jenis lebih murah. Tidak ada data pendapatan rumah tangga.
Selera terhadap makanan pedas	Preference	Positif (struktural)	Imam, Hamdan	Kebiasaan konsumsi pedas menopang permintaan meskipun cara pemenuhannya dapat berubah.
Harga pesaing	Struktur pasar	Redistributif	Imam, Hamdan, Manaf	Narasumber menyebut selisih harga dapat membuat konsumen berpindah pedagang; selisih harga antarpedagang berkisar Rp2.000–Rp5.000/kg (Manaf).
Kualitas produk	Diferensiasi vertikal	Positif terhadap kesediaan membayar	Husni, Manaf, Endang	Kesegaran dan ukuran menjadi pertimbangan; cabai super berharga lebih tinggi.
Jumlah pedagang	Struktur pasar	Redistributif	Manaf	Keterangan jumlah pedagang berlebih merupakan penjelasan narasumber; jumlah pedagang per pasar tidak dihitung sistematis.
Kebijakan pemerintah	Faktor eksternal	Tidak dirasakan langsung oleh narasumber	Endang, Manaf	Tidak ada kebijakan yang dirasakan langsung memengaruhi penjualan.

Faktor	Kategori Teoritis	Arah Pengaruh	Narasumber	Ringkasan Temuan
Jumlah konsumen	Jumlah pembeli (N)	Positif	Seluruh narasumber	Narasumber menyebut pembeli rumah tangga dan pedagang makanan; rata-rata pembelian ± 1 kg; jenis pembeli dan periode pembelian belum tercatat terperinci. Perkiraan konsumen harian 20–50 orang dengan pelanggan tetap 5–15 orang (Tabel 3).
Jumlah barang dan ketersediaan	Faktor sisi penawaran	Pasokan turun, harga naik	Imam, Hamdan, Gimanto, Endang	Pasokan terbatas menyulitkan pedagang memperoleh stok dan menaikkan harga dari pemasok. Stok harian yang dilaporkan sekitar 10–25 kg per pedagang (Tabel 2).
Cuaca, musim, dan distribusi	Pergeseran penawaran; dorongan biaya	Positif terhadap harga	Gimanto, Hamdan, Endang, Imam	Hujan dan cuaca ekstrem menurunkan produksi dan kualitas; biaya pengiriman menaikkan harga dari pemasok.
Hari raya dan waktu tertentu	Demand shifter	Positif	Husni, Gimanto, Imam	Permintaan memuncak pada Idulfitri; pagi hari dan menjelang akhir pekan lebih ramai.

Sumber: Hasil wawancara, 2026 (diolah).

Arah pengaruh teoritis dibedakan dari keterangan empiris; faktor yang belum memiliki data berpasangan ditandai belum terukur. Kolom Narasumber memuat pedagang yang disebut secara eksplisit. Husni = Muhammad Husni Thamrin.

Keterkaitan Antarfaktor

Faktor-faktor tersebut tidak berdiri sendiri, dan perubahan pada satu faktor dapat berkaitan dengan faktor lainnya. Sebagai contoh, cuaca buruk dapat mengurangi produksi cabai; penurunan produksi mengurangi jumlah barang yang tersedia di pasar; ketika pasokan berkurang sementara kebutuhan konsumen tetap ada, harga cabai dapat meningkat; dan kenaikan harga kemudian dapat mendorong konsumen mengurangi pembelian atau beralih ke barang substitusi. Pada sisi konsumen, pendapatan atau daya beli menentukan seberapa besar konsumen dapat menyesuaikan pembeliannya, sedangkan harga pesaing dan jumlah pedagang memengaruhi pilihan konsumen di dalam pasar. Selain itu, perbedaan sumber dan jalur distribusi dapat berkaitan dengan harga karena biaya transportasi, distribusi, dan perantara yang berbeda menyebabkan harga beli pedagang berbeda meskipun komoditas yang dijual sama. Dengan demikian, permintaan cabai merah keriting di pasar tradisional merupakan hasil interaksi antara faktor harga, perilaku konsumen, kondisi pasar, serta kondisi produksi dan distribusi.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil wawancara ini secara umum dapat dibahas bersama penelitian terdahulu mengenai harga, barang substitusi dan komplementer, selera, pendapatan, jumlah konsumen, serta ketersediaan produk (Rasidin et al., 2022; Erwandi, et al., 2019).

Keterangan bahwa sebagian konsumen dapat beralih ke jenis cabai lain ketika harga naik juga relevan dengan pembahasan barang substitusi (Adana, 2023; Supriadi & Sejati, 2018). Namun, karena penelitian ini tidak mengumpulkan seri harga dan volume pembelian untuk seluruh faktor, kesesuaian tersebut dipahami sebagai perbandingan kualitatif, bukan verifikasi kuantitatif. Kesamaan tersebut terlihat pada pentingnya harga dan kondisi pasokan dalam menjelaskan perubahan permintaan. Walaupun demikian, hasil penelitian terdahulu tidak dapat langsung dianggap sama dengan kondisi Depok karena lokasi, waktu penelitian, dan karakteristik responden dapat berbeda.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hubungan antara harga dan permintaan dapat berbeda menurut wilayah dan karakteristik konsumen. Fransiska Sari Astuti (2021) membahas elastisitas permintaan cabai di Kota Surabaya. Dalam penelitian di Depok ini, sebagian pedagang menyatakan bahwa kenaikan harga mengurangi jumlah pembelian, tetapi cabai tetap dibutuhkan sehingga konsumen dapat mengurangi jumlah atau mengganti jenis cabai. Pembahasan tentang kualitas, kesegaran, dan kebiasaan konsumsi dapat dibandingkan dengan Nuraeni dan Marendra (2024). Keterkaitan cuaca, produksi, distribusi, dan harga dapat dibandingkan dengan Muflikh (2024).

Dengan demikian, teori permintaan dapat digunakan untuk menjelaskan kecenderungan umum perilaku konsumen, tetapi kondisi pasar dan karakteristik konsumen tetap perlu diperhatikan dalam melihat perilaku permintaan secara nyata. Hukum permintaan tampak sejalan dengan keterangan pedagang mengenai penurunan pembelian saat harga naik, tetapi cabai tetap dibeli karena merupakan kebutuhan memasak. Temuan mengenai faktor selain harga, seperti kualitas, persaingan antarpedagang, cuaca, dan jalur distribusi, juga menunjukkan bahwa permintaan tidak dapat dijelaskan oleh satu faktor saja. Oleh karena itu, hasil wawancara dalam penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai gambaran awal mengenai pengalaman pedagang. Penelitian lanjutan dapat melibatkan konsumen secara langsung dan mencatat harga serta volume pembelian secara berkala agar analisis menjadi lebih kuat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan enam pedagang cabai dan sayuran di beberapa pasar tradisional wilayah Depok, permintaan cabai merah keriting dipengaruhi oleh interaksi berbagai faktor, terutama harga cabai, harga barang substitusi, daya beli, selera konsumen, kualitas produk, persaingan pasar, serta jumlah konsumen. Kenaikan harga cenderung mendorong konsumen mengurangi jumlah pembelian atau beralih ke jenis cabai lain, meskipun cabai merah keriting tetap dibutuhkan untuk keperluan memasak. Selain itu, cuaca, produksi, ketersediaan pasokan, dan biaya transportasi memengaruhi harga jual melalui perbedaan sumber dan jalur distribusi antarpedagang. Permintaan juga cenderung meningkat menjelang dan selama Hari Raya Idulfitri serta ketika aktivitas memasak masyarakat meningkat. Dengan demikian, perubahan permintaan cabai merah keriting tidak hanya berkaitan dengan harga, tetapi juga kondisi ekonomi konsumen, kebiasaan konsumsi, dan dinamika pasokan serta distribusi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan enam pedagang, sehingga gambaran perilaku konsumen diperoleh berdasarkan pengamatan pedagang, bukan pengukuran langsung terhadap konsumen. Selain itu, data harga berasal dari sumber dan cakupan yang berbeda, sedangkan periode pencatatan stok dan volume penjualan belum seragam. Oleh karena itu, temuan penelitian bersifat eksploratif dan belum dapat digeneralisasikan secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan konsumen secara langsung serta menggunakan pencatatan harga, stok, dan volume

penjualan dengan periode pengamatan yang seragam agar faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai merah keriting dapat dianalisis secara lebih akurat dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adana, A. H., Haryanto, L. I., Fitriah, N., & Soerinda, I. T. (2023). Analisis pengaruh barang substitusi dan komplementer terhadap fungsi permintaan cabai di Indonesia. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(1), 18-25.
- Astuti, F. S., Wanto, H. S., & Koesriwulandari, K. (2021). Elastisitas permintaan cabai merah (*Capsicum Annuum* L.) di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 21(1), 76–93.
- Bank Indonesia. (2026). Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) Nasional: harga rata-rata pasar tradisional nasional, 7 September 2026 (dikutip dalam ANTARA, 7 September 2026). <https://www.antaranews.com/berita/5729260/pihps-catat-harga-cabai-rawit-rp84000-kg-telur-ayam-rp29650-kg>
- Erwandi, E., Afendi, F. M., & Waryanto, B. (2019). Analisis Pengaruh Daerah Pemasok Terhadap Harga Cabai Merah Di DKI Jakarta Menggunakan Vector Error Correction Model (Vecm). *Indonesian Journal of Statistics and Its Applications*, 3(3), 216-235.
- Farid, M., & Subekti, N. A. (2012). Tinjauan terhadap produksi, konsumsi, distribusi dan dinamika harga cabai di Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 6(2), 211-234.
- Hariadi, U., Anggraeni, R., & Prayoga, B. (2024). Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Cabai Merah Keriting Di Pasar Kraggan Yogyakarta. *Jurnal Pertanian Agros*, 26(2), 1264-1268.
- Khasanah, S. M., Maksum, M., & Suwondo, E. (2020). Trend analysis of red chili price-formation models. *agriTECH*, 40(1), 57-63.
- Muflikh, Y. N., Smith, C., Brown, C., Kusnadi, N., Kiloos, A. M., & Aziz, A. A. (2024). Integrating system dynamics to value chain analysis to address price volatility in the Indonesian chilli value chain. *Food Policy*, 128, 102713.
- Nuraeni, Y., & Marendra, A. (2024). Insight into the buying behaviour of consumers for chilli in Indonesia: Households and food businesses in selected cities. *Applied Food Research*, 4(1), 100413.
- Pradana, R. S. (2021). Penerapan Analisis Jalur Dalam Mengidentifikasi Penyebab Fluktuasi Harga Cabai Merah Di Kabupaten Aceh Jaya. *Jurnal Agrica*, 14(1), 20-32.
- Rasidin, R., Nuddin, A., & Irmayani, I. (2022). Analisis Permintaan Komoditi Cabai Merah Di Kabupaten Sidenreng Rappang. *Plantklopedia: Jurnal Sains Dan Teknologi Pertanian*, 2(2), 41-55.
- Sativa, M., Harianto, H., & Suryana, A. (2017). Impact of red chilli reference price policy in Indonesia. *International Journal of Agriculture System*, 120-139.
- Sipahutar, R., & Pertanian, F. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Cabai Merah Keriting di Pasar Horas Kota Pematangsiantar. *JIMTANI*, 2, 158–168.
- Supriadi, H., & Sejati, W. K. (2018). Perdagangan antarpulau komoditas cabai di Indonesia: Dinamika produksi dan stabilitas harga. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 16(2), 109–127.