

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN CABAI MERAH KERITING (Studi Kasus di Kota Pematangsiantar)

JHONSON MARBUN¹, ELSA MEI YELLY SIAHAAN²

¹Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Simalungun

²Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Simalungun

Abstrak. Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah lokasi usaha dan mutu barang berhubungan dengan banyaknya cabai merah keriting yang terjual serta untuk mengetahui apakah biaya lokasi, kuantitas cabai merah keriting yang terjual dan kuantitas barang lain yang terjual berpengaruh terhadap pendapatan. Metode analisis data yang digunakan adalah untuk menguji hipotesis 1 dan 2 menggunakan metode chi-kuadrat untuk mengetahui aspek lokasi usaha dan mutu barang berhubungan dengan banyaknya cabai merah keriting yang terjual. Model regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis 3. Hasil dari pengujian tersebut dimana aspek lokasi dan mutu barang cabai merah keriting tidak berhubungan dengan banyaknya cabai merah keriting yang terjual. Biaya lokasi, kuantitas cabai merah keriting yang terjual dan kuantitas barang lain yang terjual mampu menjelaskan variasi pendapatan sebesar 99,2%. Sedangkan sisanya sebesar 0,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam persamaan.

Kata Kunci : *Penjualan, Biaya Lokasi, Mutu Barang, Lokasi Usaha Cabai Merah Keriting*

PENDAHULUAN

Cabai merupakan komoditas hortikultura penting di Indonesia yang dikonsumsi oleh sebagian besar penduduk tanpa memperhatikan tingkat sosial. Permintaan pasar terhadap cabai ini sangat tinggi, mulai dari pasar tradisional hingga ke supermarket hal ini dikarenakan kecenderungan masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi cabai sebagai penyedap dan pelengkap berbagai jenis masakan.

Penjualan akan cabai merah keriting dipengaruhi oleh banyak hal seperti lokasi, mutu barang dan jumlah jenis barang. Jika hal-hal tersebut dapat diketahui dengan jelas, maka akan dapat dilakukan langkah-langkah yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan permintaan masyarakat terhadap cabai merah.

Dari uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1.) Apakah lokasi usaha berhubungan dengan kuantitas barang (cabai merah keriting) yang terjual
- 2.) Apakah mutu barang berhubungan dengan kuantitas barang (cabai merah keriting) yang terjual.
- 3.) Apakah biaya lokasi, kuantitas cabai merah keriting, kuantitas barang lain berpengaruh terhadap pendapatan.

METODE ANALISIS DATA

Untuk menganalisis hipotesis 1 dan 2 menggunakan metode analisis chi-square atau chi kuadrat lainnya adalah sebuah uji hipotesis tentang perbandingan antara frekuensi observasi dengan frekuensi harapan yang didasarkan oleh hipotesis tertentu pada setiap kasus atau data yang diambil untuk diamati. Uji ini sangat bermanfaat dalam melakukan analisis statistik jika kita tidak memiliki informasi tentang populasi atau jika asumsi-asumsi yang dipersyaratkan untuk penggunaan statistik parametrik tidak terpenuhi. Chi kuadrat biasanya di dalam frekuensi observasi berlambangkan dengan frekuensi harapan yang didasarkan atas hipotesis yang hanya tergantung pada suatu parameter, yaitu derajat kebebasan (df).

Pengambilan keputusan ketentuan yang menyatakan ada tidaknya dalam pengambilan keputusan, adalah:

1. Bila harga chi square (χ^2) \geq tabel chi square hipotesis alternatif (H_a) diterima
2. Bila harga chi square (χ^2) $<$ tabel chi square hipotesis alternatif (H_a) ditolak

Rumus chi-kuadrat

$$\chi^2 = \frac{\sum(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

χ^2 : nilai chi-kuadrat

f_e : frekuensi yang diharapkan

f_o : frekuensi yang diperoleh/diamati

Untuk menganalisis hipotesis 3 diuji dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program spss. Model regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

- Y = pendapatan
- A = konstanta/koeffisien intersep
- B₁ – b₃ = koeffisien variabel bebas
- X₁ = biaya lokasi
- X₂ = kuantitas cabai merah keriting
- X₃ = kuantitas barang lain

Dimana rumus menentukan nilai (a ; b_i) adalah sebagai berikut :

$$\text{Nilai } a = \frac{(\sum y) - (b_1x \sum x_1) - (b_2x \sum x_2) - (b_3x \sum x_3)}{N}$$

Dimana :

- a = konstanta/koeffisien intersep
- y = variabel terikat
- b = koeffisien variabel bebas
- x = variabel bebas
- n = banyaknya variabel bebas

$$b_1 = \frac{[(\sum x_2^2 \times \sum x_2 y) - (\sum x_1 y \times \sum x_1 y \times \sum x_1 x_2)]}{[(\sum 1^2 \times \sum x_2^2) - (\sum x_1 \times x_2)^2]}$$

Dimana :

- b = koeffisien variabel regresi
- x = variabel bebas
- y = variabel terikat

Dengan ketentuan uji signifikan regresi sebagai berikut :

1. Koeffisien determinasi (r square/ r²)

Koeffisien determinasi digunakan untuk melihat apakah variasi (x) mempengaruhi variasi (y), sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model persamaan. Nilai r² mempunyai interval antara 0 samapi 1 (0 ≤ r² ≤ 1). Semakin besar r² (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut (semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat), dan semakin mendekati 0, maka variabel independen (bebas) secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{a_0 \sum y + a_1 \sum x_1 y + a_2 \sum x_2 y + a_3 \sum x_3 y - (\sum y)^2 / n}{\sum y^2 - (\sum y)^2 / n}$$

2. Uji f

Uji-f digunakan untuk menguji apakah x₁, x₂, x₃ secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat (y).

$$f \text{ hitung} : F = \frac{r^2/k}{r^2(n-k-1)k(1-r^2)}$$

$$(1-r^2)(n-k-1)k(1-r^2)$$

Kriteria pengambilan keputusan :

- a).Jika probabilitas nilai sig ≤ α (α = 0,05), maka hipotesis diterima artinya bahwa variabel biaya lokasi, kuantitas cabai merah keriting yang terjual, kuantitas barang lain yang terjual secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan.
- b).Jika probabilitas nilai sig ≥ α (α = 0,05), maka hipotesis ditolak artinya bahwa variabel biaya lokasi, kuantitas cabai merah keriting yang terjual, kuantitas barang lain yang terjual secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap pendapatan.

3. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji setiap variabel secara sendiri-sendiri:

Dimana x₁ saja dimana x₂, dan x₃ tetap atau x₂ saja dimana x₁, x₃ tetap dan seterusnya berpengaruh terhadap variabel terikat (y). Pengujian dilakukan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara terpisah terhadap variabel terikat.

Rumus mencari nilai t hitung adalah sebagai berikut :

$$T = \frac{b}{sb}$$

Dimana :

- t = t hitung
- b = koeffisien variabel bebas
- sb = simpangan baku koeffisien

Kriteria pengambilan keputusan :

- a).Jika probabilitas nilai sig ≤ α (α = 0,05), maka hipotesis diterima artinya bahwa untuk masing-masing variabel bebas ada pengaruh secara nyata terhadap variabel terikat (pendapatan).
- b).Jika probabilitas nilai sig ≤ α (α = 0,05), maka hipotesis ditolak artinya bahwa untuk masing-masing variabel bebas tidak ada pengaruh

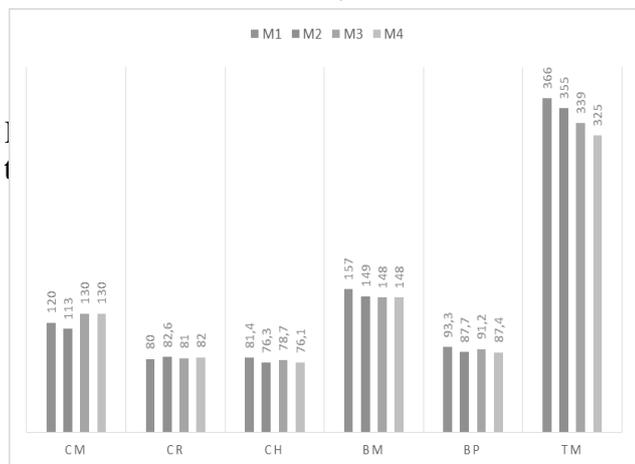
secara nyata terhadap variabel terikat (pendapatan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penjualan cabai merah keriting

Jumlah penjualan cabai merah keriting selama 1 bulan dapat dijelaskan pada grafik berikut yaitu dengan data penjualan setiap minggunya :

Gambar 1. Grafik rata-rata banyaknya penjualan barang (kg) menurut jenis selama 1 bulan (m1 – m4)

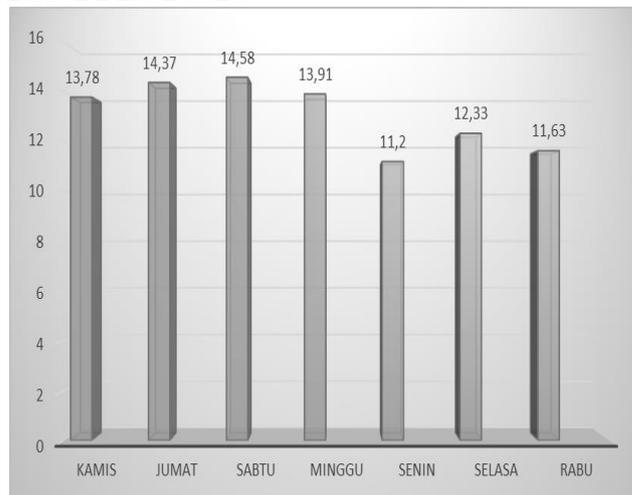


- Minggu 1 10 – 16cm : cabai merah
- Minggu 2 17 – 23cm : cabai rawit
- Minggu 3 24 – 31cm : cabai hijau
- Minggu 4 1 – 8cm : bawang merah

Dari grafik diatas dapat dijelaskan bahwa rata-rata penjualan akan cabai rawit, cabai hijau dan bawang putih relatif sama yaitu tidak ada peningkatan penjualan setiap minggunya mulai dari m1 – m4.

Begitu juga dengan penjualan akan cabai merah keriting dan bawang merah tidak mengalami peningkatan penjualan atau cenderung sama setiap minggunya namun penjualan cabai merah keriting pada m3 dan m4 mengalami peningkatan yaitu sebanyak 130 kg cabai merah keriting terjual. Dan berbeda dengan penjualan tomat yaitu mengalami penurunan penjualan setiap minggunya di m1 sebanyak 366 kg tomat terjual dan di m4 mengalami penurunan penjualan dimana yang terjual hanya sebanyak 325 kg.

Dan khusus untuk data penjualan cabai merah keriting dapat dijelaskan sebagai berikut menurut hari :



Grafik 2. Rata – rata penjualan cabai merah keriting (kg) menurut hari

Dari grafik dapat dilihat bahwa banyaknya penjualan cabai merah keriting pada hari senin hanya sebanyak 11,2 kg pada hari selasa dan rabu mengalami peningkatan yaitu hari rabu sebanyak 11,63 kg di hari selasa sebanyak 12,33 kg selanjutnya pada hari kamis dan minggu juga mengalami peningkatan penjualan yaitu pada hari kamis sebanyak 13,78 kg cabai merah keriting yang terjual dan dihari minggu sebanyak 13,91 kg dan yang terakhir data penjualan terbanyak cabai merah keriting menurut hari yaitu pada hari jumat dan sabtu dimana pada hari jumat cabai merah keriting yang terjual sebanyak 14,37 kg dan pada hari sabtu sebanyak 14,58 kg

Pendapatan

Data rata-rata pendapatan pedagang sealama 1 bulan dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1. Rata-rata penerimaan pedagang selama 1 bulan

Jenis Barang	Banyaknya Barang Terjual (Kg)	Harga Penjualan (Rp.000)	Penerimaan (Rp.000)
Cabai Merah Keritng	493,3	16,00	7.893,00
Cabai Rawit	326	30,00	9.766,00
Cabai Hijau	313	14,00	4.375,00
Bawang Merah	602,8	28,00	16.877,00
Bawang Putih	359,6	20,00	7.191,00
Tomat	1386	8,00	11.084,00
Jumlah	3480	116,00	57.187,00

Sumber : Data Primer Diolah

Dari tabel 1. tersebut dapat dijelaskan bahwa rata-rata penerimaan pedagang selama 1 bulan ialah sebesar Rp.57.187.000,- dimana rata-rata banyaknya barang terjual sebanyak 3480 kg dari

jumlah rata-rata semua jenis barang yang dijual dan dengan rata-rata harga penjualan barang ialah sebesar Rp.116.000,- .

Rata-rata biaya yang dipakai pedagang dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 2. Rata-Rata Biaya Pedagang

Biaya	Rp.000
Biaya Lokasi	2.532,00
Biaya Penyusutan	374,00
Biaya Pembelian Barang	42.909,00
Jumlah	45.815,00

Sumber : Data Primer Diolah

Biaya lokasi terdiri dari biaya sewa tempat, biaya listrik, biaya air, biaya karcis dan biaya sewa payung dan biaya tertinggi yang dipakai pedagang ialah biaya sewa tempat dengan rata-rata pengeluaran untuk biaya lokasi ialah sebesar Rp.2.532.000,- . Rata-rata biaya penyusutan pedagang ialah sebesar Rp.374.000,- dan rata-rata pengeluaran untuk biaya pembelian barang selama 1 bulan sebesar Rp.42.909.000,- dari keseluruhan barang yang dijual oleh pedagang.

Dari penjelasan tersebut maka rata-rata total pendapatan pedagang selama 1 bulan ialah sebesar Rp.11.337.000,- dengan mengurangi rata-rata penerimaan pedagang dan biaya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang yaitu Rp.57.187.000 – Rp.45.815.000 = Rp.11.373.000

Tabel 3. Hubungan Skor Lokasi Dengan Kuantitas Cabai Merah Keriting Yang Terjual

Skor Lokasi	Kuantitas Cabai Merah Keriting			Jumlah
	Rendah (407-449)	Sedang (450-492)	Tinggi (493-532)	
Rendah (4-6)	0	0	1	1
Sedang (7-9)	2	2	10	14
Tinggi (10-12)	1	6	8	15
Jumlah	3	8	19	30

Sumber : Data Primer Diolah

Dari hasil penjumlah Chi-Kuadrat didapat nilai yaitu dimana nilai $X_{hitung} = 3,15$ dan nilai $X_{tabel} = 4$.

Maka untuk menguji hipotesis pertama dengan kriteria ($X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$) maka hipotesis diterima dan apabila ($X^2_{hitung} < X^2_{tabel}$) maka

hipotesis ditolak. Dalam pengujian nilai variabel lokasi usaha lebih kecil dari nilai X^2_{tabel} ($3,15 < 4$) maka kesimpulannya hipotesis ditolak bahwa aspek lokasi usaha tidak berhubungan dengan banyaknya cabai merah keriting yang terjual.

Dari hasil diatas bahwa aspek lokasi tidak berhubungan dengan kuantitas penjualan cabai merah keriting dikarenakan aspek lokasi usaha relative seragam maka tidak ada hubungannya dengan kuantitas cabai merah keriting yang terjual.

Tabel 4. Hubungan Antara Mutu Barang Cabai Merah Keriting Dengan Kuantitas Cabai Merah Yang Terjual

Mutu Barang CMK	Kuantitas Cabai Merah Keriting			Jumlah
	Rendah (407-449)	Sedang (450-492)	Tinggi (493-532)	
Rendah (1-3)	0	0	0	0
Sedang (4-6)	0	0	1	1
Tinggi (10-12)	4	7	18	29
Jumlah	3,36	6,76	17,4	30

Sumber : Data Primer Diolah

Dari hasil penjumlah Chi-Kuadrat didapat nilai yaitu dimana nilai $X_{hitung} = 1,74$ dan nilai $X_{tabel} = 4$.

Maka untuk menguji hipotesis pertama dengan kriteria ($X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$) maka hipotesis diterima dan apabila ($X^2_{hitung} < X^2_{tabel}$) maka hipotesis ditolak. Dalam pengujian variabel lokasi usaha lebih kecil dari nilai X^2_{tabel} ($1,74 < 4$) maka kesimpulannya hipotesis ditolak bahwa nilai variabel mutu barang usaha tidak berhubungan dengan banyaknya cabai merah keriting yang terjual.

Dari hasil diatas bahwa mutu barang tidak berhubungan dengan kuantitas penjualan cabai merah keriting dikarenakan mutu barang relative

seragam maka tidak ada hubungannya dengan kuantitas cabai merah keriting yang terjual.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Dari hasil penelitian terhadap 30 sampel telah ditetapkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penjualan cabai merah keriting di Kota Pematangsiantar, yaitu biaya lokasi (X_1), kuantitas cabai merah keriting(X_2), kuantitas barang lain (X_3).

Untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor tersebut mempengaruhi pendapatan pedagang, maka akan dianalisis menggunakan alat uji statistic dengan program SPSS 23 maka ditentukan persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y : 653,821 - 1,026 X_1 + 2,435 X_2 + 2,087 X_3$$

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,992, artinya variasi variabel biaya lokasi, kuantitas cabai merah keriting yang terjual dan kuantitas barang lain yang terjual mampu menjelaskan variabel pendapatan sebesar 99,2% . Sedangkan sisanya sebesar 0,8 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam persamaan.

b. Uji F

Untuk mengetahui pengaruh biaya lokasi, kuantitas cabai merah keriting yang terjual dan kuantitas barang lain yang terjual secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan pedagang.

Tabel 5. Analisis Anova

ANOVA ^a					
Model	Jumlah Kuadrat	Derajat Kebebasan	Rata-Rata Kuadrat	F	Sig.
1 Regresion	76294236,923	3	25431412,308	1108,794	,000 ^b
Residual	596338,919	26	22936,112		
Total	76890575,842	29			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Kuantitas Barang Lain Yang Terjual, Biaya Lokasi, Kuantitas CMK Terjual

Tabel 5 menunjukkan nilai sig lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$) . Artinya, secara bersama-sama variabel biaya lokasi , kuantitas cabai merah keriting yang terjual dan kuantitas barang lain

yang terjual berpengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang maka hipotesis diterima.

c. Uji t

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Koefisien Regresi

Variabel	Koefisien Regresi	T	Sig.
1 (Constant)	6538,821	4,174	,000
Biaya Lokasi	-1,026	-	,000
Kuantitas CMK Terjual	2,435	56,729	,035
Kuantitas Barang Lain Yang Terjual	2,087	2,221	,001

a. Dependent Variabel : Pendapatan

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel , maka dapat ditentukan persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y : 653,821 - 1,026 X_1 + 2,435 X_2 + 2,087 X_3$$

Sesuai dengan hipotesis penelitian jika nilai t_{hitung} atau nilai sig $< \alpha$ maka variabel bebas secara parsial berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

Penjelasan mengenai tabel koefisien regresi diatas dapat dilihat di bawah ini:

- Variabel Biaya Lokasi

Nilai sig variabel biaya lokasi lebih kecil dari α ($0,00 < 0,05$) , artinya variabel biaya lokasi berpengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang pada tingkat kepercayaan 95%. Nilai t_{hitung} (- 56,729) dan hipotesis diterima. Dari hasil analisis data yang menyatakan bahwa biaya lokasi berpengaruh nyata negatif , hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian dilapangan bahwa semakin tinggi biaya lokasi yang dikeluarkan pedagang maka pendapatan akan menurun.

Koefisien $b_1 = -1,026$, tanda negatif ini menunjukkan pengaruh yang berlawanan antara biaya lokasi dengan pendapatan pedagang. Artinya , jika biaya lokasi naik maka akan terjadi penurunan pendapatan pedagang.

Tanda negative pada pendapatan tersebut karena biaya lokasi mahal maka jika ada penambahan biaya pada pedagang maka akan mengurangi pendapatan.

• Variabel Kuantitas Cabai Merah Keriting Terjual (X_2)

Nilai sig variabel kuantitas cabai merah keriting terjual lebih besar dari α ($0,0035 < 0,05$) artinya variabel kuantitas cabai merah keriting yang terjual berpengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang pada tingkat kepercayaan 95% dan nilai t_{hitung} ($2,221$), maka hipotesis diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian dilapangan bahwa semakin besar kuantitas cabai merah keriting yang terjual maka semakin besar pendapatan pedagang.

Koefisien $b_2 = 2,345$, tanda positif ini menunjukkan pengaruh yang searah antara kuantitas cabai merah keriting yang terjual dengan pendapatan pedagang. Artinya, jika terjadi peningkatan kuantitas cabai merah keriting yang terjual sebesar 1 kg maka akan mempengaruhi pendapatan pedagang sebesar Rp.2.345,- dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.

Bila penjualan cabai merah keriting bertambah maka biaya juga akan bertambah namun justru dengan penambahan penjualan cabai merah keriting maka pendapatan juga akan semakin bertambah.

• Variabel Kuantitas Barang Lain Terjual (X_3)

Nilai sig variabel kuantitas barang lain yang terjual lebih kecil dari α ($0,001 < 0,05$), artinya variabel kuantitas barang lain yang terjual berpengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang dengan tingkat kepercayaan 95% dan nilai t_{hitung} ($3,558$), maka hipotesis diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian di lapangan bahwa semakin besar jumlah kuantitas barang lain yang terjual maka semakin besar pula jumlah pendapatan pedagang.

Koefisien $b_3 = + 2,087$, tanda positif ini menunjukkan pengaruh yang searah antara kuantitas barang lain yang terjual dengan pendapatan pedagang. Artinya, jika ada penambahan kuantitas barang lain yang terjual sebanyak 1 kg, maka akan ada peningkatan pendapatan sebesar Rp.2,087,-

Bila ada penambahan penjualan barang lain akan menambah biaya pedagang dengan bertambahnya penjualan barang tersebut akan menambah pendapatan pedagang juga.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu mengenai sikap konsumen dalam mengkomsumsi cabai merah keriting (Mayasari, 2016), dimana harga cabai merah

keriting, harga cabai merah besar, pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga dan suku mampu menjelaskan variasi permintaan sebesar 80,2%. Sedangkan sisanya sebesar 19,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam persamaan. Secara bersama-sama harga cabai merah keriting, harga cabai merah besar, pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga dan suku berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah keriting. Secara parsial harga cabai merah keriting berpengaruh nyata negatif, harga cabai merah besar, pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga dan suku tidak berpengaruh nyata negatif terhadap permintaan cabai merah keriting.

Pendapat Pedagang

Pendapat responden tentang pengaruh hari besar terhadap permintaan cabai merah keriting dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 7. Pendapat Pedagang Terhadap Perubahan Permintaan Cabai Merah Keriting Pada Hari-Hari Besar

Hari Besar	Pendapat Responden			Jumlah
	Meningkat	Tetap	Menurun	
Natal	30	0	0	30
Tahun Baru	30	0	0	30
Lebaran	30	0	0	30
Imlek	0	30	0	30
Hari Raya	6	24	0	30
Haji				

Sumber : Data primer diolah

Tabel 7, menunjukkan bahwa responden yang berpendapat bahwa permintaan akan cabai merah keriting menurut hari besar seperti Natal, Tahun Baru dan Lebaran sebanyak 30 responden berpendapat sama yaitu meningkat. Sedangkan pada hari raya Imlek sebanyak 20 responden berpendapat bahwa permintaan akan cabai merah keriting sedang dan pada Hari Raya Haji

responden yang berpendapat bahwa permintaan meningkat berjumlah 6 responden dan permintaan yang sedang berjumlah 24 responden.

Tabel 8. Pendapat Pedagang Terhadap Permintaan Barang Lain Bila

Pasokan Cabai Merah Keriting Menurun

Jenis Barang	Pendapat Responden			Jumlah
	Meningkat	Tetap	Menurun	
Cabai Merah Besar	13	15	2	30
Cabai Rawit	6	23	1	30
Cabai Hijau	10	19	1	30
Bawang Merah	1	29	0	30
Bawang Putih	1	29	0	30
Tomat	5	25	0	30

Sumber : Data primer diolah

Tabel 8 menjelaskan bila pasokan cabai merah menurun akibatnya pada permintaan akan barang lain seperti cabai merah besar sebanyak 13 responden menyatak bahwa permintaan meningkat sebanyak 15 responden menyatakan permintaan tetap dan sebanyak 2 responden menyatakan bahwa permintaan menurun. Permintaan akan cabai rawit sebanyak 6 responden berpendapat bahwa permintaan akan meningkat dan sebanyak 23 responden berpendapat bahwa permintaan akan tetap dan sebanyak 1 responden berpendapat bahwa permintaan akan cabai rawit menurun.

Permintaan akan cabai hijau sebanyak 10 responden berpendapat bahwa permintaan akan meningkat dan sebanyak 19 responden berpendapat permintaan tetap dan 1 responden berpendapat bahwa permintaan akan cabai hijau menurun. Permintaan akan bawang merah dan bawang putih 1 responden berpendapat bahwa permintaan akan meningkat dan selebihnya yaitu 29 responden berpendapat permintaan tetap. Dan terakhir permintaan akan tomat bila pasokan cabai merah keriting menurun sebanyak 5 responden berpendapat bahwa permintaan akan meningkat dan selebihnya berpendapat bahwa permintaan akan tetap.

Tabel 9. Pendapatan Pedagang Terhadap Permintaan Barang Lain Bila Harga Cabai Merah Keriting Naik

Jenis Barang	Pendapat Responden			Jumlah
	Meningkat	Tetap	Menurun	
Cabai Merah Besar	15	15	0	30

Cabai Rawit	5	25	0	30
Cabai Hijau	11	19	0	30
Bawang Merah	1	29	0	30
Bawang Putih	1	29	0	30
Tomat	3	27	0	30

Sumber : Data primer diolah

Tabel 9, menjelaskan bila harga cabai merah keriting meningkat akibatnya pada permintaan akan barang lain seperti cabai merah besar sebanyak 15 berpendapat permintaan akan cabai merah besar akan meningkat dan selebihnya 15 responden berpendapat permintaan akan tetap. Pengaruhnya terhadap permintaan cabai rawit bila harga cabai merah keriting naik sebanyak 5 responden menyatakan permintaan akan meningkat dan 25 responden berpendapat permintaan akan tetap.

Pengaruhnya bila harga cabai merah keriting meningkat terhadap permintaan cabai hijau yaitu sebanyak 11 responden menyatakan bahwa permintaan akan tetap dan selebihnya yaitu 19 responden berpendapat permintaan akan tetap. Pengaruh permintaan pada bawang merah dan bawang putih bila harga cabai merah keriting naik sejumlah 1 responden berpendapat bahwa permintaan akan meningkat dan 29 responden berpendapat permintaan akan tetap.

Pengaruhnya terhadap permintaan tomat bila harga cabai merah keriting naik yaitu sebanyak 3 responden berpendapat bahwa permintaan akan meningkat dan selebihnya 27 responden berpendapat bahwa permintaan akan tetap.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Setelah dianalisis dengan menggunakan Chi-Kuadrat maka disimpulkan bahwa aspek lokasi usaha tidak berhubungan

terhadap banyaknya barang cabai merah keriting yang terjual.

- Setelah dianalisis dengan menggunakan Chi-Kuadrat maka disimpulkan mutu barang cabai merah keriting tidak berhubungan terhadap banyaknya barang cabai merah keriting yang terjual.

- Variabel biaya lokasi, kuantitas cabai merah keriting yang terjual dan kuantitas barang lain yang terjual mampu menjelaskan variasi variabel pendapatan sebesar 99,2%. Sedangkan sisanya sebesar 0,8% dijelaskan oleh variabel lain yang diseratakan dalam persamaan.

Secara parsial dari ketiga variabel bebas (independent) terdapat 2 variabel (kuantitas cabai merah keriting yang terjual dan kuantitas barang lain yang terjual) yang berpengaruh nyata dan positif terhadap pendapatan pedagang , artinya bahwa setiap penambahan satuan dari kedua variabel tersebut akan meningkatkan pendapatan pedagang. Variabel biaya lokasi berpengaruh nyata dan negative terhadap pendapatan pedagang, artinya setiap penambahan biaya lokasi maka akan mengurangi pendapata pedagang.

Secara bersama-sama variabel biaya lokasi, kuantitas cabai merah keriting yang terjual dan kuantitas barang lain yang terjual berpengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfani, Aisyah. 2013. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Dalam Mengonsumsi Cabai Merah*. Skripsi. Medan :Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara.
- Arsyad, L. 2000. *Ekonomi Manajerial*. Yogyakarta: BPFEUGM-Yogyakarta.
- Boediono. 2001. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFEUGM-Yogyakarta
- Direktorat Pengolahan dan Pemasaran Hasil Hortikultura. 2004. *Cabai Merah Dalam Buletin Teknopro Hortikultura edisi 65 (Januari 2004)*
<http://ditsayur.hortikultura.deptan.go.id>.
Diakses tanggal 10 desember 2015
- Harpenas, A dan R. Darmawan. 2011. *Budidaya Cabai Unggul*. Jakarta; Penebar Swadaya.
- Kotler, P dan Keller K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Lukman. 2007. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Nordhaus, Samuelson. 2003. *Ilmu Mikro Ekonomi*. Jakarta : PT. Global Media Edukasi.
- Prajnanta, F. 2004. *Agribisnis Cabai Hibrida*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rachma, M. 2008. *Efisiensi Tataniaga Cabai Merah. Kab. Ciamis, Provinsi Jawa Barat*. Skripsi. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Rahardja, P dan Manurung M. 2001. *Teori Ekonomi Makro : Suatu Pengantar*. Jakarta: LPFE UI.
- Redaksi Agromedia. 2001. *Petunjuk Praktis Bertanam Cabai*. Jakarta : Agromedia Pustaka.
- Simamora, B. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simbolon, S. 2007. *Teori Ekonomi Mikro*. Medan USU Press.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Suprayitno, Eko. 2008. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta : UIN-Malang Press.
- Tanti Mayasari. 2016. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Keriting Di Kota Pematangsiantar*
- Tim Bina Karya Tani. 2008. *Pedoman Bertanam Cabai*. Bandung: Yrama Widya.
- Wahyudi. 2011. *5 Jurus Sukses Bertanam Cabai*. Jakarta : AgroMedia Pustaka.
- Winardi. 2003. *Teori Ekonomi Mikro*. Bandung : Tarsito.