

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Peranan pertanian antara lain adalah (1) sektor pertanian menyumbang sekitar 22,3% dari Produk Domestik Bruto (PDB), (2) sektor pertanian mampu menyediakan sekitar 54% dari angkatan kerja yang ada, dan bahkan di provinsi tertentu kontribusinya melebihi angka tersebut, (3) sektor pertanian mampu menyediakan keragaman menu pangan dan karenanya sektor pertanian sangat mempengaruhi konsumsi dan gizi masyarakat, (4) sektor pertanian mampu mendukung sektor industri, baik industri hulu maupun industri hilir, (5) ekspor hasil pertanian yang semakin meningkat menyumbang devisa yang semakin besar (Soekartawi, dalam Ernanda, 2015 : 1).

Sektor pertanian berperan dalam pembangunan pertanian di Indonesia. RPJM telah memberikan amanat bahwa prioritas pembangunan diletakkan pada pembangunan bidang ekonomi dengan titik berat pada sektor pertanian. Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Soekartawi, dalam Ernanda, 2015 : 1).

Indonesia memiliki banyak tanaman yang telah tumbuh dan berkembang selama bertahun-tahun sehingga disebut sebagai negara agraris. Sebagian besar wilayah Indonesia di manfaatkan untuk berusahatani. Hal ini disebabkan kondisi geografis Indonesia yang sangat menunjang untuk berusaha tani.

Salah satu sektor pertanian yang dikembangkan di Indonesia adalah sektor tanaman hortikultura. Menurut Arfani (2013 : 2), tanaman hortikultura merupakan salah satu tanaman yang menunjang pemenuhan gizi masyarakat sebagai sumber vitamin, mineral, protein, dan karbohidrat. Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang memberikan kontribusi yang cukup tinggi bagi perekonomian nasional.

Salah satu produk dari hortikultura adalah cabai (*Capsicum annum varlongum*). Cabai (*Capsicum annum varlongum*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi penting di Indonesia. Cabai merupakan tanaman perdu dari famili terong-terongan yang memiliki nama ilmiah *Capsicum sp.* Cabai berasal dari benua Amerika tepatnya daerah Peru dan menyebar ke negara-negara benua Amerika, Eropa, Asia termasuk negara Indonesia (Alex, 2011 :2).

Cabai mengandung kurang lebih 1,5 % rasa pedas. Rasa pedas tersebut terutama disebabkan oleh kandungan *capsaicin* dan *dihydrocapsaicin* (Santika, 1995 : 7). Menurut Alex (2011 : 19), *capsaicin* sendiri tersimpan dalam urat putih cabai, tempat melekatnya biji. *Capsaicin* ini bersifat stomatik, yakni dapat meningkatkan nafsu makan. Fungsi lain dari *capsaicin* adalah mengencerkan lendir sehingga melonggarkan penyumbatan pada tenggorokan dan hidung termasuk sinusitis. *Capsaicin* juga bersifat *antikoagulan* dengan cara menjaga supaya darah tetap encer dan mencegah kerak lemak pada pembuluh darah. Hal tersebut memperkecil kemungkinan terkena serangan stroke, penyakit jantung koroner dan impotensi.

Cabai mampu meningkatkan nafsu makan dan meluruhkan keringat. Nutrisi cabai cukup banyak, khususnya kandungan vitamin A dan C di dalamnya. Dalam 100 gram cabai merah terdapat vitamin C atau *asam askorbat* 190 mg. Sedangkan kandungan vitamin A adalah 5700 IU. Sedangkan kandungan mineral cabai merah antara lain *kalsium, magnesium, phospor, potassium, seng*, dan lain-lain ( Alex, 2011 : 21).

Banyaknya manfaat yang diperoleh dari mengonsumsi cabai menyebabkan tingginya permintaan terhadap komoditi hortikultura ini. Selain oleh rumah tangga, permintaan terhadap cabai juga datang dari sub sektor industri pengolahan bahan makanan. Berbagai kelompok industri pengolahan makanan memerlukan cabai sebagai bahan baku utama dan bahan baku campuran (Santika, 1995 : 40).

Menurut Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (2014 : 21) konsumsi cabai dalam rumah tangga di Indonesia selama periode tahun 2002-2013 relatif berfluktuasi, dengan konsumsi rata-rata sebesar 3,02 kg perkapita pertahun dan

pertumbuhan rata-rata sebesar 0,77 % pertahun. Jenis cabai yang lebih dominan dikonsumsi dalam rumah tangga di Indonesia adalah cabai merah dengan rata-rata konsumsi sebesar 1,737 kg perkapita pertahun, disusul cabai rawit dengan rata-rata konsumsi sebesar 1,293 kg perkapita pertahun dan kemudian cabai hijau dengan rata-rata konsumsi sebesar 0,245 kg perkapita pertahun (Lampiran 1 dan Lampiran 2).

Cabai merah merupakan salah satu bahan baku yang dibutuhkan secara berkesinambungan. Karena merupakan bahan pangan yang dikonsumsi setiap hari, maka cabai merah akan terus dibutuhkan dengan jumlah yang semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan perekonomian nasional. Pola permintaan cabai relatif tetap sepanjang waktu, sedangkan produksi berkaitan dengan musim tanam (Arfani, dkk, 2013: 2).

Kebutuhan cabai untuk kota besar yang berpenduduk satu juta atau lebih sekitar 800.000 ton/tahun atau 66.000 ton/bulan. Pada musim hajatan atau hari besar keagamaan, kebutuhan cabai biasanya meningkat sekitar 10-20% dari kebutuhan normal. Tingkat produktivitas cabai secara nasional selama 5 tahun terakhir sekitar 6 ton/ha. Untuk memenuhi kebutuhan bulanan masyarakat perkotaan diperlukan luas panen cabai sekitar 11.000 ha/bulan, sedangkan pada musim hajatan luas area panen cabai yang harus tersedia berkisar antara 12.100-13.300 ha/bulan. Belum lagi kebutuhan cabai untuk masyarakat pedesaan atau kota-kota kecil serta untuk bahan baku olahan (Indarti, 2015 : 1).

Untuk memenuhi seluruh kebutuhan cabai tersebut diperlukan pasokan cabai yang mencukupi. Apabila pasokan cabai kurang atau lebih rendah dari permintaan maka akan terjadi kenaikan harga. Sebaliknya apabila pasokan cabai melebihi kebutuhan maka harga akan turun (Indarti, 2015 : 1). Hal inilah yang menyebabkan terjadinya fluktuasi harga cabai yang sangat luar biasa sepanjang tahun.

Terjadinya fluktuasi harga yang luar biasa sepanjang tahun seperti terjadi di Jawa – Bali pada tahun 2002-2006 dimana harga rata-rata tertinggi bulanan cabai merah di Jawa – Bali mencapai tingkat harga Rp 18.775,00/Kg, sedangkan harga terendah mencapai tingkat harga Rp 3.635,00/Kg. Perbedaan nilai antara harga tertinggi dan harga terendah adalah sebesar Rp 15.140,00/Kg, nilai tersebut

dirasa sangat tinggi (Muharlis,2007: 5). Hal ini menjadi suatu permasalahan tersendiri bagi konsumen maupun pemasar. Pasalnya pembelian yang dilakukan oleh konsumen sangat bergantung pada harga. Semakin tinggi harga jual suatu produk maka permintaan terhadap produk bersangkutan akan semakin menurun.

Saat harga cabai merah melambung tinggi, konsumen memilih untuk mengurangi pembelian cabai merah. Hal tersebut tentunya menjadi permasalahan tersendiri bagi pemasar. Jika pembelian yang dilakukan oleh konsumen terus menurun, hal ini dapat menyebabkan pendapatan yang diperoleh oleh pemasar juga ikut menurun. Untuk itu, pemasar harus mampu melihat apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga permintaan terhadap suatu produk tidak hanya bergantung pada harga jual produk tersebut.

Pemasar harus mempelajari keinginan konsumen, persepsi, serta preferensi dan perilaku berbelanja konsumen. Pemasar harus berusaha untuk memahami konsumen, mengetahui kebutuhan, selera serta bagaimana konsumen mengambil keputusan sehingga pemasar dapat memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen (Sumarwan, 2011 : 19).

Memahami perilaku konsumen akan mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap informasi yang diterimanya. Pemasar harus memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan konsumsi sehingga dapat dirancang suatu strategi pemasaran dengan lebih baik. Memahami konsumen dengan baik akan membantu pemasar dalam memasarkan produk dengan baik. Selain itu penelitian perilaku konsumen perlu dilakukan guna meningkatkan volume penjualan terhadap suatu produk (Sumarwan, 2003 : 27).

Menurut Setiadi (2003 : 3) dalam Ernanda (2015 : 4) pentingnya penelitian konsumen untuk mengetahui sejauh mana kebutuhan konsumen, juga bagaimana tanggapannya akan produk yang dikonsumsinya yang berarti berhubungan dengan kepuasan konsumen serta penelitian dapat berfungsi sebagai basis untuk pendidikan dan perlindungan konsumen, dan melengkapi informasi yang penting untuk keputusan kebijakan umum. Pemahaman tentang perilaku serta keputusan konsumen untuk membeli produk dapat digunakan tidak saja sebagai bahan masukan untuk menyusun strategi pemasaran, tetapi juga untuk memperbaiki

perencanaan pengembangan produk (misalnya, perakitan varietas unggul) (Adiyoga, 2011 : 282).

## **B. Rumusan Masalah**

Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian Republik Indonesia melaporkan bahwa selama periode tahun 2010-2014 produksi cabai relatif meningkat dari tahun ke tahun, dimana produksi cabai pada tahun 2010 sebesar 807.160 ton dan terus meningkat setiap tahunnya hingga pada tahun 2014 produksi cabai mencapai 1.074.602 ton (Lampiran 3). Sementara itu, produksi cabai di Sumatera Barat selama periode 2010-2015 juga relatif mengalami peningkatan setiap tahunnya, kecuali pada tahun 2014 yang mengalami penurunan produksi sebesar 1.591 ton (2,61%) dari produksi sebelumnya (tahun 2013) (Lampiran 4).

Cabai merah merupakan salah satu jenis tanaman cabai yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia. Sumatera Barat yang dikenal sebagai ranah minang terkenal dengan masakan pedasnya. Cabai merah merupakan salah satu produk dengan jumlah permintaan yang tinggi di Sumatera Barat karena ciri khas yang dimiliki oleh masyarakat minang yaitu masakannya yang tidak bisa terlepas dari cabai merah.

Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia (2016), ditinjau dari jumlah konsumsi kalori dan protein perkapita perhari pada komoditi cabai merah, Sumatera Barat merupakan provinsi dengan jumlah konsumsi cabai merah tertinggi di Indonesia (lampiran 5). Dimana jumlah rata-rata konsumsi kalori yang diperoleh dari cabai merah sebanyak 56% (0,56) perkapita perhari dan konsumsi protein yang diperoleh dari cabai merah sebanyak 2% (0,02) perkapita perhari. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Provinsi Sumatera Barat ini merupakan konsumen cabai merah terbesar di Indonesia.

Saat ini banyak varietas cabai merah yang berkembang di masyarakat. Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang telah dilakukan terhadap salah satu pedagang cabai merah di Pasar Raya Kota Padang yaitu Ibu Upik, mengatakan bahwa ada 3 jenis cabai merah yang dijual di Pasar Raya Kota Padang yaitu cabai merah lokal (cabai merah keriting) yang berasal dari Bukittinggi, cabai merah yang dipasok dari daerah Jawa (cabai merah besar) dan cabai merah yang dipasok

dari Medan, Sumatera Utara (cabai merah besar). Ketiga jenis cabai ini memiliki harga yang berbeda, yang mana harga cabai merah keriting (cabai merah lokal) saat ini yaitu Rp 52.000/kg dan harga cabai merah besar (yang dipasok dari daerah Jawa) saat ini yaitu Rp 48.000/kg (harga pada 13 Januari 2017). Dari kedua jenis cabai merah ini nampak bahwa harga cabai merah keriting lebih mahal jika dibandingkan dengan harga cabai merah besar. Menurut Ibu Upik selaku narasumber mengatakan bahwa harga cabai merah saat ini mulai turun dari sebelumnya yang mencapai harga Rp 80.000/kg – Rp 100.000/kg (akhir desember 2016), dan menurut Ibu Upik sendiri harga cabai merah saat ini sudah mulai stabil. Sementara itu, berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan pada tanggal 15 September 2017 terhadap salah satu pedagang cabai merah di Pasar Raya Kota Padang yaitu Bapak Arman (46 tahun) mengatakan bahwa harga cabai merah keriting (cabai merah lokal) saat ini yaitu Rp 32.000/kg dan harga cabai merah besar (yang dipasok dari daerah Jawa dan Medan) saat ini yaitu Rp 28.000/kg. Hasil survei tersebut menunjukkan terjadinya penurunan harga cabai merah dari sebelumnya saat survei pendahuluan dilakukan.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan, siklus kenaikan harga cabai merah juga tidak bisa diprediksi. Pasalnya hal tersebut sangat bergantung pada musim. Saat musim panen raya tiba, produksi cabai merah yang sangat tinggi dan melimpah menyebabkan terjadinya penurunan harga jual. Sementara saat produksi cabai merah menurun dan tidak mampu memenuhi permintaan pasar, maka akan terjadi kenaikan harga jual. Sebelumnya, saat pasokan cabai merah yang rendah di pasaran menyebabkan terjadinya kenaikan harga jual cabai merah mencapai Rp 100.000/kg pada akhir bulan Desember 2016. Turunnya harga cabai merah seperti yang terjadi saat ini disebabkan oleh mulai stabilnya pasokan cabai merah di pasaran.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS), perkembangan harga cabai merah di tingkat produsen dan konsumen di Indonesia selama tahun 1983–2014 menunjukkan kecenderungan meningkat (lampiran 6). Pada periode tersebut harga cabai merah di tingkat produsen mengalami pertumbuhan dengan rata-rata sebesar 12,80% per tahun, sedangkan di tingkat konsumen sebesar 16,06%. Pada periode 5 tahun terakhir (tahun 2010-2014),

harga cabai merah di tingkat produsen maupun di tingkat konsumen mengalami peningkatan yang cukup tajam. Tahun 2010 harga cabai merah ditingkat produsen sebesar Rp 16.343,-per kg dan di tahun 2014 menjadi Rp 19.237,-per kg, sementara harga cabai merah tahun 2010 di tingkat konsumen sebesar Rp 31.260,- per kg sedangkan tahun 2014 menjadi Rp 44.519,-per kg. Margin terbesar terjadi pada tahun 2012 sebesar Rp.35.712,11/kg, dimana harga cabai merah di tingkat produsen sebesar Rp 19.206,89/kg, sedangkan di tingkat konsumen mencapai Rp 54.919,00/kg.

Di pasar tradisional Sumatera Barat yaitu Pasar Raya Kota Padang, ada berbagai jenis cabai merah yang dijual, seperti cabai merah keriting (cabai merah lokal) dan cabai merah besar (yang dipasok dari daerah Jawa dan Medan). Kondisi ini memungkinkan konsumen mempunyai alternatif pilihan jenis cabai merah yang akan dibeli. Jenis cabai merah yang akan dibeli oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal seperti harga, rasa, bentuk atau kesegaran, daya tahan dan lain sebagainya. Hal tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian.

Kota Padang merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Barat dengan jumlah penduduk tertinggi. Dengan tingginya jumlah penduduk yang menetap di wilayah ini, tentunya memiliki status sosial yang beragam. Perbedaan status sosial tersebut akan mempengaruhi perilaku berbelanja konsumen. Konsumen dengan status sosial yang tinggi yang berasal dari kalangan atas cenderung lebih suka berbelanja di pasar modern seperti swalayan, sementara konsumen yang berasal dari kalangan menengah ke bawah cenderung lebih suka berbelanja di pasar tradisional.

Dalam pengambilan keputusan pembelian, konsumen akan mempertimbangkan banyak hal. Bagi konsumen dari kalangan atas, konsumen kalangan menengah ataupun konsumen kalangan bawah dalam melakukan pembelian tentu memiliki pertimbangan yang berbeda. Misalnya saja konsumen dari kalangan menengah keatas dengan status sosial yang tinggi tentunya dalam mengkonsumsi suatu produk tidak terlalu mempertimbangkan harga beli dari produk bersangkutan, bagi mereka yang lebih mementingkan prestise dan status sosial berbelanja di pasar modern (swalayan) dengan harga yang sedikit lebih

tinggi tidak akan menjadi permasalahan. Sementara bagi konsumen dari kalangan menengah kebawah dengan status sosial yang rendah, harga beli suatu produk merupakan sesuatu yang sangat penting untuk diperhatikan dalam pengambilan keputusan pembelian, bagi mereka prestise dan status sosial tidaklah penting yang terpenting bagi mereka adalah bagaimana mereka dapat memperoleh produk yang mereka inginkan dengan anggaran yang mereka miliki.

Dalam melakukan pembelian, konsumen memiliki banyak pertimbangan. Konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk memiliki preferensi yang berbeda terhadap produk yang akan dipilihnya. Konsumen memiliki pertimbangan dan alasan tersendiri dalam membeli dan mengkonsumsi cabai merah. Adanya perilaku yang berbeda pada setiap konsumen dalam mengkonsumsi cabai merah, maka perlu dilakukan analisa preferensi konsumen dalam pembelian cabai merah di Kota Padang.

Berdasarkan uraian diatas, maka muncullah pertanyaan dalam penelitian ini:

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap cabai merah di Kota Padang?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap cabai merah di Kota Padang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap cabai merah di Kota Padang.
2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap cabai merah di Kota Padang.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi petani, sebagai bahan informasi dalam pengembangan dan perencanaan peningkatan produksi cabai merah.
2. Bagi pedagang, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi alternatif strategi pemasaran, peningkatan penjualan serta sebagai gambaran mengenai konsumsi cabai merah di Kota Padang.

3. Bagi pembaca, penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan dalam ilmu pemasaran.
4. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dalam merumuskan kebijakan dan perencanaan pembangunan yang lebih baik.

