

## **Perubahan Pola Konsumsi dan Faktor Penentu Adaptasi Rumah Tangga terhadap Fluktuasi Harga Cabai Merah**

### ***Changes in Household Consumption Patterns and Determinants of Adaptation to Red Chili Price Fluctuations***

**Kheren Sheila Priztiyanto\*, Zumi Saidah**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran  
Jl. Raya Bandung-Sumedang KM 21 Jatinangor, 45363

\*Email: kheren22001@mail.unpad.ac.id

(Diterima 18-06-2026; Disetujui 30-07-2026)

#### **ABSTRAK**

Cabai merah merupakan komoditas hortikultura dengan tingkat konsumsi tinggi yang rentan terhadap fluktuasi harga, sehingga rumah tangga konsumen perlu menyesuaikan perilaku konsumsinya. Kajian ini bertujuan menganalisis perubahan pola konsumsi cabai merah ketika terjadi fluktuasi harga serta mengidentifikasi variabel-variabel yang menentukan pilihan bentuk adaptasi konsumsi rumah tangga konsumen. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung terhadap 100 responden rumah tangga konsumen yang dipilih melalui purposive sampling. Metode analisis yang diterapkan meliputi tabulasi silang (*cross-tabulation*) dengan uji chi-square dan regresi logistik multinomial. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kenaikan harga cabai merah secara signifikan berkaitan dengan penurunan jumlah pembelian dan pengurangan intensitas pembelian, sementara pengeluaran mingguan untuk cabai merah tidak mengalami perubahan yang berarti. Faktor-faktor yang secara simultan memengaruhi pilihan adaptasi konsumsi meliputi tingkat pendidikan, ukuran rumah tangga, jumlah anggota keluarga yang menyukai pedas, kuantitas pembelian cabai, intensitas pembelian, tingkat harga, besaran pengeluaran untuk cabai, serta keterlibatan dengan jenis cabai lain. Secara parsial, variabel yang berpengaruh bervariasi antara model cabai merah besar dan cabai merah keriting.

Kata kunci: cabai merah, fluktuasi harga, rumah tangga konsumen, adaptasi konsumsi

#### **ABSTRACT**

*Red chili is a horticultural commodity with high consumption levels that is susceptible to price fluctuations, requiring consumer households to adjust their consumption behavior. This study aimed to analyze changes in red chili consumption patterns during price fluctuations and to identify variables that determine household consumption adaptation choices. The research was conducted in Rancaekek District, Bandung Regency, involving 100 consumer household respondents selected through purposive sampling. Analytical methods employed included cross-tabulation with chi-square test and multinomial logistic regression. The findings revealed that red chili price increases were significantly associated with reductions in purchase quantity and purchase frequency, while weekly expenditure on red chili showed no meaningful change. Factors that simultaneously influenced consumption adaptation choices included education level, household size, number of household members who prefer spicy food, chili purchase quantity, purchase frequency, price level, chili expenditure amount, and engagement with other chili types. Partially, influential variables varied between the large red chili and curly red chili models, with education level and purchase quantity remaining consistently significant in both models.*

*Keywords: red chili, price fluctuations, consumer households, consumption adaptation*

#### **PENDAHULUAN**

Sektor pertanian memegang peranan penting dalam memastikan ketahanan pangan nasional. Subsektor hortikultura merupakan bagian penting dari pertanian sebagai pendukung ketahanan pangan yang berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat. Cabai merah (*Capsicum annum* L.) merupakan salah satu komoditas hortikultura dengan nilai ekonomi tinggi yang memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan pangan rumah tangga maupun industri di Indonesia. Dari dua varian utama yang umum dikenal, yaitu cabai merah besar dan cabai merah keriting, keduanya secara konsisten menempati posisi terdepan dalam konsumsi bahan rempah rumah tangga Indonesia (Nasution & Handayani, 2024). Tingginya ketergantungan masyarakat

terhadap cabai merah sebagai bumbu dasar masakan menjadikan komoditas ini sangat sensitif terhadap pergerakan harga.

Kondisi harga cabai merah di tingkat konsumen cenderung bergejolak hampir setiap tahun. Berbagai faktor berkontribusi terhadap ketidakstabilan harga ini, di antaranya ketidakpastian musim produksi, gangguan cuaca, biaya produksi yang fluktuatif, serta panjangnya rantai distribusi dari sentra produksi ke tangan konsumen akhir (Farid & Subekti, 2012). Data Pusdatin (2024) menunjukkan bahwa rata-rata harga eceran cabai merah besar di tingkat nasional selama periode 2020–2024 mencapai Rp46.896 per kilogram dengan laju pertumbuhan sekitar 8,02 persen per tahun, sedangkan cabai merah keriting mencatat rata-rata harga Rp45.907 per kilogram dengan pertumbuhan 3,70 persen per tahun. Level regional Jawa Barat, fluktuasi harga yang serupa juga terjadi dengan rata-rata harga cabai merah besar sebesar Rp47.983,8 per kilogram. Kondisi ini semakin diperparah di wilayah semi-urban seperti Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, yang mengalami tekanan alih fungsi lahan pertanian akibat pesatnya perkembangan kawasan industri. Melemahnya basis produksi pangan lokal di wilayah tersebut menyebabkan ketergantungan konsumen terhadap pasokan luar semakin tinggi, sehingga volatilitas harga lebih mudah terjadi dan memberikan beban tambahan bagi rumah tangga (Darwin & Darmaputra, 2025). Ketika menghadapi tekanan harga, rumah tangga tidak serta-merta menghentikan konsumsi, melainkan melakukan berbagai penyesuaian perilaku konsumsi yang dikenal sebagai adaptasi konsumsi. Irmayanti & Santosa (2025) menyebutkan bahwa bentuk-bentuk adaptasi ini mencakup pengurangan jumlah konsumsi, penurunan frekuensi pembelian, serta peralihan ke komoditas substitusi. Penyesuaian tersebut mencerminkan respons rumah tangga dalam mengoptimalkan keterbatasan anggaran tanpa sepenuhnya melepaskan kebutuhan konsumsi yang sudah menjadi bagian dari pola makan sehari-hari.

Kajian mengenai adaptasi konsumsi rumah tangga terhadap gejolak harga pangan secara umum telah banyak dilakukan, namun penelitian yang secara spesifik menyoroti cabai merah sebagai komoditas tunggal masih terbatas. Lebih lanjut, pemahaman tentang faktor-faktor apa saja yang secara statistik membedakan pilihan adaptasi konsumsi antara satu rumah tangga dengan yang lainnya belum banyak dikaji secara mendalam. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengambil konteks wilayah semi-urban Kecamatan Rancaekek yang memiliki keragaman karakteristik sosial ekonomi konsumen yang tinggi. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis perubahan pola konsumsi cabai merah rumah tangga konsumen ketika terjadi fluktuasi harga, dan (2) menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penentuan bentuk adaptasi konsumsi rumah tangga konsumen dalam menghadapi fluktuasi harga cabai merah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Lokasi dipilih dengan mempertimbangkan bahwa Kecamatan Rancaekek merupakan kecamatan dengan jumlah penduduk terbesar di Kabupaten Bandung berdasarkan data BPS (2022), yakni sebesar 189.801 jiwa, dengan karakteristik semi-urban yang memiliki keragaman sosial ekonomi konsumen yang cukup beragam. Perkembangan kawasan industri di wilayah ini juga turut membentuk heterogenitas pola konsumsi masyarakat.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei dengan instrumen kuesioner. Populasi penelitian adalah seluruh keluarga di Kecamatan Rancaekek yang berjumlah 57.485 keluarga (BPS, 2024). Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Taro Yamane dengan margin of error 10 persen, menghasilkan 100 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden yaitu berdomisili di Kecamatan Rancaekek dan pernah membeli cabai merah dalam tiga bulan terakhir. Pengumpulan data primer dilakukan melalui pengisian kuesioner terstruktur.

Analisis perubahan pola konsumsi dilakukan dengan membandingkan perilaku pembelian rumah tangga pada dua kondisi harga cabai merah, yaitu harga normal dan harga tinggi. Pengelompokan kondisi harga mengacu pada data Bapanas (2026) periode Desember 2025 hingga Februari 2026, dengan harga normal ditetapkan pada tingkat harga di bawah Rp50.000 per kilogram dan harga tinggi pada tingkat harga Rp50.000 per kilogram atau lebih. Perubahan pola konsumsi dianalisis menggunakan tabulasi silang (*cross-tabulation*) dan uji Chi-Square untuk mengidentifikasi

hubungan antara kondisi harga cabai merah dengan jumlah pembelian maupun frekuensi pembelian rumah tangga. Perhitungan nilai chi-square dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

di mana O adalah frekuensi observasi, sedangkan  $E_{ij}$  adalah frekuensi ekspektasi yang dihitung sebagai total keseluruhan. Hipotesis nol ( $H_0$ ) menyatakan tidak ada hubungan antara kedua variabel. Apabila nilai p-value < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan secara statistik.

Faktor-faktor yang memengaruhi penentuan adaptasi konsumsi rumah tangga dianalisis menggunakan regresi logistik multinomial karena variabel dependen memiliki lebih dari dua kategori dan bersifat nominal. Variabel dependen berupa pilihan adaptasi konsumsi rumah tangga terhadap fluktuasi harga cabai merah yang terdiri atas tiga kategori, yaitu mengurangi jumlah konsumsi cabai merah, mengurangi frekuensi pembelian cabai merah, dan mengganti cabai merah dengan jenis cabai lain sebagai kategori referensi. Variabel independen yang dianalisis meliputi tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, jumlah anggota keluarga yang menyukai makanan pedas, jumlah pembelian cabai merah, frekuensi pembelian cabai merah, harga cabai merah, pengeluaran untuk cabai merah, dan jenis cabai lain yang dibeli. Model regresi logistik multinomial dirumuskan sebagai berikut:

$$\ln \left( \frac{P(Y = j)}{P(Y = 3)} \right) = \beta_{0j} + \beta_{1j}X_1 + \beta_{2j}X_2 + \beta_{3j}X_3 + \beta_{kj}X_k$$

Keterangan:

j = 1 = mengurangi jumlah konsumsi cabai

j = 2 = mengurangi frekuensi pembelian cabai

Y = 3 = kategori referensi, yaitu mengganti cabai dengan jenis cabai lain

$\beta_{0j}$  = konstanta

$\beta_{kj}$  = koefisien regresi variabel independen ke-k

Kesesuaian model regresi logistik multinomial dievaluasi menggunakan uji *Goodness of Fit* (Pearson). Model dinyatakan sesuai (*fit*) apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen dievaluasi menggunakan nilai *Pseudo R-Square* Nagelkerke. Pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dianalisis menggunakan *Model Fitting Information*, sedangkan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial dianalisis menggunakan *Likelihood Ratio Test*. Variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan apabila memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Interpretasi besarnya pengaruh variabel independen terhadap pilihan adaptasi konsumsi dilakukan menggunakan nilai *odds ratio*. Seluruh pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel dan SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Dari 100 responden yang diteliti, mayoritas merupakan perempuan dengan presentase sebesar 90%, yang mencerminkan dominasi pembelian dan pengelolaan konsumsi rumah tangga didominasi oleh perempuan (Prasetya and Partini 2019). Kelompok usia didominasi oleh kelompok usia dewasa awal (26-46 tahun) sebesar 29% yang merupakan usia produktif dan umumnya memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam pengambilan keputusan rumah tangga. Tingkat pendidikan sebagian besar berada pada jenjang SMA/SMK/ sederajat sebesar 63%, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memahami informasi serta mempertimbangkan keputusan pembelian. Karakteristik responden berdasarkan suku menunjukkan bahwa mayoritas berasal dari suku Sunda. Dominasi suku Sunda sejalan dengan kondisi demografis Kecamatan Rancaekek yang berada pada wilayah Kabupaten Bandung.

Karakteristik rumah tangga menunjukkan sebagian besar responden memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 46%. Sebanyak 42% responden juga memiliki 2 anggota keluarga yang suka pedas. Kondisi tersebut menunjukkan kebutuhan konsumsi

pangan rumah tangga, termasuk konsumsi cabai merah relatif tinggi karena digunakan untuk memenuhi preferensi konsumsi beberapa anggota keluarga (Azhari 2022). Jumlah anggota keluarga yang lebih besar serta tingginya preferensi terhadap makanan pedas berpotensi meningkatkan kebutuhan cabai merah dan memengaruhi keputusan rumah tangga dalam menghadapi fluktuasi harga cabai merah.

Pekerjaan responden didominasi oleh karyawan sebesar 43%, yang sejalan dengan karakteristik Kecamatan Rancaekek sebagai salah satu kawasan industri di Kabupaten Bandung. Berdasarkan tingkat pendapatan, sebagian besar pada kelompok pendapatan Rp.3.000.001–Rp.4.000.000 per bulan dengan presentase sebesar 26%, yang menunjukkan bahwa mayoritas rumah tangga konsumen berada pada kelompok berpendapatan menengah. Tingkat pengeluaran rumah tangga sebagian besar pada kelompok Rp.2.000.001–Rp.3.000.000 per bulan dengan persentase 29%. Hal ini juga mencerminkan kemampuan rumah tangga dalam mengalokasikan pengeluarannya untuk kebutuhan pangan, termasuk cabai merah.

### Perubahan Pola Konsumsi Cabai Merah Ketika Harga Berfluktuasi

Fluktuasi harga cabai merah berkaitan dengan pergeseran perilaku pembelian rumah tangga. Tiga dimensi pola konsumsi yang dianalisis mencakup kuantitas pembelian per transaksi, intensitas pembelian dalam satu minggu, dan besaran pengeluaran mingguan untuk cabai merah. Analisis tabulasi silang digunakan untuk membandingkan pola konsumsi pada harga normal dan harga tinggi sehingga dapat diketahui bentuk penyesuaian yang dilakukan rumah tangga ketika menghadapi kenaikan harga cabai merah.

**Tabel 1. Jumlah Pembelian Cabai Merah**

| Jenis Cabai          | Harga  | 0,1 kg | ¼ kg | ½ kg | 1 kg | Total |
|----------------------|--------|--------|------|------|------|-------|
| Cabai Merah Besar    | Normal | 16     | 27   | 18   | 4    | 65    |
|                      | Tinggi | 28     | 31   | 5    | 1    | 65    |
| Cabai Merah Keriting | Normal | 16     | 39   | 9    | 5    | 69    |
|                      | Tinggi | 33     | 27   | 6    | 3    | 69    |

Sumber: Data Primer (2026)

Berdasarkan Tabel 1, kondisi harga yang meningkat memicu pergeseran pola pembelian ke arah kuantitas yang lebih kecil pada kedua jenis cabai merah. Pada cabai merah besar, konsumen yang membeli dalam satuan terkecil (0,1 kg) meningkat dari 16 menjadi 28 orang ketika harga tinggi, sementara pembelian dalam jumlah setengah kilogram turun signifikan dari 18 menjadi 5 orang. Pola yang serupa terjadi pada cabai merah keriting, di mana pembelian 0,1 kg melonjak dari 16 menjadi 33 orang, sedangkan pembelian seperempat kilogram menyusut dari 39 menjadi 27 orang. Hasil uji chi-square mengonfirmasi bahwa perbedaan pola pembelian ini signifikan secara statistik untuk keduanya dengan nilai p-value 0,005 untuk cabai merah besar dan 0,027 untuk cabai merah keriting. Temuan ini selaras dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa kenaikan harga berkorelasi negatif dengan jumlah barang yang diminta (Sukirno, 2015).

**Tabel 2. Frekuensi Pembelian Cabai Merah (per minggu)**

| Jenis Cabai          | Harga  | 1 kali | 2 kali | ≥ 3 kali | Total |
|----------------------|--------|--------|--------|----------|-------|
| Cabai Merah Besar    | Normal | 25     | 22     | 18       | 65    |
|                      | Tinggi | 48     | 12     | 5        | 65    |
| Cabai Merah Keriting | Normal | 37     | 20     | 12       | 69    |
|                      | Tinggi | 51     | 13     | 5        | 69    |

Sumber: Data Primer (2026)

Perubahan yang lebih mencolok terlihat pada frekuensi pembelian Tabel 2. Ketika harga berada pada level tinggi, konsumen cabai merah besar yang hanya membeli satu kali seminggu meningkat hampir dua kali lipat dari 25 menjadi 48 orang, sedangkan konsumen yang membeli dua kali atau lebih per minggu berkurang secara tajam. Dinamika yang sama berlaku untuk cabai merah keriting. Uji chi-square menghasilkan nilai p-value 0,001 untuk kedua jenis cabai, menandakan adanya hubungan yang signifikan antara tingkat harga dan intensitas pembelian. Pengurangan frekuensi pembelian ini merupakan salah satu mekanisme rumah tangga dalam mengendalikan pengeluaran tanpa harus menghentikan konsumsi sepenuhnya (Mutharoh et al., 2023).

**Tabel 3. Pengeluaran untuk Cabai Merah (per minggu)**

| Jenis Cabai          | Harga  | ≤ Rp10.000 | Rp10.001–Rp20.000 | > Rp20.000 | Total |
|----------------------|--------|------------|-------------------|------------|-------|
| Cabai Merah Besar    | Normal | 18         | 26                | 19         | 65    |
|                      | Tinggi | 18         | 28                | 21         | 65    |
| Cabai Merah Keriting | Normal | 31         | 19                | 19         | 69    |
|                      | Tinggi | 22         | 26                | 21         | 69    |

Sumber: Data Primer (2026)

Berbeda dengan dua dimensi sebelumnya, pola pengeluaran mingguan untuk cabai merah tidak memperlihatkan perubahan yang signifikan antara kondisi harga normal dan harga tinggi nilai dengan nilai p-value yaitu 0,917 untuk cabai merah besar dan 0,257 untuk cabai merah keriting. Hal ini dapat dijelaskan melalui mekanisme kompensasi yang diterapkan rumah tangga ketika harga meningkat, konsumen menyesuaikan kuantitas dan frekuensi pembelian secara bersamaan, sehingga total pengeluaran mingguannya tetap relatif stabil. Dengan kata lain, rumah tangga lebih memilih mempertahankan anggaran belanja cabai pada level yang sudah biasa, sambil mengorbankan volume konsumsi. Pola perilaku ini mengindikasikan bahwa permintaan cabai merah bersifat inelastis, konsisten dengan temuan Dewi (2009) yang menunjukkan bahwa perubahan persentase jumlah yang diminta lebih kecil dibandingkan perubahan harga

### Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penentuan Adaptasi Konsumsi Rumah Tangga Konsumen

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi penentuan adaptasi konsumsi rumah tangga konsumen cabai merah dilakukan menggunakan regresi logistik multinomial untuk mengetahui kelayakan model serta kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pilihan adaptasi konsumsi. Hasil uji kesesuaian (*Goodness of Fit*) menunjukkan nilai signifikansi 0,996 untuk model cabai merah besar dan 0,598 untuk cabai merah keriting, keduanya jauh di atas ambang 0,05, yang berarti model telah fit dengan data pengamatan. 63,5 pada model cabai merah besar mengindikasikan bahwa 63,5 persen variasi penentuan adaptasi konsumsi dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang dimasukkan ke dalam model. Sementara itu, model cabai merah keriting memiliki nilai Nagelkerke  $R^2$  sebesar 0,460, yang berarti 46 persen variasi dapat dijelaskan oleh model. Selanjutnya, uji simultan menghasilkan masing-masing model cabai merah menghasilkan nilai signifikansi 0,001 atau lebih kecil dari 0,05 ( $<0,05$ ), membuktikan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penentuan adaptasi konsumsi rumah tangga konsumen cabai merah besar maupun cabai merah keriting.

**Tabel 4. Hasil Uji Parsial Variabel Independen terhadap Penentuan Adaptasi Konsumsi**

| Variabel                                     | Sig.                    |                            |
|----------------------------------------------|-------------------------|----------------------------|
|                                              | Model Cabai Merah Besar | Model Cabai Merah Keriting |
| Tingkat Pendidikan (X1)                      | 0,002*                  | 0,003*                     |
| Jumlah Anggota Keluarga (X2)                 | 0,001*                  | 0,004*                     |
| Jumlah Anggota Keluarga yang Suka Pedas (X3) | 0,189                   | 0,003*                     |
| Jumlah Pembelian (X4)                        | 0,031*                  | 0,017*                     |
| Frekuensi Pembelian (X5)                     | 0,007*                  | 0,229                      |
| Harga Cabai Merah (X6)                       | 0,045*                  | 0,850                      |
| Pengeluaran untuk Cabai Merah (X7)           | 0,036*                  | 0,506                      |
| Jenis Cabai Lain yang Dibeli (X8)            | 0,001*                  | 0,389                      |

Sumber: Data Primer (2026)

Uji parsial menunjukkan bahwa tujuh dari delapan variabel berpengaruh signifikan karena memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05, kecuali pada variabel jumlah anggota keluarga yang suka pedas. Sementara itu, pada model cabai merah keriting, hanya empat variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial, yaitu tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, jumlah anggota keluarga yang menyukai pedas, dan jumlah pembelian cabai merah keriting. Tingkat pendidikan terbukti berpengaruh signifikan pada kedua model. Semakin tinggi tingkat pendidikan kepala rumah tangga, semakin besar kemampuannya dalam mencerna informasi pasar dan merumuskan respons adaptif yang lebih rasional terhadap kenaikan harga. Supatminingsih (2018) menegaskan bahwa

pendidikan berperan dalam membentuk kesadaran pengelolaan pengeluaran rumah tangga, sehingga kelompok berpendidikan lebih tinggi cenderung memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam memilih bentuk adaptasi.

Jumlah anggota keluarga juga berpengaruh signifikan pada kedua model. Rumah tangga yang lebih besar menghadapi tekanan pengeluaran yang lebih tinggi ketika harga naik, sehingga memiliki dorongan yang lebih kuat untuk melakukan penyesuaian konsumsi (Mantra, 2003). Variabel jumlah anggota yang menyukai pedas secara khusus hanya signifikan pada model cabai merah keriting, mengindikasikan bahwa preferensi anggota keluarga terhadap rasa pedas lebih berperan dalam menentukan adaptasi pada komoditas yang memiliki tingkat kepedasan lebih tinggi. Jumlah pembelian cabai merah menunjukkan pengaruh yang konsisten signifikan pada kedua model. Rumah tangga yang terbiasa membeli dalam kuantitas lebih besar akan merasakan dampak kenaikan harga secara lebih nyata, sehingga lebih terdorong untuk melakukan penyesuaian perilaku konsumsi.

Variabel ekonomi berupa harga cabai merah, pengeluaran, dan keberadaan substitusi hanya signifikan pada model cabai merah besar. Hal ini dapat dijelaskan oleh karakteristik cabai merah besar yang lebih mudah digantikan oleh produk alternatif seperti cabai rawit atau saus cabai, sehingga pertimbangan harga dan pengeluaran lebih relevan dalam mendorong substitusi. Sebaliknya, cabai merah keriting yang memiliki kepedasan dan karakter rasa yang lebih khas cenderung dipertahankan konsumsinya meskipun harga meningkat, dengan penyesuaian dilakukan melalui pengurangan kuantitas dan frekuensi pembelian daripada substitusi (Melani and Syarif 2022). Besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap peluang penentuan adaptasi konsumsi dianalisis menggunakan nilai koefisien regresi dan odds ratio ( $\text{Exp}(B)$ ) yang diperoleh dari hasil estimasi parameter. Persamaan regresi logistik multinomial yang terbentuk menggambarkan hubungan antara karakteristik rumah tangga dengan peluang penentuan adaptasi konsumsi dibandingkan kategori referensi, yaitu mengganti cabai merah dengan jenis cabai lain. Persamaan model yang diperoleh berdasarkan hasil estimasi parameter dapat dituliskan sebagai berikut:

Persamaan model cabai merah besar:

$$\begin{aligned} & \ln \left( \frac{P(Y=2)}{P(Y=3)} \right) \\ &= \ln \left( \frac{\text{Mengurangi frekuensi pembelian cabai merah besar}}{\text{Mengganti cabai merah besar dengan jenis cabai lain}} \right) \\ &= 24.071 - 24.211X_{5(1)} - 21.100X_{5(2)} - 3.611X_{6(1)} - 2.316X_{7(1)} + 3.088X_{8(2)} \end{aligned}$$

Hasil estimasi parameter menunjukkan bahwa pada kategori adaptasi mengurangi jumlah konsumsi cabai merah besar tidak terdapat parameter yang berpengaruh signifikan dibandingkan kategori referensi, yaitu mengganti cabai merah besar dengan jenis cabai lain. Sementara itu, pada kategori adaptasi mengurangi frekuensi pembelian, terdapat beberapa parameter yang berpengaruh signifikan terhadap peluang penentuan adaptasi konsumsi rumah tangga. Variabel jumlah pembelian dan frekuensi pembelian menunjukkan pengaruh yang signifikan. Rumah tangga yang membeli cabai merah besar sebanyak 0,1 kg maupun  $\frac{1}{4}$  kg dengan frekuensi pembelian satu minggu sekali memiliki kecenderungan yang lebih rendah untuk memilih strategi mengurangi frekuensi pembelian dibandingkan mengganti cabai merah besar dengan jenis cabai lain. Kondisi ini mengindikasikan bahwa rumah tangga yang sejak awal membeli cabai dalam jumlah relatif kecil dan intensitas rendah memiliki ruang penyesuaian yang terbatas untuk kembali mengurangi frekuensi pembelian. Akibatnya, ketika terjadi kenaikan harga, rumah tangga cenderung memilih beralih ke komoditas substitusi dibandingkan mengurangi frekuensi pembelian.

Variabel harga cabai merah besar menunjukkan bahwa adaptasi konsumsi mengurangi frekuensi pembelian lebih banyak dilakukan pada kondisi harga tinggi dibandingkan harga normal. Temuan ini mengindikasikan bahwa kenaikan harga mendorong rumah tangga untuk menyesuaikan pola pembelian guna mengurangi beban pengeluaran. Pengurangan frekuensi pembelian menjadi salah satu bentuk respons yang dilakukan rumah tangga untuk mempertahankan konsumsi cabai merah besar tanpa harus sepenuhnya menggantinya dengan komoditas lain. Pengeluaran untuk cabai merah besar juga berpengaruh signifikan terhadap penentuan adaptasi konsumsi. Rumah tangga dengan pengeluaran sebesar Rp10.001–Rp20.000 per minggu memiliki peluang 21,936 kali lebih besar untuk memilih strategi mengurangi frekuensi pembelian dibandingkan mengganti cabai

merah besar dengan jenis cabai lain. Hasil ini menunjukkan bahwa rumah tangga dengan tingkat pengeluaran menengah cenderung melakukan penyesuaian melalui pengurangan frekuensi pembelian sebagai upaya mengendalikan pengeluaran pangan ketika terjadi fluktuasi harga. Strategi tersebut memungkinkan rumah tangga mempertahankan konsumsi cabai merah besar sambil menjaga alokasi anggaran untuk kebutuhan pangan lainnya.

Hasil estimasi parameter pada model cabai merah besar menunjukkan bahwa faktor-faktor ekonomi, seperti jumlah pembelian, frekuensi pembelian, harga, dan pengeluaran untuk cabai merah, berperan penting dalam menentukan pilihan adaptasi konsumsi rumah tangga. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa keputusan adaptasi pada cabai merah besar cenderung dipengaruhi oleh pertimbangan pengelolaan anggaran rumah tangga ketika terjadi kenaikan harga. Berbeda dengan cabai merah besar, hasil estimasi parameter pada model cabai merah keriting menunjukkan pola pengaruh yang berbeda. Persamaan regresi logistik multinomial yang terbentuk pada model cabai merah keriting disajikan sebagai berikut:

Persamaan 1:

$$\ln \left( \frac{P(Y=1)}{P(Y=3)} \right) \\ = \ln \left( \frac{\text{Mengurangi jumlah konsumsi cabai merah keriting}}{\text{Mengganti cabai merah keriting dengan jenis cabai lain}} \right) \\ = -0,175 - 2,364X_{1(2)} + 3,763X_{4(2)}$$

Persamaan 2:

$$\ln \left( \frac{P(Y=2)}{P(Y=3)} \right) \\ = \ln \left( \frac{\text{Mengurangi frekuensi pembelian cabai merah keriting}}{\text{Mengganti cabai merah keriting dengan jenis cabai lain}} \right) \\ = -2,600 - 4,897X_{1(2)} - 2,990X_{1(3)} + 2,463X_{2(1)} + 1,602X_{3(1)} + 4,639X_{4(2)}$$

Berdasarkan Persamaan 1, variabel tingkat pendidikan kategori SMP/ sederajat memiliki koefisien bernilai negatif dengan nilai odds ratio sebesar 0,094. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa rumah tangga dengan tingkat pendidikan SMP/ sederajat memiliki peluang 0,094 kali lebih kecil untuk memilih strategi adaptasi mengurangi jumlah konsumsi dibandingkan mengganti cabai merah keriting dengan jenis cabai lain sebagai kategori referensi. Temuan ini menunjukkan bahwa rumah tangga dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah cenderung memilih strategi substitusi dibandingkan melakukan pengurangan jumlah konsumsi ketika menghadapi kenaikan harga cabai merah keriting. Keterbatasan dalam mengakses dan mengolah informasi terkait pengelolaan konsumsi dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan tersebut. Variabel jumlah pembelian cabai merah keriting kategori ¼ kg memiliki koefisien positif dengan nilai odds ratio sebesar 43,056. Nilai tersebut menunjukkan bahwa rumah tangga yang membeli cabai merah keriting sebanyak ¼ kg memiliki peluang 43,056 kali lebih besar untuk memilih strategi mengurangi jumlah konsumsi dibandingkan beralih ke jenis cabai lain. Hasil ini mengindikasikan bahwa rumah tangga yang telah terbiasa mengonsumsi cabai merah keriting cenderung mempertahankan jenis cabai yang dikonsumsi meskipun terjadi kenaikan harga. Penyesuaian yang dilakukan lebih diarahkan pada pengurangan kuantitas pembelian daripada melakukan substitusi ke komoditas lain yang dianggap kurang sesuai dengan preferensi konsumsi rumah tangga.

Berdasarkan Persamaan 2, variabel tingkat pendidikan kategori SMP/ sederajat dan SMA/ sederajat memiliki koefisien negatif dengan nilai odds ratio masing-masing sebesar 0,007 dan 0,050. Nilai tersebut menunjukkan bahwa rumah tangga pada kategori pendidikan tersebut memiliki peluang yang lebih kecil untuk memilih strategi adaptasi mengurangi frekuensi pembelian dibandingkan mengganti cabai merah keriting dengan jenis cabai lain. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan tingkat pendidikan dapat mendorong rumah tangga untuk lebih terbuka terhadap alternatif konsumsi, termasuk melakukan substitusi komoditas, dibandingkan hanya mengurangi frekuensi pembelian. Variabel jumlah anggota keluarga, jumlah anggota keluarga yang menyukai makanan pedas, dan jumlah pembelian memiliki koefisien positif pada kategori mengurangi frekuensi pembelian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rumah tangga dengan jumlah anggota keluarga yang lebih banyak, memiliki lebih banyak anggota yang menyukai makanan pedas, serta membeli cabai merah keriting dalam jumlah yang lebih besar cenderung memilih strategi

mengurangi frekuensi pembelian dibandingkan mengganti cabai merah keriting dengan jenis cabai lain. Kondisi ini mencerminkan adanya preferensi yang kuat terhadap cabai merah keriting sehingga rumah tangga berupaya mempertahankan konsumsinya meskipun harga mengalami kenaikan. Penyesuaian konsumsi dilakukan melalui pengurangan intensitas pembelian sebagai bentuk pengendalian pengeluaran tanpa menghilangkan komoditas tersebut dari pola konsumsi rumah tangga.

Perbedaan faktor signifikan pada kedua model menunjukkan bahwa adaptasi konsumsi rumah tangga terhadap fluktuasi harga cabai merah dipengaruhi oleh karakteristik komoditas yang dikonsumsi. Selanjutnya, kemampuan model dalam memprediksi pilihan adaptasi konsumsi dievaluasi melalui akurasi klasifikasi. Akurasi klasifikasi model cabai merah besar mencapai 70,0%, dengan 91 dari 130 observasi terklasifikasi secara benar. Tingkat akurasi ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik dalam membedakan pilihan adaptasi konsumsi rumah tangga. Model cabai merah keriting mencatat akurasi yang lebih rendah, yakni 62,3% (86 dari 138 observasi). Selisih akurasi ini mengindikasikan bahwa terdapat variabel-variabel lain di luar delapan prediktor yang digunakan yang turut berperan dalam menentukan pilihan adaptasi pada konteks cabai merah keriting, seperti variabel pendapatan, akses informasi pasar, maupun preferensi budaya kuliner yang lebih sulit diukur secara langsung.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan dua hal utama. Pertama, fluktuasi harga cabai merah menyebabkan terjadinya perubahan pola konsumsi rumah tangga konsumen yang ditunjukkan oleh penurunan jumlah pembelian dan frekuensi pembelian cabai merah ketika harga mengalami kenaikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa rumah tangga melakukan penyesuaian konsumsi sebagai upaya mempertahankan keseimbangan pengeluaran pangan di tengah ketidakstabilan harga cabai merah. Kedua, pemilihan adaptasi konsumsi rumah tangga dalam menghadapi fluktuasi harga cabai merah dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berbeda pada masing-masing jenis cabai. Pada cabai merah besar, faktor yang berperan meliputi tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, jumlah pembelian, frekuensi pembelian, harga cabai merah, pengeluaran untuk cabai merah, dan jenis cabai lain yang dibeli. Sementara itu, pada cabai merah keriting, pemilihan adaptasi konsumsi dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, jumlah anggota keluarga yang menyukai makanan pedas, dan jumlah pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan rumah tangga dalam memilih bentuk adaptasi konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh perubahan harga, tetapi juga oleh karakteristik rumah tangga, perilaku pembelian, dan preferensi konsumsi yang dimiliki konsumen.

Berdasarkan temuan tersebut, rumah tangga konsumen perlu meningkatkan perencanaan konsumsi dan pengelolaan pengeluaran pangan agar lebih mampu menyesuaikan diri terhadap fluktuasi harga cabai merah tanpa mengurangi pemenuhan kebutuhan pangan rumah tangga secara keseluruhan. Pemerintah dan pihak terkait perlu memperkuat upaya stabilisasi harga cabai merah melalui pengelolaan pasokan, distribusi, dan penyediaan informasi harga yang lebih mudah diakses masyarakat sehingga dampak fluktuasi harga terhadap konsumen dapat diminimalkan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi adaptasi konsumsi rumah tangga, seperti tingkat pendapatan, akses informasi pasar, dan preferensi konsumsi, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai respons rumah tangga dalam menghadapi fluktuasi harga pangan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, Fredi. 2022. "Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Rumah Tangga Di Kampung Banyusuci Bogor." *An Nuqud Journal of Islamic Economics* 1(1). doi:<https://doi.org/10.51192/annuqud.v1i1.382>.
- BPS. 2022. "Number of Population by District (People), 2022."
- BPS. 2024. *Kecamatan Rancaekek Dalam Angka 2024*. Bandung: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung.
- Darwin, Ira Safitri, and Pramudya Alif Darmaputra. 2025. "Prediction of the Zonification Models in Eastern Peri-Urban Area of Bandung City." *Jurnal Sositologi* 24(1):64–

76. doi:10.5614/sostek.itbj.2025.24.1.6.

- Dewi, Tria Rosana. 2009. "Analisis Permintaan Cabai Merah ( Capsicum Annuum L) Di Kota Surakarta." *Jurnal Agronomika* 7(1).
- Farid, Miftah, and Nugroho Ari Subekti. 2012. "Tinjauan Terhadap Produksi, Konsumsi, Distribusi Dan Dinamika Harga Cabe Di Indonesia." *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* 6(2):211–34. doi:<https://doi.org/10.30908/bilp.v6i2.132>.
- Irmayanti, Irmayanti, and Dedy Santosa. 2025. "Inflasi Dan Daya Beli Masyarakat: Analisis Strategi Adaptasi Rumah Tangga Terhadap Kenaikan Harga Pangan." *Advanced Studies in Economic, Finance and Banking* 1(1):51–60. <https://journalweb.org/ojs/index.php/ASEFBA/article/view/546>.
- Melani, Cut, and Wirnelis Syarif. 2022. "Pengaruh Penggunaan Jenis Cabai Yang Berbeda Terhadap Kualitas Rendang Daging Sapi." *Jurnal Pendidikan Tata Boga Dan Teknologi* 3(1):94–100. doi:10.24036/jptbt.v3i1.224.
- Mutharoh, I., U. M. Auliya, Y. A. Sahlia, D. A. N. I. Janah, and B. T. Diniati. 2023. "Kenaikan Harga Pangan, Inflasi, Dan Produk Domestik Regional Bruto Terhadap Konsumsi Rumah Tangga Di Indonesia." *Mutawazin: Jurnal Ekonomi Syariah* 5(2).
- Nasional, Badan Pangan. 2026. "Harga Pangan Kota Bandung." <https://sipangan-kotabandung.badanpangan.go.id/portal/pdi/panel-harga>.
- Nasution, Nur Habiba, and Leni Handayani. 2024. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Pada Konsumen Rumah Tangga: Studi Kasus Desa Pagaran Malaka, Kecamatan Lubuk Barumun, Kabupaten Padang Lawas." *Agrisentrum* 2(2).
- Prasetya, Tomy, and Partini Partini. 2019. "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Cabe Merah Di Kecamatan Tembilahan." 8(1):26–35.
- Pusdatin. 2024. "Statistik Harga Komoditas Pertanian 2024."
- Sukirno, Sadono. 2015. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Supatminingsih, Tuti. 2018. "Pola Dan Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kota Makassar." *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum* 16(2):307–38. doi:<https://doi.org/10.35905/diktum.v16i2.645>.