

DETERMINASI PERILAKU KONSUMEN DALAM KONSUMSI CABAI MERAH (*Capsicum annum L.*) (Tinjauan Literatur Berbasis Studi Empiris)

**Karina Indah Khumaeroh¹, Stefanny Liberta Pangau², Farhan Maulana Yusuf³,
Jastin Ade Chandra⁴, Intani Dewi⁵**

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor

Abstrak

Cabai merah (*Capsicum annum L.*) merupakan komoditas hortikultura penting yang dikonsumsi secara luas dan memiliki permintaan yang cenderung stabil meskipun terjadi fluktuasi harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor dominan yang memengaruhi perilaku konsumsi cabai merah serta menjelaskan determinan ekonomi dan non-ekonomi berdasarkan temuan studi empiris. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *systematic literature review (SLR)* terhadap artikel jurnal nasional dan internasional yang relevan. Proses kajian dilakukan melalui tahap identifikasi, seleksi, evaluasi, dan sintesis literatur untuk memperoleh temuan yang komprehensif dan terstruktur. Analisis dilakukan secara deskriptif komparatif guna mengidentifikasi pola temuan, kecenderungan, serta konsistensi hasil penelitian terdahulu. Hasil kajian menunjukkan bahwa pendapatan dan kebiasaan konsumsi merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi perilaku konsumsi cabai merah. Harga dan atribut produk seperti kesegaran, warna, ukuran, dan tingkat kepedasan tetap berpengaruh, namun cenderung berperan sebagai faktor penyesuaian dalam keputusan pembelian. Respons konsumen terhadap fluktuasi harga bersifat adaptif, yaitu melalui penyesuaian jumlah pembelian tanpa menghentikan konsumsi secara keseluruhan. Kontribusi ilmiah penelitian ini terletak pada penyusunan sintesis terintegrasi mengenai determinan perilaku konsumsi cabai merah dari berbagai studi empiris, sehingga memberikan pemahaman yang lebih sistematis mengenai pola perilaku konsumen serta karakteristik permintaan yang relatif inelastis.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Cabai Merah, Permintaan, Elastisitas Harga, Kebiasaan Konsumsi

Abstract

Red chili (Capsicum annum L.) is an important horticultural commodity that is widely consumed and exhibits relatively stable demand despite price fluctuations. This study aims to identify the dominant factors influencing red chili consumption behavior and to explain both economic and non-economic determinants based on empirical studies. The research employs a qualitative approach using a systematic literature review (SLR) method on relevant national and international journal articles. The review process involves identification, selection, evaluation, and synthesis of the literature to generate comprehensive and structured findings. The analysis is conducted using a descriptive-comparative approach to identify patterns, trends, and consistency across previous studies. The results indicate that income and consumption habits are the most dominant factors affecting red chili consumption behavior. Price and product attributes such as freshness, color, size, and spiciness also influence consumer decisions, but tend to function as adjustment factors in purchasing behavior. Consumer responses to price fluctuations are adaptive, reflected in changes in purchase quantity without completely ceasing consumption. The scientific contribution of this study lies in providing an integrated synthesis of empirical findings on the determinants of red chili consumption behavior, offering a more systematic understanding of consumer behavior patterns and the relatively inelastic nature of demand.

Keywords: Consumer Behavior, Red Chili, Demand, Price Elasticity, Consumption Habits

PENDAHULUAN

Cabai merah merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki peran penting dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia karena digunakan secara rutin baik dalam rumah tangga maupun usaha kuliner (Yulianti *et al* 2024; Astuti *et al.* 2021). Tingginya tingkat konsumsi cabai merah berkaitan erat dengan preferensi masyarakat terhadap rasa pedas yang telah mengakar dalam budaya pangan. Dalam konteks perilaku konsumen, keputusan konsumsi cabai merah tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, tetapi juga oleh kebiasaan konsumsi, kebutuhan rumah tangga, serta persepsi konsumen terhadap peran cabai merah dalam masakan sehari-hari. Karakteristik tersebut membentuk pola permintaan yang relatif stabil. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa permintaan cabai merah cenderung bertahan meskipun terjadi fluktuasi harga yang signifikan (Marina *et al.*, 2022). Fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen cabai merah memiliki dinamika yang menarik untuk dikaji lebih mendalam (Hariadi *et al.*, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh (Hasbitsaany *et al.* 2025; Lusiana *et al.* 2022) telah mengkaji hubungan antara harga, pendapatan, dan tingkat konsumsi cabai merah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendapatan konsumen cenderung memiliki pengaruh yang lebih konsisten terhadap konsumsi dibandingkan harga. Kenaikan harga tidak selalu diikuti oleh penurunan permintaan yang signifikan, sehingga cabai merah menunjukkan karakteristik konsumsi yang relatif inelastis (Hasbitsaany *et al.*, 2025). Namun demikian, pendekatan yang digunakan dalam penelitian-penelitian tersebut umumnya menitikberatkan pada variabel ekonomi. Perspektif ini berpotensi membatasi pemahaman terhadap perilaku konsumen yang dalam praktiknya juga dipengaruhi oleh faktor non-ekonomi (Lusiana *et al.*, 2022). Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang analisis yang masih perlu dikembangkan (Andayani *et al.* 2022).

Penelitian Muflikh & Kiloes, (2024) menunjukkan bahwa atribut produk mulai mendapat perhatian yang lebih besar dalam proses pengambilan. Faktor-faktor seperti kesegaran, warna, tingkat kepedasan, dan persepsi kualitas cenderung berperan dalam membentuk preferensi konsumen (Muflikh & Kiloes, 2024). Konsumen relatif tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga nilai produk yang dirasakan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumen berkembang secara dinamis seiring perubahan preferensi dan ekspektasi terhadap kualitas pangan (Azeem *et al.*, 2025). Variasi karakteristik pasar dan lingkungan sosial turut memengaruhi cara konsumen mengevaluasi keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi cabai merah tidak dapat dijelaskan melalui satu pendekatan tunggal.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa konsumen cenderung melakukan penyesuaian terhadap kuantitas pembelian ketika terjadi kenaikan harga, tanpa sepenuhnya menghentikan konsumsi (Putri *et al.* 2025; Wasita *et al.* 2025). Pola ini mencerminkan adanya mekanisme adaptasi dalam perilaku konsumsi (Parhanudin & Saidah, 2025). Namun, proses adaptasi tersebut masih relatif jarang dianalisis dari perspektif sikap dan persepsi konsumen (Penggali & Nabila, 2024). Banyak penelitian lebih menitikberatkan pada perubahan jumlah konsumsi dibandingkan mekanisme pengambilan keputusan. Akibatnya, pemahaman mengenai perilaku konsumen cabai merah cenderung bersifat parsial. Keterbatasan ini menegaskan perlunya pendekatan analisis yang lebih komprehensif (Lillywhite & Tso, 2021).

Berdasarkan telaah terhadap berbagai penelitian terdahulu, kajian perilaku konsumen cabai merah masih menunjukkan fragmentasi baik dari sisi pendekatan maupun variabel analisis. Penelitian yang ada telah memberikan gambaran empiris mengenai faktor ekonomi dan atribut produk, namun belum sepenuhnya mengintegrasikan aspek sikap, kebiasaan, dan konteks konsumsi. Kondisi tersebut menegaskan pentingnya *critical review* untuk mengidentifikasi pola temuan, inkonsistensi hasil penelitian, serta keterbatasan metodologis yang berulang. Pendekatan kritis diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai perilaku konsumen cabai merah. Kajian ini diharapkan dapat memperkaya perspektif teoritis sekaligus memberikan implikasi praktis.

Rumusan Masalah

1. Faktor-faktor apa saja yang paling dominan memengaruhi perilaku konsumsi cabai merah berdasarkan hasil penelitian terdahulu, khususnya terkait harga, pendapatan, atribut produk, dan kebiasaan konsumsi?
2. Bagaimana temuan studi empiris menjelaskan determinan perilaku konsumen dalam konsumsi cabai merah (*Capsicum annuum L.*), baik dari aspek ekonomi maupun non-ekonomi?
3. Bagaimana respons dan adaptasi perilaku konsumen terhadap fluktuasi harga cabai merah dalam berbagai konteks pasar?

Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor dominan penentu perilaku konsumsi cabai merah berdasarkan sintesis hasil penelitian terdahulu.
2. Menganalisis secara sistematis temuan studi empiris mengenai determinan perilaku konsumen dalam konsumsi cabai merah (*Capsicum annuum L.*), baik dari aspek ekonomi maupun non-ekonomi.
3. Menjelaskan pola respons dan adaptasi perilaku konsumen terhadap perubahan harga cabai merah dalam berbagai konteks pasar berdasarkan kajian literatur empiris.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan tinjauan literatur sistematis (*systematic literature review*). Pendekatan ini digunakan untuk memahami perilaku konsumen cabai merah (*Capsicum annuum L.*) berdasarkan hasil penelitian empiris yang telah dipublikasikan. Penelitian tidak menggunakan data primer, melainkan mengkaji dan mensintesis temuan dari berbagai studi terdahulu untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pola konsumsi cabai merah. Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan fenomena perilaku konsumen secara lebih mendalam, terutama dalam konteks kebiasaan konsumsi dan respons terhadap fluktuasi harga yang tidak selalu dapat diukur secara kuantitatif. Berbagai studi menunjukkan bahwa konsumsi cabai merah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh preferensi, budaya, serta karakteristik pasar di masing-masing wilayah.

Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari artikel jurnal ilmiah yang terindeks pada database Google Scholar, SINTA, dan Scopus. Literatur yang dianalisis difokuskan pada penelitian empiris yang membahas konsumsi, permintaan, elastisitas harga, preferensi konsumen, serta dinamika harga cabai merah. Rentang tahun publikasi yang digunakan adalah 2015–2025 untuk memastikan relevansi dan kemutakhiran data. Proses pengumpulan dan seleksi literatur dilakukan dengan mengacu pada alur PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) yang meliputi

tahap identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan inklusi. Penelusuran dilakukan menggunakan kata kunci seperti “perilaku konsumen cabai merah”, “permintaan cabai merah”, “price elasticity of chili”, “consumer preference”, dan “price fluctuation chili”. Hasil penelusuran awal menghasilkan sejumlah artikel yang kemudian diseleksi berdasarkan kesesuaian topik, kejelasan metode, serta kelengkapan variabel yang dianalisis. Berdasarkan proses tersebut, diperoleh 30 artikel yang memenuhi kriteria, terdiri dari 15 artikel nasional dan 15 artikel internasional.

Literatur yang terpilih kemudian diklasifikasikan ke dalam beberapa tema utama, yaitu faktor harga dan pendapatan, atribut produk, kebiasaan konsumsi, serta respons konsumen terhadap fluktuasi harga. Pengelompokan ini bertujuan untuk memudahkan proses sintesis dan analisis temuan penelitian. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan cara membandingkan, mengkaji, dan menginterpretasikan hasil penelitian terdahulu. Analisis diarahkan untuk mengidentifikasi pola, kecenderungan, serta konsistensi temuan terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi cabai merah. Fokus analisis mencakup faktor ekonomi seperti harga dan pendapatan, serta faktor non-ekonomi seperti atribut produk (kesegaran, warna, ukuran, tingkat kepedasan) dan kebiasaan konsumsi.

Analisis juga mencakup respons konsumen terhadap fluktuasi harga, seperti penyesuaian jumlah pembelian, perubahan frekuensi konsumsi, maupun kemungkinan peralihan ke produk substitusi. Hasil sintesis kemudian digunakan untuk menyusun gambaran menyeluruh mengenai pola perilaku konsumen cabai merah dan faktor dominan yang memengaruhinya.

Metode ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang sistematis dan komprehensif mengenai perilaku konsumsi cabai merah, serta menjadi dasar bagi pengembangan penelitian selanjutnya maupun perumusan kebijakan terkait komoditas hortikultura.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor dalam Perilaku Konsumsi Cabai Merah

Cabai merah menunjukkan pola konsumsi yang relatif stabil meskipun berada dalam dinamika fluktuasi harga dan kondisi ekonomi yang berubah (Sembiring et al., 2022). Stabilitas ini mengindikasikan bahwa cabai merah memiliki karakteristik sebagai komoditas dengan tingkat kebutuhan yang tinggi dalam struktur konsumsi rumah tangga. Hasil penelitian Junistia et al. (2025) menunjukkan bahwa perilaku konsumsi cabai merah dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu pendapatan, harga, atribut produk, dan kebiasaan konsumsi. Meskipun keempat faktor tersebut sama-sama berperan, tingkat pengaruhnya cenderung bervariasi tergantung pada kondisi yang dihadapi konsumen.

Pendapatan rumah tangga terlihat sebagai faktor yang memiliki kecenderungan pengaruh paling kuat terhadap konsumsi cabai merah. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ketika pendapatan meningkat, kemampuan rumah tangga untuk mempertahankan konsumsi cabai merah juga semakin besar. Hasbitsaany et al. (2025) menjelaskan bahwa rumah tangga dengan pendapatan lebih tinggi tetap mampu membeli cabai merah meskipun harga sedang naik. Lusiana et al. (2022) juga menyebutkan bahwa daya beli menjadi penentu utama dalam jumlah konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan ekonomi menjadi dasar dalam menentukan seberapa banyak cabai merah yang dapat dikonsumsi oleh rumah tangga.

Harga tetap memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, tetapi dampaknya tidak selalu drastis. Putri et al. (2025) menemukan bahwa ketika harga cabai merah meningkat, konsumen biasanya tidak langsung menghentikan konsumsi, melainkan mengurangi jumlah pembelian. Kondisi ini menunjukkan bahwa cabai merah termasuk komoditas dengan tingkat elastisitas harga yang relatif rendah. Azeem et al. (2025) menjelaskan bahwa cabai sulit digantikan dalam pola konsumsi sehari-hari, sehingga perubahan harga tidak secara langsung menyebabkan penurunan konsumsi yang signifikan. Dengan demikian, harga lebih memengaruhi volume pembelian dibandingkan keputusan untuk tetap mengonsumsi atau tidak.

Atribut produk juga menjadi pertimbangan penting dalam pembelian cabai merah. Muflih dan Kiloes (2024) menjelaskan bahwa konsumen memperhatikan kesegaran, warna, ukuran, dan tingkat kepedasan sebelum membeli. Cabai yang terlihat segar dan berwarna merah cerah cenderung dianggap memiliki kualitas yang lebih baik. Tingkat kepedasan juga disesuaikan dengan kebutuhan masakan dan selera masing-masing konsumen. Parhanudin dan Saidah (2025) menunjukkan bahwa atribut fisik produk memiliki pengaruh yang cukup besar dalam menentukan pilihan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang terlihat secara langsung dapat memengaruhi keputusan pembelian, bahkan dalam beberapa kondisi membuat konsumen lebih menerima harga yang lebih tinggi.

Kebiasaan konsumsi juga memiliki peran yang tidak kalah penting. Yulianti et al. (2024) menyatakan bahwa cabai merah telah menjadi bagian dari pola makan sehari-hari masyarakat, terutama karena budaya konsumsi makanan pedas. Kebiasaan ini membuat permintaan cabai merah cenderung stabil dari waktu ke waktu. Umpusinga et al. (2026) menjelaskan bahwa faktor budaya dan kebiasaan dapat membentuk keputusan konsumsi yang bersifat rutin dan berulang. Dalam kondisi ini, cabai merah tidak hanya dipandang sebagai pilihan, tetapi sebagai kebutuhan yang hampir selalu ada dalam konsumsi rumah tangga.

Hasil kajian menunjukkan bahwa pendapatan dan kebiasaan konsumsi memiliki kecenderungan pengaruh yang lebih kuat dalam membentuk perilaku konsumsi cabai merah. Harga dan atribut produk tetap berperan, tetapi lebih cenderung memengaruhi cara konsumen menyesuaikan pembeliannya. Dengan demikian, konsumsi cabai merah tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh pola konsumsi yang telah terbentuk dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

2. *Determinasi Perilaku Konsumen: Aspek Ekonomi dan Non-Ekonomi*

Perilaku konsumen dalam mengonsumsi cabai merah menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak terbentuk dari satu faktor tunggal, melainkan hasil interaksi antara aspek ekonomi dan non-ekonomi. Penjelasan ini sejalan dengan pendekatan dalam *utility theory* yang menyatakan bahwa konsumen berusaha memaksimalkan kepuasan (*utility*) berdasarkan keterbatasan anggaran yang dimiliki (Lillywhite & Tso, 2021). Konsumsi cabai merah, kepuasan tidak hanya berasal dari jumlah yang dikonsumsi, tetapi juga dari kesesuaian dengan preferensi rasa dan kebutuhan konsumsi sehari-hari.

Aspek ekonomi terutama tercermin dari peran pendapatan dan harga dalam menentukan pilihan konsumsi. Pendapatan memiliki kecenderungan pengaruh yang kuat karena berkaitan langsung dengan kemampuan daya beli. Hasbitsaany et al. (2025) menunjukkan bahwa rumah tangga dengan pendapatan lebih tinggi mampu mempertahankan tingkat konsumsi meskipun harga mengalami kenaikan. Lusiana et al. (2022) juga menegaskan

bahwa daya beli menjadi faktor utama dalam realisasi permintaan. Dalam kerangka *utility theory*, kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen dengan anggaran yang lebih besar memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi dalam mempertahankan tingkat utilitas dari konsumsi cabai merah.

Harga tetap berperan dalam keputusan pembelian, namun lebih terlihat pada penyesuaian jumlah konsumsi. Putri et al. (2025) menemukan bahwa kenaikan harga mendorong konsumen untuk mengurangi volume pembelian tanpa menghentikan konsumsi. Azeem et al. (2025) menjelaskan bahwa cabai merah termasuk komoditas yang relatif inelastis karena sulit digantikan. Fenomena ini menunjukkan bahwa konsumen tetap berupaya mempertahankan utilitas dari konsumsi cabai merah, meskipun harus melakukan penyesuaian dalam jumlah pembelian akibat keterbatasan anggaran.

Aspek non-ekonomi dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang menekankan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Kebiasaan konsumsi dan preferensi rasa mencerminkan sikap konsumen terhadap cabai merah sebagai bagian penting dalam pola makan. Yulianti et al. (2024) menunjukkan bahwa konsumsi cabai merah telah menjadi kebiasaan yang melekat dalam budaya makanan pedas. Umpusinga et al. (2026) juga menegaskan bahwa faktor budaya dan kebiasaan membentuk pola konsumsi yang bersifat rutin. Dalam kerangka TPB, kondisi ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap cabai merah mendorong konsumen untuk tetap mengonsumsinya secara berkelanjutan.

Atribut produk seperti kesegaran, warna, ukuran, dan tingkat kepedasan berkaitan dengan persepsi kualitas yang memengaruhi keputusan pembelian. Muflikh dan Kiloes (2024) menemukan bahwa konsumen cenderung memilih produk yang terlihat segar dan berkualitas. Parhanudin dan Saidah (2025) menunjukkan bahwa atribut fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi. Dalam perspektif TPB, hal ini berkaitan dengan persepsi kontrol perilaku, di mana konsumen merasa mampu memilih produk yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhannya. Penilaian terhadap atribut produk juga memperkuat sikap konsumen dalam menentukan pilihan pembelian.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi cabai merah merupakan hasil interaksi antara pertimbangan rasional dan faktor psikologis. Pendapatan dan harga mencerminkan upaya konsumen dalam mengalokasikan sumber daya untuk memaksimalkan utilitas, sedangkan kebiasaan, preferensi, dan persepsi kualitas mencerminkan peran sikap dan pengalaman dalam membentuk keputusan. Pola ini menunjukkan bahwa determinan perilaku konsumen cabai merah bersifat multidimensional dan lebih tepat dijelaskan melalui integrasi pendekatan ekonomi dan perilaku konsumen.

3. Respons dan Adaptasi Konsumen terhadap Fluktuasi Harga

Fluktuasi harga cabai merah merupakan fenomena yang sering terjadi akibat faktor musiman, produksi, dan distribusi (Wasita et al., 2025). Perubahan harga tersebut memunculkan berbagai bentuk respons dari konsumen yang dalam banyak kasus tidak bersifat ekstrem. Hasil penelitian Rabiatul dan Andini (2023) menunjukkan bahwa respons konsumen terhadap perubahan harga cenderung adaptif. Pola ini dapat dijelaskan melalui konsep elastisitas permintaan, di mana tingkat sensitivitas konsumen terhadap perubahan harga menentukan bagaimana mereka menyesuaikan perilaku konsumsinya.

Kenaikan harga cabai merah umumnya tidak diikuti dengan penghentian konsumsi, melainkan penyesuaian pada jumlah pembelian. Putri et al. (2025) menemukan bahwa konsumen lebih cenderung mengurangi volume pembelian dibandingkan berhenti mengonsumsi. Hasbitsaany et al. (2025) juga menjelaskan bahwa perubahan harga lebih memengaruhi pola pembelian daripada preferensi produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa permintaan cabai merah bersifat relatif inelastis, yaitu perubahan harga tidak menyebabkan perubahan jumlah permintaan secara proporsional. Konsumen tetap mempertahankan konsumsi karena cabai merah telah menjadi bagian dari kebutuhan rutin, sehingga penyesuaian lebih banyak dilakukan pada kuantitas pembelian.

Penurunan harga cabai merah cenderung direspons dengan peningkatan jumlah pembelian, meskipun tidak selalu signifikan. Hariadi et al. (2024) menunjukkan bahwa peningkatan pembelian lebih merupakan bentuk penyesuaian terhadap kemampuan anggaran daripada perubahan pola konsumsi secara mendasar. Putri et al. (2025) juga menegaskan bahwa tambahan konsumsi biasanya tetap berada dalam batas kebutuhan rumah tangga. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun harga turun, permintaan tidak meningkat secara tajam. Pola tersebut memperkuat karakteristik inelastis, di mana perubahan harga hanya diikuti oleh perubahan jumlah permintaan dalam skala terbatas.

Perbedaan respons antar kelompok rumah tangga menunjukkan variasi tingkat elastisitas permintaan. Wasita et al. (2025) menjelaskan bahwa rumah tangga dengan pendapatan lebih tinggi cenderung memiliki elastisitas yang lebih rendah karena tidak terlalu terpengaruh oleh perubahan harga. Sebaliknya, rumah tangga dengan pendapatan lebih rendah menunjukkan respons yang lebih jelas terhadap kenaikan maupun penurunan harga. Kondisi ini menunjukkan bahwa elastisitas permintaan cabai merah tidak bersifat homogen, melainkan dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi masing-masing konsumen.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa respons konsumen terhadap fluktuasi harga cabai merah mencerminkan pola permintaan yang relatif inelastis dengan penyesuaian yang bersifat bertahap. Royun Nuha et al. (2023) menjelaskan bahwa konsumen cenderung menyesuaikan jumlah pembelian tanpa mengubah keputusan untuk tetap mengonsumsi. Pola ini menegaskan bahwa adaptasi konsumen lebih banyak terjadi pada tingkat kuantitas, bukan pada keberlanjutan konsumsi. Dengan demikian, perilaku konsumsi cabai merah menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap dinamika harga, sekaligus memperkuat posisinya sebagai komoditas yang memiliki tingkat kebutuhan yang tinggi dalam konsumsi rumah tangga.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian literatur, perilaku konsumsi cabai merah terutama dipengaruhi oleh pendapatan dan kebiasaan konsumsi. Pendapatan menentukan kemampuan rumah tangga dalam membeli, sedangkan kebiasaan konsumsi yang telah mengakar dalam budaya menjaga stabilitas permintaan. Harga dan atribut produk tetap berpengaruh, namun lebih sebagai faktor penyesuaian dalam keputusan pembelian. Secara umum, perilaku konsumsi dipengaruhi oleh faktor ekonomi (pendapatan dan harga) serta non-ekonomi (kebiasaan, preferensi rasa pedas, dan atribut produk seperti kesegaran, warna, dan tingkat kepedasan). Respons konsumen terhadap fluktuasi harga bersifat adaptif, yaitu dengan mengurangi atau menambah jumlah pembelian tanpa menghentikan konsumsi, terutama pada rumah tangga berpendapatan rendah, sehingga menunjukkan bahwa permintaan cabai merah relatif inelastis.

Implikasi kebijakan dapat diarahkan pada upaya menjaga stabilitas harga dan ketersediaan pasokan di pasar. Pemerintah perlu memperkuat manajemen distribusi dan rantai pasok, terutama pada periode rawan seperti musim paceklik atau gangguan produksi, agar fluktuasi harga tidak terlalu tajam. Kebijakan pengendalian harga seperti operasi pasar atau penyediaan cadangan komoditas dapat membantu melindungi daya beli rumah tangga, khususnya kelompok berpendapatan rendah yang lebih sensitif terhadap perubahan harga. Selain itu, peningkatan produktivitas di sektor hulu melalui dukungan terhadap petani, seperti akses terhadap teknologi, bibit unggul, dan informasi pasar, menjadi penting untuk menjaga keseimbangan antara pasokan dan permintaan. Upaya edukasi konsumen terkait diversifikasi konsumsi juga dapat menjadi alternatif dalam mengurangi tekanan permintaan saat terjadi lonjakan harga, tanpa menghilangkan peran cabai merah sebagai bagian dari kebutuhan konsumsi sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Azeem, M. T., Badar, H., Ahmad, B., & Ali, A. (2025). Red Chili Consumers in Pakistan: Identifying Segments and Preferences as a Precursor of Competitiveness and Stakeholders' Performance in Value Chains. *Journal of Economic Impact*, 7(3), 245–253. <https://doi.org/10.52223/econimpact.2025.7307>
- Fachril, F. (2025). Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Nilai Konsumsi Berkelanjutan: Studi pada Starbucks Indonesia. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(1), 677–686. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i1.1438>
- Hariadi, U., Anggraeni, R., & Prayoga, B. (2024). FACTORS INFLUENCING CONSUMER BEHAVIOR ON THE DEMAND OF CURLY RED CHILI IN THE KRANGGAN MARKET, YOGYAKARTA. *Jurnal Pertanian Agros*, 26(2), 1264-1268 FAKTOR.
- Hasbitsaany, M., Roessali, W., & Nurfadillah, S. (2025). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Cabai Merah Besar Pada Rumah Tangga di Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(2), 3291. <https://doi.org/10.25157/ma.v11i2.18978>
- Junistia, E., Nearti, Y., & Jayanti, N. (2025). Pengaruh Fluktuasi Harga Cabai Keriting (*Capsicum Annum L*) terhadap Pendapatan Petani di Desa Lubuk Saung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Pertanian Dan Peternakan*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.35912/jipper.v3i1.5409>
- Lillywhite, J., & Tso, S. (2021). Consumers within the spicy pepper supply chain. *Agronomy*, 11(10). <https://doi.org/10.3390/agronomy11102040>
- Lusiana, E., Zamrodah, Y., Kurniastuti, T., & Prayudi, L. A. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN CABAI MERAH. *Grafting : Jurnal Ilmiah Ilmu Pertanian*, 12(2), 61–74.
- Marina, I., Andayani, S. A., Nurjaman, J., Studi, P., Fakultas, A., & Universitas, P. (2022). Consumer Behavior On The Purchase of Lage Red Chillies. *Journal of Innovation and Research in Agriculture*, 1(1), 14–19.
- Muflikh, Y. N., & Kiloes, A. M. (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. <https://doi.org/10.1016/j.afres.2024.100413>
- Parhanudin, I., & Saidah, Z. (2025). Analysis of Consumer Behavior in Choosing Attributes of Large Red Chili With a Conjoint Analysis Approach. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 22(2), 141. <https://doi.org/10.20961/sepa.v22i2.96132>
- Penggalih, P. M., & Nabila, N. (2024). *Consumer Preferences For Chili Commodities In Special Region Of Yogyakarta* (Issue Icarse 2023). Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-247-7_10
- Putri, D. D., Karim, A. R., Wijayanti, I. K. E., Zulkfli, L., & Prasetyo, K. (2025). Price Dynamics and Market Integration of Red Chili Between Farmers and Consumers in Banyumas Regency, Indonesia. *Agro Bali*, 8(2), 608–621. <https://doi.org/10.37637/ab.v8i2.2291>
- Rabiatul, A., & Andini, T. P. (2023). Attitudes, Decision Making and Purchasing Patterns of Online Vegetable Consumers. *Journal of Consumer Sciences*, 8(3), 296–317. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.3.296-317>
- Royun Nuha, M., Andita Putri, T., & Dwi Utami, A. (2023). Pendapatan Usahatani Cabai Merah Berdasarkan Musim di Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 28(2), 323–334. <https://doi.org/10.18343/jipi.28.2.323>
- Sembiring, A., Prabaningrum, L., & Moekasan, T. K. (2022). Farmers, Traders and Households' Preference to IVegRI's Open-Pollinated Chili Varieties in Lembang, West Java, Indonesia. *Caraka Tani: Journal of Sustainable Agriculture*, 37(2), 321–332. <https://doi.org/10.20961/carakatani.v37i2.58346>
- Umpusinga, H. A., Mukaromah, F., Mufidah, L. Il, & Lestari, R. (2026). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 285–295. <http://indojurnal.com/index.php/jejakdigital/article/view/1589>
- Wasita, R., Hidayat, N. K., & Suprehatin. (2025). Effects of Supply and Commodity Substitution on Chili Price Volatility at Kramat Jati Wholesale Market, Jakarta, Indonesia. *Agro Bali*, 8(3), 781–795. <https://doi.org/10.37637/ab.v8i3.2244>
- Yulianti, A., Amin, Z., Puspitasari, M. S., Studi, P., Fakultas, A., Universitas, P., & Rawas, M. (2024). PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGONSUMSI CABAI MERAH KERITING (*CAPSIUM ANNUM L*) DIKELURAHAN PERUMNAS RAHMA. *JURNAL CITRA AGRITAMA*, 14(1), 1–5.