

## INTEGRASI PASAR CABAI MERAH KERITING DI KABUPATEN KULON PROGO

**Susanawati, Widodo, Zuhud Rozaki dan Aryanti Nurfadhillah**

Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

e-mail: susanawati@umy.ac.id

### ABSTRACT

*Kulon Progo is one of the regencies producing curly red chili in the Special Region of Yogyakarta. In 2015 most of the production of curly red chili in the Special Region of Yogyakarta was produced by Kulon Progo Regency namely 168.280 Cuintal or 71.95% of the total production. This research aims to find out how the development of curly red chili production in Kulon Progo Regency, how the price behavior of curly red chili at producers and consumers level as well as how the integration of curly red chili market in producers' markets and consumer markets. The method used in the study is a descriptive analysis with the Index Market of Connection (IMC) approach. The Data used is secondary to the related institution, the Agriculture Service of Kulon Progo Regency. The results showed, the production of curly red chili tends to fluctuate monthly. The second result, the price behavior of curly red chili in the producer market and the consumer market shows the same movement pattern, that is when prices in the consumer market rises then in the producer's market also rises. The third result, IMC value is smaller than one that is 0.96 meaning the degree of market integration of curly red chili between the producers market and the consumer market in the short term is classified as strong. Indicating that, the consumer market transmits information about the change in prices of curly red chili to the manufacturer market quickly.*

**Keyword:** *Curly red chili, market integration, IMC.*

### 1. PENDAHULUAN

Cabai merah merupakan komoditas pilihan untuk usahatani bagi sebagian masyarakat karena memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi. Prospek pasar yang baik terhadap cabai merah terlihat dari kenaikan permintaan terhadap cabai merah setiap tahunnya serta harganya yang terus naik, membuat petani tertarik untuk membudidayakan cabai merah [1]. Daerah penghasil cabai merah di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat di empat wilayah yaitu Kabupaten Kulon Progo, Sleman, Bantul dan Gunungkidul. Pada tahun 2015 Kabupaten Kulon Progo merupakan wilayah yang menghasilkan sebagian besar dari total produksi cabai merah di Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu 168,280 kuintal atau 71,95 % dari total produksi [2].

Salah satu jenis cabai merah yang banyak dibudidayakan oleh petani di Kabupaten Kulon Progo adalah cabai merah keriting. Selama tahun 2011-2015 produktivitas cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo naik turun namun tidak begitu signifikan. Produktivitas tertinggi cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo terjadi pada tahun 2011 yaitu sebesar 83,90 kuintal per hektar. Sedangkan produktivitas terendah terjadi pada tahun 2013 yaitu sebesar 80,85 kuintal per hektar.

Komoditas cabai merah keriting secara umum merupakan sayuran yang sering mengalami fluktuasi harga. Fluktuasi harga cabai merah keriting dapat disebabkan oleh besarnya jumlah

penawaran dan besarnya jumlah permintaan. Apabila harga naik maka jumlah barang yang ditawarkan akan naik dan apabila harga turun maka barang yang ditawarkan akan turun. Harganya yang sering mengalami fluktuasi menjadikan harga komoditi ini sangat sulit untuk diprediksi [3].

Pasar Wates adalah pasar konsumen di Kabupaten Kulon Progo yang merupakan pasar utama penjualan sayuran dan buah termasuk cabai merah keriting. Umumnya hasil panen cabai merah keriting oleh petani dijual ke Pasar Wates tersebut, sehingga terjadi arus perdagangan antara dua pasar tersebut. Berkaitan dengan arus perdagangan kedua pasar tersebut, tidak lepas dari konsep integrasi pasar, karena dapat digunakan untuk mengetahui hubungan antara pasar satu dengan yang lainnya [4].

Terdapat dua pendekatan integrasi pasar yaitu secara horisontal dan vertikal. Integrasi pasar horisontal adalah pendekatan yang digunakan untuk melihat integrasi pasar antar pasar produsen atau antar pasar konsumen. Pendekatan secara vertikal digunakan untuk melihat integrasi pasar antara pasar produsen dengan pasar konsumen. Integrasi pasar secara vertikal dipengaruhi oleh penyebaran informasi keseluruhan lembaga pemasaran (produsen-grosir-retail- konsumen). Apabila informasi harga tersebut tidak tersebar secara merata keseluruhan lembaga pemasaran maka tidak akan menunjukkan adanya integrasi pasar secara vertikal dengan baik [5].

Integrasi Pasar juga menunjukkan lancar tidaknya arus informasi yang terjadi di semua tingkat pasar. Pasar yang tidak terintegrasi dapat memberikan informasi yang tidak akurat sehingga mendistorsi keputusan pemasaran pada tingkat pasar. Adanya informasi harga yang kurang memadai antara produsen dan konsumen menyebabkan asimetri informasi. Asimetri ini merupakan salah satu bentuk penyebab kegagalan pasar karena tidak lengkapnya informasi harga antara produsen dan konsumen [6]. Penelusuran ada tidaknya integrasi pasar antara produsen dengan pasar konsumen cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo memberikan gambaran mengenai dampak perkembangan harga yang diterima oleh berbagai tingkat pasar. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perkembangan produksi dan perilaku harga cabai merah keriting, serta menganalisis integrasi pasar cabai merah keriting pada produsen dan konsumen di Kabupaten Kulon Progo.

## **2. METODE PENELITIAN**

Lokasi yang dipilih sebagai pasar produsen adalah Kecamatan Panjatan, karena merupakan wilayah sentra produksi cabai merah keriting di Kabupaten Kulonprogo. Penentuan lokasi pasar konsumen juga dipilih secara sengaja yaitu Pasar Wates, karena merupakan pasar tujuan petani menjual cabai merah keriting. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa data time series berupa data produksi dan harga bulanan cabai merah keriting selama kurun waktu 2011-2015. Data sekunder tersebut diperoleh dari Dinas Pertanian dan Pangan (Petugas Informasi Pasar atau PIP) serta Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulon Progo.

Perkembangan produksi cabai merah keriting dianalisis dengan pendekatan grafik. Pendekatan ini dapat dilakukan dengan bantuan Ms. Excel disemua seri harga cabai merah keriting. Perilaku harga cabai merah keriting dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis grafis dan matematis. Analisis grafis dilakukan dengan menggambarkan harga bulanan cabai merah keriting selama tahun 2010-2015 yang ditampilkan dalam bentuk grafik. Analisis grafis dapat dilakukan dengan bantuan software Microsoft Excel. Analisis matematis dilakukan menggunakan Koefisien Variasi untuk mengetahui perilaku harga cabai merah keriting.

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk menganalisis integrasi pasar, yaitu korelasi harga, regresi dan *Index of Market Connection* (IMC) dari Timmer. *Index of Market Connection* (IMC) dari [7] merupakan model yang dikembangkan oleh Ravallion dimana model IMC dapat menunjukkan derajat integrasi pasar. Kelebihan lain adalah model IMC dapat digunakan untuk mengetahui integrasi pasar jangka pendek ataupun jangka panjang. Dengan mempertimbangkan kelemahan dan kelebihan masing-masing model, maka model yang akan digunakan adalah *Index of Market Connection* (IMC) dimana model ini cocok digunakan untuk mengetahui integrasi jangka pendek atau jangka panjang.

Sebelum analisis integrasi pasar cabai merah keriting antara pasar produsen dan pasar konsumen perlu dilakukan pengujian autokorelasi. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu (*residual*) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Masalah autokorelasi timbul karena terjadi korelasi antara satu variabel gangguan dengan variabel gangguan lainnya [8]. Hal ini sering ditemukan pada data *time series* karena “gangguan” pada seseorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya. Cara mendeteksi adanya autokorelasi adalah dengan uji Durbin-Watson.

Hipotesis yang akan diuji adalah:

$H_0$  = Tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )

$H_a$  = Ada autokorelasi ( $r \neq 0$ )

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Statistik Durbin Watson d

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$d_L \leq d \leq d_U$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - d_U < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No decision</i>	$4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$d_U < d < 4 - d_U$

Sumber: [8]

Setelah uji autokorelasi, maka analisis integrasi pasar antara pasar produsen dan pasar konsumen dapat dilakukan. Analisis integrasi pasar dilakukan dengan Model IMC melalui pendekatan *Autoregressive Distributed Lag Model* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$P_{it} = b_1 (P_{i,t-1}) + b_2 (P_{a,t} - P_{a,t-1}) + b_3 (P_{a,t-1}) . (1)$$

Keterangan:

- $P_{it}$  = harga cabai merah keriting di pasar produsen pada bulan ke t
- $P_{i,t-1}$  = harga cabai merah keriting pada pasar produsen pada bulan ke t-1
- $P_{at}$  = harga cabai merah keriting di pasar konsumen pada bulan ke t
- $P_{a,t-1}$  = harga cabai merah keriting di pasar konsumen pada bulan ke t-1
- $b_i$  = koefisien regresi

Besarnya pengaruh harga cabai merah keriting di pasar produsen dan pasar konsumen di Kabupaten Kulonprogo dilihat dari nilai IMC yang dirumuskan sebagai berikut:

$$IMC = \frac{b_1}{b_3} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

- $b_1$  = koefisien regresi  $P_{i,t-1}$
- $b_3$  = koefisien regresi  $P_{a,t-1}$

Koefisien  $b_2$  menunjukkan berapa besar perubahan harga di pasar acuan yang ditransmisikan ke harga di pasar lokal. Koefisien  $b_1$  dan  $b_3$  mencerminkan seberapa jauh kontributif relatif harga periode sebelumnya dari pasar lokal dan pasar acuan terhadap tingkat harga yang berlaku sekarang di pasar lokal. Jika nilai IMC kurang dari satu menunjukkan integrasi jangka pendek. Sedangkan  $b_2$  adalah pengukuran laju perubahan harga di pasar acuan yang ditransmisikan ke pasar lokal yang digunakan untuk mengukur integrasi jangka panjang. Nilai  $b_2$  mengukur integrasi jangka panjang dan nilai yang diharapkan adalah satu atau mendekati satu. Jika nilai koefisien  $b_2$  adalah satu ( $b_2=1$ ) maka kedua pasar terintegrasi dalam jangka panjang. Perbedaan antara dua indikator adalah bahwa  $b_2$  menunjukkan persentase perubahan harga yang terjadi di pasar acuan yang ditransmisikan ke pasar lokal. IMC menunjukkan persentase harga produsen saat ini dipengaruhi oleh perubahan harga produsen di pasar lokal dan pasar acuan pada waktu sebelumnya.

Tabel 1. Kriteria kuat lemahnya integrasi pasar cabai merah keriting di Kabupaten Kulonprogo

Keterangan	Jangka Pendek	Jangka Panjang
Integrasi kuat	IMC mendekati 0 $IMC < 1$	$b_2$ mendekati 1 ( $> 0,5$ )
Integrasi lemah	$IMC > 1$	$b_2$ mendekati 0 ( $< 0,5$ )
Tidak terintegrasi	IMC tinggi	$b_2$ sangat mendekati 0

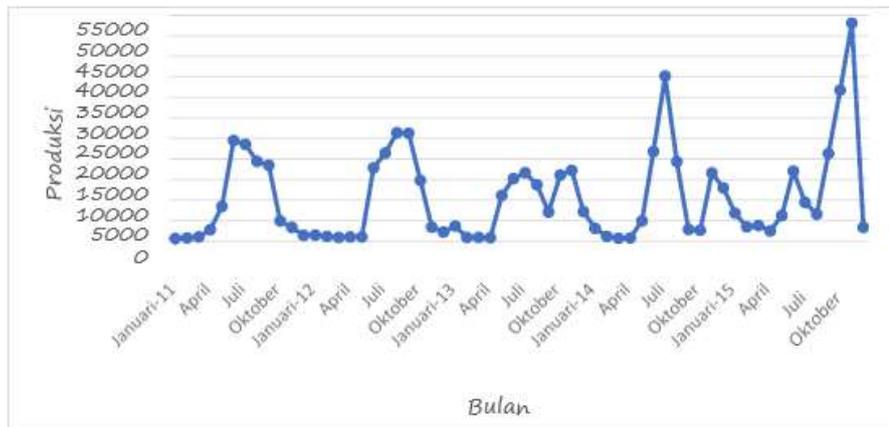
Pengujian model regresi linier di atas dengan melihat nilai koefisien determinasi, Uji F, dan Uji t.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Perkembangan Produksi Cabai Merah Keriting di Kabupaten Kulon Progo

Produksi cabai merah keriting merupakan hasil produksi bulanan cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo selama tahun 2011-2015. Cabai merah keriting adalah sayuran musiman dimana produksinya juga mengikuti musim, hal tersebutlah yang dapat menyebabkan harga cabai merah keriting berfluktuasi di pasaran. Ketika panen raya produksinya kemudian melimpah, sehingga harganya akan rendah serta ketika panen rendah maka harga akan kembali melonjak.

Produksi cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo cenderung berfluktuasi setiap bulannya selama tahun 2011-2015 dikarenakan tidak stabilnya jumlah produksi cabai merah keriting. Berikut perkembangan produksi cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo yang ditampilkan dalam grafik gambar 1.



**Gambar 1.** Perkembangan produksi cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo tahun 2011-2015.

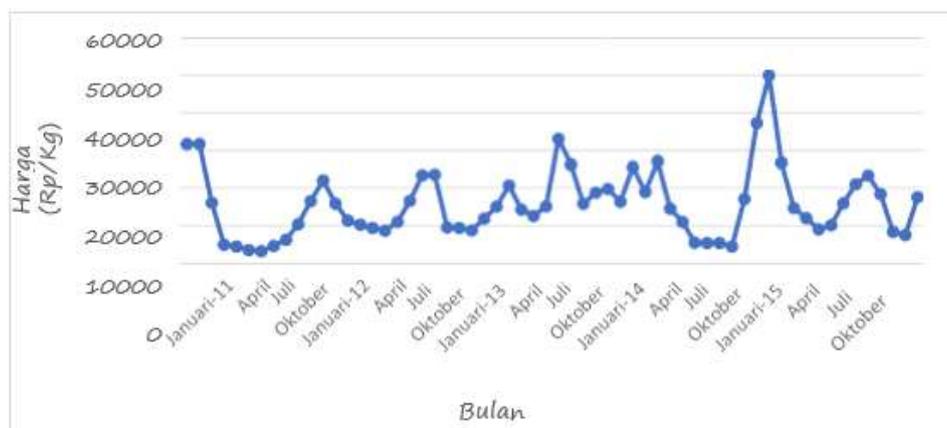
Gambar 1 menunjukkan bahwa produksi cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo berfluktuasi setiap bulannya selama tahun 2011-2015. Selama tahun 2011-2015 produksi cabai merah keriting tinggi di bulan Mei hingga Juli serta bulan September hingga November, dengan puncak produksi tertinggi terjadi di bulan November 2015 yaitu 53.057 kuintal. Sedangkan, produksi cabai merah keriting rendah terjadi pada bulan Januari hingga April selama tahun 2011-2015, dengan produksi terendah terjadi pada bulan Januari 2011 yaitu sebesar 481 kuintal.

Fluktuasi produksi ini terjadi karena petani di Kecamatan Kulon Progo menggunakan lahan pasir serta lahan sawah. Tentunya keduanya memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Cabai merah keriting di lahan pasir masuk musim tanam pada bulan April dan Agustus, sedangkan untuk jenis lahan sawah cabai merah keriting mulai ditanam pada akhir musim penghujan yaitu April. Umumnya petani di sekitar Kecamatan Panjatan memanfaatkan lahan pasir untuk budidaya cabai merah keriting. Lahan pasir dipilih oleh petani sekitar Kabupaten Kulon Progo karena cabai merah keriting di lahan pasir dapat tumbuh dengan baik dan pola tanam yang dapat dilakukan sebanyak dua hingga tiga kali dibandingkan dengan lahan sawah. Budidaya cabai merah keriting dapat dilakukan sepanjang tahun berbeda dengan lahan sawah, dimana petani hanya menanam cabai merah keriting di akhir musim penghujan atau di awal musim kemarau. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan [9]. Rachmat et al (2014), petani dengan lahan pasir mampu menanam cabai merah keriting dua hingga tiga kali dalam satu tahun sedangkan untuk lahan sawah yaitu dua kali dan umumnya dilakukan penanaman cabai merah keriting setelah petani menanam padi.

### 3.2. Perilaku Harga Cabai Merah Keriting di Kabupaten Kulon Progo

- 1) Perilaku Harga Cabai Merah Keriting di Pasar Produsen

Harga cabai merah keriting di pasar produsen adalah harga yang diterima oleh petani di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo. Petani sebagai produsen memiliki peranan sebagai penerima harga saja dimana pembentukan harga terjadi di pasar konsumen. Hal ini terjadi karena petani hanya memproduksi sebagian kecil saja dari total produksi cabai merah keriting dan lebih banyak pedagang yang menyediakan untuk diperjual belikan. Harga bulanan cabai merah keriting selama tahun 2011-2015 ini ditampilkan dalam bentuk grafik sebagai berikut.

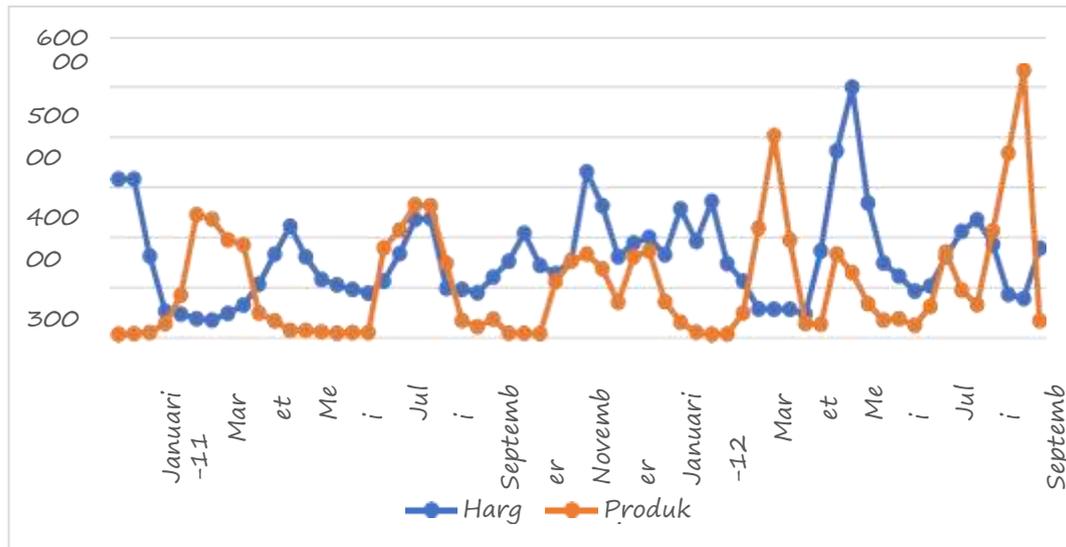


**Gambar 2.** Perilaku harga cabai merah keriting di pasar produsen tahun 2011- 2015.

Gambar 2 menunjukkan bahwa harga cabai merah keriting ditingkat produsen di Kabupaten Kulon Progo berfluktuasi setiap bulannya selama tahun 2011-2015. Selama tahun 2011-2015 harga cabai merah keriting tertinggi terjadi pada bulan Desember 2014 yaitu Rp 49.700 per kilogram dan harga terendah terjadi pada bulan Juli 2011 yaitu Rp 3.300 per kilogram. Harga yang rendah terjadi karena adanya panen raya cabai merah keriting selama bulan Mei hingga Juli dimana puncak panen terjadi pada bulan Juli.

Harga tertinggi pada pasar produsen terjadi pada bulan Desember 2014 dikarenakan pada bulan tersebut adalah musim hujan saat tidak banyak petani yang menanam cabai merah keriting. Akibatnya, pasokan cabai merah keriting ke pasar berkurang sehingga para pedagang perlu mendatangkan cabai merah keriting dari luar daerah Kabupaten Kulon Progo bahkan luar D.I Yogyakarta. Kondisi ini membuat harga cabai merah keriting di pasaran melonjak.

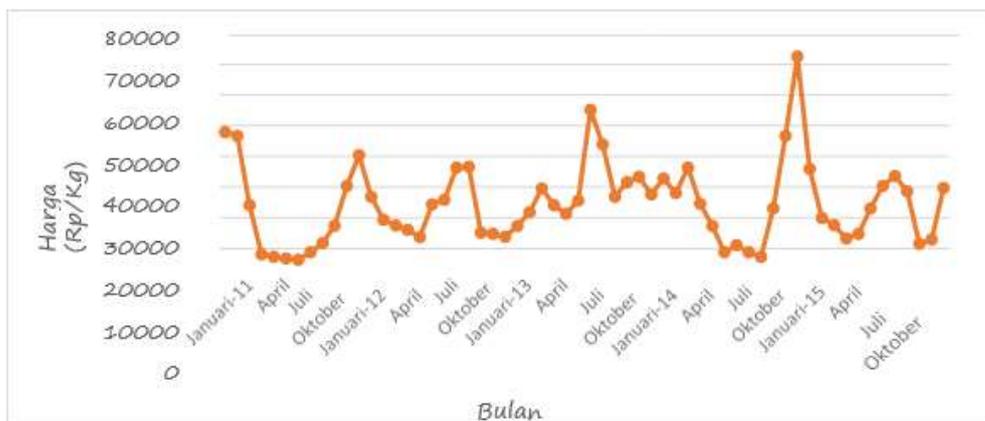
Gambar 3 menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi antara harga dan produksi cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo selama tahun 2011-2015. Pada gambar terlihat bahwa ketika produksi cabai merah keriting rendah maka harga akan naik juga dan sebaliknya, ketika produksi cabai merah keriting tinggi maka harga akan rendah meskipun produksi yang tinggi terkadang tidak selalu diikuti dengan harga yang rendah dan sebaliknya. Seperti terlihat pada gambar 3 pada bulan Desember 2014 harganya sangat tinggi namun produksi yang dihasilkan pun juga cukup tinggi pada tahun tersebut.



**Gambar 3.** Gabungan antara harga dan produksi cabai merah keriting di kabupaten Kulon Progo selama tahun 2011-2015.

2) Perilaku Harga Cabai Merah Keriting di Pasar Konsumen

Pada gambar 4 menunjukkan bahwa harga cabai merah keriting di pasar konsumen mengalami fluktuasi setiap bulannya selama tahun 2011-2015. Dimana terjadi kesenjangan harga yang cukup signifikan pada bulan-bulan tertentu. Harga tertinggi terjadi pada bulan Desember 2014 dengan harga Rp 72.100 per kilogram sedangkan harga terendah terjadi pada bulan Juli 2011 dengan harga Rp 6.000 per kilogram.



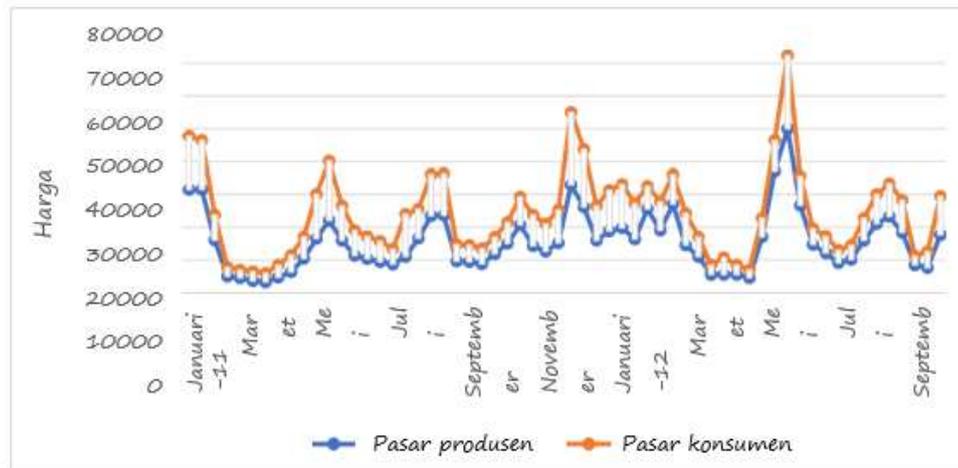
**Gambar 4.** Perilaku harga cabai merah keriting di pasar konsumen selama tahun 2011-2015.

Harga tertinggi di pasar konsumen terjadi karena pasokan cabai merah keriting di pasar setempat yang sedikit sehingga pedagang perlu mendatangkan cabai merah keriting dari luar daerah. Hal tersebut membuat pembengkakan biaya dimana pedagang harus mengeluarkan biaya lebih untuk kegiatan transportasi serta harga yang lebih mahal sehingga pasar konsumen menaikkan harga cabai merah keriting di pasaran. Sedangkan harga terendah yang terjadi pada bulan Juli 2011 terjadi karena melimpahnya jumlah cabai merah keriting di pasaran. Hal tersebut terjadi karena selama bulan Mei hingga Juli terjadi musim panen secara serentak yang menyebabkan harga cabai merah keriting di pasaran anjlok. Harga rendah yang terjadi di pasar konsumen tidak merugikan

pedagang karena mereka tetap mendapatkan untung dari cabai merah keriting yang mereka jual, meskipun tidak begitu banyak.

3) Perilaku Harga Cabai Merah Keriting di Pasar Produsen dan Pasar Konsumen.

Perilaku harga cabai merah keriting pada pasar produsen dan pasar konsumen selama tahun 2011-2015 di Kabupaten Kulon Progo menunjukkan pola pergerakan yang sama artinya apabila harga di pasar konsumen tinggi maka harga di pasar produsen juga akan tinggi, dan sebaliknya apabila harga di pasar konsumen rendah maka harga di pasar produsen juga rendah.



**Gambar 5.** Perilaku harga cabai merah keriting di pasar produsen dan pasar konsumen selama tahun 2011-2015.

Pada gambar 5 terlihat bahwa ketika harga di pasar konsumen tinggi maka harga di pasar produsen juga akan tinggi. Pergerakan harga yang terjadi di pasar produsen mengikuti pergerakan harga yang terjadi di pasar konsumen. Pada gambar 5 terlihat bahwa selama tahun 2011-2015 fluktuasi harga cabai merah yang tinggi terjadi di empat titik berbeda yaitu bulan Januari, Maret, Agustus dan Desember, dengan puncak harga tertinggi terjadi pada bulan Desember 2014. Pada tahun 2011 harga cabai merah keriting tertinggi terjadi pada bulan Januari, bulan September untuk tahun 2012, serta bulan Juli untuk tahun 2013 dan 2015.

Perilaku harga yang terjadi di pasar produsen dan di pasar konsumen cukup menarik, karena pada saat harga cabai merah keriting di puncak tertinggi justru tidak diikuti dengan jumlah produksi cabai merah keriting yang rendah. Tingginya harga cabai merah keriting ini disebabkan oleh faktor lain, seperti pada hari-hari keagamaan dimana konsumen akan lebih konsumtif dibandingkan dengan biasanya, seperti pada bulan Juni hingga September produksi cabai merah keriting tinggi karena bertepatan dengan bulan Ramadhan, Hari Raya Idul Fitri dan Hari Raya Idul Adha sehingga permintaan terhadap cabai merah keriting pada saat itu tinggi kemudian menyebabkan harga cabai merah keriting tinggi. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [10], dimana permintaan terhadap bawang merah di Kabupaten Nganjuk meningkat

dikarenakan pada bulan Agustus 2013 bertepatan dengan Hari Raya Idul Fitri meskipun produksi atau penawaran tinggi pada saat itu.

4) Fluktuasi Harga Cabai Merah Keriting Antar Waktu di Pasar Produsen dan Pasar Konsumen

Nilai koefisien variasi di pasar produsen lebih besar dibandingkan pasar konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga cabai merah keriting di pasar konsumen lebih stabil dibandingkan di pasar produsen yang artinya antara permintaan dan penawaran terhadap cabai merah keriting di pasar konsumen lebih stabil dibandingkan dengan di pasar produsen.

Tabel 2. Perilaku harga cabai merah keriting antar waktu di pasar produsen dan pasar konsumen tahun 2011-2015.

Uraian	Satuan	Tahun					Rerata
		2011	2012	2013	2014	2015	
<b>Pasar Produsen</b>							
a. Rerata harga	Rp/Kg	12.948	13.182	18.281	18.495	15.407	15.663
b. KV	%	81,39	41,37	33,01	76,66	40,20	54,52
<b>Pasar Konsumen</b>							
a. Rerata harga	Rp/Kg	20.990	21.367	29.500	26.113	22.283	24.050
b. KV	%	76,79	38,80	35,50	72,85	39,10	52,61

Tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata nilai KV di pasar produsen lebih besar dibandingkan dengan pasar konsumen yaitu 54,52% untuk pasar produsen sedangkan pasar konsumen sebesar 52,61%. Nilai KV di pasar produsen lebih besar dibandingkan di pasar konsumen, menggambarkan bahwa pasar produsen menerima resiko lebih besar dibandingkan dengan pasar konsumen. Resiko tersebut berupa dimana harga cabai merah keriting di pasar produsen lebih sering berfluktuasi karena pasar produsen hanya sebagai penerima harga dan pasar konsumenlah yang menentukan harga. Fluktuasi yang tinggi di pasar produsen dikarenakan jumlah produksi cabai merah keriting di daerah produsen tidak stabil. Ketidak stabilan jumlah produksi ini yang kemudian membuat petani harus menerima resiko besar terkait harga cabai merah keriting yang tidak menentu. Selain itu, koondisi ini juga disebabkan informasi terkait perubahan harga yang terjadi di pasar konsumen tidak ditransmisikan dengan cepat ke pasar produsen sehingga resiko yang diterima pasar produsen lebih besar dibandingkan dengan pasar konsumen.

Hasil diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [10], fluktuasi harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk menunjukkan bahwa pasar produsen memiliki nilai KV yang lebih besar dibandingkan dengan di pasar konsumen hal tersebut berarti bahwa harga bawang merah di pasar produsen cenderung lebih berfluktuasi dan harga bawang merah di pasar konsumen lebih stabil atau permintaan dan penawaran pada pasar konsumen lebih stabil dibandingkan dengan pasar produsen.

Hasil diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [10], fluktuasi harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk menunjukkan bahwa pasar produsen memiliki nilai KV yang lebih

besar dibandingkan dengan di pasar konsumen hal tersebut berarti bahwa harga bawang merah di pasar produsen cenderung lebih berfluktuasi dan harga bawang merah di pasar konsumen lebih stabil atau permintaan dan penawaran pada pasar konsumen lebih stabil dibandingkan dengan pasar produsen.

### 3.3. Integrasi Pasar Cabai Merah Keriting di Kabupaten Kulon Progo

Sebelum analisis integrasi pasar, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik berupa autokorelasi. Pengujian asumsi klasik tersebut dilakukan sebagai tahap awal untuk mengecek data yang akan dianalisis, apakah layak atau tidak untuk analisis selanjutnya. Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan pada tabel menunjukkan nilai DW sebesar 2,220. Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi, nilai Demikian, nilai DW terletak diantara nilai du dan 4-du ( $du < DW < 4-du$ ) yaitu  $1,52 < 2,220 < 2,48$ . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi di dalam model, sehingga layak untuk dilakukan analisis regresi guna melihat integrasi pasar antara pasar produsen dan pasar konsumen.

Tabel 4. Hasil analisis regresi faktor yang berpengaruh terhadap harga cabai merah keriting di pasar produsen

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Signifikansi
Harga cabai merah keriting di pasar produsen periode sebelumnya	0,499*	4,117	0,000
Selisih harga cabai merah keriting di pasar konsumen periode sekarang dengan periode sebelumnya.	0,939*	33,814	0,000
harga cabai merah keriting ditingkat konsumen periode sebelumnya	0,515*	4,157	0,000
R <sup>2</sup>	0,968		
F	571,795*		0,000
DW	2,220		
N	60		

Keterangan: \*: berarti nyata pada tingkat kepercayaan 99%.

#### 1) Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Hasil analisis regresi di tabel 4 menunjukkan nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,968 atau sebesar 96,8%. Hal ini berarti bahwa 96,8% variasi harga cabai merah keriting di pasar produsen periode sekarang dapat dijelaskan oleh variasi harga cabai merah keriting di pasar produsen periode sebelumnya, harga cabai merah keriting di pasar konsumen periode sebelumnya dan selisih harga cabai merah keriting di pasar konsumen periode sekarang dengan periode sebelumnya. Sedangkan, sisanya sebesar 3,2% dijelaskan oleh variasi variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model regresi, seperti variabel musim.

2) Uji F

Hasil analisis menunjukkan nilai F sebesar 571,795 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil  $\alpha$  1% sehingga menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Artinya, variabel bebas harga di pasar produsen periode sebelumnya, harga di pasar konsumen periode sebelumnya dan selisih harga di pasar konsumen periode sekarang dengan periode sebelumnya dan variasi variabel tidak bebas harga cabai merah keriting di produsen periode sekarang secara bersama-sama secara nyata berpengaruh nyata dengan tingkat kepercayaan sebesar 99%.

3) Uji T

Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel harga di pasar produsen periode sebelumnya memiliki nilai t sebesar 4,117 dengan signifikansi sebesar 0,000. Menunjukkan bahwa, hasil signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  1% sehingga menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  yang artinya variabel harga cabai merah keriting di pasar produsen pada periode sebelumnya berpengaruh secara nyata terhadap variabel harga cabai merah keriting di pasar produsen periode sekarang pada tingkat kepercayaan sebesar 99%. Kemudian, setiap terjadi peningkatan harga cabai merah keriting di pasar produsen periode sebelumnya sebesar Rp 1000 per kilogram maka harga cabai merah keriting di pasar produsen periode sekarang akan naik sebesar Rp 499 per kilogram.

Nilai t hitung untuk variabel selisih harga cabai merah keriting di pasar konsumen periode sekarang dengan periode sebelumnya sebesar 33,814 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  1% yang berarti tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ , artinya variabel selisih harga cabai merah keriting di pasar konsumen periode sekarang dengan periode sebelumnya berpengaruh secara nyata terhadap variabel harga cabai merah keriting di pasar produsen periode sekarang pada tingkat kepercayaan sebesar 99%. Kemudian, setiap kenaikan pada selisih harga cabai merah keriting antara pasar konsumen periode sekarang dengan periode sebelumnya sebesar Rp 1000 per kilogram, maka terjadi kenaikan harga cabai merah keriting di pasar produsen periode sekarang sebesar Rp 939 per kilogram nya.

Tabel 3 menunjukkan hasil analisis nilai t hitung untuk variabel harga cabai merah keriting di pasar konsumen periode sebelumnya sebesar 4,157 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  1% artinya tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ . Demikian, pada tingkat kepercayaan sebesar 99% variasi variabel harga cabai merah keriting di pasar konsumen periode sebelumnya berpengaruh secara nyata terhadap variabel harga cabai merah keriting di pasar produsen periode sekarang. Demikian, setiap terjadi kenaikan harga cabai merah keriting di pasar konsumen periode sebelumnya sebesar Rp 1000 per kilogram, maka terjadi kenaikan harga cabai merah keriting sebesar Rp 515 per kilogram di pasar produsen periode sekarang.

Setelah melakukan pengujian model, selanjutnya dilakukan perhitungan dengan model IMC menggunakan persamaan yang diperoleh dari Tabel 4 sebagai berikut :

$$Pit = 0,499(Pit-1) + 0,939(Pat-Pat-1) + 0,515(Pat-1)$$

Persamaan diatas menunjukkan nilai b1 sebesar 0,499 dan nilai b3 sebesar 0,515. Hasil perhitungan menunjukkan nilai IMC sebesar 0,96. Nilai IMC menunjukkan lebih kecil dari 1 ( $IMC < 1$ ) yaitu  $0,96 < 1$  artinya, derajat integrasi antara pasar produsen dengan pasar konsumen dalam jangka pendek tergolong kuat. Hal tersebut menunjukkan, perubahan harga cabai merah keriting di pasar konsumen ditransmisikan dengan baik dan cepat ke pasar produsen atau perubahan harga yang terjadi di pasar produsen sangat dipengaruhi oleh perubahan harga yang terjadi di pasar konsumen. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [11], dimana hasil perhitungan IMC menunjukkan bahwa harga bawang merah di tingkat pedagang grosir di Pasar Waru dengan harga bawang merah di tingkat petani di Desa Lesong Raya dalam jangka pendek terintegrasi dengan kuat. Selain itu juga hasil penelitian [12], yang menunjukkan bahwa integrasi pasar Cabai Merah Keriting (*Capsicum annum*) di Provinsi Bengkulu tergolong kuat antara pasar konsumen Panorama, Minggu, Ampera dan Purwodadi.

Kuatnya derajat integrasi pasar dalam jangka pendek di Kabupaten Kulon Progo ini menunjukkan bahwa, lancarnya arus informasi antara petani dengan pasar konsumen sehingga harga yang terjadi di petani dipengaruhi oleh harga di pasar konsumen. Selanjutnya, pasokan cabai merah keriting di pasar konsumen sebagian besar berasal dari daerah produsen cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo. Selanjutnya, respon terhadap harga cabai merah keriting dapat terjadi dengan cepat dan baik dengan adanya infratraktur transportasi yang baik dan memadai.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **4.1. Kesimpulan**

Perkembangan produksi cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo bulan Januari-Desember tahun 2011-2015 cenderung berfluktuasi. Perilaku harga cabai merah keriting di pasar produsen dan pasar konsumen di Kabupaten Kulon Progo cenderung berfluktuasi dan keduanya memiliki pola pergerakan yang sama. Fluktuasi harga cabai merah keriting di pasar produsen dan pasar konsumen tertinggi terjadi pada bulan Desember, sedangkan fluktuasi harga terendah terjadi pada bulan Juli 2011. Rerata nilai KV di pasar produsen lebih tinggi dibandingkan dengan di pasar konsumen. Integrasi antara pasar produsen dengan pasar konsumen di Kabupaten Kulon Progo dalam jangka pendek tergolong kuat.

##### **4.2. Saran**

Diharapkan pemerintah Kabupaten Kulon Progo menjaga tingkat produksi dan pasokan cabai merah keriting di pasar guna menjaga stabilitas harga cabai merah keriting di Kabupaten

Kulon Progo dan sekitarnya. Kemudian, diharapkan dilakukan sistem tanam bergilir agar tidak terjadi masa panen serentak yang dapat menyebabkan harga cabai merah keriting anjlok.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Rukmana, H. Rahmat dan Yuyun Y.O. 2002. *Bertanam Cabai dalam Pot*. Kanisius. Yogyakarta.
- [2]. BPS. 2016. *Kabupaten Kulon Progo Dalam Angka 2016*. Kulon Progo. Yogyakarta.
- [3]. Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. C.V Offset Andi. Yogyakarta.
- [4]. Nidausholeha, O. 2007. Perilaku Harga dan Keterpaduan Pasar Komoditas Bawang Merah. *Jurnal Agro Ekonomi*. Vol 14. No 2. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian UGM. Yogyakarta.
- [5]. Asmarantaka, R.W. 2009. *Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran*. IPB Press. Bogor. 2010. Bahan Kuliah Pemasaran Pertanian. Program Studi Ilmu. Ekonomi Pertanian, Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- [6]. Anindita, R. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus. Surabaya.
- [7]. Timmer, C.P. 1987. A Model of Marketing Margins in Indonesia. *Food Research Studies*. 13(2) : 145-67.
- [8]. Widarjono, A. 2017. *Ekonometrika*. Pengantar dan Aplikasinya Disertai Panduan Eviews. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- [9]. Rachmat, M., B. Sayaka, H. Mayrowani, R. Kustiari, V. Darwis dan C. Muslim. 2014. Kajian Kebijakan Pengendalian Impor Produk Hortikultura. *Laporan Teknis*. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.
- [10]. Susanawati, S., Jamhari, J., Masyhuri, M., & Darwanto, D. H. 2016. Integrasi Pasar Bawang Merah di Kabupaten Nganjuk (Pendekatan Kointegrasi Engle- Granger). *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*. 1(1) : 43-51.
- [11]. Sumaiyah, S., Subari, S., dan Happy, A. 2013. Analisis Integrasi Pasar Bawang Merah di Kabupaten Pamekasan. *Agriekonomika*. 2(1) : 76-85.
- [12]. Asriani, P. S., & Rasyid, W. 2012. Perilaku Harga Dan Keterpaduan Pasar Cabai Merah Keriting (*Capsicum Annuum*) Di Provinsi Bengkulu. *Jurnal Agrisepe*. 11(2) : 220-236.