

ANALISIS PEMBENTUKAN HARGA KOMODITAS CABAI DI SURAKARTA

Henri D Wahyudi¹, dan Soepatini²
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Email: hdw122@ums.ac.id;

Syamsudin³, Aflit Nuryulia P⁴
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Email: anp122@ums.ac.id

Abstrack

This study aims to identify the formation of chili commodity prices and analyze the availability of supplies and other factors that may exist that affect fluctuations in the price of chili. The sample of this research consists of 7 regencies and cities, Surakarta, Sragen, Sukoharjo, Wonogiri, Karanganyar, Klaten, and Boyolali. Respondents are 126 people, consisting of farmers, collectors, wholesalers, small traders and end consumers. Analysis using Producer Production, Margin, and Margin Profit Ratio (RPM) Price correlation analysis. Analysis of price transmission elasticity, Market Degrees Concentration Analysis. Results Determination of pepper commodity prices is determined by wholesalers. Based on the analysis of the share of producers shows that the average market share is very good in terms of chili farmers. The highest profit margin ratio is at the Trainer level of 1.58, then the farmer's level is 1.23, while at the wholesale and small traders level, the profit ratio is only 0.07 for small traders and 0.03 for wholesalers. Meanwhile, policy measures related to price stabilization are: Stabilization of existing production management so that planning and realization are more accurate; Partnership with industry, to provide price guarantees (anticipate declining prices). Promotion of processed chili consumption (sauce, ground pepper); Open import, in case of supply shortage.

Keywords: Chili Commodity, Price Formation, Collectors, Traders, Policy

I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Komoditas hortikultura merupakan komoditas potensial yang mempunyai nilai ekonomi tinggi dan memiliki potensi untuk terus dikembangkan. Salah satu komoditas hortikultura yang sangat potensial untuk dikembangkan adalah komoditas cabai. Cabai (*Capsicum annum L*) termasuk salah satu komoditi yang mempunyai nilai ekonomi yang cukup tinggi, karena perannya yang cukup besar untuk memenuhi kebutuhan domestik sebagai komoditi ekspor dan industri pangan (Puspitawati & Wardhani, 2013). Harga cabai yang sering melonjak disebabkan oleh berbagai faktor, diantaranya yaitu keadaan dimana jumlah permintaan lebih besar dari jumlah penawaran sehingga terjadilah keterbatasan *supply* cabai di pasaran (bunga & cieny, 2017). Hal inilah yang kemudian menyebabkan kenaikan harga cabai. Selain itu, kondisi terbatasnya jumlah pasokan cabai

juga diakibatkan oleh terganggunya produksi yang dialami oleh para petani karena bergesernya perubahan cuaca yang mengganggu pola dan kuantitas produksi cabai. Mengingat cabai merupakan jenis komoditas yang mudah membusuk, maka perubahan cuaca ini sangat mempengaruhi produksi cabai yang dikarenakan produksi cabai sangat bergantung pada cuaca khususnya kelembaban udara dan kadar air tanah. Tingkat produksi cabai tentunya mempengaruhi keberlanjutan harga komoditas cabai itu sendiri. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi tidak terjadinya keterpaduan pasar cabai rawit dalam jangka pendek, pasokan cabai rawit yang masuk ke dalam Pasar melalui dari luar daerah Surakarta yang harganya bersaing (prasetyo, 2010).

Tingginya kenaikan harga cabai tersebut menjadi salah satu pemicu utama kenaikan inflasi selama tahun 2010 selain kenaikan harga komoditas lainnya seperti beras dan listrik. Sementara itu, memasuki tahun 2011, kenaikan harga cabai terus terjadi dengan kenaikan harga yang cukup tinggi terutama pada jenis cabai rawit. Di beberapa daerah, lonjakan harga cabai rawit bahkan mencapai Rp 100.000,00/kg (BPS 2016). Kajian tentang mekanisme stabilitas harga komoditas cabai perlu dilakukan terkait dengan potensi sumbangan sektor ini terhadap perekonomian secara umum. Kajian ini menganalisis mekanisme pembentukan harga komoditas cabai, karena komoditas ini merupakan salah satu komoditas penyumbang inflasi yang cukup besar di wilayah Surakarta. Dengan bobot inflasi sebesar 0,27% untuk cabai merah, 0,44% untuk Cabai rawit, sehingga apabila harga komoditas cabai sedikit mengalami beberapa masalah yang ada dalam sistem rantai pasok cabai diantaranya yaitu distribusinya yang masih melalui jalur tataniaga panjang, distribusi margin yang tidak adil sehingga nilai tambah yang diterima petani tidak optimal, fluktuasi harga tinggi yang juga dapat menyebabkan risiko menjadi tinggi (Abbott, P., 2012). Masalah stabilitas harga cabai di Indonesia masih perlu diperhatikan dan diberikan solusi yang tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah stabilitas harga cabai di Indonesia masih perlu diperhatikan dan diberikan solusi yang tepat. Hal tersebut berdasarkan adanya disparitas harga yang cukup tinggi antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen. Berdasarkan kajian empirik sebelumnya dan data yang ada di wilayah Surakarta, maka ada dugaan bahwa struktur pasar oligopoli juga terjadi di pasar cabai di kawasan ini. Hal ini yang menjadi dasar perlunya kajian empirik yang membahas masalah tersebut.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi pembentukan harga komoditas cabai di wilayah Surakarta.
2. Menganalisis ketersediaan pasokan dan faktor lain yang mungkin ada yang mempengaruhi fluktuasi harga cabai.
3. Memberikan kontribusi pemikiran dalam rangka pengendalian harga komoditas cabai terhadap inflasi serta untuk melindungi para petani khususnya di wilayah Surakarta.
4. Memberikan wacana baru bagi ketersediaan pasokan dan faktor lain yang mungkin ada yang mempengaruhi fluktuasi harga cabai.

2. Tinjauan Pustaka

2.3. Pembentukan Harga

Pada penelitian yang dilakukan oleh Galtier (2009), krisis harga pangan pada tahun 2007-2008 yang menyebabkan pergolakan di beberapa negara berkembang yang menimbulkan pertanyaan akan pentingnya stabilitas harga. Konsep stabilitas harga didasarkan pada situasi dimana harga selalu berfluktuasi sepanjang waktu. Istilah instabilitas berasal dari *variabilitas* dan *volatilitas* yang secara langsung terkait dengan konsep keseimbangan. Harga komoditas yang terbentuk pada tingkat akhir atau level pengguna/konsumen sangat tergantung pada efisiensi dari kegiatan distribusi tersebut..

2.4. *Market Concentration*

Jumlah dan ukuran distribusi penjualan dapat mempengaruhi harga yang diukur dengan kekuatan pasar (*market power*). *Market power* adalah kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi harga pasar dan atau mengalahkan pesaing (Galtier, F., 2013) Tingkat konsentrasi pasar dapat dihitung menggunakan beberapa indeks konsentrasi. Pada intinya, penghitungan ini dimaksudkan untuk mengobservasi semua data pangsa pasar untuk dapat mengambil kesimpulan akhir. Perbedaannya terletak pada cara pembobotannya. Terdapat dua macam indeks yang paling sering digunakan, yaitu *Concentration Ratio* (CR) dan Hirschman- Herfindahl Index (HHI).

2.4.1. *Concentration Ratio* (CR)

Dalam menganalisa SCP, rasio konsentrasi merupakan elemen struktur pasar yang paling banyak digunakan di dalam studi ekonomi industri. Konsentrasi merupakan gabungan dari pangsa pasar beberapa perusahaan terbesar di dalam suatu industri. Biasanya konsentrasi ini diukur minimal dua perusahaan dan maksimal

delapan perusahaan. Se jauh ini, yang paling banyak digunakan penguasaan pasar oleh empat perusahaan di dalam industri (CR4).

2.4.2. *Hirschman-Herfindahl Index*(HHI)

Indeks ini juga merupakan pengukuran konsentrasi pasar yang sering digunakan. Namun dalam indeks ini tingkat konsentrasi atau pencerminan jumlah pasar dan pangsa pasar perusahaan dilihat dari pengkuadratan pangsa pasar. (Douglas:1992)

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif survei dan kualitatif wawancara terstruktur. Populasi dari penelitian ini adalah para pihak yang terlibat dalam rantai pasok komoditas cabai meliputi petani cabai pengepul, pedagang Pasar Induk/Tradisional, Pasar modern, pedagang pengecer dan konsumen akhir.

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel kombinasi dari *purposive random sampling* dan *quota sampling*.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Surakarta yang terdiri dari 7 Kabupaten/Kota, yaitu Kota Surakarta, Kabupaten Sragen, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Wonogiri, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Klaten, dan Kabupaten Boyolali. Responden penelitian ini sebanyak 126 orang, yang terdiri dari petani, pengepul, pedagang besar, pedagang kecil/pengecer, dan konsumen akhir.

3.3. Alat Analisis

3.3.1. Analisis Pangsa Produsen, Marjin, dan Rasio Profit Marjin (RPM)

Pangsa produsen atau *producen share (PS)* berguna untuk mengetahui bagian harga yang diterima produsen. Apabila PS semakin tinggi maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen.

3.3.2. Analisis korelasi harga

Hubungan antara harga yang diterima peternak produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir merupakan fungsi linier, dan dari nilai korelasi (r) dapat diketahui struktur pasar yang ada.

3.3.3. Analisis elastisitas transmisi harga

Elastisitas transmisi harga adalah analisis yang menggambarkan sejauh mana dampak perubahan harga suatu barang di satu tempat atau tingkatan terhadap perubahan harga barang itu di tempat atau tingkatan lain. Transmisi harga diukur melalui regresi

sederhana di antara dua harga pada dua tingkat pasar, kemudian dihitung elastisitasnya (Hasyim, 2003)

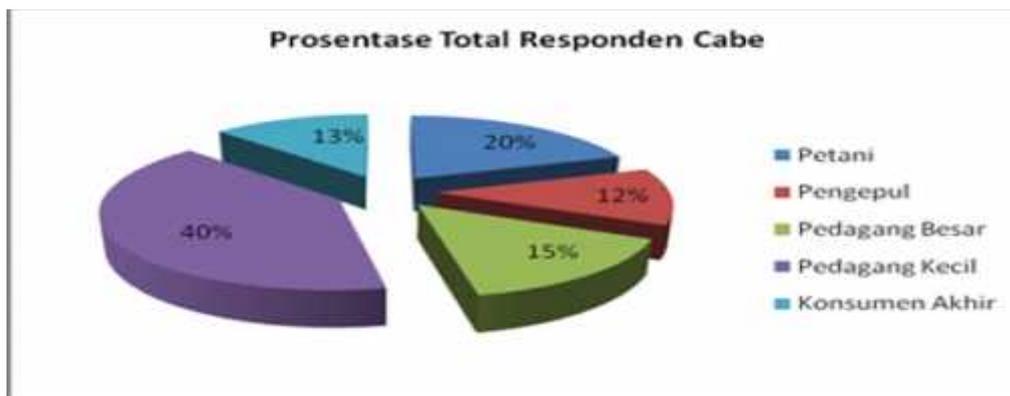
3.3.4. Analisis Derajat Konsentrasi Pasar

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat konsentrasi pembeli dan penjual suatu komoditas/produk dari lembaga pemasaran yang ada di suatu pasar. Perhitungan ini menggunakan konsentrasi rasio empat pasar terbesar (*Concentration Ratio for The Biggest Four (CR4)*) baik di tingkat petani maupun di tingkat lembaga pemasaran.

4. Analisis Dan Pembahasan

4.3. Deskripsi Responden

Penelitian ini dilakukan di wilayah Surakarta yang terdiri dari 7 Kabupaten/Kota, yaitu Kota Surakarta, Kabupaten Sragen, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Wonogiri, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Klaten, dan Kabupaten Boyolali. Responden penelitian ini sebanyak 126 orang, yang terdiri dari petani, pengepul, pedagang besar, pedagang kecil/pengecer, dan konsumen akhir.



Sumber: Data Primer, Diolah (2018)

Gambar 4. 1 Responden Penelitian Cabai

Komposisi dari responden adalah petani sebesar 20%, pengepul sebanyak 12%, pedagang besar sebesar 15%, pedagang kecil sebesar 40%, sedangkan konsumen akhir sebesar 13% .

4.4. Analisis Pangsa Produsen, Marjin Pemasaran Dan Rasio Profit Marjin

4.2.1 Pangsa Produsen

Pangsa produsen untuk petani Cabai merah besar sebesar 50%, sedangkan pangsa produsen untuk petani Cabai keriting 70%, petani Cabai rawit hijau sebesar 62%, dan pangsa produsen petani Cabai rawit merah 70%. Berdasarkan analisis pangsa produsen menunjukkan bahwa rata-rata pangsa pasar sangat baik dari sisi petani Cabai.

4.2.2. Marjin Pemasaran

Hasil perhitungan analisis marjin pemasaran diperoleh hasil:

Tabel. 4.2. Marjin Pemasaran Komoditas Cabai

Rata-rata Marjin pemasaran	Cabai Merah Besar	Cabai kriting	Cabai rawit hijau	Cabai rawit merah
Pengepul	Rp. 2.000	Rp. 2.000	Rp. 3.000	Rp. 4.000
Pedagang Besar	Rp. 2.000	Rp. 2.000	Rp. 2.000	Rp. 2.000
Pedagang kecil	Rp. 2.000	Rp. 2.000	Rp. 2.000	Rp. 3.000
Total Marjin pemasaran	Rp. 6.000	Rp. 6.000	Rp. 7.000	Rp. 9.000
Total Marjin pemasaran (dari Petani ke konsumen akhir)	Rp. 12.000	Rp. 6.000	Rp. 8.000	Rp. 6.000

Sumber: Data Primer yang diolah,(2018)

4.2.2 Rasio Marjin Pemasaran

Hasil perhitungan Analisis Rasio marjin pemasaran adalah sebagai berikut:

Tabel. 4.4. Rasio Profit Marjin

Ratio Profit Marjin	Komoditas Cabai
Tingkat Petani	1.23
Tingkat Pengepul	1.58
Tingkat Pedagang Besar	0.03
Tingkat Pedagang kecil	0.07

Sumber: Data primer yang diolah,(2018)

4.3. Analisis Korelasi Harga Komoditas Cabai

4.3.1. Cabe Merah Besar

Tabel 4.7 Korelasi Harga Cabe Merah

Correlations	Komoditas Cabai	
	Harga Produsen	Harga Konsumen
Pearson Correlation	.004	.004
Sig. (2-tailed)	.991	.991

Hasil perhitungan koefisien korelasi (r) harga dilevel produsen dan konsumen cabe merah sebesar 0,004 atau mendekati nol, berarti hubungan harga pada dua tingkat pasar kurang erat

4.3.2. Cabe Kriting

Tabel 4.8 Korelasi Harga Cabe Kriting

Correlations		
	Harga Produsen	Harga Konsumen
Pearson Correlation	.042	.042
Sig. (2-tailed)	.928	.928

Hasil perhitungan koefisien korelasi (r) harga dilevel produsen dan konsumen cabe kriting sebesar 0,042 atau mendekati nol, berarti hubungan harga pada dua tingkat pasar kurang erat.

4.3.3. Cabe Rawit Hijau

Tabel 4.9 Korelasi Harga Cabe Rawit Hijau

Correlations		
	Harga Produsen	Harga Konsumen
Pearson Correlation	.391	.391
Sig. (2-tailed)	.515	.515

Hasil perhitungan koefisien korelasi (r) harga dilevel produsen dan konsumen cabe kriting sebesar 0,391 atau mendekati nol, berarti hubungan harga pada dua tingkat pasar kurang erat

4.3.4. Cabe Rawit Merah

Tabel 4.10 Korelasi Harga Cabe Rawit Merah

Correlations		
	Harga Produsen	Harga Konsumen
Pearson Correlation	.788	.788
Sig. (2-tailed)	.063	.063

Hasil perhitungan koefisien korelasi (r) harga dilevel produsen dan konsumen cabe rawit merah sebesar 0,788 atau mendekati satu, berarti hubungan harga pada dua tingkat pasar sangat erat

4.4. Analisis Elastisitas Transmisi Harga Komoditas Cabai

Elastisitas transmisi harga digunakan untuk mengetahui hubungan antara harga ditingkat petani dan masing-masing level saluran pemasaran lainnya. Hasil analisis regresi untuk mengestimasi hubungan antar harga ditingkat petani dengan harga dilevel lainnya yang diduga mempengaruhinya.

4.4.1. Cabe Merah

Tabel 4.12 Elastisitas Transmisi Harga Cabe Merah

Nilai	Hubungan antar harga di setiap level				
	Produsen ke Konsumen	Produsen ke Pedagang Besar	Ped Besar ke Ped. Kecil	Produsen ke Ped. Kecil	Produsen ke Pengepul
Koefisien	.027	.181	.116	.356	.154

Analisis elastisitas transmisi harga cabe merah dilakukan dengan melakukan regresi antara harga pada level produsen ke konsumen dan diperoleh nilai $b = 0,027$ dilanjutkan menghitung nilai Elastisitas Transmisi Harga

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,027) \times (9100/16800)$$

$$Et = 20,061$$

Elastisitas transmisi harga pada level produsen ke konsumen mencapai 20,061 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien.

Pada level harga Produsen dan harga Pedagang Besar diperoleh nilai $b = 0,181$ Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,181) \times (9100/12400)$$

$$Et = 4,054$$

Elastisitas transmisi harga dilevel Produsen dan Pedagang Besar mencapai 4,054 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien

Pada level Pedagang Besar ke Pedagang. Kecil diperoleh nilai $b = 0,116$ Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,116) \times (12400/14550)$$

$$Et = 7,346$$

Nilai elastisitas transmisi harga pada level Pedagang Besar ke Pedagang. Kecil mencapai 7,346 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien

Pada level Produsen ke Pedagang Kecil dan diperoleh nilai $b = 0,004$ Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,356) \times (9100/12400)$$

$$Et = 2,061$$

Elastisitas transmisi harga mencapai 2,061 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien

Pada level Produsen ke Pedagang Kecil dan diperoleh nilai $b = 0,154$ Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,154) \times (9100/10100)$$

$$Et = 5,850$$

Elastisitas transmisi harga mencapai 5,850 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar

adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien.

4.4.2. Cabe Kriting

Tabel 4.13 Elastisitas Transmisi Harga Cabe Kriting

Nilai	Hubungan antar harga di setiap level			
	Produsen ke Konsumen	Pengepul ke Pedagang Besar	Ped. Kecil ke Konsumen	Produsen ke Pengepul
Koefisien	.042	.154	.018	.339

Analisis elastisitas transmisi harga Cabe Kriting dilakukan dengan melakukan regresi antara harga pada level produsen dan konsumen (pedagang, pengecer dan pengepul) dan diperoleh nilai $b = 0,042$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,042) \times (9100/18700)$$

$$Et = 11,586$$

Elastisitas transmisi harga mencapai 11,586 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien.

Pada level pengepul dan pedagang besar diperoleh nilai $b = 0,154$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,154) \times (14000/16500)$$

$$Et = 5,509$$

Elastisitas transmisi harga mencapai 5,509 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien.

Pada level pedagang kecil dan konsumen diperoleh nilai $b = 0,018$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,018) \times (18550/18700)$$

$$Et = 55,109$$

Elastisitas transmisi harga cabe kriting di Eks karesidenan Surakarta mencapai 55,109 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien.

Pada level produsen dan konsumen diperoleh nilai $b = 0,339$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,339) \times (9100/14000)$$

$$Et = 1,917$$

Elastisitas transmisi harga mencapai 1,917 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien.

4.4.3. Cabe rawit hijau

Tabel 4.14 Elastisitas Transmisi Harga Cabe Rawit Hijau

Nilai	Hubungan antar harga di setiap level			
	Produsen ke Konsumen	Pengepul ke Pedagang Besar	Ped. Besar ke Ped Kecil	Produsen ke Pengepul
Koefisien	.454	.756	.077	.088

Analisis elastisitas transmisi harga cabe rawit hijau dilakukan dengan melakukan regresi antara harga pada level petani dan konsumen (pedagang pengecer dan tengkulak) dan diperoleh nilai $b = 0,391$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,454) \times (9100/20000)$$

$$Et= 1,00$$

Elastisitas transmisi harga mencapai 1,00 atau laju perubahan harga di tingkat konsumen sama dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang berlaku adalah pasar bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi sudah efisien..

Pada level Pengepul dan pedagang besar diperoleh nilai $b = 0,756$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et= (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et= (1/0,756) \times (14000/18000)$$

$$Et= 1,028$$

Elastisitas transmisi harga cabe rawit hijau di Eks karesidenan Surakarta mencapai 1,028 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien.

Pada level pedagang besar dan pedagang kecil diperoleh nilai $b = 0,077$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et= (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et= (1/0,077) \times (18000/19800)$$

$$Et= 11,806$$

Elastisitas transmisi harga cabe rawit hijau di Eks karesidenan Surakarta mencapai 11,806 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien.

Pada level produsen dan pengepul diperoleh nilai $b = 0,088$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et= (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et= (1/0,088) \times (9100/14000)$$

$$Et= 7,386$$

Elastisitas transmisi harga cabe rawit hijau di Eks karesidenan Surakarta mencapai 7,386 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat

produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien.

4.4.4. Cabe rawit merah

Tabel 4.15 Elastisitas Transmisi Harga Cabe Rawit Merah

Nilai	Hubungan antar harga di setiap level			
	Produsen ke Konsumen	Pengepul ke Pedagang Besar	Ped. Besar ke Ped Kecil	Produsen ke Pengepul
Koefisien	.788	.508	.232	.416

Analisis elastisitas transmisi harga cabe rawit merah dilakukan dengan melakukan regresi antara harga pada level produsen dan konsumen diperoleh nilai $b = 0,788$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,788) \times (9100/21000)$$

$$Et = 0,549$$

Elastisitas transmisi harga mencapai 0,549 atau lebih kecil dari 1 laju artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih kecil dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi adalah pasar bersaing tidak sempurna,.

Pada level pengepul dan pedagang besar dan diperoleh nilai $b = 0,508$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,508) \times (17000/17200)$$

$$Et = 1,945$$

Elastisitas transmisi harga level pengepul dan pedagang besar mencapai 1,945 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien

Pada level pedagang besar ke pedagang kecil dan diperoleh nilai $b = 0,077$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,232) \times (17200/19400)$$

$$Et = 3,821$$

Elastisitas transmisi harga dilevel pedagang besar ke pedagang kecil mencapai 3,821 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien

Pada level produsen dan pengepul diperoleh nilai $b = 0,416$. Selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$Et = (1/b) \times (Pf/Pr)$$

$$Et = (1/0,416) \times (9100/17000)$$

$$Et = 1,286$$

Elastisitas transmisi harga dilevel produsen dan pengepul mencapai 1,286 atau lebih besar dari 1 artinya perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, (2) pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna, dan (3) sistem pemasaran yang terjadi belum efisien

4.5. Analisis Derajat Konsentrasi Pasar Komoditas Cabai

4.5.1. Konsentrasi Pasar Level Petani

Empat petani terbesar yang menjadi responden adalah bapak Bayu, bapak Kristiawan, bapak Paimin dan bapak Sutarno dengan masing-masing penjualan per bulan: 3200 kg, 3000 kg, 1000 kg dan 900 kg. Total penjualan dari petani cabai eks karesidenan Surakarta yang menjadi responden kajian ini per bulan mencapai 15.195 kg. Berdasarkan data ini maka Rasio Konsentrasi untuk petani adalah:

$$\begin{aligned} CS &= ((3200 \text{ kg} + 3000 \text{ kg} + 1000 \text{ kg} + 900 \text{ kg}) / 15.195 \text{ kg}) \times 100\% \\ &= 53,3\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka rasio konsentrasi di level petani adalah 53,3%, artinya pada level petani mempunyai struktur pasar cenderung oligopoli.

4.5.2. Konsentrasi Pasar Level Pengepul

Empat pengepul terbesar yang menjadi responden kajian ini adalah bapak Amin, Ibu Jumiyah, Ibu Nurul dan Ibu Siti Munjiah, dengan penjualan per bulan masing-masing mencapai 300.000 kg, 75.000 kg, 67.500 kg dan 60.000 kg. Total penjualan dari pengepul cabai di eks karesidenan Surakarta per bulan mencapai

564.720 kg. Berdasarkan data ini, maka Rasio Konsentrasi untuk level pengepul adalah:

$$\begin{aligned} \text{CS} &= ((300.000 \text{ kg} + 75.000 \text{ kg} + 67.500 \text{ kg} + 60.000 \text{ kg})/564.720 \text{ kg}) \times 100\% \\ &= 88,98\%. \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka rasio konsentrasi pada level pengepul adalah 88,93% artinya pada level pengepul mempunyai struktur pasar cenderung oligopoli.

4.5.3. Konsentrasi Pasar Level Pedagang Besar

Empat pedagang besar terbesar yang menjadi responden kajian ini adalah bapak Prihanto, Bapak Gilang, Bapak Andi dan bapak Joko Hidayat, dengan penjualan per bulan masing-masing mencapai 45.000 kg, 30.000 kg, 30.000 kg dan 18.000 kg. Total penjualan dari pedagang besar cabai di eks karesidenan Surakarta per bulan mencapai 177.890 kg. Berdasarkan data ini, maka Rasio Konsentrasi untuk level pedagang besar adalah:

$$\begin{aligned} \text{CS} &= ((45.000 \text{ kg} + 30.000 \text{ kg} + 30.000 \text{ kg} + 18.000 \text{ kg})/177.890 \text{ kg}) \times 100\% \\ &= 69,14\%. \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka rasio konsentrasi pada level pedagang besar adalah 69,14% artinya pada level pedagang besar mempunyai struktur pasar cenderung oligopoli.

4.5.4. Konsentrasi Pasar Level Pedagang Kecil

Empat pedagang besar terbesar yang menjadi responden kajian ini adalah bapak Karti, Ibu Amir, Bapak Agung, Ibu Nurul dan Bapak Kona, dengan penjualan per bulan masing-masing mencapai 3000 kg, 2500 kg, 1800 kg dan 1500 kg. Total penjualan dari pedagang besar cabai di eks karesidenan Surakarta per bulan mencapai 27.940 kg. Berdasarkan data ini, maka Rasio Konsentrasi untuk level pedagang besar adalah:

$$\begin{aligned} \text{CS} &= ((3.000 \text{ kg} + 2.500 \text{ kg} + 1800 \text{ kg} + 1500 \text{ kg})/27.940 \text{ kg}) \times 100\% \\ &= 31,49\%. \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka rasio konsentrasi pada level pedagang besar adalah 31,49% artinya pada level pedagang kecil mempunyai struktur pasar cenderung pasar persaingan sempurna.

5. Kesimpulan Dan Rekomendasi

5.1. Simpulan

1. Penentuan harga komoditas cabai ditentukan oleh pengepul. Pangsa produsen untuk petani cabe merah besar sebesar 50%, sedangkan pangsa produsen untuk petani cabe keriting 70%, petani cabe rawit hijau sebesar 62%, dan pangsa produsen petani cabe rawit merah 70%. Berdasarkan analisis pangsa produsen menunjukkan bahwa rata-rata pangsa pasar sangat baik dari sisi petani cabai.
2. Rasio profit margin tertinggi berada pada tingkat Pengepul yaitu sebesar 1,58, selanjutnya adalah pada tingkat petani sebesar 1,23, sedangkan pada tingkat pedagang besar dan pedagang kecil tingkat ratio keuntungannya hanya 0,07 untuk pedagang kecil dan 0.03 pada pedagang besar.

5.2. Rekomendasi Kebijakan

Keberlanjutan rantai pasok cabai dapat tercapai salah satunya dengan stabilisasi pasokan dan stabilisasi harga. Langkah kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah terkait stabilisasi pasokan adalah:

1. Manajemen Produksi: perencanaan pola tanam antar wilayah, membagi kuota tanam cabai antar daerah sesuai dengan potensinya, pemantauan luas tambah tanam, produksi dan harga bulanan; dan perpanjangan masa panen dengan pengaturan pemupukan;
2. Sedangkan, langkah kebijakan terkait stabilisasi harga adalah: Pemantapan manajemen produksi yang telah ada sehingga perencanaan dan realisasi lebih akurat; Kemitraan dengan industri, untuk memberikan jaminan harga (antisipasi harga anjlok). Promosi konsumsi cabai olahan (saus, cabe giling); Membuka impor, bila terjadi kekurangan pasokan.

Daftar Pustaka

- Abbott, P., 2012. Stabilisation policies in developing countries after the 2007-08 food crisis. *Agricultural Policies for Poverty Reduction*, pp.109-168.
- Bunga & ciany, supply-chain.tp.ugm.ac.id/artikel/2017/27-manajemen-rantai-pasok-cabai-yang-berkelanjutan.html.
- Eko Prasetyo, B., 2010. *Analisis Keterpaduan Pasar Cabai Rawit Antara Pasar Legi dengan Pasar Gede dan Pasar Nusukan di Kota Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Sebelas Maret).
- Galtier, F., 2009. *agritrop.cirad.fr, How to manage food price instability in developing countries?*.
- Galtier, F., 2013. Managing food price instability: Critical assessment of the dominant doctrine. *Global Food Security*, 2(2), pp.72-81.

- Galtier, F., 2011. Which instruments best tackle food price instability in developing countries?. *Development in practice*, 21(4-5), pp.526-535.
- Gouel, C., 2013. *Food price volatility and domestic stabilization policies in developing countries* (No. w18934). National bureau of economic research. Indonesia, Statistics. "The Corpus of Chili Statistics." 2016.
- Jamillah, J., 2014. Peluang Dan Kendala Kemitraan Agribisnis Hortikultura Di Aceh. *Economic Management & Business*, 15(3).
- Odozi, J.C. and Omonona, B.T., 2012. Governance options for price instability: A review of the food grain commodity in Nigeria. *Journal of Development and Agricultural Economics*, 4(4), pp.93-100.
- Purba, T.Y., Tarigan, K. and Salmiah, S., 2017 DAMPAK NILAI TUKAR PETANI TERHADAP KESEJAHTERAAN PETANI CABAI MERAH (*Capsicum annum* L.)(Kasus: Desa Hinalang, Kecamatan Purba, Kabupaten Simalungun). *JOURNAL ON SOCIAL ECONOMIC OF AGRICULTURE AND AGRIBUSINESS*, 8(6).
- Torero, M. and Von Braun, J., 2010. Alternative mechanisms to reduce food price volatility and price spikes. *International Food & Agricultural Trade Policy Council*.