

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jagung (*Zea mays*) merupakan salah satu komoditas utama tanaman pangan sebagai sumber karbohidrat kedua setelah beras yang sangat berperan dalam menunjang ketahanan pangan. Hal ini dikarenakan, jagung merupakan bahan makanan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia setelah beras. Selain itu, jagung juga merupakan salah satu komoditas strategis dan bernilai ekonomis, serta mempunyai peluang untuk dikembangkan karena selain sebagai bahan pangan sumber karbohidrat kedua setelah beras, juga dimanfaatkan sebagai bahan baku pakan ternak dan bahan baku industri makanan olahan (Sudana, 2009). Jagung mempunyai arti penting dalam pengembangan industri di Indonesia karena merupakan bahan baku untuk pakan ternak khususnya pakan ayam. Dengan semakin berkembangnya industri pengolahan pangan di Indonesia maka kebutuhan akan jagung akan semakin meningkat pula (Bakhri, 2007).

Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia menyebabkan permintaan jagung sebagai bahan pangan maupun kebutuhan industri bahan baku pun meningkat. Selain itu, bertambahnya industri pakan juga menyebabkan permintaan jagung meningkat sebagai bahan baku pakan ternak. Peningkatan permintaan jagung ini menuntut produksi jagung yang optimal sehingga dapat mencukupi kebutuhan dalam negeri. Jagung sebagai komoditas pangan dalam komponen penggunaannya adalah untuk pakan, diserap pada industri bukan makanan, serta dipergunakan sebagai bahan makanan. Kebutuhan jagung untuk pakan pada tahun 2009 – 2011 hingga prediksi tahun 2012 – 2014 akan terus mengalami peningkatan dengan rata-rata 3,76% per tahun yakni dari 1,8 juta ton pada tahun 2009 menjadi sebesar 1,97 juta ton pada tahun 2014. Jagung juga diserap untuk keperluan industri bukan makanan yang mencapai 3,42 juta ton pada tahun 2009 dan kemudian meningkat hingga menjadi sebesar 4,94 juta ton pada tahun 2011. Jumlah jagung yang siap digunakan sebagai bahan makanan pada tahun 2009 mencapai 12,51 juta ton dan kemudian terus mengalami peningkatan hingga menjadi 13,59 juta ton pada tahun 2011 (Neraca Bahan

Makanan dan BKP-Kementan *dalam* Pusdatin, 2013^a). Hal ini menunjukkan terjadi peningkatan dalam penggunaan jagung di Indonesia.

Peningkatan kebutuhan jagung ini selalu diseimbangkan dengan usaha peningkatan produksi jagung. Namun, produksi jagung tidak dilakukan sepanjang tahun. Hal ini dikarenakan produksi pertanian yang sangat tergantung pada kondisi alam (iklim cuaca) dan hama penyakit. Namun, disisi lain komoditas jagung dikonsumsi sepanjang tahun. Berdasarkan data FAO (2013) dan Pusdatin (2013^a), diketahui bahwa terjadi ketidakseimbangan antara produksi dan permintaan jagung.

Tabel 1. Produksi dan Kebutuhan Jagung Nasional tahun 2007-2013

Tahun	Produksi (ton)	Pertumbuhan (%)	Kebutuhan (ton)	Pertumbuhan (%)
2007	13.287.527		13.956.000	
2008	16.323.922	23 %	16.615.000	19 %
2009	17.629.740	8 %	17.985.000	8 %
2010	18.327.636	4 %	20.066.000	12 %
2011	17.629.033	- 4 %	20.918.000	4 %
2012	19.377.030	10 %	21.196.000	1 %
2013	18.982.000	-2 %	20.839.000	-2%
Rata-rata	17.365.270	6,5 %	18.796.429	7 %

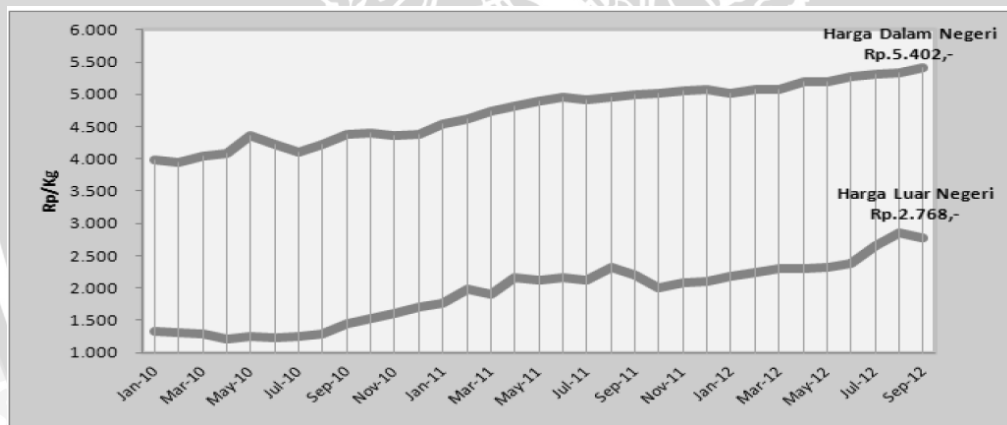
Sumber : FAO, 2013 dan Pusdatin, 2013^a (Diolah)

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa selama tahun 2007-2013 jumlah permintaan jagung selalu lebih tinggi dari jumlah produksi yang dihasilkan. Jumlah rata-rata produksi jagung sebesar 17.365.270 ton per tahun dan kebutuhannya sebesar 18.796.429 ton per tahun. Menurut Irawan (2007), ketidakseimbangan antara kuantitas pasokan dan kuantitas permintaan yang dibutuhkan konsumen dapat menyebabkan fluktuasi harga. Hal ini dikarenakan komoditas jagung yang sensitif terhadap iklim. Iklim yang tidak menentu membuat volume produksi jagung berfluktuasi serta mengakibatkan harga jagung berfluktuasi.

Selisih yang terjadi antara produksi dan permintaan jagung harus dipenuhi dengan cara mengimpor jagung dari pasar dunia. Berdasarkan data FAO (2013) menunjukkan bahwa volume impor jagung cukup berfluktuatif dari tahun ke tahun. Pada tahun 2009, volume impor mencapai 338.798 ton kemudian terus meningkat hingga mencapai 1,5 juta ton pada tahun 2010. Impor terus meningkat

dengan angka tertinggi pada tahun 2011 sebanyak 3,2 juta ton. Namun, pada tahun 2012, volume impor jagung menurun menjadi 1,6 juta ton. Peningkatan impor itu terjadi karena penurunan produksi jagung dan meningkatnya kebutuhan jagung untuk industri pakan ternak. Sedangkan penurunan impor yang terjadi pada tahun 2012 dikarenakan terjadinya peningkatan produksi jagung yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Kehadiran jagung impor tersebut dapat berpengaruh terhadap harga jagung domestik. Menurut Sayekti (2009) harga jagung dunia akan mempengaruhi harga jagung domestik karena Indonesia adalah *small country* yang tidak dapat mempengaruhi harga dunia dan Indonesia adalah negara importer sehingga harga jagung dunia akan mempengaruhi harga jagung dalam negeri. Menurut Kemendag RI (2012), pada tahun 2012 harga rata-rata jagung dalam negeri Rp 5.402,-. Sementara harga jagung luar negeri lebih rendah yaitu Rp 2.768,-. Perbandingan antara harga jagung internasional dan harga dalam negeri terlihat pada Gambar 1, pergerakan harganya berjalan secara beriringan.



Sumber: Kemendag RI, 2012

Gambar 1. Grafik Perbandingan Harga Jagung Dunia dan Harga Jagung Domestik

Berdasarkan data Kemendag (2012), harga rata-rata jagung domestik mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2009 harga rata-rata jagung sebesar Rp 3.868,- mengalami peningkatan sebesar Rp. 4.205,- pada tahun 2010. Selanjutnya pada tahun 2011 harga jagung meningkat menjadi Rp 4.861,- kini harga jagung meningkat menjadi Rp 5.205,- pada tahun 2012. Meskipun setiap tahun terjadi peningkatan harga jagung, akan tetapi hal tersebut tidak diikuti oleh produksi jagung yang tidak selalu meningkat setiap tahunnya. Sedangkan menurut

Sayekti (2009), apabila harga jagung tahun lalu tinggi maka akan mempengaruhi keputusan petani untuk menanam jagung. Demikian sebaliknya jika harga jagung tahun lalu rendah, petani akan enggan untuk menanam jagung pada tahun ini karena keputusan petani untuk menanam jagung membutuhkan waktu untuk merespon harga.

Perkembangan harga jagung yang selalu meningkat setiap tahunnya tidak diringi dengan peningkatan produksi jagung setiap tahunnya. Namun, produksi jagung justru mengalami penurunan pada tahun 2011 dan 2013 (Tabel 1), padahal harga jagung selalu meningkat setiap tahunnya (Gambar 1). Penurunan produksi jagung tersebut dapat diduga produsen jagung belum ikut merasakan pengaruh kenaikan harga yang terjadi karena kenaikan harga jual jagung tidak ditransmisikan kepada petani yang disebabkan petani tidak memiliki akses pasar dan informasi yang menunjang. Sehingga rendahnya harga jagung di tingkat petani masih dirasakan sebagai isu permasalahan yang perlu diatasi (Rachman, 2002).

Hal ini diperkuat oleh Siregar (2009) yang menyatakan bahwa rendahnya harga yang diterima petani tentu saja menyebabkan kesejahteraan petani jagung menurun. Kondisi ini sangat tidak menguntungkan karena akan berpengaruh pada produktivitas petani. Walaupun terjadi peningkatan harga jagung, akan tetapi jika kenaikan harga tersebut justru dinikmati oleh para pedagang, bukan oleh para petani, hal ini akan menyebabkan para petani kurang memiliki insentif untuk menanam jagung. Tentu saja hal ini berbahaya karena akan mengancam target swasembada jagung nasional. Oleh karena itu perhatian lebih banyak perlu diberikan pada upaya agar petani mendapatkan harga yang layak.

Jawa Timur merupakan salah satu sentra produksi jagung terbesar di Indonesia yakni menyumbang 31 % terhadap produksi jagung nasional. Produktivitas jagung di Jawa Timur mencapai 4-5 ton dalam setahun. Sebagai upaya peningkatan stabilitas harga pangan khususnya tanaman jagung di Jawa Timur, maka diperlukan informasi mengenai integrasi pasar dikarenakan menurut Amang dan Sawit (1999) dalam Bustaman (2003), harga komoditas jagung tidak diatur oleh pemerintah atau tidak ada harga dasarnya, sehingga tataniaga dan mekanisme penetapan harga jagung diserahkan sepenuhnya kepada mekanisme

pasar. Akibatnya harga jagung di tingkat domestik menjadi rentan atau sangat tergantung terhadap harga jagung dunia, sehingga harga jagung akan lebih fluktuatif. Harga jagung yang berfluktuasi menimbulkan pertanyaan penting apakah kenaikan harga jagung di tingkat konsumen juga diikuti oleh kenaikan harga jagung di tingkat petani. Transmisi dan pemanfaatan informasi diantara berbagai pasar dapat mengakibatkan harga dari komoditas tertentu bergerak secara bersamaan di berbagai pasar tersebut. Kondisi ini menunjukkan keberadaan integrasi pasar yang merupakan salah satu indikator penting efisiensi sistem pemasaran. Dengan demikian kajian tentang integrasi pasar antar lembaga pemasaran jagung perlu dilakukan untuk mempermudah pengawasan terhadap perubahan harga, juga dapat digunakan sebagai dasar perbaikan kebijakan yang lebih relevan untuk pengembangan pasar komoditas jagung di Jawa Timur. Oleh karena itu, “Analisis Integrasi Pasar Vertikal Komoditas Jagung (*Zea mays* L.) di Jawa Timur” penting untuk dilakukan sebagai dasar untuk memberikan rekomendasi dalam mewujudkan dan meningkatkan integrasi pasar yang terjadi.

1.2. Rumusan Masalah

Jagung merupakan komoditas pertanian yang harganya cukup berfluktuatif. Menurut Subha (2005), fluktuasi harga komoditas jagung terjadi karena adanya ketidakseimbangan antara kuantitas produksi dan kuantitas konsumsi. Hal ini dikarenakan komoditas jagung yang sensitif terhadap iklim. Iklim yang tidak menentu membuat volume produksi jagung berfluktuasi serta mengakibatkan harga jagung berfluktuasi.

Setiap perubahan harga di suatu pasar seharusnya direspon dengan perubahan harga dipasar lain. Kondisi tersebut sesuai dengan teori integrasi pasar. Menurut Rapsomanikis (2004) menjelaskan tentang teori integrasi pasar dimana apabila terjadi integrasi pasar atau jika dua harga terpisah secara spasial atau pada tingkat berbeda dalam rantai pasokan berkointegrasi, ada kecenderungan dari harga tersebut untuk bersama-sama bergerak dalam jangka panjang sesuai dengan hubungan linier. Rapsomanikis juga menambahkan bahwa teori ekonomi berhubungan dengan bagaimana perubahan harga dalam satu pasar, serta sejauh

mana pasar berfungsi secara efisien. Sehingga, ketika harga jagung di tingkat konsumen naik seharusnya harga yang diterima petani juga naik.

Disamping itu fluktuasi harga yang tinggi juga memberi peluang kepada pedagang untuk memanipulasi informasi harga di tingkat petani sehingga transmisi harga dari pasar konsumen kepada petani cenderung bersifat asimetris dalam pengertian jika terjadi kenaikan harga di tingkat konsumen maka kenaikan harga tersebut tidak diteruskan kepada petani secara cepat dan sempurna, sebaliknya jika terjadi penurunan harga di tingkat konsumen maka penurunan harga tersebut diteruskan kepada petani secara cepat (Simatupang, 1999).

Jawa Timur merupakan salah satu sentra produksi terbesar jagung yakni menyumbang 30,96% terhadap produksi jagung nasional. Berikutnya adalah provinsi Jawa Tengah (16,36%), Lampung (10,73%), Sulawesi Selatan (7,69%), Sumatera Utara (7,04%), Jawa Barat (4,84%), Gorontalo (3,64%) dan NTT (3,49%) (Pusdatin, 2013^b). Oleh karena sentra produksi jagung ini terpusat di daerah-daerah tertentu, akibatnya pemasaran komoditas ini harus melewati saluran distribusi yang panjang untuk dapat sampai ke konsumen. Keterbatasan petani baik dalam hal penguasaan modal maupun akses pasar mengakibatkan petani membutuhkan bantuan pelaku pemasaran lain untuk dapat memasarkan hasil produksinya secepat mungkin mengingat karakteristik produk pertanian yang bersifat cepat rusak (tidak tahan lama) agar produk dapat sampai ke tangan konsumen dalam keadaan yang masih baik. Akibatnya, terjadi interaksi antara petani dengan pedagang serta pedagang yang satu dengan pedagang yang lain dalam satu rantai pemasaran khususnya mengenai kesepakatan harga karena tidak ada kebijakan pemerintah yang mengatur harga dasar maupun harga atap penjualan dan pembelian komoditas ini. Namun, bukan berarti dalam pemasaran jagung, petani terbebas dari berbagai macam permasalahan dan kendala.

Menurut Amang dan Sawit (1999) dalam Bustaman (2003), harga komoditas jagung tidak diatur oleh pemerintah atau tidak ada harga dasarnya, sehingga tataniaga dan mekanisme penetapan harga jagung diserahkan sepenuhnya kepada mekanisme pasar. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi oleh petani jagung adalah dalam hal mekanisme pembentukan harga (proses kesepakatan harga). Menurut Sarasutha (2002) proses penentuan harga di

tingkat petani didominasi oleh pedagang besar. Sehingga ketika harga dipasar tinggi, petani hanya menikmati sedikit dari presentasi kenaikan tersebut. Demikian sebaliknya, jika harga di pasar menurun maka harga jual jagung di tingkat petani juga akan menurun bahkan tingkat penurunan tersebut lebih besar dari jumlah penurunan yang terjadi di tingkat konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari perbedaan harga jual serta perbedaan perubahan harga jual antara pasar produsen dengan konsumen pada Tabel 2. Pada tahun 2008 harga jagung konsumen mengalami peningkatan dengan laju peningkatan 24,47 %. Sementara pada tahun yang sama harga produsen juga mengalami peningkatan namun dengan laju peningkatan yang lebih kecil yaitu 18,19 %. Pada saat terjadi penurunan harga pada tahun 2009, laju penurunan harga konsumen 5,9 %. Namun, laju penurunan harga produsen lebih besar dari pada harga konsumen yaitu 10,5%.

Tabel 2. Harga Di Tingkat Produsen Dan Konsumen di Jawa Timur

Tahun	Harga Produsen	Pertumbuhan (%)	Harga Konsumen	Pertumbuhan (%)
2007	1,869.49		2,092.92	
2008	2,209.51	18,19%	2,605.00	24,47%
2009	1,977.22	(-10,5%)	2,451.00	(-5,9%)
2010	2,135.34	7,99%	2,940.00	19,95%
2011	2,439.28	14,23%	3,764.00	28,03%

Sumber: BPS dalam Pusdatin, 2012

Hal tersebut juga ditunjukkan berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik tahun 2009, pada bulan Juni hingga Juli terjadi peningkatan harga di pasar konsumen Jawa Timur sebesar 7,9% dari harga Rp 3.708,- menjadi Rp 4.000,- sementara harga di tingkat petani Jawa Timur menurun sebesar 0,009% dari Rp 2.097,- menjadi Rp 2.077,-. Hal sama juga terjadi pada bulan November-Desember pada tahun 2010. Saat harga di tingkat konsumen Jawa Timur mengalami peningkatan sebesar 0,2% dari Rp 4.637,- menjadi Rp. 4.723,- namun harga di tingkat petani Jawa Timur menurun sebesar 0,04% dari Rp 2.037,- menjadi Rp. 1.938,-. Hal ini menyebabkan berkurangnya motivasi petani dalam membudidayakan jagung karena harga jagung di tingkat petani relatif rendah.

Menurut Anindita (2004) adanya aliran informasi yang simetri dalam kegiatan pemasaran akan memudahkan petani dalam mengontrol harga komoditas

pertaniannya. Biasanya, suatu informasi akan berjalan secara simetri bila terdapat integrasi pemasaran di dalamnya. Integrasi pasar dalam suatu saluran pemasaran dinamakan integrasi pasar vertikal. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan komoditas jagung di Jawa Timur meliputi: luas panen, produktivitas, produksi, konsumsi, dan impor jagung?
2. Bagaimana tingkat integrasi pasar jagung secara vertikal antara petani dengan pedagang besar di Jawa Timur?
3. Bagaimana tingkat integrasi pasar jagung secara vertikal antara pedagang besar dengan pedagang pengecer di Jawa Timur?
4. Bagaimana tingkat integrasi pasar jagung secara vertikal antara petani dengan pedagang pengecer di Jawa Timur?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan perkembangan komoditas jagung di Jawa Timur meliputi: luas panen, produktivitas, produksi, konsumsi, dan impor jagung.
2. Menganalisis tingkat integrasi pasar jagung secara vertikal antara petani dengan pedagang besar di Jawa Timur.
3. Menganalisis tingkat integrasi pasar jagung secara vertikal antara pedagang besar dengan pedagang pengecer di Jawa Timur.
4. Menganalisis tingkat integrasi pasar jagung secara vertikal antara petani dengan pedagang pengecer di Jawa Timur.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan informasi dalam memaparkan integrasi pasar yang terjadi secara vertikal pada komoditas jagung di Jawa Timur dan masukan kepada pemerintah dalam menetapkan arah kebijakan pembangunan pertanian di daerah penelitian.

2. Sebagai tambahan informasi bagi petani untuk melakukan perbaikan tentang sistem pemasaran. Sehingga dapat mengurangi resiko kerugian akibat adanya fluktuasi harga.
3. Sebagai pustaka atau bahan referensi kepada semua pihak terutama kepada mahasiswa maupun peneliti yang berkaitan dengan penelitian ini.

