

### III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

#### 3.1. Kerangka Pemikiran

Jagung merupakan komoditas tanaman pangan yang memiliki peranan yang penting dan strategis dalam pembangunan nasional. Sekarang ini jagung tidak hanya digunakan sebagai bahan pangan tetapi juga digunakan sebagai bahan pakan, industri dan di luar negeri sudah mulai digunakan pula sebagai bahan bakar alternatif (biofuel). Permintaan jagung terus mengalami peningkatan berbanding lurus dengan pertumbuhan penduduk, sebagai dampak dari peningkatan kebutuhan pangan, konsumsi protein hewani dan energi (Dirjen Tanaman Pangan, 2012). Sumbangan jagung terhadap PDB terus meningkat setiap tahun, sekalipun pada saat krisis ekonomi. Pada tahun 2000, kontribusi jagung dalam perekonomian Indonesia Rp 9,4 trilyun dan pada tahun 2003 meningkat tajam menjadi Rp 18,2 trilyun serta tahun 2005 mencapai Rp 19,48 triliun. Kondisi ini mengindikasikan besarnya peranan jagung dalam memacu pertumbuhan subsektor tanaman pangan dan perekonomian nasional pada umumnya (Pustaka Litbang, 2008).

Peningkatan jumlah penduduk di Indonesia menyebabkan konsumsi jagung juga meningkat. Disamping itu, pesatnya perkembangan industri peternakan yang menuntut kontinuitas pasokan bahan baku juga menyebabkan peningkatan konsumsi jagung untuk industri pakan 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 (Neraca Bahan Makanan dan BKP-Kementan *dalam* Pusdatin, 2013<sup>a</sup>). Namun, peningkatan jumlah konsumsi jagung tidak diimbangi dengan produksi dalam negeri. Jumlah produksi jagung yang berubah-ubah setiap tahun dipengaruhi oleh kondisi alam (iklim cuaca) dan hama penyakit yang menghambat pertumbuhan jagung. Berdasarkan data FAO (2013) dan Pusdatin (2013<sup>a</sup>), diketahui bahwa terjadi ketidakseimbangan antara produksi dan permintaan jagung. 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. Fluktuasi harga memiliki beberapa dampak negatif, antara lain dapat memberatkan daya beli masyarakat dan dapat merugikan petani. Sebagai komoditas pertanian, produksi jagung sangat sensitif terhadap iklim. Fluktuasi volume produksi mengakibatkan harga jagung juga berfluktuasi di pasaran. Ketika panen raya, harga jagung relatif rendah sehingga mengakibatkan petani enggan untuk menanam jagung. Sementara, pada musim paceklik harga jagung meningkat.

Pemasaran komoditas jagung tidak terlepas dari peran lembaga pemasaran sebagai penghubung antara produsen dengan konsumen, sehingga keberadaannya menyebabkan perbedaan harga di tingkat konsumen dan produsen. Dalam suatu saluran pemasaran terdapat mekanisme pasar dimana terjadi pertukaran informasi dan proses tawar-menawar sehingga terbentuk kesepakatan harga yang saling menguntungkan masing-masing pihak terkait dalam kegiatan pemasaran tersebut. Lembaga pemasaran yang akan diteliti adalah petani, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Rapsomanikis (2004) menyatakan bahwa transmisi harga memberikan wawasan penting tentang bagaimana perubahan harga dalam satu pasar ditransmisikan ke yang lain, sehingga mencerminkan tingkat integrasi pasar. Suatu pasar dikatakan terintegrasi vertikal dengan baik apabila harga pada suatu lembaga pemasaran ditransformasikan kepada lembaga pemasaran lainnya dalam suatu rantai pemasaran. Untuk membuktikan apakah transmisi yang terjadi di masing-masing lembaga pemasaran simetri atau tidak, perlu dilakukan analisis integrasi pasar.

Di Jawa Timur perubahan harga jagung di antara tingkat lembaga pemasaran masih belum dapat direspon dengan baik oleh para pelaku pasar. Hal ini ditunjukkan dengan pergerakan harga jagung di tingkat konsumen (pedagang pengecer) belum ditransmisikan secara sempurna terhadap harga jagung di tingkat produsen (Tabel 2). Pada saat terjadi kenaikan harga jagung di tingkat konsumen, peningkatan harga di tingkat konsumen lebih tinggi dibandingkan dengan peningkatan harga di tingkat produsen sehingga menyebabkan margin harga jagung dari waktu ke waktu mempunyai tendensi melebar dan signifikan. Namun, pada saat terjadi penurunan harga jagung di tingkat konsumen, penurunan harga lebih rendah dibandingkan dengan penurunan harga di tingkat produsen. Oleh

karena itu diduga hubungan antara petani dan pedagang pengecer terintegrasi lemah. Dalam penelitian terdahulu menurut Situmorang (2012), dikatakan bahwa petani cabai pada umumnya sering mengalami kesulitan dalam hal akses informasi dan pasar dikuasai oleh pedagang di tingkat grosir (pedagang pengumpul / pedagang besar). Sehingga dapat menyebabkan adanya perbedaan margin harga dari waktu ke waktu antara petani dengan pedagang besar. Dengan hal tersebut dapat diduga hubungan antara petani dengan pedagang besar terintegrasi lemah. Sedangkan menurut Kasimin (2009), integrasi harga yang relatif tinggi dapat terjadi pada pedagang pengumpul, pedagang antar kota, dan pengecer, karena sarana transportasi yang sudah baik di tingkat kabupaten dan provinsi, serta kemudahan dan kelancaran komunikasi di antara mereka, dan akses yang lebih baik terhadap pasar alternatif sebagai pembanding harga. Dengan demikian dapat diduga hubungan antara pedagang besar dengan pedagang pengecer terintegrasi kuat.

Pada penelitian ini menggunakan uji kointegrasi Engle dan Granger dan uji *Error Correction Model* (ECM). Menurut Ajija *et al* (2011), uji stasioneritas data digunakan untuk membuktikan data stasioner atau tidak. Uji kointegrasi untuk melihat keterikatan/hubungan variabel dalam jangka panjang. Uji *Error Correction Model* (ECM) untuk mengkoreksi persamaan regresi di antara variabel-variabel yang secara individual tidak stasioner agar kembali ke nilai equilibriumnya dalam jangka panjang atau dengan kata lain untuk mengetahui keterikatan antara variabel dalam jangka pendek yang mungkin terjadi ketidakseimbangan. Uji ECM ini memiliki kelebihan, yaitu mampu menganalisa fenomena ekonomi jangka panjang dan jangka pendek, mampu mengkaji konsisten tidaknya model empirik dengan teori ekonometrika, serta mampu dalam usaha mencari pemecahan dalam persoalan variabel *time series* yang tidak stasioner dalam analisis ekonometrika.

Pengujian yang dilakukan akan menghasilkan apakah perubahan harga di masing-masing lembaga pemasaran ditransmisikan atau tidak. Apabila harga dapat ditransmisikan atau perubahan harga bersifat simetri, maka terjadi integrasi pasar. Apabila terdapat pihak yang dirugikan dalam suatu saluran pemasaran membuktikan bahwa pasar tersebut tidak terjadi integrasi secara vertikal. Setelah

pengujian dilakukan kemudian dapat diketahui terintegrasi atau tidaknya pasar jagung. Selanjutnya dapat dijadikan dasar dalam memberikan rekomendasi terhadap petani dan pemerintah terkait kebijakan perdagangan pada komoditas jagung. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut, maka uraian tersebut dapat digambarkan secara skematis melalui bagan kerangka pemikiran yang ditunjukkan pada skema Gambar 5.

### 3.2. Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian mengenai analisis integrasi pasar vertikal jagung (*Zea mays* L.) di Jawa Timur adalah:

1. Diduga pasar di tingkat petani dan pedagang besar komoditas jagung di Jawa Timur terintegrasi lemah.
2. Diduga pasar di tingkat pedagang besar dan pedagang pengecer (konsumen) komoditas jagung di Jawa Timur terintegrasi kuat.
3. Diduga pasar di tingkat petani dan pedagang pengecer (konsumen) komoditas jagung di Jawa Timur terintegrasi lemah.

### 3.3. Batasan Masalah

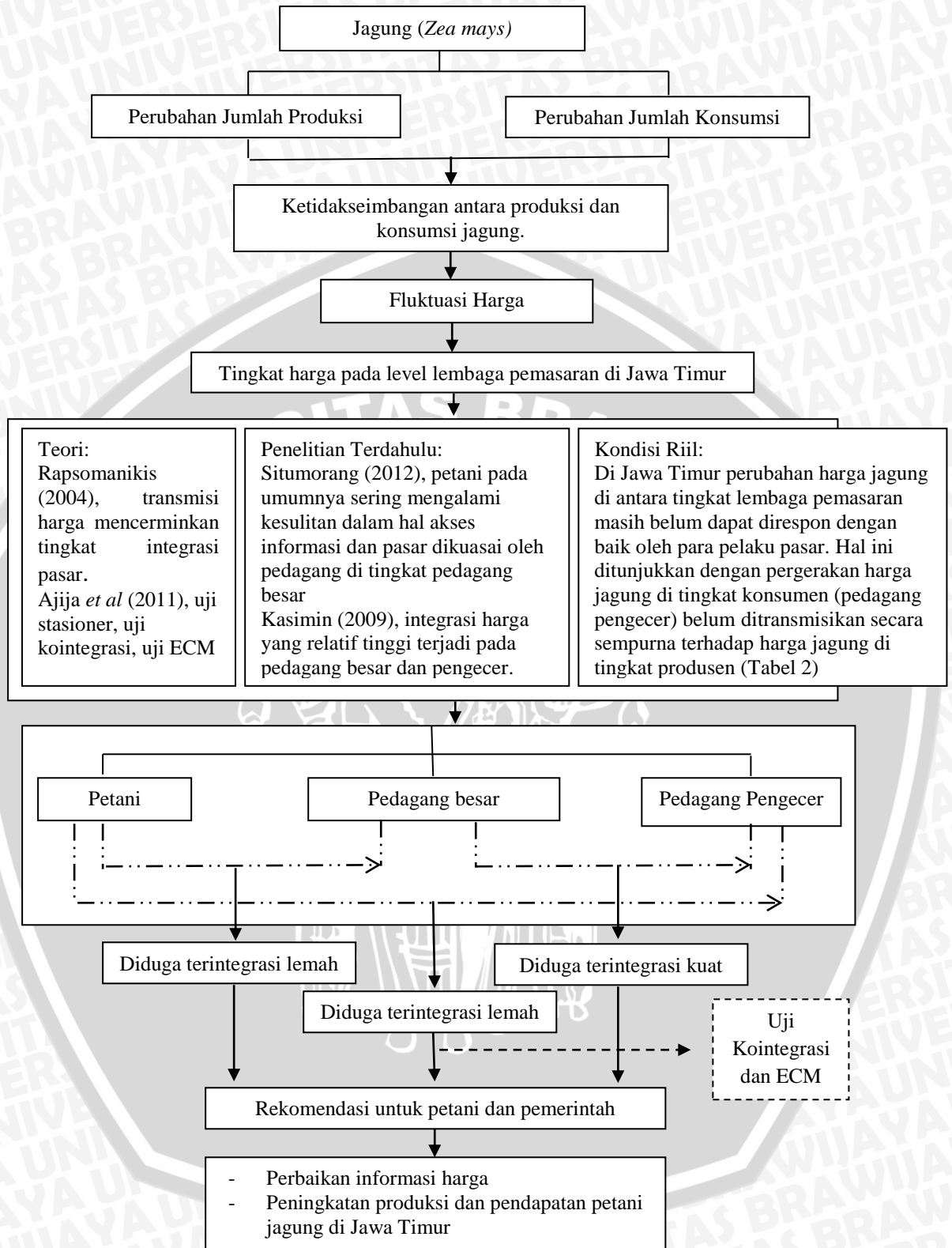
Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Komoditas jagung dalam penelitian ini dipandang secara umum, bukan berdasarkan varietas tertentu.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *time series* bulanan harga jagung di Jawa Timur tingkat produsen, pedagang besar, dan pedagang pengecer dari tahun 2005-2013.
3. Penelitian dilakukan untuk menganalisis dampak perbedaan harga terhadap integrasi pasar dan tidak dilakukan pembahasan mengenai struktur pasar.
4. Dalam penelitian tidak dilakukan analisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi integrasi pasar.
5. Data yang diperoleh merupakan data yang berlaku pada saat penelitian berlangsung.

6. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode analisis kointegrasi melalui tahap uji stasioner data, uji kointegrasi, ECM dan Kausalitas Granger.

### 3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Data deret waktu (*time series*) adalah sekelompok data dari suatu variabel yang disusun menurut urutan waktu.
2. Diferensiasi adalah pembedaan suatu series dengan series sebelumnya pada suatu data untuk menstasionerkan data.
3. Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli atau mendapatkan jagung dari produsen. Pedagang besar biasanya diberikan hak wewenang wilayah atau daerah tertentu dari produsen.
4. Pedagang pengecer merupakan pedagang yang menjual jagung langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.
5. Harga di tingkat petani pada penelitian ini merupakan harga jual jagung yang diterima oleh petani (Rp/kg).
6. Harga di tingkat pedagang besar pada penelitian ini merupakan harga jual jagung yang diterima oleh pedagang besar (Rp/kg).
7. Harga di tingkat pedagang pengecer pada penelitian ini merupakan harga jual jagung yang diterima oleh pedagang pengecer (Rp/kg).
8. Integrasi pasar secara vertikal adalah keterkaitan hubungan antara suatu lembaga dengan lembaga pemasaran yang lainnya dalam satu rantai pemasaran.
9. Integrasi pasar lemah adalah keadaan dimana proses penyesuaian harga antar pasar satu dengan lainnya berjalan lambat.
10. Integrasi pasar kuat adalah keadaan dimana proses penyesuaian harga antar pasar satu dengan lainnya berjalan cepat



Keterangan :

- - - - -> Menunjukkan hubungan
- - - - -> Alat analisis

Gambar 5. Kerangka Pemikiran Analisis Integrasi Pasar Vertikal Komoditas Jagung (*Zea mays*) di Jawa Timur