

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Cabai merupakan bahan pangan yang penting bagi masyarakat Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan dengan data konsumsi cabai rawit yang tinggi meskipun cenderung menurun dari tahun ke tahun. Konsumsi cabai rawit pada tahun 2008 mencapai 1,444 kg/kapita mengalami fluktuasi hingga menjadi 1,403 kg/kapita pada tahun 2012. Secara statistik selama 2008-2012 fluktuasi konsumsi cabai rawit cenderung menurun 1,20%/tahun (Bappenas, 2013).

Memenuhi kebutuhan konsumen terhadap konsumsi cabai maka produksi cabai rawit harus memadai, namun produksi cabai rawit di Indonesia masih mengalami fluktuasi. Pada tahun 2008 produksi cabai rawit sebesar 457.399 ton, tahun 2009 meningkat menjadi sebesar 591.358 ton, tahun 2010 menurun menjadi 521.704 ton, meningkat kembali pada tahun 2011 menjadi 594.227 ton, kemudian tahun 2012 mengalami kenaikan yang cukup besar menjadi 702.252 ton (Badan Pusat Statistika, 2015).

Produksi cabai rawit mengalami kenaikan secara berkala tetapi masih tidak cukup memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia karena sektor industri yang semakin berkembang. Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 1 Tahun 2010 tentang Percepatan Pelaksanaan Prioritas Pembangunan Nasional Tahun 2010, melakukan pengembangan klaster industri pertanian sehingga industri pertanian semakin berkembang dan kebutuhan terhadap cabai rawit semakin bertambah. Hal ini dibuktikan dari impor yang masih dilakukan dengan jumlah yang terus naik. Pada tahun 2008 impor cabai sejumlah 280 ton, meningkat menjadi 846,5 ton di tahun 2009, kenaikan semakin tinggi pada tahun 2010 mencapai 1.798,1 ton, semakin meningkat hingga 3 kali lipat pada tahun 2011 menjadi 6.207,4 ton. Tahun 2012 impor cabai memiliki jumlah yang sangat besar yakni 26.838,7 ton, kenaikan impor pada tahun 2012 tersebut mencapai 400% (Bappenas, 2013).

Impor yang dilakukan terus-menerus dengan jumlah yang melimpah memiliki dampak buruk bagi harga cabai rawit domestik karena akan mengalami fluktuasi. Webb et al. 2012 menyebutkan bahwa konsumen Indonesia menghadapi krisis pada akhir tahun 2010 dan di awal tahun 2011. Harga cabai sekitar Rp.100.000 per

kilogram pada waktu itu, yang membuatnya lebih mahal daripada daging. Dampak fluktuasi harga cabai seringkali lebih merugikan petani daripada pedagang karena petani umumnya tidak dapat mengatur waktu penjualannya untuk mendapatkan harga jual yang lebih menguntungkan. Di samping itu fluktuasi harga yang tinggi juga memberi peluang kepada pedagang untuk memanipulasi informasi harga di tingkat petani (Simatupang 1999 *dalam* Irawan, 2007).

Disparitas/kesenjangan harga di tingkat petani (produsen) dengan konsumen menjadi tinggi karena hal tersebut. Pada tahun 2012 rata-rata harga cabai rawit tingkat produsen senilai Rp 11.351, sedangkan di tingkat konsumen menjadi lima kali lipatnya yakni Rp 67.766. Tahun 2013 harga cabai rawit mengalami penurunan, di tingkat produsen seharga Rp 10.326 dan di tingkat konsumen Rp 47.288. Tahun 2014 harga cabai kembali meningkat dengan harga Rp 12.284 di tingkat produsen dan meningkat hampir 4 kali lipat di tingkat konsumen menjadi Rp 47.288 (Badan Pusat Statistik, 2015).

Disparitas harga yang terlalu besar menyebabkan petani tidak dapat memiliki keuntungan yang optimal dan konsumen harus membayar nilai yang tidak seharusnya dibayar. pengukuran harga antara lembaga pemasaran yang memiliki disparitas harga dapat dilakukan dengan analisis integrasi pasar. Pengukuran menggunakan analisis integrasi pasar merupakan dasar untuk memahami seberapa spesifik pasar bekerja (Ravallion 1986 *dalam* Yang jian 2000). Integrasi pasar juga berperan penting dalam menentukan kebijakan stabilisasi harga pertanian (Fackler dan Goodwin, 2001).

Berdasarkan uraian di atas, maka penting dilakukan analisis integrasi pasar cabai rawit yang mengalami disparitas harga yang tinggi antara petani dan produsen. Analisis integrasi pasar akan memberikan gambaran kondisi integrasi antara produsen hingga konsumen. Hubungan kedua harga dari petani dan produsen juga dapat diketahui.

1.2 Rumusan Masalah

Jumlah penduduk Indonesia yang semakin bertambah menjadi tantangan tersendiri bagi keberlangsungan pangan nasional. Ketersediaan dan ketahanan pangan merupakan hal yang penting untuk kesejahteraan dan keberlangsungan

kehidupan masyarakat Indonesia. Cabai merupakan salah satu bahan pokok yang dibutuhkan untuk pangan penduduk Indonesia. Jika harga cabai menjadi tinggi atau terlalu murah maka ketersediaan cabai menjadi tidak terlalu bagus untuk konsumen dan petani.

Rata-rata petani Indonesia hanya memiliki lahan kurang dari 1 ha sehingga ketika cabai rawit terlalu murah maka mereka akan merugi. Menurut Badan Pusat statistik (2016), nasib petani Indonesia masih dibawah harapan dari target pemerintah, hal tersebut ditunjukkan dari data BPS yaitu nilai tukar petani (NTP) Januari 2015 hanya sebesar 101,32. Arti dari angka tersebut adalah petani hanya mengalami surplus sebesar 1,32. Nilai tukar petani juga dapat digunakan sebagai parameter kesejahteraan petani. Target NTP yang ditetapkan pemerintah adalah 110, angka tersebut masih tidak sesuai dengan target. Salah satu komoditas utama penyebab NTP rendah yaitu cabai rawit. Cabai rawit yang mengalami fluktuasi harga memiliki kesenjangan harga yang sangat berbeda pada tingkat petani dan konsumen membuat petani tidak mengalami keuntungan yang optimal. Penyebab fluktuasi harga pada komoditi cabai rawit yakni terdapat dua musim tanam cabai rawit pada bulan Februari dan Juli. Akibatnya, produksi cabai tidak menunjukkan pola musiman yang kuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa variasi dalam cuaca, penanaman dan faktor lainnya dapat membanjiri efek keluaran musiman yang berdampak pada fluktuasi harga (*Webb et al.*, 2012).

Faktor penting lain yang mempengaruhi harga cabai rawit adalah pemasaran cabai rawit. Dalam memasarkan cabai rawit hingga konsumen akhir (rumah tangga), pihak-pihak yang terlibat sangat beragam yaitu produsen, pedagang besar dan pedagang kecil (retail). Keterlibatan banyak pihak tersebut mengakibatkan peningkatan biaya distribusi. Selain itu, konsentrasi produksi cabai rawit yang berada di Jawa dan Sumatera juga mengakibatkan penambahan biaya distribusi dan biaya susut karena cabai segar memiliki batas waktu penyimpanan yang pendek (Farid dan Subekti, 2012). Rantai pemasaran tersebut mengakibatkan harga dari produsen (petani) dengan konsumen terdapat disparitas yang tinggi. bahkan bisa jadi disparitas antara pedagang besar dan petani lebih tinggi daripada pedagang besar dengan konsumen.

Harga merupakan satu-satunya data yang siap dan tersedia untuk menguji hubungan pasar secara wilayah (Fackler dan Goodwin, 2001). Hubungan pasar secara wilayah (integrasi pasar) tersebut ditransmisikan oleh lembaga pemasaran. Berdasarkan uraian di atas, maka diperlukan penelitian tentang integrasi pasar dengan menggunakan data harga yang terdapat pada produsen dan pedagang besar, pedagang besar dan pedagang pengecer, dan pada produsen dengan pedagang pengecer. Berdasarkan uraian masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana integrasi pasar cabai rawit antara produsen dan pedagang besar di Jawa Timur?
2. Bagaimana integrasi pasar cabai rawit antara pedagang besar dan pedagang pengecer di Jawa Timur?
3. Bagaimana integrasi pasar cabai rawit antara produsen dan pedagang pengecer di Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis integrasi pasar cabai rawit yang terjadi antara produsen dan pedagang besar di Jawa Timur.
2. Menganalisis integrasi pasar cabai rawit yang terjadi antara pedagang besar dan pedagang pengecer di Jawa Timur.
3. Menganalisis integrasi pasar cabai rawit yang terjadi antara produsen dan pedagang pengecer di Jawa Timur.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada :

1. Petani

Penelitian ini diharapkan membantu petani sebagai produsen. Petani dapat menggunakan penelitian sebagai referensi dalam melakukan perbaikan sistem pemasaran agar produk mendapatkan keuntungan yang optimal. Tujuan utama agar petani dapat mengurangi resiko kerugian.

2. Pemerintah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemerintah daerah Jawa Timur. Pemerintah dapat menggunakan hasil penelitian sebagai referensi dalam menetapkan arah kebijakan harga cabai rawit dan rantai pemasaran cabai rawit. Rantai pemasaran cabai rawit diharapkan lebih efisien.

3. Para Peneliti Lain

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi saran serta sebagai rujukan dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan objek penelitian pada pasar yang lebih luas. Peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor yang memengaruhi integrasi pasar.