

**ANALISIS INTEGRASI PASAR KOMODITAS CABAI MERAH DALAM UPAYA
MENINGKATKAN STABILITAS HARGA
(Studi Kasus di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang)**

Oleh:

TRIANITA AMBARWATI

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
MALANG
2016**



**ANALISIS INTEGRASI PASAR KOMODITAS CABAI MERAH DALAM UPAYA
MENINGKATKAN STABILITAS HARGA
(Studi Kasus di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang)**

Oleh:

**TRIANITA AMBARWATI
125040101111043**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

MALANG

2016

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi maupun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Oktober 2016

Trianita Ambarwati



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Integrasi Pasar Komoditas Cabai Merah
Dalam Upaya Meningkatkan Stabilitas Harga (Studi
Kasus di Desa Bocek Kecamatan Karangploso
Kabupaten Malang)

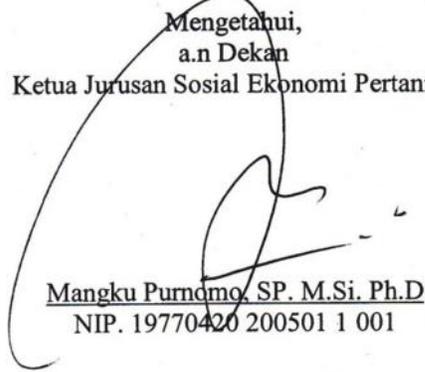
Nama Mahasiswa : Trianita Ambarwati
NIM : 125040101111043
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Menyetujui : Dosen Pembimbing

Disetujui,
Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Moch. Muslich Mustadjab, MSc
NIP. 19480707 197903 1 006

Mengetahui,
a.n Dekan
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian



Mangku Purnomo, SP. M.Si. Ph.D
NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan :

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

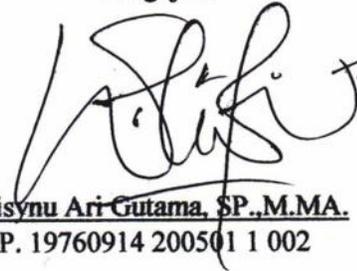
MAJELIS PENGUJI

Penguji I



Dr. Ir. Agustina Shinta H.W., MP.
NIP. 19710821 200212 2 001

Penguji II



Wisynu Ari Gutama, SP., M.M.A.
NIP. 19760914 200501 1 002

Penguji III



Prof. Dr. Ir. Moch. Muslich Mustadijab, M.Sc
NIP. 19480707 197903 1 006

Tanggal Lulus: .



LEMBAR PERSEMBAHAN

“Perjuangan Merupakan Pengalaman
Berharga yang Dapat Menjadikan Kita
Manusia yang Berkualitas”.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kusayangi.

- Bapak dan Ibu Tercinta
Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ibu dan bapak yang selalumembuatku termotivasi dan selalu memberikan kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasihatiiku menjadi lebih baik, Terima Kasih Ibu..... Terima Kasih Bapak....
- Kakak Kembarku Tersayang
Untuk mbak Dana & Dani, tiada yang paling mengharukan saat berkumpul bersama kalian selalu menjadi warna yang tak akan bias tergantikan, terima kasih atas doa dan bantuan kalian selama ini, hanya karya kecil ini yang dapat aku persembahkan.
- Dosen Pembimbing Skripsiku
Bapak Prof. Dr. Ir. Moch. Muslich Mustadjab, M.Sc. selaku dosen pembimbing magang dan skripsi saya, terima kasih saya sudah dibantu selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari penulisan skripsi yang benar, saya tidak akan lupa atas bimbingan selama ini.
- Sahabat-sahabatku Tersayang, Terkece, Ter-semuanya
Untuk sahabatku kos “Maharani I” Riski, Zerlin, Dina, Atika, Reinisya, Adelia, Suci dan Linda sahabat sebimbingan makasih ya gengs kalian yang selalu memberikan support aku selama aku stress mengerjakan skripsi, kalian selalu memberikan keceriaan
Thanks you so much... Gomawoo...
Untuk sahabatku seperantau “Cah Nganjuk” Deppi, Putri, Alby makasih ya sudah menjadi sahabat yang selalu menjadi pelipur lara ketika rindu rumah, kalian selalu memberikan canda tawa dan support. Matur suwun...
- Teman-teman Sebimbingan Prof. Muslich 2012
Terima kasih atas gelak tawa dan solidaritas yang luar biasa sehingga membuat hari-hari semasa bimbingan lebih berarti. Semoga tak ada lagi duka nestapa di dada tapi suka dan bahagia juga tawa dan canda.

TRIANITA AMBARWATI...

RINGKASAN

TRIANITA AMBARWATI. 125040101111043. Analisis Integrasi Pasar Komoditas Cabai Merah Dalam Upaya Meningkatkan Stabilitas Harga (Studi Kasus Di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang). Di bawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Moch Muslich Mustadjab, M.Sc.

Hortikultura merupakan komoditas yang prospektif, baik untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik maupun internasional. Cabai merah merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan dibutuhkan masyarakat. Kabupaten Malang merupakan salah satu produsen cabai merah di Jawa Timur. Sentra penghasil cabai merah di Kabupaten Malang hanya berpusat pada daerah tertentu yakni di Kecamatan Karangploso dan Kecamatan Wajak. Kedua daerah ini sebagai salah satu penghasil cabai merah untuk wilayah Jawa Timur. Setiap tahun produksi cabai merah di Kabupaten Malang mengalami fluktuasi yang mempengaruhi terjadinya perubahan harga cabai merah.

Terjadinya fluktuasi harga cabai merah disebabkan dari faktor iklim dan infrastruktur yang belum memadai. Selain itu ketidakstabilan harga diakibatkan naiknya permintaan cabai merah dengan minimnya stok yang didorong oleh tingginya permintaan masyarakat terhadap cabai merah. ketidakstabilan ini merugikan petani pada musim panen dan memberatkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan pokok. Oleh karena itu dengan adanya permasalahan tersebut perlu dilakukan peningkatan integrasi pasar sebagai salah satu solusi menstabilkan harga cabai merah. petani cabai merah menghadapi masalah adanya perubahan harga dan kurangnya ketersediaan informasi mengenai harga cabai merah yang mengakibatkan tidak stabilnya harga. Sehingga diperlukan suatu kajian tentang integrasi pasar dengan upaya mendapatkan masukan untuk upaya stabilitas harga cabai merah.

Masalah penelitian yang dirumuskan sebagai “Sejauh mana keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer” maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah (1) Mendeskripsikan saluran pemasaran yang dipilih petani dalam memasarkan hasil panen, (2) Menganalisis integrasi pasar cabai merah antara pasar produsen dengan pasar pedagang besar dan antara pasar pedagang besar dengan pasar pedagang. (3) Mendeskripsikan keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer.

Penelitian ini dilakukan di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. Penentuan lokasi ini dilakukan secara *purposive* yang didasarkan Desa Bocek merupakan salah satu sentra penghasil cabai merah di Kabupaten Malang. Populasi pada penelitian ini terdiri dari petani dan lembaga pemasaran. Penentuan sampel petani dilakukan dengan menggunakan metode *simple random sampling* atas dasar luas lahan yang digunakan homogen. Pengambilan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling* atas dasar jumlah populasi yang belum diketahui.

Analisis saluran pemasaran pada penelitian ini menggunakan analisis deskripsi. Analisis integrasi pasar antara pasar satu dengan pasar lainnya menggunakan variabel *error correction model*. Analisis keterkaitan integrasi pasar

dengan perubahan harga di pasar produsen, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer menggunakan analisis deskripsi.

Hasil dari penelitian ini yaitu saluran pemasaran cabai merah di Desa Bocek hampir sama dengan yang ada di Indonesia. Saluran pemasaran cabai merah di Desa Bocek terdapat dua saluran yaitu saluran pemasaran I, petani cabai merah di Desa Bocek – pedagang pengumpul desa – pedagang besar di Pasar Karangploso – pedagang pengecer di Kecamatan Karangploso – konsumen akhir. Saluran pemasaran II, petani cabai merah Desa Bocek – pedagang pengumpul desa – pedagang besar di Pasar Gadang – pedagang pengecer – konsumen akhir. Terjadi integrasi pasar yang lemah antara pasar produsen (petani) dan pasar pedagang besar. Lemahnya integrasi pasar antara produsen (petani) dan pedagang besar dikarenakan informasi harga cenderung bersifat asimetri. Hal ini dikatakan bersifat asimetri karena informasi kenaikan harga di tingkat pedagang besar belum sepenuhnya direspon oleh produsen (petani) sehingga menyebabkan posisi tawar petani rendah. Posisi tawar petani yang rendah disebabkan karena mayoritas petani menjual hasil panennya kepada pedagang dengan kesepakatan harga yang telah ditentukan oleh pedagang, maka posisi tawar pada pedagang sangat kuat.

Terjadi integrasi pasar yang kuat antara pasar pedagang besar dan pasar pedagang pengecer. Integrasi pasar yang terjadi antara pasar pedagang besar dengan pasar pedagang pengecer menunjukkan sempurna, yang berarti informasi perubahan harga cabai merah dari satu pasar pedagang besar ke pasar pedagang pengecer tersalurkan secara sempurna dan tidak terjadi persaingan diantara pedagang pada pasar tersebut. Integrasi pasar berkaitan dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer. Dilihat dari hasil pengujian integrasi pasar antara pasar petani dengan pasar pedagang besar menunjukkan pasar terintegrasi lemah. Sedangkan hasil analisis fluktuasi harga cabai merah menunjukkan pasar petani lebih berfluktuasi dibandingkan pasar pedagang besar dan pasar pedagang pengecer. Selain itu hasil pengujian integrasi pasar antara pasar pedagang besar dengan pasar pedagang pengecer menunjukkan pasar terintegrasi kuat. Sedangkan hasil fluktuasi harga cabai merah di pasar pedagang besar dan pasar pedagang pengecer menunjukkan kecenderungan berfluktuasi lebih kecil dibandingkan pasar petani. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin kuat tingkat integrasi pasar maka semakin kecil tingkat perubahan harga di pasar produsen, pasar pedagang besar, dan pasar pengecer ataupun sebaliknya.

Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah Perlu adanya keaktifan dari petani cabai merah dalam mendapatkan informasi perkembangan harga baik yang diperoleh media cetak dan elektronik sehingga petani tidak tergantung terhadap informasi dari pedagang. Perlu adanya peran pemerintah dalam menstabilkan harga cabai merah sehingga harga cabai merah dapat stabil tidak terjadi fluktuasi.

SUMMARY

TRIANITA AMBARWATI. 125040101111043. Analyze of Market Integration of Red Chili for Price Stabilizing (Case Study In Bocek Village Karangploso Subdistrict Malang). Under guidance Prof. Dr. Ir. Moch Muslich Mustadjab, M.Sc.

Horticulture is a prospective, good products to meet the needs of domestic and international markets. Red chili is one of the horticultural commodities which have high economic value and it takes a community. Malang was one of the producers of red chili peppers in East Java. Red chili producing centers in Malang only centered on specific areas namely Karangploso Subdistrict and Wajak Subdistrict. The second region as one of the producers of red chili to East Java region. Red chili production each year in Poor Counties experiencing fluctuations affecting price change terjadinya red pepper. The second region as one of the producers of red chili to East Java region. Each year the red chili r production in Malang experienced fluctuations which affect the occurrence of changes in the price of red chili.

The onset of price red chili fluctuations caused by the climate factor and the infrastructure is not yet adequate. In addition to this price instability caused soaring demand red chili with the lack of stock that is driven by the public's response to the high demand for red chili. This instability is detrimental to farmers at harvest and aggravating consumers in fulfilling a basic requirement. Therefore the existence of these problems need to be done increased integration of markets as one of the solutions to stabilize the price of red chilies. red chili farmers face the problem of the existence of price changes and the lack of availability of information on prices of red chili that resulted in no relative price. So it required a study of the integration of the market by acquiring the inputs for red chili price stability efforts.

A research problem is formulated as how far connection integration market with price changes at the farmers market, a market trader big retailers market," then the purpose of the research is done (1) describe the marketing channels of the selected farmers in market yields, (2) Analyzing market integration among red chili market producers with large trader market and between market traders by market traders. (3) Describe the interconnectedness of the integration market with price changes at the farmers market, market traders, market trader big retailers.

This research was conducted in the village of Karangploso Sub-district Bocek Malang. The determination of the location is done on a purposive based Bocek Village is one of the red chili producing centers in Malang. This research population consisted of farmers and marketing agencies. The determination of sample farmers carried out using the method of simple random sampling on the basis of land area used homogeneous. Marketing agency sampling is performed using the methods of snowball sampling on the basis of population numbers, are not yet known.

Research on marketing channel analysis using analytical description. Market integration between the analytics market one with other market variables

using error correction model. Analysis of the interconnectedness of the integration market with price changes in the market, manufacturers market wholesalers, retailers use market analysis description.

The results of this research, namely red chili marketing channel in the village of Bocek almost similar to that in Indonesia. Red chili marketing channel in the village of Bocek are two channels i.e. channel marketing I, red chili farmers in the village of Bocek – traders village – big traders in the market Karangploso – retailers in Karangploso – the end consumer. Marketing channels II, red chili farmer Village Bocek – traders village – big traders in the market, Gadang – retailers – the end consumer. The weak market integration occurs between market producers (farmers) and large traders market. Weak market integration between producers (farmers) and wholesalers because information tends to be price asymmetry. It is said to be because the information asymmetry of price increases at the level of large merchants have not all responded to complaints by the producers (farmers) so that the bargaining position of the peasant cause low. The bargaining position of the farmer who is low because the majority of farmers to sell his crop to the merchant with the agreement of the price set by trader, then a fresh position on the merchant is very strong.

Strong market integration occurs among merchants and markets market retailers. market integration that occurs between market traders with market traders retailer shows perfect, which means red pepper price change information from one market trader big retailers to market tersalurkan perfectly and does not occur among traders at the market competition. The integration of the market with regards to price changes in the market, farmers market wholesalers, retailers market. Judging from the results of testing the market integration between the farmers market with market traders large integrated market shows weakness. While the results of the analysis of the price fluctuation of red chili shows more farmers markets fluctuate compared market wholesalers and market traders are retailers. In addition to the test results of market integration among market traders with market retailers showed strong integrated marketplace. While the results of the price fluctuations of market traders in red chili is great and the market is fluctuating trend shows retailers are smaller compared to the farmers market. It can therefore be concluded that the stronger the level of integration of the market then the smaller the level of price changes on the market manufacturers, wholesalers, markets and market retailers or vice versa.

The advice given in this study is the need for the liveliness of red chili farmers in getting good pricing progression information obtained print and electronic media so that farmers do not depend of the information from the merchant. Need for Government's role in stabilizing the prices of red pepper red pepper so prices can be volatile fluctuations do not occur.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul “Analisis Integrasi Pasar Komoditas Cabai Merah Dalam Upaya Stabilitas Harga (Studi Kasus Di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang)” dapat terselesaikan. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana pertanian strata satu di Universitas Brawijaya. Skripsi ini membahas integrasi pasar komoditas cabai merah yang dianalisis menggunakan analisis *error correction model*. Selain itu dianalisis keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer sehingga diharapkan dapat memberikan masukan dalam upaya stabilitas harga.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Nuhfil Hanani, MS., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Moch. Muslich Mustadjab, M.Sc., selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran serta motivasi yang membangun dan bermanfaat bagi penulis.
4. Ibu Destyana Ellingga Pratiwi, SP., MBA., MP., selaku asisten dosen pembimbing yang telah memberi bimbingan, arahan, dan saran serta motivasi yang membangun dan bermanfaat bagi penulis
5. Teman-teman Program Studi Agribisnis angkatan 2012, serta semua pihak yang turut membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk lebih menyempurnakannya, harapannya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Malang, Oktober 2016

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Nganjuk pada tanggal 03 Februari 1994 sebagai putri terakhir dari orang tua yang bernama Bapak Nyariyo dan Ibu Sudarti. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN 1 Ngronggot pada tahun 2000 sampai tahun 2006, kemudian penulis melanjutkan ke SMPN 1 Ngronggot pada tahun 2006 dan selesai pada tahun 2009. Pada tahun 2009 sampai tahun 2012 penulis studi di SMAN 1 Ngronggot. Pada tahun 2012 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata-1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur, melalui jalur Undangan SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah menjadi asisten praktikum Mata Kuliah Pengantar Usahatani pada tahun 2014-2015, Manajemen Produksi Dan Operasi Dalam Perusahaan pada tahun 2015-2016 dan Metode Penelitian Sosial Ekonomi pada tahun 2015-2016. Penulis pernah aktif dalam kepanitiaan PK2MU (Pengenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa Universitas Brawijaya) pada tahun 2014.

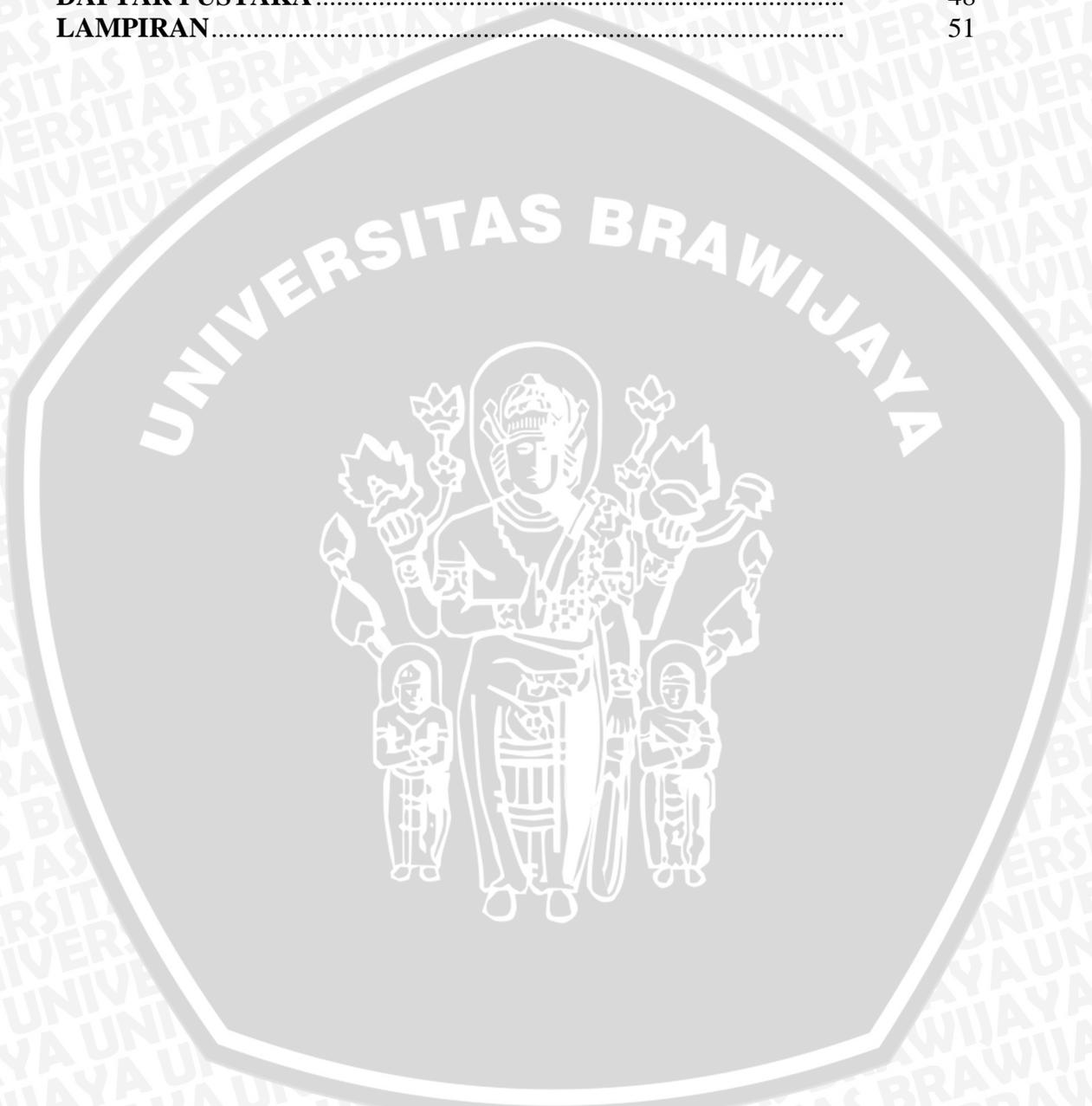


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Halaman i
RINGKASAN	ii
SUMMARY	iv
KATA PENGANTAR	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teknis Budidaya Cabai Merah	9
2.3 Tinjauan Teori Pemasaran	13
2.4 Tinjauan Teori Integrasi Pasar	16
III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN	22
3.1 Kerangka Pemikiran	22
3.2 Hipotesis	24
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
IV. METODE PENELITIAN	26
4.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian	26
4.2 Metode Penentuan Sampel	26
4.3 Metode Pengumpulan Data	27
4.4 Metode Analisis Data	28
V. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	31
5.1 Keadaan Geografis dan Topografi	31
5.2 Keadaan Tanah dan Iklim	31
5.3 Keadaan Penduduk	32
5.4 Keadaan Pertanian	33
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
6.1 Karakteristik Responden	36
6.2 Analisis Saluran Pemasaran Di Daerah Penelitian	39
6.3 Analisis Integrasi Pasar Cabai Merah	40
6.4 Keterkaitan Integrasi Pasar dengan Perubahan Harga Di Pasar	



Petani, Pasar Pedagang Besar, Pasar Pedagang Pengecer	43
VII. PENUTUP	46
7.1 Kesimpulan	46
7.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	51

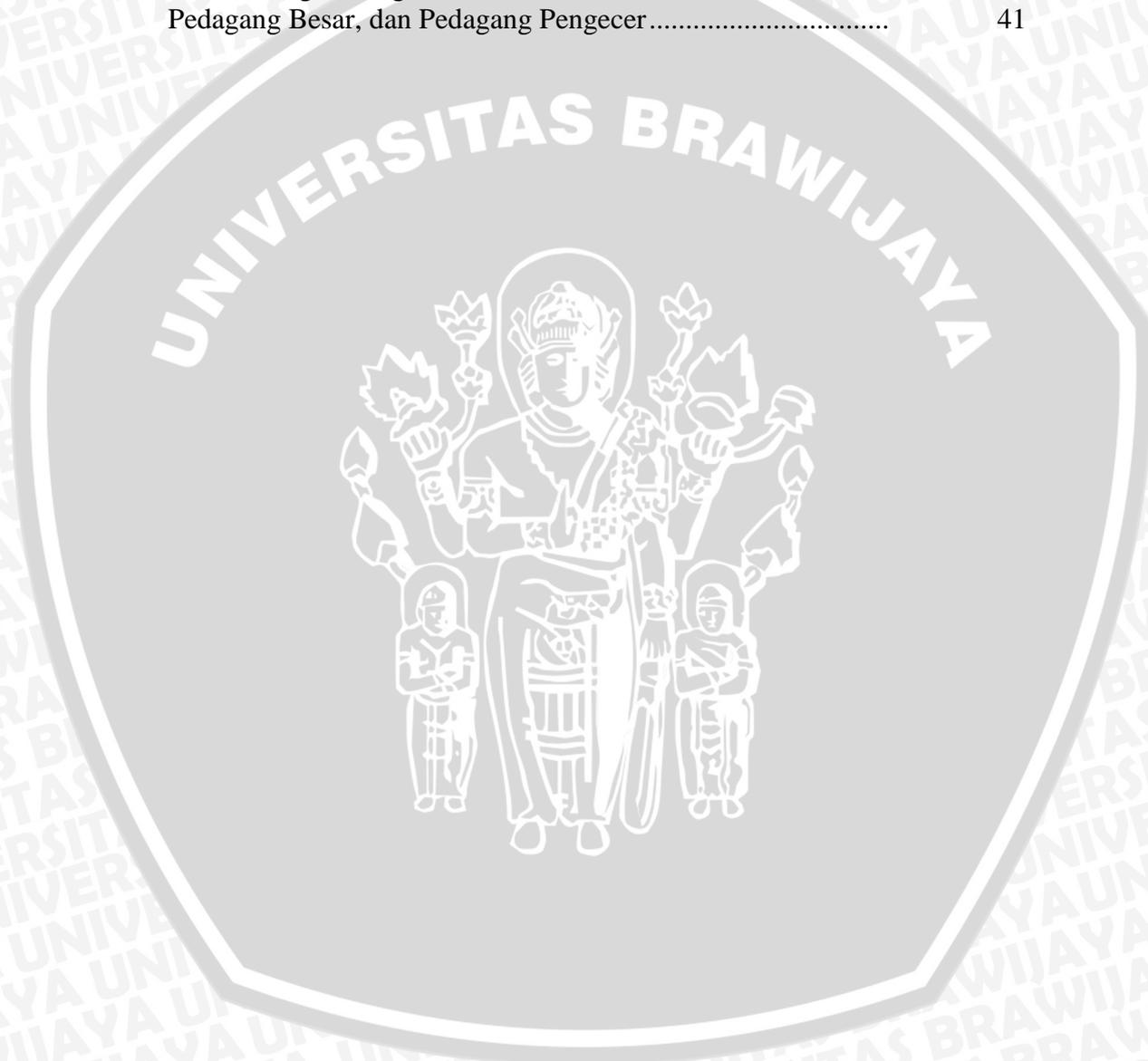


DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1	Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang, 2015.....	32
2	Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang, 2015.....	32
3	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang, 2015.....	33
4	Luas Penggunaan Lahan Di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang, 2015.....	34
5	Luas Areal Tanaman dan Komoditas Usahatani Di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang, 2015.....	34
6	Sebaran Responden Berdasarkan Kelompok Umur Di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang	36
7	Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang	37
8	Sebaran Responden Berdasarkan Lama Usahatani Di Desa Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang.....	37
9	Sebaran Responden Berdasarkan Kelompok Umuer di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang	38
10	Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Desa Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang.....	38
11	Sebaran Responden Berdasarkan Lama Berdagang di Desa Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang.....	39
12	Hasil Model ECM Antara Harga Di Pasar Petani dan Harga Di Pasar Pedagang Besar	40
13	Hasil Model ECM Antara Harga Di Pasar Pedagang Besar dan Harga di Pasar Pedagang Pengecer	42
14	Hasil Perhitungan Fluktuasi Harga Cabai Merah Tahun 2011-2015 Di Pasar Petani, Pasar Pedagang Besar, Pasar Pedagang Pengecer.....	44

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1	Skema Kerangka Pemikiran Analisis Integrasi Pasar Komoditas Cabai Merah Dalam Upaya Stabilitas Harga	22
2	Pola Saluran Pemasaran Cabai Merah Di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang	39
3	Perkembangan Harga Cabai Merah Di Pasar Petani, Pasar Pedagang Besar, dan Pedagang Pengecer	41



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1	Peta Lokasi Penelitian.....	51
2	Perhitungan Jumlah Sampel.....	52
3	Saluran Pemasaran yang Dipilih Petani Cabai Merah.....	53
3	Harga Cabai Merah Di Produsen (Petani)	55
4	Harga Cabai Merah Di Pedagang Besar	57
5	Harga Cabai Merah Di Pedagang Pengecer.....	59
6	Hasil Pengujian Stasioner Data Harga Cabai Merah pada Kondisi <i>Level</i>	61
7	Hasil Pengujian Stasioner Data Harga Cabai Merah Pada Kondisi <i>First Difference</i>	61
8	Hasil Analisis Komputer Pengujian Kointegrasi Antara Harga Di Pasar Petani Dengan Harga Di Pasar Pedagang Besar	62
9	Hasil Analisis Komputer Pengujian Kointegrasi Antara Harga Di Pasar Pedagang Besar Dengan Harga Di Pedagang Pengecer	62
10	Hasil Analisis Komputer Model <i>Error Correction Model</i> (ECM) Antara Harga Di Pasar Petani Dengan Harga Di Pasar Pedagang Besar.....	63
11	Hasil Analisis Komputer Model <i>Error Correction Model</i> (ECM) Antara Harga Di Pasar Pedagang Besar Dengan Harga Di Pedagang Pengecer	63
12	Dokumentasi Penelitian	64
13	Kuisisioner Penelitian Petani Cabai Merah.....	66
14	Kuisisioner Penelitian Lembaga Pemasaran Cabai Merah.....	69

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hortikultura merupakan produk yang prospektif, baik untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik maupun internasional. Permintaan pasar baik di dalam maupun di luar negeri masih besar. Produk hortikultura memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Permintaan produk hortikultura meningkat hal ini dikarenakan berpengaruh dengan kemajuan perekonomian. Selain itu, Indonesia merupakan negara yang cocok dikembangkan tanaman hortikultura. Dilihat dari keragaman karakteristik lahan, agroklimat serta sebaran wilayah yang luas yang memungkinkan dalam pengembangan hortikultura di Indonesia.

Cabai merah merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan dibutuhkan masyarakat. Cabai merah mengandung berbagai macam senyawa yang berguna bagi kesehatan manusia. Kandungan vitamin dalam cabai merah adalah A dan C serta mengandung minyak atsiri, yang rasanya pedas dan memberikan kehangatan bila digunakan untuk rempah-rempah (bumbu dapur). Selain itu cabai merah termasuk komoditas ekspor dan bahan baku industri yang mana dapat memberikan peluang yang baik sebagai sumber pertumbuhan di sektor pertanian. Akan tetapi, penawaran komoditas ini, masih sangat bergantung pada jumlah produksinya.

Perkembangan produksi di Jawa Timur tahun 2012-2014 menunjukkan mengalami peningkatan yang disebabkan luas panen dan rata-rata produktivitas yaitu pada tahun 2012 luas panen sebesar 14,07 hektar dan produktivitas sebesar 7,08 ton per hektar. Sedangkan pada tahun 2013 luas panen sebesar 13,45 hektar dan produktivitas sebesar 7,56 ton per hektar. Produksi cabai merah tertinggi di Jawa Timur terjadi pada tahun 2014 sebesar 111,02 ton dengan peningkatan luas panen sebesar 13,86 hektar dan produktivitas sebesar 8,01 ton per hektar. Sedangkan produksi pada tahun 2012 dan 2013 sebesar 99,07 ton dan 101,09 ton (Badan Pusat Statistik, 2015).

Menurut Badan Pusat Statistik (2015), Jawa Timur merupakan salah satu penghasil cabai merah di Indonesia. Sentra produksi cabai merah di Jawa Timur yakni Malang, Tuban, Blitar, Bojonegoro. Produksi cabai merah dari setiap sentra berbeda untuk Malang mencapai 21,58 ton, Tuban mencapai 19,64 ton, Blitar

mencapai 15,83 ton dan Bojonegoro sebesar 9,10 ton. Oleh karena itu, dengan produksi cabai merah yang meningkat maka hal ini diimbangi dengan perkembangan harga cabai merah.

Perkembangan harga cabai merah di tingkat produsen dan konsumen selama periode tahun 2010 hingga 2014 mengalami peningkatan. Pada periode lima tahun terakhir (tahun 2010-2014), harga cabai merah di tingkat produsen maupun di tingkat konsumen mengalami peningkatan yang cukup tajam. Tahun 2010 harga produsen cabai merah sebesar Rp 16.343,- per kg dan di tahun 2014 menjadi Rp 19.237,- per kg dengan persentase harga di tingkat produsen 28,94% sementara harga cabai merah di tingkat konsumen sebesar Rp 54.919,- per kg dengan presentase 15,21% (Pusdatin, 2015). Harga cabai merah mengalami fluktuasi setiap tahunnya

Fluktuasi harga musiman terjadi hampir setiap tahun yakni menjelang akhir tahun sampai awal tahun dimana harga cabai melonjak cukup tinggi mencapai lebih dari Rp 100.000,- per kg, sedangkan pada saat tertentu harganya bisa jatuh dibawah Rp 10.000,- per kg. Hal ini dikarenakan pasokan cabai merah berkurang sedangkan permintaan konstan dan kontinyu setiap hari bahkan meningkat pada musim tertentu. Peningkatan harga cabai merah disebabkan permintaan yang meningkat dan sangat dibutuhkan konsumen. Selain itu dengan adanya peningkatan harga cabai ini mempengaruhi tingkat inflasi (Saptana *et al* , 2012). Fluktuasi harga cabai merah terjadi karena produksi cabai bersifat musiman, faktor hujan, biaya produksi dan panjangnya saluran distribusi (Farid dan Subekti, 2012). Sementara itu, disparitas harga cabai antar daerah terjadi karena pusat produksi cabai terkonsentrasi di Jawa dan kualitas infrastruktur jalan kurang memadai (Irawan 2007).

Kabupaten Malang merupakan salah satu produsen cabai merah di Jawa Timur. Sentra penghasil cabai merah di Kabupaten Malang hanya berpusat pada daerah tertentu yakni di Kecamatan Karangploso dan Kecamatan Wajak. Kedua daerah ini sebagai salah satu penghasil cabai merah untuk wilayah Jawa Timur. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2015), produksi cabai merah di Kabupaten Malang mencapai 21,58 ribu ton pada tahun 2014. Produksi ini mengalami penurunan dari tahun sebelumnya sebesar 3,44 ribu ton dari 25,02 ribu ton menjadi

21,58 ribu ton. Setiap tahun produksi cabai merah di Kabupaten Malang mengalami fluktuasi yang mempengaruhi terjadinya perubahan harga cabai merah.

Ketidakstabilan harga komoditas cabai merah menjadi salah satu faktor terjadinya fluktuasi harga bahkan mempengaruhi inflasi. Hal ini disebabkan dari faktor iklim dan infrastruktur yang belum memadai. Selain itu ketidakstabilan harga di akibatkan naiknya permintaan cabai merah dengan minimnya stok yang didorong oleh tingginya permintaan masyarakat terhadap cabai merah. ketidakstabilan ini merugikan petani pada musim panen dan memberatkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan pokok. Oleh karena itu dengan adanya permasalahan tersebut perlu dilakukan peningkatan integrasi pasar sebagai salah satu solusi menstabilkan harga cabai merah.

Integrasi pasar merupakan suatu ukuran yang menunjukkan keterkaitan perubahan harga yang terjadi di pasar acuan dengan perubahan harga di pasar pengikutnya (Asmarantaka, 2009). Perubahan harga yang relatif cepat diharapkan akan direspon secara cepat oleh pelaku pasar sehingga pasar dapat lebih efisien. Ketersediaan informasi harga merupakan salah satu indikator dalam kelancaran sistem pemasaran yang terintegrasi. Permasalahan yang dihadapi ketika melakukan pemasaran hasil pertanian yaitu fasilitas pasar yang tidak memadai pada skala produksi yang kecil dan pasar seperti ini termasuk ke dalam struktur pasar yang tidak sempurna. Hal ini menyebabkan pasar yang tidak sempurna menyebabkan kurang adanya respon penyesuaian harga sehingga pasar menjadi tidak efisien dan tidak terintegrasi.

Penelitian tentang integrasi pasar banyak dilakukan oleh para peneliti salah satunya penelitian ini dilakukan oleh Astuty (2015) mengenai integrasi pasar cabai merah keriting di Kabupaten Malang. Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian pada skripsi ini menganalisis keterkaitan integrasi pasar terhadap perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, dan pasar pedagang pengecer.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa terjadinya perubahan harga diakibatkan adanya ketidakstabilan pada harga pada pasar cabai merah. Sehingga diperlukan suatu kajian tentang integrasi pasar dengan upaya mendapatkan

masukannya untuk upaya stabilitas harga cabai merah. Bila harga stabil diharapkan dapat membantu meningkatkan pendapatan yang diterima petani cabai merah.

1.2 Rumusan Masalah

Kabupaten Malang merupakan daerah penghasil cabai merah di Provinsi Jawa Timur. Cabai merah memiliki penawaran dan permintaan disebabkan pola panen cabai merah yang bersifat musiman dan relatif cepat berubah ketika menjelang akhir tahun dan awal tahun. Hal ini menyebabkan terjadinya fluktuasi terhadap harga. Fluktuasi harga cabai merah disebabkan oleh beberapa faktor yaitu produksi cabai merah cenderung berkonsentrasi di daerah-daerah tertentu. Selain itu, struktur produksi yang terkonsentrasi pada suatu daerah saja sehingga tidak ada keseragaman antar produsen cabai merah. Sedangkan komoditas cabai merah umumnya bersifat mudah busuk dan tidak tahan lama. Fluktuasi harga ini menyebabkan terjadinya pembentukan harga. Pembentukan harga dipengaruhi oleh kekuatan mekanisme pasar yang berlaku.

Desa Bocek sebagai sentra produksi cabai merah di Kabupaten Malang. Desa ini terletak di Kecamatan Karangploso. Komoditas cabai merah merupakan komoditas unggulan di Desa tersebut. Hampir mayoritas masyarakat di Desa Bocek ini memproduksi tanaman cabai merah. Desa ini sebagai pemasok cabai merah di pasar-pasar yang ada di Kabupaten Malang. Produsen cabai merah menjual langsung kepada tengkulak yang ada di pasar. Pasar yang menjadi penyalur cabai merah yaitu pasar Karangploso dimana pasar ini merupakan pasar lokal yang menjual berbagai sayur mayur terutama komoditas cabai merah yang merupakan komoditas unggulan di Kecamatan Karangploso.

Permasalahan yang dihadapi yaitu adanya posisi penawaran harga di tingkat produsen lebih rendah dibandingkan di tingkat konsumen. Hal ini dikarenakan arus informasi harga dari pasar konsumen ke pasar bersifat asimetri yang berarti ketika terjadi kenaikan maupun penurunan harga pada suatu komoditas maka kenaikan dan penurunan harga diteruskan ke produsen (Irawan, 2007). Informasi harga pasar merupakan salah satu indikator penting dalam berlangsungnya pembentukan harga. Apabila informasi harga pasar saling berintegrasi maka terbentuk stabilitas harga di tingkat konsumen dan produsen. Berdasarkan uraian di atas maka dikemukakan

permasalahan mengenai integrasi pasar di tingkat produsen dan konsumen. Berkenaan dengan hal tersebut masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

“Sejauh mana keterkaitan integrasi pasar terhadap perubahan harga di pasar petani, pedagang besar, pasar pedagang pengecer”

Secara rinci permasalahan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana petani cabai merah memasarkan hasil panen?
2. Bagaimana integrasi pasar cabai merah antara pasar petani dengan pasar pedagang besar dan antara pasar pedagang besar dengan pasar pedagang pengecer?
3. Bagaimana keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga di tingkat pasar petani, pasar pedagang besar, dan pasar pedagang pengecer?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan saluran pemasaran yang dipilih petani dalam memasarkan hasil panen.
2. Menganalisis tingkat integrasi pasar cabai merah antara pasar petani dengan pasar pedagang besar dan antara pasar pedagang besar dengan pasar pedagang pengecer.
3. Mendeskripsikan keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer.

1.4 Kegunaan Penelitian

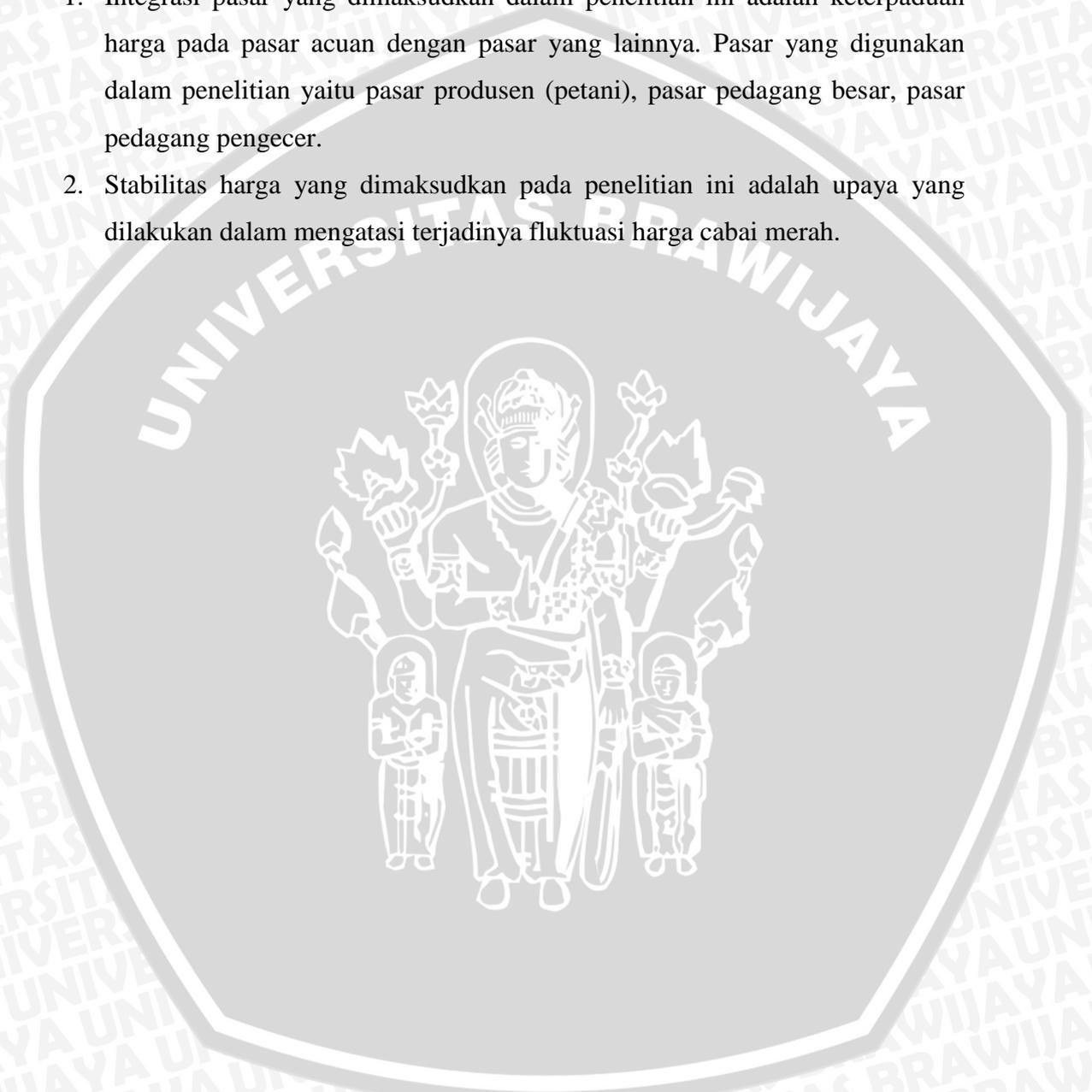
Kegunaan penelitian mengenai integrasi pasar komoditas cabai merah, yaitu sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi untuk upaya stabilisasi harga cabai merah sehingga dalam pendapatan petani dapat meningkat.
2. Bagi peneliti, menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut terkait dengan topic penelitian.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian adalah terbatas untuk menganalisis integrasi pasar komoditas cabai merah dalam upaya stabilitas harga studi kasus di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang.

1. Integrasi pasar yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah keterpaduan harga pada pasar acuan dengan pasar yang lainnya. Pasar yang digunakan dalam penelitian yaitu pasar produsen (petani), pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer.
2. Stabilitas harga yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah upaya yang dilakukan dalam mengatasi terjadinya fluktuasi harga cabai merah.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai integrasi pasar telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu meskipun dengan ada perbedaan seperti komoditas dan tempat. Terdapat beberapa penelitian yang menganalisis mengenai integrasi pasar. Penelitian yang dilakukan oleh Listiyorini (2008), bertujuan untuk menganalisis keterpaduan pasar cabai merah di Kabupaten Brebes. Penelitian ini menggunakan metode koefisien korelasi, model *Ravallion, Index of Market Connection* (IMC) dan kointegrasi. Hasil dari penelitian adalah tingkat keterpaduan pasar cabai merah antara pasar Sengon dan pasar Ketanggungan pada jangka pendek yakni perubahan harga yang terjadi di pasar Sengon ditransmisikan ke pasar Brebes dan Ketanggungan secara langsung dan segera. Sedangkan tingkat keterpaduan pasar cabai merah antara pasar Sengon dan pasar Bumiayu dalam jangka pendek yakni perubahan harga yang terjadi di pasar Sengon tidak ditransmisikan secara langsung dan segera ke pasar Bumiayu.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu menganalisis keterpaduan pasar (integrasi pasar) dan objek penelitian menggunakan komoditas cabai merah. Sedangkan perbedaannya dengan skripsi ini yaitu metode analisisnya. Skripsi ini menggunakan *Error Correction Model* (ECM) dan menganalisis keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer.

Penelitian yang dilakukan oleh Ardhiani dan Asmara (2010), yang bertujuan mengetahui integrasi pasar bawang merah secara vertikal dan horisontal untuk mendapatkan gambaran efisiensi sistem pemasaran bawang merah. penelitian ini menggunakan metode analisis derajat konsentrasi pasar dan pendekatan *Error Correction Model* (ECM). Hasil dari penelitian adalah 1) pasar bawang merah terintegrasi lemah baik dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek yang disebabkan alur informasi harga berjalan lambat. 2) struktur pasar bawang merah tidak sempurna (oligopsoni) adanya keterikatan petani dengan pedagang (kontrak) serta tingkat pengetahuan pasar yang terbatas yang menyebabkan alur informasi pasar tidak berjalan dengan sempurna.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu menganalisis integrasi pasar dan metode analisis dengan menggunakan *Error Correction Model* (ECM). Sedangkan perbedaannya dengan skripsi ini yaitu objek penelitian skripsi ini menggunakan komoditas cabai merah dan metode analisisnya dengan menganalisis keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer.

Penelitian yang dilakukan oleh Sumaiyah dkk (2013), bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran bawang merah di Desa Lesong Daya Batu Marmar Kabupaten dan mengetahui integrasi pasar di tingkat bawang petani di desa dan di tingkat pedagang di Pasar Waru, Lesong Daya Batumarmar Pamekasan. Metode penelitian menggunakan analisis margin pemasaran pasar dan metode *Index of Market Connection* (IMC). Hasil dari penelitian adalah 1) ada dua saluran pemasaran bawang merah di Desa Lesong Daya, Batumarmar Kabupaten. 2) Berdasarkan analisis harga, kuat pasar terpadu baik dalam jangka pendek dan jangka panjang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu menganalisis integrasi pasar. Sedangkan perbedaannya dengan skripsi ini yaitu objek penelitian skripsi yaitu menggunakan komoditas cabai merah. Perbedaan lainnya dari skripsi ini yaitu metode analisisnya menggunakan *Error Correction Model* (ECM) dan menganalisis keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer.

Penelitian yang dilakukan oleh Pusposari (2014), mengenai intergrasi pasar kopi Robusta di Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterikatan atau keterpaduan perubahan harga kopi Robusta di Jawa Timur. Hasil dari penelitian adalah 1) integrasi pasar antara pedagang pengumpul dan petani kopi dalam jangka panjang dan jangka pendek yaitu terjadi integrasi pasar. 2) integrasi pasar vertikal kopi Robusta di Jawa Timur, antara ekportir dengan pedagang pengumpul terjadi integrasi pasar vertikal dalam jangka panjang dan jangka pendek. 3) integrasi pasar vertikal kopi Robusta antara ekportir dengan petani tidak terjadi integrasi pasar jangka panjang tetapi terjadi integrasi pasar dalam jangka pendek.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu menganalisis integrasi pasar. Sedangkan perbedaannya dengan skripsi ini yaitu objek penelitian

skripsi ini menggunakan komoditas cabai merah dan metode analisisnya dengan menganalisis keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer.

Penelitian yang dilakukan oleh Astuty (2015), bertujuan mengetahui integrasi pasar cabai merah keriting di Kabupaten Malang. Penelitian ini menggunakan metode dengan model *Error Correction Model* (ECM) Hasil dari penelitian adalah 1) integrasi pasar yang terjadi antara produsen (petani) dan pedagang besar terintegrasi lemah. 2) integrasi pasar yang terjadi antara pedagang besar dan pedagang pengecer terintegrasi lemah. 3) integrasi pasar yang terjadi antara produsen (petani) dan pedagang pengecer terintegrasi lemah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu menganalisis integrasi pasar. Sedangkan perbedaannya dengan skripsi ini yaitu objek penelitian skripsi ini menggunakan komoditas cabai merah dan metode analisisnya dengan menganalisis keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer.

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya persamaan yaitu menganalisis integrasi pasar akan tetapi memiliki perbedaan pada metode analisis yang digunakan penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, yang membedakan pada penelitian ini adalah keterkaitan integrasi pasar terhadap perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, dan pasar pedagang pengecer.

2.2 Tinjauan Teknis Budidaya Tanaman Cabai Merah

Cabai merah (*Capsicum annum L.*) merupakan salah satu jenis cabai yang mempunyai daya adaptasi tinggi. Tanaman ini dapat tumbuh dan berkembang baik di dataran rendah maupun dataran tinggi, di lahan sawah maupun lahan tegalan. Sifat inilah yang menyebabkan tanaman cabai dapat dijumpai hampir di semua daerah. Cabai merah berasal dari Mexico, sebelum abad ke-15 spesies ini lebih banyak dikenal di Amerika Tengah dan Selatan. Sekitar tahun 1513 Columbus membawa dan menyebarkan cabai merah dan diperkirakan masuk ke Indonesia melalui pedagang dari Persia ketika singgah di Aceh (Sunarjono dan Hendro, 2004).

Menurut Sunarjono dan Hendro (2004) cabai dapat ditanam baik di dataran rendah maupun dataran tinggi. Syarat tumbuh tanaman cabai merah adalah tanah

berhumus (subur), gembur, dan PH tanah 5-6, tanaman cabai tidak tahan hujan terutama pada waktu berbunga sehingga waktu tanam cabai yang baik dilakukan pada awal musim kemarau. Klasifikasi cabai merah yaitu:

Kingdom : Plantae
Divisi : Spermatophyta
Sub divisi : Angiospermae
Kelas : Dicotyledoneae
Sub kelas : Sympetalae
Ordo : Tubiflorae
Famili : Solonaceae
Genus : Capsicum
Spesies : *Capsicum annum L.*

Cabai merah merupakan salah satu komoditas sayuran (hortikultura) yang banyak digemari masyarakat Indonesia dan mempunyai nilai ekonomi tinggi. Sesuai dengan namanya, cabai merah memiliki warna kulit buah yang merah sewaktu buah sudah tua dan masak. Bentuk buahnya silindris dan mengecil ke arah ujung buah. Ciri dari jenis sayuran ini rasanya pedas dan aromanya khas dimasak atau dikonsumsi mentah, sehingga sayuran bagi orang-orang tertentu dapat membangkitkan selera makan. Selain itu, cabai merah mengandung vitamin, khususnya vitamin C. Meskipun cabai merah bukan bahan pangan utama bagi masyarakat kita, namun komoditi ini tidak dapat ditinggalkan, harus tersedia setiap hari dan harus dalam bentuk segar. Ketersediannya secara teratur setiap hari bagi ibu rumah tangga menjadi suatu keharusan. Meningkatnya harga cabai merah atau kelangkaan pasokan di pasaran mendapat reaksi sangat cepat dari masyarakat dan insan pers.

Menurut Sumarni dan Muharam (2005), budidaya cabai merah yang berhasil menjanjikan keuntungan yang menarik dan jarang petani cabai merah yang menemui kegagalan dan kerugian yang berarti. Keberhasilan dalam usahatani cabai merah selain diperlukan ketrampilan dan modal yang cukup, juga banyak faktor yang perlu diperhatikan seperti syarat tumbuh, pemilihan bibit, cara bercocok tanam, pengendalian OPT (Organisme Pengganggu Tanaman) dan penanganan

pasca panen. Berikut teknis budidaya tanaman cabai merah (Sumarni dan Muharam, 2005):

1. Persiapan Lahan

Pengolahan tanah ditujukan untuk memperbaiki drainase dan aerasi tanah, meratakan permukaan tanah, dan mengendalikan gulma, sehingga akar-akar tanaman dapat tumbuh dan berkembang dengan leluasa. Pengolahan tanah yang perlu dilakukan terdiri atas pembajakan (pencakulan tanah), pembersihan gulma dan sisa-sisa tanaman, perataan permukaan tanah, serta pembuatan bedengan dan garitan-garitan.

2. Penyemaian

Penggunaan benih bermutu merupakan kunci utama untuk memperoleh hasil cabai merah yang tinggi. Agar diperoleh tanaman yang seragam dengan pertumbuhan dan hasil yang tinggi, diperlukan benih bermutu tinggi. Dalam melakukan persemaian benih sebelumnya benih cabai merah direndam dalam air hangat (50°C) selama 1 jam. Tujuan dilakukan perendaman benih adalah untuk menghilangkan hama dan penyakit yang menempel pada biji dan untuk mempercepat perkecambahan. Benih yang akan disemai di tempat persemaian yang telah disiapkan berupa bedengan berukuran lebar 1 cm dan panjangnya bergantung pada kebutuhan.

3. Penanaman

Pemilihan waktu tanam cabai merah yang tepat sangat penting terutama dalam hubungannya dengan ketersediaan air, curah hujan dan gangguan hama dan penyakit. Pemilihan waktu tanam yang tepat dimaksudkan agar penanaman cabai merah di lahan sawah tidak berlebihan air dan di lahan tegalan tidak kekurangan air. Secara umum, waktu tanam cabai merah yang tepat untuk lahan beririgasi teknis adalah pada akhir musim hujan (Maret-April) atau awal musim kemarau (Mei-Juni). Sistem penanaman cabai merah bervariasi, tergantung pada jenis dan ketinggian tempat.

4. Pemupukan

Kebutuhan pupuk untuk penanaman cabai merah bervariasi, bergantung pada kultivar, jenis lahan, lokasi, musim tanam, dan jenis pupuk yang digunakan. Kebutuhan pupuk untuk cabai merah pada berbagai jenis lahan sebagai berikut:

a. Penanaman cabai merah pada lahan kering

Pemupukan dasar terdiri atas pupuk kandang (15-20 ton/ha) dan pupuk SP-36 (300 kg/ha) yang dilakukan seminggu sebelum tanam. Pupuk susulan terdiri atas pupuk urea (200-300 kg/ha), ZA (300-400 kg/ha) dan KCl (250-300 kg/ha) yang diberikan 3 kali pada umur 3 MST, 6 MST, dan 9 MST masing-masing sepertiga dosis.

b. Penanaman cabai merah pada lahan sawah

Pemupukan dasar terdiri dari pupuk kandang (15-20 ton/ha) dan SP-36 (300-400 kg/ha) yang dilakukan seminggu sebelum tanam. Pupuk susulan yang terdiri atas Urea (150-200 kg/ha), ZA (400-500 kg/ha) dan KCl (150-200 Kg/ha) atau pupuk NPK 16-16-16 (1,0 ton/ha) diberikan 3 kali pada umur 0,1 dan 2 bulan setelah tanam masing-masing sepertiga dosis.

5. Pengairan

Cabai merah termasuk tanaman yang tidak tahan terhadap kekeringan, tetapi juga tidak tahan terhadap genangan air. Air tanah dalam keadaan kapasitas lapang (lembab tetapi tidak becek) sangat mendukung pertumbuhan dan perkembangan tanaman cabai merah. Dalam upaya meningkatkan efisiensi penggunaan air, penerapan sistem irigasi tetes untuk lahan kering tampaknya akan lebih efisien, baik ditinjau dari segi penggunaan air maupun respon tanaman terhadap pemberian air pengairan. Petani biasanya melakukan pengairan dengan sistem “*leb*” selama 15-30 menit. Setelah itu air dikeluarkan dari petakan.

6. Pengendalian OPT

Penyiangan yang dilakukan pada umur 30-60 hari dapat meningkatkan hasil cabai merah. Hasil cabai merah yang paling tinggi terdapat pada tanaman yang bebas gulma selama 60 dan 90 setelah tanam (Nurhayati, 1987 dalam Sumarni dan Muharam, 2005). Pengendalian hama dan penyakit pada tanaman cabai merah dilaksanakan berdasarkan konsepsi PHT (Pengendalian Hama Terpadu). Dalam konsepsi PHT, aplikasi pestisida merupakan alternatif terakhir jika cara pengendalian non kimia kurang efektif.

7. Panen

Panen pertama dilakukan pada umur 60-75 hari setelah tanam, dengan interval \pm 50 kg atau kotak-kotak karton yang diberi lubang angin yang cukup.

Tempat penyimpanan harus kering, sejuk, dan mempunyai sirkulasi udara yang cukup baik.

Menurut Prajnanta (2005) dalam Sumarni dan Muharam (2005), terkait dengan pemasaran harga cabai merah sangat berfluktuatif tergantung pasokan yang ada. Faktor yang menyebabkan harga cabai merah berfluktuasi adalah 1) harga cabai jatuh setiap tahun yang menyebabkan petani enggan menanam cabai sehingga pasokan tidak mampu memenuhi permintaan pasar; 2) sentra-sentra penanaman cabai merah tidak mampu menyuplai permintaan pasar akibat areal mengalami banjir pada musim hujan; 3) banyaknya areal penanaman cabai merah terserang penyakit.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam teknis budidaya cabai merah dapat dilakukan diantaranya adalah dilakukan persiapan lahan, penyemaian, penanaman, pemupukan, pengairan, pengendalian OPT (organisme pengganggu tanaman), panen dan kegiatan selanjutnya dilakukan pemasaran hasil panen. Dalam penelitian ini digunakan sebagai acuan dalam melakukan budidaya cabai merah yang dilakukan petani sehingga dapat memastikan saat penelitian terdapat relevansi dengan teori.

2.3 Tinjauan Teori tentang Pemasaran

2.3.1 Konsep Pemasaran

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai telaah terhadap aliran produk secara fisik dan ekonomik, dari produsen ke konsumen. Pemasaran melibatkan banyak kegiatan yang berbeda yang menambah nilai produk pada saat produk bergerak melalui sistem tersebut (Downey dan Ericsson (1992) dalam Sudiyono, 2002). Pemasaran adalah suatu runtutan kegiatan atau jasa yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk dari titik produsen ke titik konsumen (Anindita, 2004).

Menurut Anindita (2004), sistem pemasaran untuk hasil pertanian adalah suatu kompleks sistem dalam berbagai subsistem yang berinteraksi satu sama lain dengan berbagai lingkungan pemasaran. Sistem pemasaran mempunyai enam komponen atau subsistem yaitu produsen, aliran (*flow*), fungsional, saluran (*channel*), konsumen dan subsistem lingkungan. Dibagian sisi akhir merupakan tujuan awal dan akhir. Pemasaran pada prinsipnya merupakan aliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini terjadi adanya peranan lembaga

pemasaran. Peranan lembaga pemasaran bergantung pada sistem pasar yang berlaku dan karakteristik aliran barang yang dipasarkan (Soekartawi, 1987). Berdasarkan berbagai definisi dari beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa pengertian pemasaran adalah suatu proses menyampaikan barang dan jasa yang dilakukan antara produsen hingga konsumen akhir.

2.3.2 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk dan jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen (Kotler, 2002). Menurut Winardi (1989), saluran pemasaran merupakan kelompok semua perusahaan dan individu-individu yang bekerja sama untuk memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi barang atau jasa khusus yang diproduksi oleh produsen tertentu. Menurut Stanton (1993) dalam Sudiyono (2004) menjelaskan bahwa lembaga pemasaran adalah badan atau usaha atau individu yang menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran merupakan lembaga-lembaga atau pihak-pihak yang terlibat dalam pendistribusian barang dan jasa dari tingkat produsen hingga ke tangan konsumen.

Menurut Kamaluddin (2008), saluran pemasaran yang terbentuk dalam proses pemasaran ini beragam sekali diantaranya sebagai berikut:

1. Produsen berhubungan langsung dengan konsumen akhir.
2. Produsen – tengkulak – pedagang pengumpul – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir.
3. Produsen – tengkulak – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir.
4. Produsen – pedagang pengumpul – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir.

Panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui tergantung beberapa faktor, antara lain sebagai berikut:

1. Jarak antara produsen ke konsumen. Makin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasanya makin panjang saluran yang ditempuh oleh produk.

2. Cepat tidaknya produk rusak. Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen dan dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepat.
3. Skala produksi. Bila produksi langsung dalam ukuran-ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil pula, hal ini tidak menguntungkan bila produsen langsung menjualnya ke pasar. Dalam keadaan demikian kehadiran saluran yang akan dilalui produk cenderung panjang.
4. Posisi keuangan pengusaha. Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran. Pedagang yang posisi keuangan (modalnya) kuat akan dapat melakukan fungsi pemasaran lebih banyak dibandingkan dengan pedagang yang posisi modalnya lemah (Hanafiah dan Saefuddin, 1986 dalam Kamaluddin, 2008).

Menurut Soekartawi (2002), beberapa sebab panjangnya saluran pemasaran pemasaran hasil pertanian yang mengakibatkan pihak produsen (petani) sering dirugikan adalah antara lain:

1. Pasar yang tidak bekerja secara sempurna.
2. Lemahnya informasi pasar.
3. Lemahnya produsen (petani) memanfaatkan peluang pasar.
4. Lemahnya posisi produsen (petani) untuk melakukan penawaran untuk mendapatkan harga yang baik.
5. Produsen (petani) melakukan usahatani yang diusahakan tidak didasarkan pada permintaan pasar, melainkan karena usahatani yang diusahakan secara turun temurun.

Dalam penelitian ini tinjauan teori tentang pemasaran digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian saluran pemasaran cabai merah di daerah penelitian sehingga dapat memastikan saat penelitian terdapat relevansi dengan teori.

2.4 Tinjauan Teori tentang Integrasi Pasar

Menurut Asmarantaka (2009) menyatakan bahwa integrasi pasar merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh perubahan harga yang terjadi di pasar acuan (pasar pada tingkat yang lebih tinggi seperti pedagang eceran) akan menyebabkan terjadinya perubahan pada pasar pengikutnya (misalnya pasar di

tingkat petani). Pasar-pasar terpadu jika terjadi aktivitas perdagangan antara dua atau lebih pasar-pasar yang terpisah secara spasial, kemudian harga di suatu pasar berhubungan atau berkorelasi dengan harga di pasar-pasar lainnya. Dalam hal ini, perubahan harga di suatu pasar secara parsial atau total ditransmisikan ke harga yang terjadi di pasar-pasar lain, baik dalam jangka pendek atau jangka panjang (Muwanga dan Snyder (1997) dalam Indraningsih (2004). Menurut Anindita (2004), kelemahan struktur pasar merupakan konsekuensi dari lemahnya integrasi pasar, sulitnya informasi dan aliran perdagangan diantara pasar-pasar yang terpisah. Dalam pasar persaingan sempurna perubahan harga pada pasar acuan akan diintegrasikan ke pasar pengikut.

Goletti dan Tsigas dalam Anindita (2004), menjelaskan beberapa alasan penting melakukan analisis integrasi pasar sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kelompok-kelompok pasar yang terintegrasi secara dekat dan mengetahui tingkat transmisi harga antar lokasi yang berbeda di dalam suatu negara, maka pemerintah dapat memperbaiki rencana kebijakan dari liberalisasi.
2. Pengetahuan tentang integrasi pasar mempermudah pengawasan perubahan harga.
3. Model integrasi pasar dapat digunakan untuk memprediksi harga-harga di semua negara.
4. Mengidentifikasi faktor-faktor struktural yang bertanggung jawab terhadap integrasi pasar, maka para pembuat kebijakan dapat memahami jenis infrastruktur pemasaran mana yang lebih relevan untuk pengembangan pasar pertanian di suatu negara.

2.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Integrasi Pasar

Pasar merupakan kelembagaan yang kompleks membentuk hirarki dan keterkaitan dalam transaksi yang melibatkan berbagai macam komoditi secara simultan (Anindita, 2004). Penampilan pasar dapat diwujudkan dengan integrasi pasar yang merupakan hasil dari tindakan pedagang dan pengoperasian lingkungan yang ditentukan oleh infrastruktur yang tersedia untuk perdagangan dan kebijakan yang mempengaruhi transmisi harga dari suatu pasar ke pasar yang lainnya (Anindita, 2004). Menurut Golleti, Ahmed dan Farid (1996) dalam Anindita (2004),

faktor-faktor yang mempengaruhi integrasi pasar adalah infrastruktur pemasaran, kebijakan pemerintah, ketidakseimbangan dalam produksi, dan guncangan (*shock supply*).

1. Infrastruktur pemasaran seperti transportasi, komunikasi, kredit, dan fasilitas penyimpanan di berbagai pasar.
2. Kebijakan pemerintah mempengaruhi sistem pemasaran sebagai bagian dari kebijakan stabilitas harga secara kompleks, misalnya pengetatan perdagangan, regulasi-regulasi kredit, dan regulasi-regulasi transportasi.
3. Ketidakseimbangan produksi antar daerah dapat mempengaruhi integrasi pasar berarti pasar-pasar yang mempengaruhi surplus komoditi dengan pasar-pasar yang mempunyai defisit atau kekurangan.
4. *Supply shock* mempengaruhi produksi dengan kelangkaan yang terlokalisasi misalnya banjir, kekeringan, penyakit-penyakit dan serangan hama (*pest*). Sedangkan yang mempengaruhi transportasi barang-barang dan mempersulit transfer komoditi untuk mencapai tujuannya misalnya aksi mogok.

2.4.2 Jenis-jenis Integrasi Pasar

Integrasi pasar tergolong menjadi dua yaitu integrasi vertikal dan integrasi horisontal. Integrasi vertikal merupakan penggabungan proses dan fungsi dua atau lebih lembaga pemasaran pada tahap distribusi ke dalam satu sistem manajemen. Dua pasar dikatakan terintegrasi vertikal apabila terjadi perubahan harga dari salah satu disalurkan atau ditransmisikan ke pasar lain. Hal ini sesuai dengan struktur pasar persaingan sempurna, dimana perubahan harga acuan diteruskan secara sempurna ke pasar pengikut (tingkat petani) (Kusnadi, 2009). Menurut Asmarantaka (2009) dalam Aryani (2012), integrasi pasar secara vertikal digunakan untuk melihat tingkat keeratan hubungan antar suatu lembaga pemasaran dengan lembaga pemasaran lainnya dalam suatu rantai pemasaran. Integrasi pasar secara vertikal dipengaruhi oleh penyebaran informasi harga yang merata ke seluruh lembaga pemasaran (produsen-grosir-*retail*-konsumen).

Sedangkan integrasi horisontal adalah penggabungan dua atau lebih lembaga pemasaran yang melakukan fungsi yang sama pada tahap distribusi yang sama pula ke dalam satu sistem manajemen. Integrasi pasar secara horisontal digunakan untuk melihat apakah mekanisme harga berjalan secara serentak atau tidak (Kusnadi,

2009). Menurut Burhan (2006), integrasi pasar horizontal menunjukkan pergerakan harga dan secara umum merupakan signal dari transmisi harga dan informasi diantara pasar yang terpisah. Pasar yang tidak terintegrasi bisa membawa informasi harga yang tidak akurat yang dapat mendistorsi keputusan pasar produsen dan kontribusi pergerakan produk menjadi tidak efisien.

2.4.3 Metode Pengukuran Integrasi Pasar

Menurut Anindita (2004), ada tiga tahapan dalam mengukur tingkat integrasi pasar sebagai berikut:

1. Tahap pertama, informasi dasar mengenai jaringan pasar dengan menggunakan cara *marketing rapid appraisal*. Tujuannya adalah 1) jumlah dan jenis partisipan pada setiap pasar dan volume transaksi-transaksi dari masing-masing partisipan, 2) saluran/aliran-aliran perdagangan di antara pasar yang berbeda-beda, 3) akses infrastruktur menuju ke pemasaran, 4) tingkat informasi harga dari masing-masing partisipan pasar, 5) tingkat informasi yang berkenaan dengan program-program pemerintah seperti promosi ekspor dan tingkat informasi mengenai struktur biaya pemasaran.
2. Tahap kedua, menganalisis *time series* untuk melihat tingkat integrasi pasar dengan menggunakan korelasi harga dan koefisien kointegrasi. Korelasi harga adalah menghitung keeratan hubungan harga anatar dua tempat dengan membutuhkan data harga-harga dari dua tempat yang berupa data *time series*. Analisis korelasi yang tidak bias menentukan arah integrasi di antara pasar-pasar ditangani dengan analisis kointegrasi. Prosedur kointegrasi memberikan lebih banyak informasi daripada prosedur korelasi. Sebelum melakukan pengujian menggunakan uji kointegrasi biasanya terlebih dahulu dilakukan uji stasioner data.

a. Uji Stasioner

Analisis data *time series* digunakan untuk mendapatkan informasi apakah data bersifat stasioner atau tidak. Menurut Insukindro (1999) uji stasioneritas data dilakukan dengan menggunakan metode *Dickey Fuller* (DF) dengan persamaan:

$$\Delta P = \beta_0 + \beta_{1t} + \delta P_t + \mu_t$$

Dimana:

ΔP : harga komoditas (Rp/Kg)

$\beta_1 \delta$: koefisien
 P_{t-1} : harga pada waktu sebelumnya (Rp/Kg)

Kriteria pengujian:

Jika ADF Statistik $>$ ADFtabel maka unit root yang bersifat tidak stasioner

Jika ADF Statistik $<$ ADFtabel maka unit root yang bersifat stasioner

b. Uji kointegrasi

Uji kointegrasi merupakan kelanjutan dari uji stasioner. Uji kointegrasi dimaksudkan untuk menguji apakah residual regresi yang dihasilkan stasioner atau tidak (Engel dan Granger (1987) dalam Enders (2007)). Model kointegrasi yang dapat digunakan adalah:

$$\Delta P_{it} = \beta_0 + \beta_1 P_{jt} + \varepsilon_t$$

Dimana:

ΔP_{it} = variabel harga di tingkat pasar acuan pada periode t (Rp/kg)

ΔP_{jt} = variable harga di tingkat pasar lainnya pada periode t (Rp/kg)

β_0 = intersep

$\beta_1 \beta_2$ = koefisien

ε_t = *error term*

Kriteria Pengujian:

Jika ADFStatistik $>$ ADFtabel maka berarti kedua pasar tidak terintegrasi

Jika ADFStatistik $<$ ADFtabel maka berarti kedua pasar terintegrasi

c. Uji *Error Correction Models* (ECM)

Ender (2007) dalam Anindita (2004) menyatakan bahwa setelah melakukan uji kointegrasi maka tahapan selanjutnya dalam metode Eagle Ganger adalah menguji residu dari keseimbangan jangka pendek regresi dengan menggunakan *Error Correction Model*. Model ECM Eagle Granger adalah:

$$\Delta P_{it} = \beta_0 + \beta_1 \Delta P_{jt} + \beta_2 ECT_t + \varepsilon_t$$

Dimana:

ΔP_{it} = variabel harga di tingkat pasar acuan pada periode t (Rp/kg)

ΔP_{jt} = variable harga di tingkat pasar lainnya pada periode t (Rp/kg)

β_0 = intersep

$\beta_1 \beta_2$ = koefisien

ECT = *error correction term*

ε_t = *error term*

Nilai perbedaan koefisien ECT disebut sebagai kesalahan ketidakseimbangan (*disequilibrium error*). Koefisien ECT (α_2) adalah nilai absolut

yang menjelaskan seberapa cepat waktu yang diperlukan untuk mendapatkan nilai keseimbangan. Apabila nilai probabilitas dari koefisien α_2 lebih kecil 0.05 maka terindikasi mempunyai hubungan jangka pendek. Secara statistik, ECT (*Error Correction Term*) signifikan dengan bertanda negatif, maka model yang digunakan dalam penelitian valid.

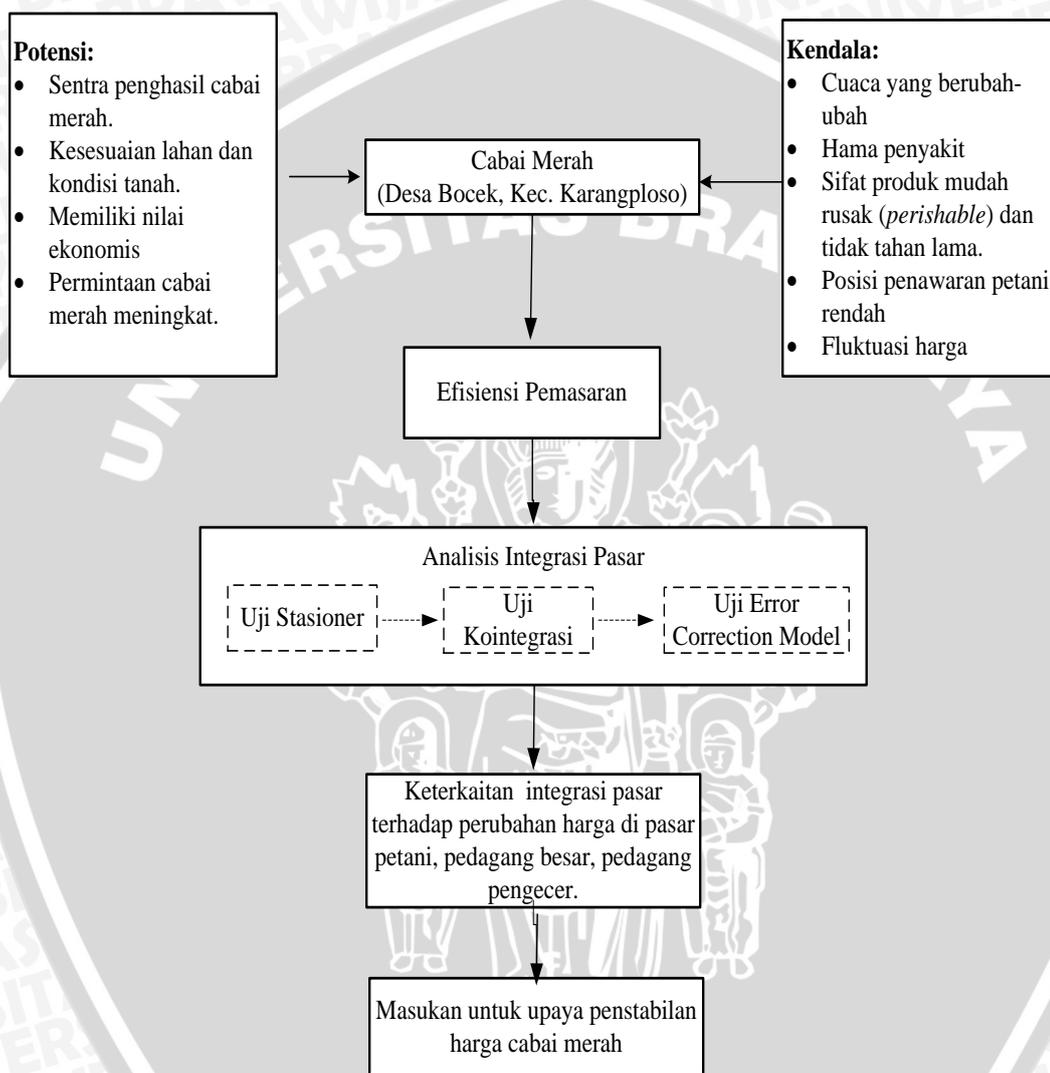
3. Tahap ketiga dalam pengukuran integrasi pasar adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat integrasi (Anindita, 2004). Faktor-faktor penting diantaranya seperti infrastruktur pemasaran, kebijakan-kebijakan stabilitas harga, tingkat perbedaan produksi dalam daerah-daerah yang berbeda, dan juga adanya gangguan-gangguan merupakan faktor yang penting yang menjelaskan integrasi pasar. Untuk memperkirakan bagaimana factor-faktor tersebut berhubungan dengan integrasi pasar, banyak macam cara perhitungan integrasi pasar yang dapat dipergunakan seperti yang telah dijelaskan di bagian sebelumnya. Untuk menguji hipotesis yang berhubungan dengan efek factor-faktor structural pada integrasi pasar, seseorang perlu untuk menghususkan pada variabel-variabel penjelas yang telah disebutkan diatas.

Dalam penelitian ini tinjauan teori tentang integrasi pasar yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian keterpaduan antara pasar produsen (petani) dengan pasar pedagang besar dan keterpaduan antara pasar pedagang besar dengan pasar pedagang pengecer untuk komoditas cabai merah di daerah penelitian sehingga dapat memastikan saat penelitian terdapat relevansi dengan teori.

III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran mengenai integrasi pasar komoditas cabai merah dalam upaya stabilitas harga disajikan pada Gambar 1.



Keterangan:

————> : Alur pemikiran

- - - -> : Alat analisis

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran Analisis Integrasi Pasar Komoditas Cabai Merah Dalam Upaya Stabilitas Harga

Skema kerangka pemikiran pada Gambar 1. diatas dapat diuraikan sebagai berikut: cabai merah merupakan komoditas yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan peranannya sangat dibutuhkan masyarakat. Cabai merah mengandung berbagai macam senyawa yang berguna bagi kesehatan manusia sehingga banyak manfaat yang didapat dari komoditas tersebut seperti digunakan untuk bumbu dapur. Oleh karena itu, permintaan akan cabai merah mengalami peningkatan dengan melihat konsumsi dan kebutuhan masyarakat dari tahun ke tahun terhadap cabai merah. Desa Bocek merupakan salah satu sentra penghasil cabai merah di Kabupaten Malang. Komoditas cabai merah sebagai komoditas unggulan di desa tersebut. Salah satu faktor masyarakat di desa ini menanam cabai merah dikarenakan adanya kesesuaian lahan dan kondisi tanah kering yang cocok ditanami cabai merah.

Permasalahan-permasalahan yang dihadapi dengan melihat kondisi riil diantaranya yaitu terjadi penurunan produksi yang disebabkan cuaca yang berubah-ubah dan hama penyakit yang menyerang tanaman cabai merah. disamping itu penjadwalan tanam tanaman cabai merah juga menjadi faktor terjadinya perubahan harga dikarenakan cabai merah merupakan tanaman musiman dengan melihat potensi yang sangat memungkinkan dalam menanam cabai merah maka hampir masyarakat menanam cabai merah dan dilakukan secara serentak. Selain itu permasalahan lain yang menjadi kendala adalah cabai merah bersifat mudah rusak (*perishable*) sehingga mengakibatkan terjadinya penawaran harga di tingkat petani rendah dibandingkan di tingkat konsumen.

Ditinjau kondisi saat ini harga cabai merah dapat berubah dengan cepat hingga dapat berubah dalam hitungan perjam. Misalnya harga cabai merah pada hari ini mencapai harga 30.000 ribu kemudian satu jam kemudian berubah menjadi 9.000 ribu. Melihat kondisi seperti itu maka dapat mengakibatkan terjadinya perubahan harga secara fluktuasi. Fluktuasi harga cabai merah bisa berpengaruh sepanjang tahun bahkan ketika fluktuasi harga musiman terjadi kapanpun dan setiap saat. Hal ini dikarenakan pasokan cabai merah berkurang sedangkan permintaan meningkat setiap hari bahkan meningkat secara ekstrim pada musim tertentu. Selain itu terjadinya fluktuasi berdampak pada produsen cabai merah.

Analisis integrasi pasar vertikal dilakukan untuk mengetahui bagaimana integrasi antara pasar satu dengan pasar yang lain. Pengukuran tingkat integrasi pasar dilakukan melalui beberapa tahap yaitu uji unit akar (*Unit Root Test*) untuk menstasionerkan data *time series*, uji *Augmented Dickey Fuller* (ADF), uji kointegrasi dan uji ECM (*Error Correction Model*). Pengujian ini dilakukan menggunakan *software* Eviews 9.0 untuk menghasilkan pengukuran yang valid.

Pasar dikatakan saling berintegrasi maka dapat mengurangi terjadinya fluktuasi dan perubahan harga pada pasar. Oleh karena itu integrasi pasar antara pasar acuan dengan pasar lainnya berkaitan dengan fluktuasi harga cabai merah. Artinya semakin kuat tingkat integrasi pasar cabai merah maka semakin rendah tingkat perubahan harga cabai merah. Dengan demikian pada penelitian ini dapat memberikan masukan dalam upaya penstabilan harga cabai merah.

3.2 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, rumusan permasalahan, dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Sebagaimana petani cabai merah di Indonesia pada umumnya petani di daerah penelitian juga dihipotesiskan memasarkan hasilnya langsung ke tengkulak maupun pedagang pengecer.
2. Sebagaimana hasil penelitian terdahulu, di daerah penelitian juga dihipotesiskan bahwa terdapat integrasi yang kuat antar pasar yang ada.
3. Sebagaimana pada hasil penelitian terdahulu, di daerah penelitian dihipotesiskan terdapat keterkaitan antara perubahan harga di pasar petani, pedagang besar, pedagang pengecer dengan intergrasi pasar.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel-variabel dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran adalah cara yang ditempuh petani dalam melakukan pemasaran hasilnya. Pengukuran saluran pemasaran dilakukan dengan menanyakan kepada petani bagaimana memasarkan hasilnya.
2. Tingkat integrasi pasar adalah keterkaitan pasar antara pasar satu dengan pasar lainnya. Pengukuran integrasi pasar dilakukan dengan mengetahui berapa

besarnya perubahan harga di pasar satu dengan pasar lainnya. Variabel yang dimasukan adalah selisih harga tingkat petani, pedagang besar, dan pedagang pengecer.

3. Selisih harga di tingkat produsen (petani) adalah selisih harga yang diterima petani dari hasil penjualan cabai merah kepada pedagang pengumpul. Pengukuran harga di tingkat petani dengan menanyakan kepada petani berapa harga yang didapatkan dalam menjual hasilnya kepada pedagang.
4. Selisih harga di tingkat pedagang besar adalah selisih harga yang terima pedagang besar dari hasil penjualan cabai merah kepada pedagang pengecer. Pengukuran harga di tingkat pedagang besar dengan menanyakan kepada pedagang besar berapa harga yang diterima pedagang besar dari penjualan ke pedagang pengecer.
5. Selisih harga di tingkat pengecer adalah selisih harga yang diterima pedagang pengecer dari hasil penjualan cabai merah kepada konsumen. Pengukuran harga di tingkat pedagang pengecer dengan menanyakan kepada pedagang pengecer berapa harga yang didapatkan dari hasil penjualan eceran.
6. Fluktuasi harga adalah perubahan naik atau turunnya harga pada cabai merah. Tingkat fluktuasi harga komoditas cabai merah dapat dihitung dengan menggunakan rumus koefisien variasi. Perhitungan koefisien variasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut (Santoso, 2003 dalam Sandra dan Rasyid, 2012):

$$KV = \frac{S}{\bar{X}} \times 100\% \quad \text{dan} \quad S = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (X_1 - \bar{X})^2}$$

Dimana:

KV = Koefisien variasi harga cabai merah tahun 2011-2015

S = Standar deviasi rata-rata harga cabai merah tahun 2011-2015

\bar{x} = Rata-rata harga cabai merah tahun 2011-2015

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan beberapa pertimbangan. Pertama, Desa Bocek adalah desa di Kecamatan Karangploso yang merupakan desa yang memproduksi cabai merah, sehingga di desa tersebut mudah dijumpai petani yang memiliki usahatani cabai merah. Kedua, komoditas cabai merah merupakan komoditas unggulan di daerah tersebut. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei - Juli 2016.

4.2 Metode Penentuan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah petani cabai merah dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran cabai merah. Penentuan sampel petani cabai merah dilakukan menggunakan metode *simple random sampling* dimana seluruh anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih. Pertimbangan penggunaan *simple random sampling* adalah jumlah populasi yang didapatkan termasuk homogen dimana rata-rata luas lahan petani di daerah tersebut hampir sama. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jumlah petani cabai merah di Desa Bocek sebanyak 144 petani. Dari jumlah populasi tersebut dapat diambil sampel dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Parel *et. al.*, 1973):

$$n = \frac{N Z^2 \sigma^2}{N d^2 + Z^2 \sigma^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel minimal yang harus diambil dari total populasi

N = jumlah populasi

d = maksimum toleransi kesalahan 10%

Z = nilai tingkat kepercayaan tertentu 90%

σ^2 = nilai varian populasi

Perhitungan varian populasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum(X_i - \mu)^2}{N}$$

Dimana:

X_i = luas lahan anggota populasi ke i ($i = 1, 2, \dots, n$)

μ = rata-rata lahan populasi

Berdasarkan hasil perhitungan sampel menggunakan rumus (Parel *et.al.*, 1973) didapatkan jumlah sampel untuk petani cabai merah sebanyak 52 petani dengan tingkat toleransi kesalahan yang digunakan adalah 10%.

Selanjutnya dalam penentuan sampel untuk lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling* dengan mengikuti saluran pemasaran cabai merah dari petani hingga pedagang pengecer. Sumber data sampel kelompok pemasaran cabai merah didapatkan dari *key informant* yakni informasi petani cabai merah dimana petani sebagai *key informant* yang merupakan titik awal saluran pemasaran dalam penelitian ini.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan untuk menjawab tujuan dalam penelitian mengenai integrasi pasar komoditas cabai merah di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder.

1. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data dari petani cabai merah serta lembaga pemasaran yang terlibat dalam sistem pemasaran cabai merah. Kegiatan ini dilaksanakan dengan mewawancarai petani dan lembaga pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan data primer. Teknik wawancara dilakukan dengan cara diskusi dan tanya jawab langsung dengan petani cabai merah dan memberikan pertanyaan dengan bantuan kuisioner.

2. Observasi

Observasi merupakan cara dalam memperoleh data dengan cara pengamatan secara langsung pada objek penelitian. Metode ini dapat dilakukan dengan cara pengamatan langsung mengenai kondisi Desa Bocek.

3. Dokumentasi

Dokumentasi sebagai salah satu alat kelengkapan data yang bertujuan untuk menunjang informasi yang sudah didapat dilapang sehingga argumentasi dalam penelitian yang dimunculkan akan semakin optimal. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data yang berasal dari petani, Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Karangploso dan beragam pustaka yang relevan.

4.4 Metode Analisis Data

Untuk menjawab tujuan penelitian digunakan metode analisis sebagai berikut:

4.4.1 Tujuan I. Deskripsi saluran pemasaran yang dipilih petani dalam memasarkan hasil panen.

Tujuan ini dianalisis dengan mendeskripsikan saluran pemasaran yang dilakukan petani cabai merah pada daerah penelitian. Kemudian dibandingkan dengan saluran pemasaran yang ada di Indonesia. Dari analisis tersebut akan dapat disimpulkan apakah perbedaan saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian dengan yang ada di Indonesia.

4.4.2 Tujuan II. Analisis integrasi pasar cabai merah antara pasar petani dengan pasar pedagang besar dan antara pasar pedagang besar dengan pasar pengecer.

Tujuan ini dianalisis dengan menggunakan *Error Correction Model* (ECM). Nilai ECM menunjukkan keterkaitan antara pasar satu dengan pasar lainnya. Model persamaan *Error Correction Model* (ECM) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\Delta P_{pt} &= \alpha_0 + \alpha_1 \Delta P_{bt} + \alpha_2 EC_t + \varepsilon_t \\ \Delta P_{bt} &= \alpha_0 + \alpha_1 \Delta P_{et} + \alpha_2 EC_t + \varepsilon_t\end{aligned}$$

Dimana:

$$\Delta P_{pt} = P_{pt} - P_{pt-1}$$

$$\Delta P_{bt} = P_{bt} - P_{bt-1}$$

$$\Delta P_{et} = P_{et} - P_{et-1}$$

P_{pt} = variabel harga cabai merah di tingkat produsen (petani) pada periode t (Rp/kg).

P_{bt} = variabel harga cabai merah di tingkat pedagang besar pada periode t (Rp/kg).

P_{et} = variabel harga cabai merah di tingkat pedagang pengecer pada periode t (Rp/kg).

ECT = *error correction term*

α_0 = intersep

$\alpha_1 \alpha_2$ = koefisien jangka pendek

ε_t = *white noise error term*

Pasar terintegrasi kuat atau lemah dengan kriteria sebagai berikut:

1. Koefisien ECT (*Error Correction Term*) $> 50\%$, maka pasar terintegrasi kuat.
2. Koefisien ECT (*Error Correction Term*) $< 50\%$, maka pasar terintegrasi lemah.

Sebelum melakukan analisis menggunakan *Error Correction Model* (ECM) perlu dilakukan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Uji Stasioner Data

Uji stasioner digunakan untuk mengetahui sifat dan kecenderungan data *time series* yang dianalisis mempunyai pola yang stabil yaitu stasioner atau tidak stasioner. Pengujian stasioneritas dilakukan dengan menggunakan uji *Augmented Dickey Fuller* (ADF). Data dikatakan stasioner atau tidak dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $ADF_{\text{statistik}} > ADF_{\text{tabel}}$ maka data tersebut stasioner.
- b. Jika $ADF_{\text{statistik}} < ADF_{\text{tabel}}$ maka data tersebut tidak stasioner.

Dari pengujian ini data yang sudah stasioner akan digunakan untuk pengujian selanjutnya yaitu pengujian kointegrasi.

2. Uji Kointegrasi

Uji ini digunakan untuk menguji apakah residual regresi yang dihasilkan stasioner atau tidak. Uji kointegrasi dengan menggunakan uji *Engle-Granger*. Uji *Engle-Granger* digunakan untuk membuktikan apakah pada dua variabel *dependent* dan *independent* memiliki hubungan pada jangka panjang. Kedua variabel dikatakan terjadi kointegrasi pada hubungan jangka panjang berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t statistik $<$ nilai *critical value*, maka terjadi kointegrasi atau adanya hubungan jangka panjang.
2. Nilai t statistik $>$ nilai *critical value*, maka tidak terjadi kointegrasi atau tidak adanya hubungan jangka panjang.

Oleh karena itu dengan menggunakan uji kointegrasi antara dua variabel untuk menganalisis pada jangka panjang dan terjadi keseimbangan (ekuilibrium) diantara keduanya. Sedangkan untuk analisis jangka pendek akan dilakukan menggunakan Uji *Error Correction Model* (ECM).

Dengan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa integrasi pasar antara pasar acuan dengan pasar lainnya tergolong dalam pasar yang terintegrasi kuat atau terintegrasi lemah.

4.4.3 Tujuan III. Deskripsi keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga di pasar petani, pedagang besar, pedagang pengecer.

Tujuan ini dianalisis dengan menganalisis keterkaitan integrasi pasar dengan perubahan harga cabai merah di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang

pengecer. Tingkat integrasi pasar petani dengan pasar pedagang besar dan pasar pedagang besar dengan pasar pedagang pengecer dihubungkan dengan perubahan harga yang terjadi pada tahun 2011-2015. Perubahan harga dapat dilihat dengan menggunakan perhitungan koefisien variasi yang dirumuskan sebagai berikut (Santoso, 2003 dalam Sandra dan Rasyid, 2012):

$$KV = \frac{S}{\bar{X}} \times 100\% \quad \text{dan} \quad S = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (X_1 - \bar{X})^2}$$

Dimana:

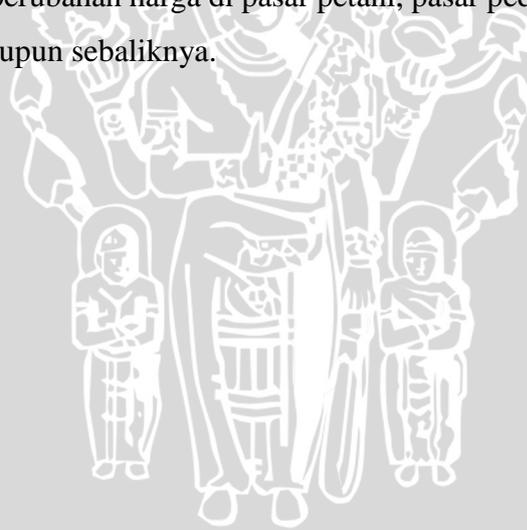
KV = Koefisien variasi

S = Simpangan (Standar deviasi)

\bar{X} = Rata-rata harga bulanan cabai merah

X = Harga bulanan cabai merah

Dari hubungan antara tingkat integrasi pasar dengan perubahan harga (koefisien variasi) akan dapat disimpulkan bagaimana keterkaitan tingkat integrasi pasar dengan perubahan harga apakah semakin kuat tingkat integrasi pasar maka semakin kecil tingkat perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer ataupun sebaliknya.



V. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

5.1 Keadaan Geografis dan Topografi

Desa Bocek terletak di wilayah Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang, Jawa Timur seperti yang terdapat pada lampiran 1. Desa ini terdiri dari empat dusun yaitu Dusun Bocek, Dusun Supiturang, Dusun Manggihsari, Dusun Karanglo. Desa Bocek memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara	: Desa Tawangargo
Sebelah Selatan	: Desa Girimoyo
Sebelah Barat	: Desa Donowarih
Sebelah Timur	: Desa Ngenep

Secara geografis Desa Bocek terletak pada posisi $7^{\circ}21' - 7^{\circ}31'$ Lintang Selatan dan $110^{\circ}10' - 111^{\circ}40'$ Bujur Timur. Topografi ketinggian desa ini adalah berupa dataran sedang yaitu 715 m di atas permukaan air laut. Orbitasi Desa Bocek yaitu Jarak tempuh Desa Bocek ke ibu kota kecamatan adalah 2 km, yang dapat ditempuh dengan waktu sekitar 15 menit. Sedangkan jarak tempuh ke ibu kota kabupaten adalah 20 km, yang dapat ditempuh dengan waktu sekitar 60 Menit.

5.2 Keadaan Tanah dan Iklim

Luas wilayah Desa Bocek adalah 218,2 km², luas lahan yang ada terbagi ke dalam beberapa peruntukan yang dapat dikelompokkan seperti untuk fasilitas umum, pemukiman, peternakan, pertanian, perkebunan, kegiatan ekonomi dan lain-lain. Desa Bocek termasuk mempunyai tanah yang subur untuk usaha pertanian pada lahan sawah dan lahan kering. Luas untuk lahan sawah sekitar 130,991 Ha sedangkan luas lahan kering sekitar 588,521 Ha. Desa Bocek memiliki curah hujan yaitu 125 mm/tahun dengan suhu rata-rata harian sekitar 20°C, sehingga daerah ini memiliki kecenderungan dingin. Ketinggian Desa Bocek sekitar 715 mdl.

Wilayah Desa 1.478.741 secara umum mempunyai ciri geologis berupa lahan tanah hitam yang sangat cocok sebagai lahan pertanian dan perkebunan. Secara persentase kesuburan tanah Desa Bocek terpetakan sebagai berikut: sangat subur 27 Ha, subur 250 Ha, sedang 150 Ha, tidak subur/ kritis 12.350 Ha. Hal ini memungkinkan tanaman padi untuk dapat panen dengan menghasilkan 8,5 ton/ ha. Tanaman jenis palawija juga cocok ditanam di sini.

5.3 Keadaan Penduduk

Keadaan penduduk menggambarkan kondisi penduduk di lokasi penelitian. Keadaan penduduk ini dilihat berdasarkan jumlah penduduk di Desa Bocek yaitu 7.895 jiwa yang terdiri 2.153 Kepala Keluarga (KK). Dari total penduduk terdiri dari jumlah penduduk pria dan wanita, dimana penduduk pria lebih dominan dibandingkan penduduk wanita. Jumlah penduduk pria sejumlah 4.011 jiwa sedangkan jumlah penduduk wanita sejumlah 3.884 jiwa. Jumlah penduduk Desa Bocek berdasarkan umur disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang.

Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
0-19	2.293	30,58
20-39	3.314	44,19
40-59	1.648	21,97
>59	243	3,24
Total	7.498	100

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang berada pada usia angkatan kerja di Desa Bocek sebanyak 4.347 jiwa atau 55,20% sedangkan penduduk yang bukan usia angkatan kerja sebanyak 3.527 jiwa atau 44,79%. Hal ini menunjukkan Desa Bocek adalah penduduk yang merupakan angkatan kerja yang berada pada usia produktif sehingga sebagai modal berharga bagi pengadaan tenaga produktif dan sumber daya manusia dan sangat berpotensi untuk kegiatan usahatani pada desa tersebut.

Jumlah penduduk Desa Bocek berdasarkan mata pencaharian disajikan pada Tabel 2. Sebagai berikut.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang, 2015

Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Pertanian	2.114	47,46
Jasa Pemerintahan	87	1,95
Jasa Perdagangan	20	0,44
Jasa Angkutan	23	0,47
Jasa Ketrampilan	13	0,29
Sektor Industri	65	1,45
Sektor lain	2.125	47,70
Total	4.454	100

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Desa Bocek yang sedang bekerja adalah berjumlah 4.454 jiwa. Sedangkan penduduk lain yang tidak bekerja adalah penduduk yang masih dibawah umur dan penduduk yang lanjut usia yang tidak memungkinkan untuk bekerja. Dilihat dari tabel diatas jumlah penduduk yang bekerja di sektor pertanian sebanyak 2.114 jiwa atau 47,46%. Sedangkan jumlah penduduk yang bekerja lebih banyak pada sektor lain sebanyak 2.125 atau 47,70% dimana bekerja pada sektor lain meliputi bekerja serabutan. Sedangkan sisanya bermata pencaharian pada jasa pemerintahan, jasa perdagangan, jasa angkutan, jasa ketrampilan dan sektor industri.

Jumlah penduduk Desa Bocek berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang, 2015

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Buta Huruf Usia 10 Tahun ke atas	-	-
Tidak Tamat SD	146	1,85
Tamat SD	2.661	33,79
Tamat SMP	3.982	50,57
Tamat SMA	574	7,28
Tamat Perguruan Tinggi	63	0,80
Total	7.874	94,29

Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Desa Bocek hanya mampu menyelesaikan sekolah di jenjang pendidikan wajib belajar sembilan tahun (SD dan SMP). Dilihat berdasarkan tabel diatas jumlah penduduk yang menamatkan pendidikan tingkat SD sebanyak 2.661 jiwa atau 33,79% dan pendidikan tingkat SMP sebanyak 3.982 jiwa atau 50,57%. Dalam hal kesediaan sumber daya manusia (SDM) yang memadai dan mumpuni, keadaan ini merupakan tantangan tersendiri. Sebab ilmu pengetahuan setara dengan kekuasaan yang akan berimplikasi pada penciptaan kebaikan kehidupan.

5.4 Keadaan Pertanian

Keadaan pertanian menggambarkan kondisi pertanian yang ada di daerah penelitian. Keadaan pertanian dapat dilihat berdasarkan luas penggunaan lahan,

luas areal tanaman dan komoditas usahatani. Berikut ini adalah penjelasan tentang keadaan pertanian di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang.

Keadaan pertanian berdasarkan luas penggunaan lahan di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Luas Penggunaan Lahan Di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang, 2015.

Dusun	Penggunaan Lahan				Jumlah (Ha)
	Sawah (Ha)	Tegal (Ha)	Pekarangan (Ha)	Lain-lain (Ha)	
Bocek	55,99	25	13	-	93,99
Supiturang	-	140,35	73	-	213,35
Manggisari	25	55,40	47,35	-	127,75
Karanglo	25	8	12	-	45
Jumlah	105,99	228,75	145,35	-	480,09

Tabel 4 menunjukkan bahwa penggunaan lahan pada desa tersebut sebesar 480,09 Ha. Penggunaan lahan terbagi-bagi yang meliputi sawah, tegal, pekarangan. Luasan terbesar banyak digunakan untuk lahan tegal dengan luas total sebesar 228,75 Ha. Penggunaan lahan tegal terluas terdapat pada Dusun Supiturang dengan luas tegal sebesar 140,35 Ha. Pada Dusun Supiturang ini lahan tegal digunakan untuk usahatani cabai dimana lahan tersebut sangat cocok digunakan untuk ditanami cabai.

Keadaan pertanian berdasarkan luas areal tanaman dan komoditas usahatani di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Luas Areal Tanaman dan Komoditas Usahatani di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang, 2015.

Jenis Komoditas	Luas (Ha)	Produksi (ton)
Padi sawah	124,3	870,1
Jagung Manis	182,3	2735,1
Jagung	215,12	817,8
Cabai Merah	212,4	1911,6
Tomat	21	178,5
Sawi	18	315
Bawang Merah	8	72
Kentang	2	36
Apel	6	210

Tabel 5 menunjukkan bahwa jenis komoditas yang memiliki luas area tanam terluas yaitu komoditas jagung dan cabai merah dengan jumlah produksi mencapai 817,8 ton dan 1911,6 ton. Komoditas unggulan desa tersebut adalah cabai merah. Hal ini dikarenakan Desa Bocek merupakan desa dengan sentra produksi komoditas cabai merah.



VI. HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1 Karakteristik Responden

Karakteristik dari responden yang dipilih mampu menjelaskan keadaan populasi yang diwakilinya. Responden dalam penelitian terdiri dari petani cabai merah dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran cabai merah di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang.

6.1.1 Karakteristik Responden Petani Cabai Merah

Karakteristik responden petani yang akan dibahas pada bagian yang meliputi karakteristik sosial ekonomi yang terdiri dari umur, tingkat pendidikan, lama usahatani. Karakteristik sosial ekonomi dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Umur

Sebaran responden berdasarkan kelompok umur di Desa Bocek disajikan dalam Tabel 6.

Tabel 6. Sebaran Responden Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang.

Kelompok Umur (th)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
16-40	10	19,23
41-65	42	80,76
>65	0	0
Jumlah	52	100

Tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden petani cabai merah tergolong dalam kelompok umur 16-65 tahun. Sebaran jumlah responden ini tidak jauh berbeda dengan karakteristik penduduk Desa Bocek, dimana kelompok umur tertinggi berada pada kelompok umur 41-65 tahun yang berarti petani tergolong pada usia produktif kerja untuk dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Hal ini berarti bahwa petani di desa ini masih mampu untuk meningkatkan hasil produksi untuk dapat meningkatkan pendapatan usahatannya. Dengan demikian, responden penelitian petani cabai merah diharapkan mampu mewakili populasi yang ada.

2. Tingkat Pendidikan

Sebaran responden berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Bocek disajikan dalam Tabel 7.

Tabel 7. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang.

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Tamat SD	48	92,30
Tamat SMP	4	7,69
Tamat SMA	0	0
Tamat Perguruan Tinggi	0	0
Total	52	100

Tabel 7 menunjukkan sebagian besar responden petani cabai merah memiliki tingkat pendidikan akhir tamat SD sebesar 48 jiwa atau 92,30% dan pendidikan akhir tamat SMP sebesar 4 jiwa atau 7,69%. Sedangkan untuk yang tidak sekolah dan pendidikan akhir tamat SMA tidak ada pada responden petani cabai merah. Sebaran jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan tidak jauh berbeda dengan keadaan karakteristik penduduk Desa Bocek dengan persentase sebesar 33,79%. Oleh karena itu, responden yang dipilih sudah mewakili populasi yang ada.

3. Lama Usahatani

Sebaran responden berdasarkan lama usahatani di Desa Bocek disajikan dalam Tabel 8. Sebagai berikut.

Tabel 8. Sebaran Responden Berdasarkan Lama Usahatani di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang.

Tahun	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1-15	2	4,34
16-30	10	19,23
31-45	39	75
>45	1	2,1
Jumlah	52	100

Tabel 8 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden petani berusaha komoditas cabai merah dimana memiliki pengalaman dalam usahatani cabai merah sudah lama. Lama usahatani cabai merah sebagian besar sudah mencapai 31-45 tahun.

6.1.2 Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Cabai Merah

Karakteristik responden lembaga pemasaran cabai merah yang akan dibahas pada bagian yang meliputi karakteristik sosial ekonomi yang terdiri dari umur, tingkat pendidikan, lama berdagang. Karakteristik sosial ekonomi dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Umur

Sebaran responden lembaga pemasaran berdasarkan kelompok umur disajikan dalam Tabel 9.

Tabel 9. Sebaran Responden Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang.

Kelompok Umur (th)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
<40	2	20
41-55	8	80
Jumlah	10	100

Tabel 9 menunjukkan sebagian besar responden lembaga pemasaran cabai merah tergolong dalam kelompok umur 41-55 tahun sedangkan responden lembaga pemasaran dengan usia diatas 55 tahun tidak ada. Hal ini berarti tergolong pada usia produktif kerja untuk dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya.

2. Tingkat Pendidikan

Sebaran responden lembaga pemasaran berdasarkan kelompok tingkat pendidikan disajikan dalam Tabel 10.

Tabel 10. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang.

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Tamat SD	9	90
Tamat SMP	1	10
Tamat SMA	0	0
Tamat Perguruan Tinggi	0	0
Total	10	100

Tabel 10 menunjukkan sebagian besar responden lembaga pemasaran cabai merah memiliki tingkat pendidikan akhir tamat SD sebesar 9 jiwa atau 90% dan pendidikan akhir tamat SMP sebesar 1 jiwa atau 10%. Sedangkan untuk yang tidak sekolah dan pendidikan akhir tamat SMA tidak ada pada responden petani cabai merah. Pendidikan responden sangat mempengaruhi hasil usahanya, terbukti dengan responden yang berpendidikan tinggi mampu mengembangkan usahanya dengan skala yang lebih besar.

3. Lama Berdagang

Sebaran responden lembaga pemasaran berdasarkan kelompok lama berdagang disajikan dalam Tabel 11.

Tabel 11. Sebaran Responden Berdasarkan Lama Berdagang di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang.

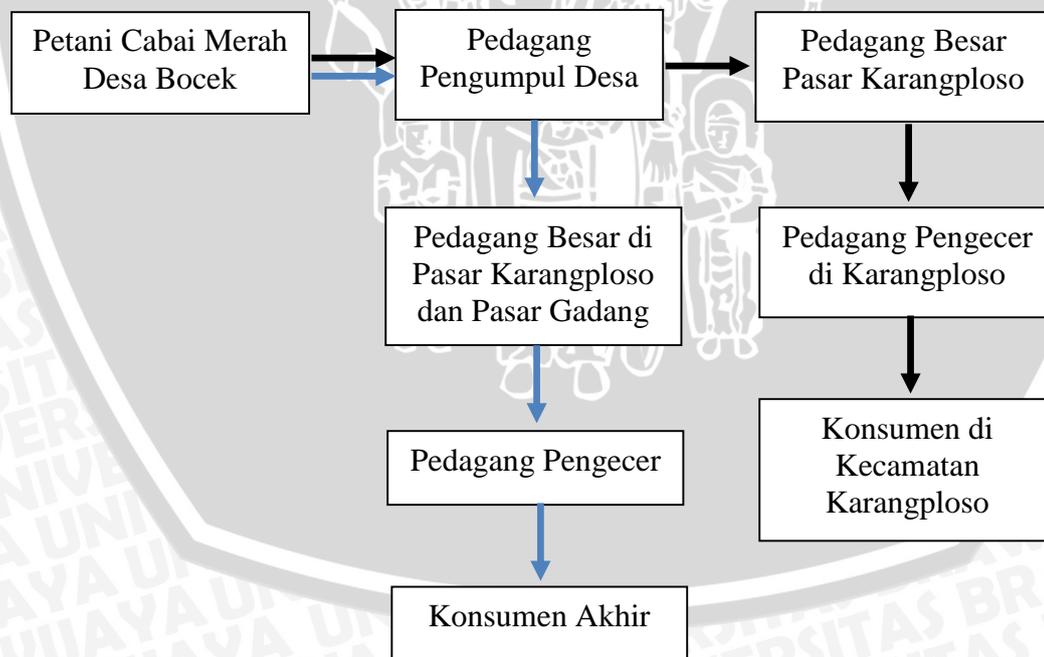
Tahun	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1-15	3	30
16-30	6	60
31-45	1	10
Jumlah	10	100

Tabel 11 menunjukkan bahwa sebagian besar responden lembaga pemasaran berdagang komoditas cabai merah dimana memiliki pengalaman dalam berdagang cabai merah sudah lama. Lama berdagang cabai merah sebagian besar sudah mencapai 16-30 tahun.

6.2 Analisis Saluran Pemasaran Cabai Merah Di Daerah Penelitian

Saluran pemasaran cabai merah di Desa Bocek terdapat dua saluran yaitu:

1. Petani – Pedagang pengumpul desa – Pedagang besar Pasar Karangploso – Pedagang Pengecer – Konsumen di Kecamatan Karangploso.
2. Petani – Pedagang pengumpul desa – Pedagang besar Pasar Karangploso dan Pasar Gadang – Pedagang pengecer – Konsumen.



Keterangan: → Saluran I → Saluran II

Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran Cabai Merah Di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang

Berdasarkan pola saluran pemasaran di Desa Bocek yaitu pada saluran I diikuti sekitar 90% petani yang menggunakan saluran I hal ini dapat dilihat pada lampiran 2 sedangkan pada saluran II diikuti sekitar 10% petani yang menggunakan saluran II. Mayoritas petani memilih saluran I dikarenakan memiliki akses kemudahan penjualan karena di desa tersebut terdapat pedagang pengumpul besar yaitu sejumlah 7 pedagang pengumpul dan dekat dengan pasar Karangploso. Dari segi biaya sangat hemat dalam melakukan pemasaran karena jarak petani yang menjual hasil ke pedagang pengumpul desa dan pedagang pengumpul desa dalam menjual ke pedagang besar juga tidak terlalu jauh sehingga mempermudah akses transportasi pengiriman.

Pada umumnya saluran pemasaran yang ada di Indonesia yaitu petani menjual hasil panen langsung ke pedagang pengumpul. Kemudian dari pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar. Dari pedagang besar kemudian dijual ke pedagang pengecer. Selanjutnya pedagang pengecer menjual eceran ke pedagang pengecer. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran pada di Desa Bocek hampir sama pada saluran pemasaran yang ada di Indonesia yaitu memasarkan hasilnya langsung ke tengkulak.

6.3 Analisis Integrasi Pasar Cabai Merah

Tingkat integrasi pasar yang terjadi antara harga di tingkat produsen (petani) cabai merah dan pedagang besar, antara harga di tingkat pedagang besar dan pedagang pengecer dianalisis dengan menggunakan *Error Correction Model* (ECM). Model ECM ini menunjukkan antara pasar satu dengan pasar lainnya terintegrasi atau tidak. Berikut hasil model ECM antara harga di pasar petani dan harga di pasar pedagang besar yang disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Model ECM Antara Harga di Pasar Petani dengan Harga di Pasar Pedagang Besar

Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	t-Statistic
Konstanta	13,96647	0,167584	0,167584
Selisih Harga Pedagang Besar	0,978260	0,012853	76,11033
ECT (U_{t-1})	-0,474569	83,34016	-4,079241

Keterangan:

$N = 56$

$F_{\text{tabel}}(0,05) = 3,16$; $(0,01) = 5,02$; $(0,1) = 2,40$

$t_{\text{tabel}}(0,05) = 1,67$; $(0,01) = 2,39$; $(0,1) = 1,29$

$F_{\text{hitung}} = 2904,63$; $R^2 = 0,991$

Variabel Dependen = Selisih harga petani

Hasil model ECM pada Tabel 12 membentuk estimasi ECM antara harga di pasar produsen (petani) dan harga di pasar pedagang besar yang dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$\Delta P_{pt} = 13.96647 + 0,978260\Delta P_{bt} + (-0,474569)ECT + \varepsilon_t$$

Hasil estimasi ECM menunjukkan ECT bernilai negatif dengan tingkat kepercayaan 99%. Hal ini menunjukkan model valid untuk digunakan. Nilai koefisien ΔP_{bt} menggambarkan kondisi keseimbangan jangka pendek yang menjelaskan bahwa kenaikan harga yang terjadi di pasar pedagang besar akan menyebabkan kenaikan harga di produsen (petani) namun keseimbangan jangka pendek semakin menjauh. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan koefisien ΔP_{bt} yang dihasilkan yaitu 0,9782. Artinya, jika terjadi kenaikan harga di pasar pedagang besar sebesar Rp 1.000,00 maka akan menyebabkan kenaikan harga di pasar produsen (petani) sebesar Rp 978,2, namun kenaikan harga antara produsen (petani) dan pedagang besar tidaklah sama. Oleh karena itu akan menyebabkan kedua pasar semakin tidak terintegrasi.

Tabel 12 menunjukkan bahwa antara harga di pasar petani dengan harga di pedagang pengecer terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perubahan harga. Keterkaitan antara harga di pasar pedagang besar dan harga di pasar pedagang pengecer terintegrasi lemah. Hal ini terlihat pada nilai koefisien ECT yang dihasilkan lebih besar dari 50% yaitu 47,45%.

Lemahnya integrasi pasar antara petani dan pedagang besar dikarenakan informasi terhadap perubahan harga cabai merah dari pasar petani di Desa Bocek ke pedagang besar di pasar semi modern Karangploso tidak tersalurkan secara sempurna. Kondisi tersebut dikarenakan pasar petani hanya mendapat informasi sedikit dari pedagang besar sehingga pasar pedagang memiliki informasi yang lebih baik yang dibandingkan pada pasar petani.

Sedangkan hasil model ECM antara harga di pasar pedagang besar dan harga di pasar pedagang pengecer yang disajikan pada Tabel 13 sebagai berikut.

Tabel 10. Hasil Model ECM Antara Harga di Pasar Pedagang Besar dengan Harga di Pasar Pedagang Pengecer.

Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	t-Statistic
Konstanta	41,22048	432,7493	-0,095253
Selisih Harga Pedagang Pengecer	0,848578	0,064513	13,15350
ECT (U_{t-1})	-0,898919	0,155409	-5,784217

Keterangan:

N = 56

$F_{tabel}(0,05) = 3,16$; $(0,01) = 5,02$; $(0,1) = 2,40$

$t_{tabel}(0,05) = 1,67$; $(0,01) = 2,39$; $(0,1) = 1,29$

$F_{hitung} = 86,50$; $R^2 = 0,768$

Variabel Dependen = Selisih harga pedagang besar

Hasil model ECM pada Tabel 12 membentuk estimasi ECM antara harga di pasar produsen (petani) dan harga di pasar pedagang besar yang dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$\Delta P_{bt} = 41,22048 + 0,848578\Delta P_{et} + (-0,898919)ECT + \varepsilon_t$$

Hasil estimasi ECM menunjukkan ECT bernilai negatif dengan tingkat kepercayaan 76,8%. Hal ini menunjukkan model valid untuk digunakan. Nilai koefisien ΔP_{et} menggambarkan kondisi keseimbangan jangka pendek yang menjelaskan bahwa kenaikan harga yang terjadi di pasar pedagang pengecer akan menyebabkan kenaikan harga di pasar pedagang besar namun keseimbangan jangka pendek semakin menjauh. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan koefisien ΔP_{et} yang dihasilkan yaitu 0,8485. Artinya, jika terjadi kenaikan harga di pasar pedagang pengecer sebesar Rp 1.000,00 maka akan menyebabkan kenaikan harga di pasar pedagang besar sebesar Rp 848,5, namun kenaikan harga antara produsen (petani) dan pedagang besar tidaklah sama. Oleh karena itu akan menyebabkan kedua pasar semakin terintegrasi.

Tabel 12 menunjukkan bahwa antara harga di pasar pedagang besar dengan harga di pedagang pengecer terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perubahan harga. Keterkaitan antara harga di pasar pedagang besar dan harga di pasar

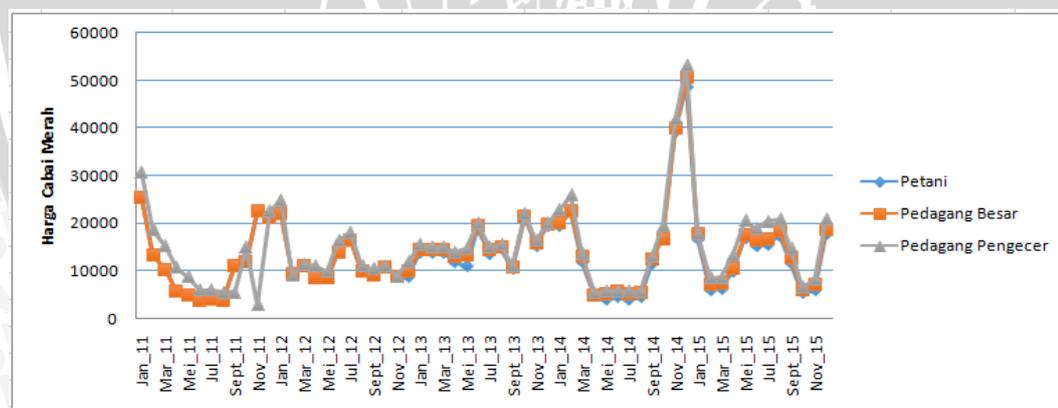
pedagang pengecer terintegrasi kuat. Hal ini terlihat pada nilai koefisien ECT yang dihasilkan lebih besar dari 50% yaitu 89,89%.

Dengan demikian, integrasi pasar yang terjadi antara pasar pedagang besar dengan pasar pedagang pengecer menunjukkan sempurna, yang berarti informasi perubahan harga cabai merah dari satu pasar pedagang besar ke pasar pedagang pengecer tersalurkan secara sempurna dan tidak terjadi persaingan diantara pedagang pada pasar tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa integrasi pasar antara pasar petani dengan pasar pedagang besar terjadi integrasi yang lemah. Sedangkan integrasi pasar antara pasar pedagang besar dengan pasar pedagang pengecer terjadi integrasi yang kuat.

6.4 Analisis Keterkaitan Integrasi Pasar Cabai Merah dengan Perubahan Harga Di Tingkat Petani, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer

Perkembangan harga cabai merah di pasar petani, pedagang besar, dan pedagang pengecer relatif berfluktuasi. Berikut gambar grafik perkembangan harga cabai merah dari tahun 2011 hingga 2015.



Sumber: Data Sekunder (Diolah), 2016

Gambar 3. Perkembangan Harga Cabai Merah Di Pasar Petani, Pasar Pedagang Besar, dan Pedagang Pengecer.

Gambar 3 menunjukkan perkembangan harga cabai merah mengalami fluktuasi yang relatif stabil. Hal ini berarti perkembangan harga bulanan cabai merah pada tahun 2011 hingga 2015 mengalami pergerakan harga yang sama baik harga pada pasar petani, pasar pedagang besar maupun pasar pedagang pengecer. Fluktuasi harga tertinggi pada bulan Desember 2014 terjadi di masing-masing pasar

yaitu harga tertinggi di pasar petani sebesar Rp 48.810, harga tertinggi di pasar pedagang besar Rp 50.567, harga tertinggi di pasar pengecer sebesar Rp 53.190. Hal ini dikarenakan pada tahun tersebut permintaan cabai merah meningkat sedangkan stok cabai merah belum mencukupi. Fluktuasi harga dapat dilihat dengan hasil perhitungan fluktuasi harga yang disajikan pada Tabel 11 sebagai berikut.

Tabel 11. Hasil Perhitungan Fluktuasi Harga Cabai Merah Tahun 2011-2015 di Pasar Petani, Pasar Pedagang Besar, Pasar Pengecer.

No.	Uraian	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1.	Pasar Petani					
	Rerata Harga (Rp)	11.519	11.510	14.927	16.189	12.140
	Koefisien Variasi (%)	67,23	34,88	22,61	90,93	41,89
2.	Pasar Pedagang Besar					
	Rerata Harga (Rp)	11.519	11.594	15.551	16.847	12.140
	Koefisien Variasi (%)	67,23	34,88	20,33	87,90	39,26
3.	Pasar Pedagang Pengecer					
	Rerata Harga (Rp)	12.323	12.884	16.183	18.242	14.957
	Koefisien Variasi (%)	68,09	36,46	18,82	85,96	38,01

Tabel 11 menunjukkan rata-rata koefisien variasi pasar petani lebih besar dibandingkan pasar pedagang besar dan pasar pengecer (KV Pasar Petani 54% > KV Pasar Pedagang Besar 51% > KV Pasar Pedagang Pengecer). Hal ini menunjukkan bahwa harga cabai merah di pasar pedagang besar dan pasar pedagang pengecer relatif stabil dibandingkan dengan harga di pasar petani. Artinya harga cabai merah di pasar petani lebih berfluktuasi dibandingkan pasar pedagang besar dan pasar pedagang pengecer.

Berdasarkan hasil analisis pada tujuan kedua yaitu tingkat integrasi pasar antara pasar petani dengan pasar pedagang besar menunjukkan pasar terintegrasi lemah dan integrasi pasar antara pasar pedagang besar dengan pasar pedagang pengecer menunjukkan pasar terintegrasi kuat. Dari hasil tersebut maka dapat dihubungkan dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer bahwa diantara keduanya memiliki keterkaitan yang erat. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa integrasi pasar memiliki keterkaitan dengan perubahan harga di pasar petani, pasar pedagang besar, pasar pedagang pengecer dimana tingginya fluktuasi harga cabai merah pada pasar petani mengakibatkan

keterpaduan antara pasar petani dengan pasar pedagang besar terintegrasi lemah. Sedangkan kuatnya tingkat integrasi pasar antara pasar pedagang besar dan pasar pedagang pengecer disebabkan karena fluktuasi harga cabai merah di pasar pedagang besar dan pasar pedagang pengecer mengalami penurunan dan cenderung relatif stabil.



VII. PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini disimpulkan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran cabai merah di Desa Bocek terdapat dua saluran yaitu saluran pemasaran I, petani cabai merah di Desa Bocek – pedagang pengumpul desa – pedagang besar di Pasar Karangploso – pedagang pengecer di Kecamatan Karangploso – konsumen akhir. Saluran pemasaran II, petani cabai merah Desa Bocek – pedagang pengumpul desa – pedagang besar di Pasar Karangploso dan Pasar Gadang – pedagang pengecer – konsumen akhir.
2. Tingkat integrasi pasar antara pasar petani dan pasar pedagang besar tergolong lemah yang ditunjukkan dengan nilai *Error Correction Term* (ECT) kurang dari 50% yaitu sebesar 47,45%. Tingkat integrasi pasar antara pasar pedagang besar dan pasar pedagang pengecer tergolong kuat yang ditunjukkan dengan nilai *Error Correction Term* (ECT) lebih dari 50% yaitu sebesar 89,89%. Lemahnya integrasi pasar antara pasar petani dan pasar pedagang besar adalah akibat ketidaksempurnaan informasi dari pedagang besar ke petani. Sedangkan kuatnya integrasi pasar antara pasar pedagang besar dan pasar pedagang pengecer dikarenakan tingkat informasi pasar antar pedagang besar dan pedagang pengecer lebih baik dibandingkan dengan pasar antar petani dan pedagang besar.
3. Tingkat integrasi pasar terkait erat dengan perubahan harga cabai merah di pasar produsen, pasar pedagang besar, dan pasar pedagang pengecer. Artinya tingkat integrasi pasar yang kuat maka perubahan harga yang terjadi fluktuasinya kecil. Sedangkan tingkat integrasi pasar yang lemah maka perubahan harga yang terjadi fluktuasinya besar.

7.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, maka rekomendasi yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Agar harga tidak terlalu berfluktuasi besar diperlukan perbaikan informasi pasar baik petani maupun pedagang sehingga dengan demikian petani mendapatkan kepastian dalam peningkatan pendapatan.
2. Petani disarankan untuk lebih menggunakan saluran II karena dapat memperoleh bagian harga yang lebih tinggi dan lebih efisien.
3. Perlu ada penelitian lebih lanjut terkait dengan tingkat pendapatan petani pada pasar yang berbeda tingkat integrasinya sehingga diketahui pengaruh tingkat integrasi pasar terhadap tingkat pendapatan petani cabai merah.



DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, R. 2004. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus. Surabaya.
- Ardhiani, R dan Asmara, R. 2010. Integrasi Pasar Dalam Sistem Pemasaran Bawang Merah. Jurnal Agrise Vol. X No. 3.
- Aryani, D. 2012. Integrasi Vertikal Pasar Produsen Gabah dengan Pasar Ritel Beras di Indonesia. Jurnal Manajemen Teknologi Vol. 11 No. 2.
- Asmarantaka, R.W. 2009. Pemasaran Produk-produk Pertanian. Bunga Rampai Agribisnis: Seri Pemasaran. IPB Press. Bogor.
- Astuty, M. 2015. Analisis Integrasi Pasar Cabai Merah Keriting di Kabupaten Malang. Skripsi Sosial Ekonomi Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Perkembangan Produksi Luas Lahan dan Produktivitas Cabai Merah. Pusat Data dan Informasi Pertanian. Kementerian Pertanian. <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/>. Diakses pada 18 Januari 2016.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Produksi Cabai Merah di Jawa Timur. Pusat Data dan Informasi Pertanian. Kementerian Pertanian. <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/>. Diakses pada 18 Januari 2016.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Perkembangan Harga Cabai Merah di Tingkat Produsen dan Konsumen. Pusdatin. Pusat Data dan Informasi Pertanian. Kementerian Pertanian. <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/>. Diakses pada 18 Januari 2016.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Produksi Cabai Merah di Kabupaten Malang. Pusat Data dan Informasi Pertanian. Kementerian Pertanian. <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/>. Diakses pada 18 Januari 2016.
- Burhan, G. (2006). Analisis Integrasi Pasar Beras Dunia dengan Pasar Beras dan Gabah Domestik Serta Pengaruh Volume Impor Beras dan Harga BBM. [Skripsi Sarjana]. Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Downey, W.D. dan Ericsson, S.P. 1992. Manajemen Agribisnis. Jakarta. Erlangga.
- Enders, W. (2004). Applied Econometric Time Series, John Wiley & Sons Inc, New York.
- Engle, R. F. and Granger, C.W.J. (1987). Cointegration and Error Correction Representation, Estimation and Testing. *Econometrica*, 55, 251-276.
- Farid, M. dan N.A. Subekti. 2012. Tinjauan terhadap produksi, konsumsi, distribusi dan dinamika harga cabe di Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* 6(2): 211-233.

- Golleti, F dan Tsigas, E.C. 1996. Analyzing Market Integration Mali dalam Prices, Product and People: Analyzing Agricultural Markets in Developing Countries edited by Gregory J. Scott Lynne Rienner Publisher. Inc.
- Hanafiah, A.M. dan A.M. Saefuddin. 1986. Tataniaga Hasil Pertanian. Penerbit UI. Jakarta.
- Indraningsih, K. S. 2004. Analisis Nilai Tukar Komoditas Cabai Merah (Kasus di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah). Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Deptan. Bogor.
- Insukindro, 1999, Pemilihan Model Ekonomi Empirik dengan Pendekatan Koreksi Kesalahan, *Journal Ekonomi dan Keuangan Indonesia* 14/1, hal. 1-8.
- Irawan, B. 2007. Fluktuasi harga, transmisi harga dan margin pemasaran sayuran dan buah. *Analisis Kebijakan Pertanian* 5(4): 358-373.
- Kamaluddin. 2008. Lembaga dan Saluran Pemasaran. [www. Jurnalistik.co.id](http://www.jurnalistik.co.id). Diakses pada tanggal 18 Januari 2016.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta. Prehallindo.
- Kusnadi. 2009. *Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran*. IPB Press. Bogor.
- Listyorini, D. 2008. Analisis Keterpaduan Pasar Komoditas Cabai Merah di Kabupaten Brebes. Skripsi Sosial Ekonomi Pertanian. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Muwanga, G. S. and D. L. Snyder. 1997. Market intergration and thelaw of one price: Case study of selected feeder cattle markets. *Economic Research Institute Study Paper #97-11*. Utah State University.
- Nurhayati. 1987. Periode kritis tanaman lombok besar (*Capsicum annum L.*) karena adanya persaingan dengan gulma. Tesis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya Malang.
- Parel, C.P, G.C. Caldito, P.I. Ferner, G.G De Guzman, C.S. Sinsioco, R.N. Tan. 1973. Paper on survey Research Methodology Sampling Design and Procedure. The Agricultural Development Council 630 Fifth Avenue: New York.
- Prajnanta. 2005. *Kiat Sukses Bertanam Cabai di Musim Hujan*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Pusposari, D. 2014. Analisis Integrasi Pasar Kopi Robusta di Jawa Timur. Skripsi Sosial Ekonomi Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Sandra, Putri S. A dan Rasyid, Witman. 2012. Analisis Perilaku Harga dan Keterpaduan Pasar Cabai Merah Keriting (*Capsicum Annuum*) Di Propinsi Bengkulu. *Jurnal AGISEP*. Universitas Bengkulu.

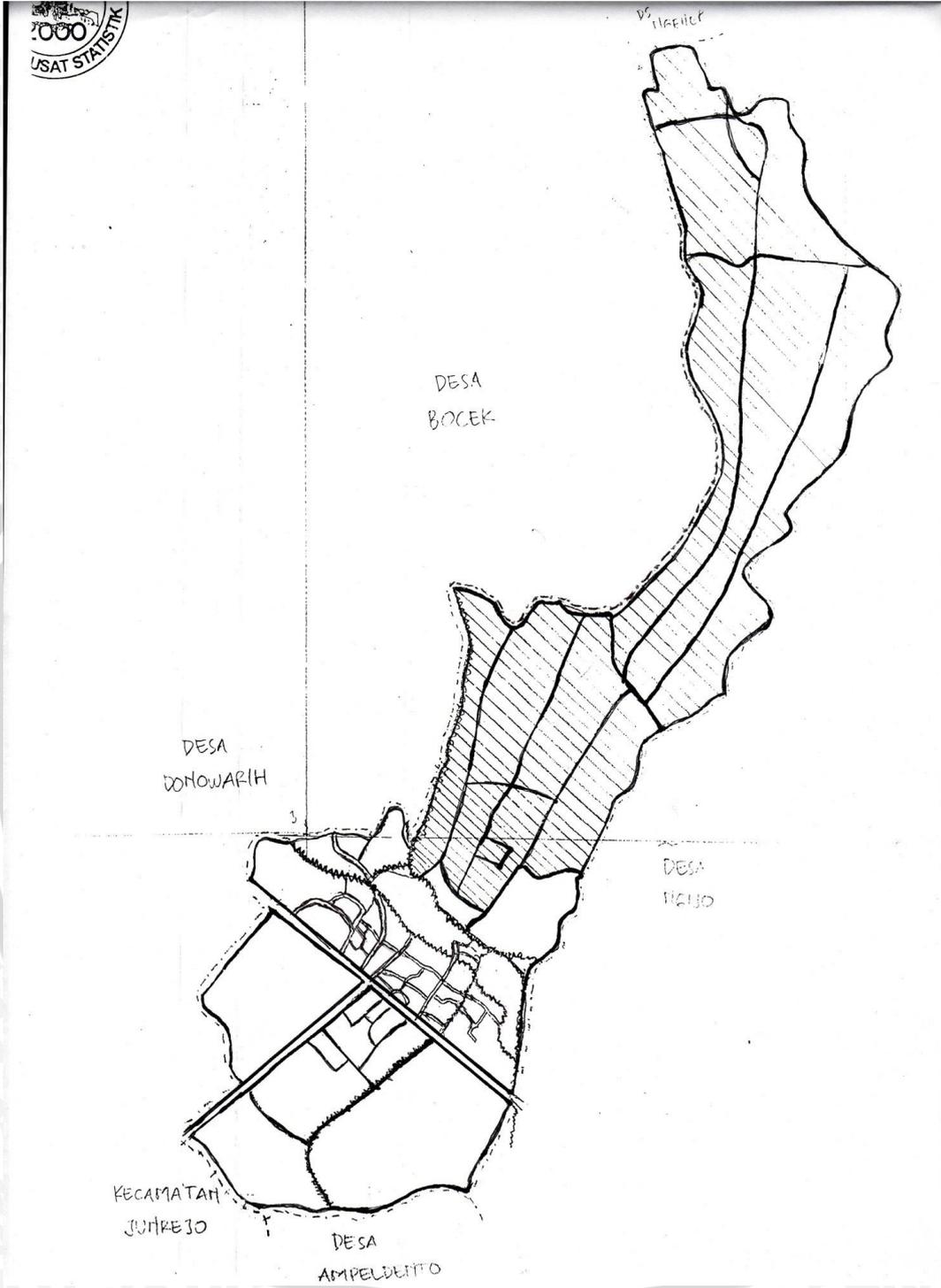
- Santoso, S. 2003. Statistik Diskriptif Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Excel dan SPSS. ANDI. Yogyakarta.
- Saptana, N.K. Agustin, dan A.M. Ar-Rozi. 2012. Kinerja produksi dan harga komoditas cabai merah. Laporan Akhir Anjak 2012. PSEKP, Bogor.
- Soekartawi. 1987. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Jakarta. Penerbit Rajawali.
- Soekartawi, 2002, Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil – Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Stanton, William J. 1993. Prinsip Pemasaran. Jakarta: Edisi ke Tujuh, Alih Bahasa Y. Lamarto, Erlangga.
- Sudiyono. 2002. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sumaiyah, S. Subari, dan A.H.M. Ariyani. 2013. Analisis Integrasi Pasar Bawang Merah di Kabupaten Pamekasan. Jurnal Agroekonomika Vol. 2 No. 1.
- Sumarni, N dan A. Muharam. 2005. Budidaya Tanaman Cabai Merah. Panduan Teknis PTT Cabai Merah No.2. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Sunarjono dan H. Hendro. 2004. Bertanam 30 Jenis Sayur. Penebar Swadaya. Depok.
- Winardi, 1989, Strategi Pemasaran (Marketing Strategy), Bandung : Mandar Maju.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

LAMPIRAN



Lampiran 1. Peta Lokasi Penelitian



Lampiran 2. Perhitungan Jumlah Sampel

Perhitungan jumlah responden yang dijadikan sampel menggunakan rumus

Parel *et. al.* (1973)

$$n = \frac{NZ^2\sigma^2}{Nd^2 + Z^2\sigma^2}$$

Sebelumnya terlebih dahulu menghitung nilai varian dan populasi (σ^2)

dengan menggunakan rumus Parel (1973):

$$\begin{aligned}\sigma^2 &= \frac{\sum(Xi - \bar{X})^2}{n} \\ &= \frac{72,6}{144} \\ &= 0,504\end{aligned}$$

Kemudian menghitung jumlah minimum responden yang dapat dijadikan sampel :

$$\begin{aligned}n &= \frac{NZ^2\sigma^2}{Nd^2 + Z^2\sigma^2} \\ &= \frac{144.(1,28)^2.0,504}{(144).(0,1)^2 + (1,28)^2.0,504} \\ &= \frac{118,94}{2,26} = 52,4 = 52 \text{ orang}\end{aligned}$$

Sampel minimum yang dapat digunakan dalam mempresentasikan keadaan di daerah penelitian adalah sebesar 52 orang. Pada penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 52 orang.

Lampiran 3. Saluran Pemasaran yang Dipilih Petani Cabai Merah

No.	Nama	Lembaga Pemasaran		
		Penebas	Tengkulak	Pengecer
1.	Supriono	—	✓	—
2.	Andiono	—	✓	—
3.	Hariato	—	✓	—
4.	Mustain	—	✓	—
5.	Kartono	—	✓	—
6.	Suwardi	—	✓	—
7.	Sulaiman	—	✓	—
8.	Taromin	—	✓	—
9.	Ngatono	—	✓	—
10.	Slamet	—	✓	—
11.	Imam	—	✓	—
12.	Rawi	—	✓	—
13.	Jono	—	✓	—
14.	Suryono	—	✓	—
15.	Kasiono	—	✓	—
16.	Satam	—	✓	—
17.	Asmari	—	✓	—
18.	Gimun	—	✓	—
19.	Rakim	—	✓	—
20.	Suparto	—	✓	—
21.	Sholikan	—	✓	—
22.	Saidi	—	✓	—
23.	Samsuri	—	✓	—
24.	Hasan	—	✓	—
25.	Asmadi	—	✓	—
26.	Kasdi	—	✓	—
27.	Rudiono	—	✓	—
28.	Supingi	—	✓	—
29.	Sa'ad	—	✓	—
30.	Untung	—	✓	—
31.	Kastari	—	✓	—
32.	Suwandi	—	✓	—
33.	Keman	—	✓	—
34.	Robi'i	—	✓	—
35.	Kasemat	—	✓	—
36.	Suminto	—	✓	—
37.	Rianto	—	✓	—
38.	Nasim	—	✓	—
39.	Suratno	—	✓	—
40.	Yudi	—	✓	—

Lanjutan Lampiran 3. Saluran Pemasaran yang Dipilih Petani Cabai Merah

No.	Nama	Lembaga Pemasaran		
		Penebas	Tengkulak	Pengecer
41.	Naim	—	√	—
42.	Damat	—	√	—
43.	Warsim	—	√	—
44.	Supadi	—	√	—
45.	Imam S.	—	√	—
46.	Tajab	—	√	—
47.	Misdi	—	√	—
48.	Tasenu	—	√	—
49.	Sali	—	√	—
50.	Siamun	—	√	—
51.	Askan	—	√	—
52.	Kabul	—	√	—

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Lampiran 4. Harga Cabai Merah Di Produsen (Petani)

Harga Cabai Merah Di Produsen (Petani) Tahun 2011-2015

Tahun	Bulan	Harga	PF _{t-1}	Δ PF
2011	Januari	25375	19575	5800
	Februari	13250	8500	4750
	Maret	10400	4150	6250
	April	5750	0	5750
	Mei	5000	-3250	8250
	Juni	3900	-12900	16800
	Juli	4000	-21000	25000
	Agustus	3750	-12450	16200
	September	11200	4825	6375
	Oktober	12000	6250	5750
	November	22500	14600	7900
	Desember	21100	-400	21500
2012	Januari	22000	-3375	25375
	Februari	9500	-3750	13250
	Maret	11125	725	10400
	April	8500	2750	5750
	Mei	8500	3500	5000
	Juni	14000	10100	3900
	Juli	16500	12500	4000
	Agustus	10000	6250	3750
	September	9250	-1950	11200
	Oktober	10750	-1250	12000
	November	9000	-13500	22500
	Desember	9000	-12100	21100
2013	Januari	14000	-8000	22000
	Februari	14000	4500	9500
	Maret	14000	2875	11125
	April	12000	3500	8500
	Mei	11000	2500	8500
	Juni	19000	5000	14000
	Juli	13750	-2750	16500
	Agustus	14750	4750	10000
	September	10500	1250	9250
	Oktober	21250	10500	10750
	November	15375	6375	9000
	Desember	19500	10500	9000
2014	Januari	19647	5647	14000
	Februari	22475	8475	14000
	Maret	11835	-2165	14000

Lanjutan Lampiran 4. Harga Cabai Merah Di Produsen (Petani)

Tahun	Bulan	Harga	PF _{t-1}	Δ PF
2015	April	4921	-7079	12000
	Mei	4222	-6778	11000
	Juni	4690	-14310	19000
	Juli	4132	-9618	13750
	Agustus	4600	-10150	14750
	September	11591	1091	10500
	Oktober	17848	-3402	21250
	November	39500	24125	15375
	Desember	48810	29310	19500
	Januari	16773	-2874	19647
	Februari	6053	-16422	22475
	Maret	6454	-5381	11835
	April	9982	5061	4921
	Mei	17054	12832	4222
	Juni	15397	10707	4690
	Juli	15732	11600	4132
	Agustus	17333	12733	4600
	September	11661	-70	11591
	Oktober	5407	-12441	17848
	November	6054	-33446	39500
	Desember	17774	-31036	48810

Lampiran 5. Harga Cabai Merah Di Pedagang Besar

Harga Cabai Merah Di Pedagang Besar Tahun 2011-2015

Tahun	Bulan	Harga	PF _{t-1}	Δ PF
2011	Januari	25375	17875	7500
	Februari	13250	6750	6500
	Maret	10400	2900	7500
	April	5750	-1250	7000
	Mei	5000	-4625	9625
	Juni	3900	-15500	19400
	Juli	4000	-22875	26875
	Agustus	3750	-14350	18100
	September	11200	3200	8000
	Oktober	12000	4500	7500
	November	22500	14000	8500
	Desember	21100	-2400	23500
2012	Januari	22000	-3375	25375
	Februari	9500	-3750	13250
	Maret	11125	725	10400
	April	8500	2750	5750
	Mei	8500	3500	5000
	Juni	14000	10100	3900
	Juli	16500	12500	4000
	Agustus	10000	6250	3750
	September	9250	-1950	11200
	Oktober	10750	-1250	12000
	November	9000	-13500	22500
	Desember	10000	-11100	21100
2013	Januari	14500	-7500	22000
	Februari	14500	5000	9500
	Maret	14500	3375	11125
	April	13000	4500	8500
	Mei	13250	4750	8500
	Juni	19500	5500	14000
	Juli	14375	-2125	16500
	Agustus	15113	5113	10000
	September	10750	1500	9250
	Oktober	21625	10875	10750
	November	15750	6750	9000
	Desember	19750	9750	10000
2014	Januari	20000	5500	14500
	Februari	22500	8000	14500
	Maret	13000	-1500	14500

Lanjutan Lampiran 5. Harga Cabai Merah Di Pedagang Besar

Tahun	Bulan	Harga	PF _{t-1}	Δ PF
2015	April	5000	-8000	13000
	Mei	5222	-8028	13250
	Juni	5690	-13810	19500
	Juli	5132	-9243	14375
	Agustus	5600	-9513	15113
	September	12591	1841	10750
	Oktober	16848	-4777	21625
	November	40000	24250	15750
	Desember	50576	30826	19750
	Januari	17773	-2227	20000
	Februari	7053	-15447	22500
	Maret	7454	-5546	13000
April	10500	5500	5000	
Mei	17560	12338	5222	
Juni	16397	10707	5690	
Juli	16732	11600	5132	
Agustus	18333	12733	5600	
September	12661	70	12591	
Oktober	6000	-10848	16848	
November	7054	-32946	40000	
Desember	18774	-31802	50576	

Lampiran 6. Harga Cabai Merah Di Pedagang Pengecer

Harga Cabai Merah Di Pedagang Pengecer Tahun 2011-2015

Tahun	Bulan	Harga	PF _{t-1}	Δ PF
2011	Januari	30750	11875	18875
	Februari	18750	8000	10750
	Maret	15250	6000	9250
	April	10750	2625	8125
	Mei	8750	-2375	11125
	Juni	6000	-14000	20000
	Juli	6000	-24000	30000
	Agustus	5625	-16625	22250
	September	5625	-4000	9625
	Oktober	15000	5750	9250
	November	2875	-7250	10125
	Desember	22500	-2875	25375
2012	Januari	25000	-5750	30750
	Februari	9111	-9639	18750
	Maret	11500	-3750	15250
	April	11000	250	10750
	Mei	10000	1250	8750
	Juni	16500	10500	6000
	Juli	18000	12000	6000
	Agustus	11000	5375	5625
	September	10500	4875	5625
	Oktober	11000	-4000	15000
	November	9000	6125	2875
	Desember	12000	-10500	22500
2013	Januari	15500	-9500	25000
	Februari	15000	5889	9111
	Maret	15000	3500	11500
	April	14000	3000	11000
	Mei	14700	4700	10000
	Juni	20000	3500	16500
	Juli	15000	-3000	18000
	Agustus	15500	4500	11000
	September	11000	500	10500
	Oktober	22000	11000	11000
	November	16500	7500	9000
	Desember	20000	8000	12000
2014	Januari	22935	7435	15500
	Februari	26050	11050	15000
	Maret	13515	-1485	15000

Lanjutan Lampiran 6. Harga Cabai Merah Di Pedagang Pengecer

Tahun	Bulan	Harga	PF _{t-1}	Δ PF	
2014	April	5526	-8474	14000	
	Mei	5694	-9006	14700	
	Juni	5905	-14095	20000	
	Juli	5684	-9316	15000	
	Agustus	5750	-9750	15500	
	September	13091	2091	11000	
	Oktober	19565	-2435	22000	
	November	42000	25500	16500	
	Desember	53190	33190	20000	
	2015	Januari	17864	-5071	22935
	Februari	8500	-17550	26050	
	Maret	8681	-4834	13515	
April	13258	7732	5526		
Mei	20571	14877	5694		
Juni	18879	12974	5905		
Juli	20464	14780	5684		
Agustus	20814	15064	5750		
September	14643	1552	13091		
Oktober	6500	-13065	19565		
November	8339	-33661	42000		
Desember	20968	-32222	53190		

Lampiran 7. Hasil Pengujian Stasioner Data Harga Cabai Merah Pada Kondisi Level

Variabel	ADF Statistic	Nilai Critical Value			Probability	Keterangan
		1%	5%	10%		
Produsen (Petani)	-3,5180	-3,5600	-2,9176	-2,5966	0,0112	Tidak Stasioner
Pedagang Besar	-3,3272	-3,5600	-2,9176	-2,5966	0,0185	Tidak Stasioner
Pedagang Pengecer	-1,9217	-3,5550	-2,9155	-2,5955	0,3202	Tidak Stasioner

Lampiran 8. Hasil Pengujian Stasioner Data Harga Cabai Merah Pada Kondisi *First Difference*

Variabel	ADF Statistic	Nilai Critical Value			Probability	Keterangan
		1%	5%	10%		
Produsen (Petani)	-4,0998	-3,5600	-2,9176	-2,5966	0,0021	Stasioner
Pedagang Besar	-4,0694	-3,5600	-2,9176	-2,5966	0,0023	Stasioner
Pedagang Pengecer	-6,7272	-3,5574	-2,9165	-2,5061	0,0000	Stasioner

Lampiran 9. Hasil Analisis Komputer Pengujian Kointegrasi Antara Harga di Pasar Petani dengan Harga di Pasar Pedagang Besar

Dependent Variable: DRESID01
 Method: Least Squares
 Date: 08/03/16 Time: 23:20
 Sample (adjusted): 2011M06 2015M12
 Included observations: 55 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
RESID02	-0.474576	0.115322	-4.115222	0.0001
C	11.27735	82.06640	0.137417	0.8912
R-squared	0.242154	Mean dependent var		6.388264
Adjusted R-squared	0.227855	S.D. dependent var		692.5510
S.E. of regression	608.5569	Akaike info criterion		15.69574
Sum squared resid	19628101	Schwarz criterion		15.76874
Log likelihood	-429.6330	Hannan-Quinn criter.		15.72397
F-statistic	16.93505	Durbin-Watson stat		2.225291
Prob(F-statistic)	0.000136			

Lampiran 10. Hasil Analisis Komputer Pengujian Kointegrasi Antara Harga di Pasar Pedagang Besar dengan Harga di Pasar Pedagang Pengecer

Dependent Variable: DRESID02
 Method: Least Squares
 Date: 08/03/16 Time: 23:22
 Sample (adjusted): 2011M06 2015M12
 Included observations: 55 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
RESID04	-0.926401	0.138373	-6.694976	0.0000
C	19.77368	426.0182	0.046415	0.9632
R-squared	0.458203	Mean dependent var		75.77021
Adjusted R-squared	0.447981	S.D. dependent var		4251.564
S.E. of regression	3158.826	Akaike info criterion		18.98947
Sum squared resid	5.29E+08	Schwarz criterion		19.06247
Log likelihood	-520.2106	Hannan-Quinn criter.		19.01770
F-statistic	44.82271	Durbin-Watson stat		2.014923
Prob(F-statistic)	0.000000			

**Lampiran 11. Hasil Analisis Komputer Model *Error Correction Model* (ECM)
Antara Harga di Pasar Petani dengan Harga di Pasar Pedagang
Besar**

Dependent Variable: D(PETANI)
Method: Least Squares
Date: 08/03/16 Time: 23:25
Sample (adjusted): 2011M06 2015M12
Included observations: 55 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(PDG_BESAR)	0.978260	0.012853	76.11033	0.0000
RESID02	-0.474569	0.116337	-4.079241	0.0002
C	13.96647	83.34016	0.167584	0.8676

R-squared	0.991128	Mean dependent var	737.4545
Adjusted R-squared	0.990787	S.D. dependent var	6395.982
S.E. of regression	613.9146	Akaike info criterion	15.73059
Sum squared resid	19598341	Schwarz criterion	15.84008
Log likelihood	-429.5912	Hannan-Quinn criter.	15.77293
F-statistic	2904.638	Durbin-Watson stat	2.227455
Prob(F-statistic)	0.000000		

**Lampiran 12. Hasil Analisis Komputer Model *Error Correction Model* (ECM)
Antara Harga di Pasar Pedagang Besar dengan Harga di Pasar
Pedagang Pengecer**

Dependent Variable: D(PDG_BESAR)
Method: Least Squares
Date: 08/03/16 Time: 23:28
Sample (adjusted): 2011M06 2015M12
Included observations: 55 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(PDG_PENGECEK)	0.848578	0.064513	13.15350	0.0000
RESID04	-0.898919	0.155409	-5.784217	0.0000
C	41.22048	432.7493	0.095253	0.9245

R-squared	0.768904	Mean dependent var	744.5636
Adjusted R-squared	0.760016	S.D. dependent var	6499.804
S.E. of regression	3184.136	Akaike info criterion	19.02275
Sum squared resid	5.27E+08	Schwarz criterion	19.13224
Log likelihood	-520.1256	Hannan-Quinn criter.	19.06509
F-statistic	86.50743	Durbin-Watson stat	1.996536
Prob(F-statistic)	0.000000		

Lampiran 13. Dokumentasi Penelitian



Wawancara Dengan Ketua Kelompok Tani



Wawancara Dengan Responden (Petani)



Wawancara Dengan Pedagang Pengumpul



Wawancara Dengan Pedagang Pengumpul

Lanjutan Lampiran 13. Dokumentasi Penelitian



Aktivitas Pembelian Pedagang Pengecer



Aktivitas Proses Dropping Cabai Merah Pedagang Besar

Lampiran 14. Kuisisioner Penelitian Petani Cabai Merah

**KUISISIONER PENELITIAN SKRIPSI UNTUK PETANI CABAI MERAH
DI DESA BOCEK KECAMATAN KARANGPLOSO**

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
3. Alamat :
4. Umur :
5. Pendidikan Terakhir : () SD () SMP
() SMA () SARJANA
6. Apa pekerjaan yang anda jalani selama ini?
() Petani () Pedagang () Tukang bangunan
() Pegawai Negeri Sipil (PNS) () Lainnya, sebutkan.....
7. Berapa lama anda berusaha cabai merah? (Sejak Tahun)
.....

B. AKTIVITAS PEMASARAN CABAI MERAH

1. Sejauh mana wilayah pemasaran cabai merah anda? (Desa/ Kecamatan/
Kabupaten/ Kotamadya/ dan lain-lain)
.....
2. Apakah anda memakai tenaga pemasar khusus?(Ya/tidak)
.....
3. Berapa jumlah anda menjual cabai merah?
.....
4. Berapa harga jual cabai merah per kilogram? Rp.....
5. Alat transportasi apa yang paling banyak digunakan dalam menyalurkan cabai
merah anda?
.....
6. Kepada siapa anda menjual cabai merah? (Tengkulak/Pedagang
Pengecer/Pedagang besar/konsumen akhir)
.....

7. Darimana petani memperoleh informasi tentang pedagang/tengkulak dalam menjual cabai merah?
.....
8. Harga yang ditawarkan oleh pedagang/tengkulak sangat murah/sesuai harga pasaran/diatas harga pasaran?
.....
9. Cara pembayaran yang dilakukan oleh pedagang/tengkulak? (kontan di muka/sebagian di muka & sisanya setelah laku dijual/dibayar setelah laku dijual/dll).....
10. Fungsi tengkulak hanya sebagai tempat menjual hasil panen saja/dan sebagai pemberi hutang untuk kebutuhan usahatani/dan pemberi hutang untuk kebutuhan selain usahatani?
.....
11. Bagaimana cara anda menjual cabai merah? (Mendatangi/didatangi pembeli)
.....
12. Darimana anda mendapatkan informasi mengenai harga jual cabai merah?
.....
13. Apa saja jenis informasi dalam melakukan pemasaran yang dibutuhkan?

Jenis Informasi	Sumber Informasi

Alasan apakah petani selalu mendapatkan informasi dari sumber informasi tersebut:

.....



14. Siapa yang menentukan harga jual cabai merah tersebut? (petani/ tengkulak/ pedagang pengecer/ tawar menawar)

.....

15. Apakah ada atau tidak kendala saat ini dalam melakukan pemasaran? Jika ada, alasan:

.....

16. Berapakah pendapatan yang anda peroleh dalam melakukan pemasaran cabai merah?

.....

17. Dalam 1 kali musim tanam, apakah petani mengalami untung/rugi?

.....

18. Apakah permasalahan yang dihadapi saat ini mengenai harga cabai merah?

.....

19. Bagaimana upaya anda ketika harga cabai merah mengalami penurunan yang sangat drastis?

.....



Lampiran 15. Kuisisioner Penelitian Lembaga Pemasaran Cabai Merah

**KUISISIONER PENELITIAN SKRIPSI UNTUK LEMBAGA PEMASARAN
CABAI MERAH DI DESA BOCEK KECAMATAN KARANGPLOSO**

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
3. Alamat :
4. Umur :
5. Pendidikan Terakhir : () SD () SMP
() SMA () SARJANA
6. Apa status lembaga pemasaran : () Penebas
() Pedagang Pengumpul
() Pedagang Besar
() Pengecer
7. Berapa lama anda sebagai lembaga pemasaran? (sejak tahun)
.....
8. Jenis komoditas yang diperdagangkan?
.....
9. Wilayah kerja dari aktivitas:
 - a. Pembelian:
 - Desa :
 - Kecamatan :
 - b. Penjualan:
 - Desa :
 - Kecamatan :
 - Kabupaten :
 - Provinsi :
10. Jenis angkutan yang seringkali dipergunakan untuk melaksanakan aktivitas pembelian/penjualan?
.....

11. Berapa muatan (kapasitas) angkutan yang digunakan dalam membawa hasil pembelian/penjualan?(kuintal/ton)
.....
12. Bagaimana cara anda menjual cabai merah? (Mendatangi/didatangi pembeli)
.....
13. Dalam melakukan pembelian, berapa jumlah (volume) yang dibeli? (*)
.....
14. Berapa harga dari pembelian cabai merah per satuan?(*)
.....
15. Dalam melakukan penjualan, berapa jumlah (volume) yang dijual? (*)
.....
16. Berapa harga dari penjualan cabai merah per satuan? (*)
.....
17. Darimana Anda mengetahui informasi tentang harga dan bagaimana cara mengetahuinya?
.....
20. Apa saja jenis informasi dalam melakukan pemasaran yang dibutuhkan?

Jenis Informasi	Sumber Informasi

Alasan apakah petani selalu mendapatkan informasi dari sumber informasi tersebut:

.....

.....

18. Menurut Anda siapakah yang menentukan harga cabai merah?
.....

19. Pada saat bagaimanakah permintaan cabai merah rendah dan bilamana permintaannya tinggi?

.....

20. Apa permasalahan yang Anda hadapi dalam memasarkan cabai merah dan apa harapan Anda mengenai pemasaran cabai merah ke depan?

.....



