

**ANALISIS INTEGRASI PASAR DAN TRANSMISI HARGA CABAI MERAH
BESAR DI KOTA MATARAM
(KASUS: PASAR MANDALIKA DAN PASAR KEBON ROEK)**

***ANALYSIS OF MARKET INTEGRATION AND PRICE TRANSMISSION OF LARGE
RED CHILIES IN MATARAM CITY
(CASE: MANDALIKA MARKET AND KEBON ROEK MARKET)***

Aprilianti^{1*}, Arifuddin Sahidu¹, Dian Lestari Miharja¹

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram
Jl. Majapahit No. 62. Kota Mataram, Indonesia
**Email: april220401@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui transmisi harga yang terjadi di Pasar Induk (Pasar Mandalika) terhadap Pasar Pengecer (Pasar Kebon Roek) dan untuk mengetahui tingkat integrasi pasar yang terjadi antara Pasar Induk (Pasar Mandalika) dengan pasar pengecer (Pasar Kebon Roek). Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif. Unit analisis pada penelitian ini adalah harga cabai merah besar di Kota Mataram, dengan dua pasar perbandingan yaitu Pasar Induk Mandalika dan Pasar Pengecer Kebon Roek. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data sekunder. Analisis data yang digunakan yaitu analisis ET dan IMC. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Transmisi harga yang terjadi antara Pasar Induk Mandalika dengan Pasar Pengecer Kebon Roek adalah berjalan tidak efisien dalam hal ini dapat diketahui dari Nilai ET < 1 yaitu 0,734 menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan harga Cabai Merah Besar di tingkat pasar induk sebesar 1% maka harga di tingkat pasar pengecer akan berubah sebesar 0,734%. Maka dapat dinyatakan perubahan-perubahan harga di tingkat pasar pengecer tidak ditransmisikan dengan baik ke harga di tingkat pasar induk. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pasar persaingan tidak sempurna dalam pemasaran Cabai Merah Besar di kedua pasar tersebut (2) Integrasi pasar pada pemasaran Cabai Merah Besar di Pasar Induk Mandalika dengan Pasar Pengecer Kebon Roek di Kota Mataram yaitu IMC = 1,710 berarti IMC > 1 Artinya integrasi pasar rendah. Hal ini menunjukkan harga di Pasar Induk Mandalika tidak sepenuhnya ditransformasikan ke level pasar pengecer Kebon Roek.

Kata kunci: Cabai, Integrasi Pasar, Pasar, Transmisi harga.

ABSTRACT

This study aims to determine the price transmission that occurs in the main market (Mandalika market) to the retail market (Kebon Roek market) and to determine the level of market integration that occurs between the main market (Mandalika market) and the retail market (Kebon Roek market). The method used namely descriptive method. The unit of analysis in this study was the price of large red chilies in the city of Mataram, with two comparative markets, namely the Mandalika main market and the Kebon roek retail market. The type of data used is quantitative data. The data source used is secondary data. The data analysis used is ET and IMC analysis. The results of this study indicate that: (1) The price transmission that occurs between the Mandalika main market and the Kebon Roek retail market is running inefficiently. This can be seen from the ET value < 1, which is 0.734, indicating that if there is a change in the price of large red chilies at the wholesale market level by 1%, the price at the retail market level will change by 0.734%. It can be stated that price changes at the retail market level are not well transmitted to prices at the main market level. This shows that there is an imperfect competition market in the marketing of large red chilies in both markets. (2) Market integration in the marketing of Large Red Chili at the Mandalika Main Market with the Kebon Roek Retail Market in Mataram City, namely IMC = 1.710 means that IMC > 1 means that market integration is low. This shows that the prices at the Mandalika Main Market are not fully transformed to the market level Kebon Roek retailer.

Keywords: Chili, Market Integration, Market, Price Transmission,.

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memanfaatkan lahan guna menanamnya dengan berbagai jenis tanaman, baik itu tanaman semusim ataupun tanaman tahunan, tanaman pangan maupun tanaman non-pangan, dan digunakan pula untuk memelihara hewan ternak maupun ikan (Suratiah, 2015). Harga produk-produk hasil pertanian cenderung mengalami fluktuasi harga yaitu murah ketika musim panen dan cenderung mahal pada saat bukan musim panen. Sehingga resiko yang dihadapi setiap mata rantai pemasaran produk adalah terkait harga yang terus berfluktuasi (Yusuf & Septiadi, 2023).

Tanaman hortikultura termasuk dalam jenis tanaman yang berkontribusi dalam pembangunan sektor pertanian. Salah satu produk pertanian yaitu tanaman hortikultura yang sering kali mengalami fluktuasi harga disebabkan tingginya angka permintaan karena dibutuhkan setiap hari oleh konsumen adalah cabai, karena kebutuhan akan cabai tidak dapat tergantikan oleh komoditas lainnya (Tanaya et al., 2021). Cabai merah merupakan salah satu komoditas hortikultura unggulan nasional (Septiadi et al., 2020) karena memiliki nilai ekonomi tinggi (Nofita et al., 2015), sekaligus sebagai jajaran komoditas penyumbang inflasi terbesar dalam perekonomian Indonesia. Jumlah pasokan cabai merah selama ini belum dapat menyeimbangkan permintaan cabai merah yang kian meningkat dari tahun ke tahun. Hal tersebut membuat harga cabai merah di pasar mengalami kenaikan dan penurunan harga terutama untuk penjualan Cabai Merah Besar. Penjualan Cabai Merah Besar selama ini disebut kurang efektif disebabkan karena rantai pemasaran yang panjang dan profit harga yang terlalu besar. Fluktuasi harga yang kian meningkat pada Cabai Merah Besar seringkali mengakibatkan besarnya profit pemasaran dan semakin rendahnya nilai jual yang diterima produsen (Rienjani, 2022).

Kota mataram sendiri merupakan salah satu produsen Cabai Merah Besar yang ada di Nusa Tenggara Barat. Karena selain dipasarkan didalam daerah, Cabai Merah Besar juga banyak dipasarkan ke luar daerah. Pasar Induk Mandalika merupakan salah satu pasar induk tempat Cabai Merah Besar banyak dipasarkan. Lalu pasar kebon roek adalah sebagai pasar pengecer atau pasar transmisi dari Pasar Kebon Roek. Kurang efisiennya pemasaran terhadap Cabai Merah Besar seringkali merugikan sebagian pelaku pasar terutama bagi pasar transmisi, seperti produsen yang mendapatkan harga rendah dan konsumen yang harus membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk mereka beli (Rienjani, 2022).

Tidak efektifnya pemasaran Cabai Merah Besar seringkali disebabkan oleh tingginya fluktuasi harga. Dengan demikian akan mempengaruhi transmisi harga dan tidak terintegrasinya pasar-pasar yang terlibat dalam pemasaran Cabai Merah Besar yaitu pasar mandalika dan Pasar Kebon Roek sebagai pasar transmisi. Integrasi pasar terjadi jika pergerakan harga di suatu pasar dengan pergerakan harga di pasar yang lain saling berkorelasi (Omar et al. 2014). Hubungan harga pada suatu pasar yang terintegrasi dengan pasar yang lain akan berkorelasi positif dari waktu ke waktu (Purwasih et al, 2018). Integrasi pasar digunakan untuk menggambarkan seberapa dekat harga di kedua pasar yang terhubung dalam jaringan perdagangan akan bergerak bersama-sama.

Asmarantaka (2012) menambahkan jika suatu pasar terintegrasi dengan pasar yang lain berarti pemasaran yang terjadi di pasar tersebut dikatakan efisien terutama efisien dari segi efisiensi harga. Pasar yang tidak terpadu menyebabkan tidak terjadi efisiensi dalam pemasaran. Analisis integrasi atau keterpaduan pasar adalah suatu parameter yang berfungsi untuk menilai efisiensi dari suatu pemasaran. Kedua pasar terintegrasi apabila perubahan harga di satu pasar yaitu Pasar Mandalika diwujudkan dalam reaksi yang sama di pasar transmisi yaitu pasar kebon roek. Tingkat keterpaduan pasar yang meningkat menunjukkan telah lancarnya arus informasi pada pasar- pasar yang terkait. Penelitian mengenai integrasi telah banyak dilakukan oleh

peneliti sebelumnya seperti Aprilia et al. (2014) menganalisis integrasi antara pasar jagung tingkat petani dan retail di Indonesia yang hasilnya menunjukkan bahwa penyesuaian harga jagung di tingkat petani lebih efisien dibandingkan dengan penyesuaian harga jagung di tingkat retail.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan penelitian terkait “Analisis Integrasi Pasar dan Transmisi Harga Cabai Merah Besar Di Kota Mataram (Kasus: Pasar Mandalika Dan Pasar Kebon Roek)”. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk mengetahui transmisi harga yang terjadi di pasar induk (Pasar Mandalika) terhadap pasar pengecer (Pasar Kebon Roek); (2) Untuk mengetahui tingkat integrasi pasar yang terjadi antara Pasar Induk (Pasar Mandalika) dengan Pasar Pengecer (Pasar kebon roek).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif (Sugiyono, 2017). yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang ada pada waktu sekarang dengan mengumpulkan data, menyusun data, menganalisis data dan kemudian menarik kesimpulan. Jenis data yang digunakan yaitu merupakan data sekunder dengan menggunakan data 4 tahun terakhir (2019- 2022). Data sekunder adalah data yang sudah diolah terlebih dahulu dan baru didapatkan oleh peneliti dari sumber yang lain sebagai tambahan informasi diperoleh dari PIHPS Nasional. Unit analisis pada penelitian ini adalah harga Cabai Merah Besar di Kota Mataram, dengan dua pasar perbandingan yaitu Pasar Induk Mandalika dan pasar pengecer pasar Kebon roek.

Analisis Data

1. Elastisitas Transmisi Harga

Untuk mengetahui adanya pengaruh perubahan harga Cabai Merah Besar yang terjadi di Pasar Induk Mandalika terhadap perubahan harga di level pasar pengecer Kebon Roek.

$$Et = b \times \frac{Pf}{Pr}$$

Dimana:

Et = Elastisitas Transmisi Harga

B = Koefisien Regresi

Pr = Harga di tingkat pedagang pengecer Kebon Roek

Pf = Harga di Pasar Induk Mandalika (Pasar Induk)

2. Analisis Integrasi Pasar

Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga di tingkat pedagang besar dan di tingkat konsumen yaitu dengan menggunakan Index of Market Connection (IMC) yang telah dikembangkan oleh Ravallion (1986) dan Haytens (1986) dalam jurnal Zainuddin (2017).

$$IMC = \frac{b1}{b3}$$

b1 = koefisien regresi Pt-1

b3 = koefisien regresi P* t-1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Harga Cabai Merah Besar antara Pasar Induk Mandalika dengan level Pasar Pengecer Kebon Roek

Dari tabel 1. dapat diketahui bahwa harga Cabai Merah Besar di Pasar Induk Mandalika dan Pasar Kebon Roek sangat bervariasi dan terus mengalami fluktuasi harga yang signifikan.

Tabel 1. Keadaan Harga Cabai merah besar pada Pasar Induk Mandalika dan pasar pengecer kebon roek

Bulan	Harga di Pasar Induk Mandalika				Harga di pasar kebon roek			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
Januari	20.650	47.650	29.950	17.050	25.500	51.800	39.250	22.800
Februari	16.050	52.800	33.350	17.550	21.400	56.900	39.600	23.300
Maret	11.150	26.600	31.950	32.750	17.900	33.550	39.200	40.650
April	25.000	12.800	35.700	27.250	28.950	25.700	46.800	43.750
Mei	26.100	9.300	21.850	34.800	32.500	20.650	37.900	45.250
Juni	33.600	12.250	13.650	49.500	43.550	18.700	26.550	54.900
Juli	40.550	13.550	11.200	62.000	50.000	23.750	25.000	71.550
Agustus	32.000	12.100	11.250	42.250	41.350	22.100	22.150	52.650
September	20.850	15.600	9.500	31.200	30.250	20.550	18.400	46.250
Oktober	23.400	22.700	15.600	20.650	28.350	29.650	23.750	35.500
November	14.250	24.500	16.550	13.650	23.950	31.550	22.700	29.450
Desember	18.850	34.050	18.450	19.950	25.000	40.700	28.600	30.800

Sumber Data: PIHPS NASIONAL

Dapat dilihat harga tertinggi pada Pasar Induk Mandalika terdapat pada bulan Juli tahun 2022 dengan harga Rp 62.000/Kg dan harga terendah pada Pasar Induk Mandalika terdapat pada bulan Mei tahun 2020 dengan harga Rp 9.300/Kg. Sedangkan harga tertinggi di pasar Kebon Roek terdapat pada bulan Juli tahun 2022 dengan harga Rp 71.550/Kg dan harga terendah pada pasar Kebon Roek terdapat pada bulan Maret tahun 2019 dengan harga Rp. 17.900/Kg.

Transmisi Harga Cabai Merah besar antara Pasar Induk Mandalika dengan Level Pasar Pengecer Kebon Roek

Berdasarkan tabel 2. Nilai elastisitas transmisi harga atau $ET <$ yang berarti (inelastis) menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan harga Cabai Merah Besar di tingkat pedagang pengecer sebesar 1% maka harga di tingkat pasar induk akan berubah sebesar 0,837%. artinya laju perubahan harga di tingkat pasar induk lebih kecil daripada laju perubahan harga di tingkat pasar pengecer. Sehingga berlaku pasar bersaing tidak sempurna.

Tabel 2. Perhitungan Elastisitas Transmisi Harga Cabai Merah Besar antara Pasar Induk mandalika dengan pasar pengecer kebon roek tahun 2019

No	Bulan	Pf	Pr	Margin Pemasaran	ET
1	Januari	20.650	25.500	4850	0,889
2	Februari	16.050	21.400	5350	0,824
3	Maret	11.150	17.900	6750	0,684

No	Bulan	Pf	Pr	Margin Pemasaran	ET
4	April	25. 000	28. 950	3950	0,949
5	Mei	26. 100	32. 500	6400	0,882
6	Juni	33. 600	43. 550	9950	0,847
7	Juli	40. 550	50. 000	9450	0,891
8	Agustus	32. 000	41. 350	9350	0,850
9	September	20. 850	30. 250	9400	0,757
10	Oktober	23. 400	28. 350	4950	0,907
11	November	14. 250	23. 950	9700	0,653
12	Desember	18. 850	25. 000	6150	0,828
Elastisitas Transmisi Harga					0,830

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nggadu (2023) bahwa apabila terjadi perubahan harga sebesar 1% di tingkat pasar induk akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 1% di tingkat pasar pengecer. Hal ini menandakan bahwa Pasar berjalan tidak efisien. Sehingga dalam konteks ini maka keuntungan dalam pemasaran cabai merah besar pada dasarnya lebih banyak dinikmati oleh pasar pengecer.

Tabel 3. Perhitungan Elastisitas Transmisi Harga Cabai Antara Pasar Induk Mandalika Dengan Pasar Kebon Roek Tahun 2020

No	Bulan	Pf	Pr	Margin Pemasaran	ET
1	Januari	47. 650	51. 800	4150	0,789
2	Februari	52. 800	56. 900	4100	0,796
3	Maret	26. 600	33. 550	6950	0,680
4	April	12. 800	25. 700	12. 900	0,427
5	Mei	9. 300	20. 650	11. 350	0,386
6	Juni	12. 250	18. 700	6450	0,562
7	Juli	13. 550	23. 750	10. 200	0,489
8	Agustus	12. 100	22. 100	10. 000	0,469
9	September	15. 600	20. 550	4950	0,651
10	Oktober	22. 700	29. 650	6950	0,656
11	Novemer	24. 500	31. 550	7050	0,666
12	Desembr	34. 050	40. 700	6650	0,717
Elastisitas Transmisi Harga					0,607

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan bahwa elastisitas transmisi harga Cabai Merah Besar inelastis karena $Et < 1$ (perhitungan terlampir di lampiran 7) dengan demikian laju perubahan harga Cabai Merah Besar di tingkat pedagang pengecer lebih besar dari laju perubahan harga Cabai Merah Besar di tingkat petani atau produsen. Apabila terjadi perubahan harga di Pasar Induk sebesar 1% maka perubahan harga di tingkat pasar pengecer sebesar 0,607 %. Menurut Irawan (2017) transmisi harga yang rendah mencerminkan pemasaran yang tidak efisien

dimana perubahan harga yang terjadi di tingkat pasar pengecer tidak seluruhnya diteruskan kepada pasar induk. Pola transmisi harga seperti ini terjadi pada pasar monopsoni dimana pasar pada tingkat pedagang pengecer dapat mengendalikan harga beli dari pasar induk.

Menurut Irawan (2017) dalam Ayomi (2020) transmisi harga yang rendah mencerminkan pemasaran yang tidak efisien dimana perubahan harga yang terjadi di tingkat pasar pengecer tidak sejalan dengan perubahan harga di tingkat Pasar Induk. Pola transmisi harga seperti ini terjadi pada pasar monopsoni yaitu pasar dengan jumlah penjual yang banyak dan pembeli sedikit sehingga pasar pada tingkat pedagang pengecer dapat mengendalikan harga beli dari Pasar Induk.

Tabel 4. Perhitungan Elastisitas Transmisi Harga Cabai Antara Pasar Induk Mandalika Dengan Pasar Kebon Roek Tahun 2021

No	Bulan	Pf	Pr	Margin	
				Pemasaran	ET
1	Januari	29.950	39.250	9.300	0,695
2	Februari	33.350	39.600	6.250	0,767
3	Maret	31.950	39.200	7.250	0,742
4	April	35.700	46.800	11.100	0,694
5	Mei	21.850	37.900	16.050	0,525
6	Juni	13.650	26.550	12.900	0,468
7	Juli	11.200	25.000	13.800	0,408
8	Agustus	11.250	22.150	10.900	0,462
9	September	9.500	18.400	8.900	0,470
10	Oktober	15.600	23.750	8.150	0,598
11	November	16.550	22.700	6.150	0,664
12	Desember	18.450	28.600	10.150	0,587
Elastisitas Transmisi Harga					0,719

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4. dapat diketahui bahwa hasil perhitungan elastisitas transmisi harga di Pasar Pengecer Kebon Roek dengan level pasar pengecer (Pasar Kebon Roek) dengan $ET < 1$ yang berarti inelastis. Hal tersebut menyatakan bahwa jika terjadi perubahan harga Cabai Merah Besar di tingkat Pasar Pengecer Kebon Roek sebesar 1 % maka perubahan harga Cabai Merah Besar sebesar 0,719 % di Pasar Induk Mandalika. Hal tersebut menunjukkan bahwa sistem pemasaran Cabai Merah Besar berlangsung tidak efisien. Rusastra (2002) menyatakan pemasaran dikatakan efisien jika tingkat harga yang diterima oleh produsen (*farmer share*) tinggi dan semakin membaik. Akan tetapi secara umum efisiensi pemasaran terjadi apabila margin terdistribusi merata, berarti transmisi harga dari konsumen ke produsen dan sebaliknya dari produsen ke konsumen dapat berjalan dengan baik. Berlaku sebaliknya apabila terjadi penumpukan margin berarti terdapat pelaku pasar yang mengendalikan pasar dan menghambat transmisi harga.

Menurut penelitian terdahulu yaitu oleh Rusastra (2002) dalam Rahmi (2012) menyatakan bahwa, pemasaran dikatakan efisien jika tingkat harga yang diterima oleh produsen (*farmer share*) tinggi dan semakin membaik. Akan tetapi secara umum efisiensi pemasaran terjadi apabila margin terdistribusi merata, berarti transmisi harga dari konsumen ke produsen dan sebaliknya dari produsen ke konsumen dapat berjalan dengan baik. Berlaku sebaliknya apabila terjadi penumpukan margin berarti terdapat pelaku pasar yang mengendalikan pasar dan menghambat transmisi harga.

Tabel 5. Perhitungan Elastisitas Transmisi Harga Cabai Antara Pasar Induk Mandalika Dengan Pasar Kebon Roek Tahun 2022

No	Bulan	Pf	Pr	Margin Pemasaran	ET
1	Januari	17.050	22.800	5.750	1,010
2	Februari	17.550	23.300	5.750	1,019
3	Maret	32.750	40.650	7.900	0,871
4	April	27.250	43.750	16.500	0,547
5	Mei	34.800	45.250	10.450	0,494
6	Juni	49.500	54.900	5.400	0,719
7	Juli	62.000	71.550	9.550	0,627
8	Agustus	42.250	52.650	10.400	0,601
9	September	31.200	46.250	15.050	0,834
10	Oktober	20.650	35.500	14.850	0,841
11	November	13.650	29.450	15.800	0,853
12	Desember	19.950	30.800	10.850	0,919
Elastisitas Transmisi Harga					0,778

Sumber : Data Primer diolah,2022

Berdasarkan tabel 5. menunjukkan bahwa elastisitas transmisi harga Cabai Merah Besar inelastis karena $Et < 1$ dengan demikian laju perubahan harga Cabai Merah Besar di tingkat pasar pengecer yaitu kebon roek lebih besar dari laju perubahan harga Cabai Merah Besar di tingkat Pasar Induk Mandalika. Apabila terjadi perubahan harga di tingkat pasar induk sebesar 1 % maka perubahan harga di tingkat pasar pengecer atau pasar kebon roek sebesar 0,778%. Shuhada et al. (2015) menyatakan bahwa dalam pemasaran produk pertanian apabila transmisi harga dari pedagang di tingkat pasar pengecer kepada pasar induk (produsen) bernilai rendah, merupakan salah satu indikator bahwa struktur pasar yang terbentuk adalah oligopoli, dan mencerminkan adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni yang dilakukan pasar pengecer. Pasar induk yang merupakan produsen sepelaku pemasaran di tingkat paling bawah bertindak sebagai price taker (penerima harga) yang diberikan oleh pedagang pada tingkat pasar pengecer.

Tabel 6. Perhitungan Elastisitas Transmisi Harga Cabai Antara Pasar Induk Mandalika Dengan Pasar Kebon Roek Tahun 2019-2022

Tahun	(Pf)	(Pr)	Margin Pemasaran	ET
2019	23.538	30.725	7.187	0,830
2020	23.568	31.300	7.732	0,607
2021	20.750	30.825	10.075	0,719
2022	30.717	41.404	10.687	0,778
Elastisitas transmisi harga				0,734

Sumber : Data Primer diolah,2022

Dari Tabel 6 dapat diketahui hasil elastisitas transmisi harga di Pasar Induk Mandalika dengan Pasar Pengecer yaitu Pasar Kebon Roek dari tahun 2019-2022 dapat dilihat bahwa Nilai $ET < 1$ (perhitungan terlampir di Lampiran 10) menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan harga Cabai Merah Besar ditingkat Pasar Induk Mandalika sebesar 0,734 % akan menyebabkan perubahan harga Cabai sebesar 1% di Pasar Pengecer Kebon Roek. Hal ini

menunjukkan setiap perubahan harga di tingkat pasar pengecer sebesar 1 % maka perubahan harga ditingkat pasar induk kurang dari 1% artinya pasar tersebut berlangsung tidak efisien atau dengan kata lain, jika terjadi perubahan berupa kenaikan atau penurunan harga ditingkat pasar induk maka tidak diikuti oleh perubahan kenaikan dan penurunan harga ditingkat pasar pengecer (Nainggolan, 2017).

Analisis Integrasi Pasar Cabai Merah Besar antara Pasar Induk Mandalika dengan Level Pasar Pengecer (Pasar Kebon Roek)

Berdasarkan tabel 7. menunjukkan bahwa Integrasi pasar secara vertikal akan terjadi dengan kuat apabila $0,5 < \alpha_1 \leq 1$ (Limbong, 1999). Hal ini menunjukkan bahwa harga di tingkat pasar pengecer (Pasar Kebon Roek) terintegrasi dengan Pasar Induk Mandalika. Dari hasil analisis regresi diatas, koefisien regresi (α_1) harga cabai di pasar produsen sebesar 1,173. Inimenunjukkan bahwa pasar Kebon Roek tidak terintegrasi dengan Pasar Pengecer Kebon Roek. Artinya jika teradi perubahan harga di Pasar Pasar Induk Mandalika yang merupakan pasar produsen maka tidak ditransmisikan secara proporsional kepasar pengecer yaitu pasar Kebon Roek.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi Integrasi Pasar Cabai Merah Besarpada Pasar Induk Mandalika dengan Pasar Kebon Roek

Model		Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4. 651	6. 425		. 724	. 544
	Pf	1. 173	. 258	. 955	4. 550	. 045

a. Dependent Variable: pr Sumber: Data Primer diolah,2022

Integrasi Pasar secara Jangka Pendek dan Jangka Panjang

Untuk mengukur integrasi pasar jangka pendek dan jangka panjang menggunakan metode *Koefisien Timmer's Index of Market Connectoin* (IMC). Metode ini menyimpulkan bahwa struktur pasar terdiri dari satu pasar utama dan beberapa pasar sekunder. Pasar utama mengendalikan pembentukan harga sedangkan pasar sekunder merespon pada kondisi di pasar utama (Pasaribu, 2013). Apabila $IMC < 1$ maka dapat disimpulkan pasar induk ada hubungan yang kuat, sebaliknya apabila $IMC > 1$ maka, Pasar Induk tidak ada hubungan yang kuat dengan Pasar Pengecer. Terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi transmisi harga, yaitu biaya transportasi atau biaya transaksi, kekuatan pasar (*market power*), produk yang homogen dan terdiferensiasi, nilai tukar, dan kebijakan daerah (Conforti, 2004). Kajiannya menunjukkan hasil estimasi masing-masing pada Pasar Induk Mandalika di tingkat pedagang dengan level Pasar Pengecer Kebon Roek di Kota Mataram. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 8. berikut.

Dari hasil perhitungan pada table 8 berikut, dapat diketahui hasil olahan data koefisien regresi (b1) untuk nilai lag harga cabai di tingkat produsen sebesar 2,179 koefisienregresi (b2) untuk variabel selisih antara harga cabai di tingkat pengecer dengan nilai lag harga pengecer sebesar 0,910 dan koefisien regresi (b3) untuk nilai harga cabai di tingkat pengecer sebesar 1,274 Dengan data tersebut diperoleh nilaiIMC sebesar 1,710.

Tabel 8. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi Terhadap Integrasi Pasar Jangka Pendek dan Jangka Panjang pada Pasar Pasar Induk Mandalika dengan Pasar Kebon Roek

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.429	3.129		.777	.442
	Lpf	2.179	.098	.206	1.823	.075
	Lpr	1.274	.094	.314	2.913	.006
	PrLpr	.910	.087	.914	10.472	.000

a. Dependent Variable: pr

Sumber: Data Primer diolah, (2023)

Hasil perhitungan $IMC = 1,710$ berarti $IMC > 1$ (perhitungan terlampir dilampiran 12) yang artinya integrasi pasar rendah. Hal ini menunjukkan harga di Pasar Induk Mandalika tidak sepenuhnya ditransformasikan ke level pasar pengecer Kebon Roek. Faktor utama yang menyebabkan terbentuknya harga di pasar pengecer hanyalah kondisi di level pasar pengecer itu sendiri. Integrasi pasar yang terjadi antara Pasar Induk Mandalika dan pasar pengecer kebon roek dapat dilihat dari koefisien variabel selisih harga cabai di tingkat pengecer dengan nilai lag harga cabai pada pasar pengecer sebesar 1 karena $\beta_2 = 0,910$, maka diantara kedua pasar tersebut tidak terjadi integrasi dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan harga di Pasar kebon roek tidak sepenuhnya ditransformasikan ke pasar induk yaitu Pasar Induk Mandalika yang berperan sebagai price taker.

KESIMPULAN DAN SARAN

Integrasi pasar pada pemasaran Cabai Merah Besar di Pasar Induk Mandalika dengan Pasar Pengecer Kebon Roek di Kota Mataram yaitu $IMC = 1,710$ berarti $IMC > 1$ Artinya integrasi pasar rendah. Hal ini menunjukkan tidak terjadi keterpaduan harga atau tidak terjadi pola perubahan harga yang sama antara kedua pasar tersebut. Transmisi harga yang terjadi antara Pasar Induk mandalika dengan Pasar Kebon Roek dapat diketahui dari Nilai $ET < 1$ yaitu 0,734 menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan harga Cabai Merah Besar di tingkat Pasar Induk sebesar 0,734% maka harga ditingkat Pasar Pengecer akan berubah sebesar 1 %, maka dapat dinyatakan perubahan-perubahan harga ditingkat Pasar Pengecer tidak ditransmisikan dengan baik ke harga di tingkat Pasar Induk. Hal ini menunjukkan bahwa jika harga Cabai Merah Besar pada Pasar Mandalika mengalami peningkatan atau penurunan, maka Pasar Kebon Roek tidak merespon perubahan harga Cabai Merah Besar tersebut mengikuti harga Pasar Mandalika.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, A., R Anindita, Syafrial, G Tsai, Chien L-H.H., (2014). Threshold Cointegration Pada Pasar Jagung Di Indonesia. *AGRISE* vol. 14, No. 1, 1412-1425.
- Asmarantaka, R.W., (2012). Pemasaran agribisnis (agrimarketing), Bogor (ID): Departemen.
- Ayomi, N. M. S., Setiawan, B. M., & Roessali, W. (2020). Analisis Fluktuasi Dan Elastisitas Transmisi Harga Kentang di Kabupaten Magelang. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 18(2), 159-166.
- Irawan, B. , 2017. Fluktuasi Harga, Transmisi Harga dan Margin Pemasaran Sayuran dan Buah. *Analisis Kebijakan Pertanian*. 5(4) : 318-328.
- Nggadu, S. J. V. S., Imran, S., & Indriani, R. (2023). Analisis Elastisitas Transmisi Harga Daging Sapi di Kabupaten Gorontalo. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 483-493.
- Nofita, I., Sutiarmo, E., & Hadi, S. (2015). Analisis Keuntungan Usahatani Cabai Merah Besar Di Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember [Profit Analysis of Farming Red Chili in Village Andongsari Ambulu District District Jember]. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 13(2), 166–171.
- Omar, M.I., A. Islam, M.S. Hoq, M.F. Dewan, dan M.T. Islam., (2014). Marketing system and market integration of different egg markets in Bangladesh, *IOSR Journal of Business and Management*, vol. 16, No. 1, 52-58.
- Purwasih, R., Firdaus, M., & Hartoyo, S. (2018). Transmisi Harga Jagung Di Provinsi Lampung. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 5(1), 75. <https://doi.org/10.29244/jai.2017.5.1.75-88>
- Rahmi, E., & Arif, B. (2012). Analisis transmisi harga jagung sebagai bahan pakan ternak ayam ras di Sumatera Barat. *Jurnal Peternakan Indonesia (Indonesian Journal of Animal Science)*, 14(2), 343-348.
- Ravallion, Haytens. 1986. Indeks Market Connection. Dalam jurnal Zainuddin. 2017. D iunduh pada tanggal 14-08-2019. <http://ji.unbari.ac.id/index.php/ilmiah/article/view/57.com>
- Rienjani, W. A. 2022. Analisis integrasi pasar dan transmisi harga Cabai Merah Besar di kota mataram (Studi Kasus: Pasar Mandalika Dan Pasar Kebon Roek) (Doctoral dissertation, Universitas Mataram).
- Septiadi, D., Sari, N. M. W., & Zainuddin, A. (2020). Analisis Permintaan Konsumsi Cabai Rawit pada Rumah Tangga di Kota Mataram. *Agrimor*, 5(2), 36–39. <https://doi.org/10.32938/ag.v5i2.1013>
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Tanaya, I. G. L. P., Rosmilawati, Hidayati, A., & Septiadi, D. (2021). Analisis Risiko Produksi Spesialisasi Tanaman Hortikultura Di Kabupaten Lombok Utara. *Prosiding Saintek LPPM UNRAM*, 3(1), 314–327.
- Yusuf, M., & Septiadi, D. (2023). Analisis Rantai Pasok Biji Kopi Robusta di Kecamatan Tambora Kabupaten Bima. *Agroteksos*, 33(3), 948–958.
- Zainuddin, A. (2017). Integrasi Pasar dan Respon Penawaran Daging Sapi di Indonesia. Institut Pertanian Bogor.