

II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Cabai Merah Keriting

Menurut ilmu tumbuh-tumbuhan (botani) cabai merah keriting di klasifikasikan sebagai berikut (M, Alif 2017).

Kingdom	: Plantae (Tumbuhan)
Sub Kingdom	: Tracheobionita (tumbuhan berpembuluh)
Super Divisi	: Spermatophyta (menghasilkan biji)
Divisi	: Magnoliophyta (tumbuhan berbunga)
Kelas	: Magnoliopsida (berkeping dua/dikotil)
Sub kelas	: Asteridae
Ordo	: Solanales
Family	: Solanaceae (suku terong-terongan)
Genus	: <i>Capsicum</i>
Spesies	: <i>Capsicum annuum L.</i>

M, Alif (2009) menyebutkan bahwa tanaman cabai merah keriting memiliki batang tegak dengan bentuk bulat, beruas-ruas yang dibatasi dengan buku-buku dengan panjang tiap ruasnya 5-10 cm. Tinggi batang tanaman bisa tumbuh setinggi 50-150 cm. Batang tanaman cabai merah keriting menjadi dua bagian, yaitu batang utama dan percabangan. Batang utama berwarna coklat kehijauan, berkayu dengan panjang antara 20-28 cm dan diameter 1,5-2,5 cm. Percabangan memiliki warna hijau dengan panjang antara 5-7 cm dan diameter 0,5-1 cm. Sifat percabangan tanaman cabai merah keriting adalah dikotomi atau menggarpu dan

setiap waktu dapat membentuk cabang baru yang berpasangan. Cabai merah keriting merupakan tanaman perdu dengan akar tunggang dengan sistem perakaran menyebar yang berfungsi untuk menyerap air dan zat-zat makanan.

Redaksi Agro Media (2008), menyebutkan bahwa bunga cabai merah keriting bersifat hermaphrodit yaitu satu bunga terdiri atas satu alat kelamin jantan dan betina. Bunga cabai merah merupakan bunga lengkap yang terdiri atas kelopak bunga, mahkota bunga, benang sari, dan putik. Cabai merah keriting merupakan tanaman yang memiliki hiasan bunga lengkap, yaitu terdiri atas kelopak dan mahkota, dengan daun-daun mahkota berlekatan menjadi satu, sehingga termasuk dalam sub-kelas *sympetalae* (M, Alif 2017).

Buah cabai merah keriting berbeda-beda tergantung dari jenis dan varietasnya. Cabai merah keriting berukuran lebih kecil dari cabai merah biasa, tetapi rasanya lebih pedas dan aromanya lebih tajam. Bentuk fisiknya agak berkelok-kelok dengan permukaan buah tidak rata sehingga memberikan kesan “keriting”. Dari bentuk fisik inilah sehingga cabai ini disebut sebagai cabai merah keriting. Buah mudanya ada yang berwarna hijau dan ungu (Setiadi 2006).

Cabai merah keriting adalah buah dan tumbuhan anggota genus *Capsium*. Buahnya dapat digolongkan sebagai sayuran maupun bumbu, tergantung dari penggunaannya. Cabai merah keriting merupakan salah satu komoditas sayuran yang banyak di budidayakan oleh petani di Indonesia karena memiliki harga jual yang tinggi dan memiliki beberapa manfaat kesehatan seperti menyehatkan jantung, melancarkan sirkulasi, antikanker dan lain sebagainya, serta memiliki nilai gizi yang cukup baik untuk tubuh manusia (Sudarma 2013). Adapun kandungan lain

dari cabai merah menurut Redaksi Agro Media (2008) dalam 100 gram cabai merah secara lengkap sebagai berikut.

Tabel 1. Kandungan gizi cabai merah per 100 gram.

Kandungan Gizi	Satuan
Air	90,9 %
Kalori	31,0 kal
Protein	1,0 g
Lemak	0,3 g
Karbohidrat	7,3 g
Kalsium	29,0 mg
Fosfor	24,0 mg
Besi	0,5 mg
Vitamin A	470 (SI)
Vitamin C	18,0 mg
Vitamin B1	0,05 mg
Vitamin B2	0,03 mg
Niasin	0,20 mg
Capsaicin	0,1-1,5 %
Pectin	2,33 %
Pentosan	8,57 %
pati	0,8-1,4 %

Sumber : Redaksi AgroMedia, 2008

Harpenas dan R. Dermawan (2009) menyebutkan bahwa cabai merah memiliki manfaat untuk pengobatan, seperti melancarkan sirkulasi darah ke jantung. Hal ini disebabkan oleh rasa pedas cabai merah yang kemudian meningkatkan suhu tubuh sehingga metabolisme tubuh juga meningkat. Akibatnya, aliran darah bertambah cepat dan darah di pompa ke jantung dengan baik.

Cabai merah juga mengandung Kapsaisin yang merupakan kandungan utama dalam cabai merah. Kapsaisin memiliki berbagai manfaat, yaitu berfungsi sebagai antialergi, dapat mengurangi dan mengeluarkan lendir dari paru-paru (zat mucokinetik) sehingga mampu menyembuhkan bronkitis, influenza, sinusitis dan asma. Kapsaisin juga dapat menghalangi bahaya pada sel *trachea*, *bronchial*, dan

bronchoconstriction yang disebabkan oleh asap rokok dan polutan lainnya. (Harpenas dan R. Dermawan 2009).

Harpenas dan R. Dermawan (2009) juga menjelaskan, selain Kapsaisin cabai merah keriting juga mengandung kapsisidin. Kapsisidin memiliki khasiat untuk memperlancar sekresi asam lambung dan mencegah infeksi sistem pencernaan.

2. Syarat Tumbuh dan Budidaya Cabai Merah Keriting

a. Syarat Tumbuh

Menurut Rukmana dan Yuyun (2002) menyebutkan bahwa secara umum tanaman cabai cocok di tanam di dataran rendah, dataran menengah maupun dataran tinggi (pegunungan). Jenis tanah yang cocok untuk menanam cabai adalah jenis tanah Andosol, Latosol, Regosol, Aluvial, Padsol, Regosol, Grumusol, dan mediteran.

Sudarma (2012), menjelaskan bahwa tanaman cabai cocok ditanam pada tanah yang kaya humus, gembur dan sarang serta tidak tergenang air, pH tanah yang ideal sekitar 5-6. Waktu tanam yang baik untuk lahan kering adalah pada akhir musim hujan (Maret- April), sedangkan pada musim hujan bisa dilakukan pada bulan Oktober- Desember. Bulan tersebut adalah saat dimana harga cabai biasanya pada kondisi tertinggi.

S, Alex (cetakan pertama) menjelaskan bahwa syarat tumbuh untuk tanaman cabai secara umum adalah sebagai berikut.

1) Tanah

Pada umumnya cabai ditanam pada dataran rendah sampai ketinggian 200 meter dpl. Cabai dapat beradaptasi dengan baik pada temperatur 24-27 derajat

Celsius dengan kelembaban tidak terlalu tinggi. Tanaman cabai dapat tumbuh di tanah sawah maupun tegalan yang gembur, subur, tidak terlalu liat dan cukup air. Tanaman cabai menghendaki pengairan yang cukup.

Derajat keasaman tanah (pH) yang paling ideal untuk tanaman cabai adalah 6-7. Pengapuran dapat dilakukan untuk menetralkan tanah. Struktur tanah sebaiknya subur, tanah banyak mengandung bahan organik maupun anorganik.

2) Iklim

Pada umumnya cabai dapat ditanam pada iklim tidak terlalu dingin dan tidak terlalu lembab. Temperatur yang baik adalah 24 – 27 derajat Celsius, dan untuk pembentukan buah pada kisaran 16-23 derajat Celsius.

Curah hujan yang cocok untuk tanaman cabai merah keriting adalah 600-1.250 mm per tahun, atau 50- 105 mm per bulan. Hujan yang turun terlalu deras akan membuat bunga cabai rontok karena serangga penyerbuk tidak bisa melakukan aktivitas penyerbukan. Tanaman cabai merah keriting ideal untuk ditanam di daerah yang curah hujannya dibawah 2.000 mm per tahun karena intensitas cahaya matahari yang diterima tanaman bisa mencapai 60-75 % per hari.

b. Budidaya Cabai Merah Keriting

Dinas Pertanian Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (2009), menjelaskan beberapa kegiatan budidaya cabai merah keriting yang meliputi persemaian, pengolahan lahan, penanaman, pemeliharaan dan pemanenan.

1) Persemaian

Pada tahap persemaian, petani biasanya menggunakan polybag sebagai media tanam. Benih cabai merah keriting disemai menggunakan polybag renteng

(*plastic roll*) dengan ukuran $\frac{3}{4}$ dengan menggunakan media pasir dan pupuk kandang dengan perbandingan 5:1. Selama kegiatan persemaian, dilakukan pemeliharaan rutin yaitu penyiraman, penyemprotan dan pengendalian OPT. Penyiraman dilakukan setiap hari yaitu jam 08.00, serta penyemprotan dilakukan dengan pupuk daun organik cair pada dosis rendah yaitu 30 ml per 14 liter air saat tanaman berumur 7 sampai 20 hari. Kemudian, pengendalian OPT dilakukan untuk menekan serangan dengan menggunakan pestisida sesuai dengan kebutuhan tanaman. Selanjutnya, pemindahan persemaian dilakukan pada umur 25 hari.

2) Pengolahan Tanah

Pengolahan tanah dilakukan 15-25 hari sebelum tanam dengan tujuan untuk memperbaiki keadaan udara dan aerasi tanah serta menghilangkan gas-gas beracun akibat dekomposisi sisa-sisa tanaman. Kegiatan ini biasanya dilakukan ketika persemaian masih dilakukan. Kegiatan pengolahan tanah yang dilakukan adalah membajak tanah dengan traktor atau sapi yang bertujuan untuk membersihkan lahan garapan dari gulma dan tumbuhan, serta untuk menggaru tanah.

Dalam pengolahan lahan, petani menggunakan pupuk dasar yang terdiri dari pupuk organik yaitu kotoran sapi namun ada sebagian petani yang menggunakan kotoran ayam sebagai pupuk. Dosis yang digunakan sebanyak 2 ton per 1000 m² dengan menggunakan pupuk kimia yaitu SP-36 sebanyak 20 kg per 1000 m². Pupuk dasar ini digunakan ketika akan membuat bedengan.

Setelah selesai membajak tanah dan memberi pupuk dasar, selanjutnya membuat bedengan yang bertujuan untuk mempertahankan struktur tanah agar tetap gembur, memelihara kelembaban dan suhu tanah, mengurangi kehilangan unsur

hara serta menekan pertumbuhan gulma. Bedengan dibuat dengan ukuran lebar 40-50 cm serta panjang tidak lebih dari 12 meter. Kemudian membuat lubang tanam sedalam 5-10 cm dengan jarak tanam 35-40 cm.

3) **Penanaman**

Penanaman merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menjamin benih cabai merah keriting yang ditanam dapat tumbuh dengan optimal. Benih cabai merah keriting yang akan dipindahkan adalah yang berumur 25-30 hari atau memiliki daun 4-5 helai. Benih yang akan ditanam harus dipastikan tumbuh sehat, lurus, perakaran banyak dan pertumbuhannya normal. Benih dalam polybag dibuka dengan cara merobek bagian samping tujuannya agar perakaran tidak rusak atau terpotong. Benih ditanam pada lubang di bedengan yang telah dibuat sebelumnya, satu lubang hanya untuk 1 benih cabai merah keriting saja. Penanaman dilakukan pada pagi hari, serta sebelum dan setelah penanaman dilakukan penyiraman terhadap benih tujuannya agar benih tidak layu akibat panasnya cahaya matahari.

4) **Pemeliharaan**

Penyiraman merupakan kegiatan yang dilakukan agar kebutuhan air untuk pertumbuhan dan perkembangan tanaman terpenuhi sehingga produksinya juga berjalan lancar. Sumber air yang digunakan untuk penyiraman adalah sumur pantek dan buis beton dengan alat bantu berupa pompa dan selang air. Penyiraman dilakukan sebanyak 2 kali dalam sehari yaitu pagi dan sore hari pada tanaman cabai berumur kurang lebih 2 bulan, selanjutnya tanaman disiram 1 kali dalam sehari untuk usia diatas 2 bulan.

Pemupukkan dilakukan untuk menyediakan unsur hara bagi tanaman sehingga kebutuhan tanaman akan unsur hara terpenuhi dan dapat berproduksi secara optimal. Pemupukkan harus mengacu pada enam tepat, yaitu tepat dosis, tepat cara, tepat waktu, tepat jenis, tepat harga dan tepat tempat. Jenis pupuk yang digunakan untuk tanaman cabai merah keriting adalah pupuk kandang, SP-36, ZA dan Urea. Pemupukkan pada tanaman cabai merah keriting dilakukan sebanyak 3 tahap. Tahap 1 dilakukan setelah 7 hari setelah tanam dengan menggunakan pupuk ZA dengan dosis 20 kg per 1000 m² dan NPK dengan dosis 20 kg per 1000 m² dengan perbandingan 1:1. Tahap II dilakukan pemberian pupuk kompos saat tanaman berumur 15 hari setelah tanam dengan dosis 0,5 kg per tanaman dan saat berumur 30 hari dengan dosis 0,5 kg per pohon. Tahap III dilakukan seminggu sekali sampai tanaman berusia 60 hari menggunakan ZA dan NPK dengan perbandingan 1:1 yaitu sebanyak 25 kg per 1000 m², kemudian setelah berumur 30 hari dilakukan pemupukkan ulang dengan dosis yang berbeda.

Penyiangan pada tanaman cabai merah keriting dilakukan untuk mencegah persaingan makanan dengan gulma. Penyiangan dilakukan sebanyak 2 sampai 3 kali selama masa tanam berlangsung dilakukan dengan cara mencabut gulma hingga ke akar atau petani biasanya menggunakan sabit atau cangkul untuk membersihkan gulma. Penyiangan dilakukan pada tanaman cabai yang semenjak ditanam dan selama tanaman cabai merah keriting berbuah.

Pengendalian OPT pada tanaman cabai merah keriting dilakukan untuk menekan serangan OPT sehingga produksi tetap terjaga. Petani biasanya melakukan penyemprotan dalam mengendalikan OPT di tanaman cabai merah

keriting. Sebelum melakukan penyemprotan, dilakukan pengamatan terhadap OPT dilahan sehingga dapat dilakukan secara tepat. Petani biasanya menggunakan pestisida untuk penyemprotan seperti Superfol, Bion M, Antracol, Bestgrimex dan lain-lain. Penyemprotan dilakukan secara berkala mulai dari usia 10-12 hari setelah tanam dengan jangka waktu 10-12 hari. Ketika panen atau setelah panen, penyemprotan dilakukan dengan jangka waktu 5-7 hari.

5) Pemanenan

Pemanenan dilakukan ketika cabai merah keriting telah berumur 70-80 hari setelah tanam. Tanda-tanda cabai merah keriting siap panen adalah telah mencapai kematangan sebesar 80 % atau berwarna hijau kemerahan dengan interval pemanenan dilakukan 5-6 hari sekali. Rata-rata pemanenan dilakukan 10-15 kali selama satu musim tanam. Teknik pemanenan yang digunakan oleh petani biasanya dengan memetik langsung buah cabai merah keriting dengan tangan dan langsung dimasukkan ke ember kemudian dipindahkan ke karung. Waktu pemanenan dilakukan saat pagi atau sore hari.

3. Pemasaran

Menurut Hanafie (2010), pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dan/jasa dari produsen ke konsumen. Pemasaran juga diartikan sebagai proses sosial dan manajerial yang dalam hal ini individu atau kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginannya dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain.

Pengertian lain terhadap pemasaran juga di jelaskan oleh Sunyoto (2015), pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang harus dipenuhi oleh kegiatan manusia lain. Sunyoto juga menjelaskan bahwa kegiatan pemasaran haruslah menghasilkan alat pemuas kebutuhan yang berupa barang dan atau jasa.

Proses pemasaran yang sesungguhnya adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan ini, menetapkan program promosi dan kebijakan harga, serta menerapkan sistem distribusi untuk menyampaikan barang dan/jasa kepada pelanggan atau konsumen (Hanafie 2010).

Sementara dalam buku Panduan Praktikum Pemasaran Pertanian (2015) mengartikan pemasaran sebagai suatu gugus kegiatan yang mengalirkan barang dan jasa dari titik produsen ke titik konsumen. Dalam pemasaran pertanian akan dijumpai dua jenis kegiatan yaitu:

- a. Kegiatan-kegiatan yang menyangkut penyediaan barang dan kebutuhan petani produsen untuk dapat memproduksi seperti pupuk, obat-obatan dan lain-lain.
- b. Kegiatan-kegiatan yang menyangkut penampungan atau pembelian hasil-hasil produksi petani dan melanjutkan hasil itu tiba pada konsumen akhir.

Sifat hasil pertanian yang berbeda dengan produk lain seperti mudah rusak, tidak tahan lama, musiman dan lain-lain sehingga, memerlukan perlakuan khusus dalam kegiatan pemasaran. Berdasarkan sifat-sifat hasil pertanian tersebut maka harga produksi pertanian yang dipasarkan menjadi berfluktuasi secara tajam dan

petani yang sering dirugikan dalam hal ini. Menurut Kothler *dalam* Faqih (2010), ada lima faktor yang menyebabkan mengapa pemasaran sangat penting, yaitu jumlah produk yang dijual menurun, keuntungan perusahaan juga menurun, terjadinya perubahan yang diinginkan konsumen, kompetisi yang semakin tajam, dan terlalu besarnya pengeluaran untuk penjualan.

Sistem pemasaran pertanian merupakan suatu kesatuan urutan lembaga-lembaga pemasaran yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperlancar aliran produk pertanian dari produsen awal ke konsumen akhir dan sebaliknya memperlancar aliran uang, nilai produk yang tercipta oleh kegiatan produktif yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran (Faqih 2010).

Dalam buku Agribisnis Tanaman Buah (2007), dalam kegiatan pemasaran terdapat jalur pemasaran yang perlu di perhatikan terutama terhadap hasil pertanian. Jalur pemasaran hasil pertanian adalah saluran yang digunakan petani produsen untuk menyalurkan hasil pertaniannya dari produsen sampai ke konsumen. Dalam buku ini juga menjelaskan tentang tentang lembaga-lembaga yang ikut andil dalam jalur pemasaran, yaitu petani sebagai produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar, pengecer dan konsumen.

4. Integrasi Pasar

Integrasi pasar merupakan salah satu teknik analisis kuantitatif yang dapat digunakan untuk melihat efisiensi penetapan harga, keuntungan pemasaran dan elastisitas transmisi harga. Keterpaduan pasar dapat digunakan untuk mengetahui hubungan antara pasar satu dengan yang lainnya, untuk melihat perilaku harga di

pasar, terdapat dua pendekatan keterpaduan pasar yaitu pendekatan secara horizontal dan pendekatan secara vertikal (Nidausholeha 2007).

Nidausholeha (2007), menjelaskan bahwa pendekatan secara horisontal adalah pendekatan yang digunakan untuk melihat integrasi pasar antar pasar produsen (petani) atau antar pasar konsumen. Kemudian, pendekatan secara vertikal digunakan untuk melihat integrasi pasar antara pasar produsen (petani) dengan pasar konsumen. Integrasi pasar secara vertikal dipengaruhi oleh penyebaran informasi keseluruhan lembaga pemasaran (produsen-grosir-retail-konsumen). Apabila informasi harga tersebut tidak tersebar secara merata keseluruhan lembaga pemasaran maka tidak akan menunjukkan adanya integrasi pasar secara vertikal dengan baik (Asmarantaka 2009).

Menurut Simatupang dan Situmorang (1988), analisis keterkaitan dan penentu harga biasa disebut sebagai analisis integrasi pasar. Dua pasar dikatakan terintegrasi apabila perubahan harga dari salah satu pasar disalurkan ke pasar lainnya. Jika laju penyaluran semakin cepat, maka pasar semakin terintegrasi.

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk menganalisis integrasi pasar, yaitu korelasi harga, regresi dan *Index of Market Connection* (IMC) dari Timmer. Setiap model memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing, dimana penggunaannya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

- a. Korelasi harga merupakan metode yang digunakan untuk menghitung keeratan hubungan harga antara dua pasar. Kelebihan dari model ini adalah apabila semakin tinggi nilai koefisien korelasi menunjukkan bahwa makin tingginya tingkat integrasi kedua pasar. Kelemahannya adalah model ini

hanya bisa untuk mengukur integrasi jangka panjang. Model ini terlalu kasar untuk melihat hubungan harga di kedua pasar karena bisa saja terjadi nilai koefisien korelasi harga tinggi namun sebenarnya tidak ada aliran barang di kedua pasar tersebut.

- b. Analisis regresi memiliki kelebihan mudah dalam mengolah dan menganalisis data serta dapat digunakan untuk mengetahui integrasi pasar secara vertikal. Kelemahannya adalah model ini tidak diketahui apakah pasar terintegrasi dalam jangka pendek atau jangka panjang.
- c. *Index of Market Connection* (IMC) dari Timmer (1987) merupakan model yang dikembangkan oleh Ravallion dimana model IMC dapat menunjukkan derajat integrasi pasar. Kelebihan lain adalah model IMC dapat digunakan untuk mengetahui integrasi pasar jangka pendek ataupun jangka panjang.

Dengan mempertimbangkan kelemahan dan kelebihan masing-masing model, maka model yang akan digunakan adalah *Index of Market Connection* (IMC) dimana model ini cocok digunakan untuk mengetahui integrasi jangka pendek atau jangka panjang. Persamaan yang digunakan dalam IMC adalah sebagai berikut:

$$P_{it} = b_1(P_{i,t-1}) + b_2(P_{at} - P_{a,t-1}) + b_3(P_{a,t-1}) + e$$

Keterangan :

- P_{it} = harga komoditi ditingkat petani pada bulan ke t
- $P_{i,t-1}$ = harga komoditi ditingkat petani pada bulan ke t-1
- P_{at} = harga komoditi ditingkat konsumen pada bulan ke t
- $P_{a,t-1}$ = harga komoditi ditingkat konsumen pada bulan ke t-1
- b_i = koefisien regresi
- e = error

Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga ditingkat petani dan di pasar konsumen yaitu dengan menggunakan *Index of Market Connection* (IMC).

$$IMC = \frac{b_1}{b_3}$$

Dimana :

b_1 = koefisien regresi P_{t-1}
 b_3 = koefisien regresi $P_{a,t-1}$

Dengan IMC dapat diketahui bahwa suatu pasar dikatakan terintegrasi dalam jangka pendek, jika $b_1 = -1$ dan $IMC = 0$. Apabila $IMC < 1$ menunjukkan bahwa tingkat atau derajat integrasi pasar semakin mendekati nol yang berarti derajat keterpaduan pasar semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi pasar konsumen merupakan faktor utama yang mempengaruhi terbentuknya harga di tingkat petani, yang kemudian ditransformasikan ke tingkat petani dan mempengaruhi pembentukan harga di petani. Sedangkan jika nilai $IMC \geq 1$, menunjukkan bahwa tingkat integrasi pasar yang terjadi rendah, dimana harga di pasar konsumen tidak sepenuhnya ditransformasikan ke tingkat petani.

Pengujian tahap pertama yang harus dilakukan adalah pengujian autokorelasi dengan tujuan untuk melihat nilai *Durbin-Watson* (DW), selanjutnya pada analisis regresi dilakukan dengan metode OLS antara lain uji koefisien determinasi (R^2), uji F dan uji t. Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap perubahan variasi dalam variabel tidak bebas, apabila nilai R^2 semakin mendekati 1 maka makin banyak proporsi variasi variabel tidak bebas yang bisa dijelaskan oleh variabel bebas. Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap

variabel tidak bebas. Uji t digunakan mengetahui pengaruh variabel bebas secara sendiri terhadap variabel tidak bebas (Sunyoto 2011).

B. Penelitian Terdahulu

Menurut Sawitania dan Anindita (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Integrasi Pasar Vertikal Cabai Merah Besar (*Capsicum annum* .L) di Jawa Timur”, diperoleh hasil bahwa hasil analisis dengan model kointegrasi Johansen, diketahui bahwa antara petani-pedagang besar terdapat hubungan jangka panjang. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa di tingkat petani, pedagang besar, dan pedagang pengecer terintegrasi dalam jangka pendek dan jangka panjang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nuraeni *et al* (2015) yang berjudul “Analisis Variasi Harga dan Integrasi Pasar Bawang Merah di Jawa Barat”, hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat fluktuasi harga bawang merah di tingkat produsen, grosir dan eceran adalah tinggi dan tidak stabil dan hasil analisis integrasi pasar menunjukkan bahwa antara pasar produsen dan pasar grosir tidak terjadi integrasi pasar jangka panjang namun terintegrasi dalam jangka pendek. Antara pasar produsen dan pasar eceran terjadi integrasi pasar dalam jangka panjang namun dalam jangka pendek tidak terintegrasi. Antara pasar grosir dan pasar eceran terintegrasi baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Asriani dan Rasyid (2012) yang berjudul “Perilaku Harga dan Keterpaduan Pasar Cabai Merah Keriting (*Capsicum annuum*) di Provinsi Bengkulu”, menunjukkan hasil bahwa perilaku harga cabai merah keriting di Propinsi Bengkulu adalah relatif berfluktuasi. Serta, tingkat keterpaduan pasar yang kuat terjadi antara pasar produsen Curup dan pasar

Konsumen Panorama, Minggu, Ampera dan Purwodadi. Selain itu, tingkat keterpaduan pasar yang kuat juga terjadi antar pasar konsumen Panorama, Minggu, Ampera dan Purwodadi.

Penelitian yang dilakukan oleh Susanawati *et al* (2015) dengan judul “Integrasi Pasar Bawang Merah di Kabupaten Nganjuk (Pendekatan Kointegrasi *Engle-Granger*)”, menunjukkan hasil bahwa perilaku harga bawang merah pada pasar produsen maupun pasar konsumen di Kabupaten Nganjuk selama kurun waktu 2009-2013 menunjukkan pergerakan yang sama yaitu terjadinya fluktuasi harga setiap tahunnya. Hasil analisis kedua menunjukkan bahwa pasar produsen dan pasar konsumen di Kabupaten Nganjuk sudah terintegrasi, sehingga tanpa campur tangan pemerintah mekanisme pasar telah mampu melakukan penyesuaian harga apabila terjadi gejolak harga bawang merah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumaiyah *et al* (2013) yang berjudul “Analisis Integrasi Pasar Bawang Merah di Kabupaten Pamekasan”, dengan menggunakan model *Index of Market Connection* (IMC) menunjukkan hasil analisis pemasaran bawang merah di Desa Lesong Daya Kecamatan Batumarmar melibatkan beberapa lembaga pemasaran (pedagang pengumpul, grosir, dan pengecer). Hasil analisis kedua adalah analisis harga pasar terintegrasi kuat baik jangka pendek maupun jangka panjang berdasarkan keterpaduan harga rata-rata bulanan bawang merah periode Januari 2012-April 2013.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri *et al* (2013) yang berjudul “Struktur dan Integrasi Pasar Kopi Arabika Gayo di Kabupaten Aceh Tengah dan Bener Meriah”, menunjukkan hasil analisis integrasi pasar bahwa pasar kopi di

tingkat petani tidak terintegrasi dengan eksportir baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam proses penentuan harga petani cenderung sebagai penerima harga saja.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Herdinastiti *et al* (2013) yang berjudul “Analisis Harga Temporal dan Integrasi Pasar Bawang Putih Jawa Timur dengan Pasar Cina”, menunjukkan hasil analisis integrasi pasar antara pasar bawang putih Jawa Timur dan Cina terjadi integrasi jangka panjang (produsen, grosir, konsumen, dan importir) terhadap harga di pasar cina serta tidak terjadi integrasi jangka pendek. Hasil analisis lain adalah integrasi pasar di antara pasar (produsen, grosir, konsumen, dan importir) bawang putih di Jawa Timur terjadi integrasi jangka panjang dan jangka pendek kecuali pada model grosir-importir dan konsumen-importir.

Kustiari (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Perilaku Harga dan Integrasi Pasar Bawang Merah di Indonesia”, menunjukkan hasil bahwa fluktuasi harga produsen dan harga konsumen meningkat sesudah kebijakan Rekomendasi Impor Produk Hortikultura diberlakukan serta uji kausalitas Engle-Granger menunjukkan bahwa antara harga konsumen dan harga produsen di Indonesia tidak terdapat hubungan kausalitas. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa ada keterkaitan jangka panjang antara harga di tingkat petani dan harga di tingkat konsumen serta hubungannya tidak kuat.

Maharani (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Integrasi Pasar Cabai Rawit (*Capsicum frutescens* .L)”, menunjukkan hasil analisis bahwa adanya integrasi pasar antara produsen dengan pedagang besar, pedagang besar dengan

konsumen dan produsen dengan konsumen. Kemudian, terdapat hubungan jangka panjang yang terjadi searah artinya kedua pasar bergerak saling menguatkan. Serta, terdapat hubungan jangka pendek yang tidak searah yang artinya kedua pasar bergerak saling berlawanan.

Dalam penelitian yang dilakukan Zunaidah *et al* (2015) yang berjudul “Integrasi Pasar Apel (Kasus di Desa Sumbergondo, Kota Batu, Jawa Timur)”, menunjukkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar apel antara petani dan pedagang pengecer Kota Batu, Malang dan Surabaya sudah terintegrasi dalam jangka panjang maupun pendek. Serta, antara pedagang pengecer Kota Batu dan pedagang pengecer Malang dan Surabaya sudah terintegrasi dalam jangka panjang dan jangka pendek.

C. Kerangka Pemikiran

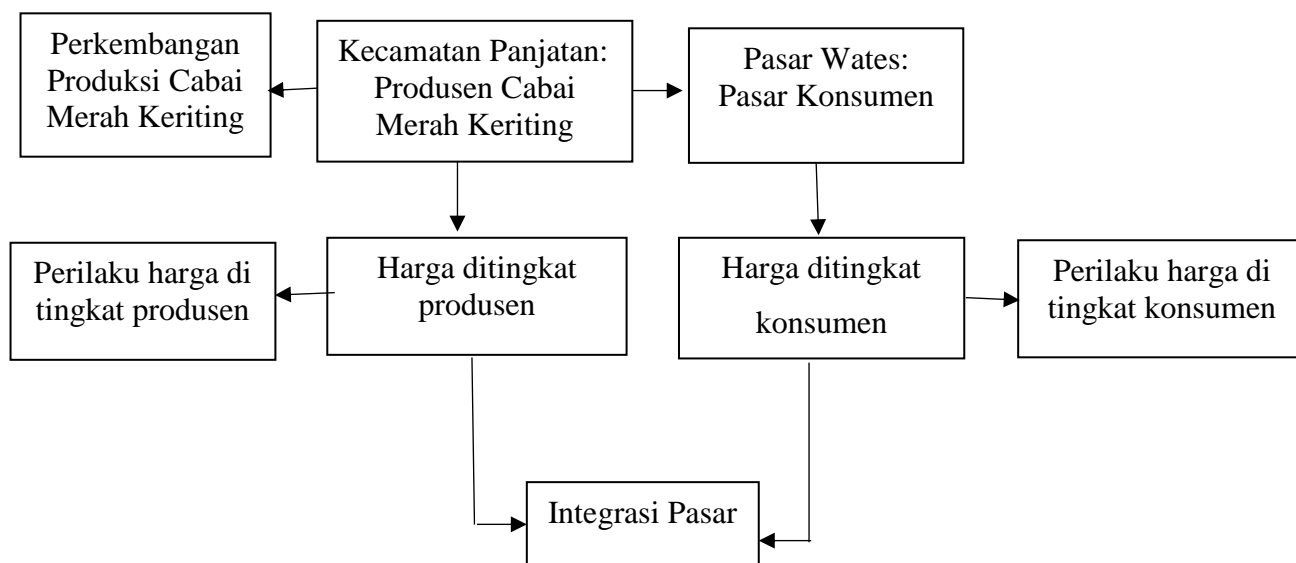
Kecamatan Panjatan merupakan daerah utama penghasil cabai merah keriting di Kabupaten Kulon Progo. Produksi yang melimpah di daerah tersebut menjadikannya sebagai daerah surplus penghasil cabai merah keriting sekaligus sebagai daerah produsen. Hasil produksi ini biasanya dijual oleh petani ke beberapa pasar, seperti Pasar Wates. Pasar Wates merupakan pasar utama di Kabupaten Kulon Progo yang menjadi perhatian pemerintah setempat, serta pasar yang menjual berbagai sayur dan buah dari hasil pertanian masyarakat sekitar. Pasar Wates dipilih sebagai pasar konsumen karena adanya arus perdagangan antara Pasar Wates dengan petani di Kecamatan Panjatan. Biasanya petani menjual hasil panen cabai merah keriting mereka ke Pasar Wates.

Perkembangan produksi cabai merah keriting salah satunya dipengaruhi oleh banyaknya petani yang membudidayakan cabai merah keriting serta luas lahan yang ditanami dan musim tanamnya. Berdasarkan perkembangan produksi ini dapat dilihat kapan saat produksi cabai merah keriting tinggi dan rendah, dimana kondisi tersebut dapat mempengaruhi pasokan cabai merah keriting di pasaran terutama di Pasar Wates.

Produksi yang melimpah hanya pada saat dan waktu tertentu menyebabkan harga sering mengalami perubahan yang cukup signifikan. Perubahan harga ini terjadi di produsen (Kec. Panjatan) dan pasar konsumen (Pasar Wates). Perubahan harga yang terjadi tidaklah menguntungkan semua pihak, misalnya petani sebagai produsen mereka hanya sebagai penerima harga sedangkan pasar konsumen sebagai penentu harga. Setiap perubahan harga yang terjadi memiliki perilakunya masing-masing, perubahan harga yang terjadi di pasar produsen (Kec. Panjatan) tersebut menimbulkan perilaku harga ditingkat produsen serta perubahan harga yang terjadi di pasar konsumen (Pasar Wates) kemudian menimbulkan perilaku harga ditingkat konsumen.

Perubahan harga yang cukup signifikan pada waktu tertentu yang terus terjadi di pasar produsen (Kec. Panjatan) dan pasar konsumen (Pasar Wates) membuat petani sebagai produsen semakin dirugikan. Perubahan harga tersebut disebabkan oleh asimetri informasi, dimana informasi terkait perubahan harga yang terjadi di pasar konsumen tidak tersalurkan dengan baik dan cepat ke pasar produsen. Integrasi pasar dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis apakah informasi perubahan harga yang terjadi antara pasar produsen dengan pasar

konsumen (Pasar Wates) ditransformasikan dengan baik atau tidak. Untuk memperjelas kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Kerangka pemikiran

D. Hipotesis

Diduga integrasi pasar cabai merah keriting antara pasar produsen dan konsumen di Kabupaten Kulon Progo tergolong kuat.