

Sikap Konsumen Terhadap Harga Referensi Komoditas Hortikultura Strategis : Studi Kasus Kecamatan Cengkareng, Jakarta Barat (Consumer's Attitude Towards the Reference Price of Strategic Horticulture Commodity : Case of Study in Cengkareng, West Jakarta)

Adhitya Marendra Kiloes dan Puspitasari

Puat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura, Jln. Tentara Pelajar No. 3C, Kampus Penelitian Pertanian Cimanggu, Bogor, Jawa Barat, Indonesia 16111
E-mail: aditkilus@yahoo.com

Diterima: 4 April 2018; direvisi: 23 Mei 2018; disetujui: 28 Mei 2018

ABSTRAK. Solusi jangka pendek untuk menstabilkan harga bawang merah dan cabai adalah dengan melakukan impor produk-produk hortikultura tersebut dari negara lain saat harga melonjak naik. Kuota impor baru akan dibuka apabila harga bawang merah dan cabai di pasar eceran melebihi harga referensi yang telah ditetapkan. Penelitian bertujuan menganalisis sikap dan faktor-faktor yang memengaruhi sikap konsumen terhadap harga referensi yang ditetapkan pemerintah pada komoditas bawang merah dan cabai sebagai masukan untuk penentuan harga referensi. Penelitian dilakukan pada Bulan Desember 2015 di Kecamatan Cengkareng, Jakarta Barat dengan metode survey menggunakan kuesioner. Data yang diambil dalam penelitian ini berupa karakteristik responden dan sikap konsumen apakah bersedia membayar lebih tinggi dari harga referensi yang ditetapkan atau tidak. Dari survey yang dilakukan ditemukan bahwa sebagian besar konsumen menunjukkan sikap bersedia membayar lebih tinggi dari harga referensi yang ditetapkan. Rata-rata harga tertinggi yang bersedia dibayarkan oleh konsumen adalah sebesar Rp38.272,00/kg untuk komoditas bawang merah, Rp 41.800,00/kg untuk komoditas cabai merah atau cabai merah keriting dan Rp42.221,00/kg untuk komoditas cabai rawit merah. Studi ini merekomendasikan kemungkinan penetapan ulang harga referensi bawang merah dan cabai dengan tingkat harga yang lebih tinggi dibanding yang telah ditetapkan.

Kata kunci: Bawang merah; Cabai; Sikap konsumen; Harga referensi

ABSTRACT. A short solution to stabilize shallot and chili price is frequently carried out by importing those commodity from other countries when the price are high. Import quota is opened when shallot and chili price in retail market above the reference price. No revision has been done yet since shallot and chili's reference price were announced in 2013. The objective of this research is to analyze consumer's attitude and factors affecting consumer's attitude regarding the 2013 reference price, whether they are willing to pay higher or not. This research was conducted in December 2015 in Cengkareng Subdistrict, West Jakarta. Survey method was used for collecting data through the use of structured questionnaire. Most important information gathered were the characteristics of consumer respondents and their attitude towards shallot and chili's reference prices. Results suggest that most respondents are willing to pay higher than the reference prices. In average they are willing to pay as much as IDR 38,272,00/kg for shallot, IDR 41,800,00/kg for chilli pepper, and IDR 42,221,00/kg for cayenne chili pepper. This study recommends the possibility of redetermining the shallot and chili's reference prices by the price level that is higher than previously set.

Keywords: Shallot; Chili; Consumer's attitude; Reference price

Bawang merah dan cabai dikenal sebagai komoditas hortikultura yang memiliki pengaruh terhadap perekonomian nasional. Kedua komoditas tersebut ikut menyumbangkan inflasi di beberapa waktu dalam 1 tahun. Bahkan bawang merah dan cabai menyumbangkan angka yang signifikan untuk kelompok bahan makanan pada tahun 2013 (Sari 2013). Kondisi ini disebabkan oleh hukum permintaan dan penawaran di mana pada saat pasokan berkurang maka harga di pasaran akan naik. Permasalahan mengenai tingginya serangan OPT dan bencana alam juga sering menjadi akibat penurunan produksi (Anwarudin Syah *et al.* 2015). Pada musim hujan sering terjadi gagal panen cabai disebabkan oleh kerontokan bakal buah (Satriowibowo, Nawawi & Koesriharti 2014). Selain itu, dalam tahun kedua komoditas ini akan mengalami penurunan produksi disebabkan pada saat musim

hujan lahan yang biasa digunakan untuk menanam bawang merah dan cabai banyak digunakan untuk menanam padi (Rajiman 2010). Sifat komoditas yang mudah rusak baik dari cara budidaya maupun penanganan pascapanen yang kurang baik juga ikut memengaruhi tingkat harga (Farid & Subekti 2012). Menurut penelitian Mutia, Purwanto & Pujantoro (2014) bawang merah yang disimpan di suhu ruang tanpa perlakuan khusus akan lebih mudah rusak. Hal yang sama akan terjadi pula pada komoditas cabai yang meskipun dengan perlakuan khusus hanya mampu bertahan hingga 29 hari (Lamona, Purwanto & Sutrisno 2015).

Selama ini solusi untuk mengatasi penurunan produksi cabai yang berdampak kepada harga adalah dengan melakukan pemantauan terhadap harga dan melakukan impor dari luar negeri (Anwarudin Syah

et al. 2015). Begitu pula yang terjadi pada komoditas bawang merah. Negara asal impor cabai selama ini adalah Vietnam, India, dan China (Kementerian Pertanian 2015a) dan negara asal impor bawang merah di antaranya India, Thailand, Vietnam, dan Filipina (Kementerian Pertanian 2015b). Solusi impor tersebut dalam jangka pendek akan mampu mengatasi beberapa permasalahan ketersediaan dan harga beberapa komoditas pangan termasuk bawang merah. Solusi ini memberikan keuntungan berupa stabilnya harga komoditas. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahim (2010) yang mengungkapkan bahwa kebijakan impor berpengaruh secara nyata dan negatif terhadap harga di tingkat konsumen, atau dengan kata lain dibukanya pintu impor akan meningkatkan pasokan di pasar dan akan menurunkan harga. Namun, terlalu bergantung pada impor hanya akan membuat kekhawatiran terhadap komoditas pertanian lokal akan menjadi tanaman yang tidak menguntungkan untuk diusahakan (Amaliyah 2013). Selain itu Basuki (2014) menyatakan bahwa selain mengancam produksi barang sejenis di dalam negeri, impor produk-produk hortikultura juga dikhawatirkan dapat memasukkan organisme pengganggu tumbuhan karantina yang dapat menurunkan produksi komoditas hortikultura di dalam negeri. Kebijakan untuk melakukan impor bahan pangan hanya akan menjadi salah satu contoh kebijakan pembangunan yang tidak pro terhadap petani (Suseno & Suyatna 2007).

Sering kali impor dilakukan pada saat yang tidak tepat, yaitu pada saat petani sedang panen yang mengakibatkan harga bawang merah dan cabai di tingkat petani menjadi jatuh karena pasokan yang banyak dari impor seperti kasus pernah dilakukannya impor bawang merah pada saat panen raya. Bawang merah impor tersebut terlebih dahulu masuk ke Kabupaten Brebes sebagai sentra produksi utama Indonesia karena beberapa infrastruktur untuk pengolahan bawang merah segar terdapat di sana. Dampaknya harga bawang merah di tingkat petani di Kabupaten Brebes turun tajam (Puslitbang Hortikultura 2012).

Untuk menghindari permasalahan tidak tepatnya waktu pemasukan bawang merah dan cabai impor tersebut diperlukan rekomendasi dari Menteri Pertanian mengenai jumlah dan waktu impor yang akan dilakukan berdasarkan waktu panen. Selain itu, Kementerian Perdagangan juga membuat suatu kebijakan untuk menstabilkan harga di tingkat konsumen dengan menggunakan standar harga yang mendukung rekomendasi impor produk hortikultura untuk kedua komoditas tersebut atau yang biasa disebut dengan harga referensi. Harga referensi

bertujuan menstabilkan harga pada pasar domestik dan untuk menghindari permasalahan yang timbul akibat komoditas impor yang harganya lebih rendah (Santeramo, Cioffi & Vitale 2014; Goetz & Grethe 2009). Selain itu, pengelolaan peraturan impor termasuk harga referensi memiliki dua tujuan, yaitu untuk melindungi produsen lokal dan juga menyeimbangkan perdagangan dengan negara lain (Cioffi & dell'Aquila 2004). Menurut peraturan yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan pada tahun 2013, impor komoditas bawang merah dan cabai dapat dilakukan apabila harga di pasar eceran telah melebihi harga Rp25.700,00/kg untuk komoditas bawang merah, Rp26.300,00/kg untuk komoditas cabai merah dan Rp28.000,00/kg untuk komoditas cabai rawit merah. Menurut Dickinson (2012) bahwa harga merupakan gambaran ongkos dari produksi hingga ke tangan konsumen dan besarnya harga tersebut harus seimbang dengan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Dalam kaitannya dengan komoditas bawang merah dan cabai, nilai akhir yang dirasakan oleh konsumen merupakan nilai untuk produk segar karena sebagian besar konsumen Indonesia mengonsumsi kedua komoditas tersebut dalam bentuk segar (Farid & Subekti 2012). Perbedaan harga kerap terjadi tidak dalam waktu yang sama dan lebih disebabkan oleh fluktuasi pasokan pada waktu yang berbeda, bukan adanya perbedaan utilitas.

Kaitannya dengan harga, konsumen dapat memiliki sikap bersedia dan tidak bersedia membayar. Selain itu sikap juga dapat memengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen (Wahyuni 2008) karena sikap merupakan bentuk dari psikologis konsumen. Menurut Tarmizi (2017) bahwa sikap konsumen merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen. Sikap merupakan bentuk evaluasi, perasaan, dan kecenderungan konsumen yang konsisten terhadap suka atau tidak sukanya atas sebuah objek atau ide (Kotler & Amstrong 2007). Seorang konsumen akan menilai suatu produk yang akan dibeli dengan sikap tertentu. Bawang merah dan cabai segar yang dijual di pasar dan tidak memiliki nilai tambah tentunya akan dinilai kepantasan harganya oleh konsumen, karena produk yang ditawarkan dapat menjadi salah satu pembentuk sikap konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Masalah harga bagaikan dua mata pisau di mana kepentingan petani dengan harga yang keuntungannya bisa dinikmati oleh petani masih harus dibela, dan di sisi lain, kepentingan konsumen sebagai pengguna dari produk-produk pertanian agar memperoleh harga yang terjangkau juga harus diperhatikan. Semakin besar pembatasan impor dari produk-produk hortikultura akan berdampak pada penurunan kesejahteraan

masyarakat secara umum, meskipun akan meningkatkan kesejahteraan rumah tangga pertanian (Winardi 2013). Kebijakan harga referensi yang selama ini berlaku perlu ditinjau ulang agar dapat menyesuaikan dengan kondisi pasar yang selalu berubah.

Tujuan penelitian adalah untuk mengkaji sikap konsumen dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap sikap konsumen pada harga referensi komoditas bawang merah dan cabai, sebagai masukan bagi para pembuat kebijakan untuk menentukan harga referensi ketiga komoditas tersebut. Apabila konsumen bersikap masih bersedia membayar lebih mahal dari harga referensi yang berlaku saat ini maka akan terbuka peluang untuk meningkatkan harga referensi menjadi lebih tinggi.

BAHAN DAN METODE

Waktu dan Tempat

Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2015 dengan mengambil kasus di Kecamatan Cengkareng, Kota Administrasi Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta. Seperti sudah diketahui bahwa selama ini angka konsumsi terbesar bawang merah dan cabai nasional ada di Provinsi DKI Jakarta. Pemilihan Kecamatan Cengkareng diharapkan mampu mewakili konsumen DKI Jakarta pada umumnya. Pengambilan data dilakukan dengan metode wawancara *consumers intercept survey* (Smith & Albaum 2012) secara langsung di pasar tradisional. Pemilihan pasar tradisional sebagai lokasi survey sesuai dengan penelitian Adiyoga (2011) yang menyatakan bahwa pasar tradisional merupakan tempat yang paling populer untuk membeli bawang merah dan cabai.

Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *simple random sampling* dengan mengambil secara acak tujuh dari 18 pasar tradisional yang ada di Kecamatan Cengkareng. Sampel responden diambil dari populasi ibu-ibu rumah tangga yang berbelanja di pasar-pasar tersebut dalam kurun waktu 1 bulan pada bulan Desember 2015. Jumlah ibu rumah tangga yang dijadikan responden ditentukan sebanyak 150 orang responden.

Responden akan diberikan kuesioner mengenai sikap mereka terhadap harga referensi yang berlaku pada saat penelitian dilakukan. Dalam kuesioner dijelaskan mengenai harga referensi yang saat ini berlaku, yaitu Rp25.700,00/kg untuk komoditas bawang merah, Rp26.300,00/kg untuk komoditas cabai merah dan Rp28.000,00/kg untuk komoditas cabai rawit merah.

Variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah karakteristik responden seperti umur, pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, pendapatan, serta sikap konsumen terhadap harga referensi, yaitu bagaimana mereka menyikapi harga referensi yang berlaku, apakah mereka bersedia membayar lebih dari harga referensi untuk komoditas bawang merah dan cabai yang mereka beli beserta alasannya. Hasil kuesioner berupa karakteristik responden dan sikap responden dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan persentase.

Untuk mengetahui faktor-faktor mana yang memengaruhi sikap konsumen terhadap harga referensi untuk komoditas bawang merah, cabai merah atau cabai merah keriting, dan cabai rawit merah digunakan model regresi logit (Ameriana 2006), dengan variabel *dummy* untuk variabel terikatnya, yaitu 1 apabila konsumen menyikapi harga referensi yang berlaku dengan bersedia membayar 1 kg bawang merah, cabai merah atau cabai keriting merah dan cabai rawit merah lebih mahal dari harga referensi, dan 0 apabila konsumen menyikapi harga referensi yang berlaku dengan tidak bersedia membayar 1 kg bawang merah cabai merah atau cabai keriting merah, dan cabai rawit merah lebih mahal dari harga referensi, serta variabel bebasnya, yaitu karakteristik responden yang terdiri dari umur, pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga dan pendapatan. Secara lebih lengkap spesifikasi model yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Y = sikap konsumen terhadap harga referensi (1 jika konsumen menyikapi harga referensi yang berlaku dengan bersedia membayar lebih tinggi dari harga referensi yang berlaku, dan 0 jika konsumen menyikapi harga referensi yang berlaku dengan tidak bersedia membayar lebih tinggi dari harga referensi yang berlaku);

X_1 = umur responden (tahun);

X_2 = pendidikan (tahun);

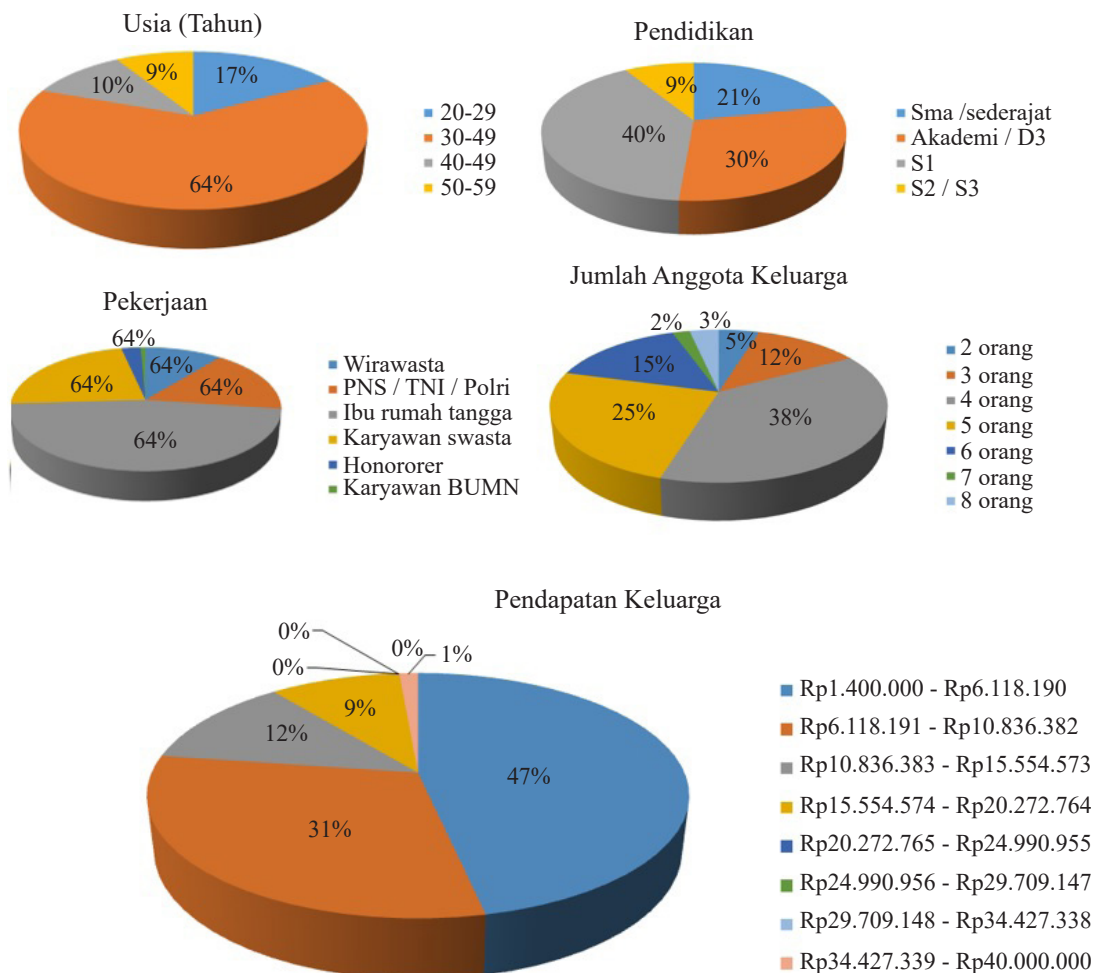
X_3 = pekerjaan (1 jika bekerja dan 0 jika tidak bekerja);

X_4 = jumlah anggota keluarga (orang);

X_5 = pendapatan keluarga (Rp/bulan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Cengkareng (Kota Administrasi Jakarta Barat) terbagi menjadi enam kelurahan. Menurut data yang diperoleh dari BPS Jakarta Barat (2015), jumlah Kepala Keluarga yang tinggal di wilayah Kecamatan Cengkareng berjumlah 85.399 kepala keluarga. Luas wilayah keseluruhan dari Kecamatan Cengkareng



Sumber. Data primer diolah (2015)

Gambar 1. Usia, pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, dan pendapatan keluarga responden (*Respondents age, education, occupation, number of family members, and family income*)

Tabel 1. Harga rerata komoditas bawang merah dan cabai pada saat penelitian dilakukan di bulan Desember 2015 (*Average price of shallot and chili when the research was conducted in December 2015*)

Komoditas (<i>Commodity</i>)	Harga rata-rata bulan Desember 2015 (<i>Average price in December 2015</i>), Rp/kg
Bawang merah (<i>Shallot</i>)	32.141
Cabai merah besar (<i>Big chili pepper</i>)	41.361
Cabai merah keriting (<i>Curly chili pepper</i>)	37.661
Cabai rawit merah (<i>Cayenne chili pepper</i>)	36.786

Sumber: Infopangan.jakarta.go.id

adalah 27,93 km². Terdapat 18 buah pasar tradisional yang tercatat di administrasi resmi Kecamatan Cengkareng. Survey ini dilakukan di tujuh dari 18 pasar yang ada di Kecamatan Cengkareng dengan responden ibu rumah tangga yang mewakili kepala keluarga yang ada di Kecamatan Cengkareng.

Berdasarkan wawancara terhadap pedagang, sebagian dari pedagang memperoleh bawang merah dan cabai dagangannya dari pasar induk Tanah Tinggi Tangerang. Hal ini karena Pasar Induk Tanah Tinggi

Tangerang merupakan pasar induk terdekat dengan wilayah Kecamatan Cengkareng yang terletak di pinggir barat wilayah DKI Jakarta dibandingkan dengan Pasar Induk Kramat Jati yang terletak lebih ke arah timur wilayah DKI Jakarta. Namun, sebagian pedagang masih ada juga yang membeli barang dagangannya dari Pasar Induk Kramat Jati.

Karakteristik Responden

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh karakteristik ibu rumah tangga yang dijadikan

responden seperti yang tertera pada Gambar 1. Mayoritas responden berusia di antara 30 hingga 39 tahun, yaitu sebanyak 64% dari total jumlah responden, responden paling muda berusia 24 tahun dan paling tua berusia 51 tahun. Dilihat dari segi pendidikan responden paling banyak adalah pendidikan setingkat S1, yaitu sebanyak 40% dari total jumlah responden. Mayoritas responden tidak bekerja atau hanya sebagai ibu rumah tangga saja, yaitu sebesar 46% dari total jumlah responden, sisanya bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil, Karyawan Swasta, Karyawan Honorer, Karyawan BUMN dan wiraswasta. Pendapatan keluarga responden paling tinggi sebesar Rp40.000.000,00/bulan dan paling rendah sebesar Rp1.400.000,00/bulan, dengan rentang paling banyak adalah responden yang pendapatan keluarganya antara Rp1.400.000,00 hingga Rp6.118.190,00 yaitu sebanyak 47% dari total responden. Jumlah anggota keluarga responden yang paling banyak adalah responden dengan anggota keluarga berjumlah empat orang sebesar 38% dari total seluruh responden.

Sikap Konsumen Terhadap Harga Referensi

Perubahan harga yang sifatnya insidental dapat memengaruhi kesediaan konsumen untuk membayar (Nunes & Boatwright 2004). Perubahan harga sementara yang terjadi pada komoditas bawang dan cabai disebabkan oleh fluktuasi ketersediaan pasokan. Harga komoditas bawang merah dan cabai pada saat penelitian dilakukan selama Bulan Desember 2015 terbilang tinggi dengan kisaran Rp30.000,00/kg. Bahkan untuk komoditas cabai merah besar harga mencapai Rp41.000,00/kg. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang berlaku di pasar saat penelitian dilakukan adalah kisaran harga yang sudah melebihi harga referensi. Kisaran harga pada saat penelitian dilakukan dapat dilihat pada Tabel 1.

Hasil identifikasi sikap konsumen terhadap harga referensi bawang merah, cabai merah atau cabai merah keriting dan cabai rawit merah dapat dilihat pada Tabel 2. Sebanyak 83,33% responden menyikapi harga referensi dengan menyatakan bersedia membayar lebih tinggi dari Rp25.700,00 untuk 1 kg bawang merah yang dibelinya, sebanyak 76,67% responden menyikapi harga referensi dengan menyatakan bersedia membayar lebih tinggi dari Rp26.300,00 untuk 1 kg cabai merah atau cabai merah keriting yang dibelinya, dan sebanyak 69,33% responden menyikapi harga referensi dengan menyatakan bersedia membayar lebih tinggi dari Rp28.000,00 untuk 1 kg cabai rawit merah yang dibelinya.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada saat harga bawang merah, cabai merah atau cabai merah keriting, dan cabai rawit merah sedang tinggi, kebanyakan

konsumen masih bersedia membayar komoditas yang ada di pasaran tersebut meskipun harganya sudah melebihi harga referensi yang ditetapkan pemerintah. Namun, dalam kondisi aktual pada saat survey dilakukan nyatanya konsumen sudah membayar lebih mahal dari harga referensi, itu sebabnya mayoritas konsumen menyikapi dengan menyatakan bersedia membayar lebih mahal dari harga referensi. Pendapat konsumen mungkin akan berbeda apabila survey dilakukan pada saat tingkat harga yang berbeda dengan tingkat harga aktual yang terjadi pada saat survey dilakukan karena kondisi psikologis yang terjadi pada saat harga berbeda.

Kebanyakan responden beralasan masih bersedia membayar di atas harga referensi karena biasa membeli ketiga bahan tersebut dalam satuan yang kecil sehingga dirasakan tidak terlalu membebani. Biasanya konsumen akan membeli bawang merah dan cabai dengan satuan 100 g sehingga pada saat harga komoditas bawang merah mencapai Rp32.000,00/kg maka konsumen akan membayar Rp3.200,00 untuk 100 g bawang merah. Begitu pula pada komoditas cabai. Sebagian lagi berpendapat bahwa ketiga komoditas tersebut merupakan bahan pokok untuk memasak sehingga mutlak harus ada. Berapapun harga di pasar harus dibeli karena para responden sangat membutuhkan.

Harga referensi yang selama ini ditetapkan pemerintah dirasakan masih dapat dijangkau oleh kebanyakan konsumen. Bahkan pada saat harga dalam kondisi aktual sedang tinggi sebagian besar konsumen masih bersedia untuk membayar. Untuk itu harga referensi yang saat ini berlaku masih bisa diatur ulang lebih tinggi lagi sehingga komoditas impor tidak dengan mudah masuk ke pasar Indonesia dan akan meningkatkan daya saing komoditas lokal yang diproduksi.

Selain konsumen yang menyikapi harga referensi dengan menyatakan masih bersedia membayar lebih mahal dari harga referensi, terdapat juga konsumen yang menyikapi harga referensi dengan tidak bersedia membayar lebih tinggi dari harga referensi yaitu sebanyak 25% dari total responden untuk komoditas bawang merah, 35% dari total responden untuk komoditas cabai merah atau cabai merah keriting dan 46% dari total responden untuk komoditas cabai rawit merah. Mayoritas dari responden yang menyikapi harga referensi dengan tidak bersedia membayar lebih mahal dari harga referensi menyatakan bahwa harga lebih tinggi dari harga referensi merupakan harga yang sudah terlalu mahal untuk ketiga kelompok komoditas tersebut. Alasan lain responden tidak bersedia membayar lebih mahal adalah karena bawang merah, cabai merah atau cabai merah keriting, dan cabai rawit

Tabel 2. Sikap konsumen terhadap harga referensi bawang merah dan cabai (*Consumers attitude towards the shallot and chili reference price*)

Sikap konsumen (<i>Consumers attitude</i>)	Frekuensi (<i>Frequency</i>)	Persentase (<i>Percentage</i>),%
Bawang merah (<i>Shallot</i>)		
Bersedia membayar lebih dari harga referensi (<i>Willing to pay more</i>)	125	83,33
Tidak bersedia membayar lebih dari harga referensi (<i>Not willing to pay more</i>)	25	16,67
Cabai merah atau cabai keriting merah (<i>Chili pepper</i>)		
Bersedia membayar lebih dari harga referensi (<i>Willing to pay more</i>)	115	76,67
Tidak bersedia membayar lebih dari harga referensi (<i>Not willing to pay more</i>)	35	23,33
Cabai merah keriting (<i>Cayenne chili pepper</i>)		
Bersedia membayar lebih dari harga referensi (<i>Willing to pay more</i>)	104	69,33
Tidak bersedia membayar lebih dari harga referensi (<i>Not willing to pay more</i>)	46	30,67

Sumber: Data primer diolah (2015)

Tabel 3. Alasan konsumen menyikapi harga referensi dengan tidak bersedia untuk membayar harga bawang merah dan cabai lebih mahal dari harga referensi (*Consumers attitude towards the reference price not willing to pay for shallot and chili price more than reference price*)

Alasan sikap konsumen dengan tidak bersedia membayar lebih mahal dari harga referensi (<i>Reason of consumers attitude do not want to pay more than reference price</i>)	Frekuensi (<i>Frequency</i>)	Persentase (<i>Percentage</i>), %
Bawang merah (<i>Shallot</i>)		
Sudah terlalu mahal (<i>Too expensive</i>)	18	72
Bukan bahan pokok yang harus dibeli (<i>Not a basic need</i>)	3	12
Tidak dapat disimpan lama (<i>Can not storage for long time</i>)	2	8
Tidak terlalu dibutuhkan (<i>Not very needed</i>)	2	8
Cabai merah atau cabai keriting merah (<i>Chili pepper</i>)		
Tidak seimbang untuk bahan yang cepat rusak (<i>Inappropriate for perishable goods</i>)	2	5,71
Bukan bahan pokok yang harus dibeli (<i>Not a basic need</i>)	7	20,00
Sudah terlalu mahal (<i>Too expensive</i>)	22	62,86
Masih bisa diganti dengan bahan lain (<i>Can be replaced with other goods</i>)	4	11,43
Cabai merah keriting (<i>Cayenne chili pepper</i>)		
Masih bisa diganti dengan bahan lain (<i>Can be replaced with other goods</i>)	13	28,26
Sudah terlalu mahal (<i>Too expensive</i>)	25	54,35
Jarang digunakan (<i>Rarely used</i>)	5	10,87
Bukan bahan pokok yang harus dibeli (<i>Not a basic need</i>)	3	6,52

Sumber: Data primer diolah (2015)

merah bukan bahan pokok yang harus dibeli, tidak dapat disimpan lama, tidak terlalu dibutuhkan, jarang digunakan, dan dapat diganti dengan bahan lain.

Salah satu hal yang menarik adalah sebanyak 28,26% responden yang menyikapi harga referensi dengan tidak bersedia membayar lebih tinggi dari harga referensi untuk komoditas cabai rawit merah menyatakan bahwa cabai rawit merah dapat digantikan dengan bahan lain. Dari wawancara yang dilakukan, cabai rawit merah masih dapat digantikan oleh cabai

merah atau cabai merah keriting yang harganya lebih murah. Oleh karena itu apabila harga cabai rawit merah tinggi maka responden tidak bersedia untuk membayar lebih tinggi melainkan akan beralih ke cabai merah atau cabai merah keriting. Hal ini sejalan dengan ketidaksediaan responden untuk membayar harga cabai rawit merah yang mencapai 46% yang menandakan bila cabai rawit merah harganya tinggi, responden dapat beralih ke cabai merah atau cabai merah keriting yang harganya lebih murah.

Harga Lebih Mahal yang Disanggupi Oleh Konsumen

Mayoritas konsumen yang menyikapi harga referensi dengan menyatakan bersedia membayar dengan harga lebih mahal untuk komoditas bawang merah dan cabai, kemudian diwawancara lebih lanjut sehingga diperoleh jumlah konsumen yang bersedia membayar harga paling tinggi untuk bawang merah dan cabai yang dibelinya. Harga paling tinggi yang bersedia dibayarkan oleh responden adalah Rp70.000,00 untuk 1 kg bawang merah, Rp90.000,00 untuk 1 kg cabai merah atau cabai merah keriting dan Rp100.000,00 untuk 1 kg cabai rawit merah. Harga paling rendah yang bersedia dibayarkan oleh responden adalah Rp27.000,00 untuk 1 kg bawang merah, Rp27.000,00 untuk 1 kg cabai merah atau cabai merah keriting dan Rp28.500,00 untuk 1 kg cabai rawit merah. Harga yang bersedia dibayarkan oleh responden untuk cabai rawit merah lebih tinggi dari komoditas lainnya, hal ini sejalan dengan penelitian Reza (2015) yang menyatakan bahwa nilai yang bersedia dibayarkan oleh konsumen pada penelitian tersebut adalah Rp47.000,00/kg, nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan harga yang bersedia dibayarkan untuk bawang merah, yaitu Rp 14.600,00/kg. Nilai yang lebih tinggi pada harga cabai rawit merah disebabkan oleh karakteristik rasa dan teksturnya yang khas, dan cabai jenis ini juga lebih disukai untuk dikonsumsi dalam keadaan segar sehingga cabai dengan tingkat kesegaran yang baik akan mempunyai harga yang tinggi.

Apabila melihat hasil harga paling rendah yang bersedia dibayarkan oleh konsumen maka masih terdapat peluang untuk meningkatkan harga referensi untuk ketiga komoditas tersebut karena konsumen masih bersikap mampu membayar dengan harga lebih tinggi hingga minimal Rp27.000,00/kg untuk bawang merah, Rp27.000,00/kg untuk cabai merah atau cabai merah keriting, dan Rp28.500,00/kg untuk cabai rawit merah. Bahkan nilai tersebut masih bisa ditingkatkan apabila mengambil harga rerata yang bersedia dibayarkan oleh konsumen sebesar Rp38.272,00 untuk 1 kg bawang merah, Rp41.800,00 untuk 1 kg cabai merah atau cabai merah keriting, dan Rp42.221,00 untuk 1 kg cabai rawit merah.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Sikap Konsumen Terhadap Harga Referensi

Pada penelitian ini juga dianalisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi sikap konsumen terhadap harga referensi menggunakan regresi logit dengan membandingkan antara variabel terikat sikap konsumen bersedia membayar lebih dari harga referensi dan tidak bersedia membayar lebih dari

harga referensi. Karakteristik responden berupa umur, pendidikan, pendapatan perbulan, pekerjaan dan jumlah anggota keluarga menjadi variabel bebas yang akan dianalisis pengaruhnya terhadap kesediaan responden untuk membayar harga lebih tinggi dari harga referensi untuk komoditas bawang merah, cabai merah atau cabai merah keriting dan cabai rawit merah.

Berdasarkan perhitungan diperoleh informasi bahwa faktor-faktor yang memengaruhi sikap konsumen terhadap bersedia atau tidaknya membayar lebih dari harga referensi adalah tingkat pendidikan dan pekerjaan konsumen. Semakin tinggi pendidikan responden cenderung akan bersedia membayar lebih tinggi dari harga referensi untuk komoditas bawang merah, cabai merah atau cabai keriting merah dan cabai rawit merah. Selain itu, konsumen yang bekerja cenderung akan bersedia juga membayar lebih tinggi dari harga referensi untuk komoditas bawang merah, cabai merah atau cabai keriting merah dan cabai rawit merah. Berbeda dengan faktor usia, faktor pendapatan dan jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh terhadap perbedaan sikap konsumen. Faktor pendidikan dan status konsumen yang bekerja kemungkinan menimbulkan kesadaran kebutuhan akan beberapa komoditas tersebut sehingga berapapun harganya dengan catatan harga tersebut masih dapat dijangkau, konsumen bersedia untuk membelinya.

Faktor pendapatan ternyata tidak berpengaruh terhadap kesediaan konsumen membayar atau tidak bersedia untuk membayar lebih tinggi dari harga referensi, hal ini menunjukkan bahwa elastisitas permintaan terhadap ketiga komoditas tersebut bersifat inelastis terhadap harga. Barang yang bersifat inelastis umumnya adalah barang-barang kebutuhan pokok dan barang-barang yang tidak mempunyai substitusi. Permintaan terhadap sebuah barang dapat dikatakan inelastis bila jumlah barang yang diminta tidak dipengaruhi oleh perubahan harga, dengan kata lain meskipun harga naik, masyarakat tetap membutuhkan dan tetap membelinya. Dalam hal ini bawang merah, cabai merah atau cabai rawit merah sudah termasuk kebutuhan pokok masyarakat yang dibutuhkan sebagai bumbu utama dalam setiap masakan. Masyarakat umumnya tetap akan membeli komoditas ini walau dengan harga yang mahal untuk mempertahankan nilai utilitasnya, yaitu dalam kondisi segar (Reza 2015). Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Prabowo (2014), komoditas bawang merah dan cabai tidak termasuk bahan pokok yang memiliki kriteria pangsa pengeluaran yang tinggi dalam pengeluaran rumah tangga, memiliki kontribusi sebagai sumber karbohidrat, memiliki kontribusi sebagai protein, sering dikonsumsi, memiliki kontribusi sebagai sumber vitamin dan mineral serta pangsa produksi domestik

Tabel 4. Harga yang sanggup dibayar oleh konsumen untuk komoditas bawang merah, cabai merah atau cabai merah keriting, dan cabai rawit merah (*Maximum price of shallot, chili pepper, and cayenne chili pepper's price that the consumers willing to pay*)

Kisaran harga maksimum yang sanggup dibayar konsumen (<i>Range of maximum price that the consumers can pay</i>), Rp	Bawang merah (<i>Shallot</i>)		Cabai merah atau cabai keriting merah (<i>Chili pepper</i>)		Cabai rawit merah (<i>Cayenne chili pepper</i>)	
	Frekuensi (<i>Frequency</i>)	Persentase (<i>Percentage</i>) %	Frekuensi (<i>Frequency</i>)	Persentase (<i>Percentage</i>) %	Frekuensi (<i>Frequency</i>)	Persentase (<i>Percentage</i>) %
27.000 – 36.999	81	64,80	61	53,04	57	54,81
37.000 – 46.999	15	12,00	17	14,78	14	13,46
47.000 – 56.999	17	13,60	21	18,26	17	16,35
57.000 – 66.999	3	2,40	3	2,61	3	2,88
67.000 – 76.999	9	7,20	10	8,70	9	8,65
77.000 – 86.999	0	0,00	0	0,00	0	0,00
87.000 – 96.999	0	0,00	3	2,61	3	2,88
97.000 – 100.000	0	0,00	0	0,00	1	0,96

Sumber: Data primer diolah (2015)

Tabel 5. Hasil uji signifikansi faktor-faktor yang memengaruhi sikap konsumen untuk bersedia membayar lebih mahal dari harga referensi komoditas bawang merah (*Result of significancy test of the factors that have influence to the consumers attitude to pay more than reference price for shallot*)

Variabel (<i>Variable</i>)	Koefisien (<i>Coefficient</i>)	P-Value	Kesimpulan (<i>Conclusion</i>)
X ₁ (Umur/ <i>Age</i>)	-0,003288517	0,495700755	Tidak berpengaruh (<i>Not influential</i>)
X ₂ (Pendidikan/ <i>Education</i>)	0,058055464	0,000720085	Berpengaruh (<i>Influential</i>)
X ₃ (Pendapatan perbulan / <i>Monthly expenditure</i>)	0,0000000012	0,821974559	Tidak berpengaruh (<i>Not influential</i>)
X ₄ (Pekerjaan/ <i>Occupation</i>)	0,165209073	0,008409201	Berpengaruh (<i>Influential</i>)
X ₅ (Jumlah anggota keluarga/ <i>Number of family members</i>)	0,02076905	0,395998364	Tidak berpengaruh (<i>Not influential</i>)

Sumber: Data primer diolah (2015)

Tabel 6. Hasil uji signifikansi faktor-faktor yang memengaruhi sikap konsumen untuk bersedia membayar lebih mahal dari harga referensi komoditas cabai merah atau cabai merah keriting (*Result of significancy test of the factors that have influence to the consumers attitude to pay more than reference price for chili pepper*)

Variabel (<i>Variable</i>)	Koefisien (<i>Coefficient</i>)	P-Value	Kesimpulan (<i>Conclusion</i>)
X ₁ (Umur/ <i>Age</i>)	-0,003120593	0,541076876	Tidak berpengaruh (<i>Not influential</i>)
X ₂ (Pendidikan/ <i>Education</i>)	0,088552734	0,000001768	Berpengaruh (<i>Influential</i>)
X ₃ (Pendapatan perbulan / <i>Monthly expenditure</i>)	0,00000000047	0,931502972	Tidak berpengaruh (<i>Not influential</i>)
X ₄ (Pekerjaan/ <i>Occupation</i>)	0,212433416	0,00144773	Berpengaruh (<i>Influential</i>)
X ₅ (Jumlah anggota keluarga / <i>Number of family members</i>)	0,020135649	0,436564024	Tidak berpengaruh (<i>Not influential</i>)

Sumber: Data primer diolah (2015)

terhadap konsumsi yang tinggi. Meskipun begitu, kedua komoditas tersebut merupakan komoditas yang selalu menjadi isu hangat pemberitaan media sepanjang tahun.

Dari wawancara yang dilakukan terhadap responden juga dapat diperoleh informasi bahwa responden kesulitan membedakan antara harga pada cabai merah atau cabai merah keriting. Sebab hasil wawancara

Tabel 7. Hasil uji signifikansi faktor-faktor yang memengaruhi sikap konsumen untuk bersedia membayar lebih mahal dari harga referensi komoditas cabai rawit merah (*Result of signficancy test of the factors that have influence to the consumers attitude to pay more than reference price for cayyene chili pepper*)

Variabel (<i>Variable</i>)	Koefisien (<i>Coefficient</i>)	P-Value	Kesimpulan (<i>Conclusion</i>)
X ₁ (Umur/ <i>Age</i>)	0,001701786	0,747365952	Tidak berpengaruh (<i>Not influential</i>)
X ₂ (Pendidikan/ <i>Education</i>)	0,072556291	0,000124625	Berpengaruh (<i>Influentia</i>)
X ₃ (Pendapatan perbulan/ <i>Monthly expenditure</i>)	0,0000000063	0,265922015	Tidak berpengaruh (<i>Not influential</i>)
X ₄ (Pekerjaan/ <i>Occupation</i>)	0,332410206	0,000002450	Berpengaruh (<i>Influentia</i>)
X ₅ (Jumlah anggota keluarga/ <i>Number of family members</i>)	-0,031237033	0,244279643	Tidak berpengaruh (<i>Not influential</i>)

Sumber: Data primer diolah (2015)

menyebutkan terkadang harga cabai merah dan cabai merah keriting seringkali berbeda. Harga referensi yang ditentukan menggabungkan antara harga cabai merah besar dan cabai merah keriting. Hal ini dirasakan kurang tepat karena dua komoditas tersebut berbeda dari segi harga. Oleh karena itu perlu dilakukan pembedaan antara cabai merah besar dan cabai merah keriting dalam penetapan harganya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Mayoritas responden menyikapi harga referensi dengan bersedia membayar harga komoditas bawang merah, cabai merah atau cabai merah keriting dan cabai rawit merah lebih mahal dibandingkan harga referensi karena harga yang berlaku pada saat penelitian lebih mahal dibanding harga referensi yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Rata-rata harga lebih mahal dari harga referensi yang bersedia dibayarkan oleh responden yang bersedia membayar lebih mahal dari harga referensi adalah Rp38.272,00 untuk 1 kg bawang merah, Rp41.800,00 untuk 1 kg cabai merah atau cabai merah keriting dan Rp42.221,00 untuk 1 kg cabai rawit merah.

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesediaan konsumen untuk membayar harga lebih mahal dari harga referensi adalah untuk komoditas bawang merah, cabai merah atau cabai merah keriting, dan cabai rawit merah adalah sama, yaitu pendidikan dan pekerjaan dari responden.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diambil suatu rekomendasi kebijakan mengenai penetapan ulang harga referensi impor produk bawang merah, cabai merah besar atau cabai keriting merah, dan cabai rawit merah, menjadi lebih tinggi minimal sama dengan sikap konsumen terhadap harga yang bersedia

dibayarkan oleh konsumen, yaitu Rp 27.000,00/kg untuk komoditas bawang merah dan cabai besar serta Rp28.500,00/kg untuk komoditas cabai rawit merah.

Karena harga bawang merah dan cabai yang berfluktuasi disarankan untuk juga melakukan penelitian lanjutan mengenai sikap konsumen terhadap harga pada saat harga aktual yang terjadi sedang rendah, sehingga dapat dijadikan perbandingan dengan penelitian ini yang mengambil data pada saat harga aktual sedang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Adiyoga, W 2011, 'Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dan keputusan konsumen untuk membeli kentang, bawang merah, dan cabai merah', *J. Hort.*, vol. 21, no. 3, pp. 280–294.
2. Amaliyah, R 2013, 'Mengimpor kedelai: Perlukah terus dilanjutkan? (Pengaruh liberalisasi perdagangan terhadap perkedelaaian Indonesia)', *Global & Policy*, vol. 1, no. 1, pp. 19–30.
3. Ameriana, M 2006, 'Kesediaan konsumen membayar premium untuk tomat aman residu', *J. Hort.*, vol. 16, no. 2, pp. 165–174.
4. Anwarudin Syah, M, Sayekti, A, Kiloes, A & Hilman, Y 2006, 'Dinamika produksi dan volatilitas harga cabai:Antisipasi strategi dan kebijakan pengembangan', *Pengembangan Inovasi Pertanian*, vol. 8, no. 1, pp. 33–42.
5. Basuki, R 2014, 'Peranan pemerintah daerah melindungi produk lokal menghadapi globalisasi', *Az Zarqa*, vol. 6, no. 1, pp. 67–82.
6. Cioffi, A & dell'Aquila, C 2004, 'The effect of trade policies for fresh fruit and vegetables of the European Union', *Food Policy*, vol. 29, pp. 169–185.
7. Dickinson, J & Dickinson, DC 2012, 'A conceptual model of reference price formation for consumer services', *Journal of Management & Marketing Research*, vol. 11, pp. 1–14.
8. Direktorat Jenderal Perdagangan 2013, *Keputusan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri tentang Penetapan Harga Referensi Produk Hortikultura*, Nomor 118/PDW/KEP/10/2013.

9. Farid, M & Subekti, N 2012, 'Tinjauan terhadap produksi, konsumsi, distribusi dan dinamika harga cabe di Indonesia', *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, vol. 6, no. 2, pp. 211–233.
10. Goetz, L & Grethe, H 2009, 'The EU entry price system for fresh fruits and vegetables – Paper tiger or powerful market barrier', *Food Policy*, vol. 34, no. 1, pp. 81–93.
11. Kementerian Pertanian 2015, *Outlook komoditas pertanian subsektor hortikultura cabai*, Pusat Data dan Sistem Informasi, Kementerian Pertanian, Jakarta.
12. Kementerian Pertanian 2015, *Outlook komoditas pertanian subsektor hortikultura bawang merah*, Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Kementerian Pertanian, Jakarta.
13. Kotler, P & Armstrong, G 2007, *Prinsip-prinsip pemasaran* Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
14. Lamona, A, Purwanto, Y & Sutrisno 2015, 'Pengaruh jenis kemasan dan penyimpanan suhu rendah terhadap perubahan kualitas cabai merah keriting segar', *Jurnal Keteknik Pertanian*, vol. 3, no. 2, pp. 145–152.
15. Mutia, A, Purwanto, Y & Pujantoro, L 2014, 'Perubahan kualitas bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) selama penyimpanan pada tingkat kadar air dan suhu yang berbeda', *Jurnal Pascapanen*, vol. 11, no. 2, pp. 108–115.
16. Nunes, J & Boatwright, P 2004, 'Incidental prices and their effect on willingness to pay', *Journal of Marketing Research*, vol. XLI, pp. 457–466.
17. Prabowo, D 2014, 'Pengelompokan komoditi bahan pangan pokok dengan metode Analytical Hierarchy Process', *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, vol. 8, no. 2, pp. 163–182.
18. Puslitbang Hortikultura 2012, *Laporan Akhir penelitian analisis dan sintesis kebijakan pembangunan agribisnis hortikultura*, Puslitbang Hortikultura, Badan Litbang Pertanian, Kementerian Pertanian.
19. Rahim, M 2010, 'Dampak kebijakan harga dan impor beras terhadap nilai tukar petani di pantai utara Jawa Barat', *Trikonomika*, vol. 9, no. 29–36.
20. Rajiman 2010, 'Pengaruh pemupukan anorganik terhadap kualitas umbi benih bawang merah', *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, vol. 6, no. 1, pp. 79–90.
21. Reza, M 2015, Analisis stabilisasi harga pangan di Indonesia, Tesis, Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
22. Santeramo, F, Cioffi, A & Vitale, C 2014, 'A threshold-var approaches to assess the efficacy of the EU import regime', *International Journal of Food and Agricultural Economics*, vol. 2, no. 1, pp. 1–12.
23. Sari, R 2013, 'Tingkat inflasi dan kebijakan pembatasan impor hortikultura', *Info Singkat Ekonomi dan Kebijakan Publik*, vol. V, no. 5, pp. 13–16.
24. Satriowibowo, E, Nawawi, M & Koesriharti 2014, 'Pengaruh waktu aplikasi dan konsentrasi NAA (Naphthalene Acetic Acid) pada pertumbuhan dan hasil tanaman cabai besar (*Capsicum annum* L.) varietas Jet Set', *Jurnal Produksi Tanaman*, vol. 2, no. 4, pp. 282–291.
25. Smith, S & Albaum, G 2012, *Basic marketing research: volume 1 Handbook for research professionals*, Qualtrics Labs Inc, Utah, USA.
26. Suseno, D & Suyatna, H 2007, 'Mewujudkan kebijakan pertanian yang pro-petani', *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, vol. 10, no. 3, pp. 267–294.
27. Wahyuni, D 2008, 'Pengaruh produk, harga, promosi, dan layanan terhadap keputusan konsumen membeli sepeda motor Kawasaki', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 1, no. 1, pp. 25–46.
28. Winardi, W 2013, 'Dampak pembatasan impor hortikultura terhadap aktivitas perekonomian, tingkat harga, dan kesejahteraan', *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, pp. 22–41.
29. Tarmizi, A 2017, 'Analisis sikap konsumen terhadap keputusan penelitian produk sepeda motor honda merk Vario pada PD. Daya Motor Sungai Bahar Muaro Jambi, Ekonomis', *Journal of Economics and Business*, vol. 1, no. 1, pp. 18-31.