

## Analisis Pembentukan Harga Komoditas Cabai Rawit dan Bawang Merah Pada Tingkat Eceran di Kota Ambon

*The Analysis on Formation of Prices of Cayenne and Shallot Commodities at Retail Levels in Ambon City*

Natelda R. Timisela<sup>1,\*</sup>, Yuliahwati E. Salampesy<sup>2</sup>, Yolanda M.T.N. Apituley<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura, Jln. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka Ambon, 97233 Indonesia

<sup>2</sup>Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Ambon, Jln. Sultan Hairun No.1 Ambon, Indonesia

<sup>3</sup>Jurusan Agrobisnis Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Jln. Mr. Chr. Soplanit, Poka, Teluk Ambon, Kota Ambon 97233 Indonesia

\*E-mail Penulis Korespondensi: natelda.timisela@faperta.unpatti.ac.id

Tanggal submisi: 21 November 2019; Tanggal penerimaan: 27 April 2020

### ABSTRACT

The distribution channel is one of the significant factors that influence the price formation of a commodity. This research intended to analyze several factors that affect the price formation of cayenne and shallot at the retail level in Ambon City. The data collected in this research were primary and secondary. The samples used in this research consisted of 30 respondents of each commodity (shallot and cayenne), and eight people from each marketing agency or distributors (wholesalers, distributors, and retailers). The collected data were analyzed by applying Multiple Linear Regression analysis. The result of the research depicted that factors that influenced the price formation of cayenne at the retail levels were transportation ( $X_1$ ), the packaging ( $X_3$ ), the difference between in supply and demand ( $X_5$ ), while that factors that influence the price formation of shallots at the retail levels were transportation ( $X_1$ ), the difference between in supply and demand ( $X_5$ ), production ( $X_6$ ), and substitution goods ( $X_7$ ).

**Keywords:** cayenne, shallot, price, retail

### ABSTRAK

Saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pembentukan harga suatu komoditas. Penelitian bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor mempengaruhi pembentukan harga cabai rawit dan bawang merah ditingkat eceran di Kota Ambon. Sampel penelitian adalah pengecer komoditi bawang merah dan cabe rawit berjumlah masing-masing 30 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan harga cabai rawit di tingkat eceran adalah transportasi ( $X_1$ ), kemasan ( $X_3$ ) dan selisih pasokan dan permintaan ( $X_5$ ), sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan harga bawang merah di tingkat eceran adalah transportasi ( $X_1$ ), selisih pasokan dan permintaan ( $X_5$ ), produksi ( $X_6$ ), dan barang substitusi ( $X_7$ ).

**Kata Kunci:** bawang merah, cabai rawit, harga, eceran

### PENDAHULUAN

Peningkatan daya saing komoditi pertanian sangat penting dalam menghadapi persaingan di pasar nasional maupun internasional. Jaminan kesinambungan atas kualitas produk, jumlah pasokan yang relatif minim, waktu pengiriman yang belum tepat serta kinerja rantai pasok yang belum efektif dan efisien semuanya merupakan kendala dari komoditi pertanian saat ini. Tujuan pengukuran kinerja adalah untuk merancang tujuan, mengevaluasi kinerja dan ditemukan adanya

langkah yang baik kedepan pada tingkatan strategi, operasional dan taktik (Van der Vorst, 2004).

Sifat produk pertanian adalah cepat rusak, proses panen tergantung musim, banyak variasi dan tidak tahan simpan. Terdapat produk yang mengalami kesulitan dalam pengangkutan dan pengelolaan karena berukuran besar serta sifat produk yang kompleks. Dua komoditi pertanian yang menjadi primadona untuk diperdagangkan adalah bawang merah dan cabai rawit. Kedua komoditi ini dikonsumsi masyarakat tanpa memperhatikan tingkatan sosial. Umumnya masyarakat

mengonsumsi bawang merah dan cabai rawit sebagai bumbu masak atau dalam bentuk segar. Cabai rawit dan bawang merah dinilai cukup penting sebagai penyedia gizi masyarakat.

Umumnya cabe bernilai gizi tinggi seperti vitamin A, B dan C, protein, lemak, karbohidrat, kalori, kalsium, untuk pemenuhan kebutuhan konsumsi keluarga dan cabe sebagai bahan baku kebutuhan industri seperti makanan, bumbu masakan, obat-obatan maupun jamu (Setiadi, 2008). Selain cabe, bawang merah juga tidak kalah penting karena mengandung nutrisi, vitamin B6, kalium dan vitamin C yang diperlukan oleh tubuh (Hidayat, 2013). Bawang merah dan cabe rawit dibutuhkan masyarakat Indonesia sehingga permintaannya meningkat sekalipun harga fluktuatif. Bawang merah dan cabe mempunyai harga yang berfluktuasi disebabkan sifat produk pertanian dalam hal ini bawang merah dan cabe yang cepat rusak atau membusuk (Ariningsih dan Tentamia, 2004).

Sejalan dengan laju pertumbuhan penduduk terlihat bahwa kebutuhan dan konsumsi bawang merah dan cabai rawit dalam masyarakat setiap waktu terus meningkat. Periode 2002-2018 terlihat bahwa konsumsi cabe rawit fluktuatif. Konsumsi cabe rawit tahun 2002 sebesar 1.126 kg/kapita. Tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 1.835 kg/kapita, terjadi kenaikan sebesar 7,53%. Periode 2019-2021 diprediksi bahwa konsumsi cabe rawit akan terus mengalami peningkatan hingga mencapai 1,850 kg/kapita atau terjadi kenaikan sebesar 0,78%.

Periode 2002-2021 konsumsi rumah tangga terhadap bawang merah fluktuatif dan terus meningkat untuk tahun berikutnya. Tahun 2007 konsumsi bawang merah mencapai 3,014 kg/kapita/tahun atau 44,50%. Tahun 2014 konsumsi mencapai 2,487 kg/kapita/tahun atau sebesar 20,44%. Tahun 2012 konsumsi mencapai 2,764 kg/kapita/tahun atau 17,00%. Tahun 2013 konsumsi terendah 2,065 kg/kapita/tahun. Tahun 2017 konsumsi 2,570 kg/kapita/tahun dan mengalami penurunan 9,05%. Tahun 2018 konsumsi sebesar 2,764 kg/kapita/tahun, mengalami peningkatan 7,52%. Diprediksikan bawang merah akan meningkat pada tahun 2019-2021. Tahun 2019 konsumsi meningkat 2,796 kg/kapita/tahun atau naik 1,18%. Tahun 2020 konsumsi sebanyak 2,832 kg/kapita/tahun atau 1,28 % naik dari tahun sebelumnya. Tahun 2021 konsumsi meningkat menjadi 2,867 kg/kapita/tahun atau naik 1,25% dari tahun 2020 (Sabarella *et al.*, 2019).

Kecenderungan terjadinya peningkatan kebutuhan, tetapi permintaan terhadap bawang merah dan cabai rawit fluktuatif karena harga di pasar eceran tidak stabil. Harga fluktuatif disebabkan oleh faktor pendapatan, populasi, harga barang substitusi dan selera yang mempengaruhi permintaan. Faktor yang mempengaruhi penawaran antara lain harga faktor produksi, harga barang lain, harapan produsen, dan jumlah produsen. Keseimbangan harga terjadi pada kondisi penawaran sama dengan permintaan. Apabila harga bawang merah dan cabe rawit turun, maka jumlah permintaan banyak. Sebaliknya apabila harga naik maka

permintaan sedikit. Berbeda dengan sisi produsen, harga naik maka penawaran meningkat namun apabila harga turun maka penawaran menurun. Oleh sebab itu perlu menjaga keseimbangan harga supaya konsumen akan memperoleh jumlah pembelian sesuai harga yang berlaku. Hal ini terjadi pada produsen yakni mereka akan menjual menawarkan produk ke pasaran sesuai harga yang berlaku.

Proses pembentukan harga suatu komoditas umumnya ditentukan oleh banyak faktor, salah satunya adalah pengaruh saluran distribusi. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan biaya pada lembaga pemasaran. Faktor-faktor pembentukan harga antara lain gangguan distribusi, biaya transportasi, rantai pasokan dan margin keuntungan di setiap rantai pasok (Prastowo *et al.*, 2008).

Harga komoditi yang diterima konsumen akhir tergantung pada saluran pemasaran yang terbentuk (Prastowo *et al.*, 2011). Semakin panjang saluran pemasaran cabai dan bawang merah, maka harga akan menaik dan sebaliknya. Hal ini memungkinkan terjadinya pembentukan harga di tingkat konsumen akhir (Ruslan, 2016). Ditingkat petani, harga bawang merah terbentuk berdasarkan proses tawar-menawar (Putri, 2016). Disisi lain Wahyudi *et al.* (2018) menemukan bahwa penentuan harga cabai ditentukan oleh pengepul.

Permintaan cabe rawit dan bawang merah di Maluku sangat signifikan. Setiap hari selalu terjadi peningkatan permintaan terhadap kedua komoditi tersebut. Pemasok kedua komoditi tersebut di Kota Ambon adalah produsen di Maluku dan distributor luar Maluku. Harga kedua komoditi ini selalu berfluktuasi. Hal ini disebabkan jika ketersediaan cabe rawit dan bawang merah meningkat maka harga akan turun dan sebaliknya. Harga komoditas ditentukan oleh tengkulak atau pedagang bawang merah dari produsen ke konsumen (Soepatini *et al.*, 2017). Pembentuk harga yang paling dominan untuk bawang merah adalah biaya transportasi (Soepatini *et al.*, 2017). Untuk komoditi cabai rawit, permintaannya dipengaruhi oleh harga (Palar *et al.*, 2016). Tujuan penelitian untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan harga komoditas bawang merah dan cabai rawit.

## METODE PENELITIAN

Penelitian berlokasi di Kota Ambon. Sampel penelitian ditentukan secara *simple random sampling* terhadap pedagang pengecer. Terdapat 60 responden, masing-masing terdiri dari 30 pedagang pengecer komoditi bawang merah dan 30 pedagang pengecer komoditi cabe rawit. Data penelitian dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif untuk menggambarkan karakteristik responden dan rantai pasar. Sedangkan analisis kuantitatif untuk menganalisis faktor-faktor pembentuk harga menggunakan regresi linear berganda.

$$P_e = X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + D + \varepsilon \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:  $P_e$  = harga bawang merah dan cabe rawit di tingkat eceran;  $X_1$  = biaya transportasi;  $X_2$  = retribusi;  $X_3$

= kemasan;  $X_4$  = Selisih Pasokan dan permintaan cabe rawit dan bawang merah;  $X_5$  = produksi;  $X_6$  = barang substitusi; dan  $D$  = Dummy Gangguan Distribusi atau cuaca buruk;  $e$  = error term.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Berdasarkan kategori umur, responden termasuk umur produktif yaitu 15-64 tahun sebesar 100%. Tingkatan pendidikan responden didominasi pada jenjang SMA sebesar 70%. Jumlah anggota keluarga (JAK) responden tergolong keluarga kecil yakni 1-4 orang sebesar 68,33%. Pengalaman usaha dagang termasuk dalam kategori < 5 tahun sebesar 48,33%. Tabel 1 menunjukkan profil responden berdasarkan tingkat pendidikan, umur, JAK dan pengalaman usaha.

Karakteristik menunjukkan kemampuan, pengetahuan, kualitas, kuantitas dan kekuatan untuk melakukan usahanya. Dorongan dan pikiran yang sehat serta kondisi fisik yang baik sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Karakteristik responden lainnya yakni berkaitan dengan usaha, meliputi sistem penentuan harga jual dan pihak yang paling dominan dalam penentuan harga jual. Penentuan harga jual untuk kedua komoditi (cabe rawit dan bawang merah) didasarkan pada harga pasar yang berlaku dan disesuaikan dengan harga penjual/pemasok. Pedagang pengecer rata-rata berusia produktif. Hal ini dikarenakan setiap hari mereka menjalankan aktivitas di pasar yang sangat membutuhkan tenaga ekstra untuk berdagang. Terlihat bahwa pedagang berumur produktif sangat energik untuk menawarkan produk yang dijual ke konsumen. Mereka harus mampu menarik pelanggan sebanyak-banyaknya

untuk membeli barang dagangannya. Oleh sebab itu usia sangat menentukan maju mundurnya usaha dagang yang dilakoni.

Tingkat pendidikan pedagang bawang merah dan cabe rawit adalah SMA. Pendidikan menjadikan pribadi seseorang semakin baik untuk berproses. Pendidikan tidak menjadi jaminan untuk seseorang berdagang. Karena tingkatan pendidikan apapun dibarengi dengan pengalaman maka usaha akan berjalan baik. Pengalaman usaha dagang lebih banyak < 5 tahun dan 5-10 tahun. Pengalaman dagang sangat baik karena pedagang sudah banyak mengetahui hiruk pikuknya usaha berdagang. Setiap hari mereka bertemu dengan sesama pedagang dan konsumen di pasar dengan beraneka ragam perilaku. Pengalaman ini diperoleh turun temurun dari keluarga yang sehari-hari bekerja sebagai pedagang di pasar. Mereka terus berusaha untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang dipasarkan dan tetap menjaga pelanggan/konsumen akhir supaya tercipta kepercayaan dan kerjasama yang baik.

### Mekanisme Pembentukan Harga

Harga barang merupakan nilai tukar barang yang dinyatakan dalam bentuk uang (Hanafiah dan Saefuddin 2006). Harga merupakan hal yang menarik bagi penjual dan pembeli. Pada saat terjadi transaksi barang maka harga terbentuk, selisih antara harga dan biaya menentukan keuntungan yang diterima pedagang. Harga yang diterima konsumen sebagai sebuah konsekuensi terhadap jumlah barang yang dibeli, mutu dan jenis. Besaran uang yang dibayarkan konsumen untuk pengadaan suatu barang menjadi pertimbangan terhadap jasa yang diterima.

Tabel 1. Karakteristik responden

Karakteristik Responden	Kategori	Pedagang Pengecer	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Umur	15-64 Tahun (Produktif)	60	100,00
	Total	60	100,00
Tingkat Pendidikan	Tidak Tamat SD	4	6,67
	SD	4	6,67
	SMP	10	16,67
	SMA	42	70,00
	Total	60	100,00
Jumlah Anggota Keluarga	1-4 Orang (Kecil)	41	68,33
	5-7 Orang (Sedang)	17	28,33
	> 7 Orang (Besar)	2	3,33
	Total	60	100,00
Pengalaman Usaha	< 5 Tahun (Kurang)	29	48,33
	5-10 Tahun (Cukup)	25	41,67
	>10 Tahun (Pengalaman)	6	10,00
	Total	60	100,00

Sumber: Data Analisis (Salampessy *et al.*, 2019).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan harga jual oleh petani cabai rawit dan bawang merah merupakan hasil negosiasi antara pedagang dan petani di Kota Ambon. Proses penentuan harga jual oleh petani cabai rawit dan bawang merah didasarkan pada harga yang berlaku di pasar. Harga jual ditentukan awalnya oleh petani cabai rawit dan bawang merah, selanjutnya proses negosiasi berlangsung dengan pedagang pengumpul dan distributor yang membeli cabai rawit dan bawang merah.

Proses negosiasi, pedagang pengumpul dan distributor sebagai dasar untuk menentukan kesediaan dalam melakukan pembelian. Meskipun dalam proses negosiasi ada kesepakatan harga, namun pedagang yang membeli cabai rawit dan bawang merah lebih mendominasi dalam penentuan harga. Dengan kata lain petani cabai rawit dan bawang merah masih bertindak sebagai *price taker*, sementara pedagang pengumpul dan distributor yang membeli dari petani bertindak sebagai *price maker*.

**Pemasaran Komoditi Cabai Rawit dan Bawang Merah**

Penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima Rantai pasar terhadap dua komoditi yang diperdagangkan di Kota Ambon yang ditampilkan pada Gambar 1. Rantai pasar ke-4 dan ke-5 merupakan distribusi dari luar Maluku. Proses ini terjadi supaya stok kedua komoditi tetap tersedia untuk memenuhi permintaan konsumen. Jika sewaktu-waktu jumlah stok

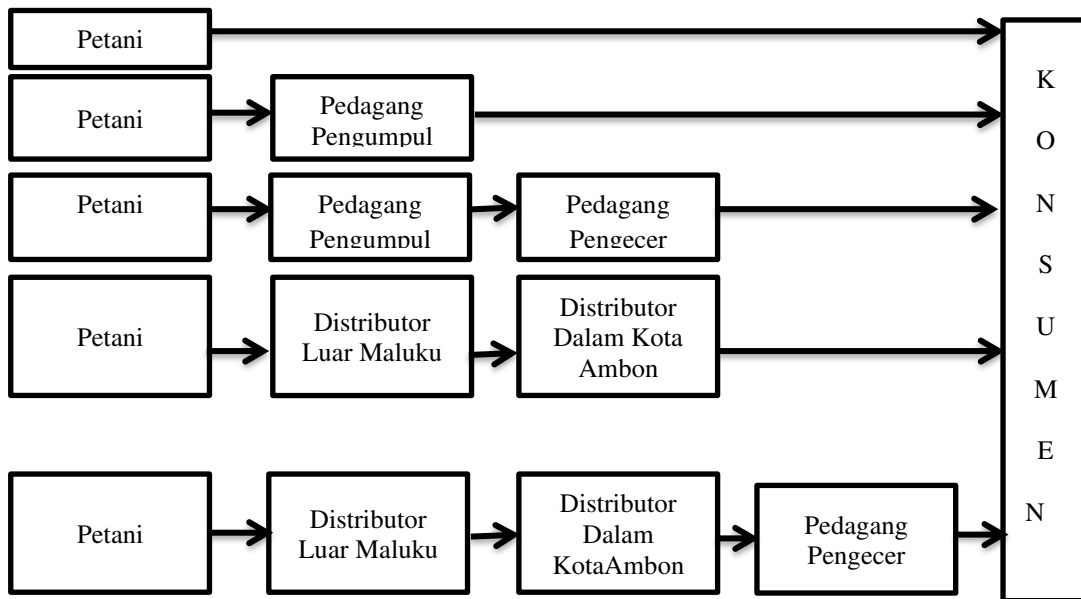
dalam Maluku tidak mencukupi maka stok dari luar yang akan menutupi kekurangan tersebut. Selain itu, harga jual kedua komoditi menjadi pertimbangan karena harga jual dari luar lebih murah dibandingkan harga lokal.

Persediaan bawang merah dan cabe rawit dari luar Maluku biasanya untuk menyokong permintaan konsumen yang meningkat pada hari besar keagamaan dan acara-acara lainnya seperti hari raya idul fitri, natalan, tahun baru, acara sidi, acara wisuda dan lainnya. Pasokan dari petani lokal belum mencukupi permintaan konsumen. Terkadang harga kedua komoditi akan tinggi pada saat terjadi kekurangan stok. Oleh sebab itu untuk menjaga supaya harga tetap stabil maka diperlu pasokan dari luar daerah. yaitu Surabaya, Makasar, dan Manado.

**Margin Pemasaran**

Perbedaan harga yang dibayar pembeli terakhir dan harga yang dibayar kepada penjual pertama dikenal sebagai margin pemasaran (Hanafiah dan Saefuddin, 2006). Berdasarkan hasil penelitian, pada rantai pasar I (petani – konsumen), laba petani cabai sebesar Rp 47.586/kg, sementara keuntungan yang diperoleh petani bawang merah yakni Rp 28.553/kg. Jenis biaya yang dikeluarkan responden adalah biaya pembelian kemasan karung.

Margin pemasaran sebesar Rp 0,- hal ini dikarenakan tidak ada selisih harga untuk penyaluran kedua komoditi dari produsen ke konsumen. Di sisi lain, keuntungan cukup tinggi diperoleh pada rantai pasar I karena rendahnya biaya pemasaran.



Sumber: Salampeyy *et al.* (2019)

Gambar 1. Rantai pasar cabai rawit dan bawang merah di Kota Ambon

Tabel 2. Margin pemasaran cabai rawit dan bawang merah pada rantai pasar I

No	Cabai Rawit			Bawang Merah		
	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)
1	Petani (harga jual)	47.666	100	Petani	28.633	100
2	Konsumen	47.666	100	Konsumen	28.633	100
	a. Biaya kemasan Karung	80,00		a. Biaya kemasan Karung	80,00	
	b. Total Biaya	80,00		b. Total Biaya	80,00	
	c. Keuntungan	47.586	99,83	c. Keuntungan	28.553	99,72

Sumber: Data primer 2019, diolah.

Tabel 3. Margin pemasaran pada rantai pasar II

No	Cabai Rawit			Bawang Merah		
	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)
1	Petani	47.666	97,78	Petani	28,633	96,65
2	Pedagang Pengumpul		87,18	Pedagang Pengumpul		85,65
	a. Harga Beli	42.500		a. harga beli	25,375	
	b. Biaya Transportasi	405.83		b. biaya transportasi	194,92	
	c. Biaya Retribusi	477.01		c. biaya retribusi	233,90	
	d. Biaya Kemasan	178.87		d. biaya kemasan	137,54	
	e. Total Biaya	1.061.71		e. Total Biaya	566,36	
	f. Keuntungan	47.688	97,82	f. keuntungan	29.059	98,09
	g. Harga Jual	48.750		g. harga jual	29.625	
	Margin pemasaran	6.250		Margin Pemasaran	4.250	

Sumber: Data primer 2019, diolah.

Tabel 4. Margin pemasaran pada rantai pasar III

No	Cabai Rawit			Bawang Merah		
	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)
1	Petani	47.666	79,44	Petani	28.633	81,64
2	Pedagang Pengumpul		81,25	Pedagang Pengumpul		84,46
	a. Harga Beli	42.500		a. harga beli	25.375	
	b. Biaya Transportasi	405,83		b. biaya transportasi	194,92	
	c. Biaya Retribusi	477,01		c. biaya retribusi	233,90	
	d. Biaya Kemasan	178,87		d. biaya kemasan	137,54	
	e. Harga Jual	48.750		e. harga jual	29.625	
	f. Total Biaya	1.061,71		Total Biaya	566,36	
	g. Keuntungan	47.688,29	97,82	g. keuntungan	29.058,64	98,09
	margin pemasaran	6.250		margin pemasaran	4.250	
3	Pedagang Pengencer		100	Pedagang Pengencer		100
	a. harga beli	46.703		a. harga beli	26.037	
	b. biaya transportasi	3.268,96		b. biaya transportasi	2.016,11	
	c. biaya retribusi	1.304,52		c. biaya retribusi	708,14	
	d. biaya kemasan	654,11		d. biaya kemasan	393,69	
	e. harga jual (ke konsumen)	60.000		e. harga jual	35.074,00	
	f. Total Biaya	5.227,59		f. Total Biaya	3.117,94	
	g. keuntungan	54.772,41		g. keuntungan	31.956,06	
	margin pemasaran	13.297		margin pemasaran	9.037	

Sumber: Data primer 2019, diolah.

Rantai pasar II (petani-pedagang pengumpul) memperlihatkan bahwa margin pemasaran kedua komoditi masing-masing Rp 6.250,-/kg dan Rp 4.250,-/kg. Persentasi keuntungan pedagang pengumpul untuk penjualan kedua komoditi adalah 97,82 persen dan 98,09 persen. Keuntungan pemasaran untuk kedua komoditi lebih rendah disebabkan besarnya biaya yang dikeluarkan pedagang. Di sisi lain, *share* yang diperoleh petani lebih tinggi dibandingkan *share* yang diperoleh pedagang pengumpul. Hal ini dikarenakan harga jual kedua komoditi ke pedagang pengumpul lebih rendah dibandingkan harga jual petani ke konsumen.

Rantai pasar III menunjukkan bahwa pedagang pengecer mempunyai keuntungan lebih besar dibandingkan pedagang pengumpul, dikarenakan biaya pemasaran yang dikeluarkan pengecer lebih rendah. Selain itu, harga jual di tingkat pengecer lebih tinggi dibandingkan harga jual pedagang pengumpul. Margin yang diperoleh pedagang pengumpul untuk kedua komoditi pada Rantai pasar III sebesar Rp. 6.250,-/kg dan Rp. 4.250,-/kg. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer untuk kedua komoditi masing-masing sebesar Rp. 13.297,- dan Rp. 93.027,-.

Rantai pasar IV memperlihatkan bahwa margin pemasaran cabai rawit yang diperoleh distributor luar Maluku untuk kedua komoditi lebih rendah dibandingkan margin pemasaran yang diperoleh distributor di Kota Ambon. Selain itu, margin keuntungan yang diperoleh distributor luar Maluku untuk kedua komoditi lebih rendah dari margin keuntungan

yang diperoleh distributor di Kota Ambon. Hal ini dikarenakan harga rendah, biaya yang dikeluarkan distributor di luar Maluku lebih besar dari distributor yang berada di Kota Ambon.

Tabel 5 menunjukkan bahwa ada perbedaan margin pemasaran maupun keuntungan yang diperoleh dari setiap pelaku pasar pada rantai pasar V. Margin keuntungan terbesar dari ketiga lembaga pemasaran diperoleh pedagang pengecer untuk kedua komoditi.

Tabel 6 menunjukkan bahwa keuntungan terbesar diperoleh dari ketiga lembaga pemasaran yakni distributor di luar Maluku. Untuk bawang merah, margin pemasaran yang diperoleh distributor di Kota Ambon lebih kecil dari margin pemasaran distributor di Luar Maluku. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan harga beli serta harga jual diantara kedua lembaga pemasaran.

**Farmer Share**

Bagian atau persentase yang diperoleh petani melalui kesepakatan harga jual dan harga beli dengan pedagang maupun konsumen dikenal dengan *Farmer share*. Oleh karena itu, perbedaan *share* yang diterima petani merupakan bagian dari adanya perbedaan harga jual ditingkat pedagang maupun distributor ke konsumen. Berdasarkan analisis margin di atas, *share* yang diperoleh petani cabai tertinggi yakni pada rantai pasar I (petani – konsumen). Sementara *share* terkecil yang diperoleh yakni pada rantai pasar IV. Berikut *share* yang diperoleh petani dari kelima rantai pasar cabai dan bawang merah ditampilkan pada Tabel 7 dan 8.

Tabel 5. Margin pemasaran pada rantai pasari IV

No	Cabai Rawit			Bawang Merah		
	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)
1	Petani		87.61			72.00
2	Harga Jual	35.000		Harga Jual	18.000	
	Distributor Luar Maluku			Distributor Luar Maluku		
	Harga Beli	35.000		Harga Beli	18.000	
	a. biaya transportasi	2.500		a. biaya transportasi	2.500	
	b. biaya kemasan	1.000		b. biaya kemasan	1.000	
	c. harga jual	41.875		c. harga jual	23.285	
	d. total biaya	3.500		d. total biaya	3.500	
f. keuntungan	31.500	75.22	f. keuntungan	19.785	84.97	
margin pemasaran	6.875		margin pemasaran	5.285		
3	Distributor Kota Ambon		100	Distributor Kota Ambon		100
a. harga beli	41.875		a. harga beli	23.285		
b. biaya transportasi	165,39		b. biaya transportasi	158,85		
c. biaya retribusi	88,26		c. biaya retribusi	79,69		
d. biaya kemasan	76,41		d. biaya kemasan	75,52		
e. harga jual	48.125		e. harga jual	25.000		
f. Total Biaya	330,06		f. Total Biaya	314,06		
f. keuntungan	47.794,94	99.31	f. keuntungan	24.685,94	98.74	
margin pemasaran	6.250		margin pemasaran	1.715		

Sumber: Data primer 2019, diolah.

Tabel 6. Margin pemasaran pada rantai pasar V

No	Cabai Rawit			Bawang Merah		
	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)
1	Petani		71,79			60,76
	Harga Jual	35.000		Harga Jual	18.000	
2	Distributor Luar Maluku			Distributor Luar Maluku		
	Harga Beli	35.000		Harga Beli	18.000	
	a. biaya transportasi	2.500		a. biaya transportasi	2.500	
	b. biaya kemasan	1.000		b. biaya kemasan	1.000	
	c. harga jual	41.875		c. harga jual	23.285	
	d. total biaya	3.500		d. total biaya	3.500.00	
	f. keuntungan	31.500	75,22	f. keuntungan	19.785	84,97
	margin pemasaran	6.875		margin pemasaran	5.285	
3	Distributor Kota Ambon		98,72	Distributor Kota Ambon		93,14
	a. harga beli	41.875		a. harga beli	23.285	
	b. biaya transportasi	165,39		b. biaya transportasi	158,85	
	c. biaya retribusi	88,26		c. biaya retribusi	79,69	
	d. biaya kemasan	76,41		d. biaya kemasan	75,52	
	e. harga jual	48.125		e. harga jual	25.000	
	f. Total Biaya	330,06		f. Total Biaya	314,06	
	f. keuntungan	47.794,94	99,31	f. keuntungan	24.685,94	98,74
	margin pemasaran	6.250		margin pemasaran	1.715	
4	Pedagang Pengecer		100	Pedagang Pengecer		100
	a. harga beli	42.500		a. harga beli	25.375	
	b. biaya transportasi	1.375		b. biaya transportasi	379,77	
	c. biaya retribusi	693,75		c. biaya retribusi	165,45	
	d. biaya kemasan	270,83		d. biaya kemasan	102,52	
	e. harga jual	48.750		e. harga jual	29.625	
	f. Total Biaya	2.339,58		f. Total Biaya	647,74	
	f. keuntungan	46.410,42	95,20	f. keuntungan	28.977,26	97,81
	Margin Pemasaran	6.250		Margin Pemasaran	4.250	

Sumber: Data primer 2019, diolah.

Tabel 7. *Share* yang diperoleh petani cabai rawit pada ke-V rantai pasar

Rantai pasar	Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)	Harga Ditingkat Konsumen	Share (%)
I	47.666	47.666	100
II	42.500	48.750	87,18
III	46.703	60.000	77,84
IV	35.000	47.795	73,23
V	35.000	46.410	75,41

Sumber: Data primer 2019, diolah.

Tabel 8. *Share* yang diperoleh petani bawang merah pada ke-V rantai pasar

Rantai pasar	Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)	Harga Ditingkat Konsumen	Share (%)
I	28.633	28.633	100
II	25.375	29.625	85,65
III	26.037	35.074	74,23
IV	18.000	29.625	60,76
V	18.000	25.000	72,00

Sumber: Data primer 2019, diolah.

Tabel 9. Hasil uji secara simultan faktor yang mempengaruhi harga cabai rawit dan bawang merah di tingkat eceran di Kota Ambon.

Komoditi	Nilai Sig	F <sub>Hitung</sub>	F <sub>Tabel</sub>	Keterangan
Cabai Rawit	0,001	9,563	2,40	F <sub>Hitung</sub> > F <sub>Tabel</sub>
Bawang Merah	0,001	7,838	2,40	F <sub>Hitung</sub> > F <sub>Tabel</sub>

Sumber: Data Primer 2019, diolah.

Tabel 7 menunjukkan bahwa harga tertinggi cabai rawit ditingkat petani yakni pada rantai pasar I dan III. Terlihat bahwa semakin banyak pelaku pasar yang terlibat dalam distribusi cabai rawit, maka semakin kecil *share* yang diperoleh petani. *Share* terendah yang diperoleh petani pada rantai pasar IV dan rantai pasar V. Hal ini disebabkan perbedaan harga beli dan harga jual.

Tabel 8 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persentase yang diterima petani dari setiap rantai pasar. *Share* tertinggi yang diperoleh petani bawang merah yakni pada rantai pasar I (petani – konsumen) dan rantai pasar II. *Share* terendah pada rantai pasar IV dan V.

Berdasarkan analisis pemasaran terlihat perbedaan harga ditingkat konsumen oleh pelaku pasar (pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan distributor). Adanya kenaikan harga yang cukup signifikan di tingkat konsumen, namun tidak diikuti oleh harga di tingkat produsen di Kota Ambon.

Pola distribusi terhadap kedua komoditi yang panjang mendorong terjadinya perbedaan harga pada pelaku distribusi. Perbedaan harga jual disebabkan oleh perbedaan biaya pada tiap pelaku distribusi. Perbedaan biaya yang dikeluarkan distributor akan mendorong pembentukan harga jual kedua komoditi yang berbeda, dalam hal ini harga akan meningkat pada setiap rantai distribusi. Peningkatan harga jual pada setiap lembaga distributor akan mendorong pembentukan harga cabai rawit dan bawang merah yang semakin tinggi di tingkat konsumen akhir. Harga jual yang semakin tinggi di pasar secara langsung memengaruhi daya beli konsumen (masyarakat pada umumnya).

### Analisis Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Harga Cabai Rawit dan Harga Bawang Merah

#### Analisis Pembentukan Harga Cabe Rawit Uji Koefisien Determinasi

Hasil analisis faktor biaya transportasi ( $X_1$ ), retribusi ( $X_2$ ), kemasan ( $X_3$ ), daya beli konsumen ( $X_4$ ), selisih pasokan dan permintaan ( $X_5$ ), produksi ( $X_6$ ), barang substitusi ( $X_7$ ) dan variabel *dummy* gangguan distribusi atau cuaca buruk ( $D_1$ ) diperoleh nilai koefisien  $R^2$  78,4 untuk cabai rawit dan 74,1 untuk bawang merah. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 78,4 persen dan 74,1 persen pembentukan harga cabai rawit dan bawang merah di tingkat eceran dapat dijelaskan oleh biaya transportasi ( $X_1$ ), retribusi ( $X_2$ ), kemasan ( $X_3$ ), daya beli konsumen ( $X_4$ ), selisih pasokan dan permintaan ( $X_5$ ), produksi ( $X_6$ ), barang substitusi ( $X_7$ ) dan variabel *dummy*

gangguan distribusi atau cuaca buruk ( $D_1$ ), sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak ada dalam model.

#### Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F secara simultan pada tingkat kepercayaan 95 persen (0,05) memperlihatkan nilai  $F_{hitung}$  kedua variabel dependen lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$ . Artinya semua variabel yang diteliti yaitu biaya transportasi ( $X_1$ ), retribusi ( $X_2$ ), kemasan ( $X_3$ ), daya beli konsumen ( $X_4$ ), selisih pasokan dan permintaan ( $X_5$ ), produksi ( $X_6$ ), barang substitusi ( $X_7$ ) dan variabel *dummy* gangguan distribusi atau cuaca buruk ( $D_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap pembentukan harga kedua komoditi. Tabel 9 menampilkan hasil analisis faktor yang mempengaruhi harga cabai rawit dan bawang merah di tingkat eceran.

#### Uji Parsial (Uji T)

##### Transportasi ( $X_1$ )

Nilai peluang transportasi  $0,002 < 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.106 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yakni 2,05, menunjukkan bahwa transportasi berpengaruh terhadap pembentukan harga cabai ditingkat eceran. Koefisien regresi transportasi sebesar 0,213 artinya jika transportasi naik satu rupiah maka harga cabe rawit akan mengalami kenaikan sebesar 0,213 rupiah. Tingginya transportasi menjadi penyebab harga komoditi cabai rawit meningkat. Hal ini terjadi apabila pedagang harus membeli produk cabai rawit dari luar daerah kemudian di pasarkan di Kota Ambon.

##### Retribusi ( $X_2$ )

Nilai peluang retribusi  $0,512 > 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,916 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Artinya retribusi tidak berpengaruh terhadap pembentukan harga cabai rawit ditingkat eceran. Koefisien regresi sebesar 0,034, artinya apabila terjadi kenaikan retribusi sebesar Rp. 1.00-, maka harga cabai rawit ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,034 per kg. Hal ini dikarenakan selama ini retribusi pasar tidak menjadi beban bagi pedagang dikarenakan biaya retribusi pasar sebesar Rp 2.000-5.000 per hari. Pedagang diwajibkan membayar retribusi pasar setiap hari kepada pengelola pasar. Retribusi digunakan sebagai biaya operasional pengelola pasar untuk menjaga kebersihan, keamanan dan penataan pasar.

##### Kemasan ( $X_3$ )

Nilai peluang kemasan  $0,004 < 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.306 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yakni 2,05. Hal



ini menunjukkan bahwa kemsasan berpengaruh terhadap pembentukan harga cabai rawit ditingkat eceran. Nilai koefisien sebesar 0,116, artinya jika terjadi kenaikan biaya kemasan sebesar Rp. 1,00-, maka harga cabai ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,116 per kg. Kemasan yang digunakan adalah karung plastik dan kantong plastik. Kedua kemasan ini digunakan pedagang sebagai wadah untuk menyimpan dan mengemas produk yang dibeli pembeli. Apabila terjadi kenaikan harga kemasan sekalipun sedikit maka akan merangsang kenaikan harga jual cabe rawit.

#### Daya Beli Konsumen ( $X_4$ )

Nilai peluang daya beli konsumen  $0,204 > 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  1.009 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Hal ini menunjukkan bahwa daya beli konsumen tidak berpengaruh terhadap pembentukan harga cabai rawit ditingkat eceran. Koefisien regresi sebesar 0,019, berarti jika terjadi kenaikan daya beli konsumen sebesar Rp. 1,00-, maka harga cabai ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,019. per kg. Daya beli konsumen tidak berpengaruh terhadap pembentukan harga eceran cabe rawit, dikarenakan daya beli konsumen bervariasi tergantung besaran nilai yang dibayarkan dan pendapatan konsumen. Jika tingkatan pendapatan konsumen bertambah memungkinkan mereka akan membeli cabe rawit sekalipun harganya mahal, sebaliknya jika pendapatan rendah maka konsumen tidak akan membelanjakan uangnya untuk cabe rawit dalam jumlah besar.

#### Selisih Pasokan dan Permintaan Cabai Rawit ( $X_5$ )

Nilai peluang selisih pasokan dan permintaan cabae rawit  $0,031 < 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  2,219 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Artinya selisih pasokan dan permintaan cabai rawit berpengaruh terhadap pembentukan harga cabai rawit ditingkat eceran. Nilai koefisien sebesar 0,471, apabila terjadi kenaikan gap (selisih pasokan dan permintaan) cabai rawit sebesar Rp. 1,00-, maka harga cabai rawit ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,471 per kg. Produksi yang rendah menjadi penyebab kenaikan harga cabai rawit di Kota Ambon terutama pada saat-saat tertentu (hari raya dan sebagainya), yang disebabkan adanya gap pasokan dan permintaan. Oleh karena itu, produksi yang rendah mempunyai dampak yang besar terhadap kenaikan harga cabai rawit di Kota Ambon.

#### Produksi ( $X_6$ )

Nilai peluang produksi  $0,251 > 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  0,967 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Produksi cabai rawit tidak berpengaruh terhadap pembentukan harga cabai ditingkat eceran. Koefisien regresi 0,058, apabila terjadi kenaikan produksi cabai sebesar Rp. 1,00-, maka harga cabai ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,058 per kg. Produksi tidak berpengaruh terhadap harga eceran cabe rawit di pasaran. Penawaran produk akan dilakukan pedagang berdasarkan jumlah produksi yang tersedia. Jika harga produk naik maka jumlah ditawarkan meningkat sebaliknya jika harga produk turun maka

jumlah ditawarkan menurun. Produksi cabe rawit tidak berpengaruh terhadap harga eceran dikarenakan pasokan cabe rawit tidak hanya di dalam Kota Ambon tetapi juga dari luar Kota Ambon. Oleh sebab itu jika produksi tersedia melimpah berarti harga akan mengalami penurunan dan sebaliknya jika produksi sedikit maka harga akan mengalami peningkatan.

#### Barang Substitusi ( $X_7$ )

Nilai peluang  $0,105 > 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  0,147 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Artinya barang substitusi tidak berpengaruh terhadap pembentukan harga cabai ditingkat eceran. Koefisien regresi 0,029, apabila terjadi kenaikan barang substitusi sebesar Rp. 1,00-, maka harga cabai ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,029 per kg. Hasil analisis terlihat bahwa barang substitusi tidak berpengaruh terhadap harga eceran cabe rawit. Hal ini berarti berapapun harga cabe rawit, konsumen tetap membelinya karena merupakan bahan kebutuhan pokok yang dipakai untuk konsumsi setiap hari. Konsumen setiap hari melakukan permintaan terhadap cabe rawit dan tidak melakukan permintaan terhadap barang substitusi.

#### Dummy Gangguan Distribusi atau Cuaca Buruk ( $D_1$ )

Nilai peluang  $0,308 > 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  0,098 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Hal ini menunjukkan bahwa dummy gangguan distribusi atau cuaca buruk tidak berpengaruh terhadap pembentukan harga cabai rawit ditingkat eceran. Apabila terjadi gangguan distribusi atau cuaca, maka harga cabai rawit ditingkat eceran meningkat. Maluku secara umum sebagai wilayah kepulauan, pengaruh cuaca buruk tidak hanya berdampak pada kenaikan harga cabai rawit di Kota Ambon, akan tetapi akan berdampak pada kenaikan harga secara umum di semua wilayah di Maluku. Hal ini dikarenakan distribusi cabai rawit yang tidak merata akibat cuaca buruk (terutama musim pancaroba). Harga yang rendah disebabkan terjadinya *over product* di Kota Ambon dan wilayah sekitar yang menjadi produsen sebagai akibat cuaca buruk sehingga tidak dapat mendistribusikan cabai rawit ke wilayah lain di Maluku. Hal ini juga dapat merugikan petani dan pedagang di Kota Ambon.

#### Analisis Pembentukan Harga Bawang Merah

##### Uji Parsial (Uji T)

##### Transportasi ( $X_1$ )

Nilai peluang  $0,012 < 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  2,607 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Transportasi berpengaruh terhadap pembentukan harga bawang merah ditingkat eceran. Koefisien regresi transportasi sebesar 0,336 artinya apabila transportasi naik satu rupiah maka harga bawang merah akan mengalami kenaikan sebesar 0,336 rupiah. Transportasi berpengaruh terhadap pembentukan harga bawang merah dikarenakan apabila tranportasi mengalami kenaikan maka harga eceran akan mengalami kenaikan. Oleh sebab itu transportasi menjadi penting dalam pendistribusian barang dari petani ke produsen, kemudian produsen ke konsumen. Distribusi bawang

merah dari luar Ambon membutuhkan transportasi, sehingga berpengaruh terhadap pembentukan harga eceran di tingkat eceran.

#### **Retribusi ( $X_2$ )**

Nilai peluang  $0,176 > 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  1,035 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Retribusi tidak berpengaruh terhadap pembentukan harga cabai ditingkat eceran. Koefisien regresi sebesar 0,145, apabila terjadi kenaikan retribusi sebesar Rp. 1,00-, maka harga bawang merah ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,145 per kg. Retribusi pasar dibayarkan pedagang kepada pengelola pasar. Retribusi berbeda-beda menurut tempat/lokasi penjualan. Retribusi pasar berkisar Rp 2.000-5.000 per hari. Retribusi pasar tidak berpengaruh karena berapapun biayanya, pedagang harus membayar retribusi sebagai biaya untuk menduduki tempat berdagang di pasar. Apabila terjadi kenaikan retribusi maka pedagang akan menaikkan harga eceran bawang merah sekalipun nilainya lebih rendah. Hal ini dilakukan karena pedagang terkadang tidak mau mengalami kerugian sekalipun kecil.

#### **Kemasan ( $X_3$ )**

Nilai peluang  $0,572 > 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  0,794 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Biaya kemasan tidak berpengaruh terhadap pembentukan harga bawang merah ditingkat eceran. Koefisien 0,211, apabila terjadi kenaikan biaya kemasan sebesar Rp. 1,00-, maka harga bawang merah ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,211 per kg. Kenaikan harga kemasan sekalipun kecil tetap merangsang kenaikan harga komoditi. Kemasan tidak berpengaruh karena pedagang membeli kemasan dalam jumlah besar sebagai persediaan selama proses transaksi jual beli. Namun apabila biaya kemasan meningkat, maka harga eceran akan mengalami peningkatan.

#### **Daya Beli Konsumen ( $X_4$ )**

Nilai peluang  $0,312 > 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  1,126 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Daya beli konsumen tidak berpengaruh terhadap pembentukan harga bawang merah ditingkat eceran. Koefisien 0,124, apabila terjadi kenaikan daya beli konsumen sebesar Rp. 1,00-, maka harga bawang merah ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,124 per kg. Daya beli konsumen terhadap komoditi bawang merah tergantung pendapatan. Daya beli konsumen berbeda-beda berdasarkan tingkatan pendapatan konsumen. Jika pendapatan konsumen naik, maka jumlah bawang merah yang dibeli naik dan sebaliknya. Daya beli tidak berpengaruh dikarenakan berapapun harga eceran bawang merah, konsumen tetap membeli produk tersebut.

#### **Selisih Pasokan dan Permintaan Bawang Merah ( $X_5$ )**

Nilai peluang  $0,002 < 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  2,724 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Selisih pasokan dan permintaan bawang merah berpengaruh terhadap pembentukan harga bawang merah ditingkat eceran. Koefisien regresi 0,476, apabila terjadi kenaikan gap (selisih pasokan dan

permintaan) bawang merah sebesar Rp. 1,00-, maka harga bawang merah ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,476 per kg. Selisih pasokan dan permintaan bawang merah menunjukkan bahwa berapa besar pasokan bawang merah dalam Kota Ambon dan luar Ambon dengan permintaan konsumen. Terlihat bahwa pasokan dari dalam maupun luar Ambon tidak mencukupi permintaan konsumen, apalagi terjadi pada hari-hari besar keagamaan dan hari besar lainnya. Hal inilah yang menyebabkan terjadinya kenaikan harga pada tingkat pedagang eceran.

#### **Produksi ( $X_6$ )**

Nilai peluang  $0,046 < 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  2,418 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Produksi bawang merah berpengaruh terhadap pembentukan harga bawang merah ditingkat eceran. Koefisien regresi 0,134, apabila terjadi kenaikan produksi bawang merah sebesar Rp. 1,00-, maka harga bawang merah ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,134 per kg. Produksi berpengaruh terhadap pembentukan harga eceran, hal ini terlihat bahwa ketika produksi meningkat diikuti oleh kenaikan harga bawang merah, maka pedagang akan memperoleh untung besar. Apabila produksi meningkat tetapi harga bawang mengalami penurunan maka pedagang tidak untung atau pulang pokok. Produksi bawang merah dalam Kota Ambon tidak mencukupi, oleh sebab itu sangat membutuhkan pasokan dari luar daerah untuk menjawab permintaan konsumen yang meningkat.

#### **Barang Substitusi ( $X_7$ )**

Nilai peluang  $0,032 < 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  2,431 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Barang substitusi berpengaruh terhadap pembentukan harga bawang merah ditingkat eceran. Koefisien regresi 0,021, apabila terjadi kenaikan barang substitusi sebesar Rp. 1,00-, maka harga bawang merah ditingkat eceran akan meningkat sebesar Rp. 0,02 per kg. Barang substitusi berpengaruh signifikan terhadap harga eceran bawang merah. Jika harga bawang merah naik, konsumen akan beralih ke barang substitusi seperti bawang putih dan bawang bombai. Jika terjadi inflasi pada komoditi bawang merah, konsumen akan beralih untuk mengkonsumsi bawang putih dan bawang bombai sebagai bumbu penyedap masakan.

#### **Dummy Gangguan Distribusi atau Cuaca Buruk ( $D_1$ )**

Nilai peluang  $0,149 > 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  1,108 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  2,05. Dummy gangguan distribusi atau cuaca buruk tidak berpengaruh terhadap pembentukan harga bawang merah ditingkat eceran. Jika terjadi gangguan distribusi atau cuaca maka harga bawang merah ditingkat eceran akan meningkat. Dummy gangguan distribusi atau cuaca buruk tidak berpengaruh terhadap pembentukan harga eceran dikarenakan sekalipun cuaca buruk, pasokan bawang merah tetap tersedia untuk menjawab permintaan konsumen sekalipun jumlah sedikit. Saat ini terlihat bahwa Ketika harga bawang merah naik, konsumen tetap membelinya

karena kebutuhan bumbu masak menjadi prioritas dalam konsumsi rumah tangga.

### KESIMPULAN

1. Petani cabai rawit dan bawang merah bertindak sebagai *price taker*, sedangkan pedagang pengumpul dan distributor yang membeli dari petani bertindak sebagai *price maker*.
2. Distributor dari luar Maluku terlibat dalam rantai pasar komoditi cabai rawit dan bawang merah, untuk menjaga persediaan guna memenuhi permintaan konsumen.
3. Analisis regresi menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan harga cabai rawit di tingkat eceran adalah transportasi (X1), kemasan (X3) dan selisih pasokan dan permintaan (X5), sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan harga bawang merah di tingkat eceran adalah transportasi (X1), selisih pasokan dan permintaan (X5), Produksi (X6), dan barang substitusi (X7).

### DAFTAR PUSTAKA

- Ariningsih, E., dan M.K. Tentamia. 2004. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran dan Permintaan Bawang Merah di Indonesia. ICASERD. Working Paper No. 34.
- BPS. 2019. Berita Resmi Statistik: Perkembangan Harga Indeks Konsumen/Inflasi. BPS
- Hanafiah, A.M. dan A.M. Saefuddin. 2006. Tata Niaga Hasil Perikanan. UI-Press. Jakarta
- Hidayat, F. 2013. Mengenal Gizi dan Nutrisi Bawang Merah. <https://www.beritasatu.com/food-travel/99123-mengenal-gizi-dan-nutrisi-bawang-merah.html>.
- Palar, N., P.A. Pangemanan, dan E.G. Tangkere. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga cabai rawit dikota manado. *Agri-Sosioekonomi: Jurnal Ilmiah Sosial Ekonomi Pertanian* 12: 105-120.
- Prastowo, N.J., T. Yanuarti, dan Y. Depari. 2008. Pengaruh distribusi dalam pembentukan harga komoditas dan implikasinya terhadap inflasi. *Working paper Bank Indonesia*. WP/07/2008.
- Prastowo, N.J., Y. Tri, dan D. Yoni. 2011. Pengaruh Distribusi dalam Pembentukan Harga Komoditas dan Implikasinya terhadap Inflasi. Jakarta: Bank Indonesia.
- Putri, R.M. 2016. Analisis Kinerja Pasar pada Pasar Induk Bawang Merah di Kecamatan Dringu Kabupaten Probolinggo. Skripsi. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember.
- Ruslan, J.A. 2016. Transmisi Harga dan Perilaku Pasar Bawang Merah. Tesis. Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor.
- Sabarella, W.B. Komalasari, S. Wahyuningsih, M.D.N. Saida, M. Manurung, Sehusman, Rinawati, dan Y. Supriyati. 2019. Buletin Konsumsi Pangan. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian. *Buletin Konsumsi* 10 (1).
- Salampessy, Y.E., N.R. Timisela, dan Y.M.T.N. Apituley. 2019. Saluran pemasaran cabai rawit dan bawang merah di Kota Ambon. *Jurnal Agrilan* 7: 255-263.
- Setiadi. 2008. Bertanam Cabai. Jakarta: Penebar Swadaya. 183 hal.
- Soepatini, I. Muhammad, S. Anton, dan N. Sidiq. 2017. Model Kebijakan Distribusi Bawang Merah dan Putih di Wilayah Eks Karesidenan Surakarta dengan Supply Chain Management. The 5th Urecol Proceeding. UAD, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- van Der Vorst, J.G.A.J. 2004. Supply Chain Management: Theory and Practice. *In: Camps, T., P. Diederer, G.J. Hofstede, and B. Vos. (Eds.). The Emerging World of Chains & Networks. Hoofdstuk: Elsevier.*
- Wahyudi, H.D., Soepatini, Syamsudin, dan A. Nuryulia. 2018. Analisis Pembentukan Harga Komoditas Cabai di Surakarta. Prosiding: The National Conferences Management and Business (NCMAB) 2018 "Pemberdayaan dan Penguatan Daya Saing Bisnis Dalam Era Digital".
- Yuliawati, F. 2019. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga cabai rawit di pasar Ngablak, Kabupaten Magelang. *Jurnal SEPA* 15: 164-171.