

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI INTEGRASI PASAR
SPASIAL CABAI MERAH DI INDONESIA**

***ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING SPATIAL MARKET INTEGRATION
OF RED CHILI IN INDONESIA***

Alif Haidir Adana*, Dahlia Naully, Renno Aji Pambudi

Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Tangerang Selatan, Indonesia

*Email: alifhaidir@umj.ac.id

(Diterima 23-02-2023; Disetujui 12-05-2023)

ABSTRAK

Cabai merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan harganya sangat fluktuatif. Produksi cabai merah terkonsentrasi di pulau Sumatera dan Jawa. Saat terjadi ketidakseimbangan pasokan dan konsumsi maka menyebabkan wilayah Indonesia ada yang mengalami kelebihan dan kekurangan cabai merah yang menyebabkan terjadinya perdagangan antar provinsi sehingga mendorong adanya integrasi pasar. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor penentu integrasi pasar spasial cabai merah di Indonesia. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang menentukan integrasi pasar spasial cabai merah di Indonesia adalah populasi penduduk provinsi asal, jumlah produksi cabai merah provinsi tujuan dan harga BBM di provinsi tujuan.

Kata kunci: Cabai Merah, Integrasi Pasal Spasial, Regresi Berganda

ABSTRACT

Chili is one of the horticultural commodities that have high economic value and very volatile . Red chili production is concentrated on the islands of Sumatra and Java. When there is an imbalance in supply and consumption, it causes parts of Indonesia to have excess or shortage of red chili, which causes inter-provincial trade that causes market integration. The purpose of this study was to analyze the determinant of the red chili spatial market integration in Indonesia. The data used in this research was secondary data calculated using multiple regression analysis. The results of this study indicate that the factors that determine the spatial market integration of red chili in Indonesia are the population of the original province, the amount of red chili production in the province of destination, and the price of the fuel in the destination province.

Keywords: Red chili, spatial market integration, multiple regression

PENDAHULUAN

Cabai merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan harganya sangat fluktuatif. Secara umum masyarakat memanfaatkan cabai sebagai bumbu pada masakan, bahan baku industri pangan dan

farmasi (Munandar and Romano, 2017) Di Indonesia, daerah yang merupakan sentra produksi cabai besar adalah Provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Jawa Tmur, dan Aceh. Keenam provinsi tersebut merupakan yang terbesar dalam satu dekade terakhir

dengan total share 73,4 persen produksi nasional (BPS, 2020). Selain terpusatnya wilayah produksi, perbedaan waktu panen dan karakteristik komoditas hortikultura yang mudah rusak (*perishable*) menyebabkan hasil produksi cabai merah berbeda tiap provinsi.

Ketidakseimbangan antara produksi dan konsumsi cabai merah setiap provinsi, menyebabkan wilayah Indonesia ada yang mengalami surplus atau deficit cabai merah. Secara garis besar, rata-rata seluruh provinsi di Indonesia mengalami surplus sebesar 70 persen, sedangkan hanya 6 provinsi yang belum mampu memenuhi seluruh kebutuhan domestik, sehingga perlu mendatangkan pasokan dari luar provinsi. Provinsi tersebut meliputi Riau, Kep. Bangka Belitung, Kep. Riau, DKI Jakarta, Banten, dan Maluku. Rata-rata defisit yang dialami oleh provinsi tersebut adalah sebesar 42 persen (BPS, 2020).

Perbedaan tingkat harga (disparitas) cabai merah antar wilayah dan kapasitas produksi dibandingkan kebutuhan konsumsi cabai merah yang beragam menyebabkan terjadinya perdagangan antar wilayah. Wilayah non sentra produksi membeli cabai merah dari wilayah sentra produksi. Perdagangan cabai merah antarwilayah ini

mengindikasikan adanya integrasi pasar spasial di Indonesia.

Integrasi pasar spasial merupakan pergerakan/perubahan harga bersama yang dicerminkan melalui transmisi halus sinyal harga dan informasi di pasar yang terpisah secara geografis (Mishra and Kumar, 2011). Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan, ada beberapa faktor yang menjadi penentu integrasi pasar spasial suatu komoditas seperti keterpencilan dan kualitas infrastruktur memengaruhi perbedaan harga dimana provinsi yang lebih terpencil lebih tidak terintegrasi dibandingkan provinsi yang berada di pusat (Varela et al., 2013). Kekurangan informasi tepat waktu, sarana transportasi, kareakteristik produk, dan jarak yang jauh membuat pasar tidak terintegrasi (Mishra and Kumar 2011). Selanjutnya variabel seperti *procurement*, pendapatan domestik regional bruto per kapita dan road berpengaruh positif, sedangkan distribusi berpengaruh negatif terhadap integrasi pasar beras di Indonesia (Hidayanto et al., 2014) sedangkan faktor yang menentukan integrasi pasar pasial bawang merah di Indonesia adalah total produksi provinsi tujuan (Rahmawati et al., 2019).

Untuk menjaga ketersediaan (*availability*) dan keterjangkauan

(*accessibility*) cabai merah diperlukan peran pemerintah dalam menjaga stabilitas harga. Dengan adanya kestabilan harga, maka daya beli masyarakat akan terjaga dan tentunya akan berdampak pada produk-produk turunan cabai merah lainnya. Stabilisasi harga akan lebih efektif dan efisien pada pasar yang terintegrasi (Hidayanto et al., 2014). Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor penentu integrasi pasar spasial cabai merah yang merupakan salah satu komoditas yang permintaannya terus mengalami peningkatan dengan harga yang sangat fluktuatif, terutama pada saat menjelang hari-hari besar. *Novelty* penelitian ini adalah 1) penelitian tentang faktor-faktor penentu integrasi spasial pasar cabai merah di Indonesia belum pernah dilakukan, dan 2) variabel-variabel penelitian yang digunakan merupakan kombinasi dari penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga model yang dibuat lebih komprehensif.

METODE PENELITIAN

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi integrasi pasar spasial cabai merah di Indonesia dilakukan berdasarkan penelitian Varela et al. (2012) dan Rahmawati et al (2019). Penelitian tersebut menggunakan variabel terikat integrasi pasar yang merupakan nilai *trace statistic* dari dua provinsi. Semakin besar nilai *trace statistic* maka pasar antar dua provinsi tersebut semakin terintegrasi. Variabel bebas yang digunakan yaitu populasi, jarak antar provinsi, produk domestik bruto (PDRB), rata-rata produksi cabai merah, jumlah pasar dan harga BBM.

Data yang digunakan merupakan data sekunder *cross-section* harga cabai merah tingkat produsen. Pasar produsen yang dianalisis adalah 33 provinsi asal dan tujuan distribusi cabai merah yang diperoleh dari publikasi Badan Pusat Statistik tentang Distribusi Perdagangan Komoditas Cabai Merah Indonesia 2020. Data diperoleh melalui studi pustaka dengan rincian pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Variabel	Keterangan	Sumber
POP	Jumlah penduduk Indonesia menurut provinsi (jiwa) tahun 2020	BPS
JRK	Jarak provinsi asal ke provinsi tujuan dalam kilometer	Google Maps
PDRB	Produk domestik regional bruto per kapita (rupiah) atas dasar harga berlaku menurut provinsi 2020	BPS
PRD	Jumlah produksi cabai merah tahun 2020 menurut provinsi (ton)	BPS
PSR	Jumlah pasar menurut provinsi (swalayan, pasar modern, dan pasar tradisional)	BPS
ASP	Panjang jalan beraspal (km) tahun 2020	PUPR
BBM	Harga BBM provinsi asal dan tujuan (Rp)	Pertamina

Sumber: Data primer diolah

Rata-rata produksi cabai merah pada periode 2015-2020 digunakan untuk mengetahui pengaruh perubahan produksi cabai pada lima tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan fungsi logaritma natural agar koefisien yang diperoleh berupa nilai elastisitas sehingga dapat dilakukan perbandingan antar koefisien variabel. Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\ln TS_{ij} = \beta_0 \ln POP_i + \beta_1 \ln POP_j + \beta_2 \ln JRK_{ij} + \beta_3 \ln PDRB_i + \beta_4 \ln PDRB_j + \beta_5 \ln PRD_i + \beta_6 \ln PRD_j + \beta_7 \ln PSR_i + \beta_8 \ln PSR_j + \beta_9 \ln ASPL_i + \beta_{10} \ln ASPL_j + \beta_{11} \ln BBM_i + \beta_{12} \ln BBM_j + e_{ij}$$

Catatan:

$\ln TS_{ij}$: *Trace statistic* dari kointegrasi Johansen antara provinsi asal dan tujuan dalam log natural (ln)

$\ln POP_i$: Populasi provinsi asal (jiwa) dalam log natural (ln)

$\ln POP_j$: Populasi provinsi tujuan (jiwa) dalam log natural (ln)

$\ln JRK_{ij}$: Jarak provinsi asal dan tujuan (kilometer) dalam log natural (ln)

$\ln PDRB_i$: Produk domestik bruto harga berlaku per kapita (rupiah) provinsi asal dalam log natural (ln)

$\ln PDRB_j$: Produk domestik bruto harga berlaku per kapita (rupiah) provinsi tujuan dalam log natural (ln)

$\ln PRD_i$: Rataan jumlah produksi cabai merah tahun 2015-2020 provinsi asal (ton) dalam log natural (ln)

$\ln PRD_j$: Rataan jumlah produksi cabai merah tahun 2015-2020 provinsi tujuan (ton) dalam log natural (ln)

$\ln PSR_i$: Jumlah lembaga pemasaran provinsi asal (unit) dalam log natural (ln)

$\ln PSR_j$: Jumlah lembaga pemasaran provinsi tujuan (unit) dalam log natural (ln)

$\ln ASPL_i$: Panjang jalan beraspal provinsi asal (km) dalam log natural (ln)

$\ln ASPL_j$: Panjang jalan beraspal provinsi tujuan (km) dalam log natural (ln)

$\ln BBM_i$: Harga BBM provinsi asal (Rp) dalam log natural (ln)

$\ln BBM_j$: Harga BBM provinsi tujuan (Rp) dalam log natural (ln)

e_{ij} : Residual

$\beta_0 - \beta_{12}$: Koefisien model

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi merupakan studi dalam menjelaskan dan mengevaluasi hubungan antara suatu variabel bebas dengan satu variabel tidak bebas dengan tujuan untuk mengestimasi atau meramalkan nilai variabel tidak bebas didasarkan pada nilai variabel bebas yang diketahui (Gujarati, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang menentukan integrasi pasar spasial cabai merah pada jangka panjang dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda. Pendugaan model secara statistik telah memenuhi asumsi klasik sehingga dari model ini dapat ditarik kesimpulan yang tepat. Berikut merupakan hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan:

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, kedua variabel yakni variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2012). Merujuk pada asumsi Central Limit Theorem yang menyatakan bahwa untuk sampel yang besar terutama lebih dari 30 ($n \geq 30$), distribusi sampel dianggap mendekati distribusi normal (Dielman, 1961). Dengan demikian karena sampel tergolong besar yaitu 298, maka data tersebut tetap dianggap normal.

Uji multikolienearitas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Untuk melihat ada atau tidaknya masalah multikolinieritas dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi masalah multikolinieritas dan model regresi dapat dikatakan baik. Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa

pada semua variabel independen nilai VIF kurang dari 10, sehingga disimpulkan bahwa semua variabel independen bebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keterangan
LNPOPA	4.731674	Bebas multikolinearitas
LNPOPT	6.979968	Bebas multikolinearitas
LNJRKA	1.397107	Bebas multikolinearitas
LNPDRBA	1.215608	Bebas multikolinearitas
LNPDRBT	1.298612	Bebas multikolinearitas
LNPRODA	3.210529	Bebas multikolinearitas
LNPRODT	4.083741	Bebas multikolinearitas
LNPSRA	3.975371	Bebas multikolinearitas
LNPSRT	5.336046	Bebas multikolinearitas
LNASPLA	2.309317	Bebas multikolinearitas
LNASPLT	2.114626	Bebas multikolinearitas
BBMA	1.694810	Bebas multikolinearitas
BBMT	2.183781	Bebas multikolinearitas

Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu observasi ke observasi yang lain. Jika Prob. Chi-Square $>$ dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai Prob. Chi-Square 0,1255 $>$ 0,05, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroscedasticity Test: Glejser			
F-statistic	1.481242	Prob. F(13,284)	0.1235
Obs*R-squared	18.92239	Prob. Chi-Square(13)	0.1255
Scaled explained SS	17.46193	Prob. Chi-Square(13)	0.1790

Uji F (Simultan) dan T (Parsial)

Tabel 4 menunjukkan nilai prob F-statistic 0.004, artinya signifikan pada taraf 1 persen. Nilai R-squared sebesar 0.0991 menunjukkan bahwa variasi integrasi cabai merah yang dapat

dijelaskan oleh variabel-variabel independent sebesar sebesar 9.91 persen dan sisanya sebesar 91.09 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Tabel 4. Hasil Estimasi Model

Variabel	T-Statistic	Koefisien
Populasi penduduk provinsi asal	-1.713303	-0.135859*
Populasi penduduk provinsi tujuan	-0.923900	-0.063130
Jarak antar provinsi	0.134361	0.007146
PDRB perkapita provinsi asal	-0.658851	-0.053519
PDRB perkapita provinsi tujuan	0.418651	0.040465
Produksi cabai merah provinsi asal	1.212867	0.038185
Produksi cabai merah provinsi tujuan	1.688396	0.058518*
Jumlah pasar provinsi asal	0.140685	0.012107
Jumlah pasar provinsi tujuan	-0.497937	-0.037902
Panjang jalan beraspal provinsi asal	0.050689	0.003401
Panjang jalan beraspal provinsi tujuan	-1.070551	-0.076542
Harga BBM provinsi asal	0.565285	1.810516
Harga BBM provinsi tujuan	-3.543162	-12.67738***
F-Statistic		2.403689
Prob (F-statistic)		0.004389
R-squared		0.099122

***, **, * represent significance at 1%, 5% and 10% probability level respectively

A. Populasi Penduduk Provinsi Asal dan Tujuan

Faktor populasi penduduk provinsi asal berpengaruh signifikan terhadap integrasi pasar spasial cabai merah pada taraf nyata 10 % yaitu sebesar -0.136. Artinya, kenaikan 1 % jumlah populasi penduduk di provinsi asal akan menurunkan integrasi pasar spasial cabai merah sebesar 0,136 %. Populasi penduduk erat kaitannya dengan jumlah permintaan suatu komoditas pada suatu daerah tersebut (González-Rivera and

Helfand, 2001). Dengan bertambahnya jumlah populasi penduduk provinsi asal, maka otomatis permintaan akan cabai merah juga akan meningkat. Hal tersebut akan berimplikasi pada perdagangan antar wilayah komoditas cabai merah, produsen akan lebih memfokuskan pada pemenuhan pasar lokal yang mengakibatkan menurunnya integrasi pasar spasial cabai merah.

Faktor populasi penduduk provinsi tujuan pada model tidak signifikan memengaruhi integrasi pasar spasial

cabai merah. Artinya, integrasi pasar cabai merah tingkat produsen di Indonesia tidak dipengaruhi jumlah populasi penduduk tujuan distribusi.

B. Jarak Antar Provinsi

Faktor jarak antar provinsi asal dan tujuan tidak signifikan terhadap integrasi pasar spasial cabai merah. Faktor jarak antar provinsi tidak lagi memengaruhi integrasi pasar spasial cabai merah di Indonesia. Hal tersebut tidak sesuai dengan penelitian (Varela et al., 2013) yang menunjukkan bahwa semakin jauh jarak antar daerah distribusi, maka akan menurunkan tingkat integrasi pasar spasial. Namun di sisi lain, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Rahmawati et al., 2019) yang menunjukkan faktor jarak antar provinsi tidak signifikan memengaruhi integrasi pasar spasial di Indonesia.

Semakin berkembangnya *marketplace* di sektor pertanian seperti Agromaret dan TaniHub menandakan bahwa pemasaran produk pertanian telah bertransformasi kearah digital. Hal tersebut menjadi peluang bagi petani atau produsen menerapkan sistem jual beli secara online untuk hasil taninya yang dapat memutus rantai distribusi dan memperluas wilayah pemasaran. Selain itu berkembangnya jasa ekspedisi

pengiriman barang juga memudahkan petani atau produsen dalam memasarkan hasil pertaniannya ke lokasi yang mereka inginkan. Sehingga jarak saat ini sudah tidak lagi menjadi barrier dalam pemasaran produk pertanian.

C. PDRB Perkapita Provinsi Asal dan Tujuan

Pendapatan domestik regional bruto perkapita provinsi erat kaitannya dengan daya beli masyarakat dan permintaan akan komoditas cabai merah. Faktor pendapatan domestik regional bruto per kapita provinsi tujuan dan asal tidak berpengaruh signifikan terhadap integrasi pasar spasial cabai merah di Indonesia. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Hidayanto et al., 2014) dan (Varela et al., 2013) yang menyebutkan bahwa faktor pendapatan domestik regional bruto berpengaruh positif terhadap integrasi pasar spasial. Komoditas pertanian seperti cabai merah termasuk barang inferior. Artinya persentase perubahan permintaan lebih kecil daripada perubahan pendapatan, dengan adanya peningkatan atau penurunan pendapatan tidak akan menyebabkan perubahan kenaikan dalam jumlah cabai besar yang diminta (Suprpti et al., 2018). Hal tersebut menyebabkan faktor pendapatan

domestik regional bruto perkapita provinsi tujuan dan asal tidak berpengaruh signifikan terhadap integrasi pasar spasial cabai merah di Indonesia.

D. Produksi Cabai Merah Provinsi Asal dan Tujuan

Tabel 4 menunjukkan bahwa faktor jumlah produksi cabai merah provinsi tujuan signifikan pada taraf nyata 10% dengan koefisien sebesar 0.058. Artinya, kenaikan 1% jumlah produksi cabai merah di provinsi tujuan akan meningkatkan integrasi pasar spasial cabai merah sebesar 0,058%. Hal ini didukung oleh hasil penelitian (Rahmawati et al., 2019) yang mengemukakan bahwa semakin besar jumlah produksi provinsi tujuan akan meningkatkan derajat integrasi pasar spasial. Tetapi temuan ini bertolak belakang dengan hasil penelitian (González-Rivera and Helfand, 2001). dan (Varela et al., 2013) yang menyebutkan bahwa semakin besar jumlah produksi akan mengurangi derajat integrasi pasar.

Hal ini terjadi karena semakin besar jumlah produksi cabai merah provinsi tujuan maka harga cabai merah tingkat produsen akan semakin rendah sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran. Harga cabai merah yang

rendah ini menjadi pendorong terjadinya perdagangan antarwilayah. Adanya perdagangan antar wilayah ini dapat memberikan harga yang lebih menguntungkan bagi petani.

Faktor jumlah produksi cabai merah provinsi asal pada model tidak signifikan memengaruhi integrasi pasar spasial cabai merah. Artinya, integrasi pasar cabai merah tingkat produsen di Indonesia tidak dipengaruhi jumlah produksi cabai merah provinsi asal distribusi.

E. Jumlah Pasar Provinsi Asal dan Tujuan

Jumlah pasar yang terdiri atas pasar tradisional dan pasar modern merupakan bagian dari infrastruktur pemasaran. Faktor jumlah pasar provinsi asal dan tujuan tidak signifikan memengaruhi integrasi pasar spasial cabai merah di Indonesia. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (González-Rivera and Helfand, 2001) dan (Rahmawati et al., 2019) yang mengungkapkan bahwa infrastruktur pemasaran berkorelasi rendah dengan integrasi pasar. Fenomena munculnya berbagai *marketplace*, *e-commerce* atau *e-agribusiness* di sektor pertanian memudahkan masyarakat dalam melakukan jual beli komoditas pertanian. Digitalisasi yang semakin masif

memberikan preferensi masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli yaitu dengan *platform online* yang dianggap lebih efektif dan efisien.

F. Panjang Jalan Beraspal Provinsi Asal dan Tujuan

Jalan beraspal merupakan proksi dari infrastruktur fisik pemasaran (*physical capital*) cabai merah. Dengan semakin baiknya infrastruktur fisik pemasaran di suatu daerah, maka akan memudahkan dalam perdagangan antar daerah. Faktor panjang jalan beraspal provinsi asal dan tujuan tidak signifikan memengaruhi integrasi pasar spasial cabai merah di Indonesia. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Rahmawati et al., 2019) yang mengemukakan bahwa panjang jalan beraspal provinsi asal dan tujuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap integrasi pasar spasial bawang merah di Indonesia.

Pembangunan infrastruktur, termasuk jalan beraspal, merupakan salah satu program kerja unggulan pemerintah Indonesia sejak tahun 2014 sampai sekarang. Sehingga hampir di setiap provinsi di Indonesia memiliki kualitas jalan beraspal yang relatif seragam. Hal tersebut yang menyebabkan faktor panjang jalan beraspal tidak berpengaruh

secara signifikan terhadap integrasi pasar spasial cabai merah di Indonesia.

G. Harga BBM Provinsi Asal dan Tujuan

Harga BBM berkaitan dengan *transportation cost* perdagangan cabai merah antar wilayah. Dengan semakin rendahnya harga BBM, maka akan mendorong terjadinya perdagangan antar daerah. Faktor harga BBM di provinsi tujuan signifikan pada taraf nyata 1% dengan koefisien sebesar -12,67. Artinya, kenaikan 1% jumlah produksi cabai merah di provinsi tujuan akan menurunkan integrasi pasar spasial cabai merah sebesar 12,67%.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang jarak satu provinsi ke provinsi lainnya cukup jauh. Saat ini produksi cabai merah terpusat di pulau Jawa dan Sumatera, sehingga untuk memenuhi kebutuhan daerah yang defisit dicapai melalui perdagangan antar wilayah. Dalam hal ini faktor harga BBM merupakan hal yang sangat sensitif karena menyangkut biaya transportasi, semakin besar biaya transportasi yang ditanggung oleh petani atau produsen, maka akan berpotensi menurunkan profit yang akan mereka terima, dengan konsekuensi tersebut maka mereka lebih memilih untuk memasarkan produknya di

dalam daerahnya yang tentunya akan berdampak pada penurunan integrasi pasar spasial cabai merah.

Faktor harga BBM di provinsi asal pada model tidak signifikan memengaruhi integrasi pasar spasial cabai merah. Artinya, integrasi pasar cabai merah tingkat produsen di Indonesia tidak dipengaruhi harga BBM di provinsi asal distribusi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Integrasi pasar spasial memiliki peranan sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan cabai merah di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan saat ini produksi cabai merah hanya tersentralisasi di pulau Jawa dan Sumatera, sedangkan di sisi lain kebutuhannya hampir merata di seluruh daerah Indonesia. Berdasarkan uraian yang telah disajikan, penelitian ini mengungkap bahwa faktor penentu integrasi pasar spasial cabai merah tingkat produsen di Indonesia adalah populasi penduduk provinsi asal, jumlah produksi cabai merah provinsi tujuan dan harga BBM di provinsi tujuan. Sedangkan, faktor jumlah populasi penduduk provinsi tujuan, jarak antar provinsi asal dan tujuan, PDRB perkapita provinsi asal dan tujuan, produksi cabai

merah provinsi asal, jumlah pasar provinsi asal dan tujuan, panjang jalan beraspal tiap provinsi dan harga BBM di provinsi asal tidak signifikan memengaruhi integrasi pasar spasial cabai merah tingkat produsen di Indonesia.

Saran

Untuk menjaga kestabilan ketersediaan dan efisiensi pemasaran cabai merah di Indonesia terutama kaitannya dengan integrasi pasar spasial, pemerintah perlu memperhatikan faktor-faktor seperti populasi penduduk provinsi asal dan jumlah produksi cabai merah provinsi tujuan. Pemerintah melalui BUMN Pertamina harus terus menjaga agar harga BBM tetap satu harga di seluruh Indonesia, karena faktor harga BBM sangat memengaruhi integrasi pasar spasial cabai merah di Indonesia.

Penelitian selanjutnya dapat menganalisis faktor penentu integrasi cabai merah lainnya seperti rata-rata harga cabai merah, fasilitas penyimpanan dan ketersediaan fasilitas transportasi. Faktor-faktor tersebut diduga juga menentukan integrasi pasar cabai merah di Indonesia.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah mendanai penelitian ini berdasarkan SK Rektor [224/R-UMJ/VIII/2021].

DAFTAR PUSTAKA

- Anwaruddin, S. M. J., Sayekti, A. L., Marendra, A. K., & Hilman, Y. 2015. Production Dynamic and Price Volatility of Chili: Anticipation Strategy and Development Policy. *Pengembangan Inovasi Pertanian*, 8(1), 33–42.
- Badan Pusat Statistik. 2008-2020. Statistik Harga Produsen Pertanian Subsektor Tanaman Pangan, Hortikultura, dan Tanaman Perkebunan Rakyat 2008-2020. Jakarta: Badan Pusat Statistik. [BPS]
- Badan Pusat Statistik. 2020. Distribusi Perdagangan Komoditas Cabai Merah Merah Indonesia 2020. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dielman, Terry, E. 1961. Applied Regresion Analysis For Bisnis and Economics. PWS-KENT Publishing Company.
- González-Rivera, G., & Helfand, S. M. (2001). Economic development and the determinants of spatial integration in agricultural markets. Department of Economics, University of California, Riverside.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS v21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati DN. 2006. Dasar-dasar Ekonometrika Jilid 2. Edisi Ketiga. Jakarta (ID): Erlangga.
- Hidayanto, M. W., Anggraeni, L., & Hakim, D. B. 2014. Faktor Penentu Integrasi Pasar Beras di Indonesia Determinants of Rice Market Integration in Indonesia. *JURNAL PANGAN*, 23(1), 1–16.
- Jumiana, W., Azhar, A., & Marsudi, E. 2018. Analisis Variasi Harga Dan Integrasi Pasar Vertikal Cabai Merah Di Kabupaten Gayo Lues. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 3 (4), 577–593.
- Kustiari, R., Sejati, W. K., Yulmahera, R., & Hortikultura dan Peternakan, K. A. 2018. Integrasi pasar dan pembentukan harga cabai merah di Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*, Vol. 36 No.1, Mei 2018:39-53.
- Magfiroh, I. S., Zainuddin, A., Setyawati, I. K., & Rahman, R. Y. 2018. Respon harga produsen terhadap perubahan harga konsumen bawang merah di Indonesia. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 10(3), 7–15.
- Mishra, R., & Kumar, A. 2011. The spatial integration of vegetable markets in Nepal. *Asian Journal of Agriculture and Development*, 8(1362-2016–107710), 101–114.
- Munandar, M., & Romano, M. U. 2017.. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Cabai Merah Di Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Vol 2 No 3*. Naully, D. (2016). Fluktuasi dan disparitas harga cabai di Indonesia. *Jurnal Agrosains Dan Teknologi*, 1(1), 56–69.
- Naully, D., Adana, A. H., & Dwiputro, H. 2021. Spatial Market Integration of Red Chilies in Indonesia. *Journal of the Austrian Society of Agricultural Economics*, 17(9), 709–720.
- Rahmawati, A., Fariyanti, A., & Rifin, A. 2019. Faktor Penentu Integrasi Pasar Spasial Bawang Merah di Indonesia. *AGRISEP*.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTEGRASI
PASAR SPASIAL CABAI MERAH DI INDONESIA
Alif Haidir Adana, Dahlia Naully, Renno Aji Pambudi

- Suprpti, G., Dolorosa, E. V. A., & Imelda, I. 2018. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Cabai Besar (*Capsicum Annum L*) Pada Tingkat Rumah Tangga Di Kota Pontianak. *Jurnal Sains Mahasiswa Pertanian*, 7(3).
- Susanawati, S., Jamhari, J., Masyhuri, M., & Darwanto, D. H. 2015. Integrasi pasar bawang merah di Kabupaten Nganjuk (pendekatan kointegrasi Engle-Granger). *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 1(1), 43–51.
- Varela, G., Aldaz-Carroll, E., & Iacovone, L. 2013. Determinants of market integration and price transmission in Indonesia. *Journal of Southeast Asian Economies*, 19–44.