

Perilaku Pedagang Pengecer dalam Menghadapi Fluktuasi Harga Cabai Rawit di Pasar Badung

JUNILLA ANDIANI*, RATNA KOMALA DEWI

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana,
Jl. PB. Sudirman Denpasar 80232, Bali
Email: *junillaandiani18@gmail.com
ratnakomala61@gmail.com

Abstract

Retailer's Behavior in Facing Fluctuations of Cayenne Pepper Prices in Pasar Badung

Price fluctuations are spikes or inaccuracies in anything that can be depicted on a graph. This research aims to describe the price fluctuations of cayenne pepper and analyze the behavior of retailers in dealing with price fluctuations of cayenne pepper at Badung Market based on three aspects, namely knowledge, attitudes and skills of traders. The location of the research was Badung Market, Denpasar City. The price of cayenne pepper decreased by 19.57% in May-June 2021, but the price of cayenne pepper increased drastically by 102.28% in May-June 2022. This shows that the price of cayenne pepper is difficult to predict and fluctuates greatly. The level of knowledge of retailers who use cayenne pepper as their main product is in the good category with an average score of 0.82. The level of knowledge of retailers who use cayenne pepper as a complementary product falls into the fair category with an average score of 0.62. As many as 80% of traders who use cayenne pepper as their main product strongly agree and another 20% disagree with the price fluctuations of cayenne pepper. As many as 75% of traders who use cayenne pepper as a complementary product strongly disagree and another 25% disagree with the price fluctuations of cayenne pepper. The difference in the skills of retailers who use cayenne pepper as the main product and retailers who use cayenne pepper as a complementary product lies in determining the amount of inventory when the demand and supply of cayenne pepper changes. Retail traders who have a low level of knowledge regarding price fluctuations in cayenne peppers must be more proactive in collecting price, demand and supply information and all cayenne pepper retailers must play a role in maintaining price stability.

Keywords: price fluctuation, behavior, retailer, cayenne pepper

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Cabai rawit sebagai salah satu komoditi unggulan nasional merupakan jenis sayuran yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Kebutuhannya cabai rawit di Bali terbilang cukup tinggi rata-rata dua ons cabai rawit perbulannya. Di Bali, cabai rawit

merupakan komoditas yang sangat penting karena cabai rawit digunakan sebagai bahan dasar beberapa jenis sambal khas Bali. Selain sebagai bahan dasar sambal khas Bali, cabai rawit juga menjaga cita rasa sambal karena rasa pedasnya. Hal ini membuat cabai rawit sulit digantikan oleh komoditas lain ketika mengalami kenaikan harga.

Salah satu penyebab terjadi naik turunnya harga, yaitu permintaan yang tinggi, sedangkan ketersediaan komoditas sangat minim maka akan menimbulkan kenaikan harga yang signifikan. Adapun ketersediaan komoditas lebih tinggi sedangkan permintaan menurun menimbulkan menurunnya harga suatu komoditas. Pedagang memiliki peranan penting karena pedagang dapat mengatur volume penjualannya yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Kegagalan atau keberhasilan pedagang dalam mengatur volume cabai rawit dapat tercermin dari perilaku pedagang dalam menghadapi fluktuasi harga cabai rawit. Menurut Bloom (1908) seperti dikutip Notoatmodjo (2003) dalam Maulana (2009), membagi perilaku manusia dalam tiga domain (ranah/kawasan), yaitu kognitif, afektif, dan psikomotor. Oleh karena itu, penulis terdorong untuk menganalisis perilaku pedagang pengecer baik yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama maupun produk pelengkap dalam menghadapi fluktuasi harga cabai rawit di Pasar Badung dilihat dari pengetahuan, sikap, dan keterampilannya.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana fluktuasi harga cabai rawit di Pasar Badung?
2. Bagaimana tingkat pengetahuan pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama dan produk pelengkap dalam menghadapi fluktuasi harga cabai rawit di Pasar Badung?
3. Bagaimana sikap pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama dan produk pelengkap dalam menghadapi fluktuasi harga cabai rawit di Pasar Badung?
4. Bagaimana keterampilan pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama dan produk pelengkap dalam menghadapi fluktuasi harga cabai rawit di Pasar Badung?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan fluktuasi harga cabai rawit di Pasar Badung Kota Denpasar.
2. Menganalisis tingkat pengetahuan pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama dan produk pelengkap dalam menghadapi fluktuasi harga cabai rawit di Pasar Badung.
3. Menganalisis sikap pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama dan produk pelengkap dalam menghadapi fluktuasi harga cabai rawit di Pasar Badung.
4. Menganalisis keterampilan pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama dan produk pelengkap dalam menghadapi fluktuasi harga cabai rawit di Pasar Badung.

2. Metode Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Badung, Kota Denpasar, Provinsi Bali. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Maret sampai Bulan Mei 2023 untuk memperoleh data yang lengkap, valid, dan memenuhi tujuan penelitian.

2.2 Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik, Jenis data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi gambaran umum, lokasi penelitian, karakteristik, keterampilan pedagang pengecer. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2015). Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi statistik harga cabai rawit/kg/bulan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber sekunder dan primer. Sumber data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung dari objek penelitian yang berkenaan dengan penelitian ini. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari wawancara dan kuesioner dengan pedagang pengecer cabai rawit di Pasar Badung.

Pengumpulan data penelitian adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder dalam suatu penelitian. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara terstruktur, wawancara mendalam, dan kepustakaan.

2.3 Instrumen Penelitian dan Pengukuran

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang akan dibagikan kepada responden yang di dalamnya terdapat pernyataan-pernyataan yang memuat aspek pengetahuan, sikap, dan keterampilan pedagang pengecer cabai rawit dalam menghadapi fluktuasi harga. Kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner dengan menggunakan Skala *Likert* untuk mengukur sikap dan Skala *Guttman* untuk mengukur pengetahuan sehingga sebelum melakukan analisis data, dilakukan uji terlebih dahulu yaitu uji validitas dan uji reliabilitas

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Non-probability* sampling yaitu teknik *Purposive Sampling*, teknik *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis untuk memilih sampel. (Sugiyono, 2015)

2.4 Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dan analisis deskriptif kualitatif. Adapun data penelitian ini didapat dari kuisisioner menggunakan skala *Likert*, skala *Guttman*, dan hasil wawancara mendalam dengan responden. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menjawab rumusan

masalah pertama, kedua, dan ketiga. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah keempat.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 *Gambaran Umum Lokasi Penelitian*

Pasar Badung merupakan salah satu pasar tradisional di Bali. Pasar Badung merupakan pasar terbesar di Denpasar dan menjadi tempat yang banyak dikunjungi oleh masyarakat lokal, kalangan turis domestik, dan turis asing. Pasar Badung juga merupakan pusat jual beli karena letaknya yang strategis di pusat kota. Di pasar ini dijual berbagai macam kebutuhan baik itu kebutuhan pokok masyarakat Denpasar, makanan tradisional yang berciri khas, barang – barang seni khas Bali dan lain sebagainya. Pasar Badung memiliki waktu operasional setiap hari dimana buka dari pagi dini hari hingga larut malam.

3.2 *Karakteristik Responden*

Responden dari penelitian ini adalah pedagang pengecer cabai rawit yang berdagang di Pasar Badung Kota Denpasar.

3.2.1 *Usia*

Persentase usia pedagang dengan rentang usia 46-65 tahun kategori lansia lebih besar dibanding kategori usia lainnya dengan persentase 77,8% dari total keseluruhan pedagang dan pedagang dengan rentang usia 26-45 tahun memiliki persentase sebesar 22,2%.

3.2.2 *Jenis kelamin*

Seluruh pedagang pengecer yang menjadi responden penelitian adalah perempuan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya jumlah pedagang pengecer yang berjenis kelamin perempuan dibanding pedagang pengecer yang berjenis kelamin laki-laki.

3.2.3 *Tingkat Pendidikan*

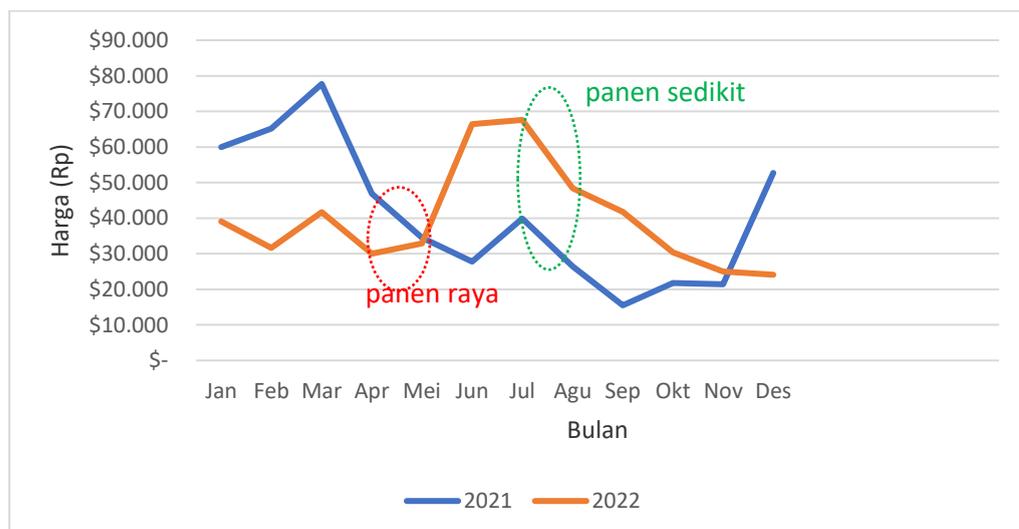
Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan tidak tamat SD sebanyak 33,3% pedagang, tamat SD sebanyak 44,4% pedagang, dan tamat SMP sebanyak 22,2% pedagang.

3.3 *Fluktuasi Harga Cabai Rawit di Pasar Badung*

Fluktuasi harga ialah naik turunnya harga pada suatu barang atau benda. Jika barang tersebut banyak dibutuhkan konsumen maka akan berdampak terhadap kenaikan harga, sedangkan apabila barang kurang diminati oleh konsumen harga akan turun (Nawawi, 2012). Harga cabai rawit di Pasar Badung berfluktuasi setiap bulannya dan sangat sulit diprediksi. Berdasarkan Gambar 4.1, tercatat harga tertinggi cabai rawit di tahun 2021 mencapai Rp 77.000,00/kg di Bulan Maret dan harga terendah cabai rawit di tahun yang sama, yaitu Rp 15.500,00/kg. Berbeda dengan harga tertinggi

cabai rawit di tahun 2022 yang hanya mencapai Rp 67.600,00/kg di Bulan Juli dan harga terendah sebesar Rp 24.100,00/kg di Bulan Desember.

Menurut Hadiana (2011) dalam Nauli (2016), dalam pola budidaya cabe dikenal 2 musim tanam, yaitu musim tanam raya (Desember - Januari) dan musim tanam sedikit (Juli-Agustus). Hasil dari musim tanam raya dapat dipanen pada Bulan April-Mei, sedangkan hasil dari musim tanam sedikit dapat dipanen Bulan Juli - Agustus. Terdapat beberapa pola kenaikan dan penurunan harga jika dihubungkan dengan musim tanam dan musim panen cabai rawit. Harga cabai rawit cenderung rendah dengan harga <Rp 50.000,00 Bulan April-Mei dua tahun terakhir karena di periode tersebut merupakan waktu dimana panen raya berlangsung walaupun pergerakan garis berlawanan dimana garis pada grafik harga tahun 2021 bergerak turun, sedangkan garis pada grafik harga 2022 bergerak naik. Adapun garis pada grafik harga cabai rawit yang bergerak turun di Bulan Juli-Agustus dua tahun terakhir karena musim panen sedikit terjadi di bulan tersebut (Gambar 1).



Gambar 1.
Harga Cabai Rawit Bulan Tahun 2021 s.d. 2022

Harga cabai rawit menurun 19,57% di bulan Mei-Juni 2021. Fenomena ini tidak terulang di tahun 2022. Harga cabai rawit meningkat drastis sebesar 102,28% di bulan Mei-Juni 2022. Hal ini menunjukkan bahwa harga cabai rawit sulit diprediksi dan sangat berfluktuasi.

3.4 Pengetahuan Pedagang Pengecer Cabai Rawit dalam Menghadapi Fluktuasi Harga

Pengetahuan adalah tahap awal dari terbentuknya persepsi yang kemudian melahirkan sikap dan selanjutnya melahirkan suatu perbuatan atau tindakan (Notoatmodjo, 2012). Pengetahuan pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit

sebagai produk utama tentang permintaan cabai rawit dapat dikatakan lebih baik daripada pengetahuan pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk pelengkap. Alasannya adalah karena permintaan cabai rawit yang berubah mempengaruhi keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama dan tidak mempengaruhi keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk pelengkap. Cara untuk mengukur pengetahuan seseorang adalah dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung (wawancara) atau melalui pertanyaan-pertanyaan tertulis atau angket dan kuesioner tentang isi materi yang ingin diukur dari subjek penelitian atau responden (Notoatmodjo, 2010).

Berikut gambaran pengetahuan pedagang pengecer cabai rawit yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama dan pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk pelengkap. Data diperoleh melalui soal pertanyaan yang bersifat tertutup. Nilai yang digunakan dalam soal pertanyaan ini, yaitu 0 sampai 1.

Tabel 1.
Distribusi Pengetahuan Pedagang Pengecer Cabai Rawit

Tingkat pengetahuan	U (Jiwa)	P (Jiwa)
Baik	3	1
Cukup	1	1
Kurang	1	2
Total	5	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2023)

Sebesar 60% pedagang yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama masuk ke dalam kategori tingkat pengetahuan baik, 20% memiliki tingkat pengetahuan yang cukup, dan 20% lainnya memiliki tingkat pengetahuan yang rendah mengenai fluktuasi harga cabai rawit. Sebanyak 50% pedagang yang menjadikan cabai rawit sebagai produk pelengkap masuk ke dalam kategori tingkat pengetahuan rendah, 25% memiliki tingkat pengetahuan yang baik, dan 25% lainnya memiliki tingkat pengetahuan yang cukup mengenai fluktuasi harga cabai rawit. Tingkat pengetahuan pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama masuk ke dalam kategori baik dengan skor rata-rata 0,82. Tingkat pengetahuan pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk pelengkap masuk ke dalam kategori cukup dengan rata-rata skor 0,62.

3.5 Sikap Pedagang Pengecer Cabai Rawit dalam Menghadapi Fluktuasi Harga

Sikap adalah suatu reaksi atau respons yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau obyek. Sikap merupakan kesiapan untuk bereaksi terhadap obyek di lingkungan tertentu sebagai suatu penghayatan terhadap obyek (Fitriani, 2011). Sikap

tidak dapat dilihat, tetapi dapat ditafsirkan terlebih dahulu daripada perilaku yang tertutup. Pedagang pengecer baik yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama maupun pelengkap akan memiliki sikap setuju terhadap permintaan dan penawaran apabila perubahan permintaan dan perubahan penawaran dapat mendatangkan keuntungan atau tidak merugikan pedagang pengecer, sedangkan pedagang pengecer yang memiliki sikap tidak setuju atau ragu-ragu terhadap permintaan dan penawaran apabila perubahan permintaan dan perubahan penawaran tidak dapat mendatangkan keuntungan atau merugikan pedagang pengecer.

Sebanyak 80% pedagang yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama sangat setuju dengan fluktuasi harga cabai rawit, sedangkan 20% lainnya tidak setuju dengan fluktuasi harga cabai rawit. Sebesar 75% pedagang yang menjadikan cabai rawit sebagai produk pelengkap sangat tidak setuju dengan fluktuasi harga cabai rawit dan 25% lainnya tidak setuju dengan fluktuasi harga cabai rawit. Sejalan dengan hasil penelitian, apabila disimpulkan dalam kelompok, pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama memiliki tingkat pengetahuan yang baik dan memiliki sikap cenderung setuju. Pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk pelengkap memiliki tingkat pengetahuan yang cukup dan sikap yang tidak setuju terhadap fluktuasi harga cabai rawit. Merujuk pendapat Azwar (2005), Afeksi yang positif, yaitu afeksi senang, sedangkan afeksi negatif adalah afeksi yang tidak menyenangkan atau individu akan membentuk sikap positif terhadap hal-hal yang dirasakannya akan mendatangkan keuntungan dan membentuk sikap negatif terhadap hal-hal yang dirasakan akan merugikan dirinya. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian dimana pedagang pengecer baik yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama maupun pelengkap akan bersikap setuju terhadap suatu hal jika hal tersebut mendatangkan keuntungan dan bersikap ragu-ragu atau tidak setuju terhadap suatu hal jika hal tersebut tidak mendatangkan keuntungan atau bahkan merugikan. Hal tersebut yang dimaksud adalah fluktuasi harga.

3.6 Keterampilan Pedagang Pengecer Cabai Rawit dalam Menghadapi Fluktuasi Harga

Menurut Prawita (2018), keterampilan merupakan suatu sikap belum otomatis terwujud dalam suatu tindakan (overt behavior) untuk mewujudkan sikap menjadi suatu perbuatan nyata diperlukan faktor pendukung atau suatu kondisi yang memungkinkan, seperti fasilitas. Pada dasarnya, respon kedua kelompok pedagang pengecer dalam menghadapi fluktuasi harga cenderung sama. Namun, perbedaan respon hanya terletak di penentuan persediaan. Pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama menentukan persediaan berdasarkan permintaan dan penawaran. Hal tersebut terjadi karena pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama memiliki tingkat pengetahuan yang lebih baik dibanding pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk pelengkap tentang cara memperoleh keuntungan dari fenomena perubahan harga, permintaan, dan penawaran.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut fluktuasi harga cabai rawit terjadi hampir setiap bulan dan sulit diprediksi karena di Bulan Mei - Juni 2021 terjadi penurunan harga sebesar 19,57%, tetapi di Bulan Mei – Juni 2022 harga meningkat sebesar 102,28%. Pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama memiliki tingkat pengetahuan yang baik, sedangkan pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk pelengkap memiliki tingkat pengetahuan yang cukup dalam menghadapi fluktuasi harga. Sebanyak 80% pedagang yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama sangat setuju dan 20% lainnya tidak setuju dengan fluktuasi harga cabai rawit. Sebesar 75% pedagang yang menjadikan cabai rawit sebagai produk pelengkap sangat tidak setuju dan 25% lainnya tidak setuju dengan fluktuasi harga cabai rawit. Keterampilan pedagang pengecer pada dasarnya sama. Perbedaan keterampilan pedagang pengecer yang menjadikan cabai rawit sebagai produk utama dan pelengkap terletak pada penentuan jumlah persediaan saat permintaan dan penawaran cabai rawit berubah.

4.2 Saran

Adapun saran dan masukan yang diberikan kepada pedagang pengecer cabai rawit khususnya yang memiliki tingkat pengetahuan yang rendah tentang fluktuasi harga cabai rawit lebih inisiatif dalam menggali informasi harga, permintaan, dan penawaran dari berita, koran, maupun dari sesama pedagang. Pedagang, petani, maupun pemasok harus terlibat aktif dalam menjaga kestabilan harga, khususnya bagi pedagang dengan mengutamakan konsep persaingan sehat.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini, yaitu pedagang pengecer cabai rawit di Pasar Badung yang bersedia sebagai responden dalam penelitian ini, sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan dan dipublikasikan dalam e-jurnal dan terima kasih kepada orangtua, keluarga, dosen pembimbing, dan teman-teman yang telah membantu dan memberi dukungan selama proses penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Azwar, Saifuddin. 2003. Sikap Manusia (edisi 2). Pustaka Pelajar, Jakarta.
- Azwar, S. 2005. Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Maulana, H, D, J. 2009. Promosi Kesehatan. Buku Kedokteran EGC, Jakarta.
- Notoatmodjo, S. 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Rineka Cipta, Jakarta.
- Notoatmodjo S. 2012. Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan. Alfabeta, Jakarta.

Fitriani, Sintia. 2011. Promosi Kesehatan. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Prawita, G. K. 2018. Hubungan Pengetahuan dan Sikap dengan Tindakan Higiene Sanitasi Tenaga Penjamah di Rumah Makan Lamun Ombak Kota Padang Tahun 2018. Skripsi, Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Padang.

Nauliy, D. 2016. Fluktuasi Dan Disparitas Harga Cabai di Indonesia. *Jurnal Agrosains dan Teknologi*, 1 (1):56-68.

Nawawi, Ismail 2012. Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer: Hukum Perjanjian, Ekonomi Bisnis, dan Sosial. Ghalia Indonesia, Bogor.