

**INTEGRASI PASAR CABAI MERAH (*Capsicum annum L*)
DI PASAR ANGSO DUO DAN PASAR TALANG BANJAR DI
KOTA JAMBI**

SKRIPSI



Disusun Oleh :
FERDY IRAWAN
NIM : 1500854201033

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI
2020**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada ALLAH SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian yang berjudul “Integrasi Pasar Cabai Merah (*Capsium annum L*) di Pasar Angso Duo dan Talang Banjar di Kota Jambi”.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga skripsi penelitian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada Ibu Ir. Nida Kemala, MP selaku dosen pembimbing satu dan Ibu Rizki Gemala Busyra, SP.,M.Si selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi penelitian ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi penelitian ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi penelitian ini berguna bagi para pembaca dan pihak – pihak lain yang berkepentingan.

Jambi, Februari 2020

Penulis

INTISARI

Ferdy Irawan NIM :1500854201033. Integrasi Pasar Cabai Merah (*Capsium annum* L) di Pasar Angso Duo dan Talang Banjar di Kota Jambi. Dibawah bimbingan Ibu Nida Kemala selaku dosen pembimbing satu (I) dan Ibu Rizki Gemala Busyra selaku dosen pembimbing dua (II). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keterpaduan pasar cabai merah antara pasar angso duo dan talang banjar di Kota Jambi. Metode dasar penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive), yaitu Pasar angso duo sebagai pasar acuan serta pasar talang banjar sebagai pasar eceran. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, berupa data harga cabai merah selama 29 hari, yaitu di bulan September 2019. Fluktuasi harga cabai merah keriting lebih tinggi dari cabai merah besar terjadi di pasar Talang Banjar dapat di lihat pada lampiran 7. Dengan harga tertinggi untuk cabai merah besar senilai Rp.62.000 di pasar Angso Duo dan Talang banjar dan harga terendah sebesar Rp.22.000 untuk masing-masing pasar dengan rata-rata Rp. 35.172 untuk pasar Angso Duo dan Rp. 36.552 untuk pasar Talang Banjar. Untuk harga tertinggi cabai merah keriting di pasar Angso Duo dan Talang Banjar yaitu Rp. 65.000 dan harga terendah Rp. 24.000 dengan rata-rata sebesar Rp. 38.103 untuk pasar Angso Duo dan Rp. 38.897 di pasar Talang Banjar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis regresi mengenai keterpaduan pasar cabai merah antara pasar angso duo dengan pasar talang banjar di Kota Jambi diperoleh nilai IMC sebesar 0,311 untuk cabai merah besar dan 0,416 untuk cabai merah keriting. Hal ini jika dilihat berdasarkan teori berarti terjadi keterpaduan pasar komoditas cabai merah antara pasar angso duo dengan pasar talang banjar.

DAFTAR ISI

	Hal
KATA PENGANTAR	i
INTISARI	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	3
II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	4
2.1.1. Pasar	4
2.1.2. Cabai Merah	9
2.1.3. Integrasi Pasar	12
2.1.4. Harga	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran Operasional dan Hipotesis	20
III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	23
3.2 Jenis Sumber dan Metode Pengumpulan Data	23
3.3 Metode Penarikan Sampel	24
3.4 Metode Analisis Data	24
3.5 Konsepsi Pengukuran Variabel	27
IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
4.1 Pasar Angso Duo	28
4.2 Pasar Talang Banjar	28
V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Gambaran Pasar	29
5.2 Integrasi Pasar	30
VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	33
6.2 Saran	33

DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	37

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Kandungan Gizi	11

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Alur Pemikiran	22

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Luas Pasar dan Jumlah Pedagang di Pasar Tradisional Kota Jambi	37
2.	Daftar Harga Cabai Merah Besar di Pasar Angso Duo dan Pasar Talang Banjar Harian	38
3.	Daftar Harga Cabai Merah Keriting di Pasar Angso Duo dan Pasar Talang Banjar Harian	39
4.	Hasil Perhitungan Coefisien Variabel Cabai Merah Besar Harian	40
5.	Hasil Perhitungan Coefisien Variabel Cabai Merah Keriting Harian	41
6.	Grafik Perkembangan Harga Cabai Merah Besar di Angso Duo	42
7.	Grafik Perkembangan Harga Cabai Merah Keriting di Pasar Angso Duo	43
8.	Grafik Perkembangan Harga Cabai Merah Besar di Pasar Talang Banjar	44
9.	Grafik Perkembangan Harga Cabai Merah Keriting di Pasar Talang Banjar	45
10.	Data Olahan SPSS Cabai Merah Besar	46
11.	Data Olahan SPSS Cabai Merah Keriting	47
12.	Hasil Olahan SPSS Cabai Merah Besar	48
13.	Hasil Olahan SPSS Cabai Merah Keriting	49

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cabai merah merupakan salah satu komoditas hortikultura yang banyak dikembangkan dan merupakan salah satu kebutuhan masyarakat di Indonesia. Cabai merah juga banyak digunakan sebagai bumbu masakan, ramuan obat, dan sebagai campuran dalam industri makanan dan minuman. Hal ini mengakibatkan tingkat permintaan cabai merah yang terus terjadi, dan pada waktu tertentu harga cabai merah mengalami kenaikan, misalnya pada tahun baru atau pada saat hari raya lebaran (Anonim, 2005).

Pasar merupakan kelembagaan yang kompleks karena membentuk hirarki dan keterkaitan dalam transaksi yang melibatkan berbagai macam komoditi secara simultan (Palaskas and Harris, 1991 dalam Anindita, 2004). Kinerja (performance) suatu pasar dapat diwujudkan dengan integrasi pasar yang merupakan hasil dari tindakan pedagang-pedagang dan pengoperasian lingkungan yang ditentukan oleh infrastruktur yang tersedia untuk perdagangan dan kebijakan-kebijakan yang mempengaruhi transmisi harga dari satu pasar ke pasar lainnya.

Sejak lama pasar tradisional memegang peranan penting dalam memajukan dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi rakyat. Fungsi penting pasar tradisional di samping sebagai muara dari produk - produk masyarakat di sekitarnya (lokal), juga merupakan lapangan kerja yang sangat bermanfaat bagi masyarakat. Hasil - hasil pertanian yang di hasilkan petani secara langsung dapat di bawa ke pasar. Untuk membawa hasil-hasil pertanian tersebut di butuhkan tenaga kerja. Tenaga

kerja tidak semata membawa hasil petani ke pasar, namun ketika para pedagang membeli hasil - hasil pertanian, pedagang membutuhkan tenaga angkut, tenaga kerja yang sekaligus dimanfaatkan sebagai kuli panggul. Pada hakikatnya pasar tradisional bergerak pada sektor informal, oleh karena itu siapa saja memiliki peluang untuk mendapatkan pekerjaan di pasar (Palaskas and Harris, 1991 dalam Anindita, 2004).

Suatu komoditas bisa sampai ke konsumen dengan adanya pasar. Kota Jambi memiliki beberapa pasar tradisional yaitu Pasar Angso Duo, Pasar Talang Banjar, Pasar Handil, dan lain - lain. Melihat perilaku konsumen di kota jambi yang menganggap Pasar Angso Duo sebagai Pasar Induk. Sehingga banyak konsumen yang berbelanja di Pasar Angso Duo padahal di kota jambi memiliki pasar tradisional yang lain, seperti Pasar Talang Banjar, Pasar TAC, Pasar Kasang, Pasar Aur Duri, Pasar Olak Kemang, Pasar Talang Gulo.

Pasar memegang peranan penting dalam penjualan produk – produk pertanian. Salah satunya adalah komoditas hortikultura yaitu Cabai merah (besar dan keritng). Dengan perilaku konsumen yang menganggap pasar angso duo sebagai pasar induk disini penulis tertarik untuk meneliti apakah pasar cabai merah (besar dan keriting) di pasar Talang Banjar ber-Integrasi dengan pasar Angso Duo. Berdasarkan uraian di atas, maka judul yang diambil adalah “Integrasi Pasar Cabai Merah di Pasar Angso Duo dan Pasar Talang Banjar di Kota Jambi ”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gambaran harga komoditas cabai merah di Pasar Angso Duo dan Pasar Talang Banjar ?
2. Apakah ada integrasi pasar cabai merah antara Pasar Angso Duo dan Pasar Talang Banjar ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Mendeskripsikan harga komoditas cabai merah di Pasar Angso Duo dan Pasar Talang Banjar.
2. Menganalisis integrasi Pasar Angso Duo dan Pasar Talang Banjar.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dan kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, penelitian ini nantinya diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.
2. Bagi pembaca, hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan tambahan referensi penelitian lebih lanjut.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis

2.1.1 Pasar

Pasar merupakan tempat praktik transaksi jual beli barang/jasa berlangsung, dan telah terjadi sejak manusia mulai mengenal pertukaran dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Sejalan dengan stigma yang terjadi dalam masyarakat, seiring perkembangan zaman pasar telah mengalami perkembangan dan perubahan. Saat ini masyarakat mengenal dua jenis pasar yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Dua jenis pasar ini memiliki karakter yang berbeda. Pasar tradisional merupakan tempat jual beli komoditas yang merupakan kebutuhan sehari-hari dengan melakukan proses tawar menawar antara penjual dan pembeli. pengertian tentang pasar (khususnya pasar tradisional) bahwasannya pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli (proses penawaran) (Polanyi (2003)).

Polanyi (2003) Pasar induk adalah pasar utama di Kota besar yang merupakan pusat penyalur barang kebutuhan untuk pasar lainnya. Pasar terbagi dua yaitu pasar modern dan pasar tradisional.

1. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang menjual barang atau jasa, dijual dengan harga pas, maka di pasar modern tidak terjadi proses tawar-menawar harga barang antara penjual dan pembeli. Produk yang di perjual-belikan di pasar ini merupakan produk yang berkualitas dan harganya pun sudah di tentukan dengan memberi label harga pada produk atau barang yang di jual. Pasar modern

berlokasi di perkotaan atau di pinggir kota dengan kondisi tempat yang bersih dan nyaman bagi konsumen (Polanyi (2003)..

Produk yang dijual di pasar ini sangat beragam, mulai dari kebutuhan rumah tangga dan barang lainnya. Beberapa contoh pasar modern adalah :

- Ramayana
- Hypermart
- Carrefour
- Alfamart
- Indomaret
- Jamtos (Jambi Town Square)
- dan lain-lain

Masyarakat bisa dengan mudah mengenali suatu jenis pasar melalui ciri-ciri jenis pasar tersebut. Adapun ciri-ciri pasar modern yaitu :

- Harga di setiap barang sudah tertera pada masing-masing barang dan di beri barcode
- Tidak terjadi proses tawar menawar harga barang
- Pasar ini berada pada suatu bangunan dimana pelayanannya dilakukan sendiri (swalayan)
- Jenis produk yang ada di pasar ini beragam dan memiliki berkualitas baik
- Kondisi pasar jenis ini biasanya nyaman dan bersih karena dilengkapi dengan Air Conditioner dan petugas kebersihan

Setiap jenis pasar mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing yaitu :

➤ Kelebihan Pasar Modern :

1. Menjual Produk yang berkualitas
2. Kondisi Pasar Bersih dan Nyaman
3. Membuka Lapangan Pekerjaan
4. Meningkatkan PDB

➤ Kekurangan Pasar Modern :

1. Terjadi Kesenjangan Ekonomi
2. Terjadi Eksploitasi Terhadap Pemasok
3. Terjadi Pengurangan Devisa Negara

2. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah suatu pasar dimana kegiatannya atau proses transaksinya masih dilakukan dengan tradisional, yaitu penjual dan pembeli saling bertemu untuk melakukan proses tawar-menawar harga suatu barang/ jasa.

Umumnya jenis pasar ini berada di lokasi terbuka dan produk yang dijual merupakan kebutuhan pokok manusia, yaitu makanan. Pasar tradisional dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, BUMN, BUMD, atau pihak swasta.

Tempat berjualan para pedagang di pasar ini terdiri dari kios-kios atau gerai, dan los. Kebanyakan jenis pasar ini terlihat kumuh karena kebersihan yang kurang terjaga, karena tumpukan sampah dan kotoran ada dimana-mana dan menyebabkan bau tak sedap. Beberapa contoh pasar tradisional (Polanyi (2003)). :

- Pasar Beringharjo (Yogyakarta)

- Pasar Senen (Jakarta)
- Pasar Angso Duo (Jambi)
- Pasar Talang Banjar (Jambi)
- Pasar Ikan (Medan)
- dan lain-lain

Pasar tradisional memiliki karakteristik yang mengacu pada penjelasan definisi di atas, berikut adalah ciri-ciri pasar ini:

- Produk yang dijual di pasar ini merupakan kebutuhan rumah tangga, seperti bahan-bahan mentah untuk makanan.
- Pemerintah setempat bertugas untuk menjaga keamanan dan ketertiban namun tidak turut campur tangan langsung dalam operasional pasar.
- Transaksi jual-beli di pasar tradisional ini melalui proses tawar-menawar harga barang antara pembeli dan penjual.
- Harga komoditi yang dijual di pasar ini biasanya relatif murah dan sangat terjangkau.
- Area pasar tradisional biasanya berada di tempat yang terbuka.
- Di pasar ini tidak terjadi monopoli oleh satu produsen tertentu.
- Harga barang, lokasi, dan cara pelayanan penjual merupakan faktor penentu besarnya penjualan.

Pasar tradisional memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan seperti bentuk pasar lainnya. Adapun kelebihan dan kekurangan jenis pasar ini adalah sebagai berikut :

1. Kelebihan

- Di pasar ini tidak terjadi monopoli pasar oleh produsen tertentu.
- Pendapatan para penjual cenderung merata, tergantung bagaimana cara bernegosiasi dengan para pembeli.
- Kegiatan ekonomi pasar di pasar ini berlandaskan pada kejujuran.
- Pemerintah tidak bisa melakukan intervensi terhadap operasional di pasar ini.
- Penjual dapat masuk dan keluar pasar dengan mudah.

2. Kekurangan

- Pertumbuhan ekonomi di pasar ini tergolong cukup lambat.
- Kualitas produk dan layanan cenderung tidak berkembang karena tidak ada inovasi di dalam pasar.
- Pasar ini sangat terikat dengan budaya setempat sehingga sulit untuk berubah.
- Produk yang dijual terbatas karena bergantung pada hasil kekayaan alam, misalnya sayuran, ternak, dan bahan baku makanan lainnya.
- Nilai atau harga suatu barang pada pasar ini didasarkan pada proses tawar-menawar dan tidak ada standar bakunya.

3. Peran pasar tradisional

Pasar tradisional memiliki beberapa peran seperti bentuk pasar lainnya.

Beberapa peran jenis pasar ini adalah sebagai berikut :

A. Peran Pasar Bagi Produsen

Adapun peranan pasar bagi produsen di antaranya sebagai tempat promosi barang atau jasa, untuk mencari bahan-bahan produksi, menjual barang hasil produksi (Polanyi (2003).

B. Peran Pasar Bagi Konsumen

Polanyi (2003). Pasar juga berperan bagi konsumen dalam kegiatan perekonomiannya. Peran pasar bagi konsumen sebagai tempat:

1. Konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari.
2. Konsumen untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan
3. Konsumen untuk menawarkan sumber daya yang dimilikinya.

C. Peran Pasar Bagi Pemerintah

Polanyi (2003). Pasar selain berperan bagi produsen dan konsumen, pasar juga berperan bagi pemerintah. Peran pasar bagi pemerintah sebagai:

1. Sumber pendapatan bagi negara/pemerintah
2. Penunjang bagi kelancaran pembangunan nasional, karena terdapat bahan bangunan sebagai penunjang pembangunan dan di pasar pemerintah memperoleh pendapatan yang kemudian pendapatan itu dipakai untuk pembangunan.

2.1.2 Cabai Merah

Cabai, cabai merah adalah buah dan tumbuhan anggota genus *Capsium*. Buahnya dapat digolongkan sebagai sayuran maupun bumbu, tergantung bagaimana digunakan. Sebagai bumbu, cabai yang pedas sangat populer di Asia

Tenggara sebagai penguat rasa makanan. Untuk masakan Padang, cabai bahkan dianggap sebagai "bahan makanan pokok" ke sepuluh (alih-alih sembilan). Sangat sulit bagi masakan Padang dibuat tanpa cabai. Cabai mempunyai nama latin *capsium annum L* yang merupakan salah satu komoditas sayuran dan banyak dibudidayakan oleh petani di Indonesia (Dalimartha, 2003).

Klasifikasi Menurut (Dalimartha, 2003) klasifikasi tanaman cabai merah adalah sebagai berikut:

Kingdom	: Plantae
Divisio	: Spermathophyta
Subdivision	: Angiospermae
Klas	: Dicotyledonae
Subklas	: Sympetalae
Ordo	: Tubiflora
Family	: Solanaceae
Genus	: Capsium
Spesies	: <i>Capsium annum L</i>

Cabai memiliki nilai jual yang cukup tinggi dan memiliki beberapa manfaat bagi kesehatan manusia salah satunya yakni zat capsaicin yang berfungsi untuk mengendalikan penyakit kanker.

Selain itu vitamin C yang ada pada cabai terbilang cukup tinggi mampu memenuhi kebutuhan harian setiap orang, namun harus dikonsumsi pada takaran yang pas agar terhindar dari nyeri lambung dan berbagai gangguan sistem pencernaan lainnya. Berikut ini kandungan gizi yang terkandung di cabai merah :

Tabel 1. Kandungan gizi cabai merah

Senyawa	Kadar Nutrisi	Persen dari Kebutuhan Harian
Energi (kalori)	40,00	2,00
Karbohidrat (g)	8,81	7,00
Protein (g)	1,87	3,00
Lemak total (g)	0,44	2,00
Serat (g)	1,50	3,00
Folat (μg)	23,00	6,00
Niasin (mg)	1,244	8,00
Asam pantotenan (mg)	0,201	4,00
Piridoksin (mg)	0,506	39,00
Riboflavin (mg)	0,086	6,50
Taimin (mg)	0,72	6,00
Vitamin A (UI)	952,00	32,00
Vitamin C (mg)	143,70	240,00
Vitamin E (mg)	0,69	4,50
Vitamin K (μg)	14,00	11,50
Natrium (mg)	9,00	0,50
Kalium (mg)	322,00	7,00
Kalsium (mg)	14,00	1,50
Tembaga (mg)	0,129	14,00
Besi (mg)	1,03	13,00
Magnesium (mg)	23,00	6,00
Mangan (mg)	0,187	8,00
Fosfor (mg)	43,00	6,00
Selenium (μg)	0,50	1,00
Seng (mg)	0,26	2,00
β -karoten (μg)	534,00	–
α -karoten (μg)	36,00	–
β - kriptosanin (μg)	40,00	–
Lutein-zeasantin (μg)	709,00	–

Sumber. USDA National Nutrient Data Base.

2.1.3 Integrasi Pasar

Integrasi atau keterpaduan pasar merupakan salah satu indikator dari efisiensi pemasaran, terutama efisiensi harga. Integrasi pasar merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh perubahan harga yang terjadi di pasar acuan (pasar pada tingkat yang lebih tinggi seperti pedagang eceran) akan menyebabkan terjadinya perubahan pada pasar pengikutnya (misalnya pasar di tingkat petani). Dengan demikian analisis integrasi pasar sangat erat kaitannya dengan analisis struktur pasar (Asmarantaka, 2009).

Dua tingkatan pasar dikatakan terpadu atau terintegrasi jika perubahan harga pada salah satu tingkat pasar disalurkan atau ditransmisi ke pasar lain. Dalam struktur pasar persaingan sempurna, perubahan harga pada pasar acuan akan ditransfer secara sempurna (100%) ke pasar pengikut, yakni di tingkat petani. Integrasi pasar akan tercapai jika terdapat informasi pasar yang memadai dan disalurkan dengan cepat ke pasar lain sehingga partisipan yang terlibat di kedua tingkat pasar (pasar acuan dan pasar pengikut) memiliki informasi yang sama (Asmarantaka, 2009)..

Analisis terhadap keterpaduan (integrasi) pasar sangat penting karena (1) pengetahuan tentang integrasi pasar akan mempermudah pengawasan terhadap perubahan harga (2) digunakan untuk memperbaiki rencana kebijakan pemerintah sehingga tidak ada duplikasi intervensi (3) digunakan untuk memprediksi harga-harga di semua negara (tidak hanya pasar lokal tapi juga pasar dunia) dan (4) digunakan sebagai dasar untuk merumuskan jenis infrastruktur pemasaran yang lebih relevan untuk pengembangan pasar pertanian (Asmarantaka, 2009)..

Goletti, Ahmed and Farid, 1994 dalam Anindita, 2004 menyatakan bahwa pasar-pasar dapat terintegrasi atau tidak akan dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: (1) infrastruktur pasar, meliputi: transportasi, komunikasi, kredit dan fasilitas penyimpanan yang ada di pasar, (2) kebijakan pemerintah yang mempengaruhi sistem pemasaran, misalnya: pengetatan perdagangan, regulasi-regulasi kredit dan regulasi-regulasi transportasi, (3) ketidakseimbangan produksi antar daerah sehingga terdapat pasar surplus (hanya mengekspor ke pasar lain) dan pasar defisit (hanya mengimpor dari pasar lain) dan (4) *supply shock* seperti banjir, kekeringan, penyakit akan mempengaruhi kelangkaan produksi yang terlokalisasi sedangkan hal-hal tak terduga lain seperti aksi mogok akan mempersulit transfer komoditi.

Integrasi atau keterpaduan dari beberapa pasar dapat diuji dari hubungan antara harga – harga yang terbentuk dari pasar-pasar tersebut. Dua buah pasar yang terintegrasi akan membentuk harga keseimbangan yang berkaitan secara langsung. Arah kaitan (hubungan) harga tersebut dapat timbal balik (dua arah) atau searah, tergantung pada kekuatan masing-masing pasar. Hubungan yang searah terjadi apabila satu pasar sangat kuat, sehingga mampu mendominasi pasar lainnya. Pasar yang dominan ini akan bertindak sebagai pemimpin harga (*price leader*). Tingkat harga pada pasar pemimpin ini mempengaruhi harga pada pasar lainnya, dan tidak sebaliknya. Apabila di antara pasar-pasar yang terintegrasi tidak ada yang begitu kuat untuk jadi pemimpin harga, maka tingkat harga yang terjadi pada pasar yang terintegrasi akan saling mempengaruhi. Salah satu indikator statistik yang sering dipakai untuk menguji integrasi pasar adalah koefisien korelasi. Dua pasar

dikatakan berintegrasi apabila harga yang terbentuk pada kedua pasar tersebut berkorelasi positif. Untuk menghitung koefisien korelasi harga antara ke dua pasar, sebutlah harga di pasar X dan harga di pasar Y dapat digunakan rumus sebagai berikut (Wasrob Nasarudin, 1999) :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Dimana r_{xy} = koefisien korelasi harga antara pasar x dan pasar y
 n = banyaknya pengamatan
 P_{xi} = harga di pasar X pada pengamatan ke-i
 P_{yi} = harga di pasar Y pada pengamatan ke-i

Koefisien korelasi yang tinggi mendekati satu menunjukkan pembentukan harga telah terpadu dengan sempurna, yang berarti bahwa pasarnya mendekati keadaan persaingan sempurna (Wasrob Nasarudin, 1999).

Namun, seperti yang telah diketahui, koefisien korelasi tidak mampu membedakan suatu hubungan yang tercipta secara langsung atau secara kebetulan. Misalnya harga – harga dari dua pasar yang tidak saling berhubungan dapat berkorelasi positif karena mempunyai kesamaan trend, siklus musim, atau faktor – faktor sinkronisasi lainnya (Heytens, 1986). Disamping itu koefisien korelasi tidak mampu menunjukkan arah hubungan timbal balik dari harga – harga yang dianalisis. Oleh karena itulah metode koefisien korelasi kurang cocok digunakan untuk menguji integrasi pasar (harris, 1979; Heytens, 1986).

Pembentukan harga pada pasar terbentuk dipengaruhi oleh pembentukan harga pada pasar yang lain dapat dilihat dari keterpaduan pasar. Keterpaduan komoditas pangan dianalisis dengan menggunakan model Index Market Connection (IMC) yang telah dikembangkan oleh Ravallion (1986) dan Haytens (1986) dalam jurnal

Zainuddin (2017). Analisis ini digunakan untuk melihat efisiensi harga. Model ekonometrika yang digunakan untuk menganalisis keterpaduan pada komoditas pangan adalah :

$$P_{it} = \beta_1 P_{it-1} + \beta_2 (P_{jt} - P_{jt-1}) + \beta_3 P_{jt-1} + U_t$$

Dimana : P_{it} adalah harga komoditas di pasar i hari ke t
 P_{it-1} adalah harga komoditas di pasar i hari ke t - 1
 P_{jt} adalah harga komoditas di pasar j hari ke t
 P_{jt-1} adalah harga komoditas di pasar j hari ke t - 1
 β_i adalah koefisien model (i = 1,2,3)
 U_t adalah random error.

Integrasi pasar dapat dilihat dari nilai Index Market Connection (IMC) merupakan rasio dari koefisien variabel lag harga tingkat pasar i (P_{it-1}) dengan koefisien variabel lag harga pada tingkat pasar j (P_{jt-1}) atau dalam bentuk matematis berikut ini yang dikembangkan oleh Ravallion (1986) dan Haytens (1986) dalam Zainuddin (2017) :

$$IMC = \frac{\beta_1}{\beta_3}$$

Dimana : IMC = Index Market Connection
 β_1 = Koefisien regresi variabel P_{it-1}
 β_3 = Koefisien regresi variabel P_{jt-1}

Kaidah Keputusan :

Bila $IMC > 1$ tidak terdapat integrasi pasar antara pasar i dan pasar j

Bila $IMC < 1$ terjadi integrasi pasar antara pasar i dan pasar j

Menurut Wibowo (2012), untuk ketetapan model regresi sampel dalam menafsir aktualnya dapat diukur dari nilai analisis statistik F, nilai statistik t, dan koefisien determinan.

- Uji F (Simultan)

Uji statistik f untuk membuktikan apakah variabel-variabel bebas (X) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y) maka di lakukan Uji F. (Sudjana,1992)

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1-R) / (n - k - 1)}$$

Kaidah keputusan :

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tolak H_0 dan terima H_a

artinya variabel-variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka terima H_0 dan tolak H_a

artinya variabel-variabel bebas secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

- Uji T (Parsial)

Menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji terhadap nilai statistik t merupakan uji signifikansi parameter individual. Nilai statistik t menunjukkan seberapa jauh variabel independen secara individual terhadap variabel dependennya. Dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{se b_i}$$

Keterangan : b_i : Koefisien regresi dari variabel ke-i
 $se b_i$: Standar error

Kaidah keputusan :

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka tolak H_0 dan terima H_a

artinya variabel independen merupakan penjelas variabel dependen.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka terima H_0 dan tolak H_a

artinya variabel independen bukan merupakan penjelas variabel dependen.

- Koefisien Determinasi

Menurut Kuncoro (2004), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik.

$$R^2 = \frac{\sum (\bar{Y}_i - Y)^2}{\sum (\bar{Y}_i - Y)^2}$$

Implikasi dari persamaan diatas adalah sebagai berikut :

- a. Untuk $k > 1$ dan adjusted $R^2 < R^2$, bila jumlah variabel independen di tambah maka adjusted R^2 naik dengan jumlah kenaikan kurang dari R^2 .
- b. Adjusted R^2 dapat bernilai negatif kendati R^2 selalu positif, bila Adjusted R^2 bernilai negatif maka nilainya dianggap nol.

Secara umum bila tambahan variabel independen merupakan prediktor yang baik maka akan menyebabkan nilai varians naik dan pada gilirannya Adjusted R^2 meningkat. Sebaliknya bila tambahan variabel baru tidak meningkatkan varians maka Adjusted R^2 akan menurun. Artinya tambahan variabel baru tersebut bukan merupakan prediktor yang baik bagi variabel dependen.

2.1.4 Harga

Secara historis harga itu ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar, sehingga terjadilah kesepakatan harga tertentu. Pada mulanya harga menjadi faktor penentu, tetapi dewasa ini faktor penentu pembelian semakin bervariasi, sehingga faktor selain harga juga banyak berperan dalam keputusan pembelian. Semua variabel yang terdapat pada bauran pemasaran merupakan unsur biaya kecuali variabel harga yang satu-satunya merupakan unsur pendapatan (revenue).

Harga-harga memainkan peranan sentral dalam teori ekonomi, yaitu dalam membimbing dan mengarahkan produksi dan konsumsi. Dari sisi penawaran faktor-faktor yang mempengaruhi harga produk pertanian ialah keputusan-keputusan produksi usahatani, cuaca, hama dan penyakit, luas areal panen dan impor pangan. Sedangkan dari sisi permintaan faktor-faktor yang menentukan ialah pendapatan konsumen, harga-harga, selera dan pilihan, jumlah penduduk, dan ekspor. Selanjutnya kegiatan tataniaga juga dapat mempengaruhi harga-harga usahatani melalui subsidi harga, pembatasan areal, kebijaksanaan perdagangan dan sebagainya (Wasrob Nasarudin, 1999).

Koefisien keragaman adalah perbandingan antara standar deviasi dan harga rata – rata (mean) dinyatakan dalam persen (%). Tujuan dilakukan perhitungan koefisien keragaman dalam suatu rangkaian data, semakin kecil nilai koefisien semakin seragam data tersebut, begitu pula sebaliknya semakin besar nilai koefisien keragaman, semakin tidak seragam data tersebut.

Variasi data Untuk menghitung dapat digunakan rumus sebagai berikut (Wasrob Nasarudin, 1999) :

$$CV = \frac{s}{\bar{x}} \times 100\%$$

Dimana : s = simpangan baku (standard deviasi)
 \bar{x} = rata-rata (mean) nilai data

$$s = \frac{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2}}{n - 1}$$

Dimana : x = nilai data
n = Σ data

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian terdahulu penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

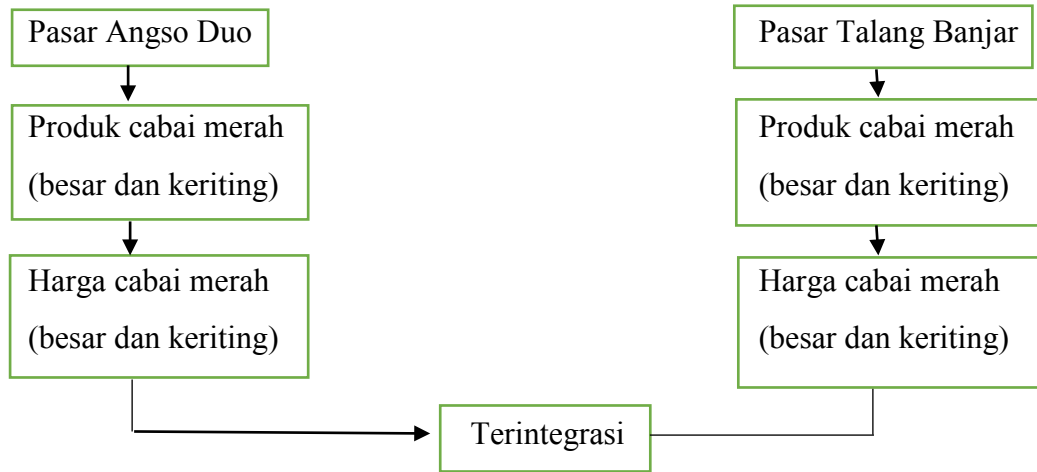
Anggara D.Z, et all (2016), dengan judul Analisis Integrasi Pasar Apel, Kasus di Desa Sumbergondo, Kota Batu, Jawa Barat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis integrasi pasar. Analisis integrasi pasar antara petani dan pedagang pengecer menunjukkan bahwa pasar apel terintegrasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data *time series* bulanan selama periode tahun 2004-2014. Hasil analisis kointegrasi johansen menunjukkan ada hubungan harga antar petani dan pedagang pengecer Kota Batu, Malang dan Surabaya.

Siti S, et all (2013), dengan judul Analisis Integrasi Pasar Bawang Merah di Kabupaten Pamekasan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis integrasi pasar. Pemasaran bawang merah di Desa Lesong Daya Kecamatan Batumarmar melibatkan beberapa lembaga pemasaran (pedagang pengumpul, pedagang frosir, serta pedagang pengecer). Sedangkan untuk saluran pemasaran bawang merah di Desa Lesong Daya terdiri dari dua saluran pemasaran. Untuk fungsi pemasaran yang dilakukan oleh semua lembaga pemasaran yang terlihat cenderung sama. Berdasarkan hasil analisis margin pemasaran, *farmer's share*, serta distribusi margin menunjukkan bahwa saluran pemasaran pada saat petani menjual dalam kondisi kering pada pola I lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran lain. Berdasarkan hasil analisis harga, pasar terintegrasi kuat baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang berdasarkan keterpaduan harga rata – rata bulanan bawang merah periode Januari 2012 sampai dengan April 2013.

Rahayuningsi (2009), dengan judul Analisis Keterpaduan Pasar Tomat Antara Pasar Tawamangu Kabupaten Karanganyar dengan Pasar Legi. Analisis ini menggunakan metode analisis IMC. Keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara pasar tawamangu dengan pasar legi di kabupaten Boyolali rendah. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis IMC yang nilainya lebih dari satu yaitu sebesar 1,19 yang artinya bahwa hanya sedikit informasi tentang perubahan harga yang terjadi di pasar acuan (pasar legi) yang ditransmisikan ke pasar lokal (pasar tawamangu).

2.4 Kerangka Pemikiran Operasional dan Hipotesis

Pasar tradisional menjual produknya dengan harga yang relatif terjangkau dan penyedia barang kebutuhan pokok sehari-hari yang selalu dibutuhkan. Di Provinsi Jambi khususnya Kota Jambi memiliki beberapa pasar tradisional, disini peneliti ingin meneliti Pasar Angso Duo dan Pasar Talang Banjar, dikarenakan perilaku konsumen yang menganggap Pasar Angso Duo sebagai pasar induk maka peneliti menduga Pasar Angso Duo adalah Pasar induk. Peneliti menyampaikan bahwa Pasar Angso Dua merupakan pasar dengan luas terbesar dan jumlah pedagang yang banyak diantara pasar-pasar tradisional yang ada di Kota Jambi (lampiran 1). Diduga asar kecil mengadakan pengadaan barang atau komoditas pertanian seperti cabai merah yaitu cabai merah besar dan cabai merah keriting dari pasar besar, dengan demikian perubahan harga cabai merah, cabai merah besar maupun keriting di Pasar Angso Duo akan menentukan perubahan harga di Pasar Talang Banjar. Maka peneliti ingin meneliti apakah Pasar Talang Banjar terintegrasi dengan pasar angso duo untuk komoditi cabai merah. Maka dapat dibuat alur pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1, alur pemikiran

Hipotesis pemikiran : peneliti menduga adanya Integrasi harga cabai merah (besar dan keriting) pasar angso duo dengan pasar talang banjar.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada bulan September pada Pasar Tradisional yang ada di Provinsi Jambi khususnya di Kota Jambi yaitu Pasar Angso Duo dan Pasar Talang Banjar. Di pilihnya pasar ini sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan bahwasannya pasar angso duo dan talang banjar merupakan dua pasar besar dan banyak jumlah pedagang di kota jambi (lampiran 1).

Kajian difokuskan pada gambaran pasar dan harga cabai merah di pasar angso duo dan talang banjar serta integrasi ke dua pasar tersebut. Adapun data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah :

1. Informasi profil masing – masing pasar.
2. Perkembangan harga komoditas cabai merah di masing-masing pasar.

3.2 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan adalah time series berupa data 30 hari di bulan September 2019 dan berskala ukur ratio. Skala ratio adalah suatu skala yang memiliki sifat – sifat skala nominal, skala ordinal, dan skala interval dilengkapi dengan titik nol absolut dengan makna empiris. Karena terdapat angka nol, maka pada skala ini dapat dibuat perkalian atau pembagian. Angka pada skala menunjukkan ukuran yang sebenarnya dari objek/kategori diukur. Data yang dikumpulkan merupakan data sekunder dalam penelitian ini, diperoleh dari literatur – literatur dan instansi – instansi terkait yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pasar, Badan Pusat Statistik. Dalam penelitian ini

menggunakan metode pengumpulan data desk study. Metode desk study yaitu cara pengumpulan data dan informasi melalui pemeriksaan dan analisis data dan informasi yang menggunakan data sekunder, baik berupa dokumen – dokumen internal/eksternal.

3.3 Metode penarikan sampel

Metode penarikan sampel Pasar Angso Duo dan Pasar Talang Banjar yang digunakan adalah metode secara sengaja (purposive) dengan Pertimbangan kedua pasar menunjukkan luas dan penjual terbesar di Kota Jambi (lampiran 1). Populasi dalam penelitian ini adalah pasar tradisional.

3.4 Metode analisis data

Data dianalisis secara deskriptif, baik secara kualitatif dan kuantitatif. Untuk deskripsi harga produk cabai merah di masing – masing pasar dilihat dengan menggunakan koefisien keragaman dengan rumus sebagai berikut (Wasrob, 1999) :

$$CV = \frac{s}{\bar{x}} \times 100\%$$

Dimana : s = simpangan baku (standard deviasi)
 \bar{x} = rata-rata (mean) nilai data

$$s = \frac{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2}}{n - 1}$$

Dimana : x = nilai data
 $n = \sum$ data

Untuk melihat integrasi pasar menggunakan indikator Index Market Connection (IMC). Analisis ini digunakan untuk melihat efisiensi harga dalam tataniaga komoditas pangan. Model ekonometrika yang digunakan untuk menganalisis keterpaduan pada komoditas pangan yang dikembangkan oleh

Ravallion (1986) dan Haytens (1986) dalam jurnal Zainuddin (2017). Ada tidaknya integrasi pasar cabai merah digunakan indikator Indeks Market Connection dengan rumus sebagai berikut (Zainuddin, 2017) :

$$IMC = \frac{\beta_1}{\beta_3}$$

Dimana : IMC = Index Market Connection

β_1 = Koefisien regresi dari variabel P_{it-1} adalah harga komoditas cabai merah di pasar Talang Banjar hari ke t-1

β_3 = Koefisien regresi dari variabel P_{jt-1} adalah harga komoditas cabai merah di pasar Angso Duo hari ke t-1

Kaidah keputusan :

Bila $IMC > 1$ tidak terdapat integrasi pasar cabai merah antara pasar angso duo dan pasar talang banjar

Bila $IMC < 1$ terjadi integrasi pasar cabai merah antara pasar angso duo dan pasar talang banjar

IMC di tentukan dari persamaan linier berganda :

$$P_{it} = \beta_1 P_{it-1} + \beta_2 (P_{jt} - P_{jt-1}) + \beta_3 P_{jt-1} + U_t$$

Dimana : P_{it} adalah harga komoditas cabai merah (besar dan keriting) di pasar talang banjar hari ke t
 P_{it-1} adalah harga komoditas cabai merah di pasar talang banjar hari ke t – 1
 $P_{jt} - P_{jt-1}$ adalah perbedaan harga cabai merah (besar dan keriting) di Pasar Angso Duo antara hari t dan t-1
 P_{jt} adalah harga komoditas cabai merah di pasar angso duo hari ke t
 P_{jt-1} adalah harga komoditas cabai merah di pasar angso duo hari ke t – 1
 β_i adalah koefisien model (i = 1,2,3)
 U_t adalah random error.

Selanjutnya untuk menguji seberapa besar variansi tak bebas dapat dijelaskan oleh variansi dari variabel bebas digunakan rumus R^2 sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{\sum y_i x_i}{\sum y_i^2}$$

Dimana : R^2 : Koefisien determinan
 B_i : Koefisien regresi variabel ke-i
 y_i : Jumlah simpangan variabel terikat dari nilai rata-ratanya
 x_i : Jumlah simpangan variabel bebas ke-1 dari rata-ratanya
 y_i^2 : jumlah kuadrat suatu variabel ke-1 dari nilai rata-ratanya

Nilai R^2 mempunyai jarak 0-1 makin besar R^2 (mendekati 1) menunjukkan bahwa seluruh data berada pada garis linier yang sama.

Uji F

Adalah untuk membuktikan apakah variabel-variabel bebas (X) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y) maka di lakukan Uji F (Sudjana,1992).

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / K}{(1-R) / (n - K - 1)}$$

Kaidah keputusan :

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tolak H_0 dan terima H_a

artinya variabel-variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka terima H_0 dan tolak H_a

artinya variabel-variabel bebas secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Uji T (Parsial)

Adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel secara Parsial, maka di gunakan uji T, dengan rumus sebagai berikut (Sudjana,1992):

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{se\ b_i}$$

Keterangan : b_i : Koefisien regresi dari variabel ke-i
 seb_i : Standar error

Kaidah keputusan :

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka tolak H_0 dan terima H_a

artinya variabel independen merupakan penjelas variabel dependen.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka terima H_0 dan tolak H_a

artinya variabel independen bukan merupakan penjelas variabel dependen.

Untuk membantu proses analisis maka digunakan program SPSS.

3.5 Konsepsi dan pengukuran variabel

Untuk memperlancar informasi dua arah antara peneliti dengan pembaca maka di tetapkan konsepsi variabel sebagai berikut :

1. Integrasi pasar adalah suatu indikator yang menunjukkan hubungan harga antara dua pasar dengan kategori : dua pasar terintegrasi bila $IMC < 1$, tidak terintegrasi bila $IMC > 1$.
2. Pasar tradisional adalah bentuk pasar yang melakukan kegiatan atau proses transaksinya masih melakukan cara tradisional, yaitu penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan proses tawar-menawar harga suatu barang/jasa.
3. Gambaran pasar dalam penelitian ini menyangkut paparan mengenai kondisi dari kedua pasar yang dikaji.
4. Harga adalah nilai produk komoditas cabai merah yang terbentuk pada periode sebulan yang lalu pada ke dua pasar (Rp/Kg).
5. Produk adalah cabai merah (besar dan keriting)

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Pasar Angso Duo

Pasar Angso Duo adalah pasar tradisional terbesar di Kota Jambi. Pasar yang berada di pinggir Sungai Batang hari dan sudah ada sejak tahun 1960-an. Secara. Luas areal pasar tradisional Angso Duo yaitu 7,2 ha. Terdapat 2.688 jumlah pedagang yang berada di dalam areal. Lokasi pasar Angso Duo terletak di Jl. Sultan Thaha, Beringin, Kec. Ps. Jambi, Kota Jambi.

4.2 Pasar Talang Banjar

Pasar Talang Banjar adalah pasar tradisional No.2 terbesar, sebagai pasar distribusi bagi pasar-pasar tradisional lainnya yang ada di Kota Jambi. Pasar talang banjar memiliki pedagang sebanyak 1.198 pedagang (orang) dengan luas lahan 1,12 ha. Jl. Rangkayo Pingai, Kec. Jambi Timur, Kota Jambi

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Harga Cabai Merah di Pasar Angso Duo dan Pasar Talang Banjar

Dari hasil perhitungan koefisien varians komoditas cabai merah besar di pasar angso berdasarkan data harga harian di bulan September 2019 sebesar 0,05477 dengan nilai standar deviasi 1.926,63 yang berarti harga cabai merah besar di angso duo seragam.

Hasil perhitungan koefisien varians komoditas cabai merah besar di pasar talang banjar berdasarkan data harga harian di bulan September 2019 sebesar 0,06061 dengan nilai standar deviasi 2.215,77 yang berarti harga cabai merah besar di pasar talang banjar seragam (Lampiran 4).

Dari hasil perhitungan koefisien varians komoditas cabai merah keriting di pasar angso duo berdasarkan data harga harian di bulan September tahun 2019 sebesar 0,05451 dan nilai standar deviasi pasar angso duo sebesar 2.077,17.

Hasil perhitungan koefisien varians komoditas cabai merah keriting di talang banjar dengan data harga harian di bulan September tahun 2019 sebesar 0,05451 dan nilai standar deviasi dari pasar talang banjar sebesar 2.283,67 yang berarti harga cabai merah keriting di pasar angso duo dan talang banjar seragam (Lampiran 5).

Fluktuasi harga cabai merah keriting lebih tinggi dari cabai merah besar terjadi di pasar Talang Banjar dapat di lihat pada lampiran 7. Dengan harga tertinggi untuk cabai merah besar senilai Rp.62.000 di pasar Angso Duo dan Talang banjar dan harga terendah sebesar Rp.22.000 untuk masing-masing pasar dengan rata-

rata Rp. 35.172 untuk pasar Angso Duo dan Rp. 36.552 untuk pasar Talang Banjar. Untuk harga tertinggi cabai merah keriting di pasar Angso Duo dan Talang Banjar yaitu Rp. 65.000 dan harga terendah Rp. 24.000 dengan rata-rata sebesar Rp. 38.103 untuk pasar Angso Duo dan Rp. 38.897 di pasar Talang Banjar.

5.2 Integrasi Pasar

Dalam penelitian menggunakan data *time series* dengan menggunakan data harian selama 30 hari yaitu pada bulan September 2019 yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi. Penduga dalam penelitian ini yaitu bahwa harga pasar eceran hari sekarang (hari t) akan dipengaruhi oleh tiga hal yaitu harga di pasar eceran pada hari lalu (hari t-1), perubahan harga di pasar acuan antara hari lalu (hari t-1) dengan hari sekarang (hari t) serta harga di pasar acuan pada hari lalu (hari t-1).

Dari hasil analisis, maka didapatkan persamaan dari cabai merah besar dan cabai merah keriting sebagai berikut :

$$\text{Cabai merah besar} = P_{it} = 0,261 (P_{it-1}) + 0,836 (P_{jt} - P_{jt-1}) + 0,838 (P_{jt-1})$$

$$\text{Cabai merah keriting} = P_{it} = 0,314 (P_{it-1}) + 0,758 (P_{jt} - P_{jt-1}) + 0,753 (P_{jt-1})$$

Dimana : P_{it} adalah harga komoditas cabai merah (besar dan keriting) di pasar talang banjar hari ke t

P_{it-1} adalah harga komoditas cabai merah (besar dan keriting) di pasar talang banjar hari ke t-1

P_{jt} adalah harga komoditas cabai merah (besar dan keriting) di pasar

angso dua hari ke t

P_{jt-1} adalah harga komoditas cabai merah (besar dan keriting) di pasar

angso dua hari ke t-1

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 92,5% untuk model integrasi cabai merah besar dan 91,7% untuk cabai merah keriting. Variasi dari Harga kemarin dan perbedaan harga di pasar angso dua serta harga kemarin di pasar talang banjar dapat menjelaskan variasi pembentukan harga cabai merah besar dan keriting pada hari ini di pasar talang banjar berdasarkan data yang ada (Lampiran 12 dan 13).

Hasil Uji F menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} sebesar 116,339 lebih besar dari f_{tabel} (df residual = 25, df regresi = 3) pada tingkat kepercayaan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima, yang artinya secara bersama-sama harga sekarang di pasar Angso dua dan perbedaan harga mempengaruhi pembentukan harga cabai merah (besar, keriting) hari ini di pasar Talang Banjar.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22 didapat nilai dari hasil uji t dari variabel-variabel bebas yang mempengaruhi pembentukan harga cabai merah (besar, keriting) untuk hari ini di pengaruhi oleh harga hari ini dan perbedaan harga cabai merah (besar,keriting) di pasar Angso Duo berpengaruh nyata (signifikan) terhadap pembentukan harga cabai merah (besar, keriting) di pasar Talang Banjar karena nilai $\text{sig } 0,000 < \alpha = 5\%$ pada tingkat kepercayaan 95%.

Hasil regresi komoditas cabai merah antara pasar angso duo dengan pasar talang banjar tersebut dapat digunakan untuk mengetahui tingkat keterpaduan pasar talang banjar dengan melihat nilai IMC (*Indeks Market of Connection*).

$$\text{Cabai merah besar} = \text{IMC} = \frac{\beta_1}{\beta_3} = \frac{0,261}{0,838} = 0,311$$

$$\text{Cabai merah keriting} = \text{IMC} = \frac{\beta_1}{\beta_3} = \frac{0,314}{0,753} = 0,416$$

Pembentukan harga cabai merah di tingkat pasar tradisional di pasar talang banjar dipengaruhi oleh harga cabai merah di pasar angso duo pada hari sebelumnya (P_{jt-1}) dan selisih harga hari ini dan harga kemarin ($P_{jt} - P_{jt-1}$) di pasar angso duo. Analisis data sampel pasar angso duo menunjukkan koefisien dugaan variabel ($P_{jt} - P_{jt-1}$) signifikan (berarti kecil dari satu) dan nilai *index market connection* (IMC) kecil dari satu. Hasil analisis regresi mengenai keterpaduan pasar cabai merah besar dan keriting antara pasar talang banjar dengan angso duo di Kota Jambi diperoleh nilai IMC yang signifikan, karena koefisien regresi variabel harga cabai merah besar dan keriting pada hari $t-1$ signifikan. Hal ini berarti bahwa terjadi integrasi antar pasar Harga cabai merah di pasar talang banjar melalui tawar menawar antara penjual dan pembeli di pasar dan adanya biaya pengangkutan dari pasar angso duo ke pasar talang banjar serta keuntungan yang diambil oleh pelaku ekonomi.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan maka dapat di peroleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran pasar angso duo adalah pasar tradisional terbesar di Kota Jambi yang berada di pinggir Sungai Batang hari.Pasar angso duo memiliki luas 7,2 ha dan terdapat 2.688 jumlah pedagang yang ada di dalam areal.

Pasar talang banjar merupakan pasar terbesar no 2 di Kota Jambi dengan luas lahan 1,12 ha serta memiliki pedagang sebanyak 1.198 pedagang.

2. Fluktuasi harga cabai merah keriting lebih tinggi dari cabai merah besar terjadi di pasar Talang Banjar dapat di lihat pada lampiran 7. Dengan harga tertinggi untuk cabai merah besar senilai Rp.62.000 di pasar Angso Duo dan Talang banjar dan harga terendah sebesar Rp.22.000 untuk masing-masing pasar dengan rata-rata Rp. 35.172 untuk pasar Angso Duo dan Rp. 36.552 untuk pasar Talang Banjar. Untuk harga tertinggi cabai merah keriting di pasar Angso Duo dan Talang Banjar yaitu Rp. 65.000 dan harga terendah Rp. 24.000 dengan rata-rata sebesar Rp. 38.103 untuk pasar Angso Duo dan Rp. 38.897 di pasar Talang Banjar.

3. Terjadi integrasi pasar cabai merah besar dan keriting antara pasar Talang Banjar dengan pasar Angso Duo (acuan) di Kota Jambi. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis IMC yang nilainya 0,311 untuk cabai merah besar dan 0,416 untuk cabai merah keriting. koefisien regresi variabel harga cabai merah besar t-1 (β_1) signifikan dengan nilai 0,261 dan cabe merah keriting dengan nilai 0,314.

6.2. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ini penulis memberikan saran bagi pihak pedagang dan peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut :

1. Inegrasi dan transmisi harga terjadi antara harga komoditas cabai merah di pasar Angso Duo dengan pasar Talang Banjar. Dinamika pasar cabai merah (naik turunnya harga) terintegrasi dengan kuat di kedua pasar secara horizontal.kenaikan harga pada suatu pasar juga di ikuti harga cabai di pasar yang lainnya. Sesuai dengan hasil penelitian ini di temukan pedagang besar (grosir) cabai merah besar atau keriting menjaga stabilitas pasokan (supply) cabai merah besar atau keriting ke pasar Angso Duo.
2. Diharapkan di masa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menambah komoditas produk pertanian dan pasar tradisional yang ada di Kota Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Pollet dan Nasrullah. Penggunaan Metode Statistika Untuk Ilmu Hayati. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Anindita. 2004. Pasar. Di unduh pada tanggal 05-04-2019. <https://www.pengertianpasar.com>
- Anonim. 2005. Cabai merah .
- Asmarantaka. 2009. Integrasi pasar atau keterpaduan pasar. 10-07-2019. <https://www.integrasipasar.com>
- Anggara Dhinatul Zunaidah, Budi Setiawan, Ratya Anindita, 2016. Analisis Integrasi Pasar Apel, Kasus di Desa Sumbergondo, Kota Batu, Jawa Barat. Analisis integrasi pasar antara petani dan pedagang pengecer menunjukkan bahwa pasar terintegrasi. Jawa Barat. Di unduh pada tanggal 29-07-2019.
- Bagian Pemerintahan Setda Kota Jambi. luas wilayah dan pembagian daerah administrasi menurut kecamatan di Kota Jambi tahun 2018.
- Badan Pusat Statistik. Luas Daerah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Jambi Tahun 2013-2018. Badan Pusat Statistik Jambi. Kota Jambi.
- _____. Jumlah penduduk Kota Jambi menurut golongan umur dan jenis kelamin di Kota Jambi tahun 2013-2018
- Dalimartha. 2013. Klasifikasi tanaman cabai. <https://www.klasifikasicabaimerah.com>
- Damodar Gujarati. 1999. Ekonomimetrika Dasar. Erlangga. Jakarta.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disprindag), 2019. Luas pasar dan jumlah pedagang di pasar tradisional kota jambi. Disperindag Kota Jambi. Jambi.
- _____. 2019. Nama pasar dan jenis pasar tradisional di Kota Jambi tahun 2019
- Polanyi. 2003. Pasar terbagi 2 pasar tradisional dan pasar modern. Di unduh pada tanggal 08-04-2019. <https://www.pasartradisionaldanpasarmodern.com>
- Rahayuningsi. 2009. Analisis Keterpaduan pasar tomat antara pasar tawamangu Kabupaten Karangayar denga pasar legi.
- Ravallion, Haytens. 1986. Indeks Market Connection. Dalam jurnal Zainuddin. 2017. Di unduh pada tanggal 14-08-2019. <http://ji.unbari.ac.id/index.php/ilmiah/article/view/57.com>

- Siti Sumaiyah, Slamet Subari, Aminah Happy M. Ariyani, 2013. Analisis Integrasi Pasar Bawang Merah di Kabupaten Pamekasan. Pamekasan. Di unduh pada tanggal 29-07-2019. <https://s3.amazonaws.com>
- Stasiun Meteorologi Jambi. Kelembaban udara maksimum, minimum, dan rata-rata di rinci perbulan di Kota Jambi Tahun 2018 (%)
- Sudjana. 1983. Teknis analisis regresi dan korelasi. Bandung.
- Syofian Siregara. 2015. Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi. Penedamedia. Jakarta.
- Wasrob Nasarudin. 1999. Tataniaga Pertanian.

Lampiran 1. Luas Pasar dan Jumlah Pedagang di Pasar Tradisional Kota Jambi

No	Nama Pasar Tradisional	Alamat Pasar Tradisional (Kecamatan)	Luas lahan pasar	Jumlah Pedagang (Orang)
1	Pasar Talang Banjar	Jl. Rangkayo Pingai (Jambi Timur)	2.750 m ²	1198
2	Pasar TAC	Jl. Prof.Dr.Sumantri B (Danau Sipin)	6.047 m ²	143
3	Pasar Kasang	Jl. Dr. Setia Budi (Jambi Timur)	3.298 m ²	122
4	Pasar Aur Duri	Jl. Permata Aur Duri (Telanaipura	1.500 m ²	152
5	Pasar Olak Kemang	Jl. K.H. Hasan Anang (Danau Sipin)	1.080 m ²	59
6	Pasar Induk	Jl. Lingkar Selatan (kota Jambi)	39.909 m ²	155
7	Pasar Induk Angso Duo	Jl. Sultan Thaha (Beringin)	71.757 m ²	2688

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) 2019

Lampiran 2. Harga cabai merah besar di pasar angso duo dan pasar talang banjar

Daftar harga harian cabai merah besar

Hari Ke	Pasar Angso Duo			Pasar Talang Banjar		
	Xi	Xi - \bar{x}	(Xi - \bar{x}) ²	Xi	Xi - \bar{x}	(Xi - \bar{x}) ²
1	62.000	26.828	719.719.382	62.000	25.448	647.614.744
2	52.000	16.828	283.167.658	52.000	15.448	238.649.227
3	55.000	19.828	393.133.175	62.000	25.448	647.614.744
4	52.000	16.828	283.167.658	52.000	15.448	238.649.227
5	45.000	9.828	96.581.451	55.000	18.448	340.338.882
6	38.000	2.828	7.995.244	52.000	15.448	238.649.227
7	42.000	6.828	46.615.933	45.000	8.448	71.373.365
8	42.000	6.828	46.615.933	38.000	1.448	2.097.503
9	40.000	4.828	23.305.589	42.000	5.448	29.683.710
10	38.000	2.828	7.995.244	42.000	5.448	29.683.710
11	36.000	828	684.899	40.000	3.448	11.890.606
12	34.000	-1.172	1.374.554	34.000	-2.552	6.511.296
13	30.000	-5.172	26.753.864	30.000	-6.552	42.925.089
14	34.000	-1.172	1.374.554	34.000	-2.552	6.511.296
15	34.000	-1.172	1.374.554	34.000	-2.552	6.511.296
16	32.000	-3.172	10.064.209	32.000	-4.552	20.718.193
17	24.000	-11.172	124.822.830	24.000	-12.552	157.545.779
18	22.000	-13.172	173.512.485	22.000	-14.552	211.752.675
19	28.000	-7.172	51.443.520	28.000	-8.552	73.131.986
20	26.000	-9.172	84.133.175	26.000	-10.552	111.338.882
21	28.000	-7.172	51.443.520	28.000	-8.552	73.131.986
22	28.000	-7.172	51.443.520	28.000	-8.552	73.131.986
23	24.000	-11.172	124.822.830	24.000	-12.552	157.545.779
24	30.000	-5.172	26.753.864	30.000	-6.552	42.925.089
25	24.000	-11.172	124.822.830	24.000	-12.552	157.545.779
26	26.000	-9.172	84.133.175	26.000	-10.552	111.338.882
27	28.000	-7.172	51.443.520	28.000	-8.552	73.131.986
28	32.000	-3.172	10.064.209	32.000	-4.552	20.718.193
29	34.000	-1.172	1.374.554	34.000	-2.552	6.511.296
Jumlah	1.020.000	32.695	2.910.137.931	1.060.000	82.488	3.849.172.414
Rata-rata	35.172	1127,413793	100.349.584	36.552	2844,413793	132.730.083

Lampiran 3. Harga cabai merah kriting di pasar angso duo dan pasar talang banjar

Daftar harga harian cabai merah kriting

Hari Ke	Pasar Angso Duo			Pasar Talang Banjar		
	Xi	Xi - \bar{x}	(Xi - \bar{x}) ²	Xi	Xi - \bar{x}	(Xi - \bar{x}) ²
1	56.000	17.897	320.286.564	65.000	26.103	681.390.012
2	65.000	26.897	723.424.495	56.000	17.103	292.527.943
3	55.000	16.897	285.493.460	65.000	26.103	681.390.012
4	58.000	19.897	395.872.771	55.000	16.103	259.321.046
5	55.000	16.897	285.493.460	58.000	19.103	364.941.736
6	48.000	9.897	97.941.736	55.000	16.103	259.321.046
7	40.000	1.897	3.596.908	48.000	9.103	82.872.771
8	44.000	5.897	34.769.322	40.000	1.103	1.217.598
9	44.000	5.897	34.769.322	44.000	5.103	26.045.184
10	42.000	3.897	15.183.115	44.000	5.103	26.045.184
11	40.000	1.897	3.596.908	42.000	3.103	9.631.391
12	38.000	-103	10.702	36.000	-2.897	8.390.012
13	36.000	-2.103	4.424.495	32.000	-6.897	47.562.426
14	32.000	-6.103	37.252.081	36.000	-2.897	8.390.012
15	36.000	-2.103	4.424.495	36.000	-2.897	8.390.012
16	36.000	-2.103	4.424.495	34.000	-4.897	23.976.219
17	34.000	-4.103	16.838.288	28.000	-10.897	118.734.839
18	28.000	-10.103	102.079.667	24.000	-14.897	221.907.253
19	24.000	-14.103	198.907.253	30.000	-8.897	79.148.633
20	30.000	-8.103	65.665.874	28.000	-10.897	118.734.839
21	28.000	-10.103	102.079.667	30.000	-8.897	79.148.633
22	30.000	-8.103	65.665.874	30.000	-8.897	79.148.633
23	30.000	-8.103	65.665.874	26.000	-12.897	166.321.046
24	26.000	-12.103	146.493.460	32.000	-6.897	47.562.426
25	32.000	-6.103	37.252.081	26.000	-12.897	166.321.046
26	26.000	-12.103	146.493.460	28.000	-10.897	118.734.839
27	28.000	-10.103	102.079.667	30.000	-8.897	79.148.633
28	30.000	-8.103	65.665.874	34.000	-4.897	23.976.219
29	34.000	-4.103	16.838.288	36.000	-2.897	8.390.012
Jumlah	1.105.000	2.111	3.382.689.655	1.128.000	19.786	4.088.689.655
Rata-rata	38.103	72,79310345	116.644.471	38.897	682,2758621	140.989.298

Lampiran 4. Hasil Perhitungan coevisien variabel

Hasil perhitungan cabai merah besar di pasar angso duo dan talang banjar

$$CV = \frac{s}{\bar{x}} \times 100\%$$

Dimana : s = simpangan baku (standard deviasi)
 \bar{x} = rataaan (mean) harga cabai merah

$$s = \frac{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2}}{n - 1}$$

Dimana : x = Harga
n = Σ data

$$\begin{aligned} \text{pasar angso duo : } s &= \frac{\sqrt{2.910.137.931}}{28} \\ &= 1.926,63 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} CV &= \frac{1.926,63}{35172} \times 100\% \\ &= 0,05477 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Pasar talang banjar : } s &= \frac{\sqrt{3.849.172.414}}{28} \\ &= 2.077,17 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} CV &= \frac{2.077,17}{36552} \times 100\% \\ &= 0,06061 \end{aligned}$$

Lampiran 5. Hasil Perhitungan coevisien variabel

Hasil perhitungan cabai merah keriting di pasar angso duo dan talang banjar

$$CV = \frac{s}{\bar{x}} \times 100\%$$

Dimana : s = simpangan baku (standard deviasi)
 \bar{x} = rataaan (mean) harga cabai merah

$$s = \frac{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2}}{n - 1}$$

Dimana : x = Harga
n = Σ data

pasar angso duo :

$$s = \frac{\sqrt{3.382.689.655}}{28}$$
$$= 2.077,17$$

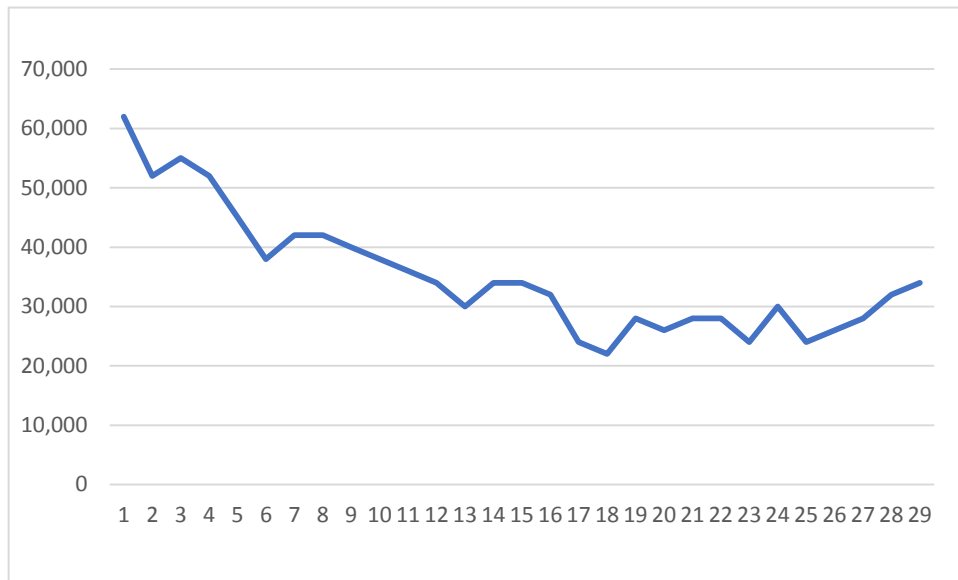
$$CV = \frac{2.077,17}{38103} \times 100\%$$
$$= 0,05451$$

Pasar talang banjar :

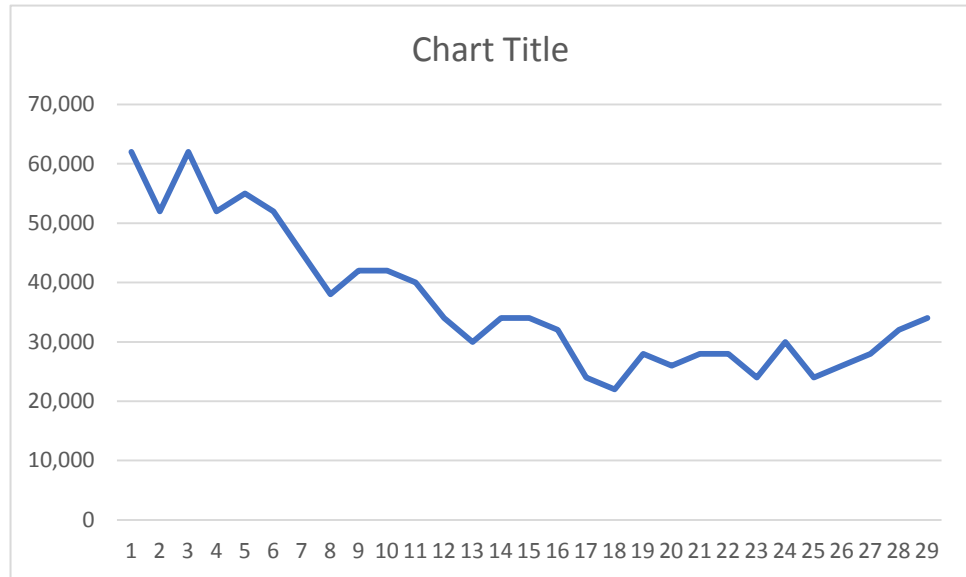
$$s = \frac{\sqrt{4.088.689.655}}{28}$$
$$= 2.283,67$$

$$CV = \frac{2.283,67}{38897} \times 100\%$$
$$= 0,05871$$

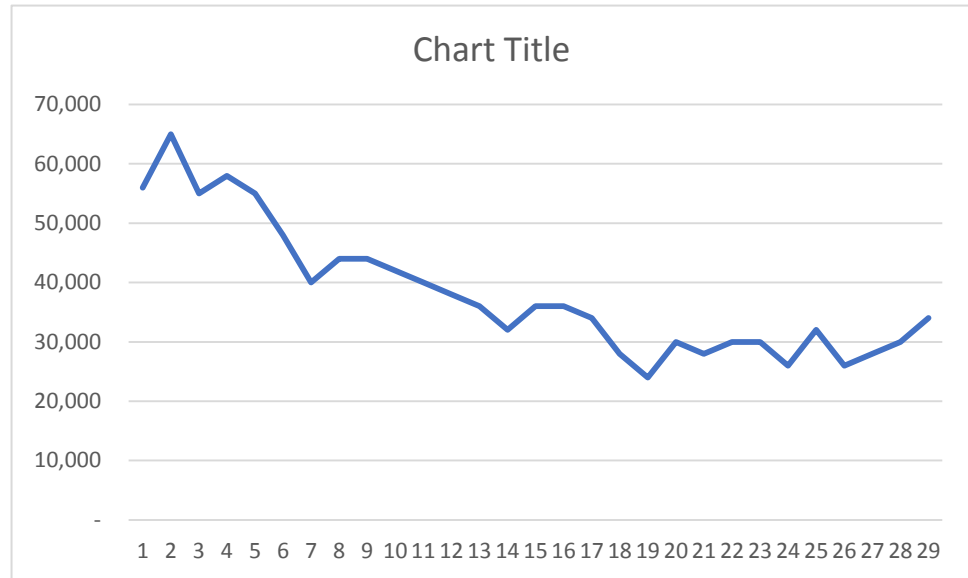
Lampiran 6. Grafik Perkembangan Harga Cabai Merah Besar di pasar Angso Duo



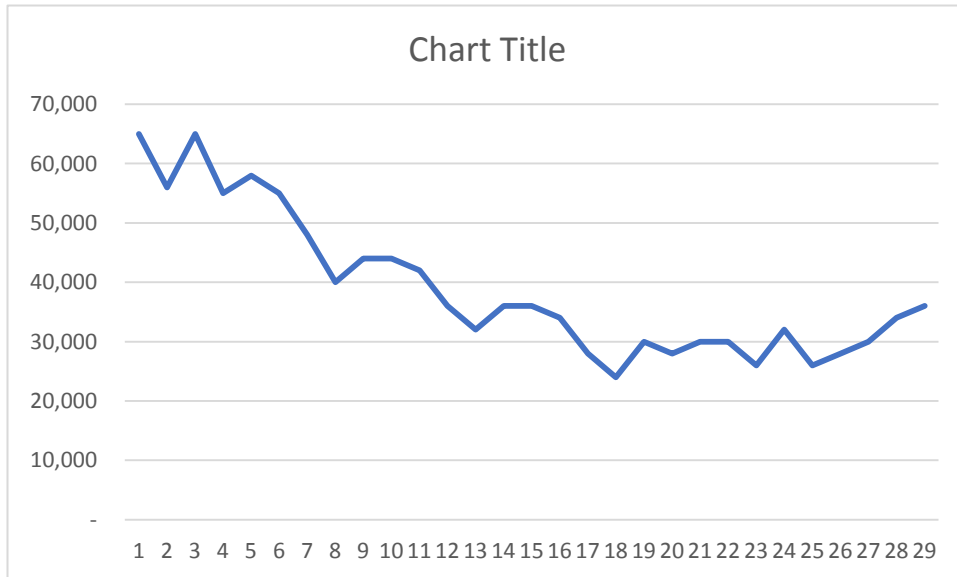
Lampiran 7. Grafik perkembangan harga cabai merah besar di pasar Talang Banja



Lampiran 8. Grafik perkembangan harga cabai merah keriting di pasar Angso Duo



Lampiran 9. Grafik perkembangan harga cabai merah keriting di pasar Talang Banjar



Lampiran 10. Data olahan SPSS Cabai merah besar

Pit	Pit-1	Pjt – Pjt-1	Pjt -1
62,00	52,00	10,00	52,00
52,00	62,00	-10,00	62,00
62,00	52,00	3,00	52,00
52,00	62,00	-3,00	55,00
55,00	52,00	-7,00	52,00
52,00	55,00	-7,00	45,00
45,00	52,00	4,00	38,00
38,00	45,00	,00	42,00
42,00	38,00	-2,00	42,00
42,00	42,00	-2,00	40,00
40,00	42,00	-2,00	38,00
34,00	40,00	-2,00	36,00
30,00	34,00	-4,00	34,00
34,00	30,00	4,00	30,00
34,00	34,00	,00	34,00
32,00	34,00	-2,00	34,00
24,00	32,00	-8,00	32,00
22,00	24,00	-2,00	24,00
28,00	22,00	6,00	22,00
26,00	28,00	-2,00	28,00
28,00	26,00	2,00	26,00
28,00	28,00	,00	28,00
24,00	28,00	-4,00	28,00
30,00	34,00	6,00	24,00
24,00	30,00	-6,00	30,00
26,00	24,00	2,00	24,00
28,00	26,00	2,00	26,00
32,00	28,00	4,00	28,00
34,00	32,00	2,00	32,00

Sumber : Daftar harga sembako harian Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi

Dimana : Pit adalah harga komoditas cabai merah besar di pasar talang banjar hari ke t

Pit -1 adalah harga komoditas cabai merah besar di pasar talang banjar hari ke t-1

Pjt – Pjt-1 adalah perbedaan harga cabai merah besar di pasar angso duo antara hari ke t dan t-1

Pjt -1 adalah harga cabai merah besar di pasar angso duo di hari ke t-1

Lampiran 11. Data olahan SPSS Cabai merah keriting

Pit	Pit-1	Pjt - Pjt-1	Pj t -1
65,00	56,00	9,00	56,00
56,00	65,00	-10,00	65,00
65,00	56,00	3,00	55,00
55,00	65,00	-3,00	58,00
58,00	55,00	-7,00	55,00
55,00	58,00	-8,00	48,00
48,00	55,00	4,00	40,00
40,00	48,00	,00	44,00
44,00	40,00	-2,00	44,00
44,00	44,00	-2,00	42,00
42,00	44,00	-2,00	40,00
36,00	42,00	-2,00	38,00
32,00	36,00	-4,00	36,00
36,00	32,00	4,00	32,00
36,00	36,00	,00	36,00
34,00	36,00	-2,00	36,00
28,00	34,00	-6,00	34,00
24,00	28,00	-4,00	28,00
30,00	24,00	6,00	24,00
28,00	30,00	-2,00	30,00
30,00	28,00	2,00	28,00
30,00	30,00	,00	30,00
26,00	30,00	-4,00	30,00
32,00	26,00	6,00	26,00
26,00	32,00	-6,00	32,00
28,00	26,00	2,00	26,00
30,00	28,00	2,00	28,00
34,00	30,00	-4,00	30,00
36,00	34,00	2,00	34,00

Sumber : Daftar harga sembako harian Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi

Dimana : Pit adalah harga komoditas cabai merah besar di pasar talang banjar hari ke t

Pit -1 adalah harga komoditas cabai merah besar di pasar talang banjar hari ke t-1

Pjt – Pjt-1 adalah perbedaan harga cabai merah besar di pasar angso duo antara hari ke t dan t-1

Pjt -1 adalah harga cabai merah besar di pasar angso duo di hari ke t-1

Lampiran 12. Data cabai merah besar hasil olahan SPSS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pjt -1, Pjt – Pjt -1, Pit -1 ^b		Enter

a. Dependent Variable: Pit

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,966 ^a	,933	,925	3,20726

a. Predictors: (Constant), Pj-1, Pjt – Pjt -1, Pit -1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3592,009	3	1197,336	116,399	,000 ^b
	Residual	257,163	25	10,287		
	Total	3849,172	28			

a. Dependent Variable: Pit

b. Predictors: (Constant), Pjt -1, Pjt – Pjt-1, Pit -1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,697	2,203		-1,224	,232
	Pit -1	,261	,159	,262	1,634	,115
	Pjt – Pjt -1	,836	,139	,330	6,004	,000
	Pjt -1	,838	,180	,762	4,659	,000

a. Dependent Variable: PitCbTb

Lampiran 13. Data cabai merah keriting hasil olahan SPSS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pjt -1, Pjt – Pjt -1, Pit -1 ^b		Enter

a. Dependent Variable: Pit

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,962 ^a	,926	,917	3,49048

a. Predictors: (Constant), Pj -1, Pjt – Pjt -1, Pit -1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3784,103	3	1261,368	103,531	,000 ^b
	Residual	304,587	25	12,183		
	Total	4088,690	28			

a. Dependent Variable: Pit

b. Predictors: (Constant), Pj -1, Pjt – Pjt -1, Pit -1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,517	2,463		-,616	,543
	Pit -1	,314	,186	,324	1,688	,104
	Pjt – Pjt -1	,758	,153	,282	4,943	,000
	Pjt -1	,753	,213	,685	3,537	,002

a. Dependent Variable: Pit