

POLA PERUBAHAN HARGA DAN MARGIN PEMASARAN BAHAN PANGAN DI MASA PANDEMI COVID-19

Herawati¹, dan Harianto²

^{1,2}Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
Jl. Kamper Wing 4 Level 5 Kampus IPB Dramaga, Indonesia
e-mail: ¹hera@apps.ipb.ac.id

(Diterima 21 Oktober 2021/Revisi 4 Desember 2021/Disetujui 15 Desember 2021)

ABSTRACT

Food products are the main concern for the government and people of Indonesia. Changes in food prices have significant effects on the welfare of the population. Covid-19 pandemic has significantly affected community activities and the food agribusiness system. This study analyzes patterns of changes in prices and marketing margins of seven main food products in Indonesian food consumption i.e. rice, shallots, garlic, red chillies, cayenne pepper, cooking oil, and sugar, after the Covid-19 pandemic by presenting descriptive statistics of daily food prices data from the National Strategic Food Price Information Center (PIHPSN). Based on empirical results, except for shallots and cooking oil, most food prices at various market levels have fallen during the Covid-19 pandemic. On the other hand, the risk of food prices at various levels of the market has been increasing. During the Covid-19 pandemic, the magnitude and variability of marketing margins along the marketing chain also have been increasing. These findings imply the urgency of Institutional policies that can increase market transparency and competition appears to be more effective in the long term at reducing the price shocks caused by Covid-19 at various levels of the market than price interventions.

Keywords: *marketing chain, modern market, price risk, traditional market, wholesaler*

ABSTRAK

Bahan pangan masih menjadi komoditas strategis bagi pemerintah dan masyarakat Indonesia. Perubahan harga-harga pangan berpengaruh signifikan bagi kesejahteraan penduduk. Pandemi Covid-19 secara nyata memengaruhi aktivitas masyarakat dan sistem agribisnis pangan. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pola perubahan harga dan margin pemasaran bahan pangan (beras, bawang merah, bawang putih, cabai merah, cabai rawit, minyak goreng, dan gula) setelah adanya pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah statistik deskriptif melalui penghitungan rata-rata sederhana, margin, dan koefisien variasi terhadap data harga-harga bahan pangan harian yang berasal dari Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPSN). Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa, kecuali bawang merah dan minyak goreng, harga-harga bahan pangan di berbagai tingkatan pasar turun di masa pandemi Covid-19. Namun, risiko harga bahan pangan di berbagai tingkatan pasar meningkat. Pada masa pandemic Covid-19 besaran dan variabilitas margin pemasaran di sepanjang rantai pemasaran juga meningkat. Kebijakan kelembagaan yang mampu meningkatkan transparansi dan kompetisi pasar tampaknya lebih efektif dalam jangka panjang untuk mengurangi guncangan harga akibat Covid-19 di berbagai tingkat pasar daripada intervensi harga.

Kata kunci: pasar modern, pasar tradisional, pedagang besar, rantai pemasaran, risiko harga

PENDAHULUAN

Pergerakan harga bahan pangan, terutama bahan pangan pokok, masih menjadi perhatian besar bagi pemerintah dan masyarakat. Pengeluaran untuk pangan masih menduduki

pangsa yang penting dalam pengeluaran rumah tangga di Indonesia, terutama rumah tangga yang berpendapatan rendah. Pangsa pengeluaran pangan rumah tangga berpendapatan rendah relatif jauh lebih tinggi daripada

rumah tangga berpendapatan tinggi. Rata-rata pangsa pengeluaran rumah tangga yang berada pada kelompok pendapatan 20 persen termiskin pada tahun 2007, berdasarkan data *Indonesian Family Life Survey*, adalah sebesar 61 persen (Pangaribowo, 2014).

Perubahan harga pangan secara langsung dapat memengaruhi kesejahteraan. Harga pangan masih menjadi komponen penting bagi penghitungan garis kemiskinan. Harga pangan yang meningkat dapat berakibat pada meningkatnya jumlah penduduk miskin. Harga pangan juga menjadi bagian dalam penghitungan upah minimum regional (UMR). Harga pangan yang meningkat di tingkat konsumen dapat berakibat pada meningkatnya dorongan untuk meningkatkan UMR, yang pada akhirnya juga berakibat pada menurunnya daya saing berbagai produk yang dihasilkan oleh sektor-sektor yang mengandalkan tenaga kerja sebagai faktor produksi utama. Oleh sebab itu, stabilitas harga pangan senantiasa menjadi perhatian pemerintah, karena secara langsung memengaruhi kesejahteraan. Di berbagai negara sedang berkembang, pandemi Covid-19 berakibat pada terganggunya rantai distribusi pangan dan menurunkan ketahanan pangan masyarakat (Nchanji *et.al.*, 2020).

Harga pangan di tingkat konsumen tentunya secara langsung dipengaruhi oleh kondisi permintaan dan penawaran pangan di pasar eceran. Permintaan pangan terutama dipengaruhi peningkatan pendapatan dan pening-

katan jumlah penduduk. Perekonomian Indonesia yang secara konsisten terus tumbuh, sebelum adanya pandemi Covid-19, tentunya merupakan cerminan dari pendapatan rumah tangga yang juga meningkat. Apabila peningkatan pendapatan rumah tangga ini tidak disertai dengan peningkatan ketersediaan pangan yang mencukupi, maka harga pangan akan terdorong naik. Pandemi Covid-19 yang diikuti oleh pembatasan aktivitas manusia berakibat pada terganggunya aktivitas perekonomian di seluruh dunia, terutama di sektor pertanian, baik pada sisi produksi, rantai pemasaran, maupun pada sisi konsumsi (Poudel *et.al.*, 2020; Siche, 2020). Harga pangan yang naik atau turun di masa pandemi Covid-19 ditentukan tidak saja oleh para pelaku yang ada di tingkat konsumen akhir, tetapi juga ditentukan oleh perilaku produsen pangan dan para pelaku yang berada di sepanjang rantai pemasarannya.

Akibat pandemi Covid-19, pasar pangan di berbagai negara mengalami gangguan yang relatif sama. Kesamaan gangguan ini bersumber dari karakteristik penyebaran virus SARS-Cov-2 yang menyebar melalui interaksi antar individu dengan jarak yang dekat. Berbagai pemerintahan menetapkan kebijakan-kebijakan yang diharapkan mampu mencegah intensitas interaksi antar manusia. Pembatasan interaksi antar orang ini juga berakibat pada terhambatnya aliran barang antar pasar, dari tingkat produsen sampai pada tingkat konsumen. Tabel 1 menunjuk-

Tabel 1. Permasalahan yang Dihadapi Pertanian di Empat Negara Besar pada Masa Pandemi Covid-19

India (Sahoo & Samal, 2020; Urumugam <i>et.al.</i> , 2020)	Amerika Serikat (Tanger, 2020)	Cina (Huang, 2020; Pan <i>et.al.</i> , 2020)	Indonesia*
<ul style="list-style-type: none"> • Penutupan ekspor produk pertanian. • Berkurangnya tenaga kerja panen dan akses terhadap input pertanian. • Terganggunya rantai pasok di pedesaan. • Hambatan transportasi produk pangan antar daerah. • Pembatasan dan penutupan pasar eceran pangan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penawaran tenaga kerja di tingkat usahatani dan pengolahan turun. • Permintaan produk pertanian (domestik dan internasional) turun. • Semakin sulit untuk memperoleh akses terhadap sumber finansial. • Disrupsi pada rantai pasok. • Gangguan pasar di tingkat retail. 	<ul style="list-style-type: none"> • Terhambatnya rantai pasok produk pertanian. • Pendapatan petani dari upah tenaga kerja dan penjualan produk usahatani mengalami penurunan. • Terbatasnya tenaga kerja pertanian karena adanya karantina wilayah. • Terganggunya pasokan benih, pupuk, pestisida karena pembatasan dan penutupan transportasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ancaman penghentian impor oleh negara tujuan karena produk yang tercemar SARS-Cov-2. • Terganggunya rantai pasok pangan di sisi hilir. • Permintaan bahan pangan turun, terutama dari hotel, industri pengolahan, dan restoran.

Catatan: * disarikan dari berbagai berita di media massa

kan bahwa dampak dari pengurangan interaksi antar manusia terhadap pertanian terutama adalah terganggunya rantai pasok produk dari tingkat petani sampai ke tingkat eceran. Produk-produk pertanian yang mudah rusak, seperti produk hortikultura dan sayuran, mengalami penurunan harga di tingkat petani dan kenaikan harga di tingkat eceran. Kondisi melebarinya margin pemasaran akibat pandemi Covid-19 dialami oleh produk pertanian di Cina (Zhou *et.al.*, 2020). Margin pemasaran produk pertanian yang melebar antara tingkat petani dan tingkat konsumen tersebut disebabkan oleh meningkatkan biaya pemasaran.

Pasar pangan di India memperoleh intervensi yang dominan di India, dan aktivitas pemasaran sebagian besar melibatkan institusi publik. Pandemi Covid-19 menyebabkan kemampuan fiskal semakin terbatas, dan alokasi anggaran yang disalurkan untuk menangani pasar produk pangan menjadi jauh berkurang. Kemampuan negara untuk menyerap produk pertanian yang dihasilkan petani menjadi turun, dan petani mengalami kesulitan menjual produk usahataniannya (Tabel 1).

Pandemi Covid-19 tidak hanya mempengaruhi pasar dalam negeri tetapi juga pasar internasional. Tabel 1 juga menunjukkan pertanian di Amerika Serikat mengalami penurunan ekspor produk pertaniannya di pasar internasional. Sebaliknya, ekspor beberapa produk pertanian Indonesia mengalami peningkatan. Berdasarkan data BPS, ekspor hasil pertanian pada bulan Januari sampai bulan September 2020 mengalami kenaikan. Produk pertanian yang mengalami peningkatan ekspor secara signifikan adalah produk hortikultura, kelapa, tanaman rempah mengalami dampak negatif dari turunnya permintaan produk di pasar internasional. Keadaan ini berbeda dengan Indonesia yang mengalami peningkatan ekspor produk pertanian. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik, ekspor pertanian Indonesia dari bulan Januari sampai September 2020 mengalami kenaikan sebesar 9.70 persen dibandingkan periode yang sama pada tahun

sebelumnya. Produk pertanian yang mengalami lonjakan ekspor adalah kelapa, produk hortikultura, maupun tanaman rempah seperti cengkeh dan kayu manis. Negara-negara maju tampaknya meningkatkan permintaan terhadap komoditas yang dianggap lebih menyehatkan dan yang memiliki pengaruh baik bagi pertahanan tubuh menghadapi virus SARS-CoV-2. Penelitian Min *et.al.*, (2020) di Cina menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap keamanan pangan yang mereka konsumsi, dan peningkatan pengetahuan ini kemudian meningkatkan perilaku konsumsi pangan yang lebih aman.

Pengetahuan yang memadai terhadap pengaruh pandemi Covid-19 terhadap pasar pangan, merupakan syarat keharusan bagi upaya-upaya untuk menjamin stabilitas pangan baik di tingkat konsumen maupun di tingkat produsen. Penelitian ini ditujukan untuk mengenali pola perubahan harga pangan dan margin pemasaran di berbagai tingkatan sepanjang rantai pemasaran pangan. Perubahan kondisi ekonomi akibat pandemi Covid-19 yang berbeda di berbagai tingkatan pasar di sepanjang rantai pemasaran akan memunculkan pola perubahan harga dan margin pemasaran yang juga berbeda. Kebaruan atau *novelty* dari penelitian ini bukanlah terletak pada aspek metodologinya, tetapi berada pada pemberian bukti bahwa pandemi Covid-19 memiliki pengaruh yang berbeda-beda antar komoditas pangan. Perbedaan yang muncul diperkirakan tidak saja dari karakteristik komoditas yang diperjualbelikan, tetapi juga karena struktur pasar dan ada atau tidak adanya kebijakan pemerintah. Penelitian ini pada dasarnya bersifat deskriptif eksploratif. Penelitian diharapkan dapat mendeskripsikan fenomena pengaruh pandemi Covid-19 terhadap pola perubahan harga pangan dan pola perubahan margin pemasaran. Sebagai penelitian eksploratif, hasilnya diharapkan tidak saja memberikan informasi yang bermanfaat bagi kebijakan publik, tetapi juga dapat menuntun pada pertanyaan-pertanyaan (*research questions*) penelitian yang lebih mendalam, terutama

tentang perubahan perilaku para pelaku pasar di sepanjang rantai pemasaran produk agribisnis.

METODE

Pasar pangan di Indonesia memiliki karakteristik yang berbeda-beda antar komoditas. Perbedaan karakteristik tersebut dapat diakibatkan oleh karakteristik produk, struktur pasar, maupun intensitas intervensi pemerintah. Pangan yang memerlukan pengolahan sebelum siap untuk dijual sampai ke tangan konsumen tentunya memiliki pasar yang berbeda dengan produk pangan segar yang langsung dijual ke konsumen akhir. Demikian juga, bahan pangan yang dapat disimpan dalam waktu relatif lama akan memiliki karakteristik pasar yang berbeda dengan pasar produk yang cepat rusak (*perishable*). Struktur pasar yang cenderung bersifat monopolistik ataupun monopsonistik secara teoritis memiliki perilaku yang berbeda dengan struktur pasar pangan yang para pelakunya bertindak sebagai penerima harga. Pasar pangan yang memiliki intensitas keterlibatan pemerintah yang relatif tinggi tentunya juga berbeda dengan pasar yang sepenuhnya bebas intervensi. Pemerintah sering melalui berbagai kebijakan yang diambilnya melakukan intervensi di pasar pangan. Kebijakan atau intervensi pemerintah di pasar pangan pada dasarnya ditujukan untuk mengatasi kegagalan pasar yang terjadi maupun ditujukan untuk memperbaiki distribusi pendapatan.

Pilihan atas komoditas pada penelitian ini diharapkan mampu menangkap perbedaan karakteristik pasar pangan yang ada, baik dari sisi produk, struktur pasar, maupun intensitas kebijakan pemerintah. Penelitian ini memanfaatkan monitoring harga harian yang dilakukan oleh pemerintah terhadap berbagai komoditas pertanian yang dianggap "strategis". Pergerakan harga bahan pangan yang strategis umumnya memperoleh perhatian yang relatif besar dari pemerintah. Meskipun bahan pangan umumnya tidak termasuk dalam perhitungan *core inflation*, tetapi bahan pangan dianggap memiliki harga yang bersifat

volatile sehingga perlu dicermati. Dalam penelitian ini juga memasukkan produk pangan yang dihasilkan oleh industri pengolahan, yaitu minyak goreng dan gula. Kedua bahan pangan ini memiliki keterkaitan ke belakang dan ke depan (*backward and forward linkages*) yang besar dalam rantai nilai agribisnis. Tabel 2 menyajikan bahan pangan yang dipilih dalam penelitian ini, beserta deskripsi umum karakteristik pasarnya.

SUMBER DAN METODE ANALISIS DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya bersumber dari Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPSN) yang merupakan data harga harian berbagai jenis bahan pangan. Jenis data yang dipilih diharapkan mampu mengungkap tidak saja kondisi harga dan margin sebelum dan setelah adanya pandemi Covid-19, tetapi juga menangkap variasi harga jangka pendek dengan lebih detail dibandingkan apabila data tersebut merupakan data rata-rata bulanan. Kebijakan pembatasan aktivitas penduduk dalam rangka menekan proses penyebaran virus SARS-Cov-2 berbeda-beda waktunya antar daerah di Indonesia. Kebijakan tersebut tidak diperlakukan sepanjang waktu selama pandemi, melainkan diberlakukan sesuai dengan naik turunnya kondisi keparahan sebaran SARS-Cov-2 dari waktu ke waktu. Dengan menggunakan data harian, diharapkan dinamika kebijakan yang terkait dengan pandemi Covid-19 dapat ditangkap dengan baik dalam penelitian ini.

Harga yang dicermati dalam penelitian ini adalah harga pangan di tingkat produsen, di tingkat pedagang besar, di tingkat pasar tradisional, dan di tingkat pasar modern. Sedangkan margin pemasaran yang dikaji adalah margin pemasaran antara pasar: 1) tingkat produsen dengan tingkat pedagang besar; 2) tingkat produsen dengan tingkat pasar modern; 3) tingkat produsen dengan tingkat pasar tradisional; 4) tingkat pedagang besar dengan tingkat pasar modern; dan 5) tingkat pasar pedagang besar dengan tingkat

Tabel 2. Karakteristik Bahan Pangan yang Dipilih dalam Penelitian

Komoditas	Karakteristik Produk	Karakteristik Pasar	Intervensi Pemerintah
Beras	Dapat disimpan dalam waktu tahunan (Pahulu <i>et.al.</i> , 2007).	Pada tingkatan awal (petani sampai di penggilingan padi) pasar bersifat oligopsoni dan setelah itu pasar lebih bersifat oligopoli (JICA, 2018).	Relatif tinggi (Nuryanti, 2018)
Bawang merah	Dapat disimpan dalam waktu sekitar 1 bulan di dalam ruangan (Tesfa <i>et.al.</i> , 2015)	Dari pasar di tingkat petani sampai pada pedagang besar, pasar berstruktur oligopsoni, tetapi menjadi oligopoli di tingkatan pedagang besar sampai di tingkat eceran (JICA, 2018).	Relatif rendah (Rahmawati, 2018).
Bawang putih	Dapat disimpan dalam waktu sekitar 5 bulan dalam ruangan (Vatsyayan <i>et.al.</i> , 2014).	Meskipun terdapat isu kartel, pasar cenderung berstruktur monopolistik competition (Amanda <i>et.al.</i> , 2016).	Medium (Amanda <i>et.al.</i> , 2016)
Cabai merah	Produk mudah rusak sejak dari panen, sortasi, dan penyimpanan sampai di tangan konsumen (Nurjanah <i>et.al.</i> , 2014).	Dari petani sampai pada pedagang besar, pasar bersifat oligopsoni, dan dari pedagang besar sampai tingkat eceran berstruktur oligopoli (JICA, 2018).	Medium (Sativa <i>et.al.</i> , 2017)
Cabai rawit	Produk mudah rusak. Penanganan pasca panen menentukan masa simpan dan kualitas sampai di tangan konsumen (Samira <i>et.al.</i> , 2013).	Sama dengan di pasar cabai merah (dari petani sampai pada pedagang besar, pasar bersifat oligopsoni, dan dari pedagang besar sampai tingkat eceran berstruktur oligopoly (JICA, 2018).	Relatif rendah (JICA, 2018).
Minyak goreng	Produk industri pengolahan bahan baku sawit dan memiliki masa simpan yang relatif lama.	Struktur pasar yang bersifat oligopsoni di tahap awal dan berstruktur oligopoli di tahapan-tahapan berikutnya di sepanjang rantai pemasaran (JICA, 2018).	Intervensi di pasar bahan baku (<i>palm oil sector</i>) relatif tinggi (Pramudya <i>et.al.</i> , 2017), dan di bagian hilir (minyak goreng) relatif rendah.
Gula pasir	Produk industri pengolahan bahan baku tebu, dan memiliki waktu simpan yang relatif lama.	Penjualan gula di tahapan awal rantai pemasaran dilakukan dengan sistem lelang dan dikuasai oleh BUMN. Di sepanjang rantai pasar ditemukan rembesan gula kristal rafinasi (gula impor) ke pasar gula produk lokal (JICA, 2018).	Relatif tinggi (Rahman <i>et.al.</i> , 2018).

pasar tradisional. Secara ringkas marjin pemasaran (*price spread*) untuk masing-masing komoditas bahan pangan diwakili oleh rumus:

$$PS_{ijt} = P_{it} - P_{jt}$$

Di mana PS_{ijt} adalah marjin pemasaran antara pasar ke- i dengan pasar ke- j di hari ke- t , P_{it} adalah harga bahan pangan di tingkat pasar ke- i , dan P_{jt} adalah harga bahan pangan di tingkat pasar j .

Data harga harian sebelum pandemi Covid-19 adalah harga pada saat dan sebelum tanggal pemerintah memberlakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yaitu tanggal 2 Januari 2020 - 9 April 2020. Sementara data saat pandemi Covid-19 dimulai pada tanggal 10 April 2020 - 13 Januari 2021. Aktivitas ekonomi masyarakat terasa berubah pada saat diterapkannya PSBB. Pemilihan waktu batas antara sebelum dan setelah

pandemi Covid-19 dilakukan bukan pada saat pemerintah pertama kali mengumumkan kasus pertama SARS-Cov-2 di Indonesia.

Analisis terhadap data dilakukan melalui pemanfaatan metode statistik deskriptif yang berupa penghitungan rata-rata dan deviasi standar untuk memperoleh koefisien variasi berupa rumus berikut:

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

Dimana CV adalah koefisien variasi, s merupakan standar deviasi, dan x adalah rata-rata sampel.

Komoditas atau bahan pangan yang dikaji adalah beras, bawang merah, bawang putih, cabai merah, cabai rawit, minyak goreng, dan gula pasir. Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata, deviasi standar, dan koefisien variasi terhadap masing-masing bahan pangan, kemudian dilakukan komparasi dan interpretasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

POLA PERUBAHAN HARGA

Kondisi permintaan dan penawaran serta perbedaan struktur pasar masing-masing bahan pangan menjadikan perubahan pola perubahan harga yang berbeda-beda. Pandemi Covid-19 dan kebijakan pembatasan dan pengetatan aktivitas penduduk berpengaruh pada permintaan dan pada penawaran yaitu melalui terganggunya aliran barang. Pada

Tabel 3, jika dibandingkan rata-rata harga di tingkat konsumen (yaitu, pasar modern dan pasar tradisional) sebelum dan setelah adanya pandemi Covid-19, dari 7 komoditas bahan pangan yang diteliti terdapat dua komoditas yang meningkat harganya, yaitu harga bawang merah dan minyak goreng. Peningkatan harga dapat disebabkan karena faktor musim ataupun faktor terganggunya pasokan produk dari produsen ke pasar konsumen. Ber-sumber dari berita berbagai media massa

Tabel 3. Rata-Rata dan Koefisien Variasi Harga Pangan di Berbagai Tingkat Pasar Sebelum dan Setelah Adanya Pandemi Covid-19

Komoditas dan Tingkat Pasar	Harga Sebelum Pandemi Covid-19		Harga Setelah Pandemi Covid-19	
	Rata-rata (Rp)	Koefisien Variasi (%)	Rata-rata (Rp)	Koefisien Variasi (%)
Beras				
1. Produsen	9.904	6,2	9.497	6,6
2. Pedagang Besar	10.924	0,4	10.894	0,7
3. Pasar Modern	14.213	1,5	13.943	0,2
4. Pasar Tradisional	11.851	0,2	11.838	0,4
Bawang Merah				
1. Produsen	23.850	5,8	26.228	25,1
2. Pedagang Besar	30.045	4,9	30.990	22,8
3. Pasar Modern	49.114	6,0	54.207	15,9
4. Pasar Tradisional	38.576	4,1	39.041	20,4
Bawang Putih				
1. Produsen	14.650	0	7.815	23,3
2. Pedagang Besar	34.836	16,2	21.680	21,5
3. Pasar Modern	49.133	17,8	39.290	22,2
4. Pasar Tradisional	43.305	15,3	28.857	18,2
Cabai Merah				
1. Produsen	25.541	17,1	21.906	30,7
2. Pedagang Besar	34.139	16,7	27.855	27,5
3. Pasar Modern	72.876	5,3	57.488	13,2
4. Pasar Tradisional	43.619	13,8	37.218	22,2
Cabai Rawit				
1. Produsen	29.086	16,1	25.030	22,3
2. Pedagang Besar	36.360	16,1	28.642	25,3
3. Pasar Modern	74.583	4,1	59.151	12,9
4. Pasar Tradisional	46.666	15,2	37.636	23,3
Minyak Goreng				
1. Produsen	10.712	3,0	11.098	6,2
2. Pedagang Besar	12.303	1,3	12.560	2,6
3. Pasar Modern	15.407	1,2	15.975	2,1
4. Pasar Tradisional	13.755	0,6	13.960	2,2
Gula Pasir				
1. Produsen	12.244	7,8	11.940	9,5
2. Pedagang Besar	13.928	9,6	13.665	10,0
3. Pasar Modern	13.665	3,5	14.014	4,2
4. Pasar Tradisional	15.384	8,9	15.347	8,8

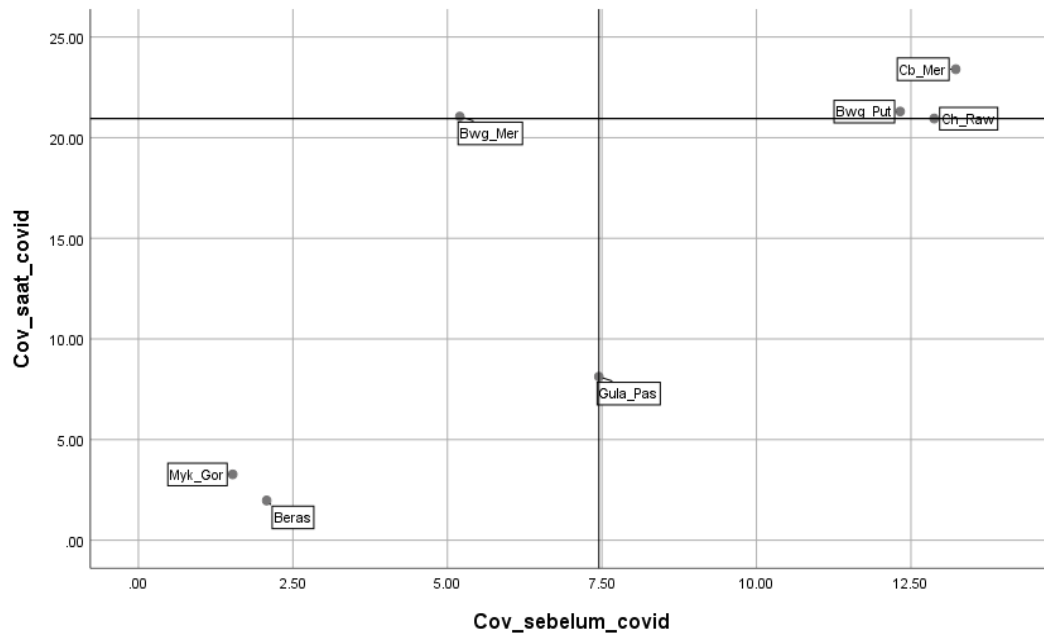
yang terbit di bulan Mei 2020 dapat diketahui bahwa musim tanam bawang merah di tahun 2020 di sentra produksi Brebes mundur sekitar satu bulan, yaitu menjadi tanam mulai bulan Februari. Seperti halnya Saliem *et.al.*, (2020) bahwa mundurnya masa tanam bawang merah sejak tahun 2019 menyebabkan panen raya bertepatan dengan curah hujan tinggi. Sehingga menyebabkan produktivitas turun. Harga bawang merah menunjukkan peningkatan tajam di bulan April sampai bulan Juni, saat bawang merah mulai panen, dan kemudian harga turun saat hasil panen mulai memasuki pasar. Meskipun relatif stabil, harga minyak goreng sedikit mengalami peningkatan apabila dibandingkan rata-rata harga sebelum Covid-19 dengan rata-rata harga setelah Covid-19.

Pola perubahan harga tidak saja berbeda antar komoditas tetapi dapat juga antar tingkatan pasar pada komoditas yang sama tidak menunjukkan arah pergerakan yang sama. Kecuali gula pasir, semua tingkatan pasar di sepanjang rantai pemasaran masing-masing komoditas pangan menunjukkan arah perubahan yang sama. Harga rata-rata gula pasir sebelum pandemi Covid-19 lebih tinggi daripada rata-rata harga gula pasir setelah pandemi Covid-19 di semua tingkatan pasar, kecuali di pasar modern. Harga gula pasir di pasar modern rata-rata lebih tinggi setelah adanya pandemi Covid-19, yaitu meningkat sebesar 2,5 persen dibanding rata-rata harga sebelum pandemi Covid-19. Sedangkan pada saat yang sama, harga di tingkat pasar tradisional, maupun harga di tingkat pasar di bawahnya (produsen dan pedagang besar), mengalami sedikit penurunan. Pedagang di pasar modern dapat dikatakan tidak sepenuhnya bertindak sebagai penerima harga pasar. Gula pasir yang dijual di pasar modern juga dapat berbeda per kilogram tergantung pada kualitas dan asal ataupun jenama (*brand*) gula yang tercantum dalam kemasan. Perilaku penentuan harga di tingkat pasar modern, terutama *supermarket*, pada umumnya memang tidak mengikuti teori pasar bersaing. Sehingga harga yang turun di tingkat pasar produsen ataupun pedagang besar belum

tentu direspon dengan turunnya harga di tingkat eceran.

Tabel 3 juga menyajikan informasi penting, yaitu variasi harga di pasar beras relatif lebih rendah daripada variasi harga di pasar komoditas pangan lainnya, baik sebelum atau pun semasa adanya pandemi Covid-19. Pasar beras memperoleh intervensi pemerintah yang relatif lebih intensif dibandingkan pasar bahan pangan lainnya. Berbagai kebijakan diambil untuk menciptakan stabilitas harga beras di tingkat konsumen. Kebijakan pemerintah dalam stabilisasi harga konsumen ini tampaknya berhasil memperkecil dampak pandemi Covid-19 terhadap fluktuasi harga beras. Jika dibandingkan fluktuasi harga sebelum dan setelah adanya pandemi Covid-19, terlihat bahwa fluktuasi harga hanya sedikit mengalami kenaikan dibandingkan dengan fluktuasi harga bahan pangan lainnya. Fluktuasi harga beras di tingkat pasar modern bahkan mengalami penurunan, yaitu dari 1,5 persen menjadi 0,2 persen. Pelaku di pasar modern tampaknya mengikuti imbauan pemerintah untuk turut menstabilkan harga beras di saat pandemi, sehingga pergerakan harganya lebih stabil dibandingkan dengan harga di pasar tradisional. Namun upaya pemerintah untuk melakukan stabilisasi harga terlihat belum cukup berhasil di tingkat produsen. Koefisien harga di tingkat produsen masih jauh lebih tinggi dibandingkan dengan koefisien variasi di tingkat pasar yang lain di sepanjang rantai pemasaran beras.

Apabila harga-harga pangan cenderung turun setelah adanya Covid-19, namun fluktuasi harga cenderung meningkat. Berdasarkan Gambar 1 diketahui bahwa semua harga komoditas pangan dalam penelitian ini memiliki koefisien variasi yang lebih besar pada masa pandemi Covid-19 dibandingkan dengan kondisi sebelumnya. Lonjakan koefisien variasi terutama dialami oleh komoditas pangan yang mudah rusak (*perishable*), seperti cabai merah, cabai rawit, bawang merah, dan bawang putih. Bahkan untuk kasus bawang putih, harga di tingkat produsen tidak mengalami perubahan dari hari ke hari di sepanjang sebelum adanya pandemi Covid-19 (koe-



Gambar 1. Rataan Nilai Koefisien Variasi Komoditas Pangan Sebelum dan pada Saat Pandemi Covid-19

fisien variasi=0) dan harga menjadi berfluktuasi setelah pandemi Covid-19 terjadi.

Meningkatnya variasi harga-harga pangan setelah adanya pandemi Covid-19 dapat menjadi bukti adanya gangguan aliran barang antar daerah maupun antar tingkat pasar di sepanjang rantai pemasaran. Pandemi Covid-19 dan kebijakan pembatasan aktivitas dan pergerakan manusia (PSBB) tampaknya telah mempengaruhi aliran barang, sehingga penambahan pasokan barang menjadi kurang responsif pada saat di suatu daerah mengalami kenaikan harga. Fluktuasi harga bahan pangan yang mudah rusak yang meningkat tidak saja dapat menjadi indikasi terganggunya aliran barang, tetapi juga mencerminkan semakin "terlokalisasinya" pasar bahan pangan. Pengalaman di negara lain menunjukkan pasar bahan pangan yang bersifat mudah rusak mengalami lonjakan-lonjakan harga yang memang lebih besar daripada harga pangan yang bersifat *non-perishable*, seperti gandum (Varshney *et.al.*, 2020).

Sementara variasi harga pangan yang *non-perishable* juga mengalami peningkatan. Namun peningkatannya tidak lebih tinggi dari variasi harga komoditas pangan. Merujuk pada hasil analisis yang dilakukan oleh

Pramudya *et.al.*, 2017, Nuryanti, 2018, dan Rahman *et.al.*, 2018 bahwa ketiga komoditas pangan *non-perishable* yaitu minyak goreng, beras dan gula pasir memiliki pengaruh intervensi pemerintah yang relatif lebih tinggi.

POLA PERUBAHAN MARGIN PEMASARAN

Pandemi Covid-19 tidak saja mengubah harga-harga di berbagai tingkatan pasar di sepanjang rantai pemasaran, tetapi juga mengubah besaran margin pemasarannya. Tabel 4 menyajikan rata-rata dan koefisien variasi margin pemasaran (*price spread*) antar pasar di sepanjang rantai pemasaran bahan pangan. Rata-rata margin pemasaran antar tingkatan pasar di sepanjang rantai pemasaran berbeda-beda antar komoditas. Rata-rata margin pemasaran yang tinggi terutama terjadi pada pasar bahan pangan yang mudah rusak, seperti bawang merah, bawang putih, cabai merah, dan cabai rawit. Margin pemasaran disusun oleh dua faktor, yaitu biaya-biaya pemasaran dan margin keuntungan yang diambil oleh para pelaku pemasaran. Bahan pangan yang mudah rusak tentunya memerlukan biaya-biaya pemasaran yang lebih ting-

gi dalam bentuk sortasi, pengemasan dan penanganan (*packaging and handling*), ataupun tingkat kerusakan (*susut*) yang tinggi selama pergerakan barang sampai di tangan konsumen. Marjin pemasaran di antara tingkat produsen dan pasar modern, untuk komoditas pangan bawang merah, bawang putih, cabai merah, dan cabai rawit, bahkan lebih besar daripada harga di tingkat produsen. Dengan kata lain, produsen bawang merah ataupun bawang putih menerima harga untuk produk yang dihasilkannya lebih kecil daripada biaya-biaya dan keuntungan yang terjadi di sepanjang rantai pemasaran. Sedangkan bawang merah ataupun bawang putih sejak dari produsen sampai produk tiba di tangan konsumen tidak mengalami perubahan bentuk (*pengolahan*) yang berarti, yang terjadi hanyalah perubahan waktu (*simpan*) dan perubahan tempat (*transportasi*). Marjin pemasaran yang besar ini dapat menjadi indikasi belum efisiennya rantai pasar di komoditas bahan pangan. Keadaan ini semakin parah saat terjadi pandemi Covid-19, dimana marjin pemasaran antara tingkat produsen dan pasar modern semakin melebar dan semakin meningkat risikonya, yang ditunjukkan oleh meningkatnya koefisien variasinya.

Rata-rata marjin pemasaran antar tingkat pasar lebih tinggi di periode setelah Covid-19 dibandingkan dengan periode sebelum adanya Covid-19. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa pandemi Covid-19 menyebabkan meningkatnya biaya pemasaran komoditas pangan. Namun tidak semua marjin pemasaran mengalami peningkatan pada masa pandemi. Penurunan besaran marjin pemasaran terjadi pada umumnya antara tingkat produsen dengan pasar tradisional. Turunnya marjin pemasaran antara tingkat produsen dengan tingkat pasar tradisional menandakan bahwa para pelaku di pasar tradisional menurunkan marjin keuntungan yang diperolehnya pada saat permintaan pasar turun akibat Covid-19.

Pada Tabel 4 menunjukkan adanya marjin pemasaran yang negatif di pasar gula pasir, yaitu marjin antara pedagang besar dengan

pasar modern. Marjin negatif terjadi karena pedagang besar menjual dengan harga yang lebih rendah kepada pelaku di pasar modern. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3, di mana rata-rata harga gula pasir lebih tinggi di tingkat pedagang daripada harga di tingkat produsen. Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa rata-rata harga gula pasir di tingkat pedagang besar sebelum pandemi Covid-19 lebih tinggi daripada harga rata-rata di tingkat eceran pasar modern. Di pasar gula pasir, rata-rata marjin antara pedagang besar dan pasar modern juga menunjukkan besaran yang paling rendah, baik periode sebelum maupun setelah pandemi.

Kecuali pasar di pasar beras dan gula pasir, koefisien variasi marjin pemasaran komoditas pangan menunjukkan peningkatan setelah adanya pandemi Covid-19. Peningkatan variasi marjin pemasaran ini juga dapat menjadi indikasi semakin meningkatnya risiko yang dihadapi para pelaku yang berada di sepanjang rantai pemasaran bahan pangan. Koefisien variasi marjin pemasaran beras dan gula menunjukkan upaya kebijakan pengendalian harga yang dilakukan pemerintah menunjukkan hasil, terutama di pasar beras. Meskipun turun, pada Tabel 4 koefisien variasi marjin pemasaran di pasar gula di periode sebelum dan semasa pandemi menunjukkan angka yang relatif tinggi. Tingginya variasi marjin pemasaran, terutama marjin antara pedagang besar dengan pasar modern, menunjukkan stabilisasi harga di pasar gula pasir masih memiliki potensi besar untuk ditingkatkan. Variasi marjin antara pedagang besar dan pasar tradisional jauh lebih rendah daripada variasi marjin antara pedagang besar dengan pasar modern. Perbaikan kelembagaan diperlukan untuk meningkatkan kompetisi yang terjadi di pasar gula pasir. Sebagaimana ditunjukkan oleh laporan penelitian JICA (2018), pasar gula pasir cenderung berstruktur oligopolistik, dan adanya rembesan produk gula kristal rafinasi ke dalam pasar gula kristal putih juga meningkatkan ketidakpastian pasokan di pasar.

Tabel 4. Rata-Rata dan Koefisien Variasi Marjin Pemasaran Antar Tingkat Pasar Sebelum dan Setelah Adanya Pandemi Covid-19

Komoditas dan Antar Tingkat Pasar	Marjin Sebelum Pandemi Covid-19		Marjin Setelah Pandemi Covid-19	
	Rata-rata (Rp)	Koefisien Variasi (%)	Rata-rata (Rp)	Koefisien Variasi (%)
Beras				
1. Produsen/P.Besar	1.022	61,1	1.397	44,7
2. Produsen/P.Modern	4.309	14,4	4.445	14,1
3. Produsen/P.Tradisional	1.947	31,7	2.341	26,6
4. P.Besar/P.Modern	3.287	7,6	3.048	2,6
5. P.Besar/P.Tradisional	925	3,9	944	4,4
Bawang Merah				
1. Produsen/P.Besar	6.195	29,4	4.761	113,0
2. Produsen/P.Modern	25.264	9,4	27.978	19,4
3. Produsen/P.Tradisional	14.726	12,9	12.812	47,4
4. P.Besar/P.Modern	19.069	13,4	23.216	25,3
5. P.Besar/P.Tradisional	8.530	6,5	8.050	15,7
Bawang Putih				
1. Produsen/P.Besar	20.186	27,9	13.864	23,9
2. Produsen/P.Modern	34.483	25,3	31.474	23,0
3. Produsen/P.Tradisional	28.655	23,1	21.041	18,2
4. P.Besar/P.Modern	14.297	42,7	1.761	33,0
5. P.Besar/P.Tradisional	8.469	27,8	7.177	14,0
Cabai Merah				
1. Produsen/P.Besar	8.597	54,6	5.948	81,2
2. Produsen/P.Modern	47.334	9,3	35.582	25,1
3. Produsen/P.Tradisional	18.077	30,1	15.312	34,9
4. P.Besar/P.Modern	38.736	17,7	29.633	32,4
5. P.Besar/P.Tradisional	9.480	20,1	9.363	15,9
Cabai Rawit				
1. Produsen/P.Besar	7.274	71,6	3.612	170,4
2. Produsen/P.Modern	45.497	7,9	34.121	24,8
3. Produsen/P.Tradisional	17.580	41,2	12.606	56,7
4. P.Besar/P.Tradisional	38.222	15,5	30.509	28,9
5. P.Besar/P.Tradisional	10.306	27,5	8.994	23,8
Minyak Goreng				
1. Produsen/P.Besar	1.591	19,9	1.461	31,5
2. Produsen/P.Modern	4.694	5,8	4.876	9,3
3. Produsen/P.Tradisional	3.042	9,7	2.861	16,4
4. P.Besar/P.Modern	3.103	6,0	3.415	3,2
5. P.Besar/P.Tradisional	1.451	9,9	1.400	3,2
Gula Pasir				
1. Produsen/P.Besar	1.683	39,3	1.724	32,2
2. Produsen/P.Modern	1.420	41,4	2.073	33,2
3. Produsen/P.Tradisional	3.139	22,3	3.406	15,7
4. P.Besar/P.Modern	-263	327,8	348	236,5
5. P.Besar/P.Tradisional	1455	13,7	1.681	5,1

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

1. Pada umumnya, harga-harga bahan pangan di tingkat eceran menunjukkan penu-

runan jika dibandingkan antara harga rata-rata pada periode sebelum dan harga rata-rata periode saat adanya pandemi Covid-19. Penurunan harga ini dapat menjadi indikasi melemahnya permintaan bahan

pangan di tingkat konsumen. Namun pada sisi yang lain, kecenderungan turunnya harga ini disertai dengan fluktuasi harga yang semakin besar. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien variasi harga-harga bahan pangan yang semakin besar di periode pandemi.

2. Marjin pemasaran pada pasar bahan pangan yang bersifat mudah rusak (bawang merah, bawang putih, cabai merah, dan cabai rawit) relatif lebih besar daripada marjin pemasaran bahan pangan yang *non-perishable* (beras, minyak goreng, dan gula pasir), baik dalam besaran absolutnya maupun berdasarkan persentase dari harga di tingkat produsen. Kecuali pasar bawang merah dan gula pasir, marjin pemasaran tidak saja meningkat besarnya pada periode setelah adanya pandemi Covid-19, tetapi juga menunjukkan variabilitas yang meningkat.

SARAN

Peningkatan variasi marjin pemasaran dapat menjadi indikasi semakin meningkatnya risiko yang dihadapi para pelaku yang berada di sepanjang rantai pemasaran bahan pangan. Sehingga perbaikan kelembagaan diperlukan untuk meningkatkan kompetisi yang terjadi di pasar, khususnya pasar di pasar gula pasir. Kebijakan impor bawang putih dan gula pasir rafinasi tampaknya berperan dalam mengurangi variabilitas marjin pemasaran di kedua komoditas ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, D., Syaikat, Y., & Firdaus, M. (2016). Estimating the Market Power in the Indonesian Garlic Industry. *Journal of the International Society for Southeast Asian Agricultural Sciences*, 22(2), 66-79.
- Huang, J. (2020). Impacts of COVID-19 on agriculture and rural poverty in China. *Journal of Integrative Agriculture*, 19(12): 2849-2853. [https://doi.org/10.1016/S2095-3119\(20\)63469-4](https://doi.org/10.1016/S2095-3119(20)63469-4)
- JICA. 2018. *Market study on food sector in Indonesia*. Indonesia.
- Min, S., Xiang, C., & Zhang, X. H. (2020). Impacts of the COVID-19 pandemic on consumers' food safety knowledge and behavior in China. *Journal of Integrative Agriculture*, 19 (12): 2926-2936. [https://doi.org/10.1016/S2095-3119\(20\)63388-3](https://doi.org/10.1016/S2095-3119(20)63388-3).
- Nchanji, E., Lutomia, C. K., Chirwa, R., Templer, N., Rubyogo, J. C., & Onyango, P. (2020). Immediate impacts of COVID-19 pandemic on bean value chain in selected countries in sub-Saharan Africa. *Agricultural Systems*, 103034. <https://doi.org/10.1016/j.agry.2020.103034>.
- Nurjanah, R., Purwanto, Y.A. & Sutrisno. (2014). Pengaruh jenis kemasan dan penyimpanan dingin terhadap mutu fisik cabai merah. *Jurnal Pascapanen*, 11(1):19-29.
- Nuryanti, S. (2018). Swasembada Beras Berkelanjutan: Dilema antara Stabilisasi Harga dan Distribusi Pendapatan. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 35(1), 19-30. <https://dx.doi.org/10.21082/fae.v35n1.2017.19-30%201>.
- Pahulu, H. F., Davidson, R. T., Dunn, M. L., Ogden, L. V., Steele, F. M., & Pike, O. A. (2007). Change in Mutagenicity in White Rice after Accelerated and Long-Term Storage. *Journal of food science*, 72(2), C126-C131. <https://doi.org/10.1111/j.1750-3841.2006.00259.x>.
- Pan, D., Yang, J., Zhou, G., & Kong, F. (2020). The influence of COVID-19 on agricultural economy and emergency mitigation measures in China: A text mining analysis. *PloS one*, 15(10), e0241167. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0241167>.
- Pangaribowo, E. H. (2014). Consumption Behavior of the Poorest and Policy Implications in Indonesia. In *Marginality* (pp. 221-237). Springer, Dordrecht.

- https://doi.org/10.1007/978-94-007-7061-4_14.
- Poudel, P. B., Poudel, M. R., Gautam, A., Phuyal, S., Tiwari, C. K., Bashyal, N., & Bashyal, S. (2020). COVID-19 and its Global Impact on Food and Agriculture. *Journal of Biology and Today's World*, 9(5), 221.
- Rahman, M. E., Sinaga, B. M., & Susilowati, S. H. (2019). Kebijakan Dukungan Domestik untuk Menetralisir Dampak Negatif Penurunan Tarif Impor Terhadap Industri Gula Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*, 36(2), 91-112. DOI: <http://dx.doi.org/10.21082/jae.v36n2.2018.91-112>
- Rahmawati, A., Fariyanti, A., & Rifin, A. (2018). Spatial Market Integration of Shallot in Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 15(3), 258-258. <https://doi.org/10.17358/jma.15.3.258>.
- Sahoo, J.P., & Samal, K. (2020). Impacts of Covid-19 on Indian Agriculture. *Agriculture Letters*, 1(3):45-46.
- Saliem, H. P., Agustian, A., & Perdana, R. P. (2020). Dinamika harga, permintaan, dan upaya pemenuhan pangan pokok pada era pandemi Covid-19. Draft makalah Buku Bunga Rampai Covid-19. Bogor (ID): Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Samira, A., Woldetsadik, K., & Workneh, T. S. (2013). Postharvest quality and shelf life of some hot pepper varieties. *Journal of food science and technology*, 50(5), 842-855. <https://doi.org/10.1007/s13197-011-0405-1>.
- Sativa, M., Harianto, & Suryana, A. (2017). Impact of red chilli reference price policy in Indonesia. *International Journal of Agriculture System*, 5(2): 120-139. <http://dx.doi.org/10.20956/ijas.v5i2.1201>.
- Siche, R. (2020). What is the impact of COVID-19 disease on agriculture?. *Scientia Agropecuaria*, 11(1), 3-6.
- <http://dx.doi.org/10.17268/sci.agropecu.2020.01.00>.
- Tanger, S. (2020). *Economic Impacts of COVID-19 on Food and Agricultural Markets*. Technical Report.
- Tesfa, T., Woldetsadik, K., & Bayu, W. (2015). Shallot yield, quality and shelf-life as affected by Nitrogen fertilizer. *International Journal of Vegetable Science*, 21(5):454-466. DOI:10.1080/19315260.2014.895790.
- Urumugam, U., Kanagavalli, G., & Manida, M. (2020). Covid-19: Impact of agriculture in India. *Aegaeum Journal*, 8(5): 480-488. <https://ssrn.com/abstract=3600813>.
- Varshney, D., Roy, D., & Meenakshi, J. V. (2020). Impact of COVID-19 on agricultural markets: assessing the roles of commodity characteristics, disease caseload and market reforms. *Indian economic review*, 55(1), 83-103. <https://doi.org/10.1007/s41775-020-00095-1>.
- Vatsyayan, S., Brar, P.S., & Dhali, R.K. (2014). Assessment of shelf life of garlic (*Allium Sativum L.*) ecotypes. *Indian Journal of Ecology*, 41(2):385-388.
- Zhou, J. H., Han, F., Li, K., & Wang, Y. (2020). Vegetable production under COVID-19 pandemic in China: An analysis based on the data of 526 households. *Journal of Integrative Agriculture*, 19 (12): 2854-2865. DOI: 10.1016/S2095-3119(20)63366-4.