
Analisis Efektivitas Pelaksanaan Pasar Murah Bulog Dalam Menjaga Stabilitas Harga Beras di DKI Jakarta

Anita Proborini¹, Titik Ekowati¹, Djoko Sumarjono¹

¹ Program Studi SI Agribisnis Universitas Diponegoro

Email: aproborini@gmail.com

Article Info

DOI:

<http://dx.doi.org/10.20961/bise.v4i1.21298>

Keyword: Rice, Pasar Murah, Perum Bulog

Abstract

The purpose of this research was to analyze: (1) the effectivity of Pasar Murah in terms of its rice quantity management; (2) the effectivity of Pasar Murah in terms of its rice quality management; (3) the effectivity of Pasar Murah in terms of its selling location; (4) the effectivity of Pasar Murah in terms of its implementation time; (5) the effectivity of Pasar Murah in terms of rice price management. The survey method was used to conduct this research and was distributed to 96 respondents from 6 villages in the Administration City of South Jakarta. This research used One sample t-test to analyze rice quantity management, chi-square test to analyze rice quality management, selling location, and also rice price management. Pasar Murah's implementation time was analyzed descriptively. The results showed that fourth-five Pasar Murah's management (80%) succeeded to meet the Perum Bulog expectation. Rice quantity management (20%) did not succeed in meeting Perum Bulog expectation. Based on this result, it can be concluded that in general, Pasar Murah Bulog has been implemented effectively.

PENDAHULUAN

Stabilisasi harga pangan terutama stabilisasi harga beras merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan sebab beras merupakan komoditas pangan strategis dan terpenting bagi masyarakat Indonesia dimana sebanyak 16,88% dari total pengeluaran rumah tangga digunakan untuk mengonsumsi beras. Beras begitu penting hingga harga dari beras tersebut memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap permintaan kelompok pangan lainnya. Kenaikan harga beras yang kemudian diikuti oleh kenaikan harga pangan dan non pangan lainnya dapat menimbulkan inflasi. Dampak kenaikan harga tersebut paling besar dirasakan oleh masyarakat yang berpenghasilan rendah sebab pengeluaran pangan merupakan pengeluaran utama mereka. Hal ini dapat mendukung terjadinya peningkatan angka kemiskinan dimana masalah kemiskinan merupakan masalah utama di Indonesia.

Pasar murah merupakan salah satu program stabilisasi harga pangan yang baru dibentuk pemerintah pada tahun 2017 dengan menunjuk Perum Bulog sebagai salah satu pelaksana program. Pasar murah merupakan kepanjangan tangan dari program operasi pasar. Perbedaannya dengan operasi pasar yaitu pasar murah dilakukan dengan menjual bahan pangan pokok secara langsung ke konsumen dengan harga di bawah harga pasar atau sesuai dengan harga eceran tertinggi (HET) sedangkan operasi pasar dilakukan dengan menambah supply beras di pasar. Tujuan utama dari pasar murah yaitu untuk mengurangi permintaan terhadap pasar sehingga diharapkan harga di pasar dapat turun karena berkurangnya permintaan dan kemudian dapat mengendalikan harga secara umum. Stabilisasi harga melalui pasar murah dapat terjadi apabila pasar murah melakukan intervensi tepat pada waktu (bulan) dimana harga beras akan naik, seperti pada saat menjelang hari raya besar keagamaan atau saat musim paceklik. Stabilisasi harga inilah yang menjadi output dari dilaksanakannya pasar murah dimana output tersebut dapat tercapai apabila pelaksanaan pasar murah berjalan efektif.

Efektivitas pasar murah selain didukung oleh ketepatan manajemen waktu juga didukung oleh beberapa faktor manajemen lainnya yaitu manajemen kuantitas dan kualitas beras serta lokasi pelaksanaan. Kualitas beras dan lokasi pelaksanaan berhubungan dengan bagaimana Bulog dapat menyediakan beras yang disukai masyarakat di lokasi yang baik. Kedua hal tersebut mendorong kepuasan konsumen dan diharapkan dapat meningkatkan tingkat penjualan pasar murah sehingga dapat mengurangi pembelian konsumen di pasar. Manajemen kuantitas merupakan bentuk lain dari upaya menjaga stabilitas harga beras dimana Perum Bulog harus dapat menjamin bahwa stok beras yang dimiliki dapat mencukupi kebutuhan konsumsi penduduk bahkan sampai 3 bulan ke depan. Provinsi DKI Jakarta bukan merupakan daerah produsen sehingga pemenuhan kebutuhan beras harus di supply oleh daerah lain. Hal ini menyebabkan pemenuhan kebutuhan penduduk DKI Jakarta oleh pengadaan daerah hanya terpenuhi sebanyak 3,78% saja.

Hasil laporan dari Kementerian Perdagangan (2015) menyatakan bahwa jumlah beras yang disalurkan pada saat operasi pasar (program stabilisasi harga sebelum pasar murah) memiliki pengaruh terhadap kestabilan harga beras di DKI Jakarta dimana setiap 23,8 ton beras akan menurunkan harga beras sebesar 1% yang efeknya baru terlihat di bulan selanjutnya. Meskipun demikian, Rahmasuciana et al. (2015) menyatakan bahwa pengaruh dari program operasi pasar adalah sangat kecil sehingga harus dirumuskan cara-cara untuk meningkatkan dan mendukung program stabilisasi harga pangan. Resnia dan Wirastuti (2009) sebelumnya telah menyatakan bahwa masalah utama dari program stabilisasi harga pangan terletak pada masalah efektivitas pelaksanaannya dimana hal ini disebabkan karena minimnya evaluasi pelaksanaan.

Penelitian ini merupakan penelitian evaluasi mengenai efektivitas pasar murah yang merupakan program stabilisasi pangan yang baru dibentuk dengan tujuan yaitu: (1) Menganalisis efektivitas pasar murah dari segi manajemen kuantitas beras; (2) Menganalisis efektivitas pasar murah dari segi manajemen kualitas beras; (3) Menganalisis efektivitas pasar murah dari segi manajemen lokasi pelaksanaan. (4) Menganalisis efektivitas pasar murah dari segi manajemen waktu pelaksanaan; (5) Menganalisis efektivitas pasar murah dari segi manajemen harga beras.

Dengan adanya evaluasi, diharapkan permasalahan riil di lapangan dapat diketahui sehingga dapat dirumuskan pula upaya-upaya selanjutnya untuk meningkatkan kinerja dari program stabilisasi harga pangan.

METODE

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober – November tahun 2017 di 6 kelurahan yang terdapat di Kota Administrasi Jakarta Selatan yaitu Kelurahan Kebayoran Lama Selatan, Cipulir, Pasar Minggu, Ragunan, Karet Kuningan dan Kelurahan Setiabudi. Pemilihan lokasi dilakukan sesuai metode *multistage* dengan dasar yaitu memilih kota yang kelurahannya paling sering diadakan pasar murah selama tahun 2017. Kemudian dipilih 3 kecamatan yang paling sering dilakukan pasar murah. Tiga kecamatan tersebut yaitu Kecamatan Kebayoran Lama, Pasar Minggu dan Setiabudi. Pemilihan kelurahan dilakukan secara acar sederhana, yaitu dengan undian.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei. Survei dilaksanakan terhadap 96 responden yang telah ditentukan dengan rumus *virtucio* sesuai Eriyanto (2007). Rumus ini digunakan sebab daftar konsumen pasar murah tidak diketahui (tidak ada *sampling frame*). Rumus tersebut yaitu:

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \times \alpha}{E} \right)^2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai standar dari daftar luas normal standar dengan tingkat kepercayaan (α), yaitu 95%.

E = tingkat ketepatan yang diinginkan dengan mengemukakan besarnya *error* maksimum, yaitu 10%.

Jumlah kelurahan yang akan dijadikan sampel adalah 6 kelurahan sehingga banyaknya sampel responden yang harus diambil per kelurahan yaitu 16 responden. Sampel di ambil secara *incidental* dengan kriteria yaitu ibu-ibu yang sudah pernah membeli beras di pasar murah minimal satu kali. Responden difokuskan pada golongan ibu-ibu dengan pertimbangan bahwa mereka merupakan anggota keluarga yang berperan utama dalam menyediakan kebutuhan pangan rumah tangga. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengedarkan kuesioner.

Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Menurut Dharma (2008), penelitian kuantitatif dilaksanakan untuk menjelaskan, menguji hubungan antar variabel, menentukan kasualitas dari variabel, menguji teori dan mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediksi dan hasilnya diuraikan dalam angka. Pendekatan analisis pada penelitian ini dilakukan dengan statistik deskriptif dan inferen.

Tujuan pertama penelitian yaitu menganalisis efektivitas pasar murah dari segi manajemen kuantitas beras, dianalisis secara inferen yaitu dengan uji *one sample t test*. Tujuan ini berkaitan dengan kemampuan Perum Bulog menyediakan beras sesuai dengan kebutuhan beras penduduk DKI Jakarta. Manajemen kuantitas beras dikatakan tepat apabila dapat memenuhi kebutuhan penduduk DKI Jakarta. Pengujian dilakukan dengan taraf keyakinan 95% dengan hipotesis statistik yaitu:

$H_0 : \mu = \mu_0$, artinya rata-rata pengadaan beras Perum Bulog Divre DKI Jakarta tahun 2017 sama dengan kebutuhan konsumsi beras penduduk Provinsi DKI Jakarta (Tepat kuantitas).

Ha : $\mu \neq \mu_0$, artinya rata-rata pengadaan beras Perum Bulog Divre DKI Jakarta tahun 2017 tidak sama dengan kebutuhan konsumsi beras penduduk Provinsi DKI Jakarta (Tidak tepat kuantitas)

Tujuan kedua penelitian yaitu menganalisis efektivitas pasar murah dari segi manajemen kualitas beras dan tujuan ketiga penelitian yaitu menganalisis efektivitas pasar murah dari segi manajemen lokasi pelaksanaan pasar murah. Keduanya dianalisis secara deskriptif dengan analisis distribusi frekuensi dan inferen dengan uji *chi square*. Analisis secara deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran tentang persepsi masyarakat terhadap kualitas beras dan lokasi penjualan pasar murah. Data hasil survei dihitung skornya berdasarkan skor penilaian variabel penelitian (Tabel 1) dan rumus tepat sesuai dengan Ekowati *et al.* (2011). Hasil yang didapat kemudian dimasukkan ke dalam kategori penilaian akhir kinerja manajemen (Tabel 2). Definisi operasional untuk menjelaskan bagaimana peneliti mengukur variabel dijelaskan pada Tabel 3.

Tabel 1. Skor Penilaian Variabel Penelitian Tujuan 2 dan 3.

No.	Variabel Penelitian	Kategori	Skor
1.	Kualitas	Sangat Baik	> 19,50 – 24,00
		Cukup Baik	> 15,00 – 19,50
		Kurang Baik	> 10,50 – 15,00
		Sangat Tidak Baik	6,00 – 10,50
2.	Lokasi	Sangat Baik	> 14,25 – 18,00
		Cukup Baik	> 10,50 – 14,25
		Kurang Baik	> 6,75 – 10,50
		Sangat Tidak Baik	3,00 – 6,75

Rumus menghitung nilai tepat sesuai adalah sebagai berikut,

$$\text{Nilai Tepat} = \frac{\text{Skor Tepat}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\%$$

Skor tepat merupakan jumlah skor dari total jawaban 96 responden per butir pertanyaan. Skor maksimum merupakan skor maksimal dikali dengan banyaknya butir pertanyaan. Skor maksimal untuk variabel kualitas yaitu 24 sedangkan skor maksimal variabel lokasi yaitu 18.

Tabel 2. Kategori Penilaian Akhir Kinerja Manajemen Kualitas dan Lokasi Pasar Murah

No.	Nilai (%)	Kategori
1.	00.00 – 25.00	Sangat tidak tepat
2.	25.01 – 50.00	Kurang tepat
4.	50.01 – 75.00	Cukup tepat
5.	75.01 – 100.00	Sangat tepat

Sumber: Ekowati *et al.* (2011)

Tabel 3. Definisi Operasional Penelitian tujuan 2 dan 3.

No	Variabel Penelitian	Indikator Keberhasilan
1.	Kualitas	<p>Bahan pokok yang disalurkan harus disukai konsumen (baik). Ukuran kesukaan atau kebaikan adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> Beras harus pulen Beras memiliki aroma yang wangi Beras memiliki rasa yang enak Beras berwarna putih Beras harus bersih dari benda asing Beras memiliki kemasan yang baik dan menarik
2.	Lokasi	<p>Lokasi penjualan harus memudahkan konsumen (baik). Ukuran memudahkan atau kebaikan adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lokasi harus dekat dengan pemukiman penduduk. Lokasi harus strategis (Terlihat jelas dan Mudah ditemukan). Akses menuju ke lokasi tidak menyulitkan.

Analisis inferen dengan uji *chi square* dilakukan dengan taraf keyakinan 95% dengan hipotesis statistik yaitu:

$H_0 : P_{\text{tepat}} - P_{\text{tidak tepat}} = 0, \%$, artinya masing-masing peluang terjadinya tepat kualitas/ lokasi maupun tidak tepat kualitas/ lokasi adalah tidak berbeda, atau disimpulkan bahwa manajemen kualitas/ lokasi tidak dapat dikatakan tepat.

$H_a : P_{\text{tepat}} - P_{\text{tidak tepat}} \neq 0$, artinya peluang terjadinya tepat kualitas/ lokasi lebih besar dari tidak tepat kualitas/ lokasi, atau disimpulkan bahwa manajemen kualitas/ lokasi dapat dikatakan tepat

Tujuan keempat dari penelitian ini yaitu menganalisis efektivitas pasar murah dari segi manajemen waktu pelaksanaan pasar murah. Analisis ini bertujuan untuk melihat kaitan antara waktu dan perkembangan harga beras di pasar dan harga jual Bulog. Pasar murah dikatakan efektif apabila dilaksanakan saat harga di prediksi akan naik dan dapat memberikan dampak pada penurunan harga di bulan berikutnya. Analisis ini dilakukan secara deskriptif. Tujuan kelima dari penelitian ini yaitu menganalisis efektivitas pasar murah dari segi harga beras. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan harga rata-rata beras yang berlaku di seluruh pasar Jakarta Selatan sepanjang tahun 2017 dengan harga jual Bulog. Tujuan ini dianalisis secara inferen dan deskriptif. Perbedaan harga secara keseluruhan diketahui dengan analisis inferen yaitu dengan uji *chi square*. Hipotesis dengan taraf keyakinan 95% yaitu:

$H_0 : P_{\text{harga pasar}} - P_{\text{harga Bulog}} = 50\%$, artinya masing-masing peluang terjadinya tepat harga maupun tidak tepat harga adalah tidak berbeda, atau manajemen harga tidak dapat dikatakan tepat.

$H_a : P_{\text{tepat}} - P_{\text{tidak tepat}} \neq 0$, artinya peluang terjadinya tepat harga lebih besar dari tidak tepat, atau manajemen harga dapat dikatakan tepat

Analisis secara deskriptif yaitu dengan perhitungan koefisien variasi (CV) dilakukan untuk mengetahui perbedaan harga rata-rata beras di pasar dengan harga Bulog setiap bulannya. Dikatakan tepat apabila variasi harga (koefisien variasi) beras di pasar kurang dari 10%. Koefisien variasi sesuai Setiawan (2012) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$CV = \frac{\sigma}{\mu}$$

Keterangan:

CV = Koefisien Variasi

σ = Standar Deviasi

μ = Rata-rata

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen dari pasar murah yang sebelumnya sudah pernah membeli bahan pangan pokok terutama beras saat pasar murah minimal satu kali. Total jumlah responden pada penelitian ini ada 96 orang yang tersebar di 6 kelurahan yang berbeda. Karakteristik responden yang diamati terdiri dari usia, tingkat pendidikan, pekerjaan serta besarnya jumlah pendapatan keluarga per bulan. Jumlah dan persentase karakteristik responden dijabarkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah dan Persentase Karakteristik Responden Pasar Murah

No.	Komponen	Jumlah --orang--	Persentase --%--
A. Karakteristik Responden			
1.	Usia (Tahun)		
	- <20	1	1
	- 21 – 30	4	4
	- 31 – 40	37	39
	- 41 – 50	32	33
	- 51 – 60	18	19
	- > 60	4	4
2.	Tingkat Pendidikan		
	- SD	27	28
	- SMP	26	27
	- SMA	34	36
	- Diploma / Sarjana	6	6
	- Tidak Bersekolah	3	3
3.	Pekerjaan		
	- Ibu Rumah Tangga	75	78
	- Wiraswasta	10	11
	- Pegawai Negeri / Swasta	5	5
	- Pensiunan	2	2
4.	Pendapatan Keluarga		
	- Rp 500.000,- – Rp 1.500.000,-	8	8
	- >Rp 1.500.000,- – Rp 2.500.000,-	23	24
	- >Rp 2.500.000,- – Rp 3.500.000,-	16	17
	- >Rp 3.500.000,- – Rp 4.500.000,-	10	10
	- > Rp 4.500.000,-	8	8
	- Tidak bersedia mengisi	31	32
B. Karakteristik Pembelian			
1.	Lokasi Pembelian		
	- Kantor Kelurahan	72	75
	- Pasar Tradisional	10	10
	- Di Sekitar Pemukiman	14	15

No.	Komponen	Jumlah --orang--	Persentase --%--
2.	Tingkat Pembelian		
	- Sudah pernah beli 2-3 kali	80	83
	- Sudah pernah beli 4-5 kali	10	11
	- Sudah pernah beli > 5 kali	6	6
3	Kombinasi yang Selalu dibeli		
	- Beras, Minyak dan Gula	71	74
	- Beras, Minyak, Gula dan Daging Sapi	4	4
	- Hanya beras	9	9
	- Beras dan Gula	8	8
	- Beras dan Minyak	4	4

Sumber: Data Primer Penelitian (2017)

Responden dalam penelitian ini mayoritas merupakan ibu rumah tangga lulusan SMA yang berusia 31-40 tahun. Rata-rata penghasilan keluarga Responden adalah Rp 1.500.000,- – Rp 2.000.000,- (8%), akan tetapi mayoritas responden (32%) tidak bersedia untuk mengisi rata-rata penghasilan keluarga per bulan. Sasaran dari pasar murah Bulog adalah kelurahan-kelurahan dengan masyarakat yang berpenghasilan menengah ke bawah, sehingga dapat dikatakan wajar apabila hanya terdapat 8 orang yang berpenghasilan di atas Rp 4.500.000,- per bulan. Mayoritas responden sudah pernah membeli bahan pokok saat pasar murah sebanyak 2-3 kali dan biasanya melakukan pembelian di kantor kelurahan. Hal ini sesuai dengan data penjualan Perum Bulog divre DKI Jakarta dimana sepanjang tahun 2017, pasar murah mendatangi lokasi yang sama hanya sebanyak 2-3 kali. Hanya sedikit responden yang pernah melakukan pembelian di pasar tradisional dan di dekat rumah karena biasanya pasar murah hanya datang ke pemukiman apabila komoditas yang dijual belum sesuai target penjualan yang ditentukan dan biasanya dengan berjualan di kelurahan, pasar murah sudah memenuhi target penjualan. Responden yang sudah pernah membeli sampai lebih dari tiga kali biasanya selain membeli di kantor kelurahan juga membeli di lokasi lain misalnya di pasar tradisional atau di kelurahan lain.

Kombinasi bahan pangan pokok yang menjadi kesukaan responden yaitu beras, minyak dan gula. Hanya empat responden saja yang membeli daging sapi saat pasar murah dimana hal ini berhubungan dengan banyaknya responden yang memiliki pendapatan keluarga lebih dari Rp 4.500.000,- hanya berjumlah 8 orang. Daging sapi merupakan pangan yang cukup mahal sehingga masyarakat yang tidak berpenghasilan tinggi merasa enggan untuk membeli daging sapi. Minyak dan gula merupakan komoditas terpenting kedua dan ketiga setelah beras. Berdasarkan survei, walaupun persediaan minyak dan gula di rumah masih ada, responden akan tetap membeli minyak dan gula lagi setiap menjumpai minyak dan gula dengan harga murah. Konsumen pasar murah yang dijumpai penulis saat survei (di luar responden) bahkan lebih banyak yang hanya membeli minyak goreng dan gula saja tanpa membeli beras.

Efektivitas Pasar Murah dari Segi Manajemen Kuantitas Beras.

Pemaksimalan pengadaan beras merupakan hal yang sangat penting dilakukan bagi Perum Bulog sebagai lembaga pangan nasional karena hal ini terkait dengan keamanan stok. Stok yang aman berarti Perum Bulog memiliki stok beras yang cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumsi penduduk bahkan sampai 3 bulan ke depan. Tinggi rendahnya volume stok beras yang dimiliki Perum Bulog dapat mempengaruhi stabilitas harga beras di pasar, dimana hal ini sesuai dengan hasil penelitian Busnita (2016) yang menyimpulkan apabila stok yang dikuasai suatu daerah dapat ditingkatkan sebesar 1%, maka harga akan turun sebesar 0,0009%.

Tabel 5. Jumlah Kebutuhan Beras DKI Jakarta serta Realisasi Pengadaan Beras Bulog Divre DKI Jakarta dan Banten Tahun 2017

Bulan	Kebutuhan*	Realisasi Pengadaan**	
		Jumlah	Persentase
	--kg--	--kg--	--%--
Januari	56.987.525	15.000	0,03
Februari	56.987.525	484.350	0,85
Maret	56.987.525	5.467.400	9,59
April	56.987.525	4.729.350	8,30
Mei	56.987.525	3.896.290	6,84
Juni	56.987.525	3.627.900	6,37
Juli	56.987.525	4.674.435	8,20
Agustus	56.987.525	1.409.325	2,47
September	56.987.525	241.695	0,42
Oktober	56.987.525	634.395	1,11
November	56.987.525	277.375	0,49
Desember	56.987.525	387.850	0,68
Jumlah	683.850.300	25.845.365	3,78

Sumber: *) Survei Sosial Ekonomi Nasional (2016)

***) Perum Bulog Divre DKI Jakarta dan Banten (2017)

Berdasarkan perhitungan statistik Perum Bulog Divre DKI Jakarta dan Banten tahun 2017 signifikan (0,000) tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumsi beras penduduk DKI Jakarta (H0 ditolak), atau hanya mampu memenuhi 3,78% total kebutuhan (Tabel 5). Hasil realisasi tersebut jauh di bawah kebutuhan konsumsi dimana untuk menjaga stabilitas harga, total penawaran beras harus minimal sama dengan total permintaan beras. Dapat disampaikan bahwa efektivitas pasar murah dari segi manajemen kuantitas beras adalah tidak tepat (tidak efektif).

Tidak tercapainya pemenuhan kebutuhan konsumsi DKI Jakarta oleh Perum Bulog Divre DKI Jakarta dan Banten tahun 2017 disebabkan oleh beberapa hal yaitu: (1) Minimnya luasan lahan sawah di DKI Jakarta. Jarangnya ditemukan sawah menyebabkan jumlah pengadaan kecil. Hal ini sesuai data Kementerian Pertanian (2014) yang menunjukkan bahwa luas lahan sawah di DKI Jakarta hanya 895 ha atau hanya 1,3% luas total provinsi DKI Jakarta. (2) Berkurangnya jumlah pagu Rastra DKI Jakarta. Pagu Rastra merupakan jumlah beras yang dialokasikan untuk masyarakat penerima manfaat. Berkurangnya pagu Rastra disebabkan adanya pengalihan Rastra menjadi Bantuan Pangan Non Tunai oleh Pemerintah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Seksi Pengadaan, berkurangnya pagu Rastra menyebabkan berkurangnya tugas Bulog dalam bidang penyaluran sehingga hal ini mengakibatkan pengurangan jumlah pengadaan. (3) Harga GKP di pasar lebih tinggi dari HPP. Hal ini menyebabkan Bulog mengalami kesulitan dalam menyerap hasil panen petani karena Bulog hanya dapat melakukan pembelian sesuai dengan HPP. Hal ini juga membuat banyak petani lebih memilih untuk menjual hasil panennya ke pasar. Fenomena ini didukung oleh Maulana (2012) yang menyatakan bahwa kebijakan HPP hanya efektif dilakukan apabila harga GKP berada di bawah HPP.

Efektivitas Pasar Murah dari Segi Manajemen Lokasi Pelaksanaan

Salah satu indikator dari keberhasilan pasar murah yaitu menyediakan komoditas pangan yang disukai oleh masyarakat. Kualitas penting untuk diperhatikan karena akan mempengaruhi minat konsumen dalam pembelian berikutnya. Beras yang disukai oleh konsumen dapat membuat konsumen kembali membeli beras tersebut sehingga dengan demikian, penjualan beras Bulog saat

pasar murah diharapkan dapat meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2004) yang menyatakan bahwa konsumen yang merasa puas dengan kinerja produk yang dibelinya akan menunjukkan kemungkinan lebih tinggi untuk melakukan pembelian kembali.

Hasil analisis secara deskriptif dengan perhitungan distribusi frekuensi menghasilkan nilai skor total tepat lokasi yaitu 83%, sehingga masuk ke dalam kategori sangat tepat. Berdasarkan uji chi-square, nilai sig. (1-tailed) yang didapat yaitu 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa peluang terjadinya tepat kualitas adalah lebih besar dari 50% (H_0 ditolak). Nilai di atas 50% sesuai Tabel 2 termasuk ke dalam kategori “tepat”. Berdasarkan analisis secara inferen dan secara deskriptif dapat disampaikan bahwa pasar murah Bulog telah mampu memberikan menyediakan beras yang kualitasnya disukai masyarakat atau dapat pula disampaikan Pasar Murah Bulog telah tepat kualitas (efektif).

Tabel 6. Jumlah dan Persentase Analisis Tepat Kualitas Beras

Keterangan	Jumlah	Persentase
	--orang--	--%--
Sangat Tepat	60	63
Cukup Tepat	31	32
Kurang Tepat	5	5
Sangat Tidak Tepat	0	0
Jumlah	96	100

Sumber: Data Primer Penelitian (2017)

Tercapainya efektivitas pasar murah dari segi kualitas dikarenakan konsumen yang telah melakukan pembelian merasa puas dengan kualitas beras yang dibeli. Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui mayoritas responden (63%) menjawab bahwa kualitas beras yang dibeli saat pasar murah adalah sangat baik, 32% menjawab cukup baik dan 5% menjawab kurang baik. Hasil ini membuktikan bahwa Perum Bulog telah mampu menyediakan beras yang pulen, enak, bersih, putih, wangi dan dikemas secara menarik.

Kualitas sangat diperhatikan oleh Perum Bulog dan terus ditingkatkan sebab harga jual beras yang murah tidak lagi cukup untuk menjamin bahwa beras tersebut akan dibeli dan digemari konsumen. Perilaku konsumen ini sesuai dengan perilaku konsumen dalam Agustina (2011) yang menyatakan bahwa faktor kualitas merupakan faktor yang paling dominan di antara semua faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen pada pembelian beras. Faktor harga yang tidak lagi menjadi kepentingan utama dalam melakukan pembelian membuktikan bahwa beras merupakan komoditas yang spesial. Didukung oleh Syahrir *et al.* (2015), perilaku konsumen beras telah bergeser dari sekedar mengonsumsi beras berkualitas sedang dengan harga murah menjadi mengonsumsi beras berkualitas tinggi dengan harga tinggi.

Efektivitas Pasar Murah dari Segi Manajemen Lokasi Pelaksanaan

Salah satu indikator efektivitas pasar murah yaitu dapat menyalurkan komoditas penjualan di lokasi yang baik. Lokasi dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha sebab lokasi yang tidak baik akan mengurangi minat beli konsumen. Hal ini didukung oleh Ghanimata (2012) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara lokasi dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian, dimana semakin dekat, mudah dan aman maka semakin banyak konsumen yang akan datang untuk membeli. Mayoritas konsumen dari pasar murah merupakan masyarakat yang golongan penghasilannya menengah ke bawah, sehingga baik bagi Perum Bulog untuk dapat melaksanakan pasar murah di tempat yang dekat dan strategis. Hal ini menurut Astuti (2008) dilakukan untuk mengurangi biaya tambahan (biaya transportasi) yang harus dikeluarkan konsumen ketika melakukan pembelian.

Tabel 7. Jumlah dan Persentase Analisis Tepat Lokasi

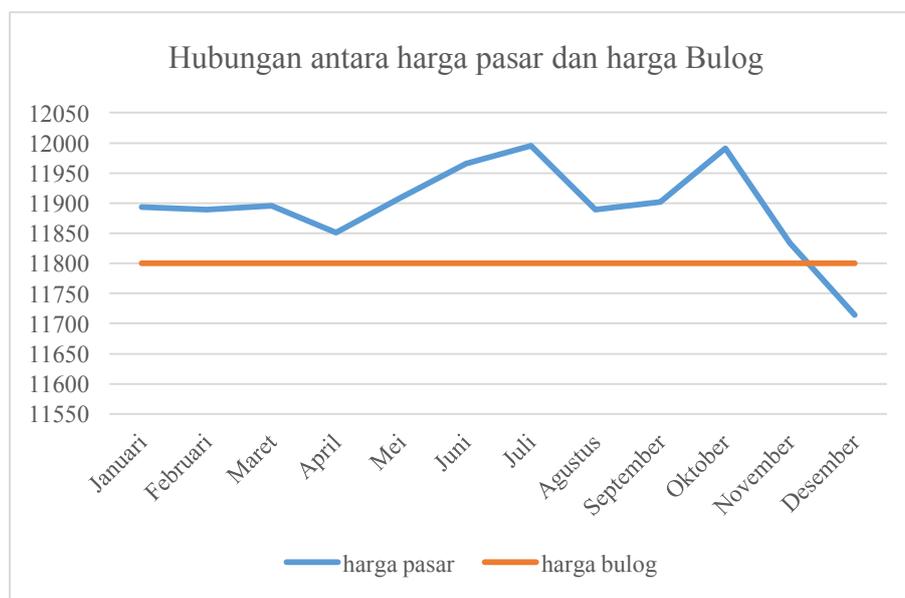
Keterangan	Jumlah	Persentase
	--orang--	--%--
Sangat Tepat	0	0
Cukup Tepat	59	61
Kurang Tepat	30	31
Sangat Tidak Tepat	7	7
Jumlah	96	100

Sumber: Data Primer Penelitian (2017)

Hasil analisis secara deskriptif dengan perhitungan distribusi frekuensi menghasilkan nilai skor total tepat lokasi yaitu 56%, sehingga masuk ke dalam kategori cukup tepat. Berdasarkan uji *chi-square*, nilai sig. (1-tailed) yang didapat yaitu 0,046. Hal ini menunjukkan bahwa peluang terjadinya tepat lokasi adalah lebih besar dari 50% (H_0 ditolak). Nilai di atas 50% sesuai Tabel 2 termasuk ke dalam kategori “tepat”. Berdasarkan analisis secara inferen dan secara deskriptif dapat disampaikan bahwa pasar murah Bulog dari segi manajemen lokasi telah tepat dilaksanakan (efektif).

Pasar murah Bulog selalu di adakan di kantor kelurahan karena Perum Bulog bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Kantor-kantor kelurahan di Kota Jakarta Selatan mayoritas di kelilingi oleh pemukiman penduduk sehingga hal ini mendukung tercapainya efektivitas pasar murah dari segi manajemen lokasi. Berdasarkan hasil survei, diketahui bahwa mayoritas konsumen yang datang membeli bertempat tinggal sejauh 1 – 4 km dari kelurahan. Terdapat pula konsumen yang tempat tinggalnya sejauh lebih dari 4 km namun sangat sedikit, karena bagi mereka tetap lebih menguntungkan membeli bahan pangan di warung dekat rumah dari pada membeli di pasar murah namun harus mengeluarkan biaya tambahan untuk transportasi. Perilaku konsumen ini sesuai dengan Pyndick dan Rubinfeld (2007) dalam Utami (2016) yang menyatakan bahwa konsumen akan tetap memilih barang yang lebih menguntungkan walaupun beda keuntungan dengan barang lainnya hanya berbeda sedikit.

Efektivitas Pasar Murah dari Segi Manajemen Waktu Pelaksanaan



Gambar 1. Hubungan antara harga pasar dan harga Bulog
 Sumber: Info Pangan Provinsi DKI Jakarta (2017)

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa harga beras dari bulan Januari sampai Februari di Jakarta Selatan stabil di harga Rp 11.900,-/kg. Turunnya harga beras pada bulan Maret dan April dikarenakan bulan tersebut bertepatan dengan musim panen raya. Harga tidak mengalami kenaikan dan masih belum memasuki bulan puasa sehingga menyebabkan volume pasar murah di bulan Januari dan April sangat rendah. Hari lebaran) jatuh pada akhir bulan Juni, akan tetapi harga sudah mulai naik sejak awal bulan puasa yaitu bulan Mei. Oleh karena harga mulai naik, maka frekuensi pasar murah juga mulai meningkat pada bulan Mei sampai lebaran berakhir. Harga turun setelah bulan Juli, kemudian kembali naik pada bulan September sampai Oktober karena pada bulan September volume pengadaan beras Bulog sangat kecil dan baru akan panen pada akhir bulan September.

Jumlah pasar murah terbanyak baik di Kota Jakarta Selatan dan kota Jakarta lainnya terdapat pada bulan Mei sampai Juli (pra dan pasca lebaran) dimana pada bulan Mei terdapat total 95 kali pasar murah dan pada bulan Juni terdapat total 197 pasar murah. Hal ini menunjukkan bahwa Bulog tepat dalam manajemen waktu karena melakukan intervensi tepat di saat harga mulai naik. Berdasarkan Gambar 1, dampak dari pasar murah mulai terlihat satu bulan setelah dilaksanakannya pasar murah dimana harga beras baru mulai turun di bulan Juli sampai Agustus dan tetap stabil sampai awal bulan September. Hal ini sama dengan laporan operasi pasar Kementerian Perdagangan (2015) yang menyatakan bahwa dampak dari operasi pasar dirasakan satu bulan setelah kegiatan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disampaikan bahwa pasar murah dari segi manajemen waktu pelaksanaan adalah tepat/ efektif.

Efektivitas Pasar Murah dari Segi Manajemen Harga Beras

Hasil analisis uji chi-square menunjukkan bahwa harga beras yang berlaku di pasar Jakarta Selatan selama tahun 2017 secara keseluruhan adalah signifikan 0,000, yang artinya peluang terjadinya tepat harga adalah lebih besar dari 50%. Nilai variasi harga beras di Pasar Jakarta Selatan kemudian dihitung dengan koefisien variasi (CV) dan menghasilkan nilai 0,8%. Nilai tersebut sangat kecil karena mendekati nilai 0 dan lebih kecil dari standar nilai CV minimum untuk stabilitas harga yang ditetapkan sesuai Kementerian Perdagangan (2010), yaitu kurang dari 10%. Berdasarkan analisis inferen dan deskriptif dapat disampaikan bahwa pasar murah telah tepat/efektif dalam hal menjaga stabilitas harga beras.

Stabilitas harga beras di tahun 2017 dapat tercapai tidak lepas dari pengaruh faktor lain seperti peningkatan jumlah pengadaan Bulog nasional, peningkatan produksi padi nasional, stabilitas harga Bahan Bakar Minyak (BBM) dan tidak adanya impor beras pada tahun 2016. Berdasarkan Laporan Tahunan Perum Bulog (2016) peningkatan jumlah pengadaan Bulog signifikan mengalami kenaikan. Kenaikan ini mendukung stabilitas harga karena hal ini berarti Perum Bulog dapat menyerap produksi padi dengan HPP sehingga dapat mencegah instabilitas harga di tingkat produsen. Hal ini sesuai dengan Sawit (2010) yang menyatakan bahwa dengan HPP, pemerintah mengharapkan terjaganya stabilitas harga padi di tingkat petani. Berdasarkan laporan Kementerian Pertanian (2018) peningkatan jumlah produksi padi tahun 2017 adalah sebesar 2,16%. Kenaikan produksi padi dapat pula diartikan bahwa akan ada tambahan supply di pasar yang dapat menyebabkan harga beras turun. Hal ini didukung dengan hasil penelitian dari Busnita (2016) yang menyatakan bahwa kenaikan produksi padi dapat menstabilkan harga dan menurunkan harga sebesar 0,0023% setiap kenaikan 1% produksi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa manajemen pasar murah dari segi kualitas, lokasi, waktu dan harga telah memenuhi nilai harapan (target) dan hanya 1 manajemen yaitu kuantitas yang belum memenuhi nilai harapan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pasar murah yang dilaksanakan oleh Perum Bulog Divre DKI Jakarta pada tahun 2017 secara umum telah efektif. Walaupun sudah tidak ada Rastra, namun Bulog tetap harus

melakukan pengadaan untuk memenuhi paling tidak 10% dari kebutuhan konsumsi penduduk. Perlu dilakukan penelitian mengenai optimasi kuantitas minimum yang harus disediakan Perum Bulog secara tepat. Pemerintah sebaiknya memperbesar anggaran pengadaan sebab Perum Bulog mengalami kesulitan melakukan pembelian hasil produksi sesuai dengan HPP terutama ketika harga jual di tingkat petani lebih tinggi dari HPP.

REFERENSI

- Agustina, T. 2011. Analisis perilaku konsumen beras organik di Kabupaten Jember. *J-SEP* 5 (3) : 15 – 21.
- Astuti, E. P. 2008. *Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen terhadap Beras di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur*. Institut Pertanian Bogor. (skripsi).
- Busnita, S. S. 2016. *Rice Price Volatility , Its Driving Factors and The Impact of Climate Change on Paddy Production and Rice Price in Indonesia*. Institut Pertanian Bogor. (thesis)
- Dharma, S. 2008. *Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian Pendidikan*. Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta.
- Ekowati, T., D. H. Darwanto, S. Nurtini dan A. Suryantini. 2011. The analysis of beef cattle subsystem agribusiness implementation in Central Java Province, Indonesia. *J. Indonesian Trop. Anim. Agric.* 36 (4) : 281 – 289.
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. LKIS, Yogyakarta.
- Ghanimata, F. 2012. *Analisis pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian*. Universitas Diponegoro, Semarang. (skripsi).
- Kementerian Perdagangan. 2010. *Rencana Strategis Kementerian Perdagangan Periode 2010 – 2014*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta.
- Kementerian Perdagangan. 2015. *Laporan Akhir Analisis Efektivitas Operasi Pasar*.
- Kementerian Pertanian. 2014. *Tentang Statistik Lahan Pertanian Tahun 2009 – 2013*. Diakses di http://www.pertanian.go.id/file/Statistik_Lahan_2014.pdf. tanggal 25 April 2018.
- Kementerian Pertanian. 2018. *Tentang Luas Panen Padi Sawah menurut Provinsi Tahun 2013-2017*. Diakses di [http://www.pertanian.go.id/Data5tahun/TPASEM-2017\(pdf\)/10-LPPadi.pdf](http://www.pertanian.go.id/Data5tahun/TPASEM-2017(pdf)/10-LPPadi.pdf) tanggal 25 April 2018.
- Kotler, P. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo Indonesia, Jakarta.
- Rahmasuciana, D. Y., D. H. Darwanto dan Masyhuri. 2015. Pengaruh pengadaan beras dan operasi pasar terhadap harga beras dalam negeri. *J. Agro Ekonomi.* 26 (2) : 129 - 138.
- Resnia, R. dan A. Wirastuti. 2009. *Kebijakan stabilisasi harga beras*. Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan. 3 (1) : 1 - 23.
- Sawit, M. H. 2010. Reformasi kebijakan harga produsen dan dampaknya terhadap daya saing beras. *J. Pengembangan Inovasi Pertanian* 4 (1) : 1 -13.
- Setiawan, A. 2012. Perbandingan koefisien variasi antara 2 sampel dengan metode Bootstrap (studi kasus pada analisis inflasi bulanan komoditas beras, cabe merah dan bawang putih di Kota Semarang). *JdC* 1 (1) : 19 – 25.
- Utami, V. A. M. 2016. Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *J. Ilmu dan Riset Manajemen.* 5 (7) : 1 – 18.