

# Dampak Program Gerakan Tanam Cabai Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Cabai Tingkat Rumah Tangga di Bogor dan Jakarta (*Impact of Chilli Planting Program n Chilli Self Sufficiency at Household Level in Bogor and Jakarta*)

Rizka Amalia Nugrahapsari, Rima Setiani, Sulusi Prabawati, Turyono, dan Hardiyanto

Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura, Jln. Tentara Pelajar No 3C, Kampus Penelitian Pertanian Cimanggu, Bogor, Jawa Barat, Indonesia 16111  
E-mail: nugra\_hapsari@yahoo.co.id

Diterima: 28 November 2018; direvisi: 18 April 2019; disetujui: 28 Juni 2019

**ABSTRAK.** Program Gerakan Tanam Cabai (Gertam Cabai) dilatarbelakangi oleh fluktuasi harga cabai yang berlangsung tiap tahun. Program ini bertujuan membantu penyediaan cabai secara berkelanjutan pada tingkat rumah tangga. Penelitian bertujuan untuk mengkaji sejauh mana pengaruh Gertam Cabai terhadap kemandirian pemenuhan kebutuhan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bogor dan Jakarta. Metode analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan *impact analysis*. Pada metode *impact analysis* dilakukan pengukuran nilai indikator sebelum dan setelah intervensi program pada dua kelompok, yaitu kelompok yang mendapat intervensi program (Kelompok Aksi) dan kelompok yang tidak mendapat intervensi program (Kelompok Kontrol). Pada masing-masing kelompok dilakukan penghitungan selisih nilai indikator pada saat *impact* dan *baseline*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Gertam Cabai belum memberikan pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan cabai tingkat rumah tangga. Hal ini terlihat dari: (1) tidak adanya perbedaan volume pembelian cabai antara sebelum dan sesudah Gertam Cabai pada kelompok penerima, dan (2) tidak adanya perbedaan volume pembelian cabai sesudah periode program tersebut antara kelompok penerima dan non penerima. Hal ini disebabkan karena banyak tanaman cabai yang mati, cabai yang dibagikan tidak sesuai dengan preferensi konsumen, dan cabai merupakan komoditas yang bersifat inelastis. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan apabila program itu masih akan dilaksanakan, yaitu: (1) jenis cabai dalam program itu agar disesuaikan dengan preferensi konsumen, dan (2) pembangunan sistem dan tatanan kelembagaan untuk memastikan keberlanjutan program meliputi sistem pembagian benih, penentuan kelompok penerima, pendampingan pra dan pasca pembagian benih, serta pembekalan teknis budidaya kepada kelompok penerima.

Kata kunci: Gerakan tanam cabai; Rumah tangga; *Impact analysis*

**ABSTRACT.** Chilli planting program was motivated by the fluctuation of chili price every year. The objective of this program was to assist the household level for having sustainable supply of chilli. The purpose of this study was to analyze the influence of chilli Planting Program on the self sufficiency of household chilli needs in Bogor and Jakarta. The method of analysis used is descriptive statistics and impact analysis. In the impact analysis method, the indicator measurement before and after the program intervention was done in two groups: the group receiving the program (Action Group) and the group that did not participate in the program (Control Group). The next step is to calculate the difference between the indicators value at impact and baseline on each group. The results showed that chilli planting program has not affected chilli self sufficiency at household level. This can be seen from: (1) there is no difference in the volume of chilli purchasing before and after chilli planting program in the action group, and (2) there is no difference in the volume of chilli purchasing after chilli planting program period between action and control group. This is because a lot of chilli plants were dead, the chili was distributed not in accordance with consumer preferences, and chilli is an inelastic commodity. Some suggestions that should be considered if there is a continuation of the chilli planting program are (1) distributed chilli type has to satisfy household preferences, and (2) the program should be equipped by simultaneous development of system and institutional arrangement to ensure its sustainability, includes a system for distributing seeds, determining beneficiary groups, providing pre and post seed distribution, and providing technical training to the recipient groups.

Keywords: Chilli planting program; Household; Impact analysis

Ketidakpastian harga komoditas pertanian merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam berusaha tani. Salah satu komoditas yang harganya berfluktuasi adalah cabai. Fluktuasi harga pada komoditas cabai menyebabkan volatilitas, yang pada akhirnya dapat menyebabkan inflasi serta ketidakpastian dalam perekonomian Indonesia. Hasil penelitian Rizaldy (2017) menunjukkan bahwa fluktuasi harga cabai merah berpengaruh nyata terhadap tingkat inflasi. Fluktuasi harga

ini akan berpengaruh terhadap keputusan petani dalam berusaha tani cabai, di mana hanya sebagian kecil petani cabai yang berani mengambil risiko (Kurniawati, Syafii & Rondhi 2017). Hasil penelitian kointegrasi pasar yang dilakukan oleh Kustiari (2017) menunjukkan bahwa fluktuasi harga cabai di tingkat pedesaan akan memengaruhi fluktuasi harga cabai di perkotaan, namun tidak berlaku sebaliknya. Cabai juga menjadi salah satu komoditas yang berkontribusi dalam menjelaskan keragaman inflasi di Provinsi

Banten (Setiawan & Hadiyanto 2014). Fluktuasi harga tersebut dipengaruhi oleh waktu tanam cabai yang sangat dipengaruhi cuaca/iklim yang menyebabkan panen cabai menjadi tidak optimal (Farid & Subekti 2012; Naully 2016), kurangnya pasokan dari sentra produksi, permasalahan distribusi, serta pascapanen. Pasokan cabai yang rendah biasanya terjadi pada musim hujan. Pada musim tersebut sebagian besar sawah ditanami padi (Anwarudinsyah *et al.* 2015). Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk mengatasi fluktuasi harga cabai, salah satunya melalui kebijakan harga referensi. Namun, kebijakan tersebut dinilai tidak efektif dalam mengatasi fluktuasi harga (Sativa *et al.* 2017).

Di sisi lain, cabai merupakan kebutuhan pokok masyarakat Indonesia yang keberadaannya belum dapat disubstitusi oleh komoditas lainnya. Masyarakat Indonesia terbiasa mengonsumsi cabai segar (bukan cabai kering atau cabai bubuk). Sebagai salah satu barang kebutuhan pokok maka pemerintah wajib menjamin ketersediaan dan keterjangkauan harga cabai sepanjang waktu (Satya 2016). Hasil penelitian Nugrahapsari & Arsanti (2018) menunjukkan bahwa meskipun diprediksikan bahwa volatilitas harga di masa datang akan semakin kecil, namun masih terdapat variasi harga musiman. Oleh karena itu diperlukan upaya untuk menjamin cabai tersedia sepanjang musim.

Kementerian Pertanian mencanangkan program Gerakan Tanam Cabai (Gertam Cabai) pada 22 November 2017 di Lapangan Divisi Infanteri 1 Kostrad Cilodong, Depok. Tujuan program ini adalah mengajak masyarakat memenuhi kebutuhan cabai untuk rumah tangganya sendiri. Jika rumah tangga mampu menyediakan kebutuhan cabainya maka diharapkan tidak terjadi gejolak kenaikan harga cabai pada tingkat nasional.

Dalam pelaksanaannya, Kementerian Pertanian bekerja sama dengan Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI), dan organisasi wanita lainnya. Program Gertam Cabai ini melibatkan Badan Ketahanan Pangan, Direktorat Jenderal Hortikultura, Badan Litbang Pertanian, dan didukung oleh Eselon I lainnya. Pada lingkup Balitbangtan, Puslitbang Hortikultura bersama Balai Penelitiannya dan Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian (BBP2TP) bersama seluruh Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) menyiapkan benih cabai dalam polibag siap tanam. Seluruh BPTP melaksanakan kerja sama dengan PKK Provinsi, dan organisasi wanita lainnya. Perempuan dipilih sebagai sasaran program karena perempuan memegang peran

penting dalam keputusan penyediaan cabai tingkat rumah tangga. Di dalam penyediaan cabai di rumah tangga, biasanya mempertimbangkan jumlah anggota keluarga, harga beli, pendapatan rumah tangga, dan frekwensi pembelian (Proyanti 2012). Keputusan pembelian cabai merah juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti produk (warna, tidak ada tanda busuk, harga, minimal residu pestisida, dan kesegaran), sikap konsumen (komponen afektif, kognitif, dan konatif) serta persepsi kualitas produk (Adiyoga 2011).

Untuk mengukur efektivitas program dalam menciptakan kemandirian penyediaan cabai di tingkat rumah tangga maka dilakukan kajian mengenai manfaat gerakan tanam cabai di pekarangan. Penelitian untuk melihat efektivitas suatu program sangat penting dilakukan terutama untuk melihat sejauh mana keberhasilan suatu program dalam mencapai tujuan dan kontribusinya dalam pengambilan keputusan, memperbaiki kekurangan pada program yang tengah berjalan, merumuskan *lesson learned*, mendokumentasikan kegiatan, dan menyediakan informasi kepada *stakeholder* (DPOD 2009; Hobson, Mayne & Hamilton. 2014; UNDP 2009). Secara umum, penelitian ini bertujuan mengkaji sejauh mana pengaruh Gertam Cabai terhadap kemandirian pemenuhan kebutuhan cabai tingkat rumah tangga di Bogor dan Jakarta. Tujuan penelitian secara khusus adalah untuk (1) menganalisis pola konsumsi cabai dan respon masyarakat saat terjadi kenaikan harga cabai, dan (2) menganalisis manfaat gerakan tanam cabai di pekarangan terhadap tingkat kemandirian pemenuhan cabai untuk konsumsi rumah tangga di Bogor dan Jakarta.

## BAHAN DAN METODE

### Waktu dan Tempat

Penelitian dilaksanakan mulai bulan Februari sampai dengan Desember 2017 di lokasi penerima program Gertam Cabai (Bogor dan Jakarta).

### Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara tingkat rumah tangga. Lokasi yang dipilih adalah provinsi DKI Jakarta dan kota Bogor. Pertimbangan pemilihan provinsi DKI Jakarta dan kota Bogor adalah: (1) Jakarta merupakan sentra konsumsi cabai terbesar dan bergantung pada pasokan dari luar Jakarta dan (2) PKK Kota Bogor telah menandatangani kesepakatan pelaksanaan kerja sama tentang Gertam Cabai dengan Puslitbang Hortikultura. Data sekunder

dan data pendukung lainnya terkait agribisnis cabai diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Direktorat Jenderal Hortikultura, serta berbagai sumber lain yang relevan.

Jenis cabai yang dibagikan adalah cabai merah keriting dan cabai rawit merah. Analisis manfaat Gertam Cabai mengambil kelompok sasaran PKK yang menerima cabai tersebut. Oleh karena itu penelitian diawali dengan mendapatkan data PKK yang menerima Gertam Cabai (*treatment group*) dan kelompok yang tidak menerima program itu pada kelurahan terpilih (*control group*). Kelompok yang dipilih sebagai kontrol adalah kelompok yang memiliki status ekonomi sama dengan *treatment group*. Penggunaan kontrol grup di dalam *impact analysis* adalah untuk memastikan bahwa perubahan volume pembelian cabai yang terjadi adalah dari Gertam Cabai. Salah satu contoh penggunaan kontrol grup dalam penelitian dampak bisa dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh Carracedo, Farina & Seijo (2018) mengenai pengaruh paparan kekerasan terhadap anak dan bagaimana cara mengatasinya. Pada penelitian itu responden dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu anak-anak yang orang tua-nya terpapar kekerasan dan anak-anak dengan orang tua yang memiliki kualitas hubungan baik.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, yaitu *convenient sampling (incidental)*, di mana tidak semua unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel ini dipilih karena tidak adanya data penyebaran benih cabai oleh PKK. Di samping itu, wawancara juga disesuaikan dengan aktivitas ibu rumah tangga. Jumlah responden adalah 61 orang penerima Gertam Cabai di Bogor yang tersebar di enam kelurahan, yaitu Sukasari, Babakan Pasar, Tanah Sereal, Mulyaharja, Tanah Baru, dan Margajaya. Jumlah responden kontrol (non penerima) adalah 27 orang yang tersebar di empat kelurahan, yaitu Babakan Pasar, Tanah Sereal, Tanah Baru, dan Margajaya. Lokasi penerima dan non penerima Gertam Cabai saling berdekatan. Sementara jumlah responden di Jakarta adalah 21 orang responden di Kelurahan Lenteng Agung-Kecamatan Jagakarsa, Kelurahan Ciracas-Kecamatan Ciracas, dan Kelurahan Bambu Larangan-Kecamatan Cengkareng. Penelitian di Jakarta tidak dilakukan di semua lokasi karena penelitian yang sama juga dilakukan oleh BPTP DKI Jakarta. Oleh karena itu penelitian di Jakarta bersifat studi kasus.

### Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan *impact analysis*. Wawancara dilakukan

sebanyak dua kali yaitu wawancara awal untuk menggali informasi mengenai: (1) karakteristik responden, tingkat konsumsi dan jenis cabai sebelum mengikuti Gertam Cabai, (2) kondisi benih yang diterima dan kondisi awal pertumbuhan tanaman cabai, dan (3) kesesuaian varietas yang dibagikan dengan keinginan responden. Peersman (2014) menjelaskan bahwa *baseline* survei sangat diperlukan terutama untuk membandingkan antara kondisi sebelum dan sesudah intervensi program

Wawancara kedua dilakukan pada 3–4 bulan setelah benih cabai dibagikan, dengan asumsi bahwa pada 3–4 bulan berikutnya tanaman cabai mulai dipanen. Data yang dikumpulkan adalah pemanfaatan hasil cabai dari benih yang dibagikan, bagaimana pemeliharannya, dan volume pembelian cabai setelah program Gertam Cabai.

Pada metode *impact evaluation* akan dilakukan pengukuran nilai indikator sebelum dan setelah intervensi program pada dua kelompok, yaitu kelompok yang mendapat intervensi program (Kelompok Aksi) dan kelompok yang tidak mendapat intervensi program (Kelompok Kontrol). Indikator yang akan diukur adalah volume pembelian cabai per rumah tangga per minggu antara sebelum dan sesudah program Gertam Cabai. Pada masing-masing kelompok dilakukan penghitungan selisih nilai indikator pada saat *impact* dan *baseline*. Setelah itu kurangkan kedua selisih (selisih dalam selisih) sehingga diperoleh nilai manfaat yang dihasilkan dari intervensi program (Bappenas 2007).

Rumus penghitungan selisih dalam selisih adalah sebagai berikut:

$$\Delta Y = (YA1 - YA0) - (YK1 - YK0)$$

di mana:

YA0 = Volume pembelian cabai per rumah tangga per minggu Kelompok Aksi sebelum intervensi program

YA1 = Volume pembelian cabai per rumah tangga per minggu Kelompok Aksi setelah intervensi program

YK0 = Volume pembelian cabai per rumah tangga per minggu Kelompok Kontrol sebelum periode program

YK1 = Volume pembelian cabai per rumah tangga per minggu Kelompok Kontrol setelah periode program

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis manfaat adalah sebagai berikut:

1. Melakukan Uji *Independent Sample T Test* (Kelompok penerima dan Kelompok non penerima). Uji ini dilakukan untuk mengetahui

kesamaan rata-rata volume pembelian cabai per rumah tangga per minggu Kelompok penerima dan Kelompok non penerima sebelum program Gertam Cabai. Apabila sama maka dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Apabila tidak sama maka dilakukan pemilihan sampel kembali.

2. Melakukan penghitungan manfaat dengan cara :
  - (a) menghitung selisih rata-rata volume pembelian cabai per rumah tangga per minggu kelompok penerima sebelum dan sesudah program Gertam Cabai;
  - (b) menghitung selisih rata-rata volume pembelian cabai per rumah tangga per minggu Kelompok non penerima pada periode yang sama dengan penghitungan kelompok penerima; dan
  - (c) menghitung selisih hasil pada poin a dan b.
3. Uji Z untuk menguji apakah ada perbedaan yang nyata antara volume pembelian cabai perkapita perminggu sebelum dan sesudah program Gertam Cabai pada kelompok penerima, sedangkan uji *Independent Sample Test* digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan nyata antara volume pembelian cabai perkapita perminggu sesudah program Gertam Cabai antara kelompok penerima dan kelompok non penerima.
4. Untuk menguji respon kelompok penerima saat kenaikan harga maka akan dilakukan uji Z, yaitu untuk menguji apakah ada perbedaan yang nyata antara volume pembelian cabai perkapita perminggu sebelum dan sesudah kenaikan harga.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Pengaruh Program Gerakan Tanam Cabai Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Cabai Tingkat Rumah Tangga di Bogor**

Pemanfaatan pekarangan di Indonesia masih bersifat sambilan, untuk mengisi waktu luang dan ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan rumah tangga, apabila dimanfaatkan dengan benar maka berpeluang meningkatkan penghasilan rumah tangga (Purwantini *et al.* 2012). Gertam Cabai dimaksudkan untuk menciptakan kemandirian pemenuhan kebutuhan cabai di tingkat rumah tangga. Oleh karena itu manfaat gerakan tanam cabai diukur dengan parameter volume pembelian cabai, yaitu dengan melakukan perbandingan volume pembelian cabai sebelum dan setelah Gertam Cabai pada kelompok penerima.

Manfaat Gertam Cabai dapat diukur dengan membandingkan volume pembelian cabai setelah periode Gertam Cabai antara kelompok penerima

**Tabel 1. Hasil uji volume pembelian cabai sebelum Gertam Cabai pada kelompok penerima dan non penerima di Bogor (*Before program t-test results of chilli purchased volume between recipient and non recipient groups in Bogor*)**

Parameter ( <i>Parameter</i> )	Nilai ( <i>Value</i> )
t hitung	0,504795132
t tabel	2,478629824
P value	0,308977334
$\alpha$	0,01

**Tabel 2. Hasil uji volume pembelian cabai setelah Gertam Cabai pada kelompok penerima dan non penerima di Bogor (*After program t-test results of chilli purchased volume between recipient and non-recipient groups in Bogor*)**

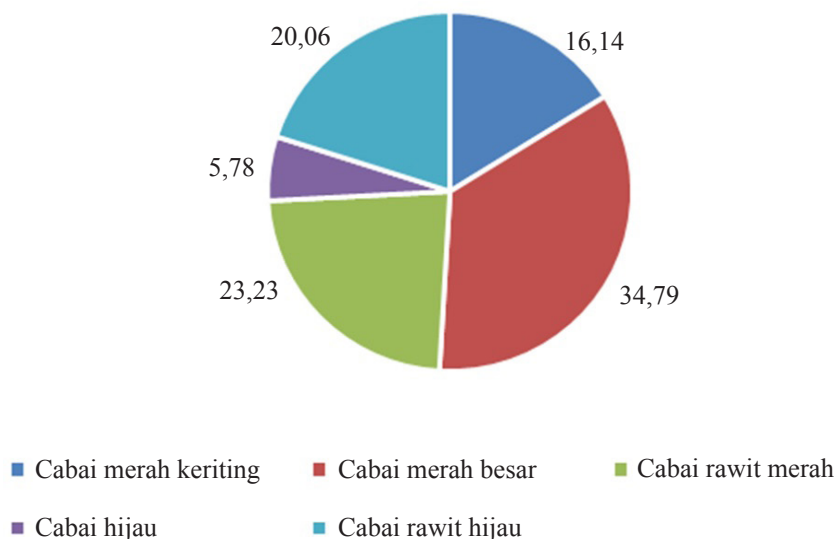
Parameter ( <i>Parameter</i> )	Nilai ( <i>Value</i> )
t hitung	-1,6447960733
t tabel	2,478629824
P value	0,056028777
$\alpha$	0,01

dan non penerima. Kelompok yang diperbandingkan adalah dua kelompok yang memiliki volume pembelian cabai yang sama. Oleh karena itu, sebelum melakukan pengujian manfaat Gertam Cabai terlebih dahulu dilakukan uji t terhadap volume pembelian cabai sebelum periode Gertam Cabai antara kelompok penerima dan non penerima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan volume pembelian cabai sebelum periode Gertam Cabai antara kelompok penerima dan non penerima. Hal ini terlihat dari nilai t hitung (0,505) < t tabel (2,479). Di samping itu juga nilai P value (0,309) > alfa (0,01). Empat parameter pengujian tersebut menghasilkan kesimpulan yang tidak menolak hipotesis nol, yaitu tidak ada perbedaan volume pembelian cabai sebelum Gertam Cabai antara kelompok penerima dan non penerima. Oleh karena itu, kedua kelompok tersebut dapat diperbandingkan untuk melihat manfaat Gertam Cabai terhadap rumah tangga. Hasil uji volume pembelian cabai sebelum Gertam Cabai antara kelompok penerima dan non penerima ditunjukkan pada Tabel 1.

Tahap selanjutnya, yaitu melakukan uji t untuk melihat manfaat Gertam Cabai dengan membandingkan volume pembelian cabai setelah Gertam Cabai pada kelompok penerima dan non penerima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan





Gambar 1. Jenis cabai yang dikonsumsi rumah tangga di Bogor (*Types of chilli consumed by households in Bogor*)

Tabel 3. Hasil uji volume pembelian cabai sebelum dan setelah Gertam Cabai pada kelompok penerima di Bogor (*Before and after program t-test results on chilli purchased volume by the recipient groups in Bogor*)

Parameter (Parameter)	Nilai (Value)
Z hitung	1,952223451
Z tabel	2,326347874
P value	0,025455841
alfa	0,01

Tabel 4. Hasil uji volume pembelian cabai sebelum dan setelah kenaikan harga pada kelompok penerima di Bogor (*Before and after price increased t-test results on chilli purchased volume by the recipient groups in Bogor*)

Parameter (Parameter)	Nilai (Value)
Z hitung	0,64192804
Z tabel	2,326347874
P value	0,26045516
$\alpha$	0,01

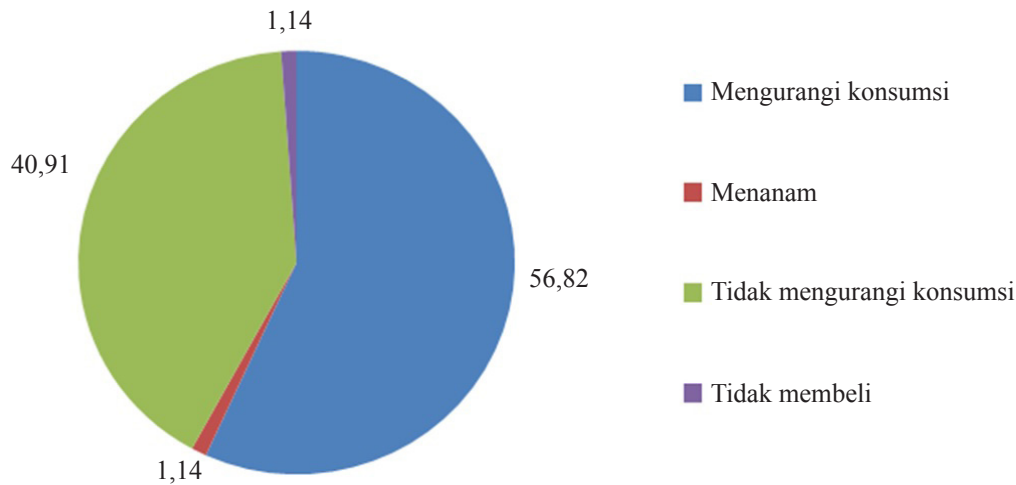
volume pembelian cabai setelah periode Gertam Cabai antara kelompok penerima dan non penerima. Hal ini terlihat dari nilai t hitung (-1,644) < t tabel (2,479). Disamping itu juga nilai P value (0,056) >  $\alpha$  (0,01). Empat parameter pengujian tersebut menghasilkan kesimpulan yang tidak menolak hipotesis nol, yaitu tidak ada perbedaan volume pembelian cabai setelah Gertam Cabai antara kelompok penerima dan non penerima. Hasil uji volume pembelian cabai setelah

Gertam Cabai antara kelompok penerima dan non penerima ditunjukkan pada Tabel 2.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan volume pembelian cabai antara sebelum dan setelah periode Gertam Cabai pada kelompok penerima. Hal ini terlihat dari nilai Z hitung (1,952) < Z tabel (2,33). Di samping itu juga nilai P value (0,025) >  $\alpha$  (0,01). Empat parameter pengujian tersebut menghasilkan kesimpulan yang tidak menolak hipotesis nol, yaitu tidak ada perbedaan volume pembelian antara sebelum dan sesudah Gertam Cabai. Hasil uji volume pembelian cabai sebelum dan setelah Gertam Cabai pada kelompok penerima ditunjukkan pada Tabel 3.

Volume pembelian cabai yang tidak banyak mengalami perubahan setelah program Gertam Cabai disebabkan karena banyak tanaman cabai yang mati sehingga masyarakat belum sempat menikmati hasilnya. Cabai yang dibagikan tidak sesuai dengan preferensi konsumen masyarakat. Cabai yang dibagikan adalah cabai merah keriting dan cabai rawit merah. Hal ini menyebabkan masyarakat tetap membeli jenis cabai yang mereka sukai meskipun cabai dari program Gertam Cabai sudah menghasilkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cabai yang paling banyak dikonsumsi oleh responden di Kota Bogor adalah cabai merah besar dengan total konsumsi sebesar 34,79 persen dari total jenis cabai. Secara berturut turut diikuti oleh cabai rawit merah (23,23%), cabai rawit hijau (20,06%), cabai merah keriting (16,14%) dan cabai hijau (5,78%). Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara jenis cabai yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat (cabai merah besar) dengan jenis cabai yang dibagikan



**Gambar 2. Reaksi saat kenaikan harga cabai di Bogor (*Reactions to chili price increased in Bogor*)**

(cabai merah keriting dan cabai rawit merah). Hal ini menunjukkan pentingnya menyesuaikan jenis cabai yang dibagikan dalam program Gertam Cabai dengan preferensi rumah tangga. Assael (1992); Kotler (1997); dan Anojan & Subaskaran (2015) menjelaskan bahwa preferensi konsumen merupakan kesukaan, pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi di mana hal tersebut akan berdampak pada proses keputusan pembelian. Oleh karena itu banyak penelitian dilakukan untuk melihat preferensi konsumen terhadap atribut cabai merah. Salah satunya adalah penelitian Adiyoga & Nurmalinda (2012) yang menunjukkan bahwa faktor terpenting yang berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan, yaitu warna kulit, dan secara berturut turut diikuti oleh faktor jenis cabai serta tingkat kepedasan. Jenis cabai yang dikonsumsi rumah tangga di Kota Bogor disajikan pada Gambar 1.

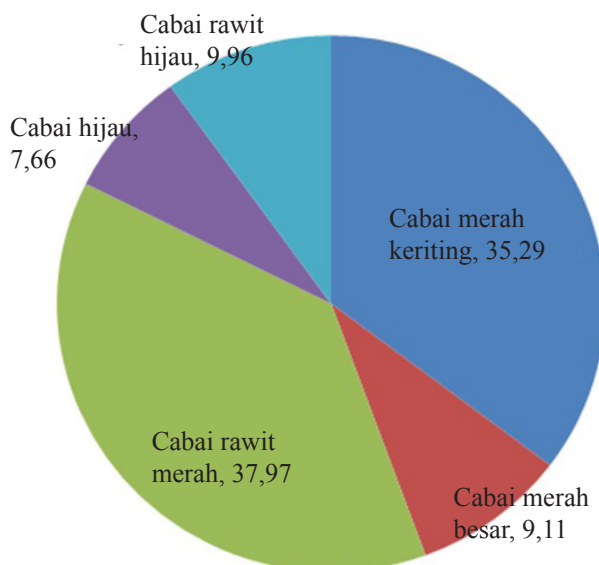
Faktor lain yang menyebabkan volume pembelian cabai tidak banyak mengalami perubahan setelah program Gertam Cabai adalah karena cabai merupakan komoditas dengan elastisitas permintaan yang bersifat inelastis, artinya perubahan harga diikuti perubahan permintaan cabai dalam jumlah yang sedikit. Hal ini terlihat dari hasil pengujian respon masyarakat terhadap kenaikan harga cabai. Pengujian dilakukan dengan membandingkan volume pembelian cabai sebelum dan sesudah kenaikan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan volume pembelian cabai antara sebelum dan setelah kenaikan harga. Hal ini terlihat dari nilai  $Z$  hitung ( $0,641$ ) <  $Z$  tabel ( $2,326$ ). Di samping itu juga nilai  $P$  value ( $0,260$ ) >  $\alpha$  ( $0,01$ ). Empat parameter pengujian tersebut menghasilkan kesimpulan yang tidak menolak hipotesis nol, yaitu tidak ada perbedaan volume pembelian antara sebelum dan sesudah

**Tabel 5. Hasil uji volume pembelian cabai sebelum dan setelah Gertam Cabai pada kelompok penerima di Jakarta (*Before and after program t-tes results on chilli purchased volume by the recipient groups in Jakarta*)**

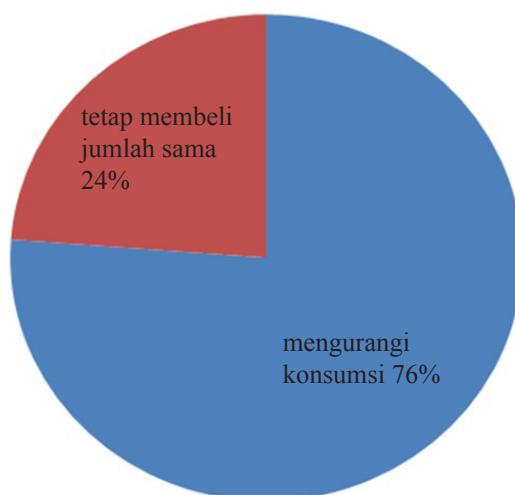
Parameter ( <i>Parameter</i> )	Nilai ( <i>Value</i> )
t hitung	2,532291452
t tabel	2,55237963
P value	0,010428563
$\alpha$	0,01

kenaikan harga. Dengan kata lain kenaikan harga tidak memengaruhi volume pembelian cabai masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut, hasil penelitian Pratama & Yasa (2018) menjelaskan bahwa permintaan cabai bersifat inelastis terhadap perubahan harga. Hasil uji volume pembelian cabai sebelum dan setelah kenaikan harga pada kelompok penerima ditunjukkan pada Tabel 4.

Reaksi masyarakat saat kenaikan harga cabai di Bogor, yaitu hanya sebagian kecil responden ( $1,14\%$ ) yang menanam cabai sebagai respon kenaikan harga. Sementara sebagian besar responden ( $56,82\%$ ) merespon kenaikan harga dengan cara sedikit mengurangi konsumsi dan sebanyak  $40,91\%$  responden tidak mengurangi konsumsi. Adapun yang merespon kenaikan harga dengan cara tidak membeli cabai hanya sebesar  $1,41$  persen. Hal ini menunjukkan bahwa cabai merupakan komoditas yang inelastis, artinya perubahan harga diikuti perubahan permintaan cabai dalam jumlah yang sedikit. Reaksi masyarakat saat kenaikan harga cabai di Bogor disajikan pada Gambar 2.



Gambar 3. Jenis cabai yang dikonsumsi rumah tangga di Jakarta (*Types of chilli consumed by households in Jakarta*)



Gambar 4. Reaksi saat kenaikan harga cabai di Jakarta (*Reactions to chilli price increased in Jakarta*)

Tabel 6. Hasil uji volume pembelian cabai sebelum dan setelah kenaikan harga pada kelompok penerima di Jakarta (*Before and after price increased t-test results on chilli purchased volume by the recipient groups in Jakarta*)

Parameter (Parameter)	Nilai (Value)
t hitung	2,422146
t tabel	2,55238
P value	0,013103
$\alpha$	0,01

#### Pengaruh Program Gerakan Tanam Cabai Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Cabai Tingkat Rumah Tangga di Jakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan volume pembelian cabai antara sebelum

dan setelah periode Gertam Cabai pada kelompok penerima. Hal ini terlihat dari nilai t hitung (2,53) < t tabel (2,55). Nilai P value (0,0104) >  $\alpha$  (0,01). Empat parameter pengujian tersebut menghasilkan kesimpulan yang tidak menolak hipotesis nol, yaitu tidak ada perbedaan volume pembelian antara sebelum dan sesudah Gertam Cabai. Hasil uji volume pembelian cabai sebelum dan setelah Gertam Cabai pada kelompok penerima ditunjukkan pada Tabel 5.

Apabila dilihat dari sisi preferensi konsumen, jenis cabai yang dibagikan telah sesuai dengan selera responden, di mana proporsi konsumsi cabai merah keriting adalah sebesar 33,17 persen dan cabai rawit merah adalah 35,80 persen dari total konsumsi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cabai yang paling banyak dikonsumsi oleh responden di Jakarta

adalah cabai rawit merah dengan total konsumsi sebesar 37,97 persen dari total jenis cabai. Secara berturut turut diikuti oleh cabai merah keriting (35,29%), cabai rawit hijau (9,96%), cabai merah besar (9,11%), dan cabai hijau (7,65%). Jenis cabai yang dibagikan kepada responden adalah jenis cabai yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat, yaitu cabai rawit merah. Meskipun jenis cabai yang dibagikan di Jakarta telah sesuai dengan selera responden, namun Gertam Cabai belum memberikan manfaat secara optimal. Hal ini bisa dilihat dari volume pembelian cabai yang tidak banyak mengalami perubahan setelah program Gertam Cabai disebabkan karena banyak tanaman cabai yang mati sehingga masyarakat belum sempat menikmati hasilnya. Penyebab banyaknya cabai yang mati adalah belum dipahaminya teknis budidaya cabai dan tidak adanya pendampingan pemerintah kepada masyarakat penerima terkait budidaya cabai. Sejalan dengan hal tersebut, hasil penelitian Andjio & Alkadrie (2012); Gunamantha & Susila (2015); Soleha (2016); Sutikno *et al.* (2010) dan Murdiansyah (2014) menekankan pentingnya pendampingan, edukasi, dan pemberdayaan dalam pengawalan pelaksanaan suatu program. Jenis cabai yang dikonsumsi rumah tangga di Kota Jakarta disajikan pada Gambar 3.

Cabai merupakan komoditas dengan elastisitas permintaan yang bersifat inelastis, artinya perubahan harga diikuti perubahan permintaan cabai dalam jumlah yang sedikit. Hal ini terlihat dari hasil pengujian respon masyarakat terhadap kenaikan harga cabai. Pengujian dilakukan dengan membandingkan volume pembelian cabai sebelum dan sesudah kenaikan harga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan volume pembelian cabai antara sebelum dan setelah kenaikan harga. Hal ini terlihat dari nilai  $t$  hitung ( $2,422$ ) <  $t$  tabel ( $2,552$ ). Disamping itu juga nilai  $P$  value ( $0,013$ ) >  $\alpha$  ( $0,01$ ). Empat parameter pengujian tersebut menghasilkan kesimpulan yang tidak menolak hipotesis nol, yaitu tidak ada perbedaan volume pembelian antara sebelum dan sesudah kenaikan harga. Dengan kata lain, kenaikan harga tidak memengaruhi volume pembelian cabai masyarakat. Hasil uji volume pembelian cabai sebelum dan setelah kenaikan harga pada kelompok penerima ditunjukkan pada Tabel 6.

Reaksi masyarakat saat kenaikan harga cabai di Jakarta, yaitu sebagian besar responden (76%) merespon kenaikan harga dengan cara sedikit mengurangi konsumsi dan sebanyak 24% responden tidak mengurangi konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa cabai merupakan komoditas yang inelastis,

artinya perubahan harga diikuti perubahan permintaan cabai dalam jumlah yang sedikit. Reaksi masyarakat saat kenaikan harga cabai di Jakarta disajikan pada Gambar 4.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cabai yang paling banyak dikonsumsi oleh responden di Bogor adalah cabai merah besar. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara jenis cabai yang disukai oleh masyarakat (cabai merah besar) dengan jenis cabai yang dibagikan (cabai merah keriting dan cabai rawit merah). Sementara jenis cabai yang dibagikan kepada responden Jakarta telah sesuai dengan selera masyarakat, yaitu cabai rawit merah. Meskipun jenis cabai yang dibagikan di Jakarta telah sesuai dengan selera responden, namun Gertam Cabai belum memberikan manfaat secara optimal. Hal ini bisa dilihat dari volume pembelian cabai yang tidak banyak mengalami perubahan setelah program Gertam Cabai disebabkan karena banyak tanaman cabai yang mati karena belum dipahaminya teknis budidaya cabai dan tidak adanya pendampingan pemerintah kepada masyarakat penerima terkait budidaya cabai.

Apabila dilihat dari reaksi masyarakat saat kenaikan harga cabai, terlihat bahwa hanya sebagian kecil responden yang menanam cabai sebagai respon kenaikan harga. Sementara sebagian besar responden merespon kenaikan harga dengan cara sedikit mengurangi konsumsi dan tidak mengurangi konsumsi karena sifat permintaan cabai yang inelastis.

Program Gertam Cabai belum memberikan pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan cabai tingkat rumah tangga. Hal ini terlihat dari: (1) tidak adanya perbedaan volume pembelian cabai antara sebelum dan sesudah Gertam Cabai pada kelompok penerima, dan (2) tidak adanya perbedaan volume pembelian cabai sesudah periode Gertam Cabai antara kelompok penerima dan non penerima. Volume pembelian cabai yang tidak banyak mengalami perubahan setelah program Gertam Cabai disebabkan karena banyak tanaman cabai yang mati, cabai yang dibagikan tidak sesuai dengan preferensi konsumen masyarakat, dan cabai merupakan komoditas yang bersifat inelastis.

Apabila Gertam Cabai masih akan dilaksanakan pada tahun yang akan datang maka terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan: (1) jenis cabai agar



disesuaikan dengan preferensi konsumen dan (2) pembangunan sistem dan tatanan kelembagaan untuk memastikan keberlanjutan program meliputi sistem pembagian benih, penentuan kelompok penerima, pendampingan pra dan pasca pembagian benih, serta pembekalan teknis budidaya kepada kelompok penerima.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Puslitbang Hortikultura yang telah mendanai dan memfasilitasi kegiatan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada tim analisis dan sintesis kebijakan pembangunan agribisnis hortikultura di Puslitbang Hortikultura atas kerja sama yang baik selama proses penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Adiyoga, W 2011, 'Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku dan keputusan konsumen untuk membeli kentang, bawang merah dan cabai merah', *J. Hort.*, vol. 21, no. 3, pp. 280–294.
2. Adiyoga, W & N 2012, 'Analisis konjoin preferensi konsumen terhadap atribut kentang, bawang merah dan cabai merah', *J. Hort.*, vol. 22, no. 3, pp. 292–302.
3. Andjio, OR & Alkadrie, S 2012, 'Analisis dampak program kemitraan terhadap pemasaran produk usaha kecil dan menengah pada PT Jasa Raharja (Persero) Cabang Kalimantan Barat', *Jurnal Eksos*, vol. 8, no. 2, pp. 110–127.
4. Anojan, V & Subaskaran, T 2015, 'Cosumer's preference and consumer's buying behaviour on soft drinks: A case study in Northern Province of Sri Lanka', *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, vol. 15, no. 2.
5. Anwarudinsyah, M, Sayekti, AL, Killoes, AM & Hilman, Y 2015, 'Dinamika produksi dan volatilitas harga cabai: antisipasi strategi dan kebijakan pengembangan', *Pengembangan Inovasi Pertanian*, vol. 8, no. 1, pp. 33–42.
6. Assael, H 1992, *Consumer behaviour and marketing action* 4th edn, PWS- KENT Publishing Company, Boston (US).
7. Bappenas 2007, *Kumpulan bahan latihan pemantauan dan evaluasi program-program penanggulangan kemiskinan*, Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Jakarta.
8. Carracedo, S, Farina, F & Seijo, D 2018, 'Children exposed to intimate partner violence: Impact assessment and guidelines for intervention', *Revista de Psicologia con Ninos y Adolescentes*, vol. 5, no. 3, pp. 16–22.
9. Disable People's Organization [DPOD] Denmark 2009, *Monitoring and evaluation manual: Handbook on monitoring and evaluation of development Projects*, Denmark.
10. Farid, M & Subekti, N 2012, 'Tinjauan terhadap produksi, konsumsi, dan dinamika harga cabai di Indonesia', *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, vol. 6, no. 2, pp. 211–234.
11. Gunamantha, IM & Susila, G 2015, 'Analisis dampak program pengembangan kecamatan terhadap pengentasan kemiskinan di Kabupaten Buleleng', *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 4, no. 1, pp. 523–533.
12. Hobson, K, Mayne, R & Hamilton, J 2014, *A step by step guide to monitoring and evaluation*, accessed from <<http://www.geog.ox.co.uk/research/technologies/projects/monitoringandevaluation.html>>.
13. Kotler, P 1997, *Manajemen pemasaran analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol*, PT Prehallindo, Jakarta.
14. Kurniawati, AMA, Syafii, I & Rondhi, M 2017, 'Perilaku petani cabai rawit terhadap resiko fluktuasi harga di Kecamatan Gumukmas Kabupaten Jember', *JSEP*, vol. 10, no. 2.
15. Kustiari, R 2017, 'Market integration and price formation of chili in Indonesia', *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, vol. 36, no. 3, pp. 301–319.
16. Murdiansyah, I 2014, 'Evaluasi program pengentasan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat', *Jurnal WIGA*, vol. 4, no. 1, pp. 71–92.
17. Naully, D 2016, 'Fluktuasi dan disparitas harga cabai di Indonesia', *Jurnal Agrosains dan Teknologi*, vol. 1, no. 1, pp. 56–69.
18. Nugrahapsari, RA & Arsanti, I 2018, 'Analisis volatilitas harga cabai keriting di Indonesia dengan pendekatan ARCH GARCH', *Jurnal Agro Ekonomi*, vol. 36, no. 1, pp. 1–13.
19. Peersman, G 2014, *Overview: Data collection and analysis methods in impact evaluation* methodolog, UNICEF Office of Research, Florence.
20. Pratama, IGR, & Yasa, I 2018, 'Elastisitas harga cabai dan pendapatan pedagang kaki lima di Kota Denpasar', *E-Jurnal EP Unud*, vol. 7, no. 9, pp. 1983–2010.
21. Proyanti, D 2012, 'Analisis perilaku permintaan rumah tangga dan jumlah pasokan cabai merah keriting di DKI Jakarta', Skripsi, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
22. Purwantini Bastuti, T, Saptana & Suharyono, S 2012, 'Program kawasan rumah pangan lestari: Analisis dampak dan antisipasi ke depan', *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*, vol. 10, no. 3, pp. 239–256.
23. Rizaldy, D 2017, 'No Title', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, vol. 15, no. 2, pp. 171–183.
24. Sativa, M., Harianto & Suryana, A 2017, 'Impact of red chilli reference price policy in Indonesia', *International Journal of Agriculture System*, vol. 5, no. 2, pp. 120–139.
25. Setiawan, AF & Hadiano, A 2014, 'Fluktuasi harga komoditas pangan dan dampaknya terhadap inflasi di Provinsi Banten', *Jurnal Ekonomi Pertanian, Sumberdaya dan Lingkungan*, vol. 2, pp. 81–97.
26. Soleha, S 2016, 'Studi tentang dampak program keluarga berencana di Desa Bangun Mulya Kabupaten Penajam Paser Utara', *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, vol. 4, no. 1, pp. 39–52.

27. Sutikno Soedjono, ES, Rumiati, AT & Trisunarno, L 2010, 'Pemilihan program pengentasan kemiskinan melalui pengembangan model pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan sistem', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, vol. 11, no. 1, pp. 135-147.
28. United Nations Development Programme [UNDP] 2009, *Handbook on planning, monitoring and evaluating for development results*, United Nations Development Programme, New York.