III. METODE PENELITIAN

A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan pengertian dan petunjuk mengenai variabel yang akan diteliti untuk memperoleh dan menganalisis data yang berhubungan dengan penelitian. Untuk memperjelas dan menghindari kesalahpamaham mengenai pengertian tentang istilah-istilah dalam penelitian ini maka dibuat definisi operasional sebagai berikut :

Analisis kelayakan finansial adalah analisis untuk mengukur usahatani yang dijalankan menguntungkan atau tidak bagi pihak petani lada sebagai pemilik usaha.

Layak adalah kemungkinan dari usahatani lada yang akan dijalankan memberikan manfaat finansial bagi petani.

Tidak layak adalah kemungkinan dari usahatani lada yang akan dijalankan tidak memberikan manfaat finansial bagi petani.

Benefit adalah penerimaan yang diperoleh petani yaitu produksi lada dikalikan dengan harga lada (Rp).

Produksi lada adalah jumlah hasil dari pertanaman lada selama panen dalam siklusnya (dua belas bulan satu kali dari berbunga) dipanen dan diukur dalam kilogram (kg).

Harga lada adalah harga yang diterima petani dalam menjual hasil pertanaman lada yang telah dipanen dan dikeringkan kemudian diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Input adalah segala sesuatu atau bahan-bahan dasar yang dipakai untuk menunjang suatu kegiatan usahatani yang akan menghasilkan suatu produk usahatani yang diusahakan.

Luas lahan adalah luas lahan petani atau produsen dengan komoditi lada yang diukur dalam satuan hektar (ha).

Biaya investasi adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani sebagai aset untuk memulai usahatani lada terhitung dari tahun ke pertama sampai dengan tanaman lada dapat menghasilkan yaitu tahun keempat diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya operasional adalah biaya yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan operasi sehari-hari diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya bibit adalah jumlah uang yang dikeluarkan petani untuk membeli bibit lada perbatangnya, diukur dalam satuan rupiah per batang (Rp/batang).

Biaya pupuk adalah jumlah uang yang dikeluarkan petani untuk membeli pupuk guna keperluan usahatani, diukur dalam rupiah per kilogram (Rp/kg).

Biaya obat-obatan adalah jumlah uang yang dikeluarkan petani untuk membeli obat-obatan, diukur dalam satuan rupiah per liter (Rp/liter).

Tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja yang dicurahkan dalam proses produksi dan pengolahan sampai pascapanen dalam usahatani lada, dinyatakan dalam hari orang kerja (HOK).

Hari Orang Kerja (HOK) adalah hasil perhitungan dari perkalian antara jumlah tenaga kerja yang digunakan dengan jumlah hari pengerjaan dan tingkat upah dibagi dengan tingkat upah.

Biaya tenaga kerja adalah biaya upah yang dikeluarkan petani untuk tenaga kerja per satu hari orang kerja (HOK), yang diukur dalam satuan rupiah per hari orang kerja (Rp/HOK).

Umur ekonomis alat adalah jumlah tahun alat selama digunakan, terhitung sejak tahun pembelian sampai alat tersebut tidak dapat digunakan lagi, diukur dalam satuan tahun (thn).

Penerimaan adalah sejumlah uang yang diterima petani lada dariusahataninya, di mana penerimaan tersebut didapatkan dengan mengalikan jumlah produksi (output) dengan harga yang berlaku, diukur dengan satuan rupiah (Rp).

Discount rate adalah suatu bilangan yang menggambarkan tingkat suku bunga kredit bagi petani yang berlaku saat ini dalam satuan persen (%), dalam hal ini dipakai suku bunga Kredit Ketahanan Pangan dan Energi Bank Rakyat Indonesia sebesar 12 %

Pasar adalah daerah atau tempat (area) yang didalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga

Pemasaran lada adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus penyampaian komoditas lada dari produsen ke konsumen dengan cara yang paling efisien.

Saluran pemasaran adalah seluruh saluran atau bagian dari pemasaran yang terdiri dari lembaga-lembaga pemasaran yang berperan dalam penyampaian barang atau jasa dari produsen hingga sampai ke konsumen akhir.

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam proses penyaluran lada dari produsen ke konsumen (Rp/kg).

Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh produsen (Rp/kg).

Profit marjin adalah marjin keuntungan lembaga pemasaran, dihitung dengan cara mengurangi nilai marjin pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Rasio marjin keuntungan adalah perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan pada kegiatan pemasaran.

Pedagang pengumpul desa adalah mereka yang aktif membeli dan mengumpulkan lada dari petani dan menjualnya kepada pedagang perantara berikutnya.

Pedagang besar adalah pedagang yang membeli lada baik dari petani, agen ataupun pedagang pengumpul desa .

Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli lada dari pedagang besar.

Konsumen akhir adalah lembaga pemasaran terakhir yang membeli lada, yaitu konsumen rumah tangga dan eksportir.

Harga di tingkat produsen adalah harga lada yang diterima petani pada saat transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Harga di tingkat konsumen adalah harga lada yang dibayarkan konsumen akhir pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Volume jual adalah jumlah lada yang dijual pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan kilogram (kg).

Volume beli adalah jumlah lada yang dibeli oleh lembaga perantara pemasaran dan konsumen akhir, diukur dalam satuan kilogram (kg).

B. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Gunung Labuhan, Kabupaten Way Kanan dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Gunung Labuhan merupakan salah satu sentra produksi lada di Provinsi Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) pada Desa Bengkulu Tengah dan Desa Gunung Sari dengan pertimbangan bahwa kedua desa tersebut memiliki areal perkebunan lada yang paling luas. Luas areal lada perkebunan rakyat (PR) menurut desa di Kecamatan Gunung Labuhan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Luas areal lada perkebunan rakyat (PR) menurut desa di Kecamatan Gunung Labuhan, tahun 2013

	Desa	Luas areal (ha)
1.	Banjar Ratu	326
2.	Banjar Sakti	157
3.	Suka Negeri	349
4.	Negeri Mulyo	201
5.	Negeri Hujan Mas	10
6.	Negeri Sungkai	100
7.	Gunung Baru	100
8.	Gunung Labuhan	365
9.	**Gunung Sari**	**407**
10.	Bengkulu Rejo	15
11.	Way Tuba	22
12.	Bengkulu	402
13.	**Bengkulu Tengah**	**600**
14	Bengkulu Raman	108
15	Bengkulu Jaya	65
16	Kayu Batu	305
17	Curup Patah	198
18	Tiuh Balak II	215
19	Sukarame	221
	Total	**4.144**

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Way Kanan, 2013

Jumlah petani di Desa Gunung Sari dan Desa Bengkulu Tengah adalah sebanyak 137 petani, dimana jumlah masing-masing petani adalah sebanyak 70 petani dan 67 petani. Penentuan sampel untuk kelayakan finansial dilakukan dengan merujuk pada teori Sugiarto, dkk (2003) dengan rumus:

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2+Z^2S^2}$$

di mana:
N = jumlah populasi
n = jumlah sampel
Z = tingkat kepercayaan (95%=1,96)
S^2 = varian sampel (5%)
d = derajat penyimpangan (5%)

Berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh total sampel (n) adalah:

$$n = \frac{137 \times (1{,}96)^2 \times (0{,}05)}{(137 \times 0{,}05^2)+(1{,}96^2 \times 0{,}05)}$$

$$= \frac{26{,}31}{0{,}53}$$

$$= 49{,}64 \approx 50 \text{ petani}$$

Kemudian dari total sampel tersebut dibagi menjadi sampel tiap desa secara proporsional dengan rumus:

$$n_a = \frac{N_a}{N} \times n$$

di mana:
n_a = jumlah sampel desa A
n_{ab} = jumlah sampel keseluruhan
N_a = jumlah populasi desa A
N_{ab} = jumlah populasi keseluruhan

Berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh jumlah sampel untuk Desa Gunung Sari :

$$n_a = \frac{70}{137} \times 50$$

$$= 25$$

Berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh jumlah sampel untuk Desa Bengkulu Tengah :

$$n_b = \frac{67}{137} \times 50$$

$$= 25$$

Berdasarkan rumus tersebut maka didapat sampel untuk Desa Gunung Sari sebanyak 25 petani dan Desa Bengkulu Tengah sebanyak 25 petani. Pengambilan sampel petani lada pada dua desa tersebut dilakukan secara *stratified random sampling* yaitu berdasarkan umur tanaman lada yang berumur sekitar 1 – 10 tahun. Jumlah sampel yang diambil tiap umur tanaman yaitu dengan cara membandingkan jumlah populasi per umur dengan jumlah populasi total dan mengalikannya dengan jumlah total sampel.

Tabel 7. Penentuan jumlah petani sampel berdasarkan umur tanaman Desa Gunung Sari dan Desa Bengkulu Tengah

Umur tanaman (tahun)	Desa Gunung Sari		Desa Bengkulu Tengah		Total sampel (jiwa)
	Jumlah populasi (jiwa)	Jumlah sampel (jiwa)	Jumlah populasi (jiwa)	Jumlah sampel (jiwa)	
0 – 3	10	4	7	3	7
4 – 6	23	8	24	9	17
7 – 10	37	13	36	13	26
Total	70	25	67	25	50

Sumber : Pra survei, 2014

Pengambilan sampel untuk pemasaran dilakukan dengan teknik *snowball sampling*. Menurut (Sugiyono, 2005), *snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Cara pengambilan sampel dengan teknik ini dilakukan berantai, pelaksanaanya pertama-tama dilakukan wawancara terhadap sampel petani lada di Desa Gunung Sari dan Desa Bengkulu Tengah yang masing-masing berjumlah 25, selanjutnya yang bersangkutan diminta untuk menyebutkan calon responden lainnya (pedagang pengumpul), selanjutnya pedagang pengumpul tersebut diminta untuk menyebutkan calon responden lainnya (pedagang besar), sehingga didapat suatu rantai pemasaran. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak mengetahui informasi mengenai jumlah pasti lembaga perantara pemasaran di Kabupaten Way Kanan.

C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari petani yang membudidayakan tanaman lada melalui teknik wawancara dengan menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah dipersiapkan. Data sekunder diperoleh dari lembaga-lembaga/instansi terkait, seperti BPS Propinsi Lampung, Dinas Perkebunan Provinsi Lampung, dan Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Way Kanan.

D. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menerangkan suatu keadaan dari data yang diperoleh secara jelas dan teperinci. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan finansial dan analisis sensitivitas, serta untuk menganalisis marjin pemasaran, koefisien korelasi harga dan elastisitas transmisi harga.

1. Analisis Finansial Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan finansial merupakan analisis yang bertujuan untuk menilai apakah suatu kegiatan investasi (usaha) yang dijalankan tersebut layak atau tidak untuk dijalankan. Pada penelitian ini, analisis finansial dilakukan secara kuantitatif yang terdiri dari *Gross Benefit-Cost Ratio (Gross B/C Ratio) Net Benefit-Cost Ratio (Net B/C Ratio), Payback Period, Net Present Value* (NPV), dan *Internal Rate of Return* (IRR).

Umur proyek dalam perhitungan analisis kelayakan finansial disesuaikan dengan umur tanaman lada yang rata-ratanya mencapai umur 10 tahun (Suwarto, 2013).

a. *Gross Benefit Cost Ratio (Gross B/C Ratio)*

Gross Benefit Cost Ratio merupakan perbandingan antara jumlah *present value* dari benefit kotor dengan jumlah *present value* dari biaya kotor.

Secara matematis Gross B/C dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$GrossB/C = \frac{\sum_{t=0}^{n} Bt/(1+i)^t}{\sum_{t=0}^{n} Ct/(1+i)^t}$$

Keterangan :
Bt = Penerimaan (benefit) pada tahun ke-1 s/d ke-10
Ct = Biaya (*Cost*) pada tahun ke-1 s/d ke-10
i = Suku bunga (12%)
t = Tahun ke 1,2,3 dst s/d ke-10
n = Umur proyek (10 tahun)

Kriteria pada pengukuran ini adalah :

1) Jika *Gross B/C*> 1, maka kegiatan usaha layak untuk dilaksanakan.

2) Jika *Gross B/C*< 1, maka kegiatan usaha tidak layak untuk dilaksanakan.

3) Jika *Gross B/C* = 1, maka kegiatan usaha dalam keadaan *break event point.*

b. Net Benefit Cost Ratio (Net B/C Ratio)

Net Benefit Cost Ratio merupakan perbandingan antara net benefit yang telah didiskon faktor positif dengan net benefit yang telah didiskon negatif. Secara matematis *Net B/C* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$NetB/C = \frac{\sum_{t=0}^{n} Bt - Ct/(1+i)^t}{\sum_{t=0}^{n} Ct - Bt/(1+i)^t}$$

Keterangan :
Bt = Penerimaan (benefit) pada tahun ke-1 s/d ke-10
Ct = Biaya (*Cost*) pada tahun ke-1 s/d ke-10
i = Suku bunga (12%)
t = Tahun ke 1,2,3 dst s/d ke-10
n = Umur proyek (10 tahun)

Kriteria pada pengukuran ini adalah :

1) Jika *Net B/C* > 1, maka kegiatan usaha layak untuk dilaksanakan.

2) Jika *Net B/C* < 1, maka kegiatan usaha tidak layak untuk dilaksanakan.

3) Jika *Net B/C* = 1, maka kegiatan usaha dalam keadaan *break event point.*

c. *Payback Period (PP)*

Payback Period merupakan penilaian investasi suatu proyek yang didasarkan pada pelunasan biaya investasi berdasarkan manfaat bersih dari suatu proyek. Secara matematis *payback period* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PP = \frac{Ko}{Ab} \times \text{ 1 tahun}$$

Keterangan :
Pp = *Payback periode*
Ko = Investasi awal
Ab = Manfaat (*benefit*) yang diperoleh setiap periode

Kriteria kelayakan :

1) Jika *payback period* lebih pendek dari umur ekonomis usaha, maka proyek tersebut layak untuk dijalankan

2) Jika *payback period* lebih lama dari umur ekonomis usaha, maka proyek tersebut tidak layak untuk dijalankan

d. *Net Present Value* (NPV)

Perhitungan *Net Present Value* merupakan nilai benefit yang telah didiskon dengan *The Opportunity Cost of Capital* (OCC) sebagai *discount rate*.

Secara matematis NPV dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{Bt - Ct}{(1-i)^t} - Ko$$

Keterangan :
Bt = Penerimaan (benefit) pada tahun ke-1 s/d ke-10
Ct = Biaya (*cost*) pada tahun ke-1 s/d ke-10
t = Tahun ke 1,2,3 dst s/d ke-10
n = Umur proyek (10 tahun)
i = suku bunga (12 %)
Ko = Investasi awal

Kriteria penilaian adalah :

1) Jika NPV > 0, maka kegiatan usaha layak untuk dilaksanakan.

2) Jika NPV < 0, maka kegiatan usaha tidak layak untuk dilaksanakan.

3) Jika NPV = 0, maka kegiatan usaha dalam keadaan *break event point.*

e. *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) merupakan suatu tingkat bunga yang menunjukan nilai bersih sekarang (NPV) sama dengan jumlah seluruh investasi proyek atau dengan kata lain tingkat suku bunga yang menghasilkan NPV sama dengan nol. Secara matematis IRR dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$IRR = i_1 + \left(\frac{NPV1}{NPV1 - NPV2} \right)(i_2 - i_1)$$

Keterangan :
NPV1 = *Present value* positif
NPV2 = *Present value* negatif
i_1 = *Discount rate*, jika NPV > 0
i_2 = *Discount rate*, jika NPV < 0

Dengan kriteria:

1) Jika IRR > i, maka kegiatan usaha layak untuk dilaksanakan.
2) Jika IRR < i, maka kegiatan usaha tidak layak untuk dilaksanakan.
3) Jika IRR = i, maka kegiatan usaha dalam keadaan *break event point.*

f. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas bertujuan untuk melihat apa yang terjadi dengan analisis proyek jika ada suatu kesalahan atau perubahan dalam perhitungan biaya atau benefit pada usahatani lada. Dalam analisis kepekaan ada beberapa kemungkinan harus dicoba untuk dilakukannya analisa kembali. Hal ini perlu, karena analisis proyek biasanya didasarkan kepada proyeksi-proyeksi yang mengandung banyak ketidakpastian dan perubahan yang akan terjadi pada masa mendatang.

Analisis sensitivitas dilakukan dengan memperhitungkan kemungkinan yang mungkin akan terjadi. Adapun perubahan-perubahan yang akan dikaji pada analisis sensitivitas adalah penurunan jumlah produksi hingga 30% tanaman terkena hama penyakit yang sampai sekarang belum bisa terkendali. Selain itu terjadi penurunan harga jual sebesar 13 % dari Rp 53.000 menjadi Rp 46.000 hal ini dikarenakan terdapat pihak-pihak dalam lembaga pemasaran yang memainkan harga pada jalur tataniaga untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi sehingga petani yang terkena dampaknya. Perubahan lainnya karena kenaikan biaya produksi akibat kenaikan indeks harga konsumen atau tingkat inflasi sehingga biaya produksi meningkat sebesar 8,38 %.

Kenaikan biaya produksi, penurunan hasil produksi dan rendahnya harga jual lada ini yang akan menyebabkan nilai NPV, *Gross B/C, Net B/C,* PP dan IRR tidak lagi layak/tidak menguntungkan. Analisis laju kepekaan dirumuskan sebagai berikut :

$$LajuKepekaan = \frac{\left|\frac{X_1 - X_0}{\overline{X}}\right| x100\%}{\left|\frac{Y_1 - Y_0}{\overline{Y}}\right| x100\%}$$

Keterangan :

X_1 = NPV/IRR/Net B/C ratio setelah terjadi perubahan
X_0 = NPV/IRR/Net B/C ratio sebelum terjadi perubahan
$\overline{X}$ = Rata-rata perubahan NPV/IRR/Net B/C ratio
Y_1 = Harga jual/biaya produksi/produksi setelah terjadi perubahan
Y_0 = Harga jual/biaya produksi/produksi sebelum terjadi perubahan
$\overline{Y}$ = Rata-rata perubahan harga jual/biaya produksi/produksi

Kriteria laju kepekaan :

1) Jika laju kepekaan > 1, maka hasil kegiatan usaha peka/sensitif terhadap perubahan.
2) Jika laju kepekaan < 1, maka hasil kegiatan usaha tidak peka/tidak sensitif terhadap perubahan.

2. Analisis Sistem Pemasaran

a. Saluran pemasaran

Penentuan saluran pemasaran adalah untuk mengetahui seluruh saluran atau bagian dari pemasaran yang terdiri dari lembaga-lembaga pemasaran yang

berperan dalam penyampaian barang atau jasa dari produsen hingga sampai ke konsumen akhir

b. Pangsa produsen

Analisis pangsa produsen atau *producer share* (PS) bermanfaat untuk mengetahui bagian harga yang diterima produsen, yang dinyatakan dalam persentase (Hasyim, 2012). Semakin tinggi pangsa produsen, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. Pangsa produsen dirumuskan sebagai:

$$PS = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

di mana:

Ps = Bagian harga yang diterima produsen
Pf = Harga di tingkat produsen
Pr = Harga di tingkat konsumen

c. Marjin pemasaran

Perhitungan marjin pemasaran adalah bertujuan untuk mengetahui selisih harga di tingkat petani produsen (Pf) dengan harga di tingkat konsumen. Rumus menghitung marjin pemasaran dan marjin keuntungan adalah sebagai berikut :

$mji = Psi - Pbi$, atau $mji = bti + \pi i$

Total marjin pemasaran adalah :

$$Mji = \sum_{i=1}^{n} mji \text{ atau } Mji = Pr - Pf$$

Penyebaran marjin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (*Ratio Profit Margin*/RPM) pada masing-masing lembaga pemasaran, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{RPM} = \frac{\pi_i}{bt_i}$$

di mana: mji = marjin lembaga pemasaran tingkat ke-i
Psi = harga penjualan lembaga pemasaran tingkat ke-i
Pbi = harga pembelian lembaga pemasaran tingkat ke-i
bti = biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
πi = keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
Mji = total marjin pemasaran
Pr = harga pada tingkat konsumen
Pf = harga pada tingkat petani produsen

d. Analisis korelasi harga

Analisis korelasi harga adalah analisis untuk menggambarkan hubungan antara harga yang diterima petani produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir merupakan fungsi linier, dan dari nilai korelasi dapat diketahui struktur pasar yang ada. Koefisien korelasi harga memberikan petunjuk mengenai derajat integrasi antara tingkat pasar atau sampai seberapa jauh pembentukan harga suatu komoditas pada suatu tingkat lembaga pemasaran dipengaruhi oleh harga di tingkat lembaga lainnya.

Secara matematis, koefisen korelasi harga :

$$r = \frac{\left\{\sum_{i=1}^{n}\left(\text{Pr}-\overline{\text{Pr}}\right)\left(Pf-\overline{Pf}\right)\right\}}{\sqrt{\left\{\sum_{i=1}^{n}\left(\text{Pr}-\overline{\text{Pr}}\right)^2 \times \sum_{i=1}^{n}\left(Pf-\overline{Pf}\right)^2\right\}}}$$

di mana:
r = koefisien korelasi
n = jumlah pengamatan
Pf = harga pada tingkat produsen
Pr = harga yang dibayar oleh konsumen akhir

Jika angka koefisien korelasi harga mendekati satu, maka keeratan hubungan harga pada kedua tingkat pasar terintegrasi sempurna yaitu sistem pemasaran bekerja secara efisien. Namun, jika koefisien korelasi harga mendekati nol, maka sistem pemasaran tidak efisien.

e. Analisis elastisitas transmisi harga

Analisis elastisitas transmisis harga adalah analisis yang menggambarkan sejauh mana dampak perubahan harga suatu barang di satu tingkat pasar terhadap perubahan harga barang itu di tempat/tingkat pasar lainnya (Hasyim, 2012). Rumus elastisitas transmisi harga adalah :

$$Et = \frac{\delta Pr / Pr}{\delta Pf / Pf} \text{ atau } Et = \frac{\delta Pr}{\delta Pf} \; x \; \frac{Pf}{Pr}$$

Pf dan Pr berhubungan linier dalam persamaan: Pf = a + b Pr, sehingga

$$\frac{\delta P_f}{\delta P_r} = b \text{ atau } \frac{\delta P_r}{\delta P_f} = \frac{1}{b}, \text{ dan } E_t = \frac{1}{b} \cdot \frac{Pf}{Pr}$$

di mana:

E_t = Elastisitas transmisi harga
a = Intersep (titik potong)
b = Koefisien regresi atau slope
Pf = Harga di tingkat produsen
Pr = Harga di tingkat konsumen

Kriteria pengukuran yang digunakan pada analisis transmisi harga adalah (Hasyim, 2012) :

(1) jika $E_t = 1$, berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen sama dengan laju perubahan harga di tingkat produsen. Hal ini berarti bahwa pasar yang dihadapi oleh seluruh pelaku tataniaga adalah bersaing sempurna, dan sistem tataniaga yang terjadi sudah efisien,

(2) jika $E_t < 1$, berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih kecil dibanding dengan laju perubahan harga di tingkat produsen. Keadaan ini bermakna bahwa pemasaran yang berlaku belum efisien dan pasar yang dihadapi oleh pelaku tataniaga adalah bersaing secara tidak sempurna.

(3) jika $E_t > 1$, maka laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar daripada laju perubahan harga di tingkat produsen. Pasar yang dihadapi oleh seluruh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna dan sistem pemasaran yang berlaku belum efisien.