

INTEGRASI PASAR CABAI RAWIT DI KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA

Bahari Joko Susilo¹⁾, Arista Damayanti²⁾, Astik Drianti³⁾

^{1,2,3} Agribisnis, Universitas Kutai Kartanegara,

^{1,2,3} Tenggarong, Kalimantan Timur

¹²³⁾ Jl. Gunung Kombeng No.27, Melayu, Tenggarong, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kode Pos 75513
E-mail: baharijokosusilo@gmail.com¹⁾, aristazahra21@gmail.com²⁾, astikdrianti@gmail.com³⁾

Abstract

One of the main measures of marketing efficiency is market integration, which contributes to the formation of agricultural policy. Thus, it is important to understand how much changes in consumer prices can impact farmers in order to increase the effectiveness of policies and price control measures. The purpose of this research is to look at the integration of cayenne pepper prices in the Mangkurawang and Loa Kulu markets using the correlation coefficient R. Data from ten traders in each market were collected for 30 days. The results showed that although there was a positive relationship between the price of cayenne pepper in the Mangkurawang and Loa Kulu markets, the correlation coefficient was moderate, namely 0.49. In addition, price margins in the Mangkurawang and Loa Kulu markets tended to be stable during the study. This shows that changes in the price of cayenne pepper were relatively stable over that time period. Although there is a correlation between the price of cayenne pepper in the two markets, the correlation is not strong. The price of cayenne pepper in both markets is still integrated, although not fully, because the price relationship is not strong; however, differences in competition in the Mangkurawang and Loa Kulu markets can affect the level of price parity, while differences in transportation costs can affect price margins.

Keywords: Market integration, cayenne pepper, Correlation Coefficient, Margin.

PENDAHULUAN

Salah satu sayuran yang sangat diminati di pasar domestik dan internasional adalah cabe rawit (*Capsicum frutescens*). Di Indonesia, cabai rawit banyak digunakan sebagai bumbu untuk makanan dan sangat menguntungkan. Meskipun permintaan cabai rawit di Indonesia sangat tinggi, pasar menghadapi beberapa masalah yang perlu diatasi. Mekanisme pasar cabai rawit sepenuhnya mengendalikan upaya pemasaran hasil pertanian, khususnya komoditas cabai rawit, karena harga dapat berubah baik di level produsen maupun konsumen.

Cabai rawit merupakan salah satu komoditi sayuran yang mempunyai nilai ekonomi yang relatif tinggi. Karena tanaman ini berperan cukup besar dalam memenuhi kebutuhan domestik industri pangan dan juga komoditi ekspor. Dalam perdagangan komoditas cabai rawit, seharusnya setiap perubahan harga di tingkat produsen diikuti oleh perubahan harga di tingkat konsumen untuk menghindari kerugian bagi para pelaku pemasaran. Namun, faktanya adalah bahwa tidak selalu besarnya perubahan harga cabai rawit di tingkat konsumen diikuti oleh perubahan harga di tingkat produsen untuk ukuran yang sama (Setiawan et al., 2018)

Pasar cabai rawit sering mengalami perubahan harga yang besar, yang dapat merugikan petani dan pedagang. Perubahan harga juga dapat mengganggu stabilitas pasokan dan permintaan cabai rawit. Rantai pasokan cabai rawit Indonesia seringkali tidak terorganisir. Kualitas cabai rawit yang tidak konsisten dapat menjadi masalah dalam pemasaran dan integrasi pasar karena beberapa petani

mungkin tidak mengetahui standar kualitas yang diharapkan oleh pembeli dan pedagang. Akibatnya, ada banyak perbedaan kualitas dalam pasokan cabai rawit. Ketidakkonsistenan ini dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap produk dan mengurangi daya saingnya di pasar. Keterbatasan pengetahuan, kekurangan modal, dan ketidakmampuan untuk mendapatkan akses ke jaringan distribusi dan informasi pasar semuanya dapat menjadi hambatan bagi petani untuk mencapai pasar yang lebih menguntungkan. Menurut (BPS Kaltim, 2022) cabai rawit merupakan salah satu komoditas yang berpengaruh bagi inflasi suatu daerah. Berdasarkan data yang di peroleh dari (BPS Kukar, 2022), jumlah produksi cabai rawit di Kabupaten Kutai Kartanegara berdasarkan luas lahan yaitu sebesar 449 ha dan menurut berat mencapai 39.189 ton.

Integrasi harga dapat terjadi di pasar mana saja, menunjukkan efisiensi pasar dan menunjukkan kemampuan suatu produk untuk mengubah harga di pasar yang berbeda. Ini terjadi ketika harga suatu produk mengikuti pola yang sama dalam jangka waktu yang lama, ketika harga dan waktu bergerak secara proporsional satu sama lain, dan ketika hubungan ini jelas di antara pasar yang berbeda, maka kondisi ini di sebut sebagai pasar sedang terintegrasi. Jika perubahan harga di satu pasar mengikuti perubahan harga di pasar lainnya, maka kedua pasar terintegrasi. Pasar yang terintegrasi menunjukkan sistem pemasaran yang efektif dan korelasi yang positif dari waktu ke waktu (Eliyatiningsih, 2019).

Menurut Sudiyono (2004) dua pendekatan integrasi dapat digunakan untuk menganalisis perilaku pasar: 1) Integrasi vertikal memeriksa keadaan pasar antara pasar lokal, propinsi, dan bahkan nasional; dan 2) Integrasi horisontal memeriksa apakah mekanisme harga berada pada tingkat pasar yang sama. Misalnya, antar pasar desa dapat berjalan serentak atau tidak serentak.

Dua dari banyak pasar tingkat kecamatan di Kabupaten Kutai Kartanegara adalah Pasar Mangkurawang, juga dikenal sebagai Pasar Gerbang Raja, dan Pasar Loa Kulu. Dalam hal jumlah pedagang dan jenis barang yang diperdagangkan, kedua pasar ini berfungsi sebagai pasar tingkat kecamatan. Salah satu komoditas yang diperdagangkan di kedua pasar ini adalah cabe rawit. Karena kondisi mereka yang hampir identik, ukuran pasar yang paling besar di dua kecamatan yang berdekatan, dan kemungkinan integrasi horizontal, Pasar Mangkurawang dan loa kulu dapat dianggap sebagai pasar yang sederajat, sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Integrasi Pasar Cabe Rawit Pada Pasar Mangkurawang dan Pasar Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara pemasaran cabai rawit di dua pasar berbeda, yaitu pasar bawang merah Gerbang Raja dan pasar bawang merah Loa Kulu. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17), penelitian kuantitatif digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian dan dianalisis secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, ada dua metode pengumpulan data: penelitian di lapangan (field work research) dan penelitian perpustakaan (library research). Penelitian lapangan adalah penelitian yang melibatkan observasi dan catatan serta wawancara langsung dengan subjek. Penelitian perpustakaan adalah penelitian yang mengumpulkan data dari bahan kepustakaan dengan mengutip bagian-bagian yang relevan dan penting untuk penelitian (Sugiyono, 2013).

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Gerbang Raja (Pasar Mangkurawang) di Kecamatan Tenggarong dan Pasar Loa Kuludi Kecamatan Loa Kulu, yang masing-masing berlangsung selama 30 hari pada bulan Februari hingga Maret 2023.

Teknik penentuan populasi dan sampel penelitian

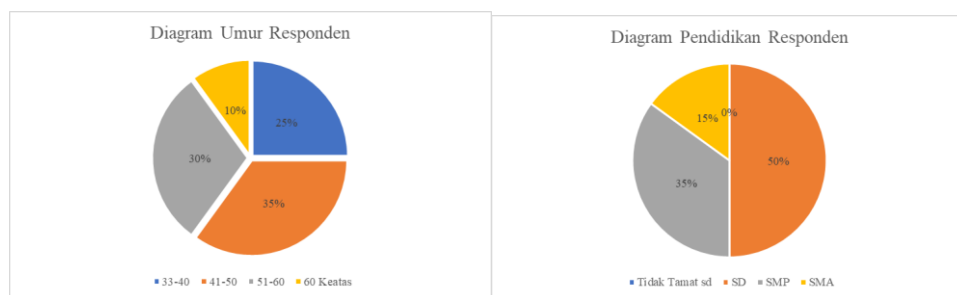
Populasi adalah wilayah generalisasi (kelompok) yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut dan harus benar-benar representatif atau mewakili populasi yang diteliti. (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, metode non-probability sampling digunakan untuk populasi dan sampel. Purposive sampling adalah teknik sampling non-acak yang digunakan dengan tujuan khusus untuk memilih responden yang paling menarik untuk penelitian. Kriteria responden terdiri dari penjual cabai rawit yang beroperasi setiap hari, bukan hanya di hari pasar, memiliki kios tetap dan minimal menjual dan membeli 2 kg cabai rawit setiap hari. Metode tabulasi, yang menyajikan data dalam bentuk tabel atau angka-angka, akan digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Lokasi yang menjadi tempat penelitian adalah Kecamatan Tenggarong dan Kecamatan Loa Kulu, serta responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pedagang cabai rawit yang ada di Pasar Mangkurawang dan pasar loa kulu. Rata-rata dari pedagang yang menjadi responden berstatus sebagai Kepala Keluarga dan IRT.



Gambar 1. Data Umur Dan Pendidikan Responden Tahun 2023

Perbedaan usia responden dapat mencerminkan perbedaan pengalaman dan pemahaman mereka terhadap pasar cabai rawit. Responden Yang dijadikan ini berusia 33-60 tahun keatas. Tingkat pendidikan responden dapat mempengaruhi pemahaman mereka tentang mekanisme pasar dan pentingnya integrasi pasar. Adapun tingkat pendidikan responden sangat beragam. Berdasarkan penelitian (Damayanti et al., 2022) ditemukan bahwa variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan psikologis secara bersama-sama mampu menunjukkan pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian Cabai rawit merah di Pasar Mangkurawang

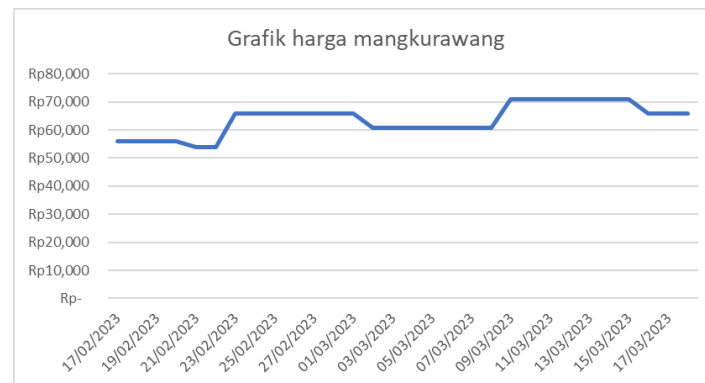
Kondisi pasar cabai rawit di Pasar Mangkurawang dan Pasar Loa Kulu

Pasar Mangkurawang atau dengan nama resmi pasar gerbang raja adalah pasar tradisional yang terletak di desa mangkurawang, Kecamatan tenggarong, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur. Pasar Gerbang Raja memiliki luas 21,014 Ha dengan 81 petak. Pasar Mangkurawang merupakan pasar yang cukup sibuk dan menjadi pusat perdagangan bagi masyarakat sekitar Pasar ini aktif setiap harinya, khususnya pada dini hari hingga pagi hari, sedangkan Pasar Loa

Kulu adalah pasar tradisional kecamatan yang memiliki ciri khusus yakni hari pasar pada setiap hari selasa, meski pada hari biasa pun tetap ada aktivitas jual beli.

Margin Pemasaran Cabai Rawit

Sudiyono (2004) menyebutkan bahwa margin adalah selisih antara harga Jual dengan harga beli. Margin juga terdiri dari komponen biaya-biaya tataniaga dan keuntungan. Dalam penelitian ini biaya-biaya tataniaga dan keuntungan tataniaga tidak di perhitungkan.



Gambar 3. Harga cabe rawit di Pasar Mangkurawang

Harga jual cabai rawit pada Pasar Mangkurawang selama penelitian 30 hari rata-rata sebesar Rp 63,713/Kg .- dan dengan rata-rata harga beli sebesar Rp 58,667. Dalam rentang waktu pengamatan mengalami fluktuasi yang signifikan. Pada hari pertama, harga cabai rawit rata-rata di Pasar Mangkurawang tercatat sebesar Rp 55,900., kemudian mengalami penurunan pada hari ke lima sebesar 53,900 kemudian pada hari ke 7 pengamatan terjadi kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebesar Rp 65,000 dan pada hari ke 14 harga kebalinya turun ke Rp 60,900, Pergerakan harga cabai rawit di Pasar Mangkurawang terus berfluktuasi hingga mencapai puncaknya pada hari ke 21 harga cabai rawit di Pasar Mangkurawang sebesar Rp 70,000/ kg sebelum kemudian kembali mengalami penurunan pada 3 hari terakhir pengamatan menjadi Rp 69,000/Kg.

Menurut wawancara dengan pedagang cabai rawit lokal, pergeseran harga di Pasar Mangkurawang diduga disebabkan oleh perubahan harga di Pasar Induk Segiri, tempat konsumen membeli cabai rawit. Daerah asal produksi cabai rawit juga berperan, seperti cabai rawit dari Sulawesi sering lebih murah daripada cabai rawit dari Banjarmasin. mendekati bulan Ramadan harga cabai rawit cenderung mengalami fluktuasi yang beragam.

Harga jual cabai rawit di Pasar Loa Kulurata-rata Rp 72,420 dengan rata-rata harga beli Rp 57,980. Dalam periode pengamatan yang sama, harga cabai rawit di pasar Loa Kulu juga mengalami fluktuasi yang signifikan, meskipun harga cabai rawit di pasar Loa Kulu mempunyai perbedaan harga jual yang cukup tinggi namun pasar Loa Kulu mempunyai tren pergerakan harga yang cenderung sama dengan Pasar Mangkurawang. Pada hari pertama, harga cabai rawit di pasar Loa Kulu tercatat sebesar Rp 65,000/Kg Kemudian mengalami penurunan pada hari ke 5 dan ke 6 sebesar Rp 63,000 lalu naik lagi sebesar Rp74,200 di hari ke 7, pada hari ke 14 harga cabai rawit kembali turun sebesar Rp 70,000,. Dan pada hari ke 21 harga cabai rawit mengalami puncak kenaikan sebesar Rp 79,200./Kg, sebelum kemudian kembali turun pada hari ke 28 pengamatan menjadi Rp 74,200/Kg.

Tren pergerakan yang terjadi di pasar Loa Kulu cenderung sama dengan pergerakan harga di Pasar Mangkurawang ini di sebabkan oleh sebagian besar pedagang di pasar Loa Kulu membeli cabai rawit di Pasar Mangkurawang dan sebagian lagi pedagang di pasar Loa Kulu membeli cabai rawitnya

juga langsung di Pasar Induk Segiri yang mana pedagang di Pasar Mangkurawang juga membeli cabai rawitnya disana. Perbedaan harga yang terjadi antara Pasar Mangkurawang cukup signifikan ini di sebabkan pedagang di pasar Loa Kulumengambil margin penjualan yang tinggi.

Margin pada cabai rawit pada Pasar Mangkurawang

Margin penjualan di peroleh dari selisih antara harga pembelian kepada pengepul dan penjualan kepada konsumen.. Dimana margin yang di terima oleh pedagang cabai rawit yang ada di Pasar Mangkurawang adalah selisih harga beli cabai rawit dengan harga jual.

Tabel 5. Margin Rata-Rata penjualan cabai rawit pada Pasar Mangkurawang

No	Nama Pasar	Harga Beli	Harga Jual	Margin
1	Pasar Mangkurawang	Rp 58,667	Rp 63,713	Rp 5,047
2	Pasar Loa Kulu	Rp 57,980	Rp 72,420	Rp 14,440

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

Kondisi penjualan cabai rawit selama penelitian ini dilaksanakan tanpa menghitung biaya tataniaga dan keuntungan pedagang, sehingga yang ditampilkan hanya margin saja. Pada Pasar Mangkurawang, Margin Harga tidak berubah selama penelitian di duga karena kondisi pasokan dan permintaan yang relatif stabil di Pasar Mangkurawang sehingga tidak ada perubahan margin yang signifikan.

Margin pada cabai rawit pada Pasar Loa Kulu

Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa margin harga cabai rawit pada pedagang di pasar Loa Kulujuga tidak mengalami perubahan. Meskipun terdapat beberapa pedagang yang melakukan penyesuaian harga, namun secara umum perbedaan harga jual dan harga beli di pasar Loa Kulutetap stabil.

Kondisi ini menunjukkan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi margin harga di kedua pasar tersebut relative stabil selama periode penelitian. Hal ini juga menunjukkan bahwa perbedaan harga jual dan beli di kedua pasar tersebut tidak di pengaruhi oleh faktor margin yang berubah secara signifikan selama periode penelitian.

Perbedaan margin yang jauh antara harga cabai rawit di Pasar Mangkurawang dan pasar Loa Kulupada tabel 5, Meskipun sumber pembelian cenderung sama, ini di duga karena perbedaan strategi pemasaran yang di ambil oleh rata-rata pedagang di kedua pasar sehingga ini mempengaruhi margin harga yang berbeda di kedua pasar, karena pedagang di Pasar Mangkurawang lebih fokus pada penjualan skala besar kepada pengepul atau distributor dan juga rumah makan besar yang sudah menjadi langganan mereka, sementara pedagang di pasar Loa Kulurata-rata fokus pada penjualan dalam jumlah kecil kepada konsumen langsung, sehingga mempengaruhi margin harga yang diambil oleh masing-masing pedagang.

Hubungan Pasar Cabai Rawit di Pasar Mangkurawang dan Loa Kulu

Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi adalah ukuran derajat hubungan antara 2 variabel terukur, R/r dapat digunakan untuk menentukan kekuatan dan arah hubungan antara dua variable.

Uji koefisien korelasi menjelaskan hubungan atau keeratan antar harga pasar suatu komoditi pertanian pada suatu pasar dengan pasar lainnya (Sudiyono, 2004). Berdasarkan hasil dari perhitungan dengan menggunakan rumus koefisien korelasi dengan bantuan software ms.exel dari harga kedua pasar di peroleh nilai $r = 0,49471936$, dari hasil tersebut dapat dilihat Pasar Mangkurawang dan pasar Loa Kulu terintegrasi atau memiliki keeratan hubungan positif dalam harga penjualan cabai rawit.

Tabel 6. Hasil perhitungan dengan rumus koefisien korelasi (r)

	<i>Mangkurawang</i>	<i>Loa Kulu</i>
Mangkurawang	1	
Loa Kulu	0,49471936	1

Sumber : data primer tahun 2023

Harga cabai rawit pada Pasar Mangkurawang berbeda dengan Pasar Loa Kulu. Pada Pasar Mangkurawang harga cabai rawit pada bulan Februari hingga Maret 2023 rata-rata harga cabai rawit adalah Rp 63,713.-. Sama halnya dengan pasar Loa Kulu pada bulan Februari sampai dengan bulan Maret 2023 harga cabai rawit beragam dari satu pedagang ke pedagang lainnya dengan rata-rata harga cabai rawit sebesar Rp 72,420,-. Ada pula pedagang yang menjual cabai rawit jauh lebih tinggi di bandingkan dengan pedagang lainnya, hal ini dikarenakan harga beli cabai rawit pada pengepul langganannya lebih tinggi dari pengepul lainnya sehingga pedagang harus menjual cabai rawit dengan harga yang lebih tinggi.

Walaupun terdapat korelasi positif antara harga di kedua pasar, namun hubungan antara kedua pasar tidak terlalu kuat. Oleh karena itu, para pedagang cabai rawit di kedua pasar tersebut masih dapat memanfaatkan perbedaan harga dan margin harga untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar, tanpa terikat oleh integrasi harga yang kuat. Analisis ini dapat membantu para pedagang untuk mengambil keputusan yang lebih tepat dalam mengelola bisnis mereka dalam menjual cabai rawit.

(Sudiyono, 2004) menyatakan bahwa koefisien determinasi merupakan variasi perubahan harga pada suatu pasar mampu di jelaskan oleh variasi perubahan harga pada pasar lain dan semakin besar nilai koefisien determinasinya maka semakin kuat dan sempurna juga hubungan diantara kedua pasar. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi $r = 0,49471936$, maka dari persamaan tersebut diperoleh hasil koefisien determinasi $r^2 = 24,47472448$. Nilai r^2 menunjukkan bahwa adanya variasi perubahan harga pada Pasar Mangkurawang mampu dijelaskan oleh variasi perubahan harga pada pasar Loa Kulu sebesar 24,47%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel pada penelitian ini.

Harga cabai rawit pada Pasar Mangkurawang relative lebih murah dibandingkan dengan pasar Loa Kulu dengan selisih harga penjualan rata-rata sebesar Rp 8,707.-. Hal tersebut dikarenakan jarak dan juga status Pasar Mangkurawang sebagai pasar induk Kabupaten Kutai Kartanegara yang mana merupakan tempat utama dimana produsen atau distributor mengirim dagangan mereka. Hal ini memungkinkan mereka mengurangi biaya distribusi, seperti biaya transportasi dan *handling*, yang kemudian dapat membantu mereka menawarkan harga yang lebih murah. Selain itu Pasar Mangkurawang merupakan pasar induk maka volume penjualan cabai rawit juga besar sehingga membuat pedagang dengan harga grosir lebih memilih untuk berniaga di Pasar Mangkurawang.

Beberapa pedagang memilih membeli sendiri cabai rawit di Pasar Induk Segiri Samarinda baik pedagang di Pasar Mangkurawang ataupun pasar Loa Kulu, hal ini di karenakan harga beli cabai rawit lebih murah dan waktu lebih efisien. Disamping itu beberapa pedagang yang berdomisili di Samarinda juga sengaja memilih berjualan di Pasar Mangkurawang dan juga Pasar Loa Kulu. Ada

pula pedagang yang hanya mengambil dari harga grosir di pasar setempat yang asal pembeliannya juga berasal dari Pasar Segiri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Drianti et al., (2018) yang menyimpulkan bahwa terdapat integrasi positif antara harga komoditas bawang merah antara pasar Gerbang Raja (Mangkurawang) dan Pasar Loa Kulu. Meskipun terdapat kesamaan dalam hasil penelitian, namun terdapat perbedaan dalam penelitian yaitu komoditas yang diteliti berbeda di mana komoditas pada penelitian ini adalah cabai rawit.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi positif antara harga cabai rawit di Pasar Mangkurawang dan pasar Loa Kuluselama periode penelitian selama periode penelitian 30 hari dengan koefisien korelasi sebesar 0,49 yang menunjukkan adanya integrasi harga. Namun, korelasi tersebut tidak tergolong kuat karena nilai korelasi tersebut masih di bawah 0,5. Selain itu, selama periode penelitian, margin harga cabai rawit cenderung stabil atau tidak berubah pada kedua pasar.

Meskipun margin harga cabai rawit stabil, namun terdapat perubahan harga yang cukup signifikan pada kedua pasar tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa factor-faktor lain seperti musim panen, cuaca, dan tingkat permintaan pasar juga dapat mempengaruhi harga cabai rawit di kedua pasar tersebut.

Koefisien korelasi menjelaskan hubungan antar kedua pasar yang berbeda tempat. Kenaikan harga pada satu pasar akan mempengaruhi kenaikan harga pada pasar lainnya. Adanya integrasi atau keeratan Pasar Mangkurawang dan Pasar Loa Kuludi karenakan sumber pembelian cabai rawit yang dominan sama yaitu pasar Segiri di Kota Samarinda.

KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan margin pada kedua pasar, yaitu pasar mangkurawang dengan harga jual cabai rawit rata-rata sebesar Rp 63,713,- diperoleh margin rata-rata sebesar Rp 5,047,-, sedangkan pada pasar loa kulu dengan harga jual bawang cabai rawit rata-rata sebesar Rp 72,420,- dan di peroleh margin rata-rata sebesar Rp 14,440,-.

Dari analisis dengan rumus koefisien korelasi harga (r) di dapat nilai $r = 0,49471936$, Sedangkan nilai koefisien determinasi adalah $0,244747245$, dari perhitungan tersebut dapat dilihat pasar mangkurawang dan pasar loa kulu Terintegrasi atau memiliki keeratan hubungan dalam harga penjualan cabai rawit.

SARAN

Dalam hal ini pedagang di Pasar Loa Kulu di sarankan untuk mencari alternatif pembelian cabai rawit di tempat yang lebih bervariasi yang bertujuan untuk mengurangi margin harga antara harga beli dan harga jual serta agar dapat memaksimalkan efisiensi pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Kartanegara. (2022). *Kabupaten Kutai Kartanegara dalam Angka 2022*.

BPS Kaltim. (2022). *Kalimantan Timur Dalam Angka 2022*.

Damayanti, A., Syahrani, & Defriansyah. (2022). **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHIPERILAKU KONSUMEN DALAMPEMBELIANCABAI RAWIT (STUDI**

KASUS: PASAR MANGKURAWANG DI KECAMATAN TENGGARONG). *Magrobis Journal*, 22(2).

Drianty, A., Nugroho, A. E., & Santra. (2018). Integrasi Harga Bawang Merah Pada Pasar Gerbang Raja Dan Pasar Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara. *Magrobis Journal*, 18(1), 51–56.

Eliyatiningsih, F. M. (2019). Integrasi Pasar Cabai Merah Di Kabupaten Jember (Pendekatan Kointegrasi Engle-Granger). *Pertanian Agros*, 21(1), 55–65.

Setiawan, I., Taridala, S. A. A., & Zani, M. (2018). ANALISIS INTEGRASI VERTIKAL PASAR KOMODITAS CABAI RAWIT (*Capsicum frutescens* L.) DI PROVINSI SULAWESI TENGGARA. *Jurnal Ilmiah Agribisnis (Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian)*, 3(1), 12–17.

Sudiyono, A. (2004). *Pemasaran Pertanian* (3rd ed.). UMM Press.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.