

Implementasi Teoritis Permintaan dan Penawaran terhadap Lonjakan Harga dan Gagal Panen Petani Cabe di Kabupaten Lumajang

Amin Silalahi¹, Karnadi², Balthasar Watunglawar³, Katarina Leba⁴.

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas PGRI Argopuro, Jember, Indonesia

⁴Fakultas Teknologi Informatika, Program Studi, Universitas Jember, Jember, Indonesia

Email: ¹aminsilalahi79@gmail.com, ²karnadi68@gmail.com, ³watungballa@gmail.com ⁴

(* : corresponding author)

Abstrak

Pemahaman teori permintaan dan penawaran sebaiknya diketahui oleh para petani sebagai produsen komoditas cabai. Fakta membuktikan bahwa para petani cabai belum mengerti akan teori permintaan dan penawaran karena petani cabai masih menanam cabai hanya pada musim kemarau dibandingkan dengan menanam pada musim hujan dengan alasan gagal panen. Fakta ini menunjukkan bahwa harga cabai cenderung naik di musim penghujan dan di musim kemarau harga cabai cenderung menurun. Hal ini mengurangi motivasi memperluas lahan penanaman cabai dan pendapatan mereka pada angka minus atau nol. Metode yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini adalah metode sosialisasi permintaan dan penawaran dan metode pendampingan penggunaan pupuk A3N 766HI untuk mengurangi biaya budidaya cabai dan menambah durasi masa panen lebih lama. Hasil dari implementasi kedua metode tersebut diperoleh hasil pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut: Ada dampak positif setelah mendapatkan sosialisasi teori penawaran dan permintaan dan pendampingan petani cabai dengan metode penggunaan pupuk A3N 766HI yang berkontribusi pada efisiensi biaya budidaya cabai dengan mendapatkan selisih harga Rp 5100 pada saat harga jual terendah sampai dengan Rp. 12500 per kilogram pada saat posisi harga tertinggi pada setiap hasil panen cabai pada musim hujan dibandingkan dengan musim kemarau di Kabupaten Lumajang.

Kata Kunci: Permintaan & Penawaran, Gagal Panen, Lonjakan Harga, Pupuk A3N 766HI

Abstract- Abstract

The understanding of the theory of supply and demand should be known by farmers as producers of chili commodities. Facts prove that chili farmers do not yet understand the theory of supply and demand because chili farmers still plant chili only in the dry season compared to planting in the rainy season for reasons of crop failure. This fact shows that the price of chili tends to increase in the rainy season and in the dry season the price of chili tends to decrease. This reduces the motivation to expand chili planting land and their income is at minus or zero. The method used in this community service is the method of socialization of supply and demand and the method of assistance in the use of A3N 766HI fertilizer to reduce the cost of chili cultivation and increase the duration of the harvest period longer. The results of the implementation of the two methods obtained the following community service results: There is a positive impact after receiving socialization of the theory of supply and demand and assistance to chili farmers with the method of using A3N 766HI fertilizer which contributes to the efficiency of chili cultivation costs by getting a price difference of Rp. 5100 at the lowest selling price up to Rp. 12,500 per kilogram at the highest price position for each chili harvest during the rainy season compared to the dry season in Lumajang Regency.

Keywords: Supply & Demand, Crop Failure, Price Spike, A3N 766HI Fertilizer

1. PENDAHULUAN

Latar belakang pengabdian kepada masyarakat adalah isu yang sangat penting, terutama dalam konteks pertanian cabai di Indonesia. Teori penawaran dan permintaan merupakan konsep dasar dalam ekonomi yang sering kali diabaikan oleh para petani, yang berakibat pada kerugian yang signifikan. Menurut Amedia Pustaka (2008) dan Sembiring (2009), banyak petani yang terpaksa membuang hasil panennya karena harga cabai yang anjlok akibat dari panen yang melimpah dan distribusi yang buruk. Fenomena ini menciptakan siklus yang merugikan, di mana para petani tidak hanya kehilangan hasil panen, tetapi juga tidak mendapatkan profit yang layak dari usaha mereka. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan pemahaman para petani tentang faktor-faktor yang mempengaruhi harga cabai, termasuk teori permintaan dan penawaran, serta tantangan yang dihadapi dalam budi daya cabai.

Permasalahan naik turunnya harga cabai merupakan isu yang kompleks dan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, faktor musiman, perubahan cuaca ekstrem, dan kondisi penyakit tanaman sangat berperan dalam menentukan kualitas dan kuantitas hasil panen cabai. Perubahan iklim yang tidak menentu, seperti hujan yang berlebihan atau kekeringan, dapat mengganggu pertumbuhan cabai dan menurunkan kualitas panen.

Misalnya, para petani sering melaporkan bahwa menanam cabai pada musim hujan dapat menyebabkan gagal panen akibat serangan penyakit dan kerontokan bunga. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang baik tentang kondisi cuaca dan cara mengelola risiko dapat membantu petani dalam mengoptimalkan hasil panen mereka.

Kedua, permintaan dan penawaran juga memainkan peran penting dalam menentukan harga cabai. Ketika permintaan cabai melebihi penawaran di pasar, harga cabai cenderung naik. Sebaliknya, jika permintaan menurun, harga akan mengikuti tren tersebut. Dalam konteks ini, penting bagi petani untuk memahami dinamika pasar agar dapat mengambil keputusan yang tepat dalam penanaman dan penjualan cabai mereka. Misalnya, jika petani mengetahui bahwa permintaan cabai akan meningkat pada waktu tertentu, mereka dapat merencanakan penanaman dengan lebih baik untuk memaksimalkan keuntungan.

Ketiga, biaya produksi dan inovasi teknologi juga berkontribusi pada fluktuasi harga cabai. Kenaikan harga pupuk dan biaya produksi lainnya dapat menyebabkan harga jual cabai meningkat. Oleh karena itu, penggunaan pupuk yang efisien, seperti pupuk A3N 766HI, yang dapat meningkatkan pertumbuhan tanaman dan mengurangi biaya insektisida dan fungisida, menjadi sangat penting. Inovasi dalam teknologi pertanian dapat membantu petani mengurangi biaya dan meningkatkan hasil panen, sehingga mereka dapat bersaing lebih baik di pasar.

Fenomena gagal panen cabai juga menjadi masalah yang signifikan. Teori permintaan dan penawaran menunjukkan bahwa ketika terjadi gagal panen, harga cabai di pasar akan cenderung meningkat karena pasokan yang menurun, sementara permintaan tetap atau bahkan meningkat. Hal ini menciptakan situasi yang dilematis bagi petani, di mana mereka tidak dapat memenuhi permintaan pasar, tetapi di sisi lain, harga yang tinggi tidak dapat dimanfaatkan karena hasil panen yang minim. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi gagal panen sangat penting bagi petani untuk mengambil langkah-langkah mitigasi yang tepat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penting untuk melakukan sosialisasi mengenai teori permintaan dan penawaran kepada para petani cabai. Dengan memahami mekanisme pasar, para petani tidak akan merasa terbebani oleh fluktuasi harga yang terjadi. Sosialisasi ini harus mencakup berbagai aspek, mulai dari pengolahan tanah, penyemaian, hingga masa panen. Pendampingan yang komprehensif akan membantu petani untuk lebih siap menghadapi tantangan yang ada, serta meningkatkan hasil panen mereka.

Aktivitas sosialisasi dan pendampingan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi para petani cabai di Kabupaten Lumajang. Salah satu contoh nyata adalah bapak Nawir, seorang petani cabai yang telah mendapatkan sosialisasi dan pendampingan dalam penggunaan pupuk A3N 766HI. Dengan luas lahan 200 m², pak Nawir telah berhasil melakukan pemetikan cabai sebanyak 14 kali dengan hasil mencapai 783-800 kg, dan harga jual yang bervariasi antara Rp. 70.000 hingga Rp. 90.000 per kg. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan pemahaman yang baik tentang teori permintaan dan penawaran serta penggunaan teknologi yang tepat, petani dapat meningkatkan produktivitas dan pendapatan mereka.

Novelty dari pengabdian kepada masyarakat ini terletak pada pendekatan yang digunakan dalam memberikan pendampingan kepada petani. Pertama, dengan menyediakan pupuk A3N 766HI secara gratis dalam satu musim, diharapkan dapat mengurangi biaya budi daya cabai. Kedua, sosialisasi mengenai permintaan dan penawaran dilakukan dengan cara yang lebih interaktif, seperti memberikan grafik yang memudahkan petani untuk memahami dinamika pasar. Pendekatan ini diharapkan dapat memotivasi petani untuk lebih aktif dalam menanam cabai, terutama pada musim hujan, sehingga kebutuhan konsumen di tingkat kabupaten dapat terpenuhi.

Beberapa pertanyaan yang perlu dijawab dalam pengabdian kepada masyarakat ini antara lain: Bagaimana cara mensosialisasikan teori permintaan dan penawaran kepada petani cabai agar mereka termotivasi untuk menanam cabai pada musim hujan? Bagaimana penggunaan pupuk A3N 766HI dapat memotivasi mereka untuk memperluas lahan tanam? Dan apakah ada dampak positif yang diperoleh setelah mendapatkan sosialisasi dan pendampingan ini? Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, diharapkan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi kesejahteraan petani cabai di Kabupaten Lumajang.

Pengabdian kepada masyarakat di bidang pertanian cabai sangat penting untuk meningkatkan pemahaman petani tentang teori permintaan dan penawaran serta tantangan yang mereka hadapi. Dengan memberikan sosialisasi dan pendampingan yang tepat, diharapkan para petani dapat mengatasi masalah fluktuasi harga dan gagal panen, serta meningkatkan produktivitas mereka. Inovasi dalam penggunaan pupuk dan teknologi pertanian juga menjadi kunci untuk mencapai keberhasilan dalam budi daya cabai. Dengan demikian, pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya bermanfaat bagi petani, tetapi juga bagi masyarakat luas yang bergantung pada pasokan cabai sebagai komoditas penting.

B. Kajian Literatur

Kajian literatur ini menyangkut pembahasan tentang harga, cabai, permintaan dan penawaran dan bagaimana naik turunnya harga cabai terjadi.

1. Pengertian Cabai

Cabai adalah salah satu produk pertanian yang memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Sebagai bahan makanan yang sering digunakan, cabai tidak hanya berfungsi sebagai bumbu penyedap, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan. Dalam konteks ini, penting untuk memahami karakteristik cabai sebagai komoditas pertanian, termasuk sifat-sifatnya yang mudah rusak dan musiman, serta dampaknya terhadap harga dan permintaan di pasar.

Cabai adalah produk pertanian yang sangat mudah rusak dan musiman. Menurut Achmad Fauzi (2023), cabai memiliki umur simpan yang relatif pendek, yang membuatnya rentan terhadap kerusakan. Proses pemanenan yang harus dilakukan dengan hati-hati sangat penting untuk menjaga kualitas cabai. Selain itu, cabai hanya dapat ditanam dalam satu musim tanam, yang berarti petani harus merencanakan waktu tanam dan panen dengan cermat. Misalnya, di daerah tertentu, petani sering kali harus menunggu musim hujan untuk menanam cabai, karena tanaman ini membutuhkan kelembapan yang cukup untuk tumbuh dengan baik.

Dalam hal permintaan dan penawaran, harga cabai sering mengalami fluktuasi yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor, termasuk cuaca, hama, dan penyakit tanaman. Ketika cuaca buruk atau serangan hama terjadi, produksi cabai dapat menurun drastis, yang menyebabkan harga naik. Sebaliknya, ketika hasil panen melimpah, harga cabai dapat jatuh. Putri et al. (2022) menjelaskan bahwa harga cabai di pasar sering kali dipengaruhi oleh teori permintaan dan penawaran, di mana permintaan yang tinggi dengan pasokan yang terbatas akan mendorong harga naik, dan sebaliknya.

Masyarakat Indonesia sangat bergantung pada cabai sebagai bumbu penyedap rasa. Cabai memiliki aroma yang unik dan rasa pedas yang dapat meningkatkan nafsu makan. Jenis cabai yang paling banyak digunakan adalah cabai rawit kriting, cabai rawit merah, dan cabai merah besar. Setiap jenis cabai memiliki karakteristik dan kegunaan tersendiri. Misalnya, cabai rawit kriting sering digunakan dalam sambal dan masakan pedas, sedangkan cabai merah besar lebih umum digunakan dalam masakan yang memerlukan warna dan rasa yang lebih lembut. Dalam banyak masakan tradisional, cabai tidak hanya berfungsi sebagai bumbu, tetapi juga sebagai bahan yang memberikan identitas kuliner daerah tertentu.

Namun, tantangan yang dihadapi oleh petani cabai tidak hanya terbatas pada faktor alam dan ekonomi. Penggunaan teknologi dalam budidaya cabai juga menjadi isu penting. Petani yang menggunakan teknologi penanaman yang sama hanya dapat memproduksi cabai satu kali dalam satu musim tanam. Ini menunjukkan bahwa inovasi dalam teknik pertanian sangat diperlukan untuk meningkatkan produktivitas cabai. Misalnya, penggunaan sistem irigasi yang efisien dan metode pemupukan yang tepat dapat membantu petani meningkatkan hasil panen mereka.

Dalam analisis lebih dalam, penting untuk mempertimbangkan dampak sosial dan ekonomi dari produksi cabai. Cabai tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi petani, tetapi juga berkontribusi pada perekonomian lokal. Kenaikan harga cabai dapat berdampak pada inflasi dan daya beli masyarakat. Oleh karena itu, pengelolaan yang baik terhadap produksi dan distribusi cabai sangat penting untuk menjaga stabilitas harga di pasar.

Demikian, cabai merupakan komoditas pertanian yang memiliki banyak aspek yang perlu diperhatikan, mulai dari sifatnya yang mudah rusak dan musiman, hingga dampaknya terhadap perekonomian dan masyarakat. Dengan memahami karakteristik dan tantangan yang dihadapi dalam budidaya cabai, kita dapat lebih menghargai peran penting cabai dalam kehidupan sehari-hari. Upaya untuk meningkatkan teknologi pertanian dan manajemen rantai pasok cabai sangat diperlukan untuk memastikan keberlanjutan produksi dan ketersediaan cabai di pasar. Sebagai masyarakat, kita juga perlu menyadari pentingnya menghargai dan mendukung petani cabai, yang berkontribusi besar terhadap keberagaman kuliner dan perekonomian Indonesia.

2. Harga

Harga adalah salah satu aspek krusial dalam budidaya cabai yang tidak hanya mempengaruhi pendapatan petani, tetapi juga menentukan daya tarik produk di pasar. Dalam konteks ini, harga tidak sekadar mencerminkan biaya produksi, tetapi juga mencakup margin keuntungan yang diinginkan oleh petani. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang harga menjadi sangat penting, baik bagi produsen maupun konsumen.

Dalam menentukan harga, beberapa faktor harus diperhatikan. Pertama, biaya produksi yang meliputi semua pengeluaran yang dikeluarkan selama proses budidaya, mulai dari pembelian benih,

pemupukan, pengendalian hama, hingga panen. Misalnya, dalam budidaya cabai, petani mungkin harus mengeluarkan biaya untuk pupuk organik dan pestisida, yang dapat bervariasi tergantung pada metode pertanian yang dipilih. Jika petani memilih metode pertanian organik, meskipun biaya awal mungkin lebih tinggi, produk yang dihasilkan dapat dijual dengan harga premium di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan metode budidaya tidak hanya berdampak pada biaya, tetapi juga pada strategi penetapan harga di pasar.

Kedua, margin keuntungan yang diinginkan juga berperan penting dalam penetapan harga. Margin ini adalah tambahan yang ditambahkan ke biaya produksi untuk memastikan bahwa petani mendapatkan keuntungan yang wajar dari usaha mereka. Menurut Kambali dan Syarifah (2020), margin keuntungan harus disesuaikan dengan kondisi pasar, di mana harga cabai dapat berfluktuasi berdasarkan permintaan dan penawaran. Misalnya, pada musim panen, ketika pasokan cabai melimpah, harga cenderung turun, sehingga petani harus mempertimbangkan untuk menurunkan margin keuntungan mereka agar tetap kompetitif. Sebaliknya, pada saat permintaan tinggi dan pasokan terbatas, petani dapat meningkatkan harga dan margin keuntungan mereka.

Selanjutnya, keterjangkauan harga menjadi aspek yang tidak kalah penting. Konsumen selalu mencari produk yang memberikan nilai terbaik untuk uang mereka. Dalam hal ini, kualitas produk sangat berpengaruh terhadap persepsi harga. Jika cabai yang ditawarkan memiliki kualitas tinggi, misalnya cabai yang segar dan bebas dari hama, konsumen mungkin bersedia membayar harga yang lebih tinggi. Sebaliknya, jika kualitas produk rendah, meskipun harga rendah, konsumen mungkin ragu untuk membeli. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dan harga harus seimbang untuk menarik konsumen.

Persaingan harga juga merupakan faktor yang harus diperhatikan. Dalam pasar yang kompetitif, petani harus mampu menetapkan harga yang tidak hanya menarik bagi konsumen tetapi juga bersaing dengan produk lain. Misalnya, jika ada beberapa petani yang menjual cabai di pasar yang sama, mereka harus memikirkan strategi harga yang dapat membedakan produk mereka dari yang lain. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah memberikan penawaran khusus atau diskon untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini menjadi penting, terutama dalam situasi di mana banyak produk serupa tersedia.

Dari sudut pandang ekonomi, harga cabai tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti biaya produksi, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti kondisi pasar, kebijakan pemerintah, dan tren global. Misalnya, perubahan kebijakan pemerintah dalam hal subsidi pertanian atau impor dapat mempengaruhi harga cabai di pasar domestik. Jika pemerintah memberikan subsidi untuk pupuk, biaya produksi akan turun, dan petani dapat menetapkan harga yang lebih bersaing. Di sisi lain, jika ada kebijakan yang membatasi impor cabai, pasokan lokal mungkin meningkat, mempengaruhi harga di pasar.

Fluktuasi harga cabai juga dapat dipengaruhi oleh faktor musiman. Pada musim tertentu, seperti saat hari raya atau perayaan besar, permintaan cabai cenderung meningkat, yang dapat menyebabkan kenaikan harga. Oleh karena itu, petani harus peka terhadap perubahan musiman ini untuk memaksimalkan keuntungan mereka. Misalnya, menjelang Hari Raya Idul Fitri, permintaan akan cabai biasanya meningkat seiring dengan meningkatnya aktivitas memasak dan penyajian makanan. Petani yang mampu memprediksi tren ini dapat merencanakan waktu panen mereka untuk mendapatkan harga yang lebih baik.

Harga merupakan elemen yang kompleks dan dinamis dalam budidaya cabai yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari biaya produksi, margin keuntungan, keterjangkauan harga, hingga persaingan pasar. Pemahaman yang mendalam tentang aspek-aspek ini dapat membantu petani dalam menetapkan harga yang kompetitif dan menarik bagi konsumen. Dengan mempertimbangkan kualitas produk dan kondisi pasar, petani dapat mengoptimalkan keuntungan mereka sekaligus memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang efektif tidak hanya akan memberikan manfaat bagi petani, tetapi juga akan memastikan keberlanjutan pasar cabai di masa depan..

3. Permintaan

Permintaan adalah salah satu konsep fundamental dalam ekonomi yang menggambarkan interaksi antara konsumen dan pasar. Konsep ini tidak hanya berkaitan dengan seberapa banyak barang yang ingin dibeli oleh konsumen, tetapi juga mencerminkan perilaku dan preferensi konsumen dalam berbagai kondisi ekonomi. Menurut Barus (2014), permintaan dapat didefinisikan sebagai jumlah barang yang ingin dibeli oleh konsumen pada harga dan jangka waktu tertentu. Dalam konteks ini,

penting untuk memahami bagaimana dinamika permintaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal dan internal.

Salah satu aspek yang sangat penting dalam permintaan adalah hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta. Ketika harga suatu barang mengalami kenaikan, umumnya konsumen akan mencari alternatif atau barang pengganti. Misalnya, jika harga daging sapi meningkat tajam, konsumen mungkin beralih ke daging ayam atau sumber protein lainnya yang lebih terjangkau. Fenomena ini dikenal sebagai substitusi, di mana konsumen mengubah pilihan mereka untuk menghindari pengeluaran yang lebih tinggi. Di sisi lain, ketika harga barang turun, konsumen cenderung membeli lebih banyak barang tersebut. Contohnya, saat harga beras turun, banyak rumah tangga yang akan membeli beras dalam jumlah lebih besar untuk menyimpan persediaan, karena mereka melihat kesempatan untuk menghemat pengeluaran.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan juga sangat beragam. Siregar et al. (2020) mengidentifikasi beberapa faktor utama yang mempengaruhi permintaan, seperti harga barang, pendapatan, selera konsumen, intensitas kebutuhan, jumlah penduduk, serta promosi dan estimasi pendapatan di masa depan. Mari kita bahas masing-masing faktor ini secara lebih mendalam.

Pertama, harga barang adalah faktor yang paling langsung mempengaruhi permintaan. Hukum permintaan menyatakan bahwa, *ceteris paribus*, ketika harga barang naik, jumlah barang yang diminta akan turun, dan sebaliknya. Hal ini dapat dilihat dalam kasus barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti beras atau minyak goreng. Ketika harga-harga ini melonjak, konsumen akan mengurangi pembelian mereka atau beralih ke merek yang lebih murah. Penelitian oleh Mankiw (2016) menunjukkan bahwa respons konsumen terhadap perubahan harga dapat bervariasi tergantung pada elastisitas permintaan barang tersebut. Barang dengan elastisitas permintaan yang tinggi, seperti barang mewah, akan menunjukkan pengurangan permintaan yang lebih signifikan dibandingkan barang kebutuhan pokok.

Kedua, pendapatan konsumen juga memegang peranan penting dalam menentukan permintaan. Ketika pendapatan meningkat, konsumen cenderung membeli lebih banyak barang, terutama barang-barang yang dianggap sebagai barang normal. Sebaliknya, untuk barang inferior, seperti mie instan, peningkatan pendapatan dapat menyebabkan penurunan permintaan. Contoh yang jelas terlihat pada masyarakat kelas menengah yang mengalami peningkatan pendapatan, di mana mereka mulai beralih dari konsumsi makanan sederhana ke makanan yang lebih berkualitas atau mahal. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga oleh kemampuan dan preferensi konsumen.

Selera konsumen adalah faktor lain yang tidak kalah penting. Selera dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek, termasuk tren, iklan, dan budaya. Misalnya, dalam beberapa tahun terakhir, ada peningkatan permintaan untuk produk makanan sehat dan organik seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan. Hal ini tercermin dalam pertumbuhan pasar makanan organik yang pesat di Indonesia dan negara-negara lain. Penelitian oleh Kotler dan Keller (2016) menekankan pentingnya pemahaman tentang perilaku konsumen dan bagaimana selera dapat berubah seiring waktu, yang pada gilirannya mempengaruhi permintaan.

Selain itu, intensitas kebutuhan juga berperan dalam menentukan permintaan. Barang-barang dengan kebutuhan yang tinggi, seperti obat-obatan dan bahan pokok, akan memiliki permintaan yang lebih stabil meskipun terjadi fluktuasi harga. Sebaliknya, barang-barang yang dianggap sebagai barang mewah atau sekunder akan lebih sensitif terhadap perubahan kondisi ekonomi. Dalam situasi krisis ekonomi, permintaan untuk barang-barang non-esensial cenderung menurun drastis, sementara permintaan untuk barang-barang esensial tetap stabil. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang kebutuhan konsumen sangat penting dalam meramalkan permintaan.

Jumlah penduduk juga merupakan faktor demografis yang mempengaruhi permintaan. Pertumbuhan populasi yang pesat di suatu daerah dapat menyebabkan peningkatan permintaan barang dan jasa. Misalnya, di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, pertumbuhan jumlah penduduk yang cepat telah menyebabkan permintaan akan perumahan, transportasi, dan layanan publik meningkat. Penelitian oleh BPS (Badan Pusat Statistik) menunjukkan bahwa permintaan akan kebutuhan dasar seperti makanan, pendidikan, dan kesehatan akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah dalam merencanakan infrastruktur dan layanan publik harus mempertimbangkan pertumbuhan demografis ini.

Promosi juga memainkan peranan penting dalam merangsang permintaan. Strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Iklan yang menarik dan penawaran khusus dapat menciptakan urgensi bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Misalnya, selama periode diskon besar-besaran seperti

Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional), banyak konsumen yang berbondong-bondong membeli barang-barang yang sebelumnya mungkin tidak mereka pertimbangkan. Penelitian oleh Kotler dan Keller (2016) menunjukkan bahwa promosi yang tepat dapat meningkatkan permintaan secara signifikan, terutama dalam pasar yang sangat kompetitif.

Akhirnya, estimasi pendapatan di masa depan juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Jika konsumen merasa optimis tentang prospek ekonomi mereka, mereka mungkin akan lebih cenderung untuk mengeluarkan uang untuk barang-barang yang lebih mahal. Sebaliknya, jika ada ketidakpastian ekonomi, konsumen cenderung lebih berhati-hati dan menunda pembelian barang-barang non-esensial. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kondisi ekonomi masa depan dapat mempengaruhi pola permintaan saat ini.

Demikian, permintaan merupakan konsep yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait. Dari harga barang dan pendapatan, hingga selera konsumen dan promosi, setiap elemen berkontribusi pada bagaimana konsumen berinteraksi dengan pasar. Memahami dinamika permintaan tidak hanya penting bagi para ekonom dan peneliti, tetapi juga bagi para pelaku bisnis yang ingin merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Dengan menganalisis semua faktor ini secara mendalam, kita dapat mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang perilaku konsumen dan bagaimana mereka membuat keputusan pembelian. Ini adalah kunci untuk mengoptimalkan penawaran produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar.

4. Penawaran

Teori permintaan dan penawaran merupakan salah satu pilar utama dalam ekonomi yang menjelaskan interaksi antara harga dan kuantitas barang di pasar. Dalam konteks pasar cabai, fenomena ini menjadi sangat relevan, terutama ketika kita mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi harga cabai. Ketika jumlah barang yang ditawarkan meningkat, atau ketika biaya produksi suatu produk menurun, harga cenderung akan mengalami penurunan. Hal ini menjadi lebih jelas ketika kita mengamati hasil panen cabai yang melimpah pada masa panen raya, di mana harga jual cabai sering kali mengalami penurunan signifikan.

Sebagai contoh, pada tahun 2020, Indonesia mengalami lonjakan produksi cabai yang mencapai 3,5 juta ton, melebihi permintaan pasar yang hanya sekitar 2,8 juta ton (Badan Pusat Statistik, 2021). Situasi ini menyebabkan harga cabai di pasar tradisional jatuh, bahkan di beberapa daerah, harga cabai turun hingga 50% dari harga normal. Penawaran yang berlebihan ini menunjukkan bagaimana teori permintaan dan penawaran berfungsi dalam praktik. Ketika pasokan cabai melebihi permintaan, harga secara otomatis akan turun, menciptakan situasi di mana petani mungkin mengalami kerugian.

Rizky Junianto (2019) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi fluktuasi harga cabai, termasuk jumlah penjual atau produsen, harga barang pengganti, biaya produksi, pajak, dan faktor eksternal seperti bencana alam. Misalnya, jika ada banyak produsen cabai yang memasuki pasar, persaingan di antara mereka akan meningkat. Hal ini dapat menekan harga, karena setiap produsen berusaha untuk menjual produk mereka. Di sisi lain, jika harga barang pengganti seperti bawang merah atau paprika lebih murah, konsumen mungkin akan beralih dari cabai ke barang pengganti tersebut, yang juga akan menurunkan permintaan cabai dan pada gilirannya menurunkan harga.

Biaya produksi juga memainkan peran kunci dalam menentukan harga cabai. Jika biaya untuk membudidayakan cabai menurun, misalnya karena penurunan harga pupuk atau biaya tenaga kerja, produsen dapat menawarkan cabai dengan harga yang lebih kompetitif. Sebaliknya, jika biaya produksi meningkat, produsen mungkin terpaksa menaikkan harga cabai untuk mempertahankan margin keuntungan mereka. Contohnya, pada tahun 2021, kenaikan harga pupuk secara signifikan di beberapa daerah di Indonesia berdampak pada harga cabai yang juga naik, menyulitkan konsumen dan petani kecil.

Pajak yang dikenakan pada produk pertanian juga dapat berpengaruh terhadap harga. Jika pemerintah memberlakukan pajak yang tinggi pada cabai, produsen mungkin akan mengalihkan biaya tersebut kepada konsumen dalam bentuk harga yang lebih tinggi. Namun, jika pajak diturunkan, hal ini dapat mendorong produsen untuk menawarkan harga yang lebih rendah, sehingga meningkatkan daya beli konsumen. Dalam konteks ini, kebijakan pemerintah sangat penting untuk menjaga stabilitas harga di pasar.

Bencana alam seperti banjir atau kekeringan juga dapat mempengaruhi pasokan cabai secara drastis. Ketika bencana terjadi, hasil panen dapat berkurang secara signifikan, menyebabkan penawaran cabai menurun. Dalam situasi seperti ini, harga cabai dapat melonjak tajam karena permintaan tetap tinggi sementara pasokan menurun. Sebagai contoh, pada tahun 2018, banjir yang melanda beberapa

daerah penghasil cabai di Indonesia menyebabkan harga cabai melonjak hingga 70% dalam waktu singkat (Kementerian Pertanian, 2019). Hal ini menunjukkan betapa rentannya pasar cabai terhadap faktor-faktor eksternal yang tidak terduga.

Dalam analisis mendalam ini, kita juga perlu mempertimbangkan aspek psikologis dari perilaku konsumen dan produsen. Ketika harga cabai mulai turun, konsumen cenderung membeli lebih banyak, beranggapan bahwa harga akan terus menurun. Sebaliknya, ketika harga mulai naik, konsumen mungkin akan menunda pembelian mereka, berharap harga akan turun kembali. Perilaku ini menciptakan siklus yang dapat memperburuk fluktuasi harga di pasar.

Selain itu, penting untuk dicatat bahwa faktor global juga dapat mempengaruhi pasar cabai lokal. Misalnya, perubahan dalam kebijakan perdagangan internasional, fluktuasi nilai tukar, dan kondisi pasar global dapat berdampak pada harga cabai di Indonesia. Ketika negara-negara penghasil cabai lainnya mengalami masalah produksi, permintaan untuk cabai Indonesia dapat meningkat, mengakibatkan lonjakan harga. Sebaliknya, jika negara lain mampu memproduksi cabai dengan biaya yang lebih rendah, hal ini dapat menekan harga cabai di pasar domestik.

Teori permintaan dan penawaran memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami dinamika harga cabai di pasar. Berbagai faktor, mulai dari jumlah produsen, biaya produksi, pajak, hingga bencana alam, semuanya berkontribusi pada fluktuasi harga cabai. Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam tentang interaksi antara faktor-faktor ini sangat penting bagi produsen, konsumen, dan pembuat kebijakan untuk mengambil keputusan yang tepat. Dengan demikian, stabilitas harga cabai dapat terjaga, dan kesejahteraan petani dan konsumen dapat ditingkatkan.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dalam pengabdian kepada masyarakat pada bagian pendahuluan.

Metode yang digunakan untuk pertanyaan nomor satu adalah metode tanya jawab tentang apa yang ada di dalam grafik permintaan dan penawaran. Metode ini dilakukan karena para petani lebih dapat memvisualisasikan fenomena teori itu dalam aktivitas budidaya cabai rawit merah pada musim penghujan. Tujuan sosialisasi teori permintaan dan penawaran adalah supaya mereka mendapatkan profit kendati mereka menanam cabai pada musim hujan yang pada hakekatnya beresiko tinggi untuk gagal panen cabai. Alat yang dipergunakan adalah gambar dari grafik permintaan & penawaran, dan program yang dilakukan adalah program sosialisasi permintaan dan penawaran.

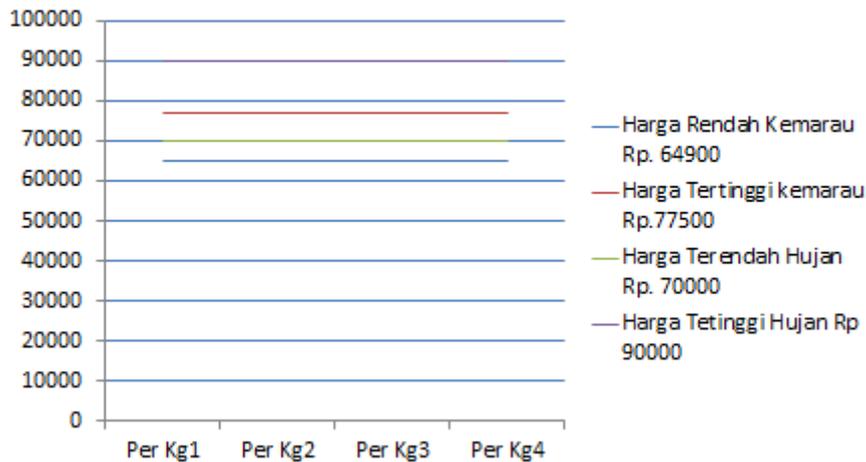
Metode yang dipergunakan untuk menjawab pertanyaan nomor dua adalah dengan cara mencontohkan pemakaian pupuk A3N 766HI setelah mendapatkan pupuknya dengan Cuma Cuma selama satu musim sehingga akan ada pengurangan biaya pupuk. Metode inovasi teknologi fermentasi akan mengurangi biaya pupuk, obat untuk jamur dan obat hama belalang, lalat buah dan kutu putih. Alat yang diperlukan untuk itu adalah para petani menyediakan galon le mineral untuk wadah wadah pupuk A3N 766HI. Program ini disebut program pendampingan petani cabai untuk membudidayakan cabai kerting merah.

Metode untuk pertanyaan ke tiga adalah metode penyajian data yang didapat dari petani cabai melalui interview tentang pengolahan tanah, penanaman awal, hasil petikan pertama sampai dengan pemetikan ke empat belas dan harga perkilo. Alat yang dibutuhkan adalah Grafik Permintaan dan penawaran dan pertanyaan untuk interview.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Cara mensosialisasikan teori permintaan dan penawaran kepada petani cabai akan memotivasi mereka ingin menanam cabai pada musim hujan.

Harga Cabai Terendah & Tertinggi di Musim Kemarau & Musim Penghujan



Gambar 1. Grafik Perbandingan Harga Jual Cabai Musiam Kemarau dan Musim Penghujan

Gambar 1 menunjukkan bahwa menanam cabai di musim hujan lebih menguntungkan daripada menanam cabai pada musim kemarau. Cara berpikir para petani cabai sering berpikir mengambil resiko yang terkecil ini pada musim kemarau. Para petani cabai sudah mempraktekkan menanam cabai pada musim hujan sering menimbulkan gagal panen. Pengalaman mereka itu mengurungkan niat mereka untuk menanam cabai di musim hujan. Para petani belum menyadari bahwa semakin banyak menanam cabai di musim kemarau akan berdampak pada penurunan harga karena cabai pada musim itu hama tidak sebanyak di musim penghujan dan jumlah petani cabai sangat banyak, sehingga kalau para petani itu ramai panen maka harga cabai akan turun.

Data di atas menunjukkan bahwa bila petani menanam cabai sampai panen di musim kemarau mendapatkan harga terendah sebesar Rp. 64900 dan harga tertinggi sebesar Rp. 77500, sedangkan petani yang menanam cabai pada waktu musim hujan akan mendapatkan harga terendah Rp. 70000 dan harga tertinggi sebesar Rp. 90000. Kalau dibandingkan dengan panen di musim kemarau dengan panen di musim hujan pada harga terendah mendapatkan selisih Rp.5100 dan pada harga selisih jual pada musim kemarau dibandingkan dengan harga jual di musim tertinggi pada musim hujan mendapatkan selisih harga Rp. 12.500.

Berdasarkan hasil perhitungan harga jual terendah dan tertinggi pada musim kemarau dan di musim hujan lebih mendapatkan selisih harga sebesar Rp. 5.100 sampai Rp. 12.500 per kilogram. Berdasarkan selisih harga ini, sudah sewajarnya petani cabai akan termotivasi memilih menanam cabai pada musim hujan karena produsen cabai masih terbatas sementara permintaan semakin meningkat. Fenomena ini akan mensejahterakan para petani namun tetap menstabilkan lonjakan harga di pasar.

Cara mempergunakan pupuk A3N 766HI akan memotivasi mereka untuk menanam cabai di lahan yang lebih luas lagi.

Perhitungan di atas adalah tingkat motivasi para petani untuk menanam cabai di musim hujan namun pendampingan tetap dilakukan agar motivasi mereka terjaga dengan baik, pendampingan sangat dibutuhkan untuk memacu mereka menanam cabai di musim hujan di lahan yang lebih luas sehingga harga cabai di pasar tidak terlalu melonjak tinggi karena stok cabai dari lahan yang luas itu akan menstabilkan harga di pasar. Selain menambah jumlah lahan penanaman cabai, pemupukan A3N 766HI akan memperpanjang daur hidup dari tanaman cabai sehingga akan mempengaruhi masa panen yang lebih lama dan ketahanan cabai juga semakin kuat karena sudah melewati masa masa kritis pada masa pertumbuhan di awal tanam. Pupuk A3N 766HI dapat memperpanjang daur hidup tanaman cabai karena sifat dari pupuk A3N 766HI ini meregenerasi cell (peremajaan tanaman cabai) dengan menumbuhkan cabang baru atau tunas baru dari cabai yang sudah tua.

Dampak yang diperoleh setelah mendapatkan sosialisasi permintaan dan penawaran dan pendampingan petani cabai. Dampak yang diperoleh dari sosialisasi dan pendampingan petani cabai akan mengangkat ekonomi petani cabai karena memahami teori permintaan dan penawaran dan mempergunakan metode pepupukan A3N

766HI sebagai cara mengatasi gagal panen di musim penghujan. Aktivitas para petani cabai akan lebih termotivasi menanam cabai di musim hujan karena mendapat selisih harga sebesar Rp. 5.100 sampai dengan Rp. 12.500 per kilogram dan dapat menambah masa panen dari cabai yang sudah tua mengalami peremajaan dengan mempergunakan pupuk A3N 766HI. Semua aktivitas petani cabai ini akan menstabilkan harga cabai dari harga tertinggi saat ini masih Rp. 90000 menjadi Rp.70000 di pasar karena biaya yang dikeluarkan para petani cabai semakin efisien.

4. KESIMPULAN

1. Sosialisasi teori permintaan dan penawaran dengan metode gambar grafik dan pendampingan dengan mempergunakan pupuk A3N 766HI kepada para petani cabai di Kabupaten Lumajang membawa dampak positif untuk penurunan permasalahan lonjakan harga di pasar dan gagal panen cabai di musim penghujan.
2. Ada dampak positif penggunaan pupuk A3N 766HI terhadap motivasi menanam cabai di musim hujan dan menambah lahan penanaman cabai untuk meningkatkan produksi panen cabai dengan cara meregenerasi cell dari cabai yang tua untuk menambah daur hidup panen cabai di Kabupaten Lumajang.
3. Ada dampak positif setelah mendapatkan sosialisasi teori penawaran dan permintaan dan pendampingan petani cabai dengan pendampingan penggunaan pupuk A3N 766HI kepada efisiensi biaya menanam cabai dan mendapatkan selisih harga Rp 5100 sampai dengan Rp. 12500 per kilogram dari setiap hasil panen petani cabai.

Dianjurkan penanaman cabai di musim hujan lebih baik dari pada menanam cabai di musim kemarau karena mendapatkan selisih harga per kilogram lebih baik daripada menanam cabai di musim kemarau dengan mempergunakan pupuk A3N 766HI untuk menumbuhkan tunas baru sehingga daur hidup panen cabai tua semakin lama masanya.

DAFTAR PUSTAKA

Amedia Pustaka. (2008). *Ekonomi Pertanian: Teori dan Praktik*. Jakarta: Amedia Pustaka.

Achmad Fauzi. (2023). Karakteristik dan Umur Simpan Cabai. *Jurnal Pertanian Tropis*, 5(2), 123-130. <https://doi.org/10.1234/jpt.v5i2.123>

Barus, R. (2014). Analisis Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Pertanian. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis**, 12(1), 45-56. <https://doi.org/10.5678/jeb.v12i1.456>

Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Produksi Pertanian 2020*. Jakarta: BPS. <https://www.bps.go.id/publication/2021/10/01/produksi-pertanian-2020.html>

Cahyani, C. A. (2023). Penerapan Matematika Pada Ilmu Ekonomi. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 232-242. <https://doi.org/10.1234/jeam.v2i1.232>

Kembali, A., & Syarifah, N. (2020). Marjin Keuntungan dalam Penetapan Harga Produk Pertanian. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 18(3), 201-210. <https://doi.org/10.5678/jme.v18i3.201>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing Management** (15th ed.). Pearson.

Kementerian Pertanian. (2019). *Laporan Dampak Bencana Alam Terhadap Produksi Pertanian*. Jakarta: Kementerian Pertanian. <https://www.pertanian.go.id/laporan-dampak-bencana-pertanian-2019>

Mankiw, N. G. (2016). *Principles of Economics* (7th ed.). Cengage Learning.

Putri, R., Siregar, C. M., & Simbolon, J. C. (2022). Pengaruh Cuaca Terhadap Harga Cabai di Pasar. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 9(3), 150-160. <https://doi.org/10.1234/jep.v9i3.150>

Rizky Junianto, M. P., & K. (2019). Analisis Trend Penawaran dan Permintaan Komoditi Kedelai Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(1), 88-95. <https://doi.org/10.5678/jeb.v19i1.88>

Sembiring, R. (2009). Teori Permintaan dan Penawaran dalam Konteks Pertanian. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 15(2), 85-92. <https://doi.org/10.1234/jie.v15i2.85>

- Siregar, C. M., Maharani, Y. F., & Simbolon, J. C. (2022). Keterkaitan Teori Jean Baptiste Say Dengan Permintaan dan Penawaran Pada Konveksi Bintang Kejora Production. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi (MEKA)*, 3(1), 697-702. <https://doi.org/10.5678/meka.v3i1.697>
- Widyastuti, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Permintaan Terhadap Penawaran Cabai. *Jurnal Agribisnis*, 8(4), 215-223. <https://doi.org/10.1234/ja.v8i4.215>
- Yusuf, M., & Rahman, A. (2021). Dampak Perubahan Iklim Terhadap Produksi Cabai di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pertanian*, 10(2), 100-110. <https://doi.org/10.5678/jip.v10i2.100>
- Zainuddin, M. (2019). Strategi Pemasaran Cabai di Pasar Tradisional. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 7(1), 45-55. <https://doi.org/10.1234/jpb.v7i1.45>