

Strategi Pengendalian Inflasi Melalui Pemetaan Pola Distribusi Komoditas Kebutuhan Pokok Masyarakat Kota Depok

Amanda Lestari Putri Lubis, Santi Octavia

¹⁾amanda.lubis@stiemi.ac.id ²⁾santi.octavia@stiemi.ac.id

Abstrak

Pemetaan Pola Distribusi Komoditas Kebutuhan Pokok Masyarakat dapat menjadi strategi efektif dalam mengendalikan inflasi di Kota Depok. Diperlukan kerjasama antara pemerintah, Swasta, dan masyarakat dalam menjalankan program kebijakan pengendalian inflasi melalui pemetaan pola distribusi komoditas kebutuhan pokok masyarakat. Inflasi merupakan indikator penting dalam menilai stabilitas ekonomi suatu daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola distribusi komoditas kebutuhan pokok di pasar tradisional dan modern di Kota Depok serta implikasinya terhadap pengendalian inflasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui survei pasar dan wawancara mendalam dengan pelaku distribusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan struktur distribusi di pasar tradisional dan modern mempengaruhi harga dan ketersediaan komoditas. Pasar tradisional cenderung menghadapi tantangan dalam rantai pasok, seperti biaya transportasi yang tinggi dan fluktuasi stok, sedangkan pasar modern lebih stabil namun dipengaruhi oleh kebijakan harga pusat. Untuk mengendalikan inflasi, diperlukan sinergi antara pemerintah daerah, distributor, dan pedagang dalam memperbaiki infrastruktur distribusi, memperpendek rantai pasok, serta mendorong penggunaan teknologi informasi dalam pemantauan harga. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi pemangku kebijakan untuk memastikan ketersediaan dan stabilitas harga komoditas kebutuhan pokok guna mendukung perekonomian daerah.

Kata kunci: Inflasi, distribusi komoditas, pasar tradisional, pasar modern, Kota Depok.

Pendahuluan

Inflasi merupakan salah satu indikator penting dalam perekonomian yang mencerminkan stabilitas harga di suatu wilayah. Kestabilan harga menjadi perhatian utama pemerintah karena inflasi yang tidak terkendali dapat mengganggu daya beli masyarakat, terutama pada kelompok pendapatan rendah. Salah satu komponen yang signifikan memengaruhi inflasi adalah harga komoditas kebutuhan

pokok, yang meliputi bahan pangan seperti beras, gula, minyak goreng, dan sayur-mayur. Komoditas ini memiliki peran strategis dalam menjaga stabilitas sosial dan ekonomi masyarakat.

Kota Depok sebagai salah satu kota penyangga ibu kota memiliki dinamika ekonomi yang kompleks. Pertumbuhan jumlah penduduk yang tinggi serta keberadaan pasar tradisional dan modern menjadikan Kota Depok sebagai salah satu

pusat perdagangan penting di wilayah Jabodetabek. Pola distribusi komoditas kebutuhan pokok di wilayah ini menjadi krusial dalam memastikan ketersediaan barang, kelancaran rantai pasok, dan stabilitas harga. Ketidakseimbangan dalam pola distribusi dapat memicu fluktuasi harga yang pada akhirnya berdampak pada inflasi.

Pasar tradisional dan pasar modern di Kota Depok memainkan peran yang berbeda dalam sistem distribusi komoditas. Pasar tradisional umumnya menjadi pusat bagi pedagang kecil dan menengah yang menyuplai kebutuhan masyarakat sekitar, sementara pasar modern memiliki jaringan distribusi yang lebih terintegrasi dan cenderung memengaruhi pola konsumsi masyarakat urban. Pemahaman terhadap dinamika distribusi di kedua jenis pasar ini sangat penting untuk mengidentifikasi kendala dan peluang dalam pengendalian inflasi.

Distribusi Komoditas Kebutuhan Pokok Masyarakat merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani produksi dan konsumsi dalam penyaluran komoditas dari produsen sampai ke konsumen. Pendistribusian komoditas tersebut berkaitan erat dengan peran dari pedagang perantara, baik pedagang besar maupun pedagang eceran, sebagai penghubung antara produsen dan konsumen sehingga terbentuk rantai distribusi perdagangan yang terdiri dari

produsen, pedagang perantara, dan konsumen akhir.

Rantai distribusi mempunyai peranan penting dalam perekonomian masyarakat karena melibatkan berbagai pihak dalam menjalankan proses kegiatan ekonomi suatu wilayah. Dari rantai yang terbentuk dapat dipetakan Pola Distribusi Komoditas Kebutuhan Pokok Masyarakat yang merupakan rangkaian jalur perpindahan suatu barang mulai dari produsen sampai ke konsumen akhir pada suatu wilayah tertentu. Pola Distribusi yang efisien mampu menggerakkan suatu barang dari produsen ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya, sehingga mampu memberikan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan disertai harga barang yang terjangkau bagi konsumen akhir.

Terjadinya fluktuasi dan disparitas harga barang pokok antar daerah yang cukup tinggi, ditengarai sebagai akibat dari Pola Distribusi Komoditas Kebutuhan Pokok Masyarakat yang masih bermasalah. Untuk menggambarkan permasalahan tersebut, penting untuk dilakukan Pemetaan Pola Distribusi 11 (Sebelas) Komoditas Kebutuhan Pokok Masyarakat sehingga pola distribusi setiap komoditas pada setiap wilayah di Kota Depok dapat dipetakan. 11 (Sebelas) Komoditas Kebutuhan Pokok Masyarakat tersebut terdiri dari : Beras, Jagung, Bawang Merah, Bawang Putih,

Cabai Besar, Cabai Rawit, Daging Sapi/Kerbau, Daging Ayam Ras, Telur Ayam Ras, Gula Pasir dan Minyak Goreng. Pemetaan Pola Distribusi terhadap 11 Komoditas tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran pola distribusi di Kota Depok sebagai acuan dibangunnya sistem distribusi komoditas kebutuhan pokok masyarakat yang lebih efisien. Selain itu, margin perdagangan dan pengangkutan total pendistribusian komoditas yang diteliti mulai dari produsen sampai ke konsumen akhir dapat diperoleh. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi inflasi di Kota Depok adalah:

1. **Pola Distribusi:** Pola distribusi komoditas kebutuhan pokok yang tidak efisien dapat menyebabkan kenaikan harga di tingkat konsumen. Misalnya, kendala dalam rantai pasokan atau praktik monopoli distribusi.
2. **Ketersediaan Komoditas:** Ketersediaan komoditas kebutuhan pokok yang terbatas atau terganggu dapat menyebabkan fluktuasi harga yang signifikan.
3. **Transportasi:** Faktor transportasi memegang peran penting dalam menggerakkan komoditas dari produsen ke konsumen. Biaya transportasi yang tinggi atau gangguan dalam transportasi dapat mempengaruhi harga komoditas.

4. **Kualitas Produksi:** Kualitas produk yang buruk atau tidak sesuai standar juga dapat memengaruhi harga dan ketersediaan komoditas.
5. **Kondisi Pasar:** Kondisi pasar lokal dan nasional juga memainkan peran dalam menentukan harga komoditas. Perubahan dalam pasar global juga dapat berdampak pada inflasi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola distribusi komoditas kebutuhan pokok di Kota Depok, dengan fokus pada perbedaan antara pasar tradisional dan modern. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor seperti infrastruktur, sistem logistik, dan regulasi lokal memengaruhi stabilitas harga. Diharapkan hasil analisis ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan yang efektif untuk pengendalian inflasi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Landasan Teori

A. Definisi dan Karakteristik Inflasi

Inflasi didefinisikan dengan banyak ragam yang berbeda, tetapi semua definisi itu mencakup pokok-pokok yang sama. Samuelson (2001) memberikan definisi bahwa inflasi sebagai suatu keadaan dimana terjadi kenaikan tingkat harga umum, baik barang-barang, jasa-jasa maupun faktor-faktor produksi. Dari definisi tersebut mengindikasikan keadaan

melemahnya daya beli yang diikuti dengan semakin merosotnya nilai riil (*intrinsik*) mata uang suatu negara. Sementara definisi lain menegaskan bahwa inflasi terjadi pada saat kondisi ketidakseimbangan (*disequilibrium*) antara permintaan dan penawaran *agregat*, yaitu lebih besarnya permintaan *agregat* daripada penawaran *agregat*.

Dalam hal ini tingkat harga umum mencerminkan keterkaitan antara arus barang atau jasa dan arus uang. Bila arus barang lebih besar dari arus uang maka akan timbul deflasi, sebaliknya bila arus uang lebih besar dari arus barang maka tingkat harga akan naik dan terjadi inflasi. Secara umum pendapat ahli ekonomi menyimpulkan bahwa inflasi yang menyebabkan turunnya daya beli dari nilai uang terhadap barang-barang dan jasa, besar kecilnya ditentukan oleh elastisitas permintaan dan penawaran akan barang dan jasa. Faktor lain yang juga turut menentukan fluktuasi tingkat harga umum diantaranya adalah kebijakan pemerintah mengenai tingkat harga, yaitu dengan mengadakan kontrol harga, pemberian subsidi kepada konsumen dan lain sebagainya.

Dari definisi yang ada tentang inflasi dapatlah ditarik tiga pokok yang terkandung di dalamnya (Gunawan, 1991), yaitu : 1) Adanya kecenderungan harga-harga untuk meningkat, yang berarti

mungkin saja tingkat harga yang terjadi pada waktu tertentu turun atau naik dibandingkan dengan sebelumnya, tetapi tetap menunjukkan kecenderungan yang meningkat. 2) Peningkatan harga tersebut berlangsung terus menerus, bukan terjadi pada suatu waktu saja. 3) Mencakup tingkat harga umum (*general level of prices*) yang berarti tingkat harga yang meningkat itu bukan hanya pada satu atau beberapa komoditi saja. Menurut Rahardja dan Manurung (2004) suatu perekonomian dikatakan telah mengalami inflasi jika tiga karakteristik berikut dipenuhi, yaitu : 1) terjadi kenaikan harga, 2) kenaikan harga bersifat umum, dan 3) berlangsung terus menerus. Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah suatu perekonomian sedang dilanda inflasi atau tidak. Indikator tersebut diantaranya : 1). Indeks Harga Konsumen (IHK) IHK adalah indeks harga yang paling umum dipakai sebagai indikator inflasi. IHK mempresentasikan harga barang dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat dalam suatu periode tertentu. 2). Indeks Harga Perdagangan Besar (IHPB) IHPB merupakan indikator yang menggambarkan pergerakan harga dari komoditikomoditi yang diperdagangkan pada tingkat produsen di suatu daerah pada suatu periode tertentu. Jika pada IHK yang diamati adalah barang-barang akhir yang dikonsumsi masyarakat, pada IHPB yang

diamati adalah barang-barang mentah dan barang-barang setengah jadi yang merupakan input bagi produsen. 3). GDP Deflator Prinsip dasar GDP deflator adalah membandingkan antara tingkat pertumbuhan ekonomi nominal dengan pertumbuhan riil.

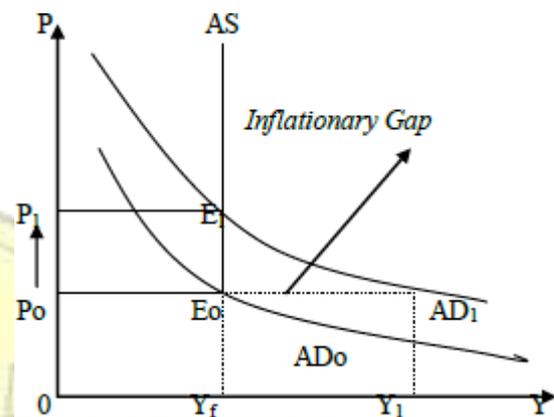
Sumber Inflasi

Inflasi dapat disebabkan oleh beberapa faktor, baik dari sisi penawaran maupun permintaan. Berikut ini adalah beberapa sumber inflasi:

- **Demand pull inflation**

Demand pull inflation adalah kenaikan harga-harga yang disebabkan oleh adanya gangguan (shock) pada sisi permintaan barang dan jasa. Kenaikan permintaan barang yang tidak seimbang dengan kenaikan penawaran akan mendorong harga naik sehingga terjadi inflasi. Dalam *demand pull inflation*, kenaikan harga barang akhir (output) mendahului kenaikan harga barang input dan harga faktor produksi (misalnya tingkat upah). Secara grafis, *demand pull inflation* ini bias digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1. Kurva Demand Pull Inflation



Sumber : Mankiw (2000)

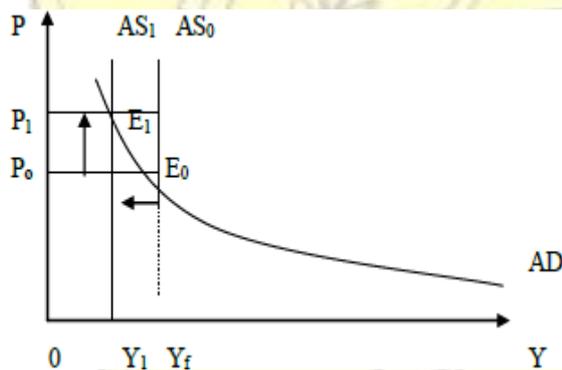
Inflasi ini bermula dari adanya kenaikan permintaan total (*aggregate demand*), sedangkan produksi sudah berada pada keadaan kesempatan kerja penuh atau hampir mendekati keadaan kesempatan kerja penuh (*full employment*). Dalam keadaan hampir mendekati *full employment*, kenaikan permintaan total disamping menaikkan harga juga dapat menaikkan hasil produksi atau output. Akan tetapi, bila keadaan *full employment* telah tercapai, penambahan permintaan tidak akan menambah jumlah produksi melainkan hanya akan menaikkan harga saja sehingga sering disebut dengan inflasi murni.

- **Supply Side Inflation**

Berbeda dengan *demand pull inflation*, *cost push inflation* adalah inflasi yang disebabkan oleh adanya gangguan (shock) dari sisi penawaran barang dan jasa atau yang biasa juga disebut dengan *supply shock inflation*, biasanya ditandai dengan kenaikan harga yang disertai oleh turunnya produksi atau output. Jadi, inflasi yang

dibarengi dengan resesi. Keadaan ini timbul biasanya dimulai dengan adanya penurunan penawaran total (*aggregate supply*) sebagai akibat kenaikan biaya produksi. Perubahan ini digambarkan dari pergeseran kurva penawaran ke kiri, sehingga dengan *aggregate demand* yang tetap, maka keseimbangan pasar berubah (E_0 ke E_1) dengan disertai peningkatan harga (P_0 ke P_1) dan tingkat output (Y) yang lebih rendah daripada tingkat *full employment*.

Gambar 2 . Kurva Supply Side Inflation



Sumber : Mankiw (2000)

Faktor lain yang menyebabkan perubahan *aggregate supply* antara lain dapat berupa terjadinya kenaikan tingkat upah (*wage cost-push inflation*), harga barang di dalam negeri dan harga barang impor atau karena kekakuan struktural.

- **Demand Supply Inflation**

Peningkatan permintaan total (*aggregate demand*) menyebabkan kenaikan harga yang selanjutnya diikuti oleh penurunan penawaran total (*aggregate supply*) sehingga menyebabkan kenaikan

harga yang lebih tinggi lagi. Interaksi antara bertambahnya permintaan total dan berkurangnya penawaran total yang mendorong kenaikan harga ini merupakan akibat adanya ekspektasi bahwa tingkat harga dan tingkat upah akan meningkat atau dapat juga karena adanya inerti dari inflasi di masa lalu.

- **Jenis Inflasi Menurut Asal Usulnya**

Berdasarkan asal-usulnya, maka inflasi dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu inflasi yang berasal dari dalam negeri (*domestic inflation*) dan inflasi yang berasal dari luar negeri (*imported inflation*), (Nopirin, 1994).

1. Inflasi yang berasal dari dalam negeri (*domestic inflation*) Inflasi ini disebabkan oleh adanya *shock* dari dalam negeri, baik karena tindakan masyarakat maupun tindakan pemerintah dalam melakukan kebijakan-kebijakan perekonomian.
2. Inflasi yang berasal dari luar negeri (*imported inflation*) Imported inflation adalah inflasi yang terjadi di dalam negeri karena adanya pengaruh kenaikan harga dari luar negeri, terutama kenaikan harga barang-barang impor yang selanjutnya juga berdampak pada kenaikan harga barang. Barang input

produksi yang masih belum bisa diproduksi secara domestik.

B. Teori Rantai Pasokan (*Supply chain*)

Supply chain management, menurut (Heizer C Rander, 2004), merupakan kegiatan pengelolaan kegiatan-kegiatan dalam rangka memperoleh bahan mentah menjadi barang dalam proses atau barang setengah jadi dan barang jadi kemudian mengirimkan produk tersebut ke konsumen melalui sistem distribusi. Kegiatan-kegiatan ini mencakup fungsi pembelian tradisional ditambah kegiatan penting lainnya yang berhubungan antara pemasok dengan distributor.

Sedangkan menurut (Chopra, 2004) *Supply chain* terdiri dari semua pihak yang terlibat, langsung maupun tidak langsung, dalam memenuhi permintaan pelanggan. *Supply chain* tidak hanya meliputi produsen dan pemasok, tetapi juga pengangkutan, gudang, pengecer, dan pelanggan itu sendiri. dalam organisasi masing-masing, seperti produsen, *supply chain* termasuk semua fungsi yang terlibat dalam menerima dan memenuhi permintaan pelanggan. fungsi-fungsi ini termasuk, tetapi tidak terbatas pada pengembangan produk baru, pemasaran, operasi, distribusi, keuangan, dan layanan pelanggan.

Definisi *supply chain* yang diusulkan (Langley, 2008) adalah *supply chain*

memiliki makna yang luas dan komprehensif, karena itu, permintaan dan nilai yang sangat relevan. demikian, dapat dikatakan bahwa *supply chain*, rantai permintaan, jaringan nilai, rantai nilai merupakan suatu sinonim. Ada penggunaan yang lebih luas dari penerimaan manajemen rantai pasokan dan sudut pandang komprehensif dari *supply chain management*.

Supply Chain Management berkaitan langsung dengan siklus lengkap bahan baku dari pemasok ke produksi, gudang, dan distribusi kemudian sampai ke konsumen. Sementara perusahaan meningkatkan kemampuan bersaing mereka melalui penyesuaian produk, kualitas yang tinggi, pengurangan biaya, dan kecepatan mencapai pasar diberikan penekanan tambahan terhadap rantai pasokan.

Rantai pasokan mencakup keseluruhan interaksi antara pemasok, perusahaan manufaktur, distributor, dan konsumen. Interaksi ini juga berkaitan dengan transportasi, informasi penjadwalan, transfer kredit dan tunai, serta transfer bahan baku antara pihak-pihak yang terlibat.

Konsep *supply chain* merupakan konsep dalam mengelola masalah persediaan. Tuntutan pelanggan yang terus berkembang dan jumlah retailer yang semakin banyak sehingga menyebabkan perlunya

koordinasi yang baik antara penjual dan pembeli.

C. Teori Distribusi

Dalam usaha untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen, maka faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah memilih secara tepat saluran distribusi (*channel of distribution*). Keputusan perusahaan dalam memilih saluran distribusi akan menentukan bagaimana cara produk yang dibuatnya dapat dijangkau oleh konsumen. Perusahaan mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa produk yang didistribusikan kepada pelanggan berada pada tempat yang tepat.

Untuk itu perlu adanya pemahaman tentang saluran distribusi yang tepat dalam sebuah usaha. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen. (M.fuad.129-2006).

Secara garis besar, pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, harga, tempat dan saat yang dibutuhkan). Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui

adanya beberapa unsur penting dalam distribusi, yaitu:

- a. Saluran distribusi merupakan sekelompok lembaga yang ada diantara berbagai lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan.
- b. Tujuan dari saluran distribusi adalah untuk mencapai pasar-pasar tertentu. Dengan demikian pasar merupakan tujuan dari kegiatan saluran.
- c. Saluran distribusi melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan, yaitu mengadakan penggolongan dan mendistribusikan.

Dalam kegiatan distribusi terdapat pihak yang disebut distributor. Distributor adalah orang atau lembaga yang melakukan kegiatan distribusi atau disebut juga pedagang yang membeli/mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama (produsen) secara langsung. Dalam melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan barang, distributor melakukan pembelian barang dagangan ke produsen.

Saluran distribusi memiliki elemen dalam proses distribusi, yaitu perantara. Perantara yang dimaksud adalah pengecer, pedagang grosir atau pedagang besar. Pengecer adalah pedagang yang menjual barang hasil produksi yang dihasilkan oleh produsen langsung ke pemakai akhir atau

konsumen. Pedagang grosir adalah pedagang yang menjual barang hasil produksi produsen dengan kapasitas lebih besar dibanding pengecer. Pedagang besar adalah pedagang yang menjual barang hasil produksi produsen dengan kapasitas yang besar.(sentot imam.226-2010). Berikut ini adalah beberapa saluran distribusi yang lazim digunakan dalam perusahaan yaitu sebagai berikut:

a. Produsen – Konsumen

Disebut saluran langsung atau saluran nol tingkat (*zero level channel*) yaitu produsen langsung ke konsumen tanpa melibatkan pedagang perantara. Hal ini bisa dilakukan dengan cara penjualan pribadi (*door to door*) melalui pos dari toko milik produsen sendiri.

b. Produsen – Pengecer – Konsumen

Disebut saluran satu tingkat (*one level channel*) adalah saluran yang sudah menggunakan perantara. Dalam pasar konsumsi, perantara ini adalah pengecer. perantara pengecer disini adalah membeli dalam jumlah besar dari produsen kemudian dijual eceran kepada konsumen.

c. Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

Sering disebut dengan saluran dua tingkat (*two level channel*) yaitu mencakup dua perantara. Dalam hal ini perantara tersebut adalah pedagang besar dan pengecer. produsen hanya melayani pembelian dalam jumlah yang besar yaitu oleh pedagang besar, kemudian pedagang besar menjual lagi ke pengecer, baru kemudian ke konsumen. Saluran ini sering juga disebut saluran tradisional.

d. Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen

Tipe saluran ini hampir sama dengan tipe saluran yang ketiga, dimana melibatkan dua perantara. hanya saja disini bukan pedagang besar tetapi agen. Agen disini bertindak sebagai pedagang besar yang dipilih oleh produsen. Sasaran penjualan agen disini terutama ditujukan kepada pengecer besar.

e. Produsen – Agen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

disini terdapat tiga perantara (*three level channel*) atau disebut saluran tiga tingkat. Dari agen yang dipilih perusahaan masih melalui pedagang besar terlebih dahulu sebelum ke pengecer.

D. Teori Keuangan Publik

Keuangan publik sendiri merupakan cabang ekonomi yang mengkaji aktivitas Negara seperti perpajakan dan pengeluaran pemerintah. Isu-isu penting dalam studi keuangan publik bukanlah persoalan keuangan meskipun berhubungan dengan aspek keuangan, melainkan masalah utama yang berhubungan dengan sumber sumber ril. Kajian keuangan publik menggunakan analisis positif dan normatif. Analisis positif menekankan isu-isu tentang sebab dan akibat sesuatu, sedangkan analisis normatif memfokuskan isu-isu etika dalam keuangan public.

“Sedangkan dalam pandangan M.Suparmoko, ilmu keuangan public atau keuangan Negara adalah bagian dari ilmu ekonomi yang mempelajari tentang kegiatan-kegiatan pemerintah dalam bidang ekonomi terutama mengenai penerimaan dan pengeluarannya beserta dengan pengaruh- pengaruhnya didalam perekonomian tersebut.” (M. Suparmoko.. 2003).

Dalam arti luas sebenarnya istilah publik tidak hanya menggambarkan kegiatan pemerintah saja, namun menggambarkan pula “*utility*” (yang menangani kebutuhan atau hajat hidup orang banyak), dan juga kegiatan perhimpunan amal. Istilah keuangan publik seperti yang telah dijelaskan diatas yakni menggambarkan segala kegiatan pemerintah didalam

mencari sumber-sumber dana dan kemudian bagaimana dana-dana tersebut digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan pemerintah.

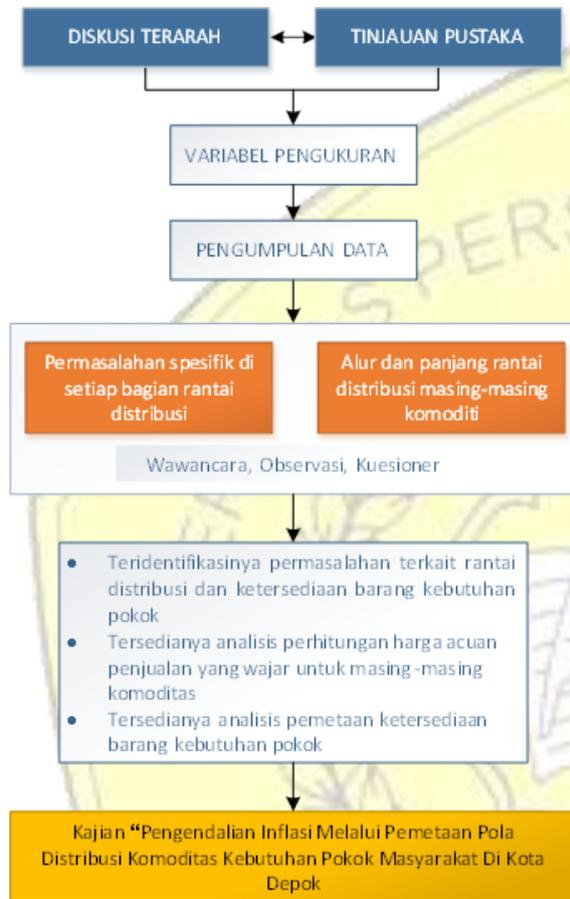
Metodelogi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif eksploratif, dimana dalam penelitian kualitatif metode digunakan untuk mengeksplorasi fenomena objek yang diteliti di lapangan. Penelitian kualitatif memiliki tanggung jawab dalam menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan kompleksitas objek penelitian, sehingga dengan penggunaan metode tersebut dapat menjelaskan permasalahan paling mendasar dan dapat memberikan konstruksi rekomendasi (Hamilton and Finley, 2019). Penelitian kualitatif dalam pelaksanaannya harus menggunakan pendekatan yang eksplisit, disiplin, dan sistematis. Tujuannya agar dapat memberikan hasil penelitian yang lebih komprehensif, valid, reliable, dan obyektif.

Selain itu, untuk menghasilkan penelitian yang baik, maka yang penting untuk diperhatikan oleh peneliti adalah aspek analisis data yang memadai untuk menjawab rumusan masalah penelitian kualitatif, dimana peneliti dapat terlibat di dalamnya, merasakan, dan menafsirkan. Penelitian ini berupa tindakan eksplorasi dengan berusaha menjelaskan bagaimana sebuah fenomena, tindakan, penghargaan,

program kebijakan dapat berjalan atau mengalami kendala sehingga gagal (Kumar et al., 2018).

Gambar 3. Kerangka Pikir Penelitian



Sumber: Olahan Konsultan, 2023

Dalam pelaksanaan Penelitian ini, proses penyusunan kajian dimulai dengan tinjauan pustaka untuk menentukan

variabel pengukuran. Proses selanjutnya adalah melakukan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Adapun tujuan dari pengumpulan data ini agar mengetahui pemetaan rantai distribusi dan ketersediaan barang kebutuhan pokok di Kota Depok. Data ini digunakan sebagai pedoman untuk melakukan analisis dalam menentukan rekomendasi terkait hasil yang ditemukan berdasarkan pengumpulan data. Hasil rekomendasi selanjutnya akan menjadi dasar dalam penyusunan rekomendasi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil survei sumber pasokan kebutuhan pokok yang diperdagangkan, terutama di pasar-pasar tradisional dikota Depok oleh pedagang yang menjadi responden survey dapat dilihat pada Tabel berikut :

**Tabel 1. Sumber Pasokan Kebutuhan Pokok yang Dijual Pedagang
Pasar Tradisional di Kota Depok**

Komoditas Bahan Pokok	Sumber Pasokan
Beras	PI Cipinang, Gunung Padi, Astu Depok, PT Budi Lestari, Karawang, Subang, Bekasi, Jawa Timur, Agen Beras Amin Cisolak, Suplier Sawangan, Pasar Munjul Cipayung
Jagung	PI Keramatjati, PI Kemang C Agen Usman Cempaka Putih
Kedelai	PI Keramatjati, PI Kemang, Agen Usman Cempaka Putih, Agen Rudy, RNI, Indomarco, PT Subur, PT Restu, Toko Surya Pasar PAL, Pasar Kemiri dan Pasar Munjul Cipayung
Cabe Merah	PI Kemang dan PI Keramatjati
Cabai Rawit	PI Kemang, PI Keramatjati dan Pasar Cisolak
Bawang Merah	PI Keramatjati, PI Kemang, Pasar Cisolak, dan Pasar Cikeas Bogor
Bawang Putih	PI Keramatjati, PI Kemang, Pasar Cisolak dan Sales Yadi (Bukit Bawang Barokah Bekasi)
Daging Sapi/ Kerbau	RPH Tapos, RPH Depok, H. Doni Cisolak dan Wan Abud Cinangka
Daging Ayam Ras	PI Kemang, Pasar Cisolak, Pasar Kemiri, RPH Depok, RPH Busri Pasar PAL, Cinangka Sawangan, Bogor, Tangerang, Bekasi, Sukabumi, dan Distributor Daging Impor
Telur Ayam Ras	PI Keramatjati, Agen Rico Pasar Pal, Agen Telur Rudy Jl. Gadog Raya Cisolak, Pasar Munjul Cipayung, H Udi Blitar Jatim, Sawangan, Bogor, Bekasi, Sukabumi, Ciputat Tangerang
Gula Pasir	PI Keramatjati, PI Kemang, RNI, PT Sayap Mas, PT Subur Jaya Gemilang, Indomarco, Agen Toko Kinto, Agen Rico Pasar PAL, Agen Wanto Mekarsari, Agen Rudy, Agen Hasan, Toko Subur, Toko Surya Pasar PAL, Sales Rosbrand, Agen Toko Buton PAL Tugu, Agen Hans, Pasar Parung, Bhakti Karya
Minyak Goreng	Sayap Mas, CV Purbaya, Jessindo, RNI, Indomarco, PT Restu, PT Subur Jaya Gemilang, PI Kemang, Pasar Parung, Pasar Munjul

	Cipayung, Agen Toko Buton PAL Tugu, Agen Rudy dan Agen Hasan, Bogor, Bekasi (PT. Bukit Inti Makmur Abadi merk Sanco).
--	---

Sumber: Diolah

Obyek survey atau responden dalam kajian ini adalah distributor atau agen. Untuk itu perlu ditetapkan definisi operasional dari distributor dan agen. Selain itu juga dikenal adanya sub agen, yaitu perusahaan perdagangan nasional yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas nama prinsipal berdasarkan penunjukkan atau perjanjian dengan agen atau agen tunggal untuk melakukan pemasaran.

Sedangkan yang dimaksud dengan distributor adalah perusahaan perdagangan nasional yang bertindak untuk dan atas namanya sendiri berdasarkan perjanjian yang melakukan pembelian, penyimpanan, penjualan serta pemasaran barang dan/atau jasa yang dimiliki/ dikuasai.

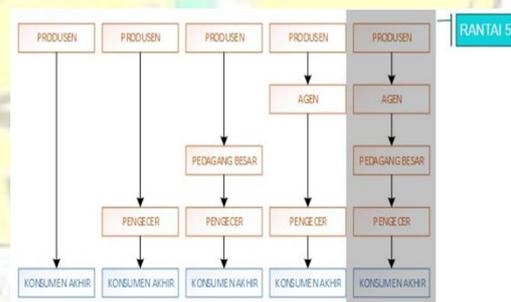
Rantai distribusi yang Nampak dari penelusuran saat survey pada 5 pasar tradisional Kota Depok pada umumnya adalah di posisi Rantai 5, dimana pedagang pengecer Kota Depok sebagai pelaku pasar di tingkat ke 4, kondisi inilah yang menyebabkan tingkat harga komoditi kebutuhan pokok di Kota Depok selalu lebih tinggi dari tingkat harga yang berlaku di daerah sekitarnya.

Demikian halnya dengan karakteristik pedangan di pasar tradisional kota Depok, para pedagang membeli barang kebutuhan

pokok yang akan dijual kepada konsumen dari pedagang besar di pasar Induk Kramat Jati, Pasar Induk TU Kemang Bogor, atau pedagang besar di pasar sekitarnya yang dekat dengan lokasi mereka berjualan.

Penyebab tingginya harga komoditas bahan pangan, termasuk salah satunya adalah terlalu panjangnya rantai distribusi pada masing-masing komoditas. Masalah distribusi ditengarai menjadi salah satu faktor penyebab kenaikan harga komoditas bahan pangan. Menurutnya, seharusnya masih ada beban biaya yang bisa dikurangi untuk membuat harga lebih terjangkau

Gambar 4 . Rantai distribusi Barang Kebutuhan di Pasar Kota Depok



Struktur rantai distribusi bahan kebutuhan pokok yang ada di Pasar tradisional kota Depok memiliki alur rantai yang hampir sama. Hal ini terjadi karena adanya sumber dan system pasokan yang sama diantara pihak yang terlibat dalam rantai distribusi tersebut. Namun yang

sedikit berbeda adalah pada sistim pasokan sayuran. Model pasokan sayuran yang ditemukan pada beberapa pasar adalah dengan pola supply langsung dari distributor ke pedagang di pasar tersebut.

Setiap anggota rantai distribusi mempunyai peran yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Peran masing-masing anggota dalam model rantai distribusi bahan kebutuhan pokok di kota Depok dijelaskan dalam tabel berikut:

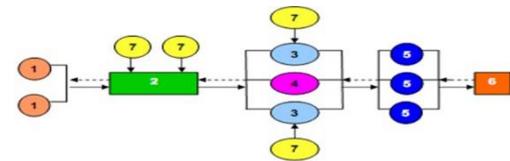
Tabel 2. Model Rantai Distribusi Bahan Kebutuhan Pokok Di Kota Depok

Tingkatan	Anggota	Proses	Aktivitas
Produsen	Petani	Pembelian Budidaya Distributor Penjualan	Melakukan pembelian bibit dan sarana produksi dari pemasok, budidaya paprika, dan penjualan ke distributor (koperasi/bandar)
Distributor	<ul style="list-style-type: none"> • STA • Agen • Pedagang Pasar 	Pembelian Sortrasi Grading Penyimpanan Penjualan	Melakukan pembelian paprika dari petani, melakukan proses sortasi dan grading, melakukan penjualan ke ritail ataupun end user
Retail	Supermarket	Pembelian Penyimpanan Penjualan	Melakukan pembelian dari distributor, dan menjual lagi ke konsumen (end user)
Konsumen	Masyarakat	Pembelian	Melakukan pembelian distributor dan ritail

Sumber: diolah

Pola distribusi yang dibangun oleh anggota rantai pasokan memiliki pola yang berbeda. Pola tersebut dibangun berdasarkan sasaran pasar barang kebutuhan pokok. Pola distribusi rantai pasokan barang kebutuhan pokok adalah sebagai berikut:

Gambar 5 . Pola aliran rantai distribusi bahan kebutuhan pokok



Keterangan Gambar:

1. Petani
2. Pengumpul
3. Distributor
4. STA

5. Agen
6. Konsumen akhir
7. Pemasok sekunder (seperti alat-alat pengemasan)
→: aliran produk
--->: aliran informasi

Konsep Pemetaan Pola Distribusi Komoditas Kebutuhan Pokok Masyarakat

Untuk meningkatkan alur dan panjang rantai distribusi komoditas di Kota Depok, berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil:

1. Evaluasi dan Identifikasi Masalah:

Pertama-tama, lakukan evaluasi menyeluruh terhadap alur distribusi komoditas di Kota Depok. Identifikasi masalah dan tantangan yang ada, seperti kepadatan lalu lintas, kurangnya infrastruktur, atau gangguan dalam pasokan.

2. Perbaiki Infrastruktur

Transportasi: Infrastruktur transportasi yang baik sangat penting dalam rantai distribusi. Perbaiki jalan, jembatan, pelabuhan, dan terminal logistik untuk memastikan akses yang lancar ke berbagai wilayah kota.

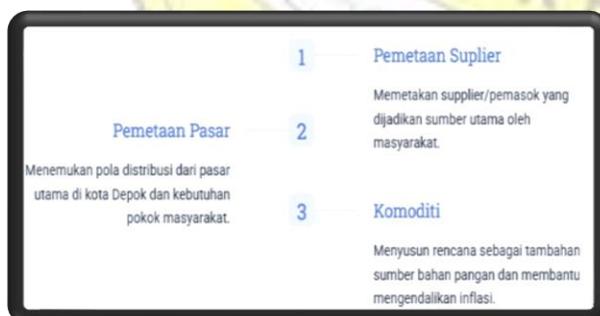
3. Optimalkan Rute Distribusi: Identifikasi rute distribusi yang efisien dan optimal. Lakukan analisis biaya untuk memastikan rute yang digunakan adalah yang paling hemat biaya. Ini bisa mencakup penggunaan teknologi GPS dan pemantauan lalu lintas real-time.
4. Promosikan Kolaborasi: Dorong kolaborasi antara produsen, distributor, dan pedagang komoditas. Kerjasama yang kuat dapat meningkatkan efisiensi rantai distribusi dan mengurangi biaya.
5. Pengelolaan Persediaan yang Baik: Manajemen persediaan yang efisien adalah kunci untuk menghindari penyimpangan atau kerusakan barang selama distribusi. Pertimbangkan penggunaan teknologi dan metode yang lebih baik untuk mengelola persediaan.
6. Perluas Jaringan Distribusi: Jika mungkin, perluas jaringan distribusi dengan memasukkan lebih banyak lokasi penyimpanan dan pusat distribusi yang strategis.
7. Pelatihan dan Pengembangan Tenaga Kerja: Pastikan tenaga kerja yang terlibat dalam rantai distribusi memiliki pelatihan yang memadai. Mereka harus memahami tugas mereka dan bagaimana melakukan pekerjaan mereka dengan baik.
8. Manfaatkan Teknologi: Teknologi seperti perangkat lunak manajemen rantai pasokan (SCM), sistem pemantauan, dan aplikasi perangkat seluler dapat membantu memantau dan mengelola rantai distribusi dengan lebih efisien.
9. Evaluasi Biaya dan Efisiensi: Terus pantau biaya dan efisiensi rantai distribusi secara rutin. Evaluasi apakah perubahan yang telah diimplementasikan telah memberikan hasil yang diharapkan.
10. Respon Terhadap Perubahan Pasar: Rantai distribusi harus responsif terhadap perubahan dalam permintaan pasar. Ketersediaan komoditas harus dapat disesuaikan dengan fluktuasi permintaan.
11. Kendalikan Keamanan Rantai Distribusi: Pastikan rantai distribusi aman dari ancaman seperti pencurian atau kerusakan yang dapat merugikan bisnis Anda.

12. Komunikasi dengan Stakeholder: Terus berkomunikasi dengan semua pemangku kepentingan dalam rantai distribusi, termasuk produsen, distributor, pedagang, dan konsumen. Dengan berbagi informasi dan umpan balik, Anda dapat terus memperbaiki rantai distribusi.
13. Perbaikan dalam alur dan panjang rantai distribusi komoditas akan membantu memastikan ketersediaan, harga yang kompetitif, dan kualitas komoditas yang baik di Kota Depok. Ini juga akan mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Disparitas harga mengacu pada perbedaan harga atau tarif yang signifikan antara produk atau layanan yang serupa atau identik di berbagai lokasi, wilayah, atau pasar. Disparitas harga dapat terjadi dalam berbagai konteks, termasuk:

1. Geografis: Ini adalah bentuk yang paling umum dari disparitas harga. Perbedaan harga antara daerah yang berbeda, seperti antara kota dan pedesaan, atau antara negara bagian atau negara-negara yang berbeda. Ini bisa disebabkan oleh perbedaan dalam biaya hidup, tingkat persaingan, atau perbedaan pajak.
2. Online vs. Brick-and-Mortar: Dalam konteks e-commerce, disparitas harga dapat muncul ketika produk yang sama dijual dengan harga berbeda di toko fisik (*brick-and-mortar*) dan toko online. Ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk biaya operasional yang berbeda, penawaran promosi khusus, atau kebijakan harga yang berbeda.
3. Waktu: Disparitas harga juga bisa muncul sebagai perubahan harga selama waktu tertentu, seperti musim liburan atau penawaran khusus. Harga barang dan layanan bisa lebih tinggi atau lebih rendah selama periode tertentu, dan ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

Gambar 6. Konsep Pemetaan Pola Distribusi Komoditas Kebutuhan Pokok Masyarakat



4. Perbedaan Kualitas: Disparitas harga juga dapat muncul jika produk atau layanan yang tampaknya serupa sebenarnya memiliki perbedaan kualitas yang signifikan. Harga yang lebih tinggi mungkin mencerminkan kualitas yang lebih tinggi.
5. Monopoli dan Oligopoli: Dalam situasi di mana hanya beberapa perusahaan mengendalikan pasar, mereka dapat memanfaatkan posisi dominannya untuk menetapkan harga yang lebih tinggi, yang menyebabkan disparitas harga.
6. Disparitas harga dapat menjadi masalah yang signifikan bagi konsumen dan memengaruhi keadilan ekonomi. Ini bisa berdampak pada daya beli dan aksesibilitas produk. Pemerintah sering mengawasi disparitas harga dan mengambil tindakan jika ditemukan praktik-praktik yang tidak adil atau merugikan konsumen.

Kendala dalam pengadaan dan pemasaran komoditas dapat signifikan memengaruhi jalur distribusi komoditas. Dalam rantai distribusi, pengadaan dan pemasaran adalah dua tahap penting yang harus berjalan dengan lancar agar komoditas dapat mencapai konsumen akhir dengan efisien. Berikut kendala-kendala yang dapat mempengaruhi jalur distribusi:

Kendala Pengadaan (*Supply Constraints*):

- Penyediaan Terbatas: Jika komoditas sulit ditemukan atau tersedia dalam jumlah terbatas, ini dapat menghambat rantai distribusi karena distribusi bergantung pada ketersediaan komoditas tersebut.
- Penyimpangan Rantai Pasok: Ketika ada gangguan dalam rantai pasokan, seperti perubahan musim, bencana alam, atau ketidakstabilan politik di wilayah produsen, hal ini bisa menyebabkan ketidakpastian dalam pasokan, yang pada gilirannya mempengaruhi jalur distribusi.
- Kualitas yang Bervariasi: Jika kualitas komoditas bervariasi terlalu banyak di tingkat pengadaan, ini bisa menimbulkan masalah dalam menjaga kualitas konsisten selama distribusi.

Kendala Pemasaran (*Marketing Constraints*):

- Penentuan Harga: Keputusan tentang harga yang dibebankan kepada konsumen dapat mempengaruhi permintaan, dan juga dapat mengubah cara komoditas didistribusikan. Harga yang terlalu tinggi mungkin mengurangi permintaan, sementara harga yang terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan yang

dapat diperoleh dari jalur distribusi.

- Promosi dan Pemasaran: Strategi pemasaran, seperti promosi, iklan, dan branding, memainkan peran penting dalam cara komoditas dikenal dan diminati oleh konsumen. Jika pemasaran kurang efektif, distribusi dapat terhambat karena permintaan mungkin rendah.
- Kualitas Produk: Kualitas produk, termasuk penampilan, rasa, dan keamanan, dapat mempengaruhi citra merek dan kepuasan konsumen. Kualitas yang rendah atau perubahan dalam kualitas produk dapat berdampak negatif pada jalur distribusi.

Bagaimana Pengaruhnya pada Jalur Distribusi:

- Kendala dalam pengadaan dapat menghasilkan ketidakpastian dalam pasokan dan mengganggu alur distribusi, yang dapat memperlambat atau bahkan menghentikan distribusi komoditas.
- Kendala dalam pemasaran dapat memengaruhi permintaan komoditas. Ketika permintaan berfluktuasi atau menurun

karena kebijakan harga yang tidak sesuai, promosi yang tidak efektif, atau perubahan citra merek, jalur distribusi mungkin harus menyesuaikan stok dan strategi pemasaran mereka.

- Kualitas komoditas juga dapat mempengaruhi jalur distribusi. Produk dengan kualitas yang tidak konsisten atau rendah mungkin perlu disortir atau diolah ulang selama distribusi, yang dapat menambah biaya dan waktu distribusi.

Dalam mengelola rantai distribusi komoditas, penting untuk memahami dan mengatasi kendala-kendala dalam pengadaan dan pemasaran agar jalur distribusi dapat beroperasi dengan efisien, kualitas komoditas terjaga, dan kepuasan konsumen terjamin. Itu bisa melibatkan perbaikan dalam manajemen rantai pasok, strategi pemasaran, dan kolaborasi antara pemangku kepentingan dalam rantai distribusi.

Gambar 7. Strategi Kebijakan Pengendalian Inflasi Melalui Pemetaan Pola Distribusi Komoditas Kebutuhan Pokok Masyarakat

Peran Pemerintah	Peran Pemasok	Peran Konsumen
<ul style="list-style-type: none">• Meningkatkan regulasi pasar untuk mengendalikan harga bahan pangan.• Meningkatkan subsidi untuk masyarakat kurang mampu.	<ul style="list-style-type: none">• Meningkatkan produktivitas pemasok melalui fasilitas dari pemerintah.• Meningkatkan kualitas bahan pangan untuk menjaga daya saing.	<ul style="list-style-type: none">• Meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menghemat bahan pangan.• Membeli bahan pangan dengan jumlah yang sesuai kebutuhan.

Kesimpulan

Kajian tentang Strategi pengendalian inflasi melalui pemetaan pola distribusi komoditas kebutuhan pokok masyarakat di Kota Depok menghasilkan beberapa kesimpulan penting:

- 1) Dari subbab pembahasan, hasil analisis untuk rantai pasokan dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Bahan kebutuhan Pokok yang merupakan jenis nabati diperoleh melalui pembelian langsung ke pasar suplier (pasar induk) sehingga pedagang kota Depok sudah melalui tangan ke 2 atau ke 3. sehingga tingkat harga yang berlaku pun sudah cukup tinggi
 - b. Semua Barang tidak diproduksi di Kota Depok, jalur ketersediaan rantai pasokan sangat tergantung pada daerah asal barang antara lain jenis komoditas:
 - c. Untuk barang yang tidak dapat di

produksi di Indonesia sangat tergantung dengan kuota impor antara lain jenis komoditas: Bawang Putih; dan Kedelai.

- d. Biaya distribusi sangat tergantung Pada biaya logistik:

- Biaya kirim;
- Biaya Pergudangan; dan
- Pungutan lainnya

- 2) Distribusi Komoditas Kebutuhan Pokok Berperan Sentral: Distribusi komoditas kebutuhan pokok masyarakat memainkan peran kunci dalam mempengaruhi inflasi. Ketidakmampuan untuk memastikan ketersediaan dan stabilitas harga komoditas ini dapat menjadi pemicu utama inflasi di Kota Depok.
- 3) Infrastruktur Transportasi dan Logistik Memengaruhi Distribusi: Kondisi infrastruktur transportasi dan logistik, seperti jalan raya, sistem distribusi, dan pusat penyimpanan, sangat memengaruhi alur distribusi komoditas. Gangguan atau kekurangan dalam infrastruktur dapat menyebabkan fluktuasi harga dan ketidakpastian pasokan.
- 4) Kolaborasi antara Stakeholder Diperlukan: Kolaborasi yang kuat antara pemerintah, produsen,

distributor, dan pedagang diperlukan untuk mengoptimalkan rantai distribusi. Kerjasama dalam mengidentifikasi masalah dan merancang solusi dapat membantu mengendalikan inflasi.

- 5) **Pemetaan Pola Distribusi Meningkatkan Efisiensi:** Pemetaan pola distribusi komoditas kebutuhan pokok membantu dalam mengidentifikasi dan mengatasi kerentanan dalam rantai pasokan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang aliran dan rute distribusi, kebijakan dapat lebih terarah.
- 6) **Transparansi Harga dan Kualitas Penting:** Transparansi dalam penetapan harga dan kualitas komoditas merupakan faktor penting dalam mengendalikan inflasi. Praktik-praktik yang tidak etis seperti penimbunan atau penipuan harga harus diberantas.
- 7) **Peningkatan Manajemen Rantai Pasok Diperlukan:** Perbaikan dalam manajemen rantai pasok, termasuk pengelolaan persediaan yang lebih baik dan respons yang lebih cepat terhadap perubahan pasar, merupakan langkah penting dalam menjaga inflasi tetap terkendali.
- 8) **Pendekatan Holistik Diperlukan:** Pengendalian inflasi melalui

distribusi komoditas kebutuhan pokok memerlukan pendekatan holistik yang mencakup berbagai faktor, termasuk regulasi harga, investasi dalam infrastruktur, perbaikan dalam manajemen rantai pasok, dan kolaborasi antara pemangku kepentingan.

Kesimpulan dari kajian ini adalah bahwa upaya pengendalian inflasi di Kota Depok harus berfokus pada pemahaman yang lebih baik tentang distribusi komoditas kebutuhan pokok dan identifikasi solusi yang dapat mengoptimalkan alur distribusi. Dengan perbaikan dalam manajemen rantai pasok, infrastruktur, dan kerjasama antara pemangku kepentingan, Kota Depok dapat lebih efektif dalam menjaga stabilitas harga komoditas kebutuhan pokok dan mengendalikan inflasi, yang pada gilirannya akan mendukung kesejahteraan masyarakat.

Rekomendasi

Kajian tentang strategi kebijakan pengendalian inflasi melalui pemetaan pola distribusi komoditas kebutuhan pokok masyarakat di Kota Depok menghasilkan beberapa Rekomendasi penting:

- 1) Penyusunan neraca kebutuhan pangan daerah Kota Depok;
- 2) Menyusun *Dasboard Early Warning System* yang berhubungan dengan ketersediaan barang di pasar, di gudang,

- dan fluktuasi harga;
- 3) Optimalisasi minat pedagang dan pengunjung ke pasar;
- 4) Pengembangan sistem informasi distribusi dan harga komoditas kebutuhan pokok secara terintegrasi;
- 5) Penguatan peran TPID Kota Depok dalam menjaga distribusi dan stabilitas harga kebutuhan bahan pokok;
- 6) Melakukan kajian untuk merumuskan strategi yg tepat dalam peningkatan pasokan komoditas bahan pokok;
- 7) Bekerjasama dengan pelaku usaha utama untuk secara berkala menyampaikan informasi ketersediaan stock dan harga komoditas;
- 8) Perlunya tata niaga barang kebutuhan pokok untuk memastikan ketersediaan barang di Kota Depok.
- 18 (1)
- Hardjanto, A. 2014. Volatilitas Harga Pangan dan Pengaruhnya terhadap Indikator Makroekonomi Indonesia. Tesis, Institut Pertanian Bogor.
- Indrawati, T. 2013. Analisis Perilaku Pedagang Dalam Pembentukan Harga Barang Kebutuhan Pokok di Kota Pekanbaru. Jurnal Ekonomi Volume 21, Nomor 1
- Maghfiroh, I. S., dan R Wibowo. 2019. Manajemen Risiko Rantai Pasok Tebu (Studi Kasus di PTPN X). Jurnal Pangan. Vol. 28, No. 3.
- Salvatore, D. 1996. Ekonomi Internasional. Edisi Jilid ke-5. Terjemahan. PT Gelora Aksara Pratama: Jakarta.
- Stephani, C. A. 2015. Peramalan Inflasi Nasional Berdasarkan Faktor Ekonomi Makro Menggunakan Pendekatan Time Series Klasik dan ANFIS. Jurnal Sains dan Seni ITS. Surabaya. Vol 4 No.1.
- Sudarsono. 1995. Pengantar Ekonomi Mikro. LP3ES, Jakarta
- Daftar Pustaka :**
- Asrol. 2018. Mitigasi Resiko dan Peningkatan Nilai Tambah pada Rantai Pasok Agroindustri Gula Tebu. Tesis. IPB, Bogor.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Inflasi Indonesia Menurut Pengeluaran.
- Engkus, 2017. Implementasi Undang-Undang Perdagangan Dan Implikasinya Dalam Kebijakan Pengendalian Harga Kebutuhan Pokok Masyarakat. Litigasi, Vol.