

**ANALISIS INTEGRASI PASAR DAN ELASTISITAS TRANSMISI HARGA
BAWANG MERAH DI DESA KARANGMALANG KECAMATAN
KETANGGUNGAN KABUPATEN BREBES JAWA TENGAH**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Dea Silvia Audina
Nomor Mahasiswa : 19313230
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

2023

**ANALISIS INTEGRASI PASAR DAN ELASTISITAS TRANSMISI HARGA
BAWANG MERAH DI DESA KARANGMALANG KECAMATAN
KETANGGUNGAN KABUPATEN BREBES JAWA TENGAH**

SKRIPSI

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir

guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1

Program Studi Ekonomi Pembangunan,

pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Dea Silvia Audina

Nomor Mahasiswa : 19313230

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak terdapat bagian yang dapat dikategorikan ke dalam tindakan plagiasi seperti yang tertera pada buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonometrika Universitas Islam Indonesia. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menanggung hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang ditentukan dan berlaku.

Yogyakarta, 20 November 2023

Penulis,



Dea Silvia Audina

PENGESAHAN SKRIPSI

Analisis Integrasi Pasar dan Elastisitas Transmisi Harga Bawang Merah di Desa
Karangmalang Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes Jawa Tengah

Nama : Dea Silvia Audina

Nomor Mahasiswa : 19313230

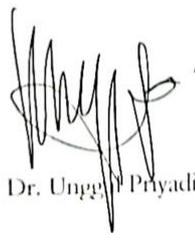
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 20 November 2023

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

12/12
ace
2023
mpan



Dr. Unggul Priyadi M.Si.

MOTTO

“When it’s hard you ‘ll somehow manage to get through it, you don’t have to force yourself. If it’s hard then it’s hard, try to confide with people around you. I don’t know if helped but if it’s hard, you have to let it go”

(Choi Hyunsuk)

Ketika sulit kamu pasti bisa melewatinya, kamu tidak perlu memaksakan diri. Kalau sulit maka sulit, cobalah berbagi pada orang sekitar. Entah itu akan membantu atau tidak, tapi kamu harus melepaskan perasaan sulit itu.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur senantiasa kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridha dan karunia-Nya serta kemudahan dan kelacaran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Orangtua tercinta (Alm) Bapak Rosim dan Ibu Juhro atas perhatian, kasih sayang, doa yang tidak pernah putus, semangat dan segalanya baik itu berupa moril maupun materil yang tanpa henti diberikan untuk peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak Maya Lusiyana S.H dan Adik Alif Riziq Fahreza yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik itu secara langsung maupun tidak langsung setiap saat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman terdekat yang selalu memberikan bantuan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur dipanjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, serta Sholawat dan salam kita panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Integrasi Pasar Bawang Merah di Kabupaten Brebes Jawa Tengah” dengan baik. Penulisan skripsi ini memiliki tujuan sebagai salah satu syarat atau tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 atau S1 program Ilmu Ekonomi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, arahan dan dukungan serta doa dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, berkah, dan karunia sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis.
2. Yth. Bapak Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia;
3. Yth. Bapak Abdul Hakim S.E., M.Ec., Ph.D. selaku Kepala Prodi Ilmu Ekonomi Universitas Islam Indonesia;
4. Yth. Bapak Dr. Sahabuddin Sidiq S.E., MA. Selaku Kepala Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Islam Indonesia;
5. Yth. Bapak Dr. Unggul Priyadi M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang ditengah kesibukannya dengan sabra dan penuh perhatian membimbing serta memberikan dukungan moril hingga skripsi ini selesai;
6. Otangtua tercinta (Alm) Bapak Rosim dan Ibu Juhro atas kerja keras, doa yang tidak pernah putus untuk anak-anaknya dan dukungan yang diberikan yang tak mungkin terbalskan, terima kasih Bapak dan Ibu;
7. Kakak dan adik tersayang, Maya Lusiyana dan Alif Riziq Fahreza yang selalu memberikan semangat dan motivasi selama pengerjaan skripsi ini, terima kasih kakak dan adik;

8. Kepada Sagita Dwi Nurcahyani sahabat seperjuangan saya, terima kasih karena telah menemani proses saya hingga sejauh ini;
9. Teman-teman yang selalu menyemangati dan saling berbagi pengalaman, semoga kalian selalu dikelilingi hal-hal baik;
10. Kepada diri saya sendiri Dea Silvia Audina, terima kasih telah berjuang dan memilih bertahan untuk bias menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan janji yang telah diucapkan kepada Bapak dan Ibu. Tetap semangat dan selalu bersyukur.

Akhir kata hanya dapat mengembalikan segala sesuatu kepada Allah SWT. Tidak ada kata-kata yang cukup untuk menggambarkan rasa syukur penulis karena telah dikelilingi orang-orang baik. Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan dan pahala kepada kalian semua, penulis juga menyadari dalam skripsi ini terdapat banyak sekali kekurangan dan keterbatasan pengetahuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun penulis akan diterima dengan baik demi perbaikan penelitian ini agar lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 10 November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Integrasi Pasar.....	15
2.2.2 Transmisi Harga	17
2.2.3 Pasar dan Pemasaran	19
2.2.4 Penentuan Harga Terhadap Pasar	23
2.2.5 Teori Cobweb.....	24
2.2.6 Bawang Merah	28
2.3 Hubungan Antar Variable Independen dan Dependen	31
2.4 Kerangka Pemikiran.....	32
2.5 Hipotesis Penelitian	33
BAB III.....	34

METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis dan Sumber Data	34
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.3 Metode Analisis.....	35
3.4 Uji Statistik	39
BAB IV	44
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Data Penelitian.....	44
4.2 Hasil dan Analisis	46
4.2.1 Analisis Keterpaduan Harga Bawang Merah Pada Tingkat Petani dan Tingkat Pedagang.....	46
4.2.2 Analisis Keterpaduan Harga Bawang Merah Pada Tingkat Pedagang dan Tingkat Pasar.....	49
4.2.3 Elastisitas Transmisi Harga Bawang Merah pada Tingkat Petani dengan Harga Bawang Merah pada Tingkat Pedagang	52
4.2.4 Elastisitas Transmisi Harga Bawang Merah pada Tingkat Pedagang dengan Harga Bawang Merah pada Tingkat Pasar	56
4.3 Pembahasan.....	59
BAB V.....	61
Kesimpulan dan Implikasi	61
5.1 Simpulan	61
5.2 Implikasi.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
Lampiran 1 Data Penelitian	64
Lampiran 2 Hasil Analisis SPSS IMC pada Tingkat Petani dengan Pedagang.....	65
Lampiran 3 Hasil Analisis SPSS IMC pada Tingkat Pedagang dengan Pasar	66
Lampiran 4 Hasil Analisis SPSS Elastisitas Transmisi Harga Pada Tingkat Petani dan Pedagang.....	68
Lampiran 5 Hasil Analisis SPSS Elastisitas Transmisi Harga Pada Tingkat Petani dan Pasar	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Luas Panen Bawang Merah di Kabupaten Brebes Tahun 2014-2020	3
Tabel 1.2 Jumlah Petani Bawang Merah Di Kecamatan Ketanggungan	4
Tabel 1.3 Perkembangan Luas Panen, Produksi, dan Rata-Rata Produksi Bawang Merah di Kabupaten Brebes Tahun 2015-2020	6
Tabel 2. 1 Kandungan Gizi Bawang Merah.....	29
Tabel 2.2 Kandungan Senyawa Kimia Aktif Dalam Bawang Merah	30
Tabel 3.1 Syarat Integrasi Pasar	37
Tabel 3.2 Transmisi Harga Memiliki Kriteria Pengukuran.....	38
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif.....	45
Tabel 4.2 Hasil Analisis Elastisitas Transmisi Harga Bawang Merah Tingkat Petani dan Harga Bawang Merah Tingkat Pedagang	53
Tabel 4.3 Hasil Analisis Elastisitas Transmisi Harga Bawang Merah Tingkat Pedagang dan Harga Bawang Merah Tingkat Pasar.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Continuous Fluctuation	24
Gambar 2.2 Convergent Fluctuation	25
Gambar 2. 3 Divergrnt Fluctuation	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris dengan penduduk yang sebagian besar bekerja pada sektor pertanian, oleh sebab itu pertanian merupakan sektor yang paling penting bagi perekonomian di Indonesia. Sebagian besar masyarakat Indonesia menggantungkan hidupnya dengan sektor pertanian, maka dari itu pembangunan pada sektor pertanian menjadi sangat penting. Jenis pertanian yang paling banyak di Indonesia adalah jenis pertanian rakyat. Pertanian rakyat sendiri adalah usaha pertanian keluarga, dimana usaha tani yang dihasilkan berupa macam-macam bahan makanan utama serta tanaman hortikultura. Salah satu contoh komoditas dari tanaman hortikultura adalah bawang merah.

Bawang merah merupakan salah satu jenis tanaman yang termasuk dalam komoditas hortikultura kelompok rempah. Dimana keberadaan tanaman ini sangat dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan pokok pangan. Selain itu, bawang merah merupakan komoditas penting bagi masyarakat Indonesia yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata konsumsi sayuran masyarakat Indonesia yang tertinggi adalah bawang merah sebesar 0,21/kg/Kapita/Bulan, Badan Pusat Statistik (2015).

Kabupaten Brebes adalah termasuk salah satu kabupaten sentra produksi bawang merah di Jawa Tengah bahkan hingga nasional. Kontribusi Kabupaten Brebes terhadap total produksi bawang merah di Jawa Tengah mencapai sebesar 65,2% yakni 2.905.637 kuintal pada tahun 2018, Badan Pusat Statistika (2019). Kualitas bawang merah Brebes tidak hanya terkenal pada tingkat nasional akan tetapi juga pada tingkat internasional, dengan cita rasa tinggi, aroma yang menyengat harum menjadi salah satu identitas produk bawang merah dari Brebes. Produk olahannyapun berupa bawang goreng yang dikenal dengan rasanya yang enak dan gurih. Hal ini berimbas pada semakin melonjaknya permintaan dan hasil produksi bawang merah di Kabupaten Brebes dari tahun ke tahun.

Merujuk website resmi Kabupaten Brebes, Kabupaten Brebes terletak di bagian Utara paling Barat Provinsi Jawa Tengah, dan berbatasan langsung dengan wilayah Provinsi Jawa Barat. Ibu Kota kabupaten Brebes terletak pada bagian Timur laut wilayah kabupaten. Kota Brebes bersebelahan dengan Kota Tegal, sehingga kedua Kota ini bisa dikatakan menyatu. Brebes termasuk kabupaten yang memiliki wilayah yang cukup luas di Provinsi Jawa Tengah, sebagian besar wilayahnya merupakan dataran rendah. Bagian barat daya merupakan bagian dataran tinggi dengan puncaknya Gunung Pojok tiga dan Gunung Kumbang, sedangkan pada bagian wilayah tenggara terdapat pegunungan yang merupakan bagian dari Gunung Slamet. Dengan memiliki iklim tropis, dan curah hujan yang berada pada rata-rata 18,94 mm perbulan. Kondisi itu menjadikan kawasan tersebut memiliki potensi yang sangat bagus untuk mengembangkan pembanguan produk pertanian contohnya seperti tanaman padi, hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan dan sebagainya.

Kabupaten Brebes memiliki areal sawah yang ditanami padi, tanaman palawija yang didominasi dengan tanaman tebu, tanaman cabai, dan tanaman jagung. Sedangkan untuk tanaman hortikultura pada Kabupaten Brebes didominasi dengan tanaman bawang merah yang memiliki luas panen sebesar 29.017Ha dan jumlah produksinya sebesar 2.725.988ton pada tahun 2017, Badan Pusat Statistik (2017).

Bawang merah menjadi produk andalan di Kabupaten Brebes. Pusat bawang merah tersebar pada 12 kecamatan dari jumlah total 17 Kecamatan yang ada di Brebes, sentra bawang merah di Kecamatan Brebes tersebar pada wilayah, Jatibarang, Songgom, Bulakamba, Kersana, Tanjung, Losari, Banjarharjo, Ketanggungan, Larangan, Bantarkawung, dan Wanasari.

Berdasarkan pada Data Statistik luas panen Bawang Merah di Kabupaten Brebes Tahun 2014-2020:

Tabel 1.1 Luas Panen Bawang Merah di Kabupaten Brebes Tahun 2014-2020

Kecamatan	Luas Panen (Ha)						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Wanasari	7075	6598	8675	7094	5521	5729	11384
Bantarkawung	127	158	126	110	166	187	173
Larangan	8335	7018	8721	5083	7001	6978	7661
Ketanggungan	1272	1375	1665	1940	1946	1769	1519
Banjarharjo	223	88	124	146	106	109	192
Losari	938	475	657	1186	653	703	697
Tanjung	1873	1868	2292	2294	1581	1689	1927
Kersana	947	1010	1040	780	1155	866	882
Bulakamba	3817	2283	3137	4034	4288	4691	6304
Songgom	1336	1154	781	947	615	1319	1408
Jatibarang	1724	1584	1637	2197	1644	1017	1241
Brebes	3269	3034	3576	3210	4013	4087	5558

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Berdasarkan pada Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa, luas panen bawang merah pada setiap kecamatan Brebes dari tahun 2014-2020. Kecamatan Wanasari memiliki luas panen terendah di tahun 2018 yakni sebesar 5.521Ha dan memiliki luas panen tertinggi sebesar 11.384Ha pada tahun 2020. Kecamatan Bantarkawung memiliki luaspanen tersendah sebesar 110Ha pada tahun 2.017, sedangkan luas panen tertinggi sebesar 187Ha di tahun 20219. Kecamatan Larangan memiliki luas panen terendah pada tahun 2017 yakni sebesar 5.083Ha, sedangkan luas panen tertinggi pada tahun 2016 sebesar 8.721Ha. Kecamatan Ketanggungan memiliki luas panen terendah sebesar 1.272Ha pada tahun 2014 dan luas panen tertinggi pada tahun 2018 yakni sebesar 1.946Ha. Kecamatan Banjarharjo memiliki luas panen terendah sebesar 88Ha pada tahun 2015, sedangkan luas panen tertinggi sebesar 146Ha pada tahun 2017. Kecamatan Losari memiliki luas panen terendah pada tahun 2015 yakni sebesar 475Ha dan luas panen tertinggi yakni sebesar 1.186Ha pada tahun 2017. Kecamatan Tanjung memiliki luas panen terendah pada tahun 2018 yakni sebesar 1.581Ha, sedangkan luas panen tertinggi pada tahun 2017 sebesar 2.294Ha. Kecamatan Kersana memiliki luas panen terendah pada tahun 2017 yakni sebesar 780Ha dengan luas panen tertinggi pada tahun 2018 sebesar 1.155Ha. Kecamatan Bulakamba memiliki luas panen terendah yakni sebesar 2.283Ha pada tahun2015, sedangkan pada tahun 2020 menjadi luas panen tertinggi yakni sebesar 6.304Ha. Kecamatan Songgom memiliki luas panen

terendah yakni sebesar 615Ha pada tahun 2018, sedangkan untuk luas panen Kecamatan Songgom jumlah tertinggi mencapai 1.408Ha pada tahun 2020. Kecamatan Jatibarang memiliki luas panen terendah pada tahun 2019 yakni sebesar 1.017Ha dengan luas panen tertinggi sebesar 2.197Ha pada tahun 2017. Kecamatan Brebes memiliki luas panen terendah yakni sebesar 3.210Ha pada tahun 2017, sedangkan luas panen tertinggi pada tahun 2020 yaitu sebesar 5.558Ha. Kecamatan Wanasari merupakan daerah yang memiliki luas panen tertinggi jika dibandingkan dengan kecamatan lainnya, sedangkan luas panen terendah ada pada kecamatan Banjarharjo.

Kecamatan Ketanggungan menjadi salah satu sentra pusat bawang merah di Kabupaten Brebes. Kecamatan Ketanggungan adalah salah satu kecamatan penghasil bawang merah yang terletak di Kabupaten Brebes, yang secara geografis terletak diantara 180°50'25.02" hingga 108°56'14.44" Bujur Timur dan 6°54'25.72" hingga 7°09'03.95" Lintang Selatan. Dan secara administrasi, Kecamatan Ketanggungan berbatasan langsung dengan Kecamatan Bulakamba di bagian Utara, Kecamatan Larangan pada bagian Timur, Kecamatan Bantarkawung pada bagian Selatan, dan serta kecamatan Banjarharjo, Salem dan Kersana di bagian Barat. Kecamatan Ketanggungan sendiri memiliki 21 desa/kelurahan yang dimana pada setiap Desa memiliki Petani yang membudidayakan Bawang Merah.

Tabel 1.2 Jumlah Petani Bawang Merah Di Kecamatan Ketanggungan

Desa/Kelurahan	Petani	Desa/Kelurahan	Perani
Jemasih	324	Tanggungsari	28
Ciseureuh	5	Dukuhbadag	18
Sindangjaya	2	Kubangjati	35
Pamedaran	73	Karangmalang	30
Cikeusal Kidul	23	Dukuh Tengah	105
Cikeusal lor	4	Ketanggungan	55
Buara	57	Dukuhturi	69
Karangbandung	205	Bulakelor	41
Baros	228	Padakaton	293
Kubangsari	307	Ciduwet	63
Kubangwungu	282		

Sumber: Dinas Dukcapil Kabupaten Brebes 2023

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa, Desa/Kelurahan yang memiliki jumlah petani paling tinggi adalah Desa Jemasih yakni 324, diikuti dengan Desa Kubangsari sebanyak 307 petani dan Desa Kubangwungu sebanyak 282, pada Desa Pedakaton sebanyak 239, Desa Baros sebanyak 228, dan Desa Karangbandung sebanyak 205, Desa Dukuh Tengah sebanyak 104, Desa Pamedaran sebanyak 73, Desa Dukuhhuri sebanyak 69, serta Desa Ciduwet sebanyak 62, Desa Buara sebanyak 57, Desa Ketanggungan sebanyak 55, Desa Bulakelor sebanyak 41, Desa Kubangjati sebanyak 35, Desa Karangmalang sebanyak 30, dan Desa Tanggungsari sebanyak 28, serta Desa Cikeusal Kidul sebanyak 23, Desa Dukuhbadag 18, Desa Ciseureuh 5, Desa Cikeusal Lor sebanyak 4 dan yang paling sedikit adalah Desa Sindangjaya yakni sebanyak 2 petani.

Bawang merah merupakan komoditas sayuran yang memiliki tingkat konsumsi tinggi di Indonesia. Tingginya tingkat konsumsi bawang merah dalam negeri dapat dikaitkan dengan budaya kuliner masyarakat Indonesia yang menggunakan bawang merah sebagai bahan dasar masakan atau sebagai penyedap rasa. Oleh sebab itu, bawang merah menjadi salah satu komoditas sayuran yang paling banyak diminati di Indonesia, bawang merah akan terus dibutuhkan oleh masyarakat dengan jumlah yang terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan perekonomian masyarakat Indonesia. Bawang merah sering kali mengalami harga yang tidak pasti atau biasa disebut dengan fluktuasi harga. Fluktuasi harga disebabkan karena bawang merah merupakan termasuk pada jenis tanaman hortikultura yang memiliki sifat musiman dan juga dipengaruhi iklim sehingga pada saat tidak musim panen harga bawang merah akan mengalami lonjakan harga yang cukup signifikan karena produksi/pasokan bawang merah sedikit. Sedangkan ketika musim panen raya, harga bawang merah akan mengalami penurunan yang sangat drastis, penurunan harga yang drastis disebabkan oleh produksi/pasokan bawang merah yang melimpah. Tingginya tingkat konsumsi masyarakat juga menjadi faktor penyebab terjadinya fluktuasi harga.

Tabel 1.3 Perkembangan Luas Panen, Produksi, dan Rata-Rata Produksi Bawang Merah di Kabupaten Brebes Tahun 2015-2020

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Kw)	Rata-rata Produksi (Kw/Ha)
2015	26645.00	3112960.0	116.83
2016	32434.00	3386832.0	104.42
2017	29017.00	2725988.0	93.94
2018	28710.00	3037730.0	105.81
2019	29151.00	3029328.0	103.29
2020	38951.00	3037721.0	77.99

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Berdasarkan pada tabel 1.3 menunjukkan bahwa luas panen dan produksi pada tahun 2015 hingga 2016 mengalami kenaikan, akan tetapi rata-rata produksinya mengalami penurunan dari 116.83 Kw/Ha menjadi 104.42 Kw/Ha. Pada tahun 2017 hingga 2018 luas panen mengalami penurunan dari 29017.00 Ha menjadi 28710.00 Ha, akan tetapi mengalami kenaikan pada produksi sehingga rata-rata produksinya juga mengalami kenaikan. Sedangkan pada tahun 2019 hingga 2020 luas panen dan produksi mengalami kenaikan, akan tetapi rata-rata produksinya mengalami penurunan dari 103.29 Kw/Ha menjadi 77.99 Kw/Ha. Hal ini menjelaskan bahwa bawang merah adalah tanaman hortikultura yang menjadi salah satu penyebab terjadinya fluktuasi harga. Dengan adanya fluktuasi harga bawang merah menjadi salah satu penyebab yang mengakibatkan berkurangnya keuntungan petani bawang merah di Kabupaten Brebes.

Permintaan bawang merah yang terus meningkat seiring dengan adanya fluktuasi harga menjadikan sebagian masyarakat lebih memilih mengkonsumsi bawang merah impor dan membuat daya beli masyarakat terhadap bawang merah lokal menurun. Banyaknya impor bawang merah yang masuk ke Indonesia mengakibatkan sebagian besar petani merasa enggan untuk menanam bawang merah, mereka menganggap jika bawang merah yang mereka hasilkan akan menjadi sia-sia karena disebabkan oleh keberadaan bawang merah impor, sedangkan modal yang mereka

keluarkan terbilang bukan jumlah sedikit. Akibatnya banyak petani yang lebih memilih untuk beralih menanam jagung atau tebu. Hal ini akan berakibat pada defisit dimana akan berkurangnya pasokan bawang merah lokal yang akhirnya akan menjadi celah besar untuk masuknya bawang merah dari luar negeri ke negara Indonesia.

Produksi bawang merah yang ada di Brebes menurun drastis atau anjlok dengan sangat jauh, hal ini dikarenakan harga bawang merah di Brebes yang menurun sangat drastis. Menurut petani, menurunnya harga bawang merah di Brebes disebabkan karena adanya kebijakan dari pemerintah untuk mensubsidi bibit-bibit bahan pokok yang dimana salah satunya ialah bawang merah ke Gabungan Kelompok Tani di beberapa wilayah, selain itu turunnya harga bawang merah di Brebes juga disebabkan karena berkurangnya permintaan bawang merah ke Brebes.

Pasar dapat dikatakan sebagai kelembagaan kompleks yang melibatkan berbagai komoditi secara simultan karena membentuk hirarki dan keterkaitan dalam transaksi, Palaskas and Harris 1991 dalam Anindita (2004). Kinerja pada pasar dapat terwujud dengan melalui integrasi pasar yang merupakan hasil dari tindakan pedagang-pedagang dan pengoprasian lingkungannya, ditentukan oleh infrastuktur yang tersedia untuk perdagangan dan kebijakan yang memiliki pengaruh terhadap transmisi harga dari satu pasar pada pasar lainnya. Integrasi pasar menunjukkan sebesar apa perubahan harga yang terjadi pada pasar acuan (pasar tingkat tinggi seperti pedagang), akan mengakibatkan terjadinya perubahan dipasar pengikutnya (pasar tingkat petani).

Integrasi pasar dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menjual produk antar pasar dimana permintaan, penawaran, permintaan, dan biaya transaksi dipasar berbeda menentukan harga dan arus perdagangan secara bersamaan serta transmisi guncangan harga dari pasar satu kepada pasar yang lainnya. Jika perubahan harga yang terjadi pada satu tingkat pasar disalurkan pada pasar yang lain, maka kedua tingkat pasar bisa dikatakan terintegrasi. Pada struktur pasar persaingan sempurna, perubahan harga yang terjadi di pasar acuan akan disalurkan secara sempurna pada pasar pengikut, contohnya seperti pada tingkat petani. Apabila terdapat informasi yang memadai dan disampaikan dengan cepat kepada pasar yang lainnya maka integrasi

pasar akan tercapai, sehingga pada pasar acuan dengan pasar pengikut memiliki kesamaan informasi, Kustiari (2018).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik mengkaji lebih dalam terkait **“Analisis Tingkat Integrasi Pasar Bawang Merah di Desa Karangmalang Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes Jawa Tengah”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil uraian latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana integrasi pasar harga bawang merah pada tingkat petani ke pedagang dan pedagang ke pasar?
2. Seberapa besar elastisitas transmisi harga bawang merah dari petani ke pedagang dan pedagang ke pasar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil uraian pada latar belakang dan rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis integrasi pasar bawang merah dari petani ke pedagang dan pedagang ke pasar.
2. Menentukan besaran elastisitas transmisi harga bawang merah dari petani ke pedagang dan pedagang ke pasar.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian yang akan dilakukan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak berikut ini:

1. Akademik

Sebagai bahan masukan dan referensi untuk bahan studi bagi kalangan peneliti dan akademisi selanjutnya yang berkaitan dengan bahasan topik integrasi pasar.

2. Peneliti

Sebagai ilmu pengetahuan, memberikan informasi dan dapat dijadikan referensi untuk bahan studi selanjutnya.

3. Pemerintah

Sebagai masukan dalam menetapkan kebijakan ekonomi, khususnya pada kebijakan regional yang berkaitan dengan tingkat integrasi pasar.

4. Masyarakat

Sebagai tambahan pengetahuan serta wawasan bagi masyarakat mengenai tingkat integrasi pasar bawang merah.

1.5 Sistematika Penulisan

Peneliti memaparkan sistematika penulisan sebagai gambaran umum proposal skripsi. Sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Meliputi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab Kajian Pustaka ini berisi teori-teori untuk memahami dan mendefinisikan

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari topik yang dibahas. Bab ini juga berisis menjelaskan data yang digunakan dalam penelitian serta sumber datanya.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Bab ini berisi hasil temuan dari pengoprasian data yang telah dilakukan dengan metode analisis. Deskripsi serta uraian data penelitian serta penjabaran mengenai hasil analisis yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Memuat kesimpulan dan penelitian yang telah dilakukan beserta saran untuk memberikan solusi terhadap kekurangan yang telah ditetapkan setelah penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan gambaran penelitian terdahulu yang dibutuhkan sebagai acuan untuk melakukan penelitian. Dalam penulisan skripsi ini dibutuhkan penelitian-penelitian sebelumnya sebagai perbandingan baik kekurangan atau kelebihan yang dilakukan saat ini. Penelitian sebelumnya dapat dimanfaatkan sebagai dasar atau bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian. Berikut adalah beberapa penelitian yang telah ada sebelumnya:

1. Hasil Penelitian Sutisna (2021)

Penelitian Sutisna (2021), yang berjudul "*Analisis Integrasi Pasar Dan Transmisi Harga Gabah di Provinsi Lampung*". Data yang digunakan adalah data sekunder (*time series*) berupa harga gabah pada tingkat petani dan harga tingkat penggiling selama 2018-2019. Dengan menggunakan metode analisis IMC (*Index of Market Connection*). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis integrasi pasar dan transmisi harga gabah di Provinsi Lampung. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa antara harga gabah pada penggiling dengan harga pada petani padi terdapat adanya integrasi jangka pendek dan jangka panjang. Terdapat integrasi harga jangka pendek antara petani di Lampung Tengah dengan petani di Lampung Timur. Dan tidak adanya integrasi harga pada jangka pendek pada Kabupaten Lampung Selatan. Telah terjadinya keterpaduan harga gabah pada petani di Lampung Selatan dengan petani di Lampung Tengah dalam jangka panjang. Pada analisis elastisitas transmisi harga menunjukkan bahwa harga gabah efisien, akan tetapi tidak termasuk dalam pasar persaingan sempurna.

2. Hasil Penelitian Agung dan Daryanto (2017)

Penelitian Agung dan Daryanto (2017), yang berjudul "*Analisis Integrasi Pasar Beras Di Provinsi Bali*". Data yang digunakan adalah data sekunder pada periode tahun 2011-2015, dengan metode analisis berupa IMC (*Index of Market Connection*). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis integrasi pasar yang terjadi pada komoditas beras yang diperdagangkan di Bali. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa pasar beras di Bali terintegrasi jangka pendek dengan provinsi lainnya kecuali dengan Jawa Tengah,

Sumatra Selatan, dan Lampung. Dalam jangka pendek Bali terintegrasi baik dengan Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, serta NTB.

3. Hasil Penelitian Nuraeni, Anindita, dan Syafrial (2015)

Penelitian Nuraeni, Anindita, dan Syafrial (2015), yang berjudul "*Analisis Variasi Harga Dan Integrasi Pasar Bawang Merah Di Jawa Barat*". Data yang digunakan adalah data sekunder dalam runtun waktu (*time series*) pada periode tahun 2005-2014, dengan metode analisis berupa koefisien dengan model *Vector Autoregression* (VAR) / *Vector Error Correction Model* (VECM). Variabel yang digunakan berupa harga bawang merah pada tingkat produsen, harga bawang merah grosir, dan harga bawang merah eceran. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis tingkat variasi harga dan integrasi pasar bawang merah di Jawa Barat. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat integrasi jangka panjang antara pasar produsen, pasar grosir serta pasar eceran, akan tetapi tidak terintegrasi dalam jangka pendek. Terdapat integrasi jangka panjang dan jangka pendek dalam pasar grosir dan pasar eceran.

4. Hasil Penelitian Kustiari, Sejati, dan Yulmahera (2018)

Penelitian Kustiari, Sejati, dan Yulmahera (2018), yang berjudul "*Integrasi Pasar Dan Pembentukan Harga Cabai Merah Di Indonesia*". Data yang digunakan merupakan data yang pengumpulannya dilakukan melalui runtut waktu (*time series*) harga cabai merah pada produsen, harga cabai merah pada grosir, dan harga cabai merah pada konsumen bulanan dengan periode Januari 2011 - Mei 2017. Menggunakan metode analisis berupa *Vector Error Correction Model* (VECM). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis integrasi pasar dan pembentukan harga. Dari hasil analisis menunjukkan terdapat keterkaitan jangka panjang antara harga petani, harga grosir, dan harga konsumen.

5. Hasil Penelitian Zahara, Hakim, dan Falatehan (2020)

Penelitian Zahara, Hakim, dan Falatehan (2020), yang berjudul "*Integrasi Pasar Kopi Robusta Lampung Dengan Pasar Bursa London*". Pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah harga kopi pada petani, harga kopi pada eksportir, dan harga kopi London. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder *time series* pada periode Januari 2008 - Desember 2017. Metode yang digunakan adalah metode *Vector Error Correction Model* (VECM). Dari hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa terjadi

integrasi jangka panjang antara pasar kopi ditingkat petani, harga kopi dipasar tingkat eksportir dan kopi di Bursa London. Namun, dalam jangka pendek terjadi integrasi antara pasar-pasar kopi di tingkat petani, hingga kopi di tingkat eksportir dan pasar kopi di Bursa London.

6. Hasil Penelitian Warokka et al. (2021)

Penelitian Warokka et al, (2021), yang berjudul “*Analisis Elastisitas Transmisi Harga Kopra di Desa Pondos Kecamatan Amurang Barat Kabupaten Minahasa Selatan*”. Pada penelitian ini, data yang digunakan adalah data sekunder dan data premier, dengan menggunakan data *time series*. Data yang diambil oleh penelitian ini adalah data pada awal bulan Januari 2021 hingga akhir bulan April 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah elastisitas transmisi harga. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis elastisitas transmisi harga kopra di Desa Pondos Kecamatan Amurang Barat Kabupaten Minahasa Selatan. Dari hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa pada sistem pemasaran kopra belum efisien karena struktur pasar masih bersifat oligopsoni.

7. Hasil Penelitian Anggara dan Patanda (2018)

Penelitian Anggara dan Patanda (2018), yang berjudul “*Keterpaduan Pasar Ikan Laut Segar Di Pasar Muara Baru Jakarta Utara dan Pasar Jembatan Lima Jakarta Barat*”. Penelitian ini dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei hingga Juli 2018. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis tingkat keterpaduan. Pada penelitian ini metode yang digunakan berupa IMC (*Index of Market Connection*). Dari hasil penelitian ini menunjukkan adanya keterpaduan pasar dalam jangka pendek dan jangka panjang untuk ikan bandeng, ikan kembung dan ikan tenggiri. Sedangkan untuk ikan tongkol terdapat keterpaduan jangka pendek namun tidak ada keterpaduan dalam jangka panjang.

8. Hasil Penelitian Lobo, Wiendiyati, dan Un Paulus (2019)

Penelitian Lobo, Wiendiyati, Un Paulus (2019), yang berjudul “*Analisis Integrasi Pasar Tomat Di Kecamatan Kupang Barat Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur*”. Data yang diambil pada penelitian ini adalah berupa data sekunder dan premier. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini

adalah untuk menganalisis integrasi pasar antara pasar di Kecamatan Kupang Barat dengan Pasar di Kota Kupang. Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah metode IMC dari *Timmer*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informasi transmigrasi harga yang terjadi pada pasar Kota Kupang tidak disalurkan dengan baik pada pasar Kecamatan Kupang Barat.

9. Hasil Penelitian Arnanto, Hartoyo, dan Rindayati (2014)

Penelitian Arnanto, Hartoyo, dan Rindayati (2014), yang berjudul "*Analisis Integrasi Pasar Spasial Komoditi Pangan Antar Provinsi di Indonesia*". Pada penelitian ini, pengujian integrasi menggunakan data harga riil, komoditi yang digunakan adalah beras, gula, dan kacang kedelai. Data yang dianalisis dalam penelitian ini merupakan data 33 provinsi di Indonesia pada periode 2009-2013. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model Ravallion / IMC (*Index of Market Connection*). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis integrasi pasar dan transmisi harga, dengan menggunakan variabel-variabel berupa beras, gula dan kacang kedelai. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa wilayah Jakarta atau Sulawesi Selatan menjadi pasar utama. Gula dan beras memiliki tingkat integrasi yang lebih baik dari pada kedelai.

10. Hasil Penelitian Asmara dan Ardhiani (2010)

Penelitian Asmara dan Ardhiani (2010), yang berjudul "*Integrasi Pasar Dalam Sistem Pemasaran Bawang Merah*". Pada penelitian ini, data yang digunakan adalah data sekunder berupa data harga harian pada tingkat grosir dan tingkat konsumen serta menggunakan metode pengamatan yang dilakukan dalam setiap 2 hari selama 3 tahun pada tahun 2003 sampai 2005. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat integrasi pasar bawang merah baik secara vertikal maupun secara horizontal dan analisis terhadap struktur pasar bawang merah sehingga didapatkan gambaran efisiensi sistem pemasaran bawang merah. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah analisis *Error Correction Model*. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa bawang merah terintegrasi lemah baik itu dalam jangka Panjang ataupun jangka pendek. Hasil analisis didukung dengan adanya hasil analisis struktur pasar bawang merah yang tidak sempurna (oligopsoni).

Dalam penelitian ini merujuk pada salah satu kajian pustaka di atas yang diteliti oleh Destriadi Sutisna. Penelitian tersebut dijadikan rujukan karena menggunakan alat analisis yang sama berupa IMC (*Index of Market Connection*) dan elastisitas transmisi harga. Pada penelitian ini variabel yang akan digunakan adalah harga bawang merah petani, harga bawang merah pedagang dan harga bawang merah tingkat pasar yang ada di Ketanggungan, Kabupaten Brebes Jawa Tengah. Data harga diambil menggunakan metode pengambilan data primer pada periode bulan Januari 2020 – Desember 2022 dengan satuan kilogram (Kg).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Integrasi Pasar

Integrasi pasar merupakan indikator efektivitas pemasaran khususnya pada efektivitas penetapan harga. Asmarantaka (2009) berpendapat jika integrasi pasar adalah suatu ukuran yang menggambarkan seberapa besar perubahan harga yang terjadi pada pasar acuan (pasar pada tingkat yang lebih tinggi seperti pedagang eceran) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada pasar pengikutnya (pasar ditingkat petani). Oleh sebab itu, analisis struktur pasar sangat berkaitan erat dengan analisis integrasi pasar.

Rifin et al (2007) berpendapat bahwa terdapat korelasi yang positif pada harga dari waktu ke waktu pada lokasi wilayah pasar yang berbeda, jika dalam suatu sistem pasar yang terintegrasi secara efisien. Masalah yang lebih rumit akan muncul saat berkaitan dengan siklus bisnis, khususnya pada beberapa perusahaan yang melakukan berbagai fungsi produk serta beberapa produksi pada beberapa lokasi. Konsep teoritis yang digunakan untuk mengkaji rasionalisasi fungsional spasialisasi wilayah ini yakni integrasi. Integrasi dapat diartikan sebagai suatu proses ekonomi yang secara fungsional terhubung dengan penggabungan yang berasal dari proses produksi yang terpisah-pisah menjadi sebuah satu kesatuan.

Jika terjadi perubahan harga disalah satu tingkat pasar yang disalurkan atau dialihkan pada pasar yang lain maka kedua tingkat pasar akan dikatakan terintegrasi. Pada struktur pasar persaingan sempurna, perubahan harga pasar acuan akan sepenuhnya dialihkan (100%) kepada pasar pengikut, contohnya seperti pada

petani. Integrasi pasar dapat digolongkan sukses jika partisipan yang terlibat pada kedua tingkatan pasar (pasar acuan dan pasar pengikut) memiliki informasi yang sama ketika informasi pada pasar yang memadai dialihkan dengan cepat pada pasar yang lain.

Ada beberapa alasan mengapa analisis integrasi pasar ini dilakukan, diantaranya:

1. Integrasi pasar dapat digunakan untuk memprediksi harga diseluruh negara baik itu harga ditingkat nasional maupun harga tingkat internasional.
2. Integrasi pasar dapat digunakan untuk memperbaiki rencana kebijakan pemerintah sehingga tidak adanya duplikasi intervensi.
3. Integrasi pasar sebagai dasar yang digunakan untuk merumuskan jenis infrastruktur pemasaran yang lebih relevan untuk mengembangkan pasar pertanian.
4. Integrasi pasar dapat mempermudah pengawasan terhadap perubahan harga.

Goletti, Ahmed and Farid, 1994, (dalam Anindita, 2004) memaparkan bahwa terdapat beberapa penyebab tidak terjadinya integrasi pasar, diantaranya adalah:

1. Infrastruktur pasar, seperti: fasilitas penyimpanan didalam pasar, komunikasi dan transportasi.
2. Regulasi dan kebijakan pemerintah yang dapat berpengaruh pada sistem pemasaran, seperti: perdagangan yang ketat, regulasi kredit serta regulasi transportasi.
3. Produksi antar daerah tidak seimbang sehingga mengakibatkan terjadinya pasar surplus (hanya akan mengekspor ke pasar lain) dan pasar defisit (hanya akan mengimpor dari pasar lain).
4. Guncangan pasokan (*supply shock*), seperti: kekeringan, banjir dan penyakit akan berdampak pada kekurangan produk lokal. Sementara kejadian tak terduga lainnya seperti karena pemogokan akan mempersulit perpindahan barang.

Dalam menganalisis perilaku pasar dapat dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan integrasi, yakni vertikal dan horisontal. Integrasi horisontal dapat digunakan untuk mengetahui mekanisme harga ditingkat pasar sama atau tidak, misalnya antara pasar desa serentak atau tidak serentak. Sedangkan integrasi vertikal

terjadi pada saat perusahaan memperluas kendali atas seluruh rantai pasokan industri tertentu. Integrasi horisontal adalah saat suatu perusahaan melakukan pengakuisisian atau bersatu dengan perusahaan yang lain pada industri yang sama dan menjual produk yang serupa atau menyediakan layanan yang serupa.

Integrasi pasar mendefinisikan konsep pertukaran sebagai fakta bahwa perdagangan antar dua negara dan pasar perantara tidak peduli apakah mereka mengekspor dari pasar satu ke pasar yang lainnya. Proses pertukaran ini melibatkan perpindahan kelebihan permintaan pada pasar yang satu ke pasar yang lain, contoh terjadinya arus fisik aktual atau potensial, Barret (2005). Integrasi pasar merupakan bentuk daya jual akibat adanya persaingan ketat di pasar. Menurut definisi tersebut meliputi spatial equilibrium yaitu proses keseimbangan pasar. Dalam kondisi ini antara biaya transaksi, penawaran dan permintaan pada pasar yang berbeda dapat menentukan suatu harga dan aliran perdagangan, serta terjadi perpindahan akibat guncangan pada harga dari pasar satu ke pasar lainnya, Barret dan Li (2002).

2.2.2 Transmisi Harga

Transmisi dapat diartikan sebagai perpindahan. Pengertian dari transmisi harga adalah perubahan harga pada suatu barang dalam satu tingkat pasar terhadap perubahan harga barang tersebut pada tempat/tingkat pasar lainnya, Hasyim (1994). Transmisi harga adalah perbandingan perubahan presentase dari harga pada tingkat pengecer/pemasar/konsumen (Y) dengan perubahan harga sebesar satu satuan unit di pasar petani/produsen (X), memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar perubahan harga pasar pasar pengecer/pemasar/konsumen (Y) karena perubahan harga sebesar satu satuan unit pada pasar petani/produsen (X). Dengan adanya perubahan/ hubungan tersebut secara tidak langsung dapat diperkirakan tingkat efektif suatu informasi pasar, bentuk pasar dan efektifitas sistem pemasaran. Kriteria pengukuran analisis transmisi harga, Hasyim (1994):

1. Jika $E_t = 1$, yang berarti perubahan harga ditingkat konsumen sama dengan laju perubahan harga ditingkat produsen. Hal ini menunjukkan bahwa pasar berjalan dengan efisien (persaingan sempurna).

2. Jika $E_t < 1$, yang berarti perubahan harga ditingkat konsumen lebih kecil dibandingkan dengan laju pertumbuhan harga ditingkat produsen. Hal ini berarti bahwa pasar tidak berjalan dengan efisien (persaingan tidak sempurna).
3. Jika $E_t > 1$, yang berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen mengakibatkan perubahan harga lebih besar pada tingkat produsen. Hal ini berarti bahwa pasar tidak berjalan dengan efisien (persaingan tidak sempurna).

Menurut IFPRI (2019), analisis transmisi harga dapat membantu dalam penafsiran trend harga melalui beberapa cara yaitu:

1. Analisis transmisi harga dapat membantu menginterpretasikan perubahan terbaru dalam harga di pasar tertentu. Jika analisis menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara harga internasional dengan harga lokal yang bersangkutan, maka seseorang dapat berfokus dalam hal permintaan dan penawaran domestik, sehingga menghindari kesalahan dalam menghubungkan perubahan dengan harga dunia. Jika terdapat hubungan antara harga internasional dengan harga lokal, maka dapat memperhatikan apakah harga domestik berada diatas atau dibawah ekuilibrium jangka panjang mengingat adanya harga internasional.
2. Dalam konteks dua harga, apakah pasar X mempengaruhi pasar Y, atau pasar Y mempengaruhi pasar X, atau keduanya saling berpengaruh. Dengan adanya analisis sebab akibat maka akan membantu dalam memahami dan mengembangkan trend harga lokal.
3. Analisis transmisi harga dapat membantu memprediksi harga lokal selama 1-3 bulan kedepan. Prediksi bisa dijalankan dengan baik jika ada hubungan kuat antara harga lokal dan internasional, jika memiliki cukup data untuk menghitung trend musiman, dan jika data produksi dapat dimasukkan ke dalam analisis.
4. Dengan melihat tingkat transmisi harga untuk banyak pasar dan komoditas, memungkinkan seseorang mengidentifikasi pola yang digunakan untuk menginterpretasikan tren harga di pasar yang tidak di analisis.

Transmisi harga memiliki peran penting untuk mengontrol kedinamisan suatu pasar sehingga integrasi pasar dapat terbangun. Jika integrasi pasar terbangun dengan baik dan terjadi perubahan harga dari satu pasar ke pasar lain, akan membawa kesejahteraan ekonomi.

2.2.3 Pasar dan Pemasaran

2.2.3.1 Pasar

Pasar berperan untuk menjadi produsen atau tempat untuk melakukan penjualan dan memasarkan barang serta jasa yang telah dihasilkan. Konsumen dapat mengartikan pasar sebagai tempat untuk membeli barang dan jasa, sehingga konsumen bisa memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Sudiyono (2001) berpendapat bahwa pasar adalah tempat untuk melakukan kegiatan perdagangan ataupun usaha dengan menjalankan fungsi-fungsi pemasaran tertentu, sehingga lembaga pemasaran akan dapatkan sebuah keuntungan. Pasar juga dapat dikaitkan sebagai tempat yang berguna untuk pemenuhan kebutuhan serta keinginan dengan menggunakan alat pemuas yang berupa barang atau jasa, yang dimana akan terjadi kegiatan pemindahan hak milik dari pihak penjual ke pembeli.

Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/Kep/1/1998 tentang Lembaga – Lembaga usaha perdagangan, pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi, pasar dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern. Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta atau bahkan koperasi dalam bentuk mall, supermarket, departemen store dan shopping center pengelolaannya dilakukan secara modern. Pasar modern lebih mengutamakan kenyamanan pada saat berbelanja, barang yang diperjual belikan sudah tertera label harga yang pasti, biasanya juga dilengkapi dengan sarana hiburan sehingga dapat menarik minat pengunjung.

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi ataupun swadaya masyarakat. Pasar tradisional biasanya berupa toko, kios, dan tenda yang dikelola oleh pedagang kecil dan menengah. Berupa usaha berkala kecil, modal yang sedikit dan dengan proses jual beli melalui tawar menawar. Pasar tradisional memiliki kelebihan berupa harga yang ditawarkan lebih terjangkau dan pembeli dapat melakukan tawar – menawar dengan penjual.

Pasar memiliki fungsi sebagai sarana distribusi, produsen bisa memasarkan maupun menjual produk mereka serta konsumen bisa memperoleh apa yang mereka

perlu di pasar. Fungsi pasar sebagai pembentuk harga atau penentu nilai, harga akan disesuaikan pada kondisi geografis, kondisi masyarakat dan kondisi ekonomi dalam bentuk penawaran serta permintaan. Fungsi pasar dalam pembentukan harga akan terlihat ketika ada proses negosiasi atau tawar – menawar antara pembeli dan penjual yang menghasilkan harga minimal tetapi tetap menguntungkan bagi produsen dan penjual. Fungsi pasar sebagai sarana untuk menaikan pemasukan negara, karena dalam kegiatan produksi akan menghasilkan uang dimana yang sebagian harus untuk bayar pajak, pedagang dipasar juga harus membayarr uang sewa tempat dan lokasi jualan. Fungsi pasar untuk mengontrol kegiatan ekonomi, dengan adanya pasar maka pemerintah akan terbantu untyk fokus pada pengelolaan aliran ekonomi dan kegiatan ekonomi sehingga jika terjadi kendala pemerintah dapat mengatasi masalah yang muncul.

Konsep pasar dibedakan menjadi lima, diantaranya adalah:

1. Konsep Pasar Monopoli

Pasar monopoli terjadi karena pasar hanya dikuasai oleh satu produsen. Kondisi ini akan terjadi ketika salah satu perusahaan dapat menguasai sumber daya atau pada kondisi tertentu hanya perusahaan tersebut yang bisa menyediakan sumberdaya tertentu.

2. Konsep Pasar Monopsoni

Pasar monopsoni merupakan kondisi dimana seorang konsumen dapat menguasai pasar. Kondisi ini dapat terjadi ketika seorang pembeli membeli daya beli yang sangat tinggi dan posisi tawar yang tinggi.

3. Konsep Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli memiliki konsep yang kurang lebih sama dengan konsep monopoli. Pasar oligopoli juga memiliki beberapa penjual yang medominasi.

4. Konsep Pasar Oligopsoni

Pasar oligopsoni adalah pasar yang didominasi dengan lebih dari satu konsumen yang memiliki daya tawar yang lebih tinggi.

5. Konsep Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah dimana pembeli dan penjual sama-sama memiliki posisi tawar. Konsep pada pasar persaingan sempurna dapat memungkinkan setiap orang menjadi konsumen atau produsen serta memilih barang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan biaya yang mereka miliki.

2.2.3.2 Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang penting diketahui dalam dunia usaha, pemasaran berperan sebagai pendorong guna meningkatkan penjualan. Secara sederhana pemasaran dapat diartikan sebagai proses pengenalan produk kepada konsumen, beberapa aspek untuk pemasaran dapat meliputi relasi publik (*public relation*), periklanan, promosi dan penjualan. Menurut Sadjati (2018) pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa kepada konsumen, dimana kegiatan tersebut ditunjukkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut dengan pertukaran. Tetapi Tjahjaningsih dan Solihah (2015) berpendapat bahwa pemasaran adalah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa dengan pihak lainnya. Sedangkan aktivitas yang dilakukan meliputi: pembelian, penjualan, transportasi, penyimpanan, pembiayaan, penanganan resiko, perolehan informasi pasar dan standarisasi.

Pemasaran dapat diartikan sebagai cara untuk mengelola hubungan pelanggan agar dapat menghasilkan keuntungan. Dua sasaran pelanggan yakni untuk menyajikan keunggulan nilai guna menarik para pelanggan baru, dan serta memberikan keputusan untuk menjaga serta meningkatkan pelanggan yang ada. Secara luas definisi pemasaran adalah sosial dan manajerial dimana pribadi ataupun organisasi dapat memperoleh apa saja yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran ini. Sedangkan secara sempit definisi pemasaran adalah menciptakan sebuah hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang memberikan keuntungan, Kolter (2008)

Pemasaran memiliki fungsi sebagai pengenalan produk, pada tahap ini produk harus menonjolkan keunggulan yang akan dipasarkan. Fungsi pemasaran sebagai riset, dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai target pasar sebuah produk seperti kebutuhan hingga konsumen serta apa sajakah yang sedang digemari oleh masyarakat. Fungsi pemasaran sebagai distribusi, untuk memastikan produk mudah untuk dipindahkan dari lokasi produksi ke pasar luas, produk mudah didapatkan oleh pelanggan. Fungsi pemasaran sebagai layanan purna jual, dengan adanya layanan ini perusahaan harus memastikan ketika produk telah ditangan konsumen dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya. Jika terjadi kendala maka perusahaan juga menyediakan jasa untuk membantu konsumen.

Pemasaran dijelaskan melalui empat konsep diantaranya:

1. Konsep Produksi

Konsep produksi merupakan konsep paling awal yang berfokus pada efisiensi proses produksi, karena konsumen menyukai suatu produk dengan kualitas yang bagus dengan harga yang terjangkau. Konsep produksi juga terfokus pada ketersediaan produk, sehingga perusahaan perlu mengoptimalkan proses produksi.

2. Konsep Produk

Konsep produk diasumsikan bahwa konsumen akan mencari produk yang memiliki kualitas baik, sehingga perusahaan juga harus bias memberikan produk yang inovatif dan berkualitas bagi pelanggannya.

3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan merupakan konsep ketika perusahaan mengembangkan dan menjual produk dengan target pemasaran tanpa melihat kebutuhan atau keinginan konsumen, dengan memiliki keyakinan bahwa pelanggan akan dapat membeli produk ketika perusahaan melakukan penjualan secara agresif.

4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan konsep ketika perusahaan menempatkan konsumen dalam riset pasar dan strategi pemasaran dari konsep produk hingga penjualan.

Permintaan produk pertanian mendefinisikan hubungan pada jumlah dari produk pertanian yang telah ditawarkan dan harga pada komoditi pertanian tersebut, harga pada komoditi pertanian lainnya, pendapatan konsumen, jumlah penduduk dan distribusi pendapatan, serta selera dan preferensi konsumen. Kurva permintaan dapat menggambarkan kurva menurun yang diturunkan dari kurva konsumsi harga, kurva permintaan menjelaskan hubungan pada jumlah produk pertanian yang ditawarkan dengan pendapatan konsumen, harga komoditi pertanian tersebut dan asumsi harga komoditi pertanian lainnya, jumlah penduduk dan distribusi pendapatan dipertahankan tetap konstan, serta selera dan preferensi konsumen. Semakin banyak waktu yang tersedia, maka akan semakin besar pula peluang konsumen untuk menyamakan daya belinya sehingga dapat membuat kurva permintaan semakin bersifat elastis. Dalam menjalankan suatu aktivitas konsumsinya, akan ada saatnya dimana konsumen mengharapkan kondisi perekonomian dimasa depan sehingga mengakibatkan terjadinya permintaan spekulasi.

Penawaran produk pertanian mendefinisikan hubungan pada jumlah produk pertanian yang ditawarkan dengan variabel yang mempengaruhi penawaran, misalnya seperti: harga produk pertanian, musim, input harga, teknologi dan tujuan perusahaan. Kurva penawaran pasar bisa diperoleh dari kurva penawaran perusahaan dengan cara individual. Kurva penawaran perusahaan yang secara individu ialah kurva biaya marginal yang terletak diatas kurva biaya variabel rata-rata minimum. Kurva penawaran pasar bisa diperoleh dari penjumlahan horizontal kurva penawaran perusahaan-perusahaan secara individu.

2.2.4 Penentuan Harga Terhadap Pasar

Dalam proses pemasaran pertanian suatu penetapan harga menjadi hal utama yang dibutuhkan pada jualbeli barang. Memperluas jaringan pasar dengan kebijaksanaan yang terkadang menguntungkan dan terkadang merugikan produsen. Kebijakan yang seperti ini seharusnya tidak boleh diterapkan. Kebijakan harga komoditi pertanian yang menyangkut banyak orang seringkali disusun peraturan oleh pemerintah yang kemudian diterapkan dengan melalui dua macam harga, yaitu *floor price* (harga dasar) dan *ceiling price* (harga atap). Jika harga pasar berada pada antara dua harga

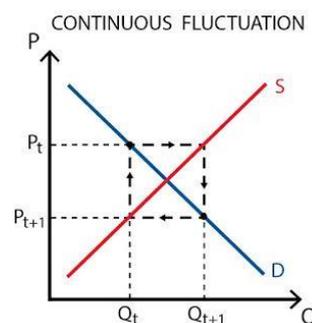
tersebut maka berarti pihak swasta hanya akan dapat memanipulasi kedua harga tersebut. Soekartawi (2002). Harga adalah satuan moneter yang ditukarkan guna untuk mendapatkan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa, Wahyono (2013). Harga dapat digunakan untuk menentukan keefektifan suatu usaha tani, harga yang baik kemungkinan besar akan sulit dapat memproduksi hasil, sehingga ketika terjadi penurunan pada harga maka usaha tani tersebut termasuk layak untuk dijalankan. Petani secara individual mengembangkan suatu usaha taninya berdasarkan pada harga. Di masa yang akan datang petani harus bias menyesuaikan usaha taninya pada harga pasar, Sudiyono (2001).

2.2.5 Teori Cobweb

Teori Cobweb merupakan teori yang menjelaskan mengenai gagasan bahwa perubahan harga (fluktuasi) dapat menyebabkan perubahan penawaran dan permintaan yang menyebabkan siklus naik dan turunnya harga. Teori Cobweb adalah sebuah teori yang dikembangkan dalam menjelaskan hubungan antara harga dengan jumlah penawaran dari waktu ke waktu. Keseimbangan harga dapat ditentukan secara simultan antara penawaran dengan permintaan. Teori Cobweb memiliki prinsip memanfaatkan secara penuh elastisitas permintaan serta penawaran untuk menjelaskan fluktuasi harga serta fluktuasi produksi pasar. Terdapat tiga siklus kasus pada model Cobweb, Mubyarto (1989):

1. Siklus fluktuasi dengan jarak tetap (*continuous fluctuation*) terjadi ketika elastisitas permintaan sama dengan elastisitas penawaran ($E_d = E_s$).

Gambar 2.1 Continuous Fluctuation



Keterangan:

P_t = Harga Keseimbangan

P_{t+1} = Harga Pertama

Q_t = Jumlah Output Keseimbangan

Q_{t+1} = Jumlah Output Pertama

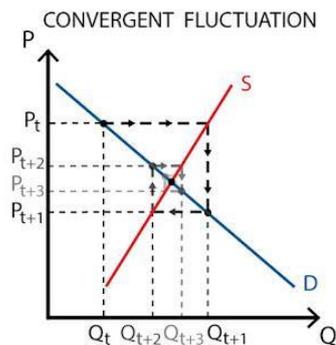
D = Kurva Permintaan

S = Kurva Penawaran

Pada kondisi keseimbangan pasar ($Q_s=Q_d$), harga bawang merah sebesar Rp360.000 dengan jumlah produksi sebanyak 20kg. Namun disebabkan terjadinya ledakan hama maka jumlah bawang merah yang dapat ditawarkan dipasar menurun menjadi 10kg (Q_t), hal ini akan mendorong pada kenaikan pada harga menjadi Rp410.000 (P_t). Ketika harga naik maka produsen bawang merah akan berusaha menambah kembali jumlah produksi, sehingga saat periode tertentu jumlah produksi bawang merah akan meningkat kembali menjadi 25kg (Q_{t+1}). Terjadinya peningkatan pada produksi bawang merah akan mengakibatkan banyaknya bawang merah yang terdapat dipasar, hal ini dapat mendorong penurunan harga menjadi Rp310.000 (P_{t+1}). Terjadinya penurunan harga ini menjadi penyebab produsen akan mengurangi penawaran bawang merah, begitu seterusnya hingga siklus akan berputar kembali.

2. Siklus yang mengarah pada titik keseimbangan (*convergent fluctuation*). Terjadinya siklus ini ketika elastisitas permintaan lebih besar daripada elastisitas penawaran ($E_d > E_s$).

Gambar 2.2 Convergent Fluctuation



Keterangan:

P_t = Harga Keseimbangan

P_{t+1} = Harga Pertama

P_{t+2} = Harga Kedua

P_{t+3} = Harga Ketiga

Q_t = Jumlah Output Keseimbangan

Q_{t+1} = Jumlah Output Pertama

Q_{t+2} = Jumlah Output Kedua

Q_{t+3} = Jumlah Output Ketiga

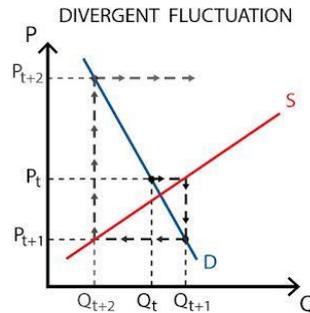
D = Kurva Permintaan

S = Kurva Penawaran

Pada kondisi keseimbangan pasar ($Q_s=Q_d$), harga bawang merah sebesar Rp360.000 (P_{t+3}) dan jumlah produksi 20kg (Q_{t+3}). Kemudian di saat tertentu harga akan menjadi naik menjadi Rp410.000 (P_t) maka produsen akan menambah jumlah produksi tetapi tidak akan sebesar pada kasus 1, tetapi hanya akan sebesar 22kg (Q_{t+1}). Hal ini menyebabkan harga bawang merah turun Rp320.000 (P_{t+1}) tidak sebesar pada kasus 1. Terjadinya penurunan harga ini menjadi penyebab produsen mengurangi jumlah produksi menjadi 17kg (Q_{t+2}), begitu seterusnya sehingga siklus akan kembali berputar. Perbedaan kasus 2 dengan kasus 1 adalah pada kasus 2 ini kurva penawaran kurang elastis, sehingga mengakibatkan siklus menjadi mendekati harga keseimbangan lama yaitu Rp360.000.

3. Siklus yang mengarah pada eksploitasi harga (*divergent fluctuation*). Siklus ini berfluktuasi dengan jarak yang semakin membesar atau menjauhi keseimbangan. Siklus ini terjadi ketika elastisitas permintaan lebih kecil daripada elastisitas penawaran ($E_d < E_s$).

Gambar 2. 3 Divergent Fluctuation



Keterangan:

P_t = Harga Keseimbangan

P_{t+1} = Harga Pertama

P_{t+2} = Harga Kedua

Q_t = Jumlah Output Keseimbangan

Q_{t+1} = Jumlah Output Pertama

Q_{t+2} = Jumlah Output Kedua

D = Kurva Permintaan

S = Kurva Penawaran

Pada kasus 3 kurva penawaran bersifat sangat elastis, sehingga mengakibatkan kenaikan pada jumlah produksi karena kenaikan harga yang relatif besar, sehingga hal ini menyebabkan terjadinya eksplosi harga. Dapat disimpulkan bahwa apabila terjadi suatu ketimpangan diantara elastisitas permintaan dengan elastisitas penawaran, elastisitas permintaan lebih besar dibandingkan elastisitas penawaran maka itu akan dinyatakan sebagai (*converge*). Apabila terjadi ketimpangan elastisitas permintaan dengan elastisitas penawaran, atau elastisitas permintaan kurang dari elastisitas penawaran, maka itu akan disimpulkan meledak (*explode*).

Kasus 1 $E_d = E_s$ (elastisitas permintaan = elastisitas penawaran)

Kasus 2 $E_d > E_s$ (elastisitas permintaan > elastisitas penawaran)

Kasus 3 $E_d < E_s$ (elastisitas permintaan < elastisitas penawaran)

Teori Cobweb secara eksplisit disebabkan oleh tiga faktor yang mengakibatkan terjadinya perubahan yang diantaranya adalah karena proses produksi relatif lama, proses produksi dipengaruhi oleh harga pada periode yang sebelumnya, serta harga yang tertera saat ini merupakan fungsi penawaran.

Teori Cobweb juga biasanya terjadi di Indonesia, contohnya kasus yang terjadi pada para petani yang ada di daerah pedesaan. Hal tersebut dapat terjadi karena saat bawang merah mengalami kenaikan harga sehingga petani-petani akan bertekad untuk menaikkan jumlah produksi, para petani berharap harga bawang merah akan semakin melonjak naik hingga kemudian para petani yang telah menaikkan jumlah produksinya bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Pada akhirnya para petani akan berlomba-lomba untuk membudidayakan bawang merah. Hal tersebut akan berakibat pada harga bawang merah yang merosot turun yang disebabkan karena jumlah bawang merah yang beredar dipasaran telah melebihi kapasitas yang seharusnya atau mengalami jumlah yang berlebihan. Para petani yang awalnya mengharapkan keuntungan yang besar pada akhirnya akan mendapatkan kerugian, hal ini juga dapat berpengaruh kepada budidaya bawang merah yang berkurang harganya dan membuat para petani tidak lagi mau menanam bawang merah dimusim selanjutnya. Karena para petani merasa enggan untuk membudidayakan lagi maka produksi bawang merah akan menjadi turun serta harga bawang merah dipasaran pada musim selanjutnya akan kembali mengalami lonjakan harga yang sangat tinggi karena disebabkan oleh jumlah bawang merah yang ditawarkan dipasar lebih sedikit.

2.2.6 Bawang Merah

Bawang merah merupakan salah satu bumbu masak yang berasal dari Iran, Pakistan, dan pegunungan-pegunungan di sebelah utaranya, yang kemudian menyebar ke berbagai penjuru dunia yang beriklim sub-tropis maupun tropis. Bawang merah memiliki bentuk seperti umbi yang dapat dimakan secara mentah, untuk bumbu masak maupun obat tradisional. Bunga bawang merah berbentuk bunga majemuk berbentuk tandan dengan tangkai 50 - 200 kuntum bunga, pada ujung dan pangkal tangkai mengecil namun pada bagian tengahnya mengembung, berbentuk seperti pipa yang

berlubang di dalamnya. Tangkai tandan bunga lebih tinggi dari daunnya sendiri dan mencapai 30 - 50 cm.

Bawang merah memiliki bunga yang termasuk kedalam golongan bunga sempurna karena pada setiap bunganya terdapat benang sari dan kepala putik. Bakal buah bawang merah terbentuk dari tiga daun buah yang dapat disebut carpel yang membentuk tiga ruang dengan setiap ruang tersebut terdapat dua calon biji, bentuk buah bulat dengan ujung yang tumpul dan bentuk biji sedikit pipih. Biji bawang merah sendiri dapat dimanfaatkan sebagai bahan perbanyak tanaman secara genetik.

Tabel 2. 1 Kandungan Gizi Bawang Merah

Kandungan Gizi	Jumlah/100 gram
Energi	72 kkal
Air	79,80 g
Karbohidrat	16,80 g
Gula total	7,87 g
Serat total	3,2 g
Protein	2,5 g
Lemak total	0,1 g
Asam lemak jenuh	0,089 g
Asam lemak tak jenuh tunggal	0,011 g
Asam lemak tak jenuh majemuk	0,249 g
Vitamin C	31,2 mg
Vitamin B1 (thiamin)	0,20 mg
Vitamin B2 (riboflavin)	0,11 mg
Vitamin B3 (niasin)	0,7 mg
Vitamin B6 (piridoksin)	1,235 mg
Vitamin B9 (asam folat)	3 ug
Vitamin A	9 IU
Vitamin E	0,08 mg
Vitamin K	1,7 ug
Kalsium	181 mg
Zat Besi	1,7 mg
Magnesium	25 mg
Fosfor	153 mg
Kalium	401 mg
Natrium/sodium	17 mg
Seng	1,16 mg
Selenium	14,2 ug

Sumber: Kuswardhani (2016)

Pada Tabel 2.1 menunjukkan bahwa bawang merah memiliki kandungan kalium yang cukup tinggi, yang dimana kalium itu sendiri memiliki peran penting untuk proses metabolisme. Selain itu, mineral juga berperan untuk menjaga keseimbangan tekanan darah, dan mencegah pengerasan pembuluh darah serta membersihkan pembuluh darah dari endapan kolesterol jahat, selain itu dapat membantu mengatur kontraksi otot rangka dan otot halus. Kandungan mineral kalsium serta fosfor yang terdapat dalam bawang merah sangat baik guna menjaga kesehatan tulang dan gigi.

Tabel 2.2 Kandungan Senyawa Kimia Aktif Dalam Bawang Merah

Senyawa Kimia Aktif Dalam Bawang Merah Utuh	Senyawa Kimia Aktif Dalam Bawang Merah Cincang
S-Alil-L-Sistein-Sulfoksida (SAC/Alliin)	Dialilditiosulfinat (Allisin)
Prostaglandin A-1	Ester asam tiosulfinat
Adenosin	PropantioI-S-oksida
Difentil-amina	Disulfida
Sikloaliin	Dialil-sulfida
Metil-aliin	Dialil-disulfida (DDS)
Dihidro-aliin	Dialil-trisulfida (DTS)
Profenil-aliin	Sulfenil-disulfida
Profil-aliin	Ajoene
Kaemferol	Tiofen
Floroglusinol	
Querectin	

Sumber: Kuswardhani (2016)

Pada Tabel 2.3 menunjukkan bahwa banyak senyawa kimia aktif yang terkandung dalam bawang merah. Senyawa kimia yang terkandung dalam bawang merah memiliki efek farmakologi, efek farmakologi adalah efek terhadap pencegahan, perawatan, serta pengobatan penyakit. Bawang merah memiliki kandungan Alliin (SAC) yang memiliki efek farmakologi antibakteri, antibiotik, antidiabetes, antihepatotoksik, antioksidan, antiplatelet, antitrombotik, antitumor, imunostimulan, hepatoprotektif, hipokolestolemik, hipoglikemik dan lipolitik. Bawang merah juga memiliki kandungan Prostaglandin A-1 yang memiliki efek farmakologi antikanker dan

hipotensif. Kandungan Adenosin yang terdapat pada bawang merah memiliki efek farmakologi antiplatelet dan antiinflamasi. Kandungan Difentil-amina yang ada pada bawang merah memiliki efek farmakologi berupa antidiabetes dan hipoglikemik. Bawang merah juga memiliki kandungan Sikloaliin yang memiliki efek farmakologi antiagregan, fibrinolitik dan efek lakrimatori. Kandungan Kaemferol pada bawang merah memiliki efek farmakologi antialergi, antibakteri, antiinflamasi, antioksidan, antiplak, antiviral, hepatoprotektif, vasodilator, kardioprotektif, neuroprotektif, antidiabetes, antiosteoporosis dan analgesic. Bawang merah juga memiliki kandungan Floroglusionol yang memiliki efek farmakologi antiseptik, antitumor, antikanker, fungisida, dan berguna untuk menjaga fungsi saluran pencernaan.

2.3 Hubungan Antar Variable Independen dan Dependen

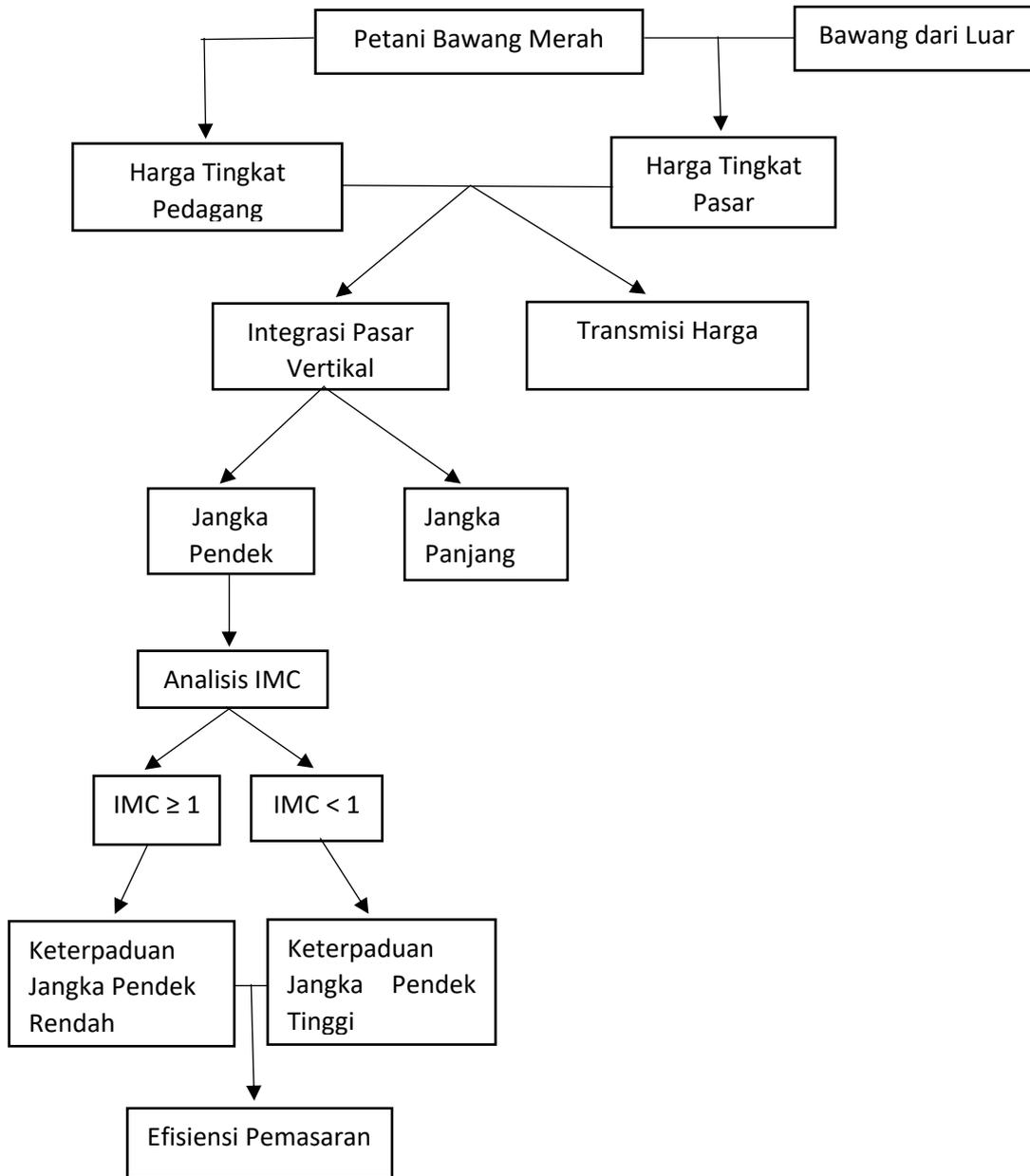
2.3.1 Hubungan Harga Bawang Merah Pada Tingkat Pedagang Terhadap Harga Bawang Merah Tingkat Petani

Bisnis pertanian bisa dikaitkan sebagai hubungan kerjasama antara petani dengan pedagang, yaitu petani yang akan menjual hasil-hasil tanaman yang telah dibudidayakan kepada pedagang. Oleh karena itu jika petani ingin sukses dalam bisnis di bidang pertanian maka petani harus menjalin hubungan yang baik kepada pedagang, agar pedagang dapat menjadi perantara bagi petani untuk memasarkan hasil tanamannya kepada masyarakat luas. Selain itu, masyarakat yang kondusif akan membuat masyarakat merasa nyaman dan dapat meningkatkan minat beli dalam masyarakat, Ismiyani (2021).

2.3.2 Hubungan Harga Bawang Merah Pada Tingkat Pasar Terhadap Harga Bawang Merah Tingkat Petani

Pasar merupakan perantara terakhir antara petani dengan konsumen dalam sistem pemasaran pertanian. Harga pada pasar akan lebih mahal jika dibandingkan dengan harga pada pedagang. Karena pasar tidak mengambil produk langsung dari petani. Pasar hanya menjual produk dalam jumlah yang sedikit, karena untuk mengurangi resiko tidak lakunya produk. Pasar berperan penting bagi produsen dalam mengkomunikasikan penerapan targeting.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.4 Gambar Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah kesimpulan awal atau jawaban yang bersifat sementara terhadap pertanyaan yang muncul ketika melakukan sebuah penelitian. Hipotesis merupakan dugaan yang mengacu pada teori penelitian yang terdahulu, terkait bidang penelitian yang sama. Berdasarkan kerangka penelitian diatas maka diambil hipotesis:

1. Diduga harga bawang merah di tingkat petani ke pedagang terjadi integrasi pasar dalam jangka pendek dan jangka panjang sehingga membentuk pasar yang sempurna
2. Diduga harga bawang merah di tingkat pedagang ke pasar terjadi integrasi pasar dalam jangka pendek dan jangka panjang sehingga membentuk pasar yang sempurna
3. Perhitungan elastisitas transmisi harga tidak dilakukan hipotesis karna bersifat deskriptif.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan merupakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui sumber utamanya. Data primer adalah data yang memiliki tingkat validasi dan keakuratan yang tinggi, karena informasi diperoleh dari tangan pertama. Pengumpulan data primer pada penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian populasi.

Menurut Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Brebes, banyaknya penduduk usia produktif yang berkerja dengan mata pencaharian sebagai petani/pekebun di Desa Karangmalang Kecamatan Ketanggungan adalah sebesar 30. Merujuk pada tabel Krejcie dan Morgan maka sampel yang diambil dari populasi 30 adalah sebesar 28 sampel.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel terkait (*dependen*) harga bawang merah ditingkat petani dan variabel bebas (*independen*) harga bawang merah tingkat pedagang dan tingkat pasar.

3.2.1 Variabel terkait (*dependen* / *Y*)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau bisa juga dikenal dengan variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel independen. Variabel harga bawang merah ditingkat petani menjadi variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini. Pada penelitian ini harga bawang merah pada tingkat petani yang dimaksud merupakan rata-rata harga pada tingkat petani selama periode pada bulan Januari 2020 - Desember 2022. Dalam 1 periode panen selama 1 bulan yang dinyatakan pada satuan kilogram (kg). Data harga bawang merah ini diperoleh dari data kelompok petani bawang merah di Desa Karangmalang Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes, Jawa Tengah.

3.2.2 Variabel bebas (*independen / X*)

Variabel independen merupakan variabel yang menyebabkan terjadinya perubahan variabel dependen. Variabel independen dapat dikatakan juga sebagai variabel yang memengaruhi. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Harga bawang merah ditingkat pedagang (X1)

Pedagang merupakan perorangan atau bias juga badan usaha yang bertindak atas namanya sendiri, selain itu bias juga atas nama pihak lain yang mungkin bertindak menunjuknya dan bertujuan untuk menjalankan kegiatan dengan melalui cara membeli serta menjual barang dalam skala besar secara tidak langsung kepada konsumen akhir. Pada penelitian ini data yang digunakan merupakan harga bawang merah ditingkat pedagang dengan periode bulan Januari 2020 - Desember 2022.

2. Harga bawang merah ditingkat pasar (X2)

Pasar merupakan badan usaha yang bertujuan untuk melakukan kegiatan penjualan yang secara langsung kepada konsumen akhir yang ada dalam partai kecil. Pada penelitian ini data yang digunakan harga bawang merah ditingkat pasar dengan periode bulan Januari 2020 - Desember 2022.

3.3 Metode Analisis

Analisis yang digunakan pada penelitian ini merupakan analisis data *time series* dengan data yang digunakan adalah menggunakan data kualitatif. Data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan alat pengolah data yang berupa software aplikasi yaitu SPSS. Sedangkan metode yang akan digunakan pada penelitian ini merupakan *Index of Market Connection* (IMC). Pengujian ini digunakan untuk mengetahui variabel harga bawang merah di tingkat pedagang dan harga bawang merah di tingkat pasar, terhadap harga bawang merah di tingkat petani. Pada penelitian ini menggunakan rentang waktu 36 periode yang dimulai dari Januari 2020 hingga Desember 2022, yang mana pada 1 periode yaitu 1 bulan yang dinyatakan dalam 1 kg (kilogram).

3.3.1 Analisis Integrasi Pasar

Analisis *Index of Market Connection* (IMC) adalah index yang dibatasi oleh pasar sekunder pada periode sebelumnya (t-1) terhadap pasar premier/pasar acuan pada

periode yang sebelumnya, Sutisna (2021). Penetapan harga pada periode sebelumnya (t-1) bertujuan untuk melihat fluktuasi harga yang terjadi. Analisis IMC digunakan untuk mengukur keterpaduan antara harga bawang merah di tingkat petani apakah mempengaruhi harga pada tingkat pedagang dan pasar serta untuk mempertimbangkan harga sebelumnya dengan harga saat ini. Perdukaan model ekonometrika dengan menggunakan Metode Kuadrat Terkecil (*Ordinary Last Square*) dari tingkat petani ke tingkat pedagang.

$$P_y = b_1 (P_{y_{t-1}}) + b_2 (P_g - P_{g_{t-1}}) + b_3 (P_{g_{t-1}}) + e_i \quad (1)$$

Keterangan:

P_y = Harga bawang merah pada tingkat petani saat waktu t (Rp/Kg)

$P_{y_{t-1}}$ = Harga bawang merah pada tingkat petani saat waktu t-1

P_g = Harga bawang merah pada tingkat pedagang saat waktu t (Rp/Kg)

$P_{g_{t-1}}$ = Harga bawang merah pada tingkat pedagang saat waktu t-1

b_i = Ukuran estimasi

e_i = Error

Index of Market Connection (IMC) dihitung mrnggunakan persamaan:

$$IMC = \frac{b_1}{b_3} \quad (2)$$

Keterangan:

b_1 = Koefisien regresi $P_{y_{t-1}}$

b_3 = Koefisien regresi $P_{g_{t-1}}$

Untuk harga pada tingkat pedagang dengan tingkat pasar:

$$P_y = b_1 (P_{y_{t-1}}) + b_2 (P_e - P_{e_{t-1}}) + b_3 (P_{e_{t-1}}) + e_i \quad (3)$$

Keterangan:

P_y = Harga bawang merah pada tingkat pedagang saat waktu t (Rp/Kg)

P_{yt-1} = Harga bawang merah pada tingkat pedagang saat waktu t-1

P_e = Harga bawang merah pada tingkat pasar saat itu t (Rp/Kg)

P_{et-1} = Harga bawang merah pada tingkat pasar saat waktu t-1

b_i = Ukuran estimasi

e_i = Error

Index of Market Connection (IMC) dihitung menggunakan persamaan :

$$IMC = \frac{b_1}{b_3} \quad (4)$$

Keterangan:

b_1 = Koefisien regresi P_{yt-1}

b_3 = Koefisien regresi P_{et-1}

Ketika pasar terintegrasi dalam jangka panjang atau jangka pendek, maka dapat disimpulkan bahwa pelaku pemasaran berhasil menghubungkan pasar yang satu dengan pasar lainnya meskipun terpisahkan oleh jarak. Integrasi berguna untuk mengetahui seberapa peka informasi yang didapatkan oleh pasar yang satu ke pasar yang lainnya dalam merespon perubahan harga.

Tabel 3.1 Syarat Integrasi Pasar

Keterangan	Jangka Pendek	Jangka panjang
Integrasi Kuat	IMC mendekati 0 IMC < 1	B2 mendekati 1 (>0,5)
Integrasi Lemah	IMC > 1	B2 mendekati (<0,5)
Tidak Terintegrasi	IMC tinggi	B2 sangat mendekati 0

3.3.2 Analisis Elastisitas Transmisi Harga

Analisis elastisitas transmisi harga dapat dilihat dari hasil analisis regresi sederhana. Dengan adanya elastisitas transmisi harga dapat menjelaskan mengenai

perbandingan presentae perubahan harga yang terjadi pada variabel-variabel independen dengan perubahan harga pada variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk melihat seberapa efektif sistem pemasaran dan kepekaan terhadap perubahan harga yang terjadi. Ketika terjadi perubahan pada harga pasar acuan akan mengakibatkan perubahan harga satu satuan unit pada pasar sekitarnya.

Tabel 3.2 Transmisi Harga Memiliki Kriteria Pengukuran

Nilai Elastisitas	Keterangan
$e > 1$	Elastis
$e < 1$	Inelastis
$e = 1$	Uniter
$e = 0$	Inelastis Sempurna
$e = \infty$	Elastis Sempurna

Rumus elastisitas harga pada tingkat petani dan pedagang:

$$E_x = \frac{\Delta Q_{gx}}{\Delta P_x} \times \frac{P_x}{Q_{gx}} \quad (5)$$

Keterangan:

E_x = Elastisitas transmisi harga

ΔP_x = Perubahan harga di tingkat petani ($\Delta R_p / \Delta K_g$)

ΔQ_{gx} = Perubahan harga di tingkat pedagang ($\Delta R_p / \Delta K_g$)

P_x = Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

Q_{gx} = Harga di tingkat pedagang (Rp/Kg)

Rumus elastisitas harga pada tingkat pedagang dan pasar:

$$E_x = \frac{\Delta Q_{ex}}{\Delta P_x} \times \frac{P_x}{Q_{ex}} \quad (6)$$

Keterangan:

E_x = Elastisitas transmisi harga

ΔPx = Perubahan harga di tingkat pedagang ($\Delta Rp/\Delta Kg$)

ΔQex = Perubahan harga di tingkat pasar ($\Delta Rp/\Delta Kg$)

Px = Harga di tingkat pedagang (Rp/Kg)

Qex = Harga di tingkat pasar (Rp/Kg)

Umumnya elastisitas transmisi harga memiliki nilai lebih dari satu. Pasar dapat dikatakan efisien ketika perubahan harga (fluktuasi) pada tingkat produsen ditransmisikan lebih sempurna kepada konsumen, atau ketika nilai E suatu pasar lebih tinggi dari pasar yang lain, Silitonga (1999).

3.4 Uji Statistik

3.4.1 Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya variasi dari variabel-variabel bebas yang dimasukkan dalam model untuk menjelaskan variabel tidak bebas. Nilai R^2 menyatakan jumlah besar presentase variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi. Rumus untuk mencari R^2 sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS} \quad (7)$$

Keterangan:

ESS = Jumlah kuadrat regresi

TSS = Jumlah kuadrat total

3.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F menjelaskan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sering disebut dengan pengujian signifikansi keseluruhan terhadap garis regresi guna melihat pengaruh seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel yang terkait. Hipotesis dapat diuji menggunakan Teknik analisis *variasi* (ANOVA). Uji hipotesis menggunakan persamaan sebagai berikut:

Ho: variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Ha: variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

F statistik dapat dihitung dengan rumus:

$$F = \frac{ESS/df}{RSS/df} = \frac{ESS/(k-1)}{RSS/(n-k)} \quad (8)$$

Keterangan:

ESS = Jumlah kuadrat regresi

RSS = Jumlah kuadrat residual

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel

F tabel yaitu $F_{\alpha}(k-1, n-k)$

Ketika nilai F hitung sudah diketahui berapa besarnya, maka akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Kriteria uji F hitung adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) diterima, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dapat dilihat melalui nilai signifikansi F pada tingkat α sebesar 5%. Perbandingan antara nilai signifikansi F dengan nilai signifikansi 0,05 meliputi kriteria sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $F > 0,05$, maka hipotesis tidak teruji sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel - variabel independen secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika signifikansi $F < 0,05$, maka hipotesis teruji sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel - variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.4.3 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t memiliki tujuan menjelaskan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya tetap.

Hipotesis persamaan untuk uji t adalah sebagai berikut:

H_0 = Variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen

H_a = Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Uji Statistik t dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{s(b_i)} \quad (9)$$

Keterangan:

b_i = Koefisien Regresi

$S(b_i)$ = Standar error penduga koefisien regresi

t tabel = $t(\alpha/2 ; n-k)$

Ketika nilai t hitung sudah diketahui besarnya, maka akan dibandingkan dengan nilai t tabel. Kriteria pengujian uji t ialah sebagai berikut:

1. Ketika nilai t hitung $>$ t tabel, maka menolak H_0 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Ketika nilai t hitung $<$ t tabel, maka menerima H_0 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Dapat dilihat melalui nilai signifikansi t pada tingkat α sebesar 5%. Perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05, meliputi kriteria sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $t > 0,05$, maka hipotesis tidak teruji sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel-variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi $t > 0,05$, maka hipotesis teruji sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel-variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.4.4 Uji Asumsi Klasik

3.4.4.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji regresi linear apakah terdapat korelasi residual pada periode t dengan kesalahan pada $t-1$. Autokorelasi dapat dideteksi menggunakan uji Durbin Watson Test dengan menggunakan nilai Durbin Watson (DW). Kriteria adanya sebuah autokorelasi merupakan sebagai berikut:

1. $d < d_L$, menolak H_0 yang artinya terdapat autokorelasi positif (koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol).
2. $d > 4-d_L$, menolak H_0 yang berarti terdapat autokorelasi negatif (koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol).
3. $d_U < d < 4-d_U$, menerima H_0 yang berarti tidak terdapat autokorelasi.
4. $d_L \leq d \leq d_U$ atau $4-d_U \leq d \leq 4-d_L$, tidak dapat disimpulkan.

3.4.4.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat korelasi tinggi atau sempurna antar variabel independen. Multikolinearitas dalam suatu model regresi diketahui dengan menghitung nilai Variance Inflation Factor (VIF). VIF berguna untuk mengukur kenaikan dari koefisien penduga regresi dengan membandingkan dengan variabel independen yang dihubungkan secara linear. Kriteria dalam uji multikolinearitas sebagai berikut (Ghozali, 2016):

1. Jika nilai $VIF < 10$ atau nilai $Tolerance > 0,01$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya multikolinearitas.
2. Jika nilai $VIF > 10$ atau nilai $Tolerance < 0,01$, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas.

3.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan ketika model regresi memiliki ketidakcocokan antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Heteroskedastisitas berupa gambaran grafik dengan melihat pola (scatterplot). regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas ketika titik-titik data menyebar disekitar angka 0, penyebaran titik tidak berpola.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, membahas mengenai integrasi harga bawang merah di Desa Karangmalang Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan harga bawang merah dengan menggunakan data primer dalam bentuk *time series* yang diambil pada periode Januari 2020 – Desember 2022. Data diperoleh dari wawancara langsung dengan petani bawang merah. Pasar dikatakan efisien ketika suatu informasi dapat mempengaruhi harga pada padas, indikasi efisien terbentuk disebabkan adanya interaksi yang terjadi antara dua pasar yang dilihat dari transmisi harga dan tingkat integrasi pasar.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis hubungan integrasi harga bawang merah ditingkat petani, pada tingkat pedagang dan ditingkat pasar. Dengan menggunakan metode IMC (*Index of Market Connection*). Penelitian ini menggunakan alat analisis software SPSS 26. Dengan variabel dependen berupa harga bawang merah pada tingkat petani, dan variabel independen berupa harga bawang merah di tingkat pedagang dan harga bawang merah di tingkat pasar.

4.1 Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data dalam penelitian digunakan untuk menggambarkan mengenai data apa sajakah yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini menganalisis variable-variabel yang mempengaruhi harga bawang merah khususnya di Desa Karangmalang Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Data yang diperoleh adalah sebanyak 36 periode, dari bulan Januari 2020 hingga Desember 2022. Deskripsi data menguraikan nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimal, dan nilai minimum dari setiap variable yang digunakan dalam penelitian, diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif

Variablel (Rp/Kg)	Mean	Standar Deviasi	Maksimum	Minimum
Harga Tingkat Petani	22.027	6.708,14	40.000	10.000
Harga Tingkat Pedagang	32.444	5.427,15	50.000	25.000
Harga Tingkat Pasar	34.361	5.928,88	55.000	26.000

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa harga bawang merah pada tingkat petani memiliki nilai rata-rata sebesar Rp22.027 dengan nilai maksimum mencapai Rp40.000. Harga minimum pada tingkat petani hanya sebesar Rp10.000 dan standar deviasi sebesar 6.708,14. Kenaikan dan penurunan harga dipengaruhi oleh beberapa factor seperti: curah hujan dan pasokan impor. Harga juga ditentukan dari biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk membudidayakan bawang merah, tidak hanya biaya namun waktu dan tenaga juga dapat mempengaruhi harga bawang merah. Biaya yang dikeluarkan seperti biaya untuk membeli bibit bawang merah, biaya untuk membeli pupuk. Ketika harga bibit maupun harga pupuk mengalami kenaikan maka dapat meningkatkan harga jual bawang merah. Setidaknya ketika harga bibit maupun harga pupuk sedang turun maka harga juga akan menurun. Factor cuaca dapat menentukan kualitas bawang merah yang dihasilkan, ketika curah hujan tinggi maka berpotensi membuat kualitas bawangmerah menurun hingga rusak.

Pada tingkat pedagang memiliki rata-rata sebesar Rp32.444 dengan nilai maksimum mencapai Rp50.000. Harga minimum pada tingkat pedagang hanya sebesar Rp25.000 dengan standar deviasi sebesar 5.427,15. Harga pada tingkat pedagang ditentukan oleh beberapa factor salah satunya oleh seberapa banyak bawang merah yang dihasilkan oleh petani. Serta kualitas yang dihasilkan oleh petani, ketika bawang merah yang dihasilkan petani memiliki kualitas yang tinggi maka harga pada tingkat pedagang dapat meningkat. Sebaliknya, jika bawang merah yang dihasilkan petani

memiliki kualitas yang rendah maka harga pada tingkat pedagang akan menurun. Faktor lain yang mempengaruhi harga adalah jumlah permintaan bawang merah sebagai penentu naik atau turunnya harga. Ketika permintaan pasar terhadap bawang merah tinggi dan bawang merah yang dihasilkan petani juga stabil maka harga juga akan mengalami kestabil. Ketika permintaan pasar tinggi sedangkan bawang merah yang dihasilkan petani rendah, maka harga akan meningkat. Sebaliknya jika permintaan pasar rendah sedangkan bawang merah yang dihasilkan petani tinggi maka harga bawang merah akan mengalami penurunan.

Pada tingkat pasar memiliki rata-rata sebesar Rp34.361 dengan nilai maksimum mencapai Rp55.000. Harga minimum pada tingkat pasar hanya sebesar Rp26.000 dengan standar deviasi sebesar 5.928,88. Perubahan harga pada tingkat pasar biasanya disebabkan oleh jumlah penawaran sedikit sedangkan jumlah permintaan tinggi, sehingga pasar harus meningkatkan harga untuk mendapatkan keuntungan. Semakin Panjang rantai pemasaran maka akan mengakibatkan terjadinya transmisi harga yang semakin besar.

4.2 Hasil dan Analisis

4.2.1 Analisis Keterpaduan Harga Bawang Merah Pada Tingkat Petani dan Tingkat Pedagang

4.2.1.1 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variable dependen dapat dijelaskan oleh variable independent. R square biasanya dijelaskan melalui presentase (%). Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan antara harga bawang merah tingkat petani dan harga bawang merah tingkat pedagang adalah sebesar 0,652 atau sebesar 65,2%. Hal ini mengandung arti bahwa harga bawang merah tingkat petani berpengaruh secara simultan terhadap harga bawang merah tingkat pedagang yakni sebesar 65,2%.

4.2.1.2 Uji F

Uji F berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1026.228	1	1026.228	63.585	.000 ^b
	Residual	548.745	34	16.140		
	Total	1574.972	35			

Sumber: Olah data menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil output diatas, nilai koefisien F hitung yang dihasilkan dari analisis regresi antara bawang merah pada tingkat petani dengan bawang merah ditingkat pedagang adalah sebesar 63,585 dan tingkat signifikansi 0,000 dengan α sebesar 5%. Nilai signifikan F $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara harga bawang merah tingkat petani dengan harga bawang merah ditingkat pedagang.

4.2.1.3 Uji t

Uji t berguna untuk mengetahui pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen. Hipotesis dari uji t diantaranya adalah sebagai berikut:

Ho = variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

Ha = variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen

Berdasarkan hasil analisis olah data yang telah dilakukan, nilai t hitung untuk yang dihasilkan dari analisis regresi antara harga bawang merah ditingkat petani dengan bawang merah ditingkat pedagang adalah 7.974. Dengan tingkat sigifikansi 0.000 yang berarti bahwa hipotesis nol (H0) ditolak karena nilai signifikansi t adalah $0.000 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara harga bawang merah pada tingkat pedagang dengan harga bawang merah ditingkat petani.

4.2.1.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorekasi menggunakan uji Durbin Waston yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi atau hubungan yang dipisahkan dengan jeda waktu tertentu.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Waston
1	.807 ^a	.652	.641	4.01741	1.795

Sumber: Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil analisis output diatas, nilai Durbin Waston adalah sebesar 1,795. Jika dibandingkan dengan nilai d pada tingkat $\alpha = 5\%$, sehingga diperoleh nilai $d_u = 1,524$. Dengan perbandingan yang diperoleh $d_u < d < 4-d_u$ ($1,524 < 1,795 < 2,476$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negative.

4.2.1.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, nilai VIF dan nilai Tolerance adalah 1.000. Dengan demikian maka nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,01$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa antara harga bawang merah di tingkat petani dengan harga bawang merah tingkat di pedagang tidak terjadi multikolinearitas. Sehingga, variabel independen (pedagang) dapat dianggap sebagai predictor yang valid untuk variabel dependen (petani).

4.2.1.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yang saya lakukan dengan menggunakan metode grafik diagram scatterplot. Jika dianalisis dari diagram scatterplot titik-titiknya yang menyebar tidak membentuk sebuah pola atau menyebar secara acak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.1.7 Keterpaduan Harga Bawang Merah Tingkat Petani dan Pedagang

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$P_y = 0,214 (P_{y_{t-1}}) + 0,998 (P_g - P_{g_{t-1}}) + 0,280 (P_{g_{t-1}}) + e_i$$

Hasil regresi antara harga bawang merah tingkat petani dengan tingkat pedagang berguna untuk mengetahui tingkat integrasi atau keterpaduan pasar dengan melihat nilai IMC (*Index Market of Connection*). Keterpaduan harga pada tingkat petani dengan harga tingkat pedagang dapat dilihat menggunakan rumus berikut:

$$IMC = \frac{b_1}{b_3}$$

Didapatkan nilai b1 sebesar 0,214 dan b3 sebesar 0,280. Sehingga dimasukkan kedalam rumus sebagai berikut:

$$IMC = \frac{0,214}{0,280} = 0,7643$$

IMC sebesar 0,7643 ($IMC < 1$) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat integrasi/keterpaduan jangka pendek antara harga bawang merah ditingkat petani dengan bawang merah ditingkat pedagang. Integrasi jangka panjang dilihat dari nilai koefisien b2, ketika $b_2 > 0,5$ nilai koefisien b2 pada penelitian ini sebesar 0,998. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat integrasi kuat dalam jangka panjang antara harga bawang merah pada tingkat petani dengan harga bawang merah ditingkat pedagang.

4.2.2 Analisis Keterpaduan Harga Bawang Merah Pada Tingkat Pedagang dan Tingkat Pasar

4.2.2.1 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variable dependen dapat dijelaskan oleh variable independent. R square biasanya dijelaskan melalui presentase (%). Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan antara harga bawang merah tingkat pedagang dengan harga bawang merah tingkat pasar adalah sebesar 0,618 atau sebesar 61,8%. Hal ini mengandung arti bahwa harga bawang merah tingkat pedagang berpengaruh secara simultan terhadap harga bawang merah tingkat pasar yakni sebesar 61,8%.

4.2.2.2 Uji F

Uji F berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	973.932	1	973.932	55.094	.000 ^b
1	Residual	601.040	34	17.678		
	Total	1574.972	35			

Sumber: Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil output diatas, nilai koefisien F hitung dari analisis regresi antara harga bawang merah ditingkat pedagang dengan bawang merah ditingkat pasar adalah sebesar 55.094 dan tingkat signifikansi 0,000 dengan α sebesar 5%. Nilai signifikan $F 0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara harga bawang merah tingkat pedagang dengan harga bawang tingkat pasar.

4.2.2.3 Uji t

Uji t berguna untuk mengetahui pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen. Hipotesis dari uji t diantaranya adalah sebagai berikut:

H_0 = variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

H_a = variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen

Berdasarkan hasil analisis olah data yang telah dilakukan, nilai t hitung untuk yang dihasilkan dari analisis regresi antara harga bawang merah pada tingkat pedagang dengan bawang merah ditingkat pasar adalah 7.423. Dengan tingkat sigifikansi 0.000 yang berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak karena nilai signifikansi t adalah $0.000 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara harga bawang merah ditingkat pasar dengan bawang merah pada tingkat pedagang.

4.2.2.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorekasi menggunakan uji Durbin Waston yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi atau hubungan yang dipisahkan dengan jeda waktu tertentu.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Waston
1	.786 ^a	.618	.607	4.20448	1.695

Sumber: Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil analisis output diatas, nilai Durbin Waston adalah sebesar 1,695. Jika dibandingkan dengan nilai d pada tingkat $\alpha = 5\%$, sehingga diperoleh nilai $d_u = 1,524$. Dengan perbandingan yang diperoleh $d_u < d < 4-d_u$ ($1,524 < 1,695 < 2,476$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negative.

4.2.2.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, nilai VIF dan nilai Tolerance adalah 1.000. Dengan demikian maka nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,01$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa antara harga bawang merah tingkat pedagang dengan harga bawang merah tingkat pasar tidak terjadi multikolinearitas.

4.2.2.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yang saya lakukan dengan menggunakan metode grafik diagram scatterplot. Jika dianalisis dari diagram *scatterplot* titik-titiknya yang menyebar tidak membentuk sebuah pola atau menyebar secara acak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.2.7 Keterpaduan Harga Bawang Merah Tingkat Pedagang dan Tingkat Pasar

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$P_y = 0,890 (P_{y_{t-1}}) + 0,890 (P_e - P_{e_{t-1}}) + 0,618(P_{e_{t-1}}) + e_i$$

Hasil regresi antara harga bawang merah tingkat pedagang dengan tingkat pasar berguna untuk mengetahui tingkat integrasi atau keterpaduan pasar dengan melihat nilai IMC (*Index Market of Connection*). Keterpaduan harga pada tingkat pedagang dengan harga tingkat pasar dapat dilihat menggunakan rumus berikut:

$$IMC = \frac{b_3}{b_1}$$

Didapatkan nilai b_1 sebesar 0,890 dan b_3 sebesar 0,618. Sehingga dimasukkan kedalam rumus sebagai berikut:

$$IMC = \frac{0,618}{0,890} = 0,6944$$

IMC sebesar 0,6944 ($IMC < 1$) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat integrasi/keterpaduan jangka pendek antara harga bawang merah ditingkat pedagang dengan bawang merah ditingkat pasar. Integrasi jangka panjang dilihat dari nilai koefisien b_2 , ketika $b_2 > 0,5$ nilai koefisien b_2 pada penelitian ini sebesar 0,890. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat integrasi kuat dalam jangka panjang antara harga bawang merah ditingkat pedagang dengan bawang merah pada tingkat pasar.

4.2.3 Elastisitas Transmisi Harga Bawang Merah pada Tingkat Petani dengan Harga Bawang Merah pada Tingkat Pedagang

Analisis elastisitas transmisi harga bertujuan untuk mengetahui perubahan kenaikan maupun penurunan jumlah permintaan bawang merah terhadap perubahan harga. Berikut merupakan hasil dari analisis elastisitas transmisi harga bawang merah tingkat petani dengan pedagang:

Tabel 4.2 Hasil Analisis Elastisitas Transmisi Harga Bawang Merah Tingkat Petani dan Harga Bawang Merah Tingkat Pedagang

Variabel	Koefisien	Signifikansi
Harga rill Bawang Merah Pada bulan t	0,828	
R2	0,686	
F hitung	74,197	0,000
t hitung	8,614	0,000
DW	1,625	
VIF	1,000	
Elastisitas	0,562	

4.2.3.1 Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R2) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variable dependen dapat dijelaskan oleh variable independent. R square biasanya dijelaskan melalui presentase (%). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, nilai R2 yang didapatkan sebagai respon harga bawang merah pada tingkat petani karena perubahan harga bawang merah ditingkat pedagang adalah sebesar 0,686. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa harga rill bawang merah pada tingkat petani dapat dijelaskan oleh variabel bebas berupa harga rill bawang merah pada tingkat pedagang yang memiliki pengaruh sebesar 68,6%, sedangkan 31,4% dijelaskan oleh variabel lain.

4.2.3.2 Uji F

Uji F berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	1019.035	1	1019.035	74.197	.000 ^b
1	Residual	466.965	34	13.734		
	Total	1486.000	35			

Sumber: Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil output diatas, nilai koefisien F hitung dari analisis regresi antara harga bawang merah pada tingkat petani dengan harga bawangmerah ditingkat pedagang adalah sebesar 74.197 dan tingkat signifikansi 0,000 dengan α sebesar 5%. Nilai signifikan F $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga rill bawang merah tingkat pedagang berpengaruh secara signifikan terhadap harga rill bawang merah tingkat petani.

4.2.3.3 Uji t

Uji t memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis uji t diantaranya adalah;

Ho = Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

Ha = Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Berdasarkan hasil dari analisisregresi nilai koefisiensi t-hitung pada variabel harga rill bawang merah pedagang adalah sebesar 8,614 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan tingkat α sebesar 5%. Nilai signifikansi t $0,000 < 0,05$ sehingga menolak Ho. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga rill bawang merah tingkat pedagang berpengaruh secara signifikan terhadap harga rill bawang merah tingkat petani. Koefisien pada variabel harga rill bawang merah tingkat pedagang sebesar 0,828 menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif. Menjelaskan bahwa ketika terjadi perubahan harga rill bawang merah pada ditingkat pedagang sebesar Rp100/Kg maka akan meningkatkan harga rill bawangmerah tingkat petani sebesar Rp82,8/Kg.

4.2.3.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorekasi menggunakan uji Durbin Waston yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi atau hubungan yang dipisahkan dengan jeda waktu tertentu.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Waston
1	.828 ^a	.686	.677	3.70598	1.625

Sumber: Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil analisis output diatas, nilai Durbin Waston adalah sebesar 1,625. Jika dibandingkan dengan nilai d pada tingkat $\alpha = 5\%$, sehingga diperoleh nilai $d_u = 1,524$. Dengan perbandingan yang diperoleh $d_u < d < 4-d_u$ ($1,524 < 1,625 < 2,476$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negative.

4.2.3.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai VIF sebesar sehingga $VIF < 10$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga rill bawang merah tingkat pedagang tidak terjadi multikolinearitas.

4.2.3.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yang saya lakukan dengan menggunakan metode grafik diagram scatterplot. Jika dianalisis dari diagram *scatterplot* titik-titiknya yang menyebar tidak membentuk sebuah pola atau menyebar secara acak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.3.7 Uji Elastisitas

Analisis elastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah perubahan harga bawangmerah pada tingkat pedagang ditransmisikan dengan baik kepada petani bawang merah. Dari hasil analisis didapatkan nilai $\Delta Q_{gx}/\Delta P_x$ sebesar 0,828 dengan nilai P_x (22,027) dan nilai Q_{gx} (32,444). Persamaan untuk mencari elastisitas transmisi harga adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} E_x &= \frac{\Delta Q_{gx}}{\Delta P_x} \times \frac{P_x}{Q_{gx}} \\ &= 0,828 \times \frac{22,027}{32,444} \\ &= 0,562 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai koefisien elastisitas transmisi harga bawang merah sebesar 0,562. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ketika terjadi

kenaikan harga sebesar 1% pada tingkat pedagang, maka akan menyebabkan harga bawang merah pada tingkat petani meningkat sebesar 0,562%. Karena nilai elastisitas kurang dari 1, maka menunjukkan bahwa elastisitas harga bersifat inelastis ($e < 1$). Hal ini menjelaskan bahwa transmisi harga di tingkat pedagang dan tingkat petani lemah, sehingga struktur pasar yang terbentuk bukan merupakan pasar persaingan sempurna.

4.2.4 Elastisitas Transmisi Harga Bawang Merah pada Tingkat Pedagang dengan Harga Bawang Merah pada Tingkat Pasar

Analisis elastisitas transmisi harga bertujuan untuk mengetahui perubahan kenaikan maupun penurunan jumlah permintaan bawang merah terhadap perubahan harga. Berikut merupakan hasil dari analisis elastisitas transmisi harga bawang merah tingkat pedagang dengan pasar:

Tabel 4.3 Hasil Analisis Elastisitas Transmisi Harga Bawang Merah Tingkat Pedagang dan Harga Bawang Merah Tingkat Pasar

Variabel	Koefisien	Signifikansi
Harga riil Bawang Merah Pada bulan t	0,825	
R ²	0,681	
F hitung	72,712	0,000
t hitung	8,527	0,000
DW	1,718	
VIF	1,000	
Elastisitas	0,529	

4.2.4.1 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variable dependen dapat dijelaskan oleh variable independent. R square biasanya dijelaskan melalui presentase (%). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, nilai R² yang didapatkan sebagai respon harga bawang merah ditingkat pedagang karena perubahan harga bawang merah pada tingkat pasar adalah sebesar 0,681. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa harga riil bawang merah pada tingkat pedagang dapat dijelaskan oleh variabel bebas berupa harga riil bawang merah pada tingkat pasar yang memiliki pengaruh sebesar 68,1%, sedangkan 31,9% dijelaskan oleh variabel lain.

4.2.4.2 Uji F

Uji F berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	1012.540	1	1012.540	72.712	.000 ^b
1	Residual	473.460	34	13.925		
	Total	1486.000	35			

Sumber: Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil output diatas, nilai koefisien F hitung dari analisis regresi antara harga bawang merah pada tingkat pedagang dengan harga bawang merah ditingkat pasar adalah sebesar 72,712 dan tingkat signifikansi 0,000 dengan α sebesar 5%. Nilai signifikan F $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga rill bawang merah tingkat pasar berpengaruh secara signifikan terhadap harga rill bawang merah tingkat pedagang.

4.2.4.3 Uji t

Uji t memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis uji t diantaranya adalah;

Ho = Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

Ha = Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Berdasarkan hasil dari analisis regresi nilai koefisiensi t-hitung pada variabel harga rill bawang merah pasar adalah sebesar 8,527 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan tingkat α sebesar 5%. Nilai signifikansi t $0,000 < 0,05$ sehingga menolak Ho. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga rill bawang merah tingkat pasar berpengaruh secara signifikan terhadap harga rill bawang merah tingkat pedagang. Koefisien pada variabel harga rill bawang merah tingkat pasar sebesar 0,825

menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif. Menjelaskan bahwa ketika terjadi perubahan harga rill bawang merah ditingkat pasar sebesar Rp100/Kg maka akan meningkatkan harga rill bawang merah tingkat pedagang sebesar Rp82,5/Kg.

4.2.4.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi menggunakan uji Durbin Waston yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi atau hubungan yang dipisahkan dengan jeda waktu tertentu.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Waston
1	.825 ^a	.681	.672	3.73166	1.718

Sumber: Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil analisis output diatas, nilai Durbin Waston adalah sebesar 1,718. Jika dibandingkan dengan nilai d pada tingkat $\alpha = 5\%$, sehingga diperoleh nilai $du = 1,524$. Dengan perbandingan yang diperoleh $du < d < 4-du$ ($1,524 < 1,718 < 2,476$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif.

4.2.4.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai VIF sebesar sehingga $VIF < 10$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga rill bawang merah tingkat pasar tidak terjadi multikolinearitas.

4.2.4.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yang saya lakukan dengan menggunakan metode grafik diagram scatterplot. Jika dianalisis dari diagram *scatterplot* titik-titiknya yang menyebar tidak membentuk sebuah pola atau menyebar secara acak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.4.7 Uji Elastisitas

Analisis elastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah perubahan harga bawang merah di tingkat pedagang ditransmisikan dengan baik kepada pasar bawang merah. Dari hasil analisis didapatkan nilai $\Delta Q_{ex}/\Delta P_x$ sebesar 0,825, nilai P_x (22,027) dan nilai Q_{ex} (34,361). Persamaan untuk mencari elastisitas transmisi harga adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} E_x &= \frac{\Delta Q_{ex}}{\Delta P_x} \times \frac{P_x}{Q_{ex}} \\ &= 0,825 \times \frac{22,027}{34,361} \\ &= 0,529 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai koefisien elastisitas transmisi harga bawang merah sebesar 0,529. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pada saat terjadi kenaikan harga sebesar 1% pada tingkat pasar, maka akan mengakibatkan harga bawang merah pada tingkat pedagang meningkat sebesar 0,529%. Karena nilai elastisitas kurang dari 1, maka menunjukkan bahwa elastisitas harga bersifat inelastis ($e < 1$). Hal ini menjelaskan bahwa transmisi harga pada tingkat pasar dan pada tingkat pedagang lemah, sehingga struktur pasar yang terbentuk bukan merupakan pasar persaingan sempurna.

4.3 Pembahasan

Bawang merah adalah salah satu hasil pertanian yang menjadi sumber perekonomian masyarakat di Kabupaten Brebes, khususnya di Desa Karangmalang Kecamatan Ketanggungan. Karena bawang merah merupakan salah satu tanaman hortikultura yang sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok pangan. Selain itu, bawang merah merupakan komoditas penting bagi masyarakat Indonesia dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Desa Karangmalang Kecamatan Ketanggungan terdapat sejumlah petani bawang merah guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Karena bawang merah merupakan jenis tanaman hortikultura yang memiliki sifat musiman dan dipengaruhi oleh iklim, sehingga bawang merah sering kali mengalami harga yang tidak pasti atau yang biasa disebut fluktuasi harga.

Harga bawang merah dapat berfluktuasi, terkadang harga mengalami kenaikan ataupun penurunan. Pada penelitian ini harga bawang merah mengalami peningkatan disaat tidak musimpanen sehingga harga bawang merah akan mengalami kenaikan yang cukup signifikan karena jumlah produksi/pasokan bawang merah sedikit. Harga bawang merah juga mengalami penurunan ketika musim panenraya, harga bawang merah akan mengalami penurunan yang sangat drastis karena produksi/pasokan bawang merah yang jumlahnya melimpah.

Nilai IMC menunjukkan bahwa derajat integrasi harga ditingkat petani mempengaruhi harga ditingkat pedagang dan pedagang ke pasar. Keterintegrasian harga dalam jangka pendek menunjukkan bagaimana pelaku pemasaran menunjukkan bagaimana pelaku pemasaran menghubungkan pasar-pasar yang secara geografis terpisah dan menghubungkan informasi serta komoditi. Integrasi dianggap berpengaruh ketika nilai $(IMC < 1)$. Keintegrasian dalam jangka panjang dapat dilihat dari nilai koefisien b_2 . Ketika nilai koefisien $b_2 < 0,5$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terjadi integrasi lemah dalam jangka panjang.

Hasil analisis regresi untuk keterpaduan harga bawang pada tingkat petani dengan tingkat pedagang dan pada tingkat petani dengan tingkat pasar sama-sama terintegrasi jangka pendek dan terintegrasi kuat dalam jangka panjang. Hal ini dimungkinkan karena jarak yang dekat mempengaruhi proses pemasaran dan perdagangan dalam penentuan harga. Sehingga memudahkan dalam mendapatkan informasi dan menyesuaikan kondisi pada pasar acuan, kondisi pasar tersebut dapat dikatakan dengan pasar sempurna

Pada analisis elastisitas transmisi harga bawang merah pada tingkat pedagang dan pasar ditransmisikan secara lemah pada tingkat produsen. Elastisitas transmisi harga pada penelitian ini bersifat inelastis. Perubahan harga bawang merah pada tingkat petani lebih lambat daripada perubahan harga di tingkat pedagang dan pasar. Maka dapat disimpulkan bahwa sistem pemasaran tidak efisien, sehingga kurang ditransmisikan dengan baik pada setiap tingkatan harga.

BAB V

Kesimpulan dan Implikasi

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian di atas maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga bawang merah ditingkat petani dan pedagang terdapat integrasi jangka pendek ($IMC < 1$) yang berarti terintegrasi kuat dan dalam jangka panjang juga terdapat integrasi yang kuat ($b_2 > 0,5$). Integrasi terjadi karena ketika terjadi perubahan harga diikuti dengan informasi yang menjadikan perubahan harga di lembaga tataniaga yang lainnya, sehingga dapat dikatakan pasar sempurna.
2. Harga bawang merah pada tingkat pedagang dan pasar terdapat integrasi jangka pendek ($IMC < 1$) yang berarti terintegrasi dengan kuat, dan dalam jangka panjang juga terdapat integrasi yang kuat karena ($b_2 > 0,5$). Integrasi terjadi karena ketika terjadi perubahan harga diikuti dengan informasi yang menjadikan perubahan harga di lembaga tataniaga yang lainnya, sehingga dapat dikatakan pasar sempurna.
3. Elastisitas transmisi harga bawang merah di tingkat pedagang terhadap harga di tingkat petani belum efisien. Elastisitas transmisi harga bawang merah bersifat inelastis ($e < 1$), hal ini karena adanya perubahan harga pada mata rantai tataniaga kurang ditransmisikan dengan baik, sehingga dapat diartikan ketika terjadi kenaikan sebesar 1 persen harga pada tingkat pedagang akan mengakibatkan perubahan harga kurang dari 1 persen (0,562%).
4. Elastisitas transmisi harga bawang merah pada tingkat pasar terhadap harga pada tingkat pedagang belum efisien. Elastisitas transmisi harga bawang merah bersifat inelastis ($e < 1$), hal ini karena adanya perubahan harga pada mata rantai tataniaga kurang ditransmisikan dengan baik, sehingga dapat diartikan ketika terjadi kenaikan sebesar 1 persen harga pada tingkat pasar akan mengakibatkan perubahan harga kurang dari 1 persen (0,529%).

5.2 Implikasi

Berdasarkan penelitian diatas, maka implikasi yang dapat disampaikan adalah:

1. Bawang merah yang ada ditingkat petani ke pedagang dan pedagang ke pasar sudah terbentuk integrasi harga. Hal ini berarti setiap terjadi perubahan di lembaga tataniaga yang satu maka akan di ikuti lembaga tataniaga yang lain. Kondisi ini mencerminkan adanya akses informasi yang terjadi pada mata rantai tataniaga bawang merah dan perlu untuk terus dipertahankan
2. Perubahan pada tingkat pedagang dan pasar belum mencerminkan perubahan yang sama antar pelaku tataniaga. Perubahan harga yang terjadi pada pedagang arah perubahan harga ke petani lebih kecil, demikian halnya perubahan harga di pasar (konsumen) arah perubahan harga ke pedagang juga lebih kecil. Kondisi ini menjadikan perlunya kebijakan yang berpihak ke petani bawang merah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I. G., & Daryanto, J. (2017). Analisis Integrasi Pasar Beras di Provinsi Bali . *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, Vol 6 (1).
- Anggara, D., & Patanda, M. (2018). Keterpaduan Pasar Ikan Laut Segar di Pasar Muara Baru Jakarta Utara dan Pasar Jembatan Lima Jakarta Barat. *Jurnal Satya Minabahari*, 28-40.
- Anindita, R. (2004). *Pemasaran Hasil Pertanian*. Surabaya.
- Arnanto, Hartoyo, S., & Ridayati, W. (2014). Analisis Integrasi Pasar Spasial Komoditi Pangan Antar Provinsi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan* , Vol. 3 Issue 2.
- Aryanta, I. W. (2019). Bawang Merah dan Manfaatnya Bagi Kesehatan . Vol.1 (1).
- Asmara, R., & Ardiani, R. (2010). Integrasi Pasar Dalam Sistem Pemasaran Bawang Merah. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 165-176.
- Boediono. (2014). *Ekonomi Internasional - Pengantar Ilmu Ekonomi*. BPFE-Yogyakarta.
- Hasyim. (1994). *Tataniaga Pertanian Diktat Kuliah Fakultas Pertanian Universitas Lampung* . Bandar Lampung.
- Kustiar, R., Sejati, W. K., & Yulmahera, R. (2018). Integrasi Pasar dan Pembentukan Harga Cabai Merah di Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*, 36 (1) 39.
- Lathifah, Radiansah, D., & Indarastuti, E. (2021). Analisis Saluran Tataniaga dan Margin Tataniaga Kelapa di Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Agribisnis*, Vol.23 (1).
- Lobo, J. O., Wiendiyati, & Un, P. (2019). Analisis Integrasi Pasar Tomat di Kecamatan Kupang Barat Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur.
- Mubyarto. (1989). *Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial* . PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Noer, I. (2014). Integrasi Pasar Beras di Provinsi Lampung. Vol.8 (1).
- Nuraeni, D., Anindita, R., & Syafrial. (2016). Analisis Variasi Harga dan Integrasi Pasar Bawang Merah di Jawa Barat. *Jurnal Sosial Ekonomi*, Vol.26 (3) 163-172.
- Pramita, D. A., & Ruslan, J. A. (2022). Integrasi Pasar Daging Sapi Nusa Tenggara Timur Dengan Pasar Acuan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol.3 (2) 94-102.
- Shadhganga. (2019). *Chapter 2 Theory of Market Integration*.
- Sumaiyah, S., Subari, S., & Ariyani, A. H. (2013). Analisis Integrasi Pasar Bawang Merah di Kabupaten Pamekasan. Vol.2 (1) 77-89.

- Sutisna, A. D. (2021). Analisis Integrasi Pasar dan Transmisi Harga Gabah di Provinsi Lampung. Vol 2 (2).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi Yogyakarta.
- Warokka, F. Y., Rumagit, G. A., & Timbun, J. F. (2021). Analisis Elastisitas Transmisi Harga Kopra di Desa Pondos Kecamatan Amurang Barat Kabupaten Minahasa Selatan. Vol.3 (2) 193-198.
- Widyawati, L. F. (2016). Rantai Nilai Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Brebes Jawa Tengah. 86-95.
- Yuniarti, D., Rahayu, E. S., & Harisudin, M. (2018). Analisis Integrasi Pasar dan Transmisi Harga Gabah dan Beras Organidk di Boyolali.
- Zahra, Hakim, D. B., & Falatehan, A. F. (2020). Integrasi Pasar Kopi Robusta Lampung dengan Pasar Bursa London . *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, Vol.4 (4) 893-907.
- Zunaidah, A. D., Setiawan, B., & Anindita, R. (2016). Analisis Integrasi Pasar Apel. Vol.26 (3) 183-194.
- BPS. (n.d.). *Produktivitas Bawang Merah*. Retrieved from <https://brebeskab.bps.go.id/indicator/55/70/1/produktivitas-bawang-merah.html>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penelitian

BULAN/TAHUN	HARGA PETANI	HARGA PEDAGANG	HARGA PASAR
Januari 2020	20.000	35.000	37.000
Februari 2020	20.000	33.000	35.000
Maret 2020	20.000	34.000	35.000
April 2020	28.000	31.000	33.000
Mei 2020	35.000	40.000	42.000
Juni 2020	35.000	43.000	45.000
Juli 2020	30.000	35.000	36.000
Agustus 2020	25.000	29.000	30.000
September 2020	21.000	27.000	28.000
Oktober 2020	22.000	26.000	28.000
November 2020	26.000	29.000	30.000
Desember 2020	21.000	28.000	30.000
Januari 2021	17.000	34.000	37.000
Februari 2021	16.000	32.000	35.000
Maret 2021	20.000	33.000	35.000
April 2021	18.000	30.000	32.000
Mei 2021	20.000	29.000	31.000
Juni 2021	19.000	31.000	33.000
Juli 2021	21.000	33.000	35.000
Agustus 2021	20.000	35.000	36.000
September 2021	17.000	26.000	28.000
Oktober 2021	16.000	27.000	28.000
November 2021	11.000	27.000	28.000
Desember 2021	10.000	25.000	26.000
Januari 2022	14.000	28.000	30.000
Februari 2022	20.000	33.000	35.000
Maret 2022	24.000	35.000	37.000
April 2022	18.000	29.000	31.000
Mei 2022	26.000	32.000	33.000
Juni 2022	29.000	38.000	40.000
Juli 2022	40.000	50.000	55.000
Agustus 2022	35.000	45.000	48.000
September 2022	21.000	33.000	35.000
Oktober 2022	21.000	31.000	33.000
November 2022	19.000	32.000	33.000
Oktober 2022	18.000	30.000	34.000
Rata-Rata	22.027	32.444	34.361

Lampiran 2 Hasil Analisis SPSS IMC pada Tingkat Petani dengan Pedagang

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.652	.641	4.01741

a. Predictors: (Constant), Pedagang

b. Dependent Variable: Petani

Coefficients^a

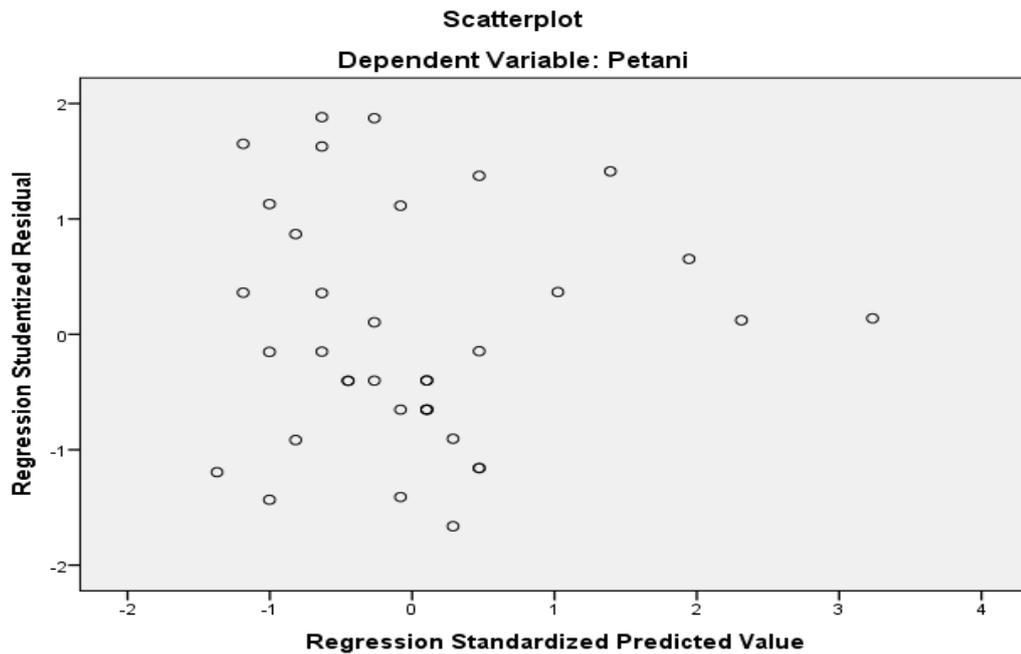
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-10.343	4.114		-2.514	.017
Pedagang	.998	.125	.807	7.974	.000

a. Dependent Variable: Petani

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-10.343	4.114		-2.514	.017		
Pedagang	.998	.125	.807	7.974	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Petani



Lampiran 3 Hasil Analisis SPSS IMC pada Tingkat Pedagang dengan Pasar

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.618	.607	4.20448

a. Predictors: (Constant), Pasar

b. Dependent Variable: Pedagang

Coefficients^a

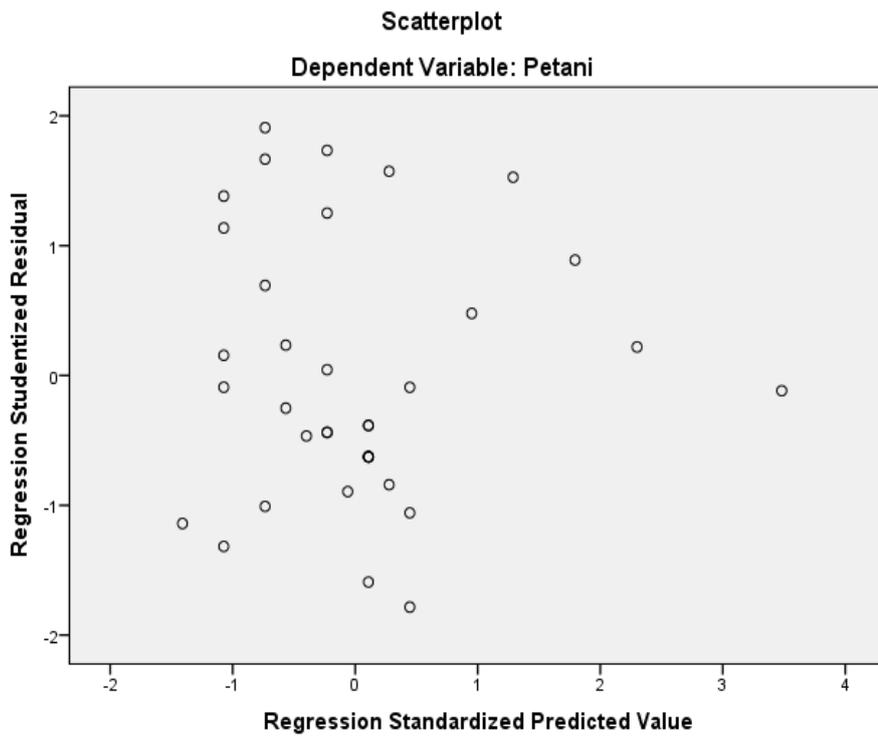
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-8.544	4.178		-2.045	.049
	Pasar	.890	.120	.786	7.423	.000

a. Dependent Variable: Pedagang

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-8.544	4.178		-2.045	.049		
	Pasar	.890	.120		.786	7.423	.000	1.000

a. Dependent Variable: Pedagang



Lampiran 4 Hasil Analisis SPSS Elastisitas Transmisi Harga Pada Tingkat Petani dan Pedagang

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.677	3.70598

a. Predictors: (Constant), Harga Pedagang

Coefficients^a

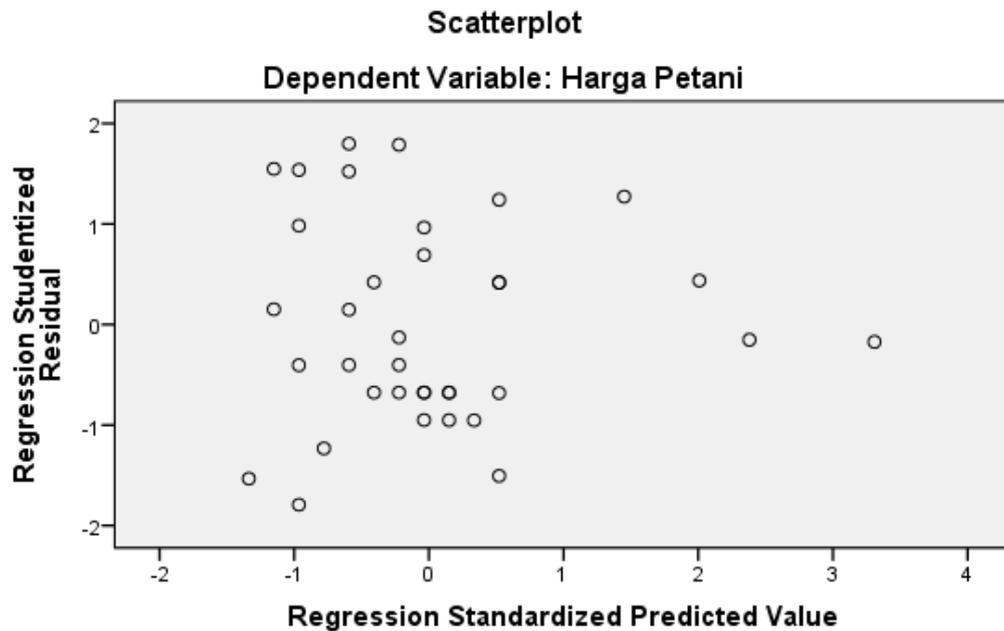
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-9.613	3.798		-2.531	.016
	Harga Pedagang	1.003	.116	.828	8.614	.000

a. Dependent Variable: Harga Petani

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-9.613	3.798		-2.531	.016		
	Harga Pedagang	1.003	.116	.828	8.614	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Harga Petani



Lampiran 5 Hasil Analisis SPSS Elastisitas Transmisi Harga Pada Tingkat Petani dan Pasar

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.672	3.73166

a. Predictors: (Constant), Harga Pasar

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.623	3.722		-2.317	.027
	Harga Pasar	.906	.106	.825	8.527	.000

a. Dependent Variable: Harga Pedagang

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-8.623	3.722		-2.317	.027		
	Harga Pasar	.906	.106	.825	8.527	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Harga Pedagang

Scatterplot

Dependent Variable: Harga Petani

