

“Akselerasi Hasil Penelitian dan Optimalisasi Tata Ruang Agraria untuk Mewujudkan Pertanian Berkelanjutan”

Analisis Kinerja Pasar Pada Pemasaran Bawang Merah

Dedi Darusman Tedi Hartoyo

Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Siliwangi

Email: dedidarusman@unsil.ac.id

Abstrak

Bawang merah merupakan salah satu komoditi potensial dengan permintaan yang tinggi di Indonesia. Kabupaten Majalengka adalah daerah sentra produksi bawang merah terbesar kedua di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui kinerja pasar pada pemasaran bawang merah di Desa Sukasari Kidul Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai Agustus 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* diambil sebanyak 50 responden dan sampel jenuh untuk lembaga pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja pasar secara keseluruhan mempunyai pola kenaikan dan penurunan harga yang serupa di tingkat konsumen dan produsen (terintegrasi). Elastisitas transmisi harga menunjukkan nilai sebesar 0,886 atau lebih kecil dari satu. Keadaan ini bermakna bahwa pemasaran yang berlaku belum efisien. Nilai pangsa produsen tertinggi terdapat pada saluran pemasaran bawang merah III yaitu sebesar 72,76 persen. Pangsa produsen yang terendah terdapat pada saluran pemasaran bawang merah IV yaitu sebesar 67,50 persen, sedangkan untuk saluran pemasaran I memiliki persentase sebesar 69,48 persen, sedangkan saluran pemasaran II tidak dihitung nilai pangsa produsennya karena belum sampai ke konsumen.

Kata kunci: struktur pasar, perilaku pasar, kinerja pasar, dan bawang merah

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara tropis yang mempunyai potensi sumber daya pertanian yang besar. Hal ini dapat dilihat dari beragamnya jenis komoditas tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan dan perikanan yang sudah sejak lama diusahakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pangan dan ekonomi. Komoditas strategis pertanian merupakan komoditas pertanian yang bernilai ekonomi cukup tinggi untuk menjaga ketahan

pangan atau stabilitas harga agar tidak terjadi inflasi. Komoditas-komoditas tersebut di antaranya padi, jagung, kedelai, cabai, bawang, tebu dan daging sapi/kerbau. (Rencana strategis kementerian pertanian 2020-2024).

Produksi tanaman sayuran pada umumnya di Indonesia dari Tahun 2015-2019 cenderung fluktuatif, akan tetapi ada beberapa komoditas seperti tomat, cabai rawit, cabai besar dan bawang merah merupakan komoditas yang produksinya meningkat setiap tahun, misalnya untuk bawang merah, produksi pada Tahun 2015 sebesar 1.229.189 ton terus meningkat setiap tahunnya dan pada Tahun 2019 menjadi sebesar 1.580.247 ton. Hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 22,2 persen (Badan Pusat Statistika, 2020).

Bawang merah merupakan salah satu komoditi pangan penting di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan bawang merah menjadi salah satu komoditas yang hampir setiap hari dikonsumsi masyarakat. Permintaan bawang merah cukup tinggi di Indonesia untuk berbagai macam kebutuhan seperti pelengkap atau bumbu masakan di rumah dan menjadi bahan baku penunjang bagi industri makanan. Permintaan juga berasal dari berbagai jenis restoran makanan, hotel dan rumah sakit.

Bawang merah merupakan salah satu komoditi potensial yang menjadi andalan bagi para petani di Indonesia sehingga dapat menjadi mata pencaharian dan sumber penghidupan ekonomi. Bawang merah menjadi perhatian khusus bagi pemerintah karena merupakan salah satu penyumbang dalam peningkatan ekonomi nasional, sumber devisa negara dan pertumbuhan ekonomi secara makro. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2020, terdapat empat provinsi di Indonesia yang merupakan sentra produksi bawang merah terbesar dengan jumlah produksi tertinggi. Empat provinsi tersebut di antaranya yaitu Jawa Tengah, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Jawa Barat. Data disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Tanaman Sayuran Bawang Merah (ton) Tahun 2015-2019

Provinsi	Produksi Tanaman Sayuran Bawang Merah (ton)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Jawa Barat	129.148	141.504	166.865	167.769	173.463
Jawa Tengah	471.169	546.686	476.337	445.585	481.890
Jawa Timur	277.121	304.521	306.316	367.031	407.877
Nusa Tenggara Barat	160.201	211.804	195.458	212.885	188.255
Indonesia	1.229.189	1.446.869	1.470.155	1.503.438	1.580.247

Tabel 1 menunjukkan bahwa, produksi bawang merah di provinsi Jawa Tengah merupakan sentra produksi yang terbesar di Indonesia dengan rata-rata produksi sebesar 484.333,4 ton. Setelah itu diikuti oleh tiga provinsi lainnya yaitu provinsi Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat terbesar di Indonesia dengan rata-rata produksi sebesar 155.749,8 ton.

Jawa Barat merupakan provinsi urutan ke-4 dalam produksi bawang merah di Indonesia. Komoditi ini berkembang karena provinsi ini merupakan salah satu penopang kebutuhan bawang merah daerah Jakarta dan sekitarnya. Salah satu kabupaten di Jawa barat penghasil bawang merah adalah Kabupaten Majalengka. Selanjutnya data produksi bawang merah menurut kabupaten atau kota di Provinsi Jawa Barat, disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Produksi Tanaman Sayuran (Bawang Merah) Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2016

Kabupaten/Kota	Produksi (kwintal)	Kabupaten/Kota	Produksi (kwintal)
Bogor	-	Majalengka	323.292
Sukabumi	9.078	Sumedang	1.742
Cianjur	400	Indramayu	35.375
Bandung	306.471	Subang	1.160
Garut	301.461	Purwakarta	-
Tasikmalaya	655	Karawang	-
Ciamis	-	Bekasi	-
Kuningan	31.090	Bandung Barat	1.054
Cirebon	403.265	Pangandaran	-

Pemasaran memegang peranan penting dalam mengembangkan sistem agribisnis. Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila manfaat dari aliran komoditi dapat dirasakan oleh semua pihak yang terlibat dalam mekanisme pemasaran. Sifat produk hasil pertanian termasuk produk komoditi hortikultura mempunyai karakteristik yang mudah rusak (perishable) sehingga akan sangat berdampak terhadap harga dan pendapatan petani jika aktivitas pemasaran produk pertanian tidak berjalan dengan lancar.

Pemasaran dilihat dari aspek ilmu ekonomi menurut Asmarantaka (2012), merupakan suatu proses dari suatu pergerakan, serangkaian atau tahapan aktivitas dan peristiwa dari fungsi-fungsi yang juga akan melibatkan beberapa tempat. Selain itu, pemasaran merupakan bentuk koordinasi yang diperlukan dari serangkaian (tahapan) atau aktivitas dalam pergerakan mengalirnya produk dan jasa dari tangan produsen primer hingga ke tangan konsumen akhir.

Permasalahan utama yang dihadapi petani bawang merah di Desa Sukasari Kidul adalah lahan petani terpecah-pecah dengan skala usaha yang relatif kecil, tingginya biaya pemasaran, ruang penyimpanan hasil panen terbatas, harga produk yang berfluktuasi, lemahnya

infrastruktur jalan, jaringan komunikasi internet belum merata, dan belum adanya unit pengolahan bawang merah lokal sehingga tidak mempunyai nilai tambah.

Menurut Soekartawi (1989) bahwa, ketidakseimbangan harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen disebabkan oleh tingginya biaya tataniaga kegiatan pemasaran hingga ke konsumen akhir dan kurangnya informasi pasar yang dibutuhkan oleh pelaku pasar yang terlibat dalam pemasaran. Informasi pasar dikatakan tersedia dengan baik jika pasar pada wilayah produksi terintegrasi cukup kuat dengan pasar di wilayah konsumsi.

Manfaat dari penelitian ini adalah terjadinya perubahan harga dapat segera diketahui dan pengambilan keputusan oleh petani dapat dilakukan dengan tepat. Oleh karena itu kompleksitas pemasaran bawang merah tersebut memerlukan suatu pendekatan penelitian untuk melihat permasalahan dan membantu untuk memecahkannya. Penelitian ini ditujukan untuk kinerja pasar pada pemasaran bawang merah di Desa Sukasari Kidul Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka.

Metode

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Januari sampai Agustus 2021 di Desa Sukasari Kidul Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka Jawa Barat. Pemilihan tempat penelitian tersebut dilakukan secara *purposive* (disengaja) dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Majalengka merupakan daerah sentra produksi bawang merah terbesar kedua di Provinsi Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Sugiyono (2018) menyatakan, bahwa metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variable dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variable sosiologi dan psikologi dari sampel yang diambil dari populasi tertentu.

Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dan sampel jenuh untuk lembaga pemasaran. Gay, Mills dan Airasian (2009) ukuran sampel untuk penelitian yang dianalisis secara deskriptif minimal 10 persen dari populasi, untuk populasi yang relatif kecil minimal 20 persen, sedangkan untuk penelitian korelasi diperlukan sampel sebesar 30 responden. Jumlah petani di Desa Sukasari Kidul yaitu 504 orang dan diambil 10 persen sehingga diperoleh sebanyak 50 orang sebagai sampel. Sedangkan untuk lembaga pemasaran terdapat 6 orang pedagang pengumpul lokal dan 10 orang pedagang pengecer. Sehingga total sampel yang digunakan adalah sebanyak 66 orang.

Data dianalisis menggunakan analisis dekriptif melalui analisis kinerja pasar yang terdiri dari beberapa indikator sebagai berikut :

1. Integrasi pasar, untuk mengetahui indikator ini maka digunakan analisis deskriptif.
2. Elastisitas transmisi harga, menurut Sudiyono (2002), analisis elastisitas transmisi harga digunakan untuk mengetahui proporsi perubahan harga di tingkat produsen akibat proporsi perubahan harga pada tingkat konsumen. Elastisitas transmisi harga dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Elastisitas transmisi harga dirumuskan dengan formulasi sebagai berikut :

$$Et = \frac{\delta Pr}{\delta Pf} : \frac{Pf}{Pr} \dots \dots \dots (1)$$

Harga mempunyai hubungan linier, dimana Pf merupakan fungsi dari Pr yang secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$Pf = \alpha + \beta Pr \dots \dots \dots (2)$$

Dari persamaan (2) diperoleh :

$$\beta = \frac{\delta Pf}{\delta Pr} \dots \dots \dots (3)$$

Sehingga nilai elastisitas transmisi harga dapat diperoleh dengan menggunakan rumus :

$$Et = \beta x \frac{Pr}{Pf}$$

Keterangan :

Et = Elastisitas transmisi harga

δPr = Perubahan harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

δPf = Perubahan harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Pf = Harga rata-rata bawang merah di tingkat produsen (Rp/kg)

Pr = Harga rata-rata bawang merah di tingkat konsumen (Rp/kg)

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

Kriteria pengukuran yang digunakan pada analisis transmisi harga :

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

Jika $E_t < 1$, berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen (Pr) lebih kecil dibanding dengan laju perubahan harga di tingkat produsen (Pf). Keadaan ini bermakna bahwa pemasaran yang berlaku belum efisien dan pasar yang dihadapi oleh pelaku tataniaga adalah bersaing tidak sempurna, yaitu terdapat kekuatan monopoli atau oligopoli.

- Jika $E_t > 1$, maka laju perubahan harga di tingkat produsen (Pf) lebih kecil dibanding dengan laju perubahan harga di tingkat konsumen (Pr). Pasar yang dihadapi oleh seluruh pelaku pasar adalah pasar tidak sempurna. Sistem pemasaran yang berlaku belum efisien.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Umum Responden

Responden pada penelitian yang telah dilakukan melibatkan petani dan lembaga dalam kegiatan pemasaran bawang merah di Desa Sukasari Kidul Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka. Petani yang menjadi responden adalah petani pemilik yang mengusahakan bawang merah dan bertempat tinggal di Desa Sukasari Kidul. Jumlah petani yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Sedangkan lembaga pemasaran yang terlibat berdasarkan penelitian di Desa Sukasari Kidul terdapat 6 orang yang berperan sebagai pedagang pengumpul lokal dan 10 orang yang berperan sebagai pedagang pengecer.

Kinerja Pasar

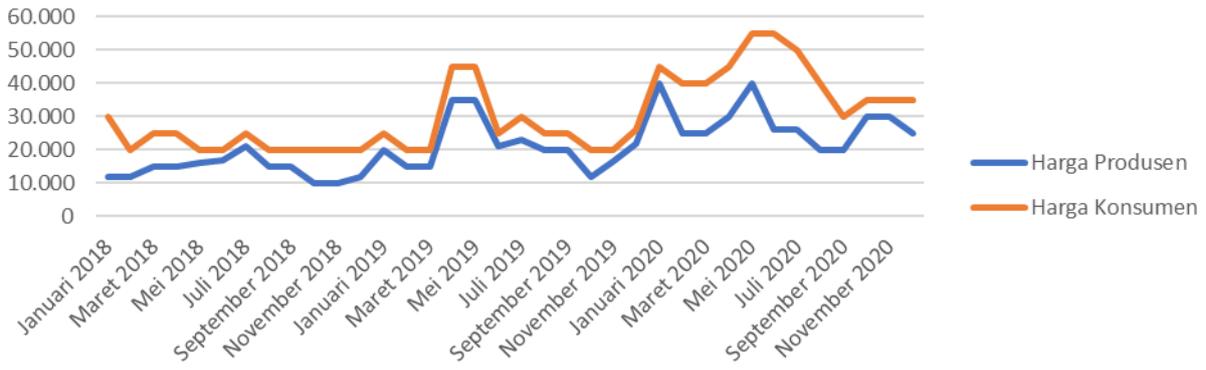
Asmarantaka (2014) mengemukakan bahwa kinerja pasar merupakan hasil atau pengaruh dari struktur pasar (*market structure*) dan perilaku pasar (*market conduct*). Kinerja pasar dipengaruhi oleh interaksi antara struktur pasar yang terbentuk dan pola perilaku pelaku pemasaran pada suatu pasar produk yang akan menunjukkan seberapa efisien sistem pemasaran yang terjadi.

1. Integrasi Pasar

Integrasi pasar adalah istilah yang digunakan untuk mengidentifikasi fenomena di mana pasar barang dan jasa yang terkait satu sama lain, mengalami pola kenaikan atau penurunan yang serupa tentang harga produk tersebut. Data Harga yang digunakan adalah data harga bulanan komoditas bawang merah di Kecamatan Argapura pada tahun 2018 sampai tahun 2020.

Secara keseluruhan pola perubahan harga konsumen di tingkat pedagang pengecer di pasar maja dan harga produsen bawang merah di tingkat petani Desa Sukasari Kidul mempunyai pola kenaikan dan penurunan yang serupa.

Pola Perubahan Harga Konsumen dan Harga Produsen Bawang merah tahun 2018-2020



Gambar 1. Pola perubahan harga konsumen dan harga produsen bawang merah Tahun 2018-2020

Terjadi integrasi pasar pada pemasaran bawang merah karena informasi harga pasar disampaikan dengan baik oleh lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya. Integrasi pasar juga terjadi dikarenakan jarak antara titik petani (produsen) dengan titik pasar konsumsi acuan yaitu pasar maha yang hanya berjarak 4,7 km. Infrastruktur yang menunjang dan perkembangan media komunikasi juga sangat berperan karena memudahkan lembaga pemasaran bawang merah dalam mendistribusikan produk bawang merah dari Desa Sukasari Kidul secara cepat dan tepat menuju titik konsumsi.

2. Elastisitas Transmisi Harga

Berikut adalah hasil analisis regresi yang digunakan untuk menjelaskan elastisitas transmisi harga ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil analisis regresi

Uraian	Koefisien	F-hitung	Sig
Nilai Konstanta	2404,087	82,525	0,00
Koefisien regresi (β)	0,616		
Nilai korelasi (R)	0,842		
Koefisien determinasi (R^2)	0,708		

Tabel 3 menunjukkan bahwa, berdasarkan hasil analisis regresi sederhana menggunakan program SPSS diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan antara perubahan harga konsumen dengan harga produsen bawang merah Desa Sukasari Kidul. Nilai konstanta (α) yang diperoleh dari hasil analisis regresi yaitu sebesar 2.404,087 sedangkan untuk nilai koefisien regresi (β) yaitu sebesar 0,616 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Pf = 2.404,09 + 0,616Pr$$

Dari persamaan regresi tersebut menyatakan bahwa setiap kenaikan harga satu satuan di tingkat konsumen bawang merah akan diikuti oleh kenaikan harga produsen sebesar 0,616. Hubungan yang terjadi mempunyai pengaruh positif dan diperoleh juga nilai korelasi atau besar hubungan (R) antara harga konsumen dan harga produsen adalah sebesar 0,842. Dari tabel tersebut diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,708 yang mempunyai pengertian bahwa pengaruh perubahan harga konsumen terhadap harga produsen adalah sebesar 70,8 persen dan 29,2 persen merupakan factor luar selain factor perubahan harga konsumen yang mempengaruhi terhadap harga produsen tersebut.

Nilai elastisitas transmisi harga (E_t) dapat di tentukan dengan formulasi sebagai berikut :

$$E_t = \beta x \frac{Pr}{Pf}$$

$$E_t = 0,616 x \frac{30.444}{21.153}$$

$$E_t = 0,886$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai elastisitas transmisi harga bawang merah Desa Sukasari Kidul adalah sebesar 0,886. Berdasarkan hal tersebut di atas $E_t < 1$, yang berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen (Pr) lebih kecil dibanding dengan laju perubahan harga di tingkat produsen (Pf) bawang merah. Keadaan ini bermakna bahwa pemasaran yang berlaku belum efisien dan pasar yang dihadapi oleh pelaku tataniaga bawang merah Desa Sukasari Kidul adalah bersaing tidak sempurna, yaitu terdapat kekuatan oligopoli.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas mengenai kinerja pasar pada pemasaran bawang merah di Desa Sukasari Kidul, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Kinerja pasar secara keseluruhan mempunyai pola kenaikan dan penurunan harga yang serupa di tingkat konsumen dan produsen (terintegrasi). Elastisitas transmisi harga menunjukkan nilai sebesar 0,886 atau lebih kecil dari satu. Keadaan ini bermakna bahwa pemasaran yang berlaku belum efisien. Pangsa produsen tertinggi terdapat pada saluran pemasaran bawang merah III yaitu sebesar 72,76 persen. Pangsa produsen yang terendah terdapat pada saluran pemasaran bawang merah IV yaitu sebesar 67,50 persen. Sedangkan

untuk saluran pemasaran I memiliki persentase sebesar 69,48 persen. Saluran pemasaran IV merupakan saluran pemasaran bawang merah untuk kebutuhan benih sehingga dinas/lembaga pertanian dianggap sebagai konsumen akhir. Sedangkan saluran pemasaran II tidak dihitung nilai pangsa produsennya karena belum sampai ke konsumen.

Saran

Perlu adanya campur tangan pemerintah dalam intervensi kesenjangan harga yang diterima oleh petani dan yang dibayarkan oleh konsumen akhir agar menguntungkan semua pihak yang terlibat dan tercapainya efisiensi pemasaran.

Ucapan Terimakasih

Penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik berkat dorongan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dinas pertanian Kabupaten Majalengka, Camat Kecamatan Argapura serta Kepala Desa Sukasari Kidul, atas bantuan berbagai fasilitas dan data yang kami perlukan sehingga penelitian ini bisa diselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Akino, H., K. Muhammad, dan S. Budi. 2012. Pengaruh Pupuk Kandang Kotoran Ayam Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Padi Sawah Dengan Metode SRI. Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.
- Asmarantaka R.W. 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing).Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen. IPB. Bogor.
- Asmarantaka. R. W. 2014. Pemasaran Agribisnis. Bogor Press. Badan Pusat Statistik Indonesia. 2020. Produksi Tanaman Sayuran di Indonesia 2015-2019. <http://bps.go.id>. Jakarta: BPS Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Majalengka, 2020. Data Harga Konsumen dan Harga Produsen Bawang Merah pada tahun 2018-2020.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. 2016. Produksi Tanaman Sayuran Menurut Kabupaten/Kota 2015- 2019. <https://jabar.bps.go.id>. Bandung: BPS Jabar.
- Dinas Pertanian Kabupaten Majalengka.2020. Produksi Bawang Merah Tahun 2015-2019 di Kabupaten Majalengka. Dinas Pertanian Kabupaten Majalengka. Kabupaten Majalengka.
- Gay, LR, Geoffrey E. Mills and Peter Airasian. 2009. Educational Research, Competencies for Analysis and Application. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hasyim, A.I. 2003. Tataniaga Pertanian (Diktat Kuliah). Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung Indriyo Gito Sudarmo. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi ke-1. BPFE: Yogyakarta.