

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Integrasi Pasar Vertikal Komoditas Bawang Merah
di Provinsi Gorontalo
Nama : Riskawati Olabu
NIM : 614417126

Telah diperiksa dan disetujui oleh komisi pembimbing:

Pembimbing Utama



Yuliana Bakari, S.P., M.P.
NIP. 19900708 201504 2 002

Pembimbing Pendamping



Agustinus Moonti, S.E., M.M.
NIP. 19850821 201903 1 005

Menyetujui,
Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Asda Rauf, M.Si
NIP. 19620706 199403 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Agribisnis



Yanti Saleh, S.P., M.Pd
NIP. 19710424 200501 2 002

Tanggal Ujian : 31 Mei 2022

DAFTAR TIM KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Integrasi Pasar Vertikal Komoditas Bawang Merah di Provinsi Gorontalo
Nama : Riskawati Olabu
NIM : 614417126
Program Studi : S1 Agribisnis

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam sidang ujian pada: (31 Mei 2022)
di Depan Komisi Penguji :

Nama	Jabatan	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. Ir. Asda Rauf, M.Si	Ketua Penguji	31 Mei 2022	
Dr. Irwan Bempah, S.P., M.P	Anggota Penguji	31 Mei 2022	
Yuliana Bakari, S.P., M.P	Anggota Penguji/ Ketua Pembimbing	31 Mei 2022	
Agustinus Moonti, S.E., M.M	Anggota Penguji/ Anggota Pembimbing	31 Mei 2022	

Menyetujui
Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Asda Rauf, M.Si
NIP. 19620706 199403 2 001

Gorontalo, 31 Mei 2022
Mengetahui
Ketua Jurusan Agribisnis



Yanti Saleh S.P., M.Pd
NIP. 19710424 200501 2 002

ABSTRAK

Riskawati Olabu. Analisis Integrasi Pasar Komoditas Bawang Merah di Provinsi Gorontalo. Dibimbing oleh Yuliana Bakari (Pembimbing Utama) dan Agustinus Moonti (Pembimbing Pendamping).

Penelitian ini bertujuan : 1) mendeskripsikan sistem distribusi pemasaran bawang merah di Provinsi Gorontalo, 2) menganalisis integrasi pasar vertikal komoditas bawang merah di Provinsi Gorontalo. Penelitian dilakukan di Provinsi Gorontalo pada bulan oktober sampai dengan bulan november tahun 2021 dengan metode penelitian survey atau wawancara, metode pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling* dan berdasarkan ketersediaan data harga bawang merah selama 4 tahun (tahun 2017 hingga tahun 2020). Jenis sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan untuk mengetahui saluran distribusi pemasaran bawang merah adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Kemudian untuk menilai terjadi tidaknya integrasi pasar dilakukan dengan menggunakan metode analisis kointegrasi dan ECM (*Error Correction Model*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola pemasaran bawang merah di Provinsi Gorontalo terdiri dari 3 pola pemasaran. Kemudian hasil analisis integrasi pasar komoditas bawang merah di Provinsi Gorontalo membuktikan bahwa pasar terintegrasi antara produsen dan lembaga pemasaran, serta lembaga pemasaran dan konsumen. dan konsumen dengan produsen. Artinya apabila terjadi perubahan harga bawang merah di tingkat lembaga pemasaran maka akan di transmisikan ke tingkat petani. dan apabila terjadi perubahan harga di tingkat konsumen akan ditransmisikan ke tingkat lembaga pemasaran. Maka pasar antara konsumen hingga ke petani terintegrasi berdasarkan 3 model yang digunakan.

Kata Kunci : Bawang Merah, Integrasi Pasar, *Error Corection Model* (ECM)

ABSTRACT

Olabu, Riskawati. Shallots Market Integration Analysis in Gorontalo Province.
Principal Supervisor: Yuliana Bakari. Co-Supervisor: Agustinus Moonti.

This study aimed to describe distribution system and analyze the vertical market integration commodity of shallots in Gorontalo province which conducted from October to November 2021 by employing survey and interview method. Further, sampling method used snowball sampling and availability of shallots price data for 4 years (2017 to 2020). The data source was both primary and secondary in type, while the data analysis used to examine the marketing distribution channels of shallots used qualitative descriptive analysis and employed cointegration as well as ECM (Error Correction Model) to analyze market integration. The result revealed that there are three shallots market pattern and shallots market integration commodity result proved that the market is integrated between producer and market agency, market agency and consumer as well as consumer and producer. It points to if the shallots price changing at the marketing agency level, it will be transmitted to the farmer, and if the price changes at the consumer level, it will be transmitted to the marketing agency level. All in all, market between consumer to the farmer level are integrated based on three utilized models.

Keywords: *Shallots, Market Integration, Error Correction Model (ECM)*

