

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komoditas hortikultura merupakan salah satu komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan potensi besar untuk di kembangkan salah satunya adalah bawang merah. Tanaman ini tergolong dalam jenis tanaman hortikultura, bawang merah merupakan salah satu jenis sayuran yang paling banyak dikonsumsi dan banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia, karena komoditas ini sering digunakan sebagai bumbu dalam skala kecil, dan skala industri makanan. Serta digunakan sebagai obat tradisional, sehingga permintaan bawang merah sering kali meningkat.

Provinsi Gorontalo merupakan salah satu daerah dengan lahan pertanian yang luas, salah satu tanaman pangan yang banyak ditanam oleh petani yang ada di Provinsi Gorontalo adalah tanaman hortikultura termasuk bawang merah. Menurut data (BPS 2020) produksi bawang merah tahun 2017 sebesar 12,818 kuintal, Tahun 2018 produksi bawang merah meningkat sebanyak 14.093 kuintal, pada Tahun 2019, produksi bawang merah mengalami penurunan sebanyak 6.286 kuintal, pada tahun 2020 hanya 4.758 kuintal. Berdasarkan data di atas terlihat bahwa produksi bawang merah setiap tahun kadang meningkat kadang pula menurun. Akibatnya harga bawang merah mengalami fluktuasi di setiap pasar. Fluktuasi adalah kondisi yang tidak stabil, berubah-ubah dan sulit di prediksi. Sedangkan harga adalah nilai yang dibentuk oleh penawaran dan permintaan dengan jumlah tertentu dalam sebuah mekanisme pasar. Fluktuasi harga pertanian adalah suatu keadaan dimana harga komoditas pertanian mengalami perubahan dan perubahan sedemikian rupa sehingga sulit diperkirakan oleh berbagai pihak baik petani, pedagang maupun konsumen (Layoo, 2018:52).

Daerah penghasil bawang merah di Provinsi Gorontalo terdapat di 4 kabupaten yaitu Kabupaten Boalemo, Kabupaten Gorontalo, Pohuwato, dan Bone Bolango. Menurut data dari (PHIPS, 2020) bawang merah sering mengalami perubahan harga setiap tahunnya hal ini terlihat dari perkembangan harga bawang merah di tingkat produsen pada tahun 2018 sampai 2021 yaitu sebesar Rp 27,740 perkilogram sedangkan rata-rata harga bawang merah di tingkat pedagang besar adalah sebesar Rp 32,076 perkilogram dan harga di tingkat konsumen sebesar Rp 39,996 perkilogram. Sehingga hal ini yang menyebabkan harga bawang merah di tingkat produsen masih sangat rendah.

Berdasarkan hasil survei (BPS Indonesia, 2015), secara komersial pasokan bawang merah yang ada di Provinsi Gorontalo yang berasal dari dalam Provinsi Gorontalo yaitu mencapai 0,45%, sedangkan pasokan terbesar berasal dari Sulawesi Selatan sebesar 56,96%. Pasokan terbesar berikutnya dari Nusa Tenggara Barat yaitu sebesar 40,83% dan sisanya dari Provinsi Jawa Timur 1,35%. Model distribusi perdagangan bawang merah di Provinsi Gorontalo melibatkan fungsi bisnis distributor, grosir, dan pengecer. Sedangkan konsumen akhir meliputi bisnis lain dari rumah tangga. Hasil survei menunjukkan pedagang besar mendapatkan bawang merah dengan mengimpor langsung dari distributor, sebagian dari pasokan dijual ke pengecer. Sebagian kecil dijual ke sesama grosir lain dan langsung ke konsumen akhir, yaitu kegiatan perdagangan lainnya. Pengecer terutama dipasarkan ke rumah tangga dan sebagian kecil ke sesama pengecer lain.

Pasar memegang peranan penting dalam kegiatan pendistribusian barang dari produsen ke konsumen. Pasar digunakan untuk menerima dan menyalurkan hasil pertanian dari petani ke konsumen. Namun, biasanya harga yang terbentuk di pasar di tingkat petani tidak dapat mengikuti secara dekat perubahan harga yang terjadi di tingkat konsumen karena kurangnya informasi yang diperoleh petani. Hal ini yang seringkali menyebabkan bawang merah di pasar mengalami fluktuasi harga yang lebih besar. Harga adalah faktor yang tidak hanya menentukan profitabilitas, tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk (Moonti, 2015:96).

Integrasi pasar merupakan salah satu indikator efisiensi, terutama efektivitas pemasaran dan efisiensi harga. Integrasi pasar didefinisikan sebagai sejauh mana pembentukan harga suatu produk di tingkat lembaga pemasaran tertentu dipengaruhi oleh harga suatu produk di tingkat lembaga lainnya. Integrasi pasar menunjukkan bagaimana perubahan harga yang terjadi pada tingkat pasar acuan (referensi) akan membawa perubahan pada tingkat pasar selanjutnya (Asrini, dkk., 2016:226).

Penelitian Kustiari., dkk (2018) tentang integrasi pasar dan pembentukan harga cabai rawit di Indonesia menjelaskan bahwa ada hubungan jangka panjang dan jangka pendek antara harga di tingkat petani, grosir dan konsumen, tetapi derajat integrasi pasar vertikal tidak cukup kuat. Harga produsen dan harga grosir mempengaruhi harga konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dan derajat integrasi vertikal pasar cabai merah di Indonesia belum cukup kuat.

Integrasi pasar secara vertikal digunakan untuk melihat seberapa dekat hubungan antara agen pemasaran dengan agen pemasaran lainnya dalam satu rantai pemasaran. Integrasi pasar

secara vertikal dipengaruhi oleh distribusi informasi harga yang sama antara semua lembaga pemasaran (produsen, grosir, retailer, konsumen). Jika informasi tersebut tidak tersampaikan secara sempurna kepada konsumen, maka harga yang terbentuk di pasar tidak menunjukkan integrasi pasar secara vertikal (Kusumaningsih, 2015:131).

Ketersediaan informasi pasar khususnya harga sangat penting agar pelaku pasar dapat bereaksi terhadap perubahan harga, mengintegrasikan informasi harga dari konsumen bawang merah ke produsen bawang merah akan berimplikasi terhadap efektivitas pemasaran bawang merah. Hal ini dikarenakan perubahan harga di tingkat konsumen akan diikuti oleh perubahan harga bawang merah di tingkat produsen. Sehingga tidak merugikan para pedagang. Bukti di lapangan menunjukkan bahwa besarnya perubahan harga bawang merah di tingkat konsumen tidak selalu diikuti oleh perubahan harga di tingkat produsen dengan sama besarnya (Nuraeni, dkk., 2015:164). Hal ini berarti bahwa informasi harga bawang merah belum tersedia secara luas sehingga tingkat transmisi harga bawang merah di Provinsi Gorontalo masih rendah.

Salah satu kendala petani dalam memasarkan bawang merah adalah lambatnya informasi yang diterima oleh petani sehingga mereka dipermainkan oleh harga yang tidak menentu sehingga menyebabkan petani hanya mendapatkan harga yang rendah. Hal ini diakibatkan oleh jarak antara petani dan lembaga pemasaran yang cukup jauh sehingga menyulitkan para petani selaku produsen bawang merah dalam mengakses informasi mengenai perubahan harga.

Alasan kuat melakukan penelitian ini karena adanya fenomena harga bawang merah yang tidak stabil dan perbedaan harga bawang merah dari setiap tingkat harga yang berbeda jalur distribusi secara vertikal yang cukup jauh, sehingga dikhawatirkan menyebabkan semakin rendahnya harga bawang merah yang diterima oleh petani. Maka dalam situasi seperti ini diperlukan upaya untuk meningkatkan pengetahuan petani mengenai informasi perubahan harga.

Berdasarkan uraian di atas maka perlu diteliti apakah perubahan harga di tingkat konsumen mempengaruhi harga di tingkat produsen atau petani sehingga pasar dapat dikatakan terintegrasi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Integrasi Pasar Komoditas Bawang Merah di Provinsi Gorontalo”**

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka dapat diambil pokok permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem distribusi pemasaran bawang merah di Provinsi Gorontalo?

2. Bagaimana integrasi pasar vertikal komoditas bawang merah di Provinsi Gorontalo?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Luas lingkup hanya meliputi distribusi saluran pemasaran bawang merah di Provinsi Gorontalo dan integrasi pasar vertikal bawang merah di Provinsi Gorontalo.
2. Informasi yang disajikan yaitu, pola saluran pemasaran bawang merah di Provinsi Gorontalo, serta tingkat transmisi harga bawang merah di tingkat petani dan lembaga pemasaran dan integrasi pasar vertikal antara petani lembaga pemasaran dan konsumen.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan untuk penelitian ini adalah

1. Mendeskripsikan sistem pola distribusi pemasaran bawang merah di Provinsi Gorontalo.
2. Menganalisis integrasi pasar vertikal komoditas bawang merah di Provinsi Gorontalo.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tentang integrasi pasar vertikal bawang merah di Provinsi Gorontalo.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi pelaku pasar, sebagai bahan masukan mengenai pengembangan tataniaga bawang merah, terutama petani dan lembaga pemasaran di daerah penelitian.
2. Bagi pemerintah, sebagai pengambil kebijakan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam menentukan kebijakan sektor pertanian, terutama dalam pengembangan usahatani bawang merah di Provinsi Gorontalo.