

INTEGRASI HARGA BAWANG MERAH PADA PASAR GERBANG RAJA DAN PASAR LOA KULU KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA

Oleh : Astik Drianti¹⁾, Agung Enggal Nugroho¹⁾ dan Santra²⁾

ABSTRACT

Red onion market integrated on Gerbang Raja and Loa Kulu Market Kutai Kartanegara Regency, was to determine red onion margin existing and to know market integrated between Gerbang Raja market and Loa Kulu market used correlation and determination coefficient.

This research showed, average margin at Gerbang Raja market was Rp. 5.800, and Rp. 4.213 at Loa Kulu market. Both market have a weak relation, it is show by correlation coefficient $r = 0,44803$, wich is mean both market does not have any relation in puchace of source.

Keywords : *Integration market, Margin, Red onion*

PENDAHULUAN

Bawang merah merupakan salah satu komoditas sayuran yang tumbuh dengan baik di dataran rendah. Meskipun komoditas ini bukan merupakan kebutuhan pokok, namun hampir selalu dibutuhkan oleh konsumen rumah tangga sebagai pelengkap bumbu masak sehari-hari. Selain itu, bawang merah juga memiliki manfaat sebagai obat tradisional seperti kompres penurun panas, diabetes, penurun kolesterol, dan kadar gula darah, mencegah pengerasan dan penebalan pembuluh darah, dan maag karena kandungan senyawa allin dan allisin di dalamnya. Selalin itu, peningkatan pertumbuhan industri makanan turut meningkatkan permintaan bawang (Wacana, 2011).

Beberapa sentra produksi bawang merah yang ada di Indonesia, tempat tersebut adalah Solo, Bandung, Majalengka, Cirebon, Brebes, Tegal, Demak, Bima, Pati, Probolinggo dan Enreka. Besar harapan produksi bawang merah terus meningkat sehingga mampu meningkatkan kontribusinya dalam kebutuhan nasional. Sampai saat ini sepertinya belum mampu dicapai, bahkan harga bawang merah melonjak naik tajam disebabkan menurunnya produksi bawang merah (anonim, 2016).

Harga bawang merah naik pada waktu tertentu seperti saat Ramadhan, menjelang hari raya idul fitri dan natal. Sementara di kota yang jauh dari produksi bawang merah, biasanya harga akan sangat sensitif dan mudah naik bila persediaan bawang merah tidak mampu memenuhi kebutuhan pasar.

Bawang merah merupakan komoditas hortikultura yang tidak pernah sepi dari permintaan pasar. Peranannya sebagai bumbu penyedap dan pelengkap aneka masakan, membuatnya selalu dibutuhkan.

1) Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Kutai Kartanegara

2) Alumni Mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Kutai Kartanegara

Pasar Gerbang Raja dan Pasar Loa Kulu, merupakan dua dari banyak pasar tingkat kecamatan yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara. Kedua pasar ini memiliki lokasi yang representatif sebagai pasar tingkat kecamatan, baik dari sisi jumlah pedagang dan jenis yang diperdagangkan. Bawang merah merupakan salah satu komoditas yang diperdagangkan di kedua pasar ini. Sehingga diperlukan penelitian untuk mengetahui bagaimana integrasi harga bawang merah pada kedua pasar tersebut sehingga di ketahui pengaruh perubahan harga pada masing-masing pasar.

Simatupang dan Situmorang (1988), mengatakan bahwa dua pasar terpadu apabila perubahan harga di salah satu pasar dirambatkan ke pasar lain, semakin cepat perambatan semakin terpadu paarnya. Keterpaduan pasar terjadi apabila terdapat informasi pasar yang memadai, dan informasi ini di salurkan dengan cepat dari suatu pasar ke pasar lain. Dengan demikian, fluktuasi perubahan harga yang terjadi pada suatu pasar dapat segera ditangkap oleh pasar lain.

Hutabarat (2006), integrasi pasar di lokasi berbeda mengacu pada terdapatnya pergerakan serempak atau hubungan jangka panjang antar harga, dibatasi sebagai transmisi yang mulus atas harga serta informasi pasar melalui pasar-pasar yang berbeda lokasinya.

Integrasi pasar adalah tingkat pergerakan harga pada wilayah yang berbeda, dimana produk yang sama akan memiliki harga yang sama, meskipun dijual pada tempat yang berbeda dan sinyal harga serta informasi pasar di transmisikan secara merata (Gosh,2000).

Untuk menganalisis perilaku pasar terdapat dua pendekatan integrasi yaitu:

1. Integrasi vertikal untuk melihat keadaan pasar antara pasar lokal, kecamatan dan pasar propinsi bahkan pasar nasional.
2. Integrasi horisontal untuk melihat apakah mekanisme harga pada tingkat pasar yang sama. Misalnya antar pasar desa, berjalan serentak atau berjalan tidak serentak (Sudiyono,2004).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui margin tataniaga bawang merah pada pasar Gerbang Raja dan pasar Loa Kulu serta untuk mengetahui besarnya integrasi harga bawang merah pada pasar Gerbang Raja dan pasar Loa Kulu.

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai bulan Juni 2017. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Gerbang Raja Kecamatan Tenggarong dan pasar Loa Kulu kecamatan Loa Kulu.

B. Definisi Operasional.

1. Responden adalah pedagang bawang merah yang ada di pasar Gerbang Raja dan pasar Loa Kulu.
2. Harga beli adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pedagang bawang merah untuk membeli sejumlah bawang merah pada kedua pasar dalam satuan (Rp/Kg).
3. Harga jual adalah, sejumlah uang diterima oleh pedagang bawang merah sebagai penjualan bawang merah pada kedua pasar dalam satuan (Rp/Kg).
4. Margin adalah, selisih antara harga jual dengan harga beli bawang merah.

C. Teknik Pengumpulan Data.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara (survey) dengan teknik nonprobability sampling. Pengumpulan data dilaksanakan dengan menggunakan Purposive sampling dengan kriteria berikut; responden adalah pedagang yang senantiasa berjualan bawang merah dalam jumlah banyak sehingga bawang merah adalah komoditas utama bukan sampingan. Dengan hal tersebut di dapat 10 orang responden dari pasar Gerbang Raja dan 10 orang responden dari pasar Loa Kulu.

D. Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui margin tataniaga menggunakan persamaan berikut:

$$M_p = P_j - P_b$$

Keterangan:

M_p = margin tataniaga (Rp/Kg)

P_j = Harga Jual bawang merah (Rp/Kg)

P_b = Harga beli bawang merah (Rp/Kg).

Untuk mengetahui integrasi harga bawang merah pada pasar Gerbang Raja dan pasar Loa kulu menggunakan persamaan regresi;

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{((n\sum x^2) - (\sum x)^2) \cdot ((n\sum y^2) - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

x = harga bawang merah di pasar Gerbang Raja

y = harga bawang merah di pasar Loa Kulu

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keadaan Umum Daerah Penelitian.

Kecamatan Tenggara dan Kecamatan Loa Kulu merupakan bagian dari Kabupaten Kutai Kartanegara. Masing-masing kecamatan memiliki pasar tingkat kecamatan. Pasar ini biasanya lebih besar dibanding pasar desa dan memiliki jumlah pedagang yang lebih banyak dibandingkan pasar desa.

Pasar gerbang raja memiliki luas 21,014 Ha dengan 381 petak. Pasar ini aktif setiap harinya, khususnya pada dini hari hingga pagi hari, sedangkan pasar Loa Kulu adalah pasar kecamatan yang memiliki ciri khusus yakni hari pasar pada setiap hari selasa, meski pada hari biasa pun tetap ada aktivitas jual beli.

B. Keadaan Umum Responden.

Responden dalam penelitian ini adalah pedagang bawang merah di pasar Gerbang Raja dan pasar Loa Kulu. Pedagang bawang merah di pasar Loa Kulu yang

dijadikan responden adalah pedagang yang memiliki lapak dan berjualan setiap hari, bukan yang berjualan hanya pada hari pasar saja.

C. Margin Tataniaga Bawang Merah.

Sudiyono (2004) menyebutkan bahwa margin adalah selisih antara harga Jual dengan harga beli. Margin juga terdiri dari komponen biaya-biaya tataniaga dan keuntungan. Dalam penelitian ini biaya-biaya tataniaga dan keuntungan tataniaga tidak di perhitungkan.

1. Margin Pada Pasar Gerbang Raja.

Dalam hal ini margin bawang merah pada pasar Gerbang Raja terbentuk dari selisih harga beli dan harga jualnya yakni sebesar Rp. 5.800/kg (Tabel 1.)

Tabel 1. Harga Jual, Harga beli dan margin bawang merah di Pasar Gerbang Raja

No	Keterangan	Besar (Rp/Kg)
1	Harga Jual	21.050
2	Harga beli	15.250
3	Margin	5.800

Sumber. Data primer. 2017

Besar penjualan selama penelitian ini rata-rata adalah sebesar 7,57 kg/hari. Kondisi penjualan bawang merah selama penelitian ini dilaksanakan tanpa menghitung biaya tataniaga dan keuntungan pedagang, sehingga yang ditampilkan hanya margin saja.

2. Margin pada Pasar Loa Kulu.

Tabel 2. Harga Jual, Harga beli dan Margin bawang merah di Pasar Loa Kulu

No	Keterangan	Besar (Rp/Kg)
1	Harga Jual	17.107
2	Harga beli	12.893
3	Margin	4.213

Sumber: data primer (2017).

Margin pada pasar Loa kulu lebih rendah dibanding pada pasar Gerbang Raja. Hal ini di sebabkan harga beli yang lebih rendah di banding harga beli pedagang pasar gerbang Raja. Selain itu penjualan rata-rata bawang merah di pasar loa kulu adalah 9,74 kg/hari.

Harga jual bawang merah pada pasar Loa kulu lebih rendah Rp. 17.107/kg dibandingkan dengan harga jual bawang merah di pasar Gerbang Raja Rp. 21.050/kg. Perbedaan ini dikarenakan perbedaan harga beli. Perbedaaan harga beli di duga karena perbedaan sumber pembelian bawang merah, sehingga pedagang di kedua harga menerima harga yang berbeda.

Pasar Loa kulu meski merupakan pasar kecamatan namun dari sisi letak lebih dekat dengan pasar induk propinsi di Samarinda yakni Pasar Segiri. Selain itu ada beberapa pedagang di pasar Loa Kulu yang membeli bawang merah langsung kepada pedagang di pelabuhan bahkan membeli langsung di Balikpapan. Hal ini

menyebabkan harga beli dan harga jual bawang merah di pasar Loa Kulu cenderung lebih murah di bandingkan harga bawang merah di pasar Gerbang Raja Tenggarong.

D. Integrasi Harga Bawang Merah

Integrasi harga bawang merah antara pasar Gerbang Raja dan pasar Loa Kulu tercermin dari hubungan dan keeratan harga di kedua pasar. Untuk melihat hubungan dan keeratan harga ini digunakan koefisien korelasi.

Nilai koefisien korelasi harga bawang merah di pasar Gerbang Raja dan pasar Loa Kulu sebesar 0,44803. Hal ini menunjukkan bahwa harga bawang merah di pasar Gerbang Raja dan pasar Loa Kulu memiliki hubungan yang lemah bahkan cenderung tidak terintegrasi.

Pasar yang tidak terintegrasi baik secara parsial maupun intertemporal dapat mengindikasikan bahwa terjadi ketidakefisien pemasaran sehingga mengakibatkan adanya permainan harga dan terjadinya distorsi harga di pasar (Barret, 2005).

Integrasi harga bawang merah antara pasar /gerbang Raja dan pasar Loa Kulu memiliki nilai yang lemah ditunjukkan dari nilai $r = 0,44803 =$. Selain itu nilai koefisien determinasi $r^2 = 0,201$ mengindikasikan tidak ada keterikatan harga bawang merah diantara kedua pasar. Keterikatan harga bawang merah yang lemah ini bisa di sebabkan sumber pembelian yang berbeda. Hal ini ditunjukkan dari hasil wawancara, pedagang bawang merah di pasar Gerbang Raja mayoritas membeli bawang merah dari pasar Segiri. Sedangkan pedagang bawang merah di Loa Kulu membeli dari sumber yang lebih beragam.

Pasar yang terintegrasi mengindikasikan tentang sistem pemasaran yang efisien (Fadla, 2008), dimana akan terjadi korelasi positif dari waktu ke waktu antara harga di lokasi pasar yang berbeda. Sehingga transmisi dan informasi diantara berbagai pasar menyebabkan harga bergerak bersamaan.

Goletti, Ahmad dan Farid (1994) dalam Anindita (2004) menyatakan bahwa pasar dapat terintegrasi atau tidak dipengaruhi oleh faktor berikut:

1. Infrastruktur pasar, yaitu sarana dan prasarana yang ada di dalam pasar. Meliputi transportasi, komunikasi kredit dan fasilitas penyimpanan yang ada di pasar.
2. Kebijakan pemerintah yang mempengaruhi sistem pemasaran misalnya, pengetatan perdagangan, regulasi-regulasi kredit dan regulasi-regulasi transportasi.
3. Ketidakseimbangan produksi antar daerah sehingga terdapat pasar surplus dan pasar defisit.
4. Supply shock seperti banjir, kekeringan, dan penyakit akan mempengaruhi kelangkaan produksi yang terlokalisasi sedangkan hal-hal tidak terduga lain seperti aksi mogok akan mempengaruhi transfer komoditi.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki kesimpulan sebagai berikut:

1. Margin bawang merah pada pedagang di pasar Gerbang Raja kecamatan Tenggarong lebih besar yakni Rp. 5.800/kg di bandingkan dengan margin bawang merah pada pedagang bawang merah di pasar loa Kulu yakni sebesar Rp. 4.213/kg

2. Harga bawang merah antara pasar Gerbang Raja dan pasar Loa Kulu memiliki hubungan yang lemah yakni sebesar $r = 0,44803$

B. Saran

Penelitian ini hanya melibatkan variabel harga untuk menentukan hubungan dari kedua pasar, untuk melihat integrasi dari kedua pasar secara lebih komprehensif diperlukan penelitian lanjutan dengan variabel yang lebih komplit.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, Ratya. 2004. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus. Surabaya
- Anonim. 2016. Tabloid Sinar Tani Membangun kemandirian Agribisnis. Terdapat pada [<http://m.tabloidsinartani.com>] diakses pada 22 Desember 2016
- Barret, C. 2005. Measuring Integration and Efficiency in International Agricultural Market. *Review of Agricultural Economics* 23 (1): 19 – 23.
- Ghosh, M. 2000. Cointegration test and spatial integration of rice market in india. *Indian Journal of agriculture Economics*. Vol.55. no.4. pp.616 – 625.
- Hutabarat, B. 2006. Analisis Saling Pengaruh Harga Kopi Indonesia dan Dunia. *Jurnal agro Ekonomi* vol. 24 (no.1). hal 21 – 40.
- Simatupang, P. Dan J. Situmorang. 1988. Integrasi Pasar dan Keterkaitan Harga Karet Indonesia dengan Singapura. *Jurnal Agro ekonomi*. Vol.7, no.2. hal: 12 – 29. Pusat Studi Ekonomi Bogor. Bogor.
- Sudiyono, Armand. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhamadiyah Malang. Malang.
- Wacana, Anita D. S. 2011. Analisis tataniaga Bawang Merah (Kasus di kelurahan brebes, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes). Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.