

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bawang merah merupakan salah satu bumbu masak yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya bawang merah dalam masakan dapat menambah cita rasa masakan apalagi dengan ciri khas wangi bawang merah yang mampu menggugah selera makan. Bukan hanya sebagai bumbu masak, bawang merah juga dapat digunakan sebagai obat. Aryanta (2019) menyebutkan bahwa senyawa aktif dalam umbi bawang merah turut berperan dalam menetralkan zat-zat *toxic* yang berbahaya, dan membantu mengeluarkannya dari dalam tubuh karena peranannya sebagai antioksidan alami, yang mampu menekan efek karsinogenik dari senyawa radikal bebas. Oleh sebab itu, tidak mengherankan lagi bila setiap berbelanja keperluan rumah tangga, bawang merah merupakan komoditi utama yang selalu dicari oleh konsumen. Manfaat bawang merah yang melimpah ini kemudian meningkatkan kebutuhan konsumen akan bawang merah.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Indonesia, Produksi bawang merah tahun 2021 di Indonesia mencapai 2 juta ton, naik sebesar 10,42% (189,15 ribu ton) dari tahun 2020. Konsumsi bawang merah oleh sektor rumah tangga tahun 2021 mencapai 790,63 ribu ton, naik sebesar 8,33% (60,81 ribu ton) dari tahun 2020. Sebagian besar konsumsi bawang merah adalah dari sektor rumah tangga yaitu 94,16% dari total konsumsi bawang merah. Pada tahun 2021 produksi bawang merah tertinggi terjadi di bulan Agustus yaitu mencapai 218,74 ribu ton dengan luas panen 18,07 ribu hektar. Provinsi dengan produksi bawang merah terbesar adalah Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Nusa Tenggara Barat. Jawa Tengah berkontribusi

sebesar 28,15% terhadap produksi nasional dengan produksi mencapai 564,26 ribu ton dan luas panen 55,98 ribu hektar. Jawa Timur berkontribusi sebesar 24,99% dengan produksi mencapai 500,99 ribu ton dan luas panen 53,67 ribu hektar. Nusa Tenggara Barat berkontribusi sebesar 11,11% dengan produksi mencapai 222,62 ribu ton dan luas panen 20,31 ribu hektar. Nilai ekspor bawang merah pada tahun 2021 mencapai US\$ 7,1 juta, turun sebesar 41,58% (US\$ 6,64 juta) dari tahun 2020. Nilai impor bawang merah pada tahun 2021 mencapai US\$ 793 ribu, turun sebesar 48,35% (US\$ 564,48 ribu).

Produksi bawang merah di Indonesia pada tahun 2021 secara garis besar dapat dilihat pada tabel dibawah.

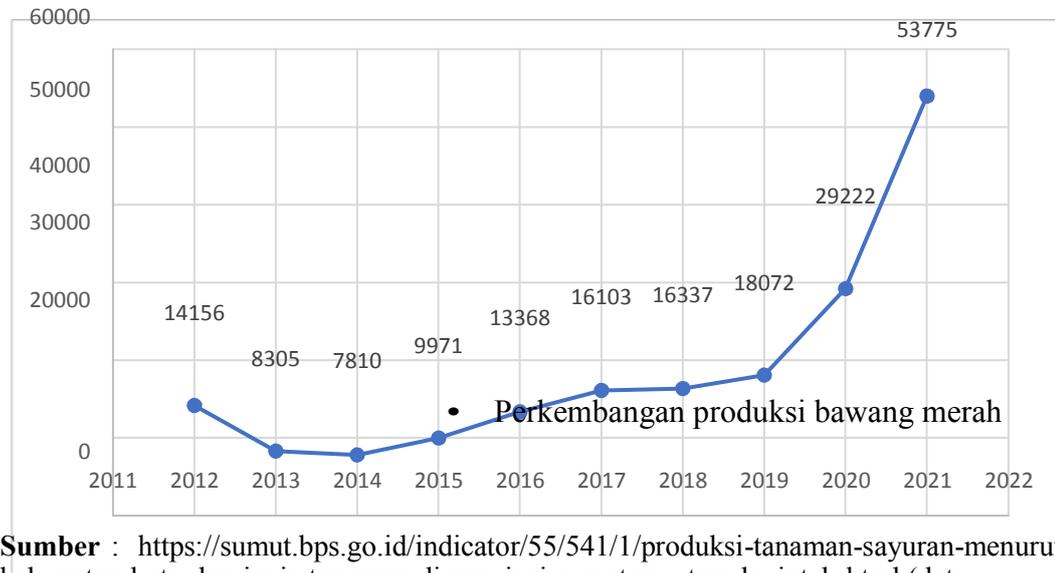
**Tabel 1.** Produksi Bawang Merah di Indonesia Tahun 2021 dirinci menurut Provinsi.

<b>NO.</b>	<b>PROVINSI</b>	<b>PRODUKSI (TON)</b>
1.	Jawa Tengah	564,255
2.	Jawa Timur	500,992
3.	Nusa Tenggara Barat	222,620
4.	Sumatera Barat	200,366
5.	Sulawesi Selatan	183,210
6.	Jawa Barat	170,650
7.	Sumatera Utara	53,962
8.	DI Yogyakarta	29,809
9.	Bali	23,215
10.	Jambi	13,264
	Provinsi Lainnya	42,247
	<b>Indonesia</b>	<b>2,004,590</b>

**Sumber** : <https://www.bps.go.id/indicator/55/61/2/produksi-tanaman-sayuran.html> (data diolah)

Pada tabel 1 diperoleh informasi bahwa Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu Provinsi yang menyumbang produksi bawang merah dengan jumlah produksi sebanyak 53,962 ton yang berada pada urutan ke-7 setelah Jawa Barat.

Untuk dapat mengetahui perkembangan produksi bawang merah yang terjadi di Sumatera Utara dapat dilihat pada grafik berikut.

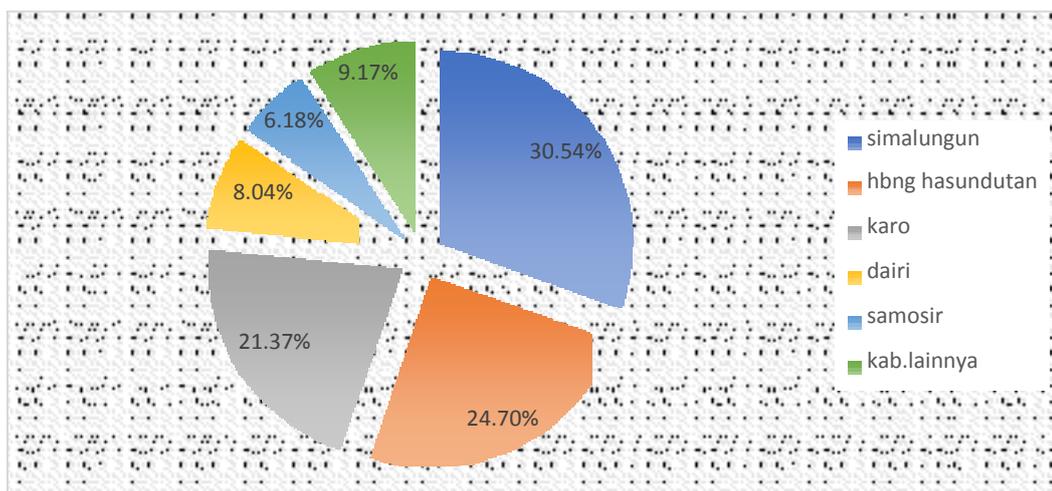


**Sumber** : <https://sumut.bps.go.id/indicator/55/541/1/produksi-tanaman-sayuran-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-tanaman-di-provinsi-sumatera-utara-kwintal-.html> (data diolah).

**Gambar 1.** Grafik Produksi Bawang Merah di Sumatera Utara Tahun 2012-2021

Pada gambar 1 diperoleh informasi bahwa sejak tahun 2012 hingga tahun 2021, produksi bawang merah di Sumatera Utara terus meningkat. Meskipun sempat mengalami penurunan produksi pada tahun 2013 dan 2014. Puncak tertinggi produksi bawang merah di Sumatera Utara adalah pada tahun 2021, hal ini tentu saja merupakan lonjakan yang sangat besar dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2020. Peningkatan produksi bawang merah tahun 2021 mencapai 84% atau hampir dua kali lipat dari produksi tahun 2020.

Produksi bawang merah di Sumatera Utara Pada tahun 2021 sebesar 53,775 ton disumbang oleh beberapa Kabupaten penghasil bawang merah di Sumatera Utara. Kabupaten tersebut dapat di ketahui pada bagan dibawah.

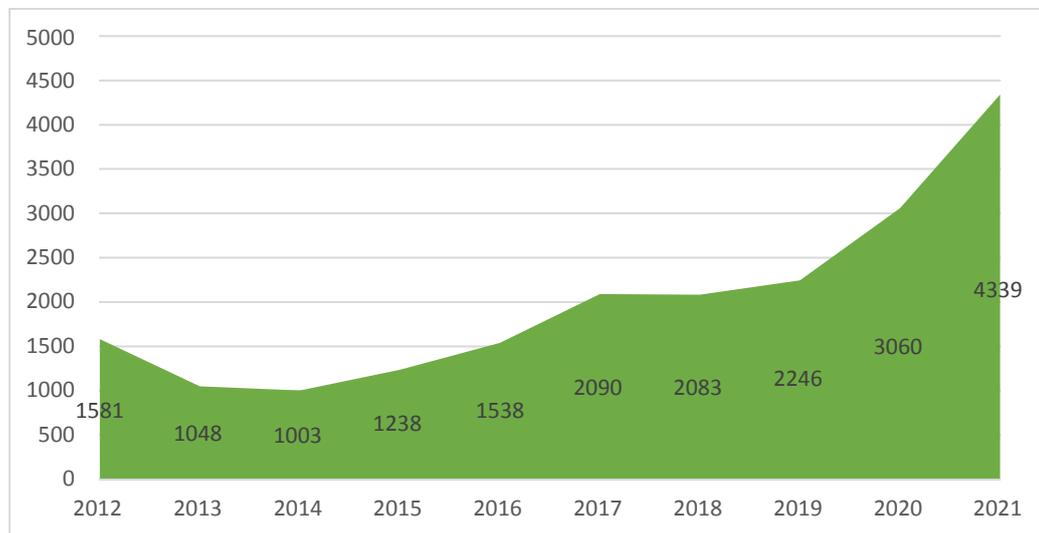


**Sumber:** <https://sumut.bps.go.id/indikator/55/541/1/produksi-tanaman-sayuran-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-tanaman-di-provinsi-sumatera-utara-kwintal-.html> (data diolah).

**Gambar 2.** Diagram Presentase Produksi Bawang Merah menurut Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera Utara Tahun 2021

Gambar 2 menjelaskan bahwa sumbangan produksi bawang merah di Sumatera Utara paling banyak diberikan oleh Kabupaten Simalungun dengan produksi sebesar 16,421 ton (30.54%), disusul oleh Kabupaten Humbang Hasundutan dengan produksi 13,284 ton (24,70%), kemudian Kabupaten Karo dengan produksi 11,492 ton (21,37%), Kabupaten Dairi dengan produksi 4,324 ton (8,04%) dan Kabupaten Samosir dengan Produksi 3,323 ton (6.18%) dan sisanya dari Kabupaten lainnya sebanyak 4,931 ton (9,17%). Sebesar 90,83% produksi bawang merah Provinsi Sumatera Utara berasal dari 5 Kabupaten yang di sebut diatas, yaitu Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir.

Peningkatan produksi bawang merah yang tinggi tidak luput dari peningkatan luas panen. Berikut merupakan grafik peningkatan luas panen bawang merah di Sumatera Utara.



**Sumber** : <https://sumut.bps.go.id/indicator/55/534/1/luas-panen-tanaman-sayuran-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-tanaman-di-provinsi-sumatera-utara.html> (data diolah)

**Gambar 3.** Grafik Luas Panen Bawang Merah di Sumatera Utara Tahun 2012-2021

Gambar 3 menjelaskan bahwa luas panen bawang merah turut meningkat seiring dengan peningkatan produksinya, dimana luas panen pada tahun 2021 mencapai 4.339 Ha. Jika dibandingkan dengan tahun 2020, peningkatan luas panen bertambah sebesar 1.279 Ha ( meningkat 41,79% ) dari tahun 2020 yang luas panennya sebesar 3.060 Ha. Apalagi bila luas panen pada tahun 2021 yang mencapai 4.339 Ha dibandingkan dengan luas panen pada 10 tahun yang lalu yang hanya sebesar 1.581 Ha (tahun 2012) maka peningkatannya sangat tinggi yaitu 174,44% dari luas panen tahun 2012.

Harga bawang merah dipasar sering kali mengalami fluktuasi, hal ini dapat menyebabkan risiko kerugian bagi petani produsen dan menurunnya daya beli konsumen. Perubahan harga bawang merah memiliki pengaruh yang besar kepada

konsumen dan produsen. Produsen memerlukan kepastian harga untuk memutuskan menanam bawang merah untuk mengurangi risiko kerugian akibat turunnya harga. Konsumen juga perlu mengetahui harga bawang merah untuk mengendalikan pengeluaran, oleh karena itu produsen dan konsumen perlu mengetahui pola data harga untuk mengurangi risiko kerugian akibat ketidakpastian harga. Kondisi demikian tidak kondusif bagi pengembangan hortikultura karena keuntungan yang diperoleh dari kegiatan agribisnis hortikultura menjadi tidak stabil padahal tingkat keuntungan yang tinggi dan stabil umumnya justru merupakan daya tarik utama bagi pelaku bisnis untuk melakukan investasi dan memperluas usahanya. Fluktuasi harga bawang merah dapat memberikan dampak positif yaitu dapat meningkatkan pendapatan produsen jika harganya meningkat secara tajam, tetapi di sisi lain akan merugikan konsumen begitu sebaliknya. (Izzah dkk, 2022).

Selama tahun 2021, rata-rata harga konsumen perDesaan bawang merah di Provinsi Sumatera Utara Rp. 29.520,- per kg, dengan harga tertinggi terjadi di bulan Mei 2021 yang mencapai Rp. 31.879,- per kg dan harga terendah pada bulan November 2021 dengan harga Rp. 26.667,- per kg (Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, 2021). Berdasarkan data tersebut, muncul pertanyaan apakah harga rata-rata bawang merah di Sumatera Utara yang sebesar Rp. 29.520,- per kg ini diterima oleh petani dengan harga yang sama? Atau malah mungkin lebih rendah atau malah sangat jauh dari harga tersebut?. Ayomi dkk, (2020) menyatakan “Tingginya margin pemasaran dan transmisi harga dipengaruhi oleh *market power* yang dimiliki pedagang pengumpul Desa atau pedagang perantara sehingga menunjukkan bahwa pasar yang dihadapi merupakan pasar yang terkonsentrasi, sehingga *power* yang dimiliki oleh pedagang perantara dalam menetapkan harga semata hanya untuk

keuntungan yang maksimal bagi pedagang” Pernyataan ini menunjukkan bahwa petani (sebagai produsen) *market power*-nya terlalu rendah untuk dapat menentukan harga pasar, dikarenakan *market power* pedagang pengumpul atau pedagang perantara lebih kuat dalam menguasai pasar.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, penulis merasa tertarik untuk menganalisis perubahan harga (fluktuasi) bawang merah yang ada di Sumatera Utara beserta dengan elastisitas transmisi harga bawang merah yang terjadi pada 5 Kabupaten yang memproduksi bawang merah terbanyak di Sumatera Utara, yaitu Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir. Maka dari itu penelitian ini penulis beri judul “**Analisis Fluktuasi Harga Dan Elastisitas Transmisi Harga Bawang Merah Pada 5 Kabupaten Centra Produksi Di Provinsi Sumatera Utara**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan data dari latar belakang masalah maka rumusan masalah yang akan di teliti adalah :

1. Bagaimana fluktuasi harga bawang merah pada 5 Kabupaten centra produksi (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir)?
2. Bagaimana elastisitas transmisi harga bawang merah pada 5 Kabupaten centra produksi (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir)?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis fluktuasi harga bawang merah pada 5 Kabupaten centra produksi (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir)
2. Untuk mengetahui dan menganalisis elastisitas transmisi harga bawang merah pada 5 Kabupaten centra produksi (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir)

### **1.4 Manfaat Penelitian**

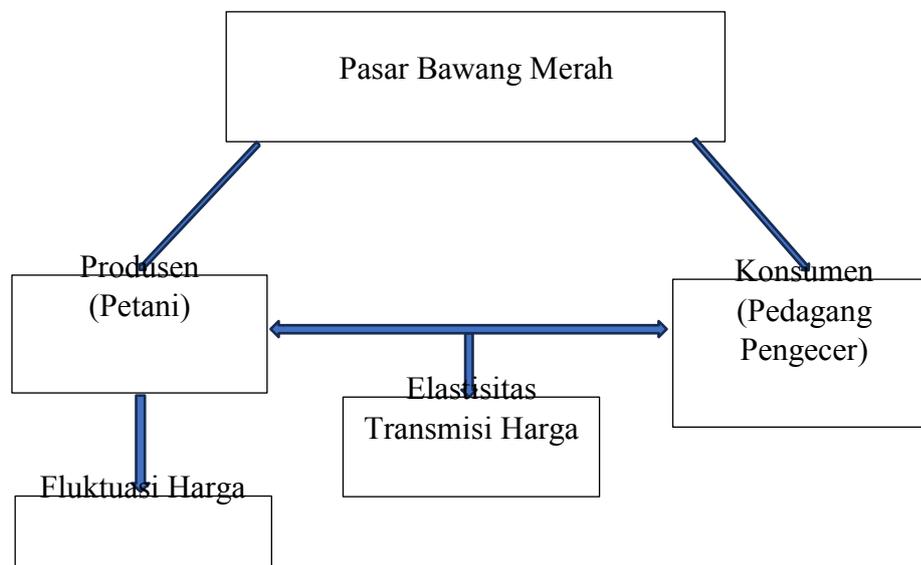
Diharapkan dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Manfaat secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan teori dan sebagai bahan pembandingan bagi peneliti selanjutnya, sebagai salah satu sumber informasi tentang fluktuasi harga bawang merah dan elastisitas transmisi harga bawang merah. Manfaat secara praktis diharapkan dapat menjadi sarana berlatih bagi penulis untuk menambah ilmu pengetahuan, dan dapat menambah wawasan pembaca mengenai fenomena terkait kesejahteraan petani.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Kenaikan dan penurunan harga bawang merah di pasar yang tidak stabil kerap kali menyebabkan penurunan daya beli masyarakat (konsumen) dan kesulitan dalam mengelola keuangan rumah tangganya. Bukan hanya bagi masyarakat, namun petani (produsen) turut mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan dalam memenuhi sarana produksi bawang merahnya. Dengan menganalisis fluktuasi harga bawang merah tingkat pedagang pengecer di 5 Kabupaten centra produksi (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir) maka dapat diperoleh seperti apa gambaran daripada kenaikan dan penurunan harga tersebut.

Selain fluktuasi harga, besarnya pengaruh perubahan harga (transmisi harga) yang terjadi ditingkat pedagang pengecer dalam mempengaruhi perubahan harga ditingkat petani juga perlu diketahui. Pengaruh tersebut sangat penting dalam mengetahui seberapa besar transmisi harga bawang merah yang diterima oleh petani dari pedagang pengecer. Transmisi harga tersebut dapat diperoleh dengan analisis elastisitas transmisi harga bawang merah tingkat pedagang pengecer di 5 Kabupaten centra produksi (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir) di Provinsi Sumatera Utara.

Berdasarkan uraian tersebut, maka untuk memudahkan dalam proses analisis masalah dapat dilihat pada kerangka pemikiran berikut.



**Gambar 4.** Bagan Kerangka pemikiran Analisis Flukuasi Harga dan Elastisitas Transmisi Harga Bawang Merah Pada 5 Kabupaten Centra Produksi di Sumatera Utara

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori harga**

Harga adalah estimasi penjual terhadap arti ekspektasi nilai yang menyangkut kegunaan dan kualitas produk, citra yang terbentuk melalui iklan dan promosi, ketersediaan produk melalui jaringan distribusi serta layanan yang menyertai suatu produk. Jadi harga tidaklah sekedar perhitungan biaya-biaya ditambah sejumlah persentase tertentu sebagai tingkat keuntungan yang diharapkan (Pane dkk, 2018). Dalam menentukan harga suatu barang, seorang pengusaha atau manajer perusahaan harus memperhatikan beberapa hal, yaitu: 1) Penentuan harga, 2) Faktor-faktor yang dipertimbangkan saat menentukan harga, seperti kondisi konsumen, bentuk produk, tempat dan waktu, 3) Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga, seperti harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran dan adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. 4) Jenis-jenis strategi penetapan harga (Wibowo dkk, 2022).

Harga jual di tingkat petani biasanya rendah, hal ini disebabkan oleh panjangnya rantai distribusi dan ketergantungan petani pada tengkulak. Disamping itu banyak lembaga tataniaga atau pedagang yang terlibat dalam proses distribusi. Sehingga harga jual konsumen akhir cukup tinggi, terkadang pada kondisi tertentu petani terpaksa menjual sebelum panen tiba (Ningtyas dkk, 2023).

## **2.2 Pasar**

Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dan melakukan transaksi barang atau jasa. Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. (Mukaromah, 2020). Pasar memiliki fungsi yang cukup penting dalam kehidupan sehari-hari diantara fungsi pasar yaitu: 1) Sebagai Sarana Distribusi, Proses penyaluran barang dan jasa dari penjual (produsen) kepada pembeli (konsumen) merupakan salah satu fungsi pasar sebagai sarana distribusi. Penjual dapat berhubungan dengan baik untuk menawarkan produknya kepada pembeli yang ada karena adanya pasar; 2) Sebagai Pembentuk Harga Sesuai dengan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar tersebut, maka pasar mampu menetapkan harga dari barang atau jasa tertentu. Setelah terbentuk sebuah kesepakatan antara produsen dan konsumen, maka terbentuklah harga. Inilah yang disebut sebagai fungsi pasar untuk membentuk harga; 3) Sebagai Sarana Promosi Pasar bisa menjadi tempat untuk produsen bersaing secara sehat dengan produsen lainnya, sekaligus memperkenalkan hasil produksinya. Mereka bersaing untuk mendapatkan banyak konsumen untuk memperebutkan hatinya, sekaligus meraih keuntungan dari produk dan jasa yang ditawarkan (Chairina dan Hutagaol, 2022).

### **2.2.1 Pasar Persaingan Sempurna**

Pasar persaingan sempurna yaitu industri di mana terdapat banyak penjual dan pembeli dan setiap penjual atau pembeli tidak dapat memengaruhi keadaan di pasar. Pada pasar bentuk ini ciri-cirinya adalah 1) Perusahaan adalah pengambil harga. 2) Setiap perusahaan mudah keluar atau masuk pasar. 3) Menghasilkan barang serupa. Barang yang dihasilkan oleh produsen sangat sama atau serupa. 4)

Terdapat banyak perusahaan di pasar. 5) Pembeli mengetahui pengetahuan sempurna tentang pasar (Mukaromah, 2020).

### **2.2.2 Pasar Persaingan Tidak Sempurna**

Pasar persaingan tidak sempurna adalah struktur pasar dimana jumlah penjual lebih sedikit daripada jumlah pembeli. Walau berjumlah sedikit, penjual di pasar persaingan tidak sempurna berhak atas penjualan produk tertentu dan hanya mereka yang boleh atau mampu menjual produk dengan jumlah terbatas. Hal ini menyebabkan terjadinya ketidakseimbangan dalam penentuan harga produk di pasar. Barang yang dijual juga berbeda dengan pasar persaingan sempurna, jika pasar persaingan sempurna barang yang diperjual belikan adalah barang dengan jenis yang serupa (homogen), maka dalam jenis pasar ini barang yang diperjualbelikan adalah barang dengan jenis yang berbeda atau beragam. (Stekom, 2022). Berikut beberapa jenis pasar persaingan tidak sempurna:

#### **a. Pasar Monopoli**

Pasar monopoli adalah suatu bentuk pasar di mana sebuah penjual tunggal menguasai pasar atau monopolis, berkuasa untuk menentukan harga, dan tidak punya barang sejenis yang hampir sama. Pada pasar monopoli, tidak terdapat barang lain yang sejenis dan tidak ada pesaing bagi sebuah perusahaan. Penjual pada pasar monopoli disebut monopolis yang merupakan pihak tunggal. Monopolis mempunyai kekuasaan dan menguasai pasar untuk menentukan harga (Stekom, 2022).

### **b. Pasar Monopolistik**

Pasar monopolistik adalah pasar dengan banyak produsen yang menghasilkan komoditas yang sama namun berbeda karakteristiknya. Pasar monopolistik umumnya terjadi di semua pasar baik tradisional maupun modern. Struktur pasar ini merupakan bentuk pasar secara nyata, dengan ciri-ciri dari jenis pasar monopoli dan pasar persaingan sempurna (Chairina dan Hutagaol, 2022).

### **c. Pasar Oligopoli**

Pasar oligopoli adalah salah satu bentuk pasar tidak sempurna. Menurut definisinya, pasar oligopoli adalah sebuah pasar di mana di dalamnya terdapat beberapa produsen/penjual (tidak banyak) yang menguasai pasar dengan banyak konsumen atau pembeli. Barang yang dijual di dalam pasar oligopoli bersifat homogen (sama/serupa) dan dijual oleh beberapa produsen. Biasanya didominasi oleh lebih dari 2 produsen tetapi tidak lebih dari 10 produsen (Chairina dan Hutagaol, 2022).

### **d. Pasar Oligopsoni**

Pasar oligopsoni adalah keadaan suatu pasar yang hanya memiliki sedikit pembeli. Produk yang ditawarkan dapat sejenis maupun beragam dengan adanya persaingan harga dan non harga. Pada pasar oligopsoni, informasi tentang produk sangat sedikit sehingga terjadi ketergantungan satu sama lain antar pedagang. Dalam oligopsoni, para konsumen membuat kesepakatan bersama untuk menguasai pembelian komoditas harganya dapat dikendalikan. Produsen tidak punya pilihan lain selain menjual produknya ke para konsumen ini (Stekom, 2022).

#### **e. Pasar Monopsoni**

Pasar monopsoni adalah keadaan pasar dengan jumlah penjual yang banyak dan pembeli tunggal. Monopsoni merupakan salah satu kondisi pasar persaingan tidak sempurna. Keadaan pasar di dalam monopsoni berkebalikan dengan pasar yang bersifat oligopoli dan monopoli. Penawaran diadakan oleh beberapa produsen atau penjual hanya kepada satu pembeli atau konsumen. Keadaan ini akan membuat suatu pasar komoditas akan memiliki barang atau jasa yang hanya dibeli oleh pembeli tunggal. Harga komoditas di dalam pasar tersebut dapat dipengaruhi oleh pembeli tunggal. Monopsoni dapat memberikan laba secara berlebihan kepada pihak yang menguasai pasar. Dampak dari monopsoni adalah terbentuknya persaingan ekonomi secara tidak sehat dan pemusatan kekuatan pasar pada satu perusahaan atau pelaku pasar yang kemudian berakibat pada kerugian ekonomi bagi masyarakat. Adanya persaingan ekonomi yang tidak sehat akibat monopsoni juga dapat menurunkan produktivitas dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi (Stekom, 2022).

### **2.3 Fluktuasi Harga**

Fluktuasi adalah sesuatu yang berlaku dalam perekonomian yang menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi tidak berkembang secara teratur namun mengalami kenaikan atau kemunduran yang selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu. Gambaran atau grafik mengenai fluktuasi adalah suatu grafik yang menunjukkan perubahan pendapatan nasional dan kegiatan ekonomi dari satu waktu ke waktu yang lain. Perekonomian tidak selalu berkembang secara teratur dari satu periode ke periode lainnya, melainkan selalu mengalami masa naik turun atau selalu mengalami pasang surut (Octaviani, 2019).

Dalam pemasaran komoditas hortikultura fluktuasi harga yang tinggi merupakan salah satu isu central yang sering muncul, perubahan harga yang tinggi dapat menyebabkan penerimaan dan keuntungan usaha yang diperoleh petani dari hasil kegiatan usahatannya sangat berfluktuasi. Kondisi demikian tidak kondusif bagi pengembangan agribisnis hortikultura karena keuntungan yang diperoleh dari kegiatan agribisnis hortikultura menjadi tidak stabil padahal tingkat keuntungan yang tinggi dan stabil umumnya justru merupakan daya tarik utama bagi pelaku bisnis untuk melakukan investasi dan memperluas usahanya (Irawan, 2007).

Fluktuasi harga sering terjadi pada produk pertanian yang biasanya diluar kendali petani. Harga tinggi apabila produksi rendah, sebaliknya apabila panen raya maka harga yang diterima cenderung rendah, bahkan produk bisa tidak laku terjual karena banyaknya produk yang beredar di pasar (Ayomi dkk, 2020). Namun tidak serta-merta oleh karena produksi saja fluktuasi terjadi, seperti dalam penelitian Hasan & Suprapti, (2020) Jumlah produksi terbanyak tidak berarti fluktuasi harga paling kecil, yang berarti ada faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi fluktuasi harga seperti siklus panen dan distribusi.

Untuk menggambarkan fluktuasi harga digunakan koefisien keragaman, yaitu perbandingan antara standar deviasi dan harga rata – rata (mean) dinyatakan dalam persen (%). Tujuan dilakukan perhitungan koefisien keragaman dalam suatu rangkaian data, semakin kecil nilai koefisien keragaman maka semakin seragam data tersebut, begitu pula sebaliknya semakin besar nilai koefisien keragaman, semakin tidak seragam data tersebut. Variasi data dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Wulandary, 2020) :

$$CV = \frac{S}{\bar{x}} \times 100\%$$

Keterangan :

CV = Koefisien Keragaman

S = Simpangan baku (standard deviasi)

$\bar{x}$  = Rataan (mean) nilai data

Rumus S sebagai berikut:

$$s = \frac{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2}}{n - 1}$$

Keterangan :

S = Simpangan baku

X = Nilai data

n =  $\Sigma$  data

## 2.4 Transmisi Harga

Transmisi harga dibedakan menjadi transmisi harga spasial dan transmisi harga vertikal. Transmisi harga spasial terjadi jika perubahan harga produk pada suatu level ditransmisikan ke harga produk pada level yang sama dalam rantai pemasaran tetapi pada lokasi yang berbeda. Transmisi harga vertikal yaitu respon harga pada suatu level terhadap perubahan harga di level lain dalam rantai pemasaran, baik perubahan berupa kenaikan harga atau penurunan harga. Transmisi harga vertikal juga berupa respon atau penyesuaian harga di tingkat produsen terhadap perubahan harga di tingkat konsumen atau sebaliknya (Purwasih dkk, 2017). Penelitian tentang transmisi harga merupakan hal yang penting dilakukan karena berguna bagi pengambil kebijakan dalam mengukur distribusi kesejahteraan antara produsen dan konsumen sekaligus sebagai indikator efisiensi harga dalam suatu saluran pemasaran, transmisi harga akan berjalan sempurna apabila tidak terdapat pertentangan dan kekeliruan dalam suatu pasar. Transmisi harga yang tidak sempurna antar dua pasar yang berhubungan

menyebabkan inefisiensi alokasi sumberdaya dan menurunkan kesejahteraan ekonomi, artinya transmisi harga sempurna akan berujung pada pasar yang berjalan efisien (Asrin dkk, 2021).

Terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi transmisi harga, yaitu biaya transportasi atau biaya transaksi, kekuatan pasar (*market power*), produk yang homogen dan terdiferensiasi, nilai tukar, dan kebijakan daerah. Pedagang berperan dalam pembentukan harga. Pedagang yang rasional berorientasi pada keuntungan dan akan selalu memaksimalkan keuntungan dalam setiap kegiatan ekonomi. Perilaku pedagang dalam merespon perubahan harga cenderung asimetris yang menyebabkan terjadinya pengekanan persaingan pada saluran distribusi, sehingga perubahan harga tidak ditransmisikan secara sempurna (Juswandi & Sumarna, 2022).

Elastisitas transmisi harga merupakan hubungan perbandingan perubahan harga ditingkat konsumen dan perubahan harga di tingkat produsen melalui informasi harga. Hubungan tersebut secara tidak langsung dapat diperkirakan keefektifan suatu informasi pasar dan struktur pasar (Rahim dkk, 2012). Analisis elastisitas transmisi harga dapat di hitung menggunakan rumus (Warokka dkk, 2021):

$$ET = \frac{\frac{\Delta P_r}{P_r}}{\frac{\Delta P_f}{P_f}} \times \frac{P_f}{P_r}$$

Keterangan :

Pf = Harga ditingkat petani

Pr = Harga ditingkat pedagang pengecer

ΔPf = Perubahan harga ditingkat petani

ΔPr = Perubahan harga ditingkat pedagang pengecer

Harga memiliki hubungan linier dimana harga di tingkat petani  $P_f$  adalah fungsi dari harga di tingkat pedagang pengecer  $P_r$ , dengan model matematis sebagai berikut:

$$P_f = a + bP_r$$

Dari persamaan tersebut diperoleh:

$$\frac{\partial P_f}{\partial P_r} = b$$

atau

$$\frac{\partial P_r}{\partial P_f} = \frac{1}{b}$$

Sehingga rumus elastisitas transmisi harga adalah sebagai berikut:

$$ET = \frac{1}{b} \times \frac{P_r}{P_f}$$

$ET = 1$ , maka laju perubahan harga ditingkat petani sama dengan laju perubahan harga ditingkat pedagang pengecer.

$ET < 1$ , maka laju perubahan harga ditingkat pedagang pengecer lebih kecil dibandingkan dengan laju perubahan harga ditingkat petani.

$ET > 1$ , maka laju perubahan harga ditingkat pedagang pengecer lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga ditingkat petani. (Kusumah, 2018).

## 2.5 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.** Daftar Hasil Penelitian Terdahulu.

No.	Nama peneliti, tahun & judul penelitian	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
1.	Wulandary, 2020. Fluktuasi Harga Cabai	Untuk melihat perkembangan harga cabai merah besar	Dengan mengumpulkan data time series berupa data perkembangan	1. Secara garis besar di awal tahun 2020 terdapat

	Merah Di Masa Pandemi Covid 19 di Kota Jambi	dan cabai merah keriting serta menganalisis perbedaan fluktuasi harga cabai merah besar dan cabai merah keriting di Kota Jambi	harga cabai dari bulan Januari sampai bulan Juni 2020 dan berskala ukur rasio kemudian menggunakan analisis deskriptif.	perbedaan harga cabai merah keriting di Kota Jambi dari Rp. 40.467,- /kg dan terjadi penurunan menjadi Rp.15.647,- /kg di bulan Juni dengan penurunan sekitar 61%. Penurunan harga ini juga berlaku untuk cabai merah besar yang mengalami penurunan sebesar 55 % dari Rp. 30.500,- /kg di bulan Januari menjadi Rp. 13. 647,-/kg di bulan Juni. 2. Koefisien <i>varians</i> cabai merah besar sebesar 0,38 sedangkan cabai merah keriting sebesar 0,40. Koefisien <i>varians</i> secara kasatmata menunjukkan perbedaan dimana Koefisien <i>varians</i> harga cabai merah keriting lebih tinggi dibandingkan dengan Koefisien <i>varians</i> harga cabai merah
--	--	--	---	--

				besar. tetapi secara statistik kedua koefisien <i>varians</i> ini tidak menunjukkan perbedaan yang nyata.
2.	Hasan & Suprapti, 2020. Fluktuasi Harga Dan Integrasi Horisontal Pasar Bawang Merah Di Madura	Untuk menganalisis fluktuasi harga pada masing-masing Kabupaten di Madura yang mempunyai jumlah produksi berbeda dan menganalisis integrasi pasar horisontal antar Kabupaten di Madura.	Untuk menganalisis fluktuasi harga bawang merah diukur dengan koefisien variansi yang dibuat satuan persen dan untuk analisis integrasi pasar horisontal dilakukan dengan dua tahap yaitu uji stasioneritas data dan uji kointegrasi.	Jumlah produksi terbanyak tidak berarti fluktuasi harga paling kecil yang berarti ada faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi fluktuasi harga seperti siklus panen dan distribusi. Keempat Kabupaten di Madura mempunyai integrasi horisontal jangka panjang yang kuat untuk pasar bawang merah.
3	Rosadi & Purnamasari, 2022. Transmisi Harga Bawang Merah Ditingkat Produsen Dan Konsumen Di Sulawesi Selatan.	Untuk menganalisis transmisi harga bawang merah ditingkat produsen (petani) dan konsumen (Kota Makassar dan peDesaan) di Sulawesi Selatan	Metode penelitian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model ECM ( <i>Error Correction Model</i> ). ECM ( <i>Error Correction Model</i> ) dapat digunakan untuk mengoreksi ketidakseimbangan harga pada jangka pendek menuju ketidakseimbangan harga pada jangka panjang.	Berdasarkan hasil penelitian transmisi harga bawang merah ditingkat produsen dan tingkat konsumen (Kota Makassar) dan konsumen (peDesaan) menunjukkan bahwa terdapat hubungan simetri dalam jangka pendek yang ditunjukkan oleh

				respon perubahan harga yang langsung ditransmisikan ke tingkat produsen dan hubungan asimetri dalam jangka panjang antara produsen dan konsumen bawang merah di Sulawesi Selatan.
4.	Simaloisa, 2022. Analisis Struktur pasar dan Elastisitas Transmisi Harga Kentang di Sumatera Utara	Untuk mengetahui dan menganalisis struktur pasar kentang di Sumatera Utara dan untuk menganalisis elastisitas transmisi harga kentang di Sumatera Utara	Analisis struktur pasar menggunakan Rasio konsentrasi (CR) dan <i>Herfindahl-Hirschman Index</i> (HHI), serta menggunakan analisis elastisitas transmisi harga.	1) Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan CR4 dan HHI didapati bahwa struktur pasar komoditas kentang di Provinsi Sumatera Utara yang meliputi 4 Kabupaten antara kentang yaitu Kabupaten Karo, Simalungun, Samosir, dan Dairi bersifat oligopoli atau <i>highly concentrated oligopoly</i> dengan nilai rasio konsentrasi sebesar 95,44%, sementara nilai HHI adalah sebesar 3.472,7 2) Elastisitas transmisi harga kentang yang terjadi antara

				pedagang pengecer dengan petani ketang di 4 Kabupaten centra kentang di Sumatera Utara menunjukkan bahwa nilai elastisitas transmisi harga yang terjadi di 3 Kabupaten centra bersifat elastisitas $ET > 1$ atau elastis yaitu di Kabupaten Karo, Simalungun, dan Dairi. Sedangkan Kabupaten Samosir bersifat inelastis karena nilai elastisitasnya $ET < 1$ .
5.	Laila, 2022. Analisis Struktur pasar dan Elastisitas Transmisi Harga cabai merah di Sumatera Utara	Untuk mengetahui dan menganalisis struktur pasar cabai merah di Sumatera Utara dan untuk menganalisis elastisitas transmisi harga cabai merah di Sumatera Utara	Analisis struktur pasar menggunakan Rasio konsentrasi (CR) dan <i>Herfindahl- Hirschman Index</i> (HHI), serta menggunakan analisis elastisitas transmisi harga	1) Bentuk pasar cabai merah yang ada di Sumatera Utara adalah pasar persaingan tidak sempurna oligopoli 2) Analisis elastisitas transmisi harga cabai merah di 4 centra cabai Provinsi Sumatera Utara menunjukkan nilai elastisitas $< 1$ kecuali Kabupaten Langkat $> 1$ 3) Analisis elastisitas

				transmisi harga cabai merah antara pedagang pengecer medan dengan pedagang pengecer 4 centra cabai Provinsi Sumatera Utara menunjukkan nilai elastisitas > 1, kecuali Kabupaten Dairi dengan nilai elstisistas < 1
--	--	--	--	---

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan pendekatan kuantitatif, Menurut Wekke dkk, (2019 : 64) Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif. Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya dilakukan melalui pengumpulan data lapangan. Untuk mengumpulkan data digunakan instrumen penelitian. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi di mana sampel tersebut diambil.

#### **3.2 Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari Badan Pusat Statistik Sumatera Utara (BPS Sumut) untuk mendapatkan data harga bawang merah tingkat pedagang pengecer dan Dinas Ketahanan Pangan Tanaman pangan dan Holtikultura Provinsi Sumatera Utara untuk memperoleh data harga bawang merah tingkat petani.

Data yang di peroleh berupa angka dan runtut waktu (*time series*), dengan menggunakan data harga bawang merah tingkat pedagang pengecer dalam jangka waktu Januari 2019 – Desember 2021 untuk menganalisis Fluktuasi Harga

kemudian data harga bawang merah tingkat pedagang pengecer Januari 2019 – Desember 2021 dan data harga bawang merah tingkat petani pada Januari 2019 – Desember 2021 untuk menganalisis Elastisitas Transmisi Harga.

### **3.3 Analisis Data**

#### **3.3.1 Fluktuasi Harga dan Grafik**

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu menjelaskan bagaimana harga bawang merah di Sumatera Utara yang berfluktuatif. Penulis mengumpulkan data harga bawang merah tingkat pedagang pengecer pada 5 Kabupaten centra produksi (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir) dalam rentang waktu Januari 2019 sampai dengan Desember 2021, kemudian data diolah dengan menggunakan rumus koefisien keragaman pada aplikasi MS Exel untuk mendapatkan hasil berupa Fluktuasi Harga dan Grafik

Koefisien keragaman merupakan rasio antara simpangan standar (*standard deviation*) bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi dengan nilai rata-rata (*mean*) bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi. Koefisien keragaman (KK) dinyatakan dalam persentase dan berguna untuk melihat sebaran data dari rata-rata hitungannya. Semakin kecil koefisien keragaman pada masing-masing kabupaten maka data tersebut homogen dan ini berarti harga semakin stabil atau tidak berfluktuasi. Koefisien keragaman harga bawang merah dihitung dengan menggunakan rumus Naully (2016).

$$KK = \frac{\sigma}{\mu} \times 100 \%$$

Keterangan :

- KK = Koefisien Keberagaman harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi  
 $\alpha$  = Standar deviasi harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi  
 $\mu$  = Rata-rata harga harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi

Rumus  $\alpha$  sebagai berikut :

$$\alpha = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

Keterangan :

- $\alpha$  = Standar deviasi harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi  
 $x$  = Harga bawang harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi  
 $n$  = Jumlah data harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi

Rumus  $\mu$  sebagai berikut :

$$\mu = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan :

- $\mu$  = Rata-rata harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi dalam setahun  
 $x$  = Harga harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi  
 $n$  = Jumlah data harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi

Kategori fluktuasi harga sedang apabila KK antara 5% - 9% dan fluktuasi tinggi jika  $KK > 9\%$  (Kemendag RI, 2015 dalam Putri & Wulandari, 2022). Semakin kecil nilai koefisien keragaman harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten, data tersebut homogen (harga semakin stabil atau tidak berfluktuasi) sebaliknya semakin besar nilai koefisien keberagaman harga bawang merah pada

masing-masing Kabupaten maka data tidak seragam (harga tidak stabil atau berfluktuasi).

### **3.3.2 Elastisitas Transmisi Harga**

Elastisitas transmisi harga pertama kali diperkenalkan oleh Maury E. Bredahl, William H. Meyers dan Keith J. Collins pada tahun 1979. Untuk menganalisis transmisi harga antara petani bawang merah dan pedagang pengecer dilakukan dengan menggunakan analisis elastisitas transmisi harga. Penulis mengumpulkan data harga bawang merah tingkat petani dan harga bawang merah tingkat pedagang pengecer pada 5 Kabupaten centra produksi (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir) dalam rentang waktu Januari 2019 sampai dengan Desember 2021, kemudian data diolah dengan menggunakan persamaan regresi sederhana pada aplikasi IBM SPSS *Statistic* untuk memperoleh hasil berupa Elastisitas Transmisi Harga.

Analisis elastisitas transmisi harga adalah analisis yang menggambarkan sejauh mana dampak perubahan harga bawang merah tingkat pedagang pengecer terhadap perubahan harga bawang merah tingkat petani pada masing-masing Kabupaten centra produksi di Sumatera Utara. Elastisitas transmisi harga dapat diukur melalui persamaan regresi linear sederhana di antara dua harga tingkat pedagang pengecer dan harga tingkat petani.

Secara matematis elastisitas transmisi harga (ET) bawang merah dapat dihitung menggunakan rumus Kusumah (2018) sebagai berikut :

$$P_f = a P_r^b$$

Ditransformasikan dalam bentuk linear menjadi :

$$\ln P_f = \ln a + b \ln P_r$$

Keterangan :

- a = Intersep
- b = Koefisien elastisitas transmisi harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi
- P<sub>f</sub> = Harga bawang merah tingkat petani pada masing-masing Kabupaten centra produksi
- P<sub>r</sub> = Harga bawang merah tingkat pedagang pengecer pada masing-masing Kabupaten centra produksi

Kriteria pengukuran analisis elastisitas transmisi harga :

- b = 1, artinya perubahan harga bawang merah 1% ditingkat pedagang pengecer pada masing-masing kabupaten centra produksi mengakibatkan perubahan 1% ditingkat petani.
- b < 1, artinya perubahan harga bawang merah 1% ditingkat pedagang pengecer pada masing-masing kabupaten centra produksi akan mengakibatkan perubahan harga yang kurang dari 1% di tingkat petani
- b > 1, artinya perubahan harga bawang merah 1% ditingkat pedagang pengecer pada masing-masing kabupaten centra produksi mengakibatkan perubahan harga lebih besar 1% ditingkat petani ( Lilimantik, 2011).

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh harga bawang merah pada masing-masing Kabupaten centra produksi dilakukan uji t dan hipotesis yang digunakan adalah :

- H<sub>0</sub> : b = 0, artinya harga bawang merah tingkat pedagang pengecer pada masing-masing Kabupaten centra produksi tidak berpengaruh terhadap harga bawang merah tingkat petani.
- H<sub>1</sub> : b > 0, artinya harga bawang merah tingkat pedagang pengecer pada masing-masing Kabupaten centra produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga bawang merah tingkat petani.

Nilai signifikansi hipotesis yang digunakan adalah sig = 0,05 artinya tingkat kepercayaan terhadap hasil penelitian sebesar 95%. Bila nilai signifikansi t < 0.05, maka H<sub>0</sub> ditolak, apabila nilai signifikansi t > 0.05, maka H<sub>0</sub> diterima.

### **3.4 Definisi Operasional**

1. Fluktuasi harga bawang merah adalah perubahan harga yang disebabkan oleh mekanisme pasar yang perubahannya merupakan kenaikan ataupun penurunan nilai harga itu sendiri yang akan dilihat pada 5 Kabupaten terpilih (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir ) dan dapat digambarkan dalam bentuk grafik.
2. Elastisitas transmisi harga bawang merah adalah sejauh mana dampak perubahan harga bawang merah pada pedagang pengecer di tingkat Kabupaten terpilih (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir) terhadap harga bawang merah pada petani di tingkat Kabupaten terpilih (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir)
3. Petani bawang merah merupakan pihak yang melakukan kegiatan produksi bawang merah di Sumatera Utara dalam hal ini pada 5 Kabupaten terpilih yakni : Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir.
4. Pedagang pengecer bawang merah tingkat Kabupaten adalah pihak atau badan usaha yang melakukan kegiatan penjualan bawang merah secara langsung kepada konsumen akhir pada 5 Kabupaten terpilih, yakni : Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir.
5. Produksi bawang merah adalah banyaknya hasil dari tanaman bawang merah menurut bentuk produksi (hasil) yang diambil berdasarkan luas lahan

yang dipanen pada bulan/triwulan laporan dan di ukur dengan ton. Dalam hal ini adalah produksi bawang merah pada 5 Kabupaten terpilih, yakni : Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir.

6. Harga bawang merah petani produsen adalah harga yang diterima petani bawang merah pada 5 Kabupaten terpilih (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir) dari bawang merah yang dihasilkan petani, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg)
7. Harga bawang merah pedagang pengecer pada Kabupaten adalah harga transaksi antara penjual dan pembeli bawang merah di 5 Kabupaten terpilih (Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Samosir) secara eceran dipasar setempat, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).