



**Akreditasi A**  
Melayani Masyarakat

ISBN: 978-602-52118-3-6

Fakultas Pertanian  
Universitas Mulawarman

**PROSIDING**

**SEMINAR NASIONAL**  
**PERTANIAN**  
**2021**  
**Universitas Mulawarman**



**“Nilai Pertanian : Dari Potensi Lokal Menuju Pasar Yang Berdaya Saing”**

Samarinda | **30 JUNI**  
**2021**

**Editor:**

Dr. Mariyah, S.P.,M.Si.

Ir. Hj. Rita Mariati, M.P.

Muhammad Erwan Suriaatmadha, S.P.,M.P.

Agung Enggal Nugroho, S.P.,M.P.

**Reviewer:**

Dr. Mariyah, S.P., M.Si.

Dr. Ir. Ndan Imang, M.P.

Prof. Dr. sc. Agr. Nurhasanah, S.P., M.Si.

Dr. Kadis Mujiono, S.P., M.Si.

Dr. Miftahur Rohmah, S.P., M.P.

Nike Widuri, S.P., M.P.

Saripah Nurfilah, S.Pd., M.Sc.

Qurratu Aini, S. Gz., M.Si.

drh. Fikri Ardhani, M. Sc.

Nur Amaliah, S. TP, M.Si.

**Cover dan Layout:**

Hernadi Sudirman

Indra Hendriawan, S.P.,M.P.

Aditia Nugraha, S.P.

**Penerbit:**

Fakultas Pertanian Universitas Mulawrman

Diterbitkan: Agustus 2021

**ISBN: 978-602-52118-3-6**

© Hak Cipta Milik Faperta UNMUL, 2021

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya ilmiah ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin.*

**PROSIDING**  
**SEMINAR NASIONAL**  
**NILAI PERTANIAN: DARI POTENSI LOKAL MENUJU**  
**PASAR YANG BERDAYA SAING**

Pelindung	: Prof. Dr. Ir. H. Rusdiansyah, M. Si.
Pengarah I	: Prof. Dr. Bernatal Saragih, M. Si.
Pengarah II	: Nurul Puspita Palupi, S.P., M. Si.
Pengarah III	: Dr. H. Achmad Zaini, S.P., M. Si.
Steering Committee	: 1. Ir. Midiansyah Effendi, M. Si. 2. Dr. Ir. H. A. Syamad Ramayana, M.P. 3. Sulistyو Prabowo, S.TP., M.P., M.PH, Ph.D. 4. Dr. Ir. Taufan Purwokusumaning Daru, M.P. 5. Dr. Ir. Sadaruddin, M.P.
Ketua	: Prof. Dr. Ir Juraemi, M.Si.
Wakil Ketua	: Dr. Ir. Siti Balkis, M.P.
Sekretaris	: Prof. Dr. Karmini, S.P.,M.P.
Wakil Sekretaris	: Dr. Aswita Emmawat, S.TP., M.Si.
Bendahara	: Ir. Hj. Rita Mariati, M.P.
Wakil Bendahara	: Taufik, S.E.
Koordinator Seksi Humas	: Afra Tustini Ekawati, S.Pd., M.Si.
Anggota	: 1. Firda Juita, S.P., M.P. 2. Surya Nur Rahmatullah, S.Pt., M.Si. 3. Aditia Nugraha, S.P. 4. Firman, S. Kom. 5. Riza Purnama, S. Kom.
Kordinator Seksi Sidang dan Acara	: Mursidah, S.P., M.M.
Anggota	: 1. Dr. Muh. Ichsan Haris, S.Pt.,M.P. 2. Eko Harri Yulianto Arifin, S.P., M.Si. 3. Dr. Odit Ferry Kurniadinata, S.P., M.Si. 4. Dr. Hadi Pranoto, S.P., M.P. 5. Novi Christiani, S. TP. 6. Apdila Safitri, S.Pt., M.Si. 7. Yoga Toyibullah, S.Si., M.Sc. 8. Magfirotin Marta Banin, S.Pi., M.Sc. 9. Lusius, S. Hut.
Koordinator Seksi Makalah/ Prosiding	: Dr. Mariyah, S.P., M.Si.
Anggota	: 1. Dr. Ir. Ndan Imang, M.P. 2. Nike Widuri, S.P., M.P. 3. Saripah Nurfilah, S.Pd., M.Sc. 4. Qurratu Aini, S. Gz., M.Si. 5. drh. Fikri Ardhani, M. Sc.

6. Prof. Dr. sc. Agr. Nurhasanah, S.P., M.Si.
7. Dr. Kadis Mujiono, S.P., M.Si.
8. Dr. Miftahur Rohmah, S.P., M.P.
9. Nur Amaliah, S. TP, M.Si.
10. Indroyadi, S.P.
11. Idra Hendriawan, S.P., M.P.

Koordinator Seksi

Konsumsi

: Nella Naomi Duakaju, S.TP., M.P.

Anggota

: 1. Dina Lesmana, S.P., M.Si.

2. Lisdiana

3. Gusti Yuanita Maryani, A.Md.

4. Endang Yuniningsih, S. Hut.

Koordinator Seksi

Perlengkapan

: Maria Ulfa, S. Sos., M.Si.

Anggota

: 1. Rizali Hadi, S.Pt.

2. Hasman

3. Adi Suwito

4. Gatot

5. Yani

6. Wagiman

7. Hairul Anam

8. Topan Andika, S.Pd.

Koordinator Seksi

Dana

: Hj. Syarifah Maryam, S.P., M.P.

Anggota

: 1. Tetty Wijayanti, S.P., M.P.

2. Ir. Hj. Syarifah Aida, M.P.

3. Dr. Ir. Ellok Dwi Sulichantini, M.P.

4. Sofian, S.P., M.Sc.

Koordinator Seksi

Kesekretariatan

: Agung Enggal Nugroho, S.P., M.P.

Anggota

: 1. Muhammmad Erwan Suriaatmadja, S.P., M.P.

2. Jumadi, S. Kom.

3. Muhammad Ugianur, S. Sos.

4. Tatik Aniah, S.KM.

5. Hernadi Sudirman

Koordinator Seksi

Keamanan

: Yacobus

Anggota

: 1. Ahmad Soryanto

2. Fahmi

3. Munawir

ANALISIS PENGARUH BRAND, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MINYAK GORENG BIMOLI DI PAJAK HORAS, <u>KECAMATAN</u> PEMATANG SIANTAR <b>Saprida, Sonia Theresia Manurung</b>	192
PENGARUH RELATIVE ADVANTAGE DAN SELF-IDENTITY TERHADAP NIAT BELI BIBIT VARIETAS TENERA DI PERKEBUNAN RAKYAT (STUDI KASUS PADA PETANI DI KECAMATAN SELESAI) DENGAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR (TPB) <b>Andi Saputra Hutasoit, Abednego Suranta Karo Sekali</b>	198
PENGARUH <i>PERCEIVED BENEFIT</i> , PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, TERHADAP NIAT BELI BIBIT KELAPA SAWIT VARIETAS TENERA PADA PERKEBUNAN RAKYAT (STUDI PADA PETANI KELAPA SAWIT DI KECAMATAN SELESAI KABUPATEN LANGKAT) <b>Aryudha Aprilia Panjaitan, Abednego Suranta Karo Sekali</b>	204
PENGARUH <i>COMPATIBILITY</i> DAN <i>PERCEIVED USEFULNESS</i> TERHADAP NIAT BELI BIBIT TENERA DI PERKEBUNAN RAKYAT (STUDI KASUS PADA PETANI KELAPA SAWIT DI KECAMATAN SELESAI) DENGAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB) <b>Enricco Masti Tarigan, Abednego Suranta Karo Sekali</b>	209
PENGARUH EFFORT EXPECTANCY DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP NIAT BELI BIBIT VARIETAS TENERA PADA PERKEBUNAN RAKYAT (Studi Kasus Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Selesai) Dengan <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) <b>Abednego Suranta Karo Sekali, Julia Ruminta Lumban Gaol</b>	216
PROSPEK PENGEMBANGAN BUAH JERUK KEPROK BORNEO PRIMA DI KABUPATEN BULUNGAN PROVINSI KALIMANTAN UTARA <b>Muhamad Rizal</b>	223
<b>SISTEM PENUNJANG DAN KELEMBAGAAN PERTANIAN</b>	
ANALISIS KETERPADUAN PASARKOMODITAS BAWANG MERAH DI KOTA BALIKPAPAN <b>Ajeng Yuni Triana, Mursidah, Rita Mariati</b>	231
KEBERLANJUTAN SISTEM SUBAK BERBASIS PENERAPAN TRI HITA KARANA (KASUS SUBAK SEMBUNG KECAMATAN DENPASAR UTARA KOTA DENPASAR) <b>Putu Fajar Kartika Lestari, Ni Putu Anglila Amaral</b>	249

# ANALISIS KETERPADUAN PASAR KOMODITAS BAWANG MERAH DI KOTA BALIKPAPAN

Ajeng Yuni Triana<sup>1</sup>, Mursidah<sup>2</sup>, Rita Mariati<sup>3</sup>

Jurusan/Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman, Samarinda  
Email: Ajengyunitriana@gmail.com<sup>1</sup>, mursidah.spm@gmail.com<sup>2</sup>, rita.mariati@yahoo.com<sup>3</sup>

## ABSTRAK

Sistem pemasaran berkaitan dengan lembaga pemasaran. Hal ini dikarenakan lembaga pemasaran berperan untuk menghubungkan produsen dengan konsumen dari satu pasar ke pasar lainnya. Pasar-pasar akan terintegrasi apabila adanya hubungan perdagangan antara dua pasar atau lebih dan harga di suatu pasar berhubungan dengan harga di pasar lainnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat keterpaduan pasar komoditas bawang merah secara vertikal dalam jangka pendek antara Pasar Pandansari dengan Pasar Klandasan di Kota Balikpapan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara menggunakan kuesioner dan metode analisis data menggunakan *Autoregressive Distributed Lag* dengan IMC (*Index of Market Connection*). Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *Purposive sampling* pada distributor dan *Snowball sampling* pada pedagang pengecer di Pasar Pandansari dan Pasar Klandasan dengan masing-masing jumlah responden sebanyak 15 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden berada pada usia produktif yaitu 15-64 dengan jumlah 30 responden, rata-rata lama pedangang 1-5 tahun dengan jumlah 15 responden dan kuantitas rata-rata pembelian bawang merah sebanyak 100-500 kg dengan jumlah 23 responden. Rata-rata harga bawang merah di Pasar Pandansari yaitu sebesar Rp 28.082/kg dan rata-rata harga bawang merah di Pasar Klandasan yaitu sebesar Rp 35.226/kg. Nilai  $R^2$  diperoleh sebesar 0,742 atau 74,2%, nilai F hitung sebesar 25,898 dan nilai IMC sebesar 0,602. Berdasarkan hasil penelitian keterpaduan pasar komoditas bawang merah pada Pasar Pandansari dengan harga bawang merah di Pasar Klandasan di Kota Balikpapan tinggi dengan nilai IMC < 1 sehingga perubahan harga yang terjadi di Pasar Klandasan dengan baik ditransmisikan ke Pasar Pandansari.

**Kata kunci : keterpaduan pasar, bawang merah, IMC**

## ABSTRACT

*The marketing system deals with marketing agencies. This is because marketing agencies play a role in connecting producers and consumers from one market to another which is involved in the marketing system. Markets will be integrated if there is a trade relationship between two or more markets and prices in one market are related to prices in other markets in Balikpapan. This study was conducted to determine and analyze the level of vertical shallot market integration in the short term between Pandansari Market and Klandasan Market in Balikpapan City. The data was collected through interviews by using a questionnaire and data analysis methods using Autoregressive Distributed Lag with IMC (Index of Market Connection). Sampling was carried out using the snowball sampling method to distributors and retailers in Pandansari Market and Klandasan Market with 15 respondents each. The results showed that respondents were in the productive age of 15-64 years with a total 30 respondents, an average of sells 1-5 years with a total 15 respondents and an average quantity of buy shallots 100-500 kg with a total 23 respondents. The average price of shallots at the Pandansari Market is Rp 28.082/kg and the average price of shallots at the Klandasan Market is Rp 35.226/kg. The  $R^2$  value is 0.742 or 74.2%, the calculated F value is 25,898 and IMC value is 0,602. Based on the results on the integration of the shallot commodity market at the Pandansari Market with the price of shallots in the Klandasan Market in Balikpapan City, it's high with an IMC value < 1. That the price changes that occur in the Klandasan Market are well transmitted to the Pandansari Market.*

**Keywords: market integration, shallot, IMC**

## PENDAHULUAN

Pertanian memiliki peranan penting dalam perekonomian, maka diperlukan pembangunan di sektor pertanian.

Pembangunan sektor pertanian berperan antara lain sebagai sumber tenaga kerja, sektor perekonomian, sumber kapital pertumbuhan modern dan sebagai sumber devisa. Sektor pertanian terdapat beberapa

sub sektor yang diantaranya, sub sektor hortikultura, kehutanan, perkebunan, perikanan dan peternakan [1]. Pemasaran merupakan suatu hal yang penting dalam melakukan usahatani, karena sebagai perilaku ekonomi yang mempengaruhi tinggi rendahnya pendapatan petani. Produksi yang tinggi tidak memberikan keuntungan yang besar bagi petani tanpa disertai pemasaran yang baik dan efisien.

Berdasarkan data BPS Provinsi Kalimantan Timur tahun 2017 [2], dapat diketahui bahwa perbandingan luas panen, produktivitas, dan produksi bawang merah pada tahun 2018 [3] dan 2019 [4] mengalami penurunan yang signifikan yaitu sebesar -79,16%. Pada tahun 2018, luas panen komoditas bawang merah di Kalimantan Timur seluas 149 ha, jumlah produksi sebesar 828 ton dan produktivitasnya mencapai 5,56 ton/ha, sedangkan pada tahun 2019 luas panen menurun seluas 109 ha, sehingga luas lahan komoditas bawang merah hanya seluas 40 ha. Penurunan produksi ini diakibatkan karena hasil tanam yang kurang baik dan stok panen sebelumnya rusak karena curah hujan yang tinggi, khususnya pada Kota Balikpapan produksi bawang merah masih sebagai uji coba. Permintaan bawang merah akan terus meningkat sebagai bumbu penyedap makanan dan bahan obat – obatan tradisional [5], namun produksi yang dicapai petani di Balikpapan masih rendah, sehingga kebutuhan bawang merah di Kota Balikpapan dipasok dari Sulawesi dan Jawa. Salah satu faktor penting dalam pengembangan hasil – hasil pertanian khususnya sayuran seperti komoditas bawang merah adalah pemasaran.

Pasar memegang peranan penting dalam kegiatan pendistribusian komoditas pertanian dari produsen agar sampai ke konsumen [6]. Pasar–pasar terintegrasi apabila aktivitas perdagangan antara dua pasar atau lebih yang terpisah secara wilayah dan harga di suatu pasar berhubungan dengan harga di pasar lainnya. Perubahan harga di suatu pasar secara menyeluruh atau sebagian ditransmisikan ke harga yang terjadi di pasar – pasar lain dalam jangka pendek atau jangka panjang, sehingga menunjukkan keterpaduan antara pasar yang terlibat dalam pemasaran yang mengindikasikan terjadinya pemasaran yang efisien [7].

Sebuah pasar berfungsi sebagai tempat menampung produk pertanian yang ditawarkan oleh petani dan menyampaikannya ke konsumen yang membutuhkan. Proses pendistribusian bawang merah dari produsen ke konsumen diperlukan adanya suatu pasar. Kota Balikpapan sebagai pintu masuknya komoditas bawang merah yang berasal dari Sulawesi dan Jawa yang mana bawang merah langsung disalurkan ke Pasar Pandansari. Pasar Pandansari adalah pasar yang melakukan aktivitas bongkar muat paling ramai di Kota Balikpapan, yang mana bawang merah dari luar daerah didistribusikan di pasar ini. Pasar ini juga merupakan pasar penyeimbang harga. Selain itu ada juga pasar Klandasan yang merupakan pasar penyeimbang harga kedua di Balikpapan, namun ada beberapa pedagang eceran di pasar Klandasan yang mendapatkan produknya dari pasar Pandansari. Harga bawang merah yang terbentuk di pasar Pandansari dan pasar Klandasan berubah-ubah setiap bulannya, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat keterpaduan pasar komoditas bawang merah secara vertikal dalam jangka pendek antara Pasar Pandansari dengan Pasar Klandasan di Kota Balikpapan.

## **METODE**

### **Waktu dan Tempat**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari hingga bulan April 2021. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Pasar Pandansari dan Pasar Klandasan Kota Balikpapan.

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi langsung ke lokasi penelitian dan mengadakan wawancara dengan responden yaitu pedagang distributor dan pengecer yang berada di daerah penelitian dengan berpedoman pada daftar pertanyaan/kuesioner. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi atau lembaga yang ada kaitannya dengan penelitian seperti Badan Pusat Statistik Kota Balikpapan, dan Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional, serta sumber lain yang mendukung penelitian ini.

### Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode *snowballsampling*. Responden pertama yaitu distributor sebagai dasar untuk mencari responden awal ditentukan secara *purposive*, yaitu distributor bawang merah di Pasar Pandansari (5 distributor), kemudian untuk saluran pemasaran berikutnya digunakan *snowball*, baik di Pasar Pandansari maupun di Pasar Klandasan. Jumlah respondennya mencapai jumlah yang diinginkan yaitu 30 responden pedagang pengecer, yaitu 15 pedagang pengecer di Pasar Pandansari dan Pasar Klandasan.

### Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat keterpaduan pasar adalah *Autoregressive Distributed Lag*, Pengujian Model (Uji  $R^2$ , Uji F, Uji t), dan Pengujian Asumsi Klasik (Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastitas).

#### *Autoregressive Distributed Lag*

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keterpaduan pasar komoditas bawang merah dalam jangka pendek antara Pasar Pandansari dan Pasar Klandasan di Kota Balikpapan. Analisis dilakukan secara statistik terhadap data primer dengan menggunakan model IMC (*Indeks of Market Connection*) dengan pendekatan model *Autoregressive Distributed Lag Model* [8] digambarkan sebagai berikut :

$$P_{pt} = a + (1+b)P_{pt-1} + c(P_{kt} - P_{kt-1}) + (d-b)P_{kt-1} + eX_{t-1} + \mu_t \quad (1)$$

Keterangan :

$P_{pt}$  = Harga bawang merah di pasar Pandansari (Rp/Kg)

$P_{kt}$  = Harga bawang merah di pasar Klandasan (Rp/Kg)

t = Waktu (hari)

X = Faktor musim atau faktor lain

Memudahkan pendugaan koefisien parameter, maka persamaan (1) ditransformasikan menjadi [8] :

$$P_{ft} = \beta_0 + \beta_1 P_{ft-1} + \beta_2 (P_{rt} - P_{rt-1}) + \beta_3 P_{rt-1} + \beta_4 X_{t-1} + \mu_t \quad (2)$$

Keterangan :

$$\beta_1 = (1 + b)$$

$$\beta_2 = c$$

$$\beta_3 = (d - b)$$

$$\beta_4 = e$$

*Indeks of Market Connection* (IMC) dapat dihitung dengan menggunakan persamaan [8] :

$$IMC = \frac{1+b}{d-b} \quad (3)$$

Berdasarkan rumus diatas  $\beta_1 = 1 + b$ , dan  $\beta_3 = (d-b)$ , maka persamaan tersebut menjadi [27] :

$$IMC = \frac{\beta_1}{\beta_3} \quad (4)$$

Jika nilai  $IMC < 1$  maka integrasi jangka pendek tinggi, jika  $IMC \geq 1$  maka integrasi jangka pendek rendah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar merupakan tempat terjadinya proses penawaran dan permintaan suatu barang atau jasa. Pasar Pandansari dianggap menjadi pasar induk di Kota Balikpapan karena berdekatan dengan pelabuhan sehingga komoditas pertanian yang masuk ke Kota Balikpapan didistribusikan ke Pasar Pandansari. Salah satu komoditas pertanian yang didistribusikan di Pasar Pandansari adalah komoditas bawang merah. Komoditas bawang merah yang masuk ke pasar pada saat penelitian berasal dari Sulawesi. Pada awal tahun sampai bulan Maret 2021 pasokan bawang merah dari Surabaya tidak masuk ke Pasar Pandansari dikarenakan daerah asal mengalami banjir dan curah hujan tinggi sehingga komoditas tidak bisa diterima di Pasar Pandansari.

Pada penelitian ini, dipilih Pasar Pandansari sebagai pasar induk dan Pasar Klandasan sebagai pasar acuan. Penelitian mengenai keterpaduan pasar komoditas bawang merah di Kota Balikpapan ini menggunakan data primer berupa harga beli konsumen rumah tangga pada bulan Maret 2021 dari 30 responden yang terdiri dari 15 responden di Pasar Pandansari dan 15 responden di Pasar Klandasan.

### 1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Balikpapan sebagai pintu gerbang Kalimantan Timur memerlukan pasar sebagai sarana perdagangan yang penting untuk kegiatan jual beli komoditas pertanian yang berasal dari luar Kota Balikpapan. Kota Balikpapan memiliki pasar tradisional yang cukup banyak yaitu hampir diseluruh wilayah kecuali di Balikpapan Tengah. Pasar tradisional di Kota Balikpapan cukup bersih dan tersusun rapi. Pasar tradisional di Kota Balikpapan juga tidak hanya menjual komoditas pertanian, tetapi juga menjual kebutuhan sandang, pangan dan papan.

#### a. Pasar Pandansari

Pasar Pandansari merupakan pasar yang terletak di Kota Balikpapan, berlokasi di Jalan Pandan Sari, Kecamatan Balikpapan

Barat. Pasar ini dibangun dengan fasilitas yang cukup memadai dan dapat menampung 1.000 pedagang. Pasar Pandansari merupakan pasar induk di Kota Balikpapan. Pedagang yang berada di Pasar Pandansari sangat beraneka ragam, yaitu berupa sandang, pangan dan papan. Pedagang yang menjual komoditas pertanian juga sangat beragam, selain itu di pasar ini terdapat berbagai distributor atau agen. Pedagang pengecer bawang merah cukup banyak di Pasar Pandansari, dari depan pintu gerbang pasar sampai ke dalam sekitar 120 pedagang pengecer. Letaknya juga tidak berjauhan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lainnya. Para pedagang pengecer bawang merah di Pasar Pandansari biasanya sudah menentukan harga sehingga minim terjadinya proses tawar menawar.

#### b. Pasar Klandasan

Pasar Klandasan terletak di Jalan Jendral Sudirman, Kelurahan Klandasan Ulu, Balikpapan Kota. Lokasinya berada di pusat Kota Balikpapan, pasar ini mempunyai berbagai macam tempat perbelanjaan seperti kuliner, gadget, pasar buah, pasar ikan, dan kebutuhan rumah tangga. Pasar Klandasan juga terbagi menjadi dua wilayah yaitu Pasar Klandasan I dan Klandasan II, pasar ini dapat menampung kurang lebih 1.000 pedagang. Keadaan kios – kios di dalam pasar ini cukup tertata dengan rapi. Pedagang pengecer bawang merah tidak sebanyak di Pasar Pandansari, yaitu sekitar 50 pedangan pengecer. Letaknya yang tertata dengan rapi dapat memudahkan pengunjung saat berada di pasar ini.

#### 1. Identitas Responden

Dalam kegiatan pendistribusian barang dari distributor ke konsumen terdapat pedagang perantara atau disebut juga lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran ini di membeli langsung dari distributor dan mendistribusikannya secara langsung ke pedagang pengecer di Pasar Pandansari, konsumen rumah tangga atau pedagang pengecer di Pasar Klandasan. Berikut adalah identitas responden lembaga pemasaran dalam pemasaran bawang merah dari Pasar Pandansari ke Pasar Klandasan.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa distributor dan pedagang pengecer bawang merah berada pada usia produktif antara 15-64 tahun dengan persentase 100%. Hal ini berarti bahwa semua responden lembaga pemasaran bawang

merah mampu bekerja dengan baik didukung dengan fisik yang kuat pula.

Tabel 1. Identitas Responden Lembaga Pemasaran Komoditas Bawang Merah di Pasar Pandansari dan Pasar Klandasan Kota Balikpapan

Uraian	Jumlah Lembaga Pemasaran				Total	
	Distributor		Pedagang pengecer		Σ	%
	Σ	%	Σ	%		
Usia (tahun)						
a. < 15	0	0,00	0	0,00	0	0,00
b. 15 – 64	5	14,29	30	85,71	35	100
c. > 65	0	0,00	0	0,00	0	0,00
<b>Jumlah</b>	<b>5</b>	<b>14,29</b>	<b>30</b>	<b>85,71</b>	<b>35</b>	<b>100</b>
Lama berdagang (tahun)						
a. 1 – 5	1	2,86	15	42,86	16	45,71
b. 6 – 10	0	0,00	10	28,57	10	28,57
c. 11 – 15	0	0,00	1	2,857	1	2,857
d. 16 – 20	1	2,86	3	8,571	4	11,43
e. > 21	3	8,57	1	2,857	4	11,43
<b>Jumlah</b>	<b>5</b>	<b>14,29</b>	<b>30</b>	<b>85,71</b>	<b>35</b>	<b>100</b>
Kuantitas pembelian (kg)						
a. 100 - 500	0	0,00	23	65,71	23	65,71
b. 600 - 1.000	0	0,00	4	11,43	4	11,43
c. 1.100 - 1.500	0	0,00	1	2,86	1	2,86
d. 1.600 - 2.000	0	0,00	2	5,71	2	5,71
e. > 2.000	5	14,29	0	0,00	5	14,29
<b>Jumlah</b>	<b>5</b>	<b>14,29</b>	<b>30</b>	<b>85,71</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

Sumber : data primer (diolah, 2021)

Mayoritas pedagang bawang merah memiliki pengalaman berdagang antara 1-5 tahun yaitu sebanyak 15 pedagang atau 42,86%. Pengalaman berdagang ini menentukan penguasaan akan pasar masih kurang dalam hal pemasarannya yaitu penguasaan dalam penentuan harga. Kuantitas pembelian bawang merah oleh pedagang pengecer di Pasar Pandansari dan Pasar Klandasan dengan jumlah 100-500 Kg/bulan yaitu sebanyak 23 pedagang atau 65,71%. Pembelian bawang merah dengan kisaran 100-500 kg/bulan dikarenakan bawang merah tidak tahan lama sehingga pedagang membeli bawang merah sesuai kebutuhan pasar.

**Keadaan Perubahan Perkembangan Harga Bawang Merah antara Pasar Pandansari dengan Pasar Klandasan**

Hasil penelitian menunjukkan, harga jual bawang merah tertinggi yang pernah terjadi di Pasar Pandansari pada Maret 2021

adalah sekitar Rp 34.000/kg dan harga terendah sebesar Rp 22.000/kg. Di Pasar Klandasan, harga tertinggi pada bulan Maret 2021 sebesar Rp 40.000/kg dan harga terendah sebesar Rp 30.000/kg.

Tabel 2. Total Perubahan Rataan Harga antara Pasar Pandansari dengan Pasar Klandasan pada Maret 2021

Tanggal	Harga (Rupiah)		Margin Pemasaran (Rupiah)
	Pasar Pandansari	Pasar Klandasan	
01/03/2021	23.933	32.667	8.734
02/03/2021	23.933	32.667	8.734
03/03/2021	25.067	32.667	7.600
04/03/2021	25.067	32.667	7.600
05/03/2021	25.067	32.667	7.600
06/03/2021	26.067	32.667	6.600
07/03/2021	26.867	32.667	5.800
08/03/2021	27.000	32.667	5.667
09/03/2021	27.133	32.667	5.533
10/03/2021	27.267	32.667	5.400
11/03/2021	27.267	32.667	5.400
12/03/2021	27.733	32.667	4.933
13/03/2021	27.733	32.667	4.933
14/03/2021	27.733	32.667	4.933
15/03/2021	28.267	37.333	9.067
16/03/2021	28.533	37.333	8.800
17/03/2021	29.200	37.333	8.133
18/03/2021	29.200	37.333	8.133
19/03/2021	29.200	37.333	8.133
20/03/2021	29.333	37.333	8.000
21/03/2021	30.000	37.333	7.333
22/03/2021	30.267	37.333	7.067
23/03/2021	30.533	37.333	6.800
24/03/2021	30.667	37.333	6.667
25/03/2021	30.533	37.333	6.800
26/03/2021	30.400	37.333	6.933
27/03/2021	30.667	37.333	6.667
28/03/2021	30.667	37.333	6.667
29/03/2021	28.400	37.333	8.933
30/03/2021	28.400	37.333	8.933
31/03/2021	28.400	37.333	8.933
<b>Rataan</b>	<b>28.082</b>	<b>35.226</b>	<b>7.144</b>

Sumber : data primer (diolah, 2021)

Rata – rata harga jual bawang merah pada Maret 2021 di Pasar Pandansari

berkisar Rp 28.082/kg sedangkan di Pasar Klandasan, rata – rata harga jual bawang

merah berada pada kisaran harga Rp 35.226/kg. Jika diperhatikan, maka harga jual rata – rata bawang merah di Pasar Pandansari lebih rendah daripada harga bawang merah di Pasar Klandasan. Perubahan harga bawang merah di Pasar Klandasan menyebabkan perubahan harga bawang merah lebih kecil di Pasar Pandansari. Keadaan rata-rata harga bawang merah di Pasar Pandansari dan Pasar Klandasan dari masing – masing 15 responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Harga yang terjadi diantara dua pasar cukup berfluktuasi dalam kurun waktu 1 bulan yaitu pada bulan Maret 2021, adanya peningkatan dan penurunan harga yang tidak dapat diprediksi. Permintaan bawang merah di kedua pasar tiap harinya tidak menentu karena terjadi fluktuasi harga. Selama periode waktu yang diteliti yaitu Maret 2021 selama 31 hari, harga bawang merah meningkat pada pertengahan bulan dan menurun pada akhir bulan. Hal tersebut dikarenakan pada awal tahun 2021 terdapat musibah banjir dan curah hujan yang tinggi, sehingga bawang merah juga tidak dapat tumbuh secara optimal dan pada akhir Maret keadaan asal komoditas bawang merah

sudah cukup baik sehingga ketersediaan bawang merah melimpah.

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat besarnya margin pemasaran antara harga di Pasar Pandansari dengan harga di Pasar Klandasan. Rata – rata harga bawang merah di Pasar Pandansari yaitu sebesar Rp 28.082/kg, rata-rata margin pemasaran bawang merah yaitu sebesar Rp 7.144/kg, artinya margin pemasarannya lebih besar dari harga di Pasar Pandansari.

#### **Analisis Autoregressive Distributed Lag**

Integrasi atau keterpaduan pasar merupakan salah satu indikator dari efisiensi pemasaran, khususnya efisiensi harga. Integrasi pasar merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh perubahan harga yang terjadi di pasar acuan (pasar pada tingkat yang lebih tinggi seperti level pasar pengecer) akan menyebabkan terjadinya perubahan pada pasar pengikutnya (misalnya pasar di tingkat pedagang besar). Analisis integrasi pasar sangat erat kaitannya dengan struktur pasar. Hasil analisis koefisien regresi integrasi vertikal Pasar Pandansari dengan Pasar Klandasan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi Integrasi Komoditas Bawang Merah Pasar Pandansari dengan Pasar Klandasan di Kota Balikpapan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3225,604	3187,557		1,012	,320
	Harga di Pasar Klandasan	,706	,090	,823	7,815	,000

a Dependent Variable: Harga Pasar Pandansari

Sumber : data primer (diolah, 2021)

Menurut Limbong dalam [24] integrasi pasar secara vertikal akan terjadi dengan kuat apabila  $0,5 < \alpha_1 \leq 1$ , yaitu harga di tingkat pasar induk terintegrasi dengan harga di tingkat pasar pengecer. Hasil analisis regresi, koefisien regresi ( $\alpha_1$ ) harga bawang merah di pasar tingkat pengecer yaitu Pasar Klandasan sebesar 0,706. Hal ini berarti bahwa Pasar Pandansari terintegrasi dengan Pasar Klandasan maka akan ditransmisikan secara proporsional ke dalam harga Pasar Pandansari.

Kondisi pasar yang terintegrasi dalam jangka pendek dapat menunjukkan bahwa proses pasar di Pasar Pandansari sudah efisien, hal ini menunjukkan bahwa integrasi akan dipengaruhi dan akan tercapai jika terdapat informasi pasar yang sama, memadai, disalurkan dengan cepat ke pasar lain dan memiliki hubungan yang positif antara harganya di pasar yang berbeda. Integrasi pasar jangka pendek dan jangka panjang menggunakan metode

Tabel 4. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi terhadap Integrasi Pasar dalam Jangka Pendek pada Pasar Pandansari dan Pasar Klandasan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3290,439	3158,607		1,042	,307
time lag harga di Pasar Pandansari	,425	,267	,915	1,588	,124
Selisih harga di Pasar Klandasan dengan time lag harga di Pasar Klandasan	,465	,191	1,370	2,442	,021
time lag harga di Pasar Klandasan	,705	,089	2,057	7,902	,000

a Dependent Variable: Harga di Pasar Pandansari  
 Sumber : data primer (diolah, 2021)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi yaitu  $P_{pt} = 3290,439 + 0,425(P_{pt-1}) + 0,465(P_{kt}-P_{kt-1}) + 0,705(P_{kt-1})$ . Berdasarkan uji atau nilai F yaitu harga bawang merah di Pasar Pandansari pada waktu t-1 (hari t-1), selisih harga bawang merah di Pasar Klandasan pada waktu t (hari t) dengan waktu t-1 (hari t-1), dan harga bawang merah di Pasar Klandasan pada waktu t-1 (hari t-1) secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap harga bawang merah di Pasar Pandansari pada waktu t (hari t). Berdasarkan uji t dari tiga variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model, hanya dua variabel yang signifikan yaitu selisih harga bawang merah di Pasar Klandasan pada waktu t (hari t) dengan waktu t-1 (hari t-1) dan *variable time lag* harga di Pasar Klandasan.

Berdasarkan perbandingan koefisien b1 dengan b3 dari persamaan regresi dapat digunakan untuk mengetahui nilai IMC sebesar 0,602. Nilai IMC dengan nilai kurang dari satu menjelaskan bahwa tingkat keterpaduan pasar dalam jangka pendek adalah tinggi sehingga perubahan harga yang terbentuk di Pasar Klandasan ditransmisikan dengan baik ke Pasar Pandansari.

**Uji R<sup>2</sup>**

Nilai R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) yang diperoleh dari hasil analisis regresi antara Pasar Pandansari dengan Pasar Klandasan yaitu sebesar 0,742 atau 74,2%. Hal ini berarti bahwa harga bawang merah di Pasar Pandansari pada Maret 2021 dapat

dijelaskan oleh variabel bebasnya yaitu harga bawang merah di Pasar Pandansari, selisih harga bawang merah di Pasar Klandasan, dan harga bawang merah di Pasar Klandasan sebesar 74,2% yang dimasukkan dalam model, sedangkan sisanya yaitu sebesar 25,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain.

**Uji F**

Hasil analisis regresi antara Pasar Pandansari dengan Pasar Klandasan didapatkan nilai F hitung sebesar 25,898 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai F hitung sebesar 25,898 lebih besar dari nilai F Tabel pada tingkat kepercayaan 95% yang besarnya 2,960351. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel bebas yaitu variabel lag harga bawang merah di Pasar Pandansari, variabel selisih harga bawang merah di Pasar Klandasan dengan lag harga bawang merah di Pasar Klandasan, dan variabel lag harga bawang merah di Pasar Klandasan secara bersama – sama berpengaruh nyata terhadap variabel harga bawang merah di Pasar Pandansari.

**Uji t**

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 8 diatas bahwa time lag harga di Pasar Pandansari hari t1 tidak berpengaruh terhadap harga terhadap harga bawang merah di Pasar Pandansari pada hari berikutnya dengan nilai signifikansi sebesar 0,124 yaitu lebih besar dari tingkat kepercayaan 95% (0,05) atau t hitung < t Tabel (1,588 < 2,052).

Selisih harga bawang merah di Pasar Klandasan dengan lag harga bawang merah di Pasar Klandasan dengan  $t$  hitung  $> t$  Tabel (2,442 $>$ 2,052). Tanda koefisien yang positif ini memberi petunjuk adanya hubungan searah antara selisih harga bawang merah di Klandasan antara hari  $t$  dengan hari  $t-1$  dan harga bawang merah di Pasar Klandasan pada hari  $t$ . Hal ini berarti bahwa apabila ada peningkatan perubahan selisih harga bawang merah di Pasar Klandasan antara hari  $t$  dengan hari  $t-1$  sebesar Rp 1,- per kilogram maka harga bawang merah di Pasar Pandansari pada hari  $t$  akan naik sebesar Rp 0,465 per kilogramnya, sedangkan nilai  $t$  hitung pada variabel harga bawang merah di Pasar Klandasan pada hari  $t-1$  yaitu  $t$  hitung  $> t$  Tabel (7,902 $>$ 2,052), dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari tingkat kepercayaan 95% (0,05) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,705. Hal ini terjadi karena

komoditas bawang merah di Pasar Klandasan berasal dari Pasar Pandansari. Jika harga bawang merah di Pasar Pandansari pada hari  $t-1$  naik sebesar 1% maka harga di Pasar Klandasan akan naik sebesar 0,705%.

### Analisis Pengujian Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinieritas

Ada atau tidaknya multikolinieritas dapat diketahui dengan menggunakan matriks korelasi yaitu hubungan antara berbagai variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Jika nilai *Pearson Correlation*  $< 0,8$  dan nilai *Eigenvalue (Collinearity Diagnostik)* tidak mendekati nol maka model yang diestimasi tidak terjadi multikolinieritas. Berikut ini Tabel yang menunjukkan nilai *Pearson Correlation* dan nilai *Eigenvalue*.

Tabel 5. Korelasi Tiap – Tiap Variabel

		Harga di Pasar Pandansari	time lag harga di Pasar Pandansari	Selisih harga di Pasar Klandasan dengan time lag harga di Pasar Klandasan	time lag harga di Pasar Klandasan
Harga di Pasar Pandansari	Pearson Correlation	1	,362(*)	,377(*)	-,051
	Sig. (2-tailed)		,046	,036	,783
	N	31	31	31	31
time lag harga di Pasar Pandansari	Pearson Correlation	,362(*)	1	,984(**)	-,925(**)
	Sig. (2-tailed)	,046		,000	,000
	N	31	31	31	31
Selisih harga di Pasar Klandasan dengan time lag harga di Pasar Klandasan	Pearson Correlation	,377(*)	,984(**)	1	-,921(**)
	Sig. (2-tailed)	,036	,000		,000
	N	31	31	31	31
time lag harga di Pasar Klandasan	Pearson Correlation	-,051	-,925(**)	-,921(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,783	,000	,000	
	N	31	31	31	31

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : data primer (diolah, 2021)

Tabel 6. *Collinearity Diagnostics*

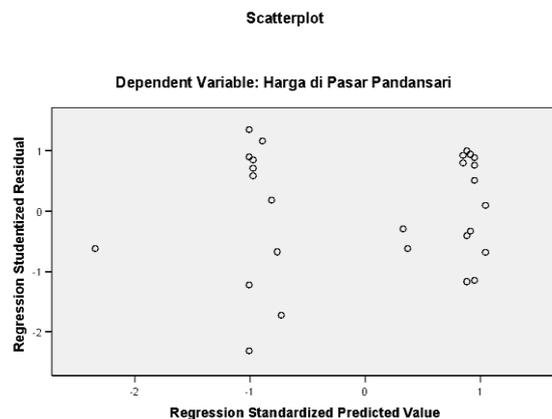
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index
1	1	2,430	1,000
	2	1,553	1,251
	3	,015	12,594
	4	,002	36,517

a Dependent Variable: Harga di Pasar Pandansari  
 Sumber : Diolah dan Diadopsi dari Lampiran

Berdasarkan hasil analisis regresi antara Pasar Pandansari dengan Pasar Klandasan diperoleh nilai *Pearson Correlation* < 0,8 dan nilai *Eigenvalue* tidak mendekati nol. Hal ini berarti bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

**a. Uji Heteroskedastisitas**

Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui melalui metode grafik yaitu dengan melihat diagram pencar (*scatter plot*). Berikut ini adalah gambar diagram pencar (*scatter plot*).



Gambar 1. Diagram Pencar (*Scatter Plot*)

Berdasarkan diagram scatterplot pada Gambar 2, dapat terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola yang teratur. Hal ini menunjukkan bahwa kesalahan pengganggu mempunyai varian yang sama sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Permasalahan Pemasaran Bawang Merah di Kota Balikpapan**

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden yang merupakan distributor dan pedagang pengecer mengalami permasalahan pemasaran yang berbeda. Permasalahan pemasaran pada distributor yaitu ada beberapa distributor yang mengalami ketidakpastian pembelian bawang merah dikarenakan persediaan bawang merah yang berada di gudang masih

banyak karena dari pihak pedagang pengecer juga tidak konsisten dalam pembelian bawang merah. Hal ini dikarenakan adanya transisi keadaan yang diakibatkan dari peraturan yang berlaku di Kota Balikpapan pada bulan Februari 2021 yang mana pasar hanya dapat beroperasi pada hari Senin sampai Jumat, sehingga hal itu menyebabkan pedagang pengecer membeli bawang merah sesuai dengan jumlah persediaan yang ada.

Permasalahan lainnya adalah, pada bulan Februari – Maret 2021 harga bawang merah mengalami fluktuasi, begitu pula harga bawang merah di tingkat distributor. Adanya fluktuasi harga menyebabkan pedagang pengecer cenderung tidak membeli bawang merah pada saat harga bawang merah di distributor rendah, hal ini karena harga bawang merah di pedagang

pengecer juga akan rendah sehingga biasanya pedagang pengecer akan menyimpan persediaan bawang merah hingga harga bawang merah naik, kemudian pedagang pengecer membeli bawang merah ke distributor dan pedagang pengecer akan menjual persediaan bawang merah yang masih disimpan dengan harga yang tinggi. Hal ini menyebabkan persediaan bawang merah di distributor tidak terjual dengan baik. Permasalahan pemasaran yang dirasakan pedagang pengecer di Pasar Pandansari maupun Pasar Klandasan pada bulan Februari – Maret 2021, pada saat itu kasus Covid-19 di Kota Balikpapan meningkat sehingga adanya himbauan untuk tidak berpergian ke tempat – tempat umum salah satunya pasar. Adanya himbauan tersebut menyebabkan penjualan bawang merah menurun dikarenakan konsumen takut untuk ke pasar. Selain itu terjadi juga *panic buying* di pasar – pasar sehingga kondisi pasar tidak kondusif di akhir pekan.

#### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai keterpaduan pasar komoditas bawang merah di Kota Balikpapan, maka diperoleh beberapa kesimpulan bahwa keterpaduan pasar komoditas bawang merah pada Pasar Pandansari dengan harga bawang merah di Pasar Klandasan di Kota Balikpapan tinggi. Nilai IMC sebesar 0,602 menunjukkan bahwa informasi tentang perubahan harga yang terjadi di Pasar Klandasan dengan baik ditransmisikan ke Pasar Pandansari. Faktor yang mempengaruhi tingginya keterpaduan pasar antara Pandansari dengan Pasar Klandasan adalah jarak yang cukup dekat serta lancarnya sarana dan prasarana transportasi sehingga informasi segera tersalurkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kementerian Pertanian. 2015. *Analisis PDB Sektor Pertanian Tahun 2015*. Jakarta Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. <https://bit.ly/39LjJ1n>.
- [2] BPS. 2018. *Statistik Tanaman Sayur Sayuran dan Buah Buah Provinsi Kalimantan Timur 2017*. Badan Pusat Statistik. Samarinda. <https://bit.ly/2YGBKIO>.
- [3] BPS. 2019. *Statistik Tanaman Sayur Sayuran dan Buah Buah Provinsi Kalimantan Timur 2018*. Samarinda. <https://bit.ly/3pO5CxT>
- [4] BPS. 2020. *Statistik Tanaman Sayur Sayuran dan Buah Buah Provinsi Kalimantan Timur 2019*. Samarinda. <https://bit.ly/3dLGZNL>.
- [5] Kementerian Pertanian. 2018. *Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Hortikultura TA. 2017*. Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Hortikultura. <https://bit.ly/3atJuCG>.
- [6] Yudi. 2018. *Analisis Pemasaran Bawang Merah*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Makassar. <https://bit.ly/3wHu9c0>
- [7] Kustari, Reni., Sejati, Wahyuning K., dan Riva, Yulmahera. 2018. Integrasi Pasar dan Pembentukan Harga Cabai Merah di Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*. 36(1): 39-53.
- [8] Lobo, Javan Octavia., Wiendiyati., dan Un, Paulus. 2019. Analisis Integrasi Pasar Tomat Di Kecamatan Kupang Barat Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Buletin Excellentia*. VIII(2): 124-131.