

**ANALISIS STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR
BENIH BAWANG MERAH (*Allium ascalonicum* L)
DI DESA LESONG LAOK, KECAMATAN BATUMARMAR,
KABUPATEN PAMEKASAN**

SKRIPSI

Oleh:

Risky Yunita Kristian



**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018**

**ANALISIS STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR
BENIH BAWANG MERAH (*Allium ascalonicum* L)
DI DESA LESONG LAOK, KECAMATAN BATUMARMAR,
KABUPATEN PAMEKASAN**



**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018**

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Januari 2018

Risky Yunita Kristian

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : **Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok, Kecamatan Batumarmar, Kabupaten Pamekasan**

Nama Mahasiswa : **Risky Yunita Kristian**

NIM : 135040101111128

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Menyetujui : Dosen Pembimbing

Disetujui
Pembimbing Utama,

Nur Baladina, SP.,MP.
NIP. 198202142008012012

Diketahui,
Ketua
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Mangku Purnomo, S.P, M.Si, Ph.D
NIP. 197704202005011001

Tanggal Persetujuan:

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Dr. Ir. Agustina Shinta H. W., MP
NIP. 19710821 200212 2 001

Mas Ayu Ambayoen, SP., M.Si
NIP. 19791216 201504 2 001

Penguji III

Nur Baladina, SP., MP
NIP. 19820214 200801 2 012

Tanggal Lulus:

Skripsi ini ku persembahkan untuk

Kedua orang tua tercinta serta
Adikku tersayang

RINGKASAN

Risky Yunita Kristian. 13504010111128. Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok, Kecamatan Batumarmar, Kabupaten Pamekasan. Di bawah bimbingan Nur Baladina SP., MP.

Bawang merah (*Allium ascalonicum* L) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memberikan kontribusi besar dalam sektor perekonomian di Indonesia. Produksi bawang merah tidak terlepas dari ketersediaan benih yang cukup. Meningkatnya permintaan bawang merah di Indonesia seharusnya diimbangi dengan keberadaan benih yang memadai, namun pada kondisi yang ada penangkar benih sebagai penyedia benih bawang merah di Indonesia masih sangat minim. Selain itu, kurangnya akses informasi mengenai harga benih bawang merah di pasaran membuat petani menerima secara langsung harga yang ditetapkan oleh lembaga pemasaran.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis struktur, perilaku dan kinerja pasar benih bawang merah di Desa Lesong Laok sehingga diharapkan petani bawang merah mendapatkan informasi terkait persaingan pasar guna perbaikan sistem pemasaran benih bawang merah, dan sebagai bahan informasi bagi pemerintah dan instansi lain untuk lebih memperhatikan pemasaran benih bawang merah.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan struktur, perilaku dan kinerja pasar. Struktur pasar dapat diketahui dengan menggunakan pangsa pasar (*Market Share*), Indeks Hirschman Herfindahl (IHH), CR_4 (*Concentration Ratio of Biggest Four*), Indeks Rosenbluth, Koefisien Gini, dan analisis deskriptif. Kinerja pasar dapat diketahui dengan menggunakan analisis deskriptif dengan menjabarkan keterangan lembaga pemasaran yang didapat dari hasil wawancara. Sedangkan kinerja pasar dapat diketahui dengan menggunakan marjin pemasaran, *share* harga, *share* biaya dan *share* keuntungan, tingkat kelayakan usaha (*RC Ratio*) dan *Marketing Efficiency Index* (MEI).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar benih bawang merah di Desa Lesong Laok mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yaitu pasar oligopoli dengan ciri-ciri; (1) konsentrasi pasar didominasi oleh lembaga pemasaran benih dengan kriteria pasar monopolistik, (2) tidak memiliki *differensiasi* produk yang cukup berarti, (3) tidak ada hambatan masuk pasar bagi lembaga pemasaran baru, dan (4) masing-masing lembaga pemasaran memiliki tingkat pengetahuan pasar yang berbeda. Perilaku pasar benih bawang merah sebagai akibat struktur pasar oligopoli menunjukkan perilaku sebagai berikut; (1) metode penetapan harga didasarkan pada besarnya jumlah total biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran, (2) kelembagaan pemasaran terbentuk sebagai penghubung dengan pasar benih, (3) taktik yang diterapkan yaitu penetapan waktu pembayaran, penambahan 5-10% dari harga, dan menaikkan harga saat mendekati musim tanam, taktik ini bertujuan untuk memperluas pangsa pasar dan memperoleh pelanggan, (4) fungsi pemasaran dilakukan oleh seluruh lembaga pemasaran untuk menjaga kualitas benih bawang merah. Sedangkan hasil

penelitian pada kinerja pasar diketahui bahwa saluran pemasaran paling efisien terdapat pada saluran I karena merupakan saluran pemasaran terpendek, usaha yang paling efisien yaitu usaha yang dilakukan oleh pengecer. Kriteria pendukung lainnya yaitu; (1) margin pemasaran terendah dimiliki oleh saluran pemasaran I, dengan distribusi margin sebesar 100% di pihak penangkar benih, (2) *share* harga yang diterima oleh penangkar benih paling tinggi berada pada saluran pemasaran I dengan nilai 94,54%, (3) rata-rata *share* biaya pemasaran benih paling rendah dimiliki oleh pengecer sebesar 62,57, (4) rata-rata *share* keuntungan tertinggi dimiliki oleh pengecer sebesar 62,57%, (5) nilai rata-rata *RC Ratio* tertinggi dimiliki oleh pengecer sebesar 12,23, dan (6) nilai rata-rata *MEI* tertinggi dimiliki oleh pedagang besar dengan nilai sebesar 6,44.

Adapun saran untuk pemasaran benih bawang merah di Desa Lesong Laok yaitu petani harus mampu memanfaatkan informasi yang didapatkan dari berbagai sumber dalam mendapatkan benih bawang merah dengan harga yang rendah, sehingga diharapkan petani dapat menekan biaya produksi dan meningkatkan keuntungan yang didapatkan, mengaktifkan kembali kelompok tani yang sebelumnya sudah vakum karena semua petani tembakau di Desa Lesong Laok sudah beralih menanam bawang merah. Diharapkan aktifnya kembali kelompok tani menjadi wadah untuk saling bertukar informasi antar sesama petani bawang merah, dan bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengkaji mengenai struktur, perilaku dan kinerja pasar benih bawang merah dengan membandingkan dua lokasi desa yang menjadi sentra bawang merah

SUMMARY

Risky Yunita Kristian. 1350401011128. Structure, Conduct and Market Performance Analysis of Onion Seed (*Allium ascalonicum* L) in Lesong Laok, Batumarmar, Pamekasan. Supervised by Nur Baladina, SP.,MP.

Onion (*Allium ascalonicum*L.) is one of the horticultural commodities that contributed in the economic sector in Indonesia. Production of the onion didn't escape from the availability of sufficient seed. Along with the increasing demand of onion in Indonesia should be offset by the presence of sufficient seed, but on condition that there is a seed breeder as a provider of onion seed in Indonesia is still very minimum. In addition, lack of access to information concerning the prices of onion seed on the market make the farmers receive directly the price set by the marketing agency.

The purpose of this research is to analyze the structure, conduct and performance of onion seed markets in Lesong Laok villages growers so expect to obtain information related to improvements to the market competition of onionseed marketing systems, and as information for Governments and other agencies to pay more attention to the marketing of onion seeds.

Data analysis method used in this research is structure, behavior and performance approach of the market. The structure of the market can be known with market share, Herfindahl Hirschman Index (IHH), CR₄ (Concentration Ratio of the Four Biggest), Rosenbulth Index, Gini Coefficient, and descriptive analysis. Market performance can be known by using descriptive analysis by outlining the marketing agency information obtained from the results of the interview. While market performance can be known by using marketing margins, share price, share costs and share the profits, the rate of merchantibility (RC Ratio) and Marketing Efficiency Index (MEI).

The results showed that the market structure of onion seed in the Lesong Laok village leads to imperfect competition market is market build oligopoly with discrete; (1) the concentration of the market dominated by marketing the seeds his monopolistic market, (2) don't have enough products differentiation meaning, (3) there is no barrier to entry market for new marketing agency, and (4) each institution marketing has the level of different knowledge markets. The onion seeds market behavior in the Lesong Laok village meets the levels of economic efficiency with criteria; (1) the pricing method based on the magnitude of the total costs incurred by the respective marketing agency, (2) institutional marketing was formed as a liaison with the seed market, (3) the tactics applied aims to expand market share and acquire customers, (4) marketing functions carried out by the entire marketing agencies to maintain the quality of the onion seeds. While the results of the study on the market performance is aware that the most efficient marketing channel is present on a I channel because it is the shortest marketing channels, the most efficient business venture undertaken by the retailers. Other supporting criteria; (1) the lowest marketing margin is owned by I marketing channel, with the distribution margin amounting to 100% of the seed breeders, (2) share prices received by the breeder most high be on I marketing channels with value of 94.54%, (3) the average share the cost of the lowest seed marketing is owned by retailer of 62.57, (4) the average highest profit share is owned by the retailer of 62.57%, (5) the average

value of the RC is owned by the retailer's highest Ratio of 12.23, and (6) the average value of MEI the highest owned by large traders with a value of 6.44.

Suggestions for onion seed marketing in Lesong Laok village are farmers able to utilize the information obtained from various sources in getting onion seed with a low price, so the expected cost of pressing farmer can production and increase profits obtained, reactivate the farmers group that had previously been vakum due to tobacco farmers in Lesong Laok village already switched to plant onions. Expected active return farmers group becomes the container for the exchange of information between onion farmers, and for further research, is expected to examine about the structure, conduct and performance with onion seed market comparing the two locations of the village became the center of the onion.

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang mendalam penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena limpahan rahmat, hidayah dan inayahnya sehingga skripsi yang berjudul “*Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Benih Bawang Merah (Allium ascalonicum L) Lokal di Desa Lesong Laok, Kecamatan Batumarmar, Kabupaten Pamekasan*” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efisiensi pasar benih bawang merah dengan menggunakan pendekatan Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar. Penelitian dilakukan untuk mengetahui aliran penyediaan benih bawang merah dari petani hingga ke produsen benih sehingga akan diketahui sebab akibat mengapa pemasaran benih bawang merah efisien atau tidak serta solusi perbaikannya.

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya atas bantuan yang telah diberikan selama penyusunan skripsi ini kepada:

1. Ibu Nur Baladina, S.P., M.P., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan masukan, saran, dan perbaikan dalam penyusunan skripsi.
2. Ibu Dr. Ir. Agustina Shinta H. W., MP dan Ibu Mas Ayu Ambayoen, SP., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan, saran dan perbaikan dalam penyusunan skripsi.
3. Bapak Mangku Purnomo, S.P., M.P., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.
4. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga penyusunan proposal skripsi berjalan lancar.
5. Para teman-teman mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Brawijaya yang telah membantu dan melancarkan penyusunan proposal skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam menyempurnakan skripsi. Semoga skripsi ini mampu memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca khususnya bagi penulis juga.

Malang, Januari 2018

Penulis

RIWAYAT HIDUP



Risky Yunita Kristian, dilahirkan di Kabupaten Situbondo pada hari rabu pada tanggal 28 Juni 1995 sebagai putri pertama dari dua bersaudara dari Bapak Moh. Sahwi dan Ibu Mei Karyani. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Pademawu Timur II Pamekasan pada tahun 2001 sampai tahun 2007, kemudian penulis melanjutkan ke SMPN 1 Suboh Situbondo pada tahun 2007 dan selesai pada tahun 2010. Pada tahun 2010 sampai dengan 2013 penulis melanjutkan studi di SMAN 1 Galis Pamekasan. Pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata S-1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur, melalui jalur SNMPTN. Selama menjadi mahasiswa penulis pernah aktif dalam kepanitiaan open house, try out dan briefing yang diadakan oleh FKMP (Forum Komunikasi Mahasiswa Pamekasan) pada tahun 2013-2016.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR.....	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Tinjauan Pemasaran.....	13
2.2.1. Definisi Pemasaran Hasil Pertanian.....	13
2.2.2. Jenis Saluran Pemasaran.....	16
2.3. Tinjauan Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar	17
2.3.1. Struktur Pasar	18
2.3.2. Perilaku Pasar	22
2.3.3. Kinerja Pasar.....	24
2.4. Margin Pemasaran	26
2.5. Efisiensi Pemasaran	29
2.5.1. Biaya Pemasaran.....	29
2.5.2. Perhitungan Indeks Efisiensi Pemasaran.....	31
2.6. Tinjauan Benih Bawang Merah	33
2.6.1. Persyaratan Benih	33
2.6.2. Sertifikasi Benih	34
2.6.3. Varietas Benih	36
III. KERANGKA TEORITIS.....	39
3.1. Kerangka Pemikiran	39
3.2. Hipotesis	43
3.3. Batasan Masalah	43
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
IV. METODE PENELITIAN	50
4.1. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	50
4.2. Teknik Penentuan Sampel	50
4.3. Teknik Pengumpulan Data	51
4.4. Teknik Analisis Data	52
4.4.1. Pendekatan Struktur Pasar	52

4.4.2. Pendekatan Perilaku Pasar	55
4.4.3. Pendekatan Kinerja Pasar	55
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	59
5.1. Kondisi Umum Daerah Penelitian	59
5.5.1. Kondisi Geografis dan Klimatologi.....	59
5.5.2. Keadaan Penduduk	59
5.2. Proses Pembuatan Benih Bawang Merah.....	61
5.3. Karakteristik Responden.....	64
5.3.1. Karakteristik Responden Petani Bawang Merah.....	65
5.3.2. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah.....	66
5.4. Struktur Pasar	68
5.4.1. Derajat Konsentrasi Pasar.....	68
5.4.2. Derajat Diferensiasi Produk.....	71
5.4.3. Hambatan Masuk Pasar	76
5.4.4. Tingkat Pengetahuan Pasar.....	77
5.5. Perilaku Pasar	80
5.5.1. Metode Penentuan Harga.....	81
5.5.2. Kelembagaan Pasar.....	83
5.5.3. Fungsi Pemasaran	85
5.5.4. Taktik Khusus atau Tindakan <i>Predatory</i>	89
5.6. Kinerja Pasar.....	91
5.6.1. Marjin Pemasaran	92
5.6.2. <i>Share</i> Harga	94
5.6.3. <i>Share</i> Biaya Pemasaran dan <i>Share</i> Keuntungan	95
5.6.4. <i>R/C Ratio</i>	97
5.6.5. <i>Marketing Efficiency Index</i> (MEI).....	98
VI. PENUTUP.....	100
6.1. Kesimpulan.....	100
6.2. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
DAFTAR LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perkembangan Produksi Bawang Merah di 5 Provinsi Produksi Bawang Merah Terbesar (2013-2015)	2
2.	Perkembangan Pengeluaran Nominal dan Riil Rumah Tangga untuk Konsumsi Bawang Merah, 2008-2013	3
3.	Perincian Persentase Bagian Marjin pada Suatu Komoditas	29
4.	Contoh Perhitungan Biaya Rata-Rata Pemasaran Beras	30
5.	Standar Mutu Bawang Merah Biji	34
6.	Standar Mutu Bawang Merah Umbi	35
7.	Varietas unggul bawang merah yang telah dirilis oleh Balai Penelitian Tanaman Sayuran (Balitsa)	36
8.	Varietas Bawang Merah yang Berkembang di Sentra Produksi Jawa Timur	37
9.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
10.	Jumlah Populasi dan Sampel Petani Bawang Merah Lokal di Desa Lesong Laok, Kecamatan Batumarmar, Kabupaten Pamekasan.....	50
11.	Market Share dari Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok, Kecamatan Batumarmar, Kabupaten Pamekasan	52
12.	Kaidah Pengujian Koefisien Gini Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	55
13.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Lesong Laok .	60
14.	Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan di Desa Lesong Laok	60
15.	Karakteristik Responden Petani Bawang Merah Desa Lesong Laok...	65
16.	Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok Berdasarkan Usia, Lama Usaha, dan Jenis Pelaksanaan Usaha	67
17.	Rekapitulasi Pengukuran Konsentrasi Pasar Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	69
18.	Jenis Grade Benih Bawang Merah yang di Pasarkan Oleh Lembaga Pemasaran di Desa Lesong Laok.....	73
19.	Distribusi Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok Menurut Kemasan yang Digunakan	74
20.	Distribusi Tingkat Pengetahuan Pasar Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	77
21.	Kesimpulan Struktur Pasar Pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran.....	79
22.	Distribusi Tingkat Pengetahuan Pasar Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	82
23.	Distribusi Tingkat Pengetahuan Pasar Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	86

24.	Bentuk Taktik Khusus Terkait Harga Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	90
25.	Produk Referensi Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	93
26.	Perbandingan Marjin Pemasaran 3 Saluran Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	93
27.	Perbandingan Share Harga Pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	95
28.	Distribusi Share Biaya Pemasaran Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	96
29.	Distribusi Share Keuntungan Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	97
30.	Perbandingan Tingkat Efisiensi Usaha (R/C Ratio) Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	98
31.	Perbandingan Marketing Efficiency Index Setiap Saluran Pemasaran.....	99

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Model Struktur Tingkah Laku dan Kinerja Pasar	17
2.	Kerangka Pemikiran Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Bawang Merah Lokal di Desa Lesong Laok, Kecamatan Batumarmar, Kabupeten Pamekasan.....	42
3.	Bagan Distribusi Marjin Pemasaran pada 3 Saluran Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok.....	94
4.	Kegiatan Wawancara Bersama dengan (a) Penangkar Benih, dan	118
5.	Kegiatan Sortasi (a) Sebelum Penjemuran, dan (b) Setelah Penjemuran	118
6.	(a) Kegiatan Penjemuran, dan (b) Penyimpanan Benih Bawang Merah	118

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Data Petani Bawang Merah di Desa Lesong Laok.....	107
2.	Data Lembaga Pemasaran Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	108
3.	Perhitungan Market Share, IHH, IR Penangkar Benih Bawang Merah di Desa Lesong Laok	109
4.	Faktor Konversi.....	112
5.	Marjin Pemasaran Saluran Pemasaran I.....	114
6.	Dokumentasi Kegiatan Penelitian	118