

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Komoditas hortikultura merupakan salah satu produk pertanian yang bernilai ekonomi tinggi dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan di bidang agribisnis. Komoditas hortikultura meliputi buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan tanaman obat. Salah satu produk komoditas sayuran adalah bawang merah. Bawang merah di Indonesia telah lama ditanaman oleh petani sebagai pertanian komersial. Tingginya permintaan dan kebutuhan akan bawang merah membuat budidaya komoditas ini sangat menguntungkan (Mayasari dkk., 2017).

Bawang merah adalah salah satu komoditas hortikultura yang cukup strategis fungsinya sebagai bahan pangan pokok di Indonesia. Sebagai sayuran unggulan nasional, keragaan produksi dan konsumsinya selalu menjadi perhatian para pemangku kepentingan (Rasoki dkk., 2016). Berdasarkan data proyeksi kebutuhan bawang merah dapat dilihat dalam tabel 1.

**Tabel 1. Data Proyeksi Kebutuhan Konsumsi Bawang Merah**

Tahun	Kebutuhan (Ton)				
	Konsumsi	Benih	Industri	Ekspor	Total
2015	952.335	102.900	40.000	100.000	1.195.235
2020	1.067.527	107.000	50.000	110.000	1.335.427
2025	1.197.837	116.000	80.000	150.000	1.541.737

Sumber data : Departemen Pertanian 2013.

Dari data proyeksi pada Tabel 1 menunjukkan bahwa kebutuhan konsumsi bawang merah meningkat setiap tahunnya. Sisi lain, permintaan bawang merah juga terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Situasi tersebut harus diimbangi dengan upaya untuk meningkatkan produksi bawang merah dalam memenuhi kebutuhan nasional (Rasoki dkk., 2016). Badan Pusat Statistika (2020) mencatat, produksi bawang merah di Indonesia mencapai 1,82 juta ton pada tahun 2020. Jumlah tersebut meningkat 14,88% dari tahun sebelumnya yang sebesar 1,56 juta ton.

Adapun wilayah dengan produksi bawang merah terbesar di provinsi Jawa Tengah salah satunya yaitu Kabupaten Brebes dengan total produksi pada tahun 2020 sebesar 3.835.111 Kw (BPS 2020). Luas wilayah Kabupaten Brebes pada tahun 2018 yaitu 1.769,62 km<sup>2</sup> yang terdiri dalam 17 kecamatan, dan terdapat lahan produktif terutama untuk budidaya bawang merah Brebes. Berikut data beberapa kecamatan di Kabupaten Brebes mengenai luas lahan, produksi dan jumlah produksi bawang merah tahun 2019-2020 tersaji dalam Tabel 2.

**Tabel 2. Luas Lahan, Produksi Dan Produktivitas Tahun 2019-2020**

Kecamatan	Luas Lahan (Ha)		Produksi (Kw)		Produktivitas (Kw/Ha)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Wanasari	5729	11385	656410	1006512	114.58	88.41
Larangan	6978	7661	771860	825454	110.61	107.75
Bulakamba	4691	6304	432643	615422	92.23	97.62
Brebes	4087	5558	408700	532661	100	95.84
Ketanggungan	1769	1519	207292	192764	117.18	126.90

Sumber : BPS Kabupaten Brebes. 2020.

Berdasarkan data Tabel 2. Kecamatan Wanasari merupakan wilayah yang menjadi produsen bawang merah terbesar di Kabupaten Brebes. Hal

tersebut karena luas lahan yang tersedia dari tahun 2019 meningkat menjadi 5.729 Ha dan menghasilkan produksi sebanyak 656.410 Kw, serta di tahun 2020 mengalami peningkatan yaitu menjadi 11.385 Ha dan menghasilkan produksi sebanyak 1.006.512 Kw bawang merah segar (BPS, 2020). Kecamatan Wanasari memiliki 20 desa. Salah satunya Desa Sidamulya dengan luas lahan ditahun 2017 yaitu 210.620 Ha dengan total produksinya mencapai 16.300 Kw (Badan Pelaksana Penyuluhan, 2015).

Desa Sidamulya merupakan desa dengan sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani bawang merah yang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian keluarga petani. Keuntungan dari pertanian sangat tergantung pada efisiensi pasar, baik di pasar input maupun di pasar output. Pasar input berfungsi sebagai sumber alat produksi, seperti benih, pupuk, dan pestisida, sedangkan pasar output berfungsi sebagai konsumen produk pertanian. Peluang petani untuk mendapatkan keuntungan sebagai produsen akan semakin besar jika kedua pasar tersebut berfungsi secara efisien. Pemasaran hasil pertanian khususnya produk hortikultura masih menjadi mata rantai yang lemah dalam arus komoditas karena tidak berfungsi secara efektif (Swasta dan Irawan 2001 dalam Rumallang dkk., 2019). Selain masalah panjangnya rantai pemasaran, fluktuasi harga bawang merah menjadi salah satu penyebab kurangnya keuntungan petani bawang merah di Kabupaten Brebes. Fluktuasi harga bawang merah disebabkan oleh panen raya, masuknya bawang merah impor yang mengakibatkan oversupply (Agustian dkk., 2005 dalam Widyawati, 2016).

Posisi tawar petani masih rendah menyebabkan distribusi keuntungan yang tidak merata dan ketidaksetaraan pada pihak lain, terutama kegiatan pemasaran. Ketergantungan ini disebabkan petani tidak bisa membuat model pemasaran profesional, melalui pemasaran berbagai saluran pemasaran untuk menjangkau konsumen harus melalui perantara seperti pedagang pengepul yang menekan produsen guna mendapatkan keuntungan berlipat (Widyawati, 2016).

Pemasaran yang mudah akan membantu masyarakat untuk mengembangkan komoditas bawang merah. Salah satu upaya untuk mencapai tujuan dan sasaran dibidang pemasaran adalah dengan kegiatan pemilihan lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran merupakan suatu badan yang terlibat dalam kegiatan pemasaran, mendistribusikan barang dari produsen sampai konsumen melalui proses perdagangan. Keterlibatan lembaga-lembaga pemasaran membentuk suatu struktur pasar dan perilaku pasar (Kusuma dkk., 2020).

Penelitian struktur, perilaku dan kinerja pasar bawang merah sangat penting, karena dapat memberikan informasi pasar yang efisien kepada petani bawang merah. Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui bagaimana analisis struktur, perilaku dan kinerja pasar bawang merah di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes.

## **B. Rumusan Masalah**

Berikut beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah tersebut yaitu :

1. Bagaimana profil petani dan pedagang bawang merah di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes?
2. Bagaimana struktur pasar bawang merah di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes ?
3. Bagaimana perilaku pasar bawang merah di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes ?
4. Bagaimana kinerja pasar bawang merah di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui profil petani dan pedagang bawang merah di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes.
2. Untuk mengetahui struktur pasar bawang merah di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes.
3. Untuk mengetahui perilaku pasar bawang merah di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes.
4. Untuk mengetahui kinerja pasar bawang merah di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi penulis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengaplikasian ilmu yang didapatkan selama kuliah serta sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Bagi petani dan lembaga pemasaran bawang merah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam usahatani komoditas bawang merah.
3. Bagi Pembaca, hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan menambah wawasan sebagai studi empiris mengenai analisis struktur dan perilaku pasar.

#### **E. Pembatasan Masalah dan Asumsi**

Adapun pembatasan masalah dan asumsi dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten brebes.
2. Responden penelitian ini adalah petani bawang merah dan lembaga pemasaran (pedagang pengepul, pedagang besar, pedagang pengecer dan pedagang luar daerah) pembentuk rantai pemasaran bawang merah di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes.
3. Analisis struktur menggunakan pangsa pasar, *concentration ratio for biggest four* (CR4) dan Herfindahl Hirschman Index (HHI).

4. Analisis perilaku menggunakan strategi penjualan dan pembelian, strategi penentuan harga, sistem pembayaran dan kerjasama lembaga pemasaran.
5. Analisis kinerja menggunakan analisis margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran.

