

ANALISIS PANGSA PASAR DAN KONSENTRASI PASAR BAWANG MERAH LOKAL VARIETAS LEMBAH PALU DI KEC. SIGIBROMARU

Nurdyah, SP.,M.Si

Unit Program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka Palu

email korespondensi: nurdiah@ecampus.ut.ac.id

ABSTRAK

Analysis of market share and market concentration of onion varieties lembah palu at sigi biromaru districts as the biggest producer of local onions in the lembah palu. The research method used simple random sampling, ad snow ball sampling method. The technique of data analysis share market at marketing agency onion varieties Lembah Palu, ratio of market concentration , ad Herfindahl Hirschman Index (HHI). Based on result of the research, there are four fried onion industries that control market share, who mastered the purchase of onion varieties of lembah palu at sigi biromaru district. Where, the value of MS_n for one industry (0,251 %), the second industry (0.211 %), the third industry (0.184%), and the fourth industry (0.134%) with total purchase of onion varieties in Lembah Palu at sigi biromaru district 78.0%, ratio of market concentration is 0.780 with market structure olygpsoni, where the value of HHI 1.024, shows market of onion varieties Lembah Palu at sigi biromaru district at a level small competition between producers and consumers with high level of concentration.

Kata kunci: pangsa pasar, bawang merah, varietas lembah palu

PENDAHULUAN

Bawang merah merupakan bagian komoditi hortikultura yang sangat potensial dikembangkan menjadi produk berorientasi industri. Trend peningkatan konsumsi bawang merah ini seiring dengan berkembangnya industri makanan dengan bahan baku bawang merah, proyeksi permintaan akan tumbuh pada tahun 2015-2019. Dimana jumlah penduduk akan tumbuh dikalikan perkonsumsi perkapita yaitu pada tahun 2015 (637.966 ton) sampai tahun 2019 (684.028 ton), tingkat pertumbuhan 1.73 persen (Pusdiktan, 2017). Maka untuk itu ketersediaan bawang merah setiap tahunnya harus mampu memenuhi permintaan pasar, khususnya untuk sektor industri dan konsumsi. Dengan mendorong sub sistem agroproduksi bawang merah disetiap daerah, yang memiliki lahan cukup potensial untuk dijadikan sebagai sentral bawang merah nasional.

Salah satu sentra produksi bawang merah di Provinsi Sulawesi Tengah adalah Kabupaten Sigi. Selain dari faktor sejarah yang puluhan tahun sudah dibudidayakan oleh petani Sigi, struktur tanah dan kondisi iklim di daerah Kab. Sigi sangat cocok dikembangkan Bawang merah lokal varietas Lembah Palu. Varietas ini memiliki tekstur yang apabila diolah menjadi bawang goreng sangat padat, gurih, dan beraroma yang khas (Limbong, 1987). Varietas bawang merah Lembah Palu memiliki karakteristik sangat adaptif dengan iklim kering, dan kondisi ini sesuai dengan tipe iklim di Kabupaten Sigi disepertaran Lembah Palu termasuk E1, E2, dan E3. Dimana bulan kering lebih dari empat bulan, curah hujan cukup rendah (400-1.000 mm/tahun), suhu udara panas (rata-rata 30-35° C) (Rismunandar, 1988).

Varietas bawang merah Lembah Palu di Kabupaten Sigi memang menjadi sektor unggulan untuk komoditi hortikultura. Pada tahun 2015 rata-rata produksi 625.84 ton pertahun, dengan luas lahan 127. 57 ha (Dinas Pertanian Sigi, 2015). Kondisi ini pun termasuk mengalami penurunan produksi, seperti (1) biaya agroproduksi yang tinggi, (2) serangan hama dan penyakit, (3) aspek pemasaran khususnya untuk harga ditingkat petani sangat rendah (Pagala, 2017). Sehingga setiap tahun terjadinya pengurangan luas lahan bawang merah varietas Lembah Palu, yang mempengaruhi produksi bawang merah serta pendapatan petani bawang merah di Kabupaten Sigi.

Pada aspek yang lain, kontribusi bidang pertanian untuk Kabupaten Sigi yang tersebar di 15 kecamatan adalah 50,92% dari total PDRB Kabupaten Sigi. Berdasarkan jumlah penduduk yang bekerja disektor pertanian dari total penduduk 226.867 jiwa mencapai 47,68% (BPS Kabupaten Sigi, 2015). Indikator ini menunjukkan bahwa bidang pertanian menjadi penunjang sektor lainnya, yang dapat mempengaruhi ekonomi petani di Kabupaten Sigi. Maka pengembangan varietas bawang merah Lembah Palu berbasis industri, dapat memberikan nilai tambah petani di sub sistem agroproduksi dan keuntungan (profit) disub sistem pemasarannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Soekartawi (1999), bahwa permasalahan pemasaran hasil pertanian selalu terjadi pada rantai pasar yang panjang. Dimana banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat sampai pada konsumen akhir, sehingga keuntungan di dapat lebih pada lembaga pemasaran yang ada bukan pada petani sebagai produsen komoditi pertanian. Sehingga harga bawang merah varietas Lembah Palu ditingkat petani, cenderung dibentuk oleh rantai pasar yang ada, serta struktur pasar yang di dominasi oleh beberapa industri yang besar.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sigi Biromaru salah satu sentra produksi bawang merah varietas Lembah Palu di Kabupaten Sigi. Dimana Kecamatan Sigi Biromaru memiliki luas panen 367,00 ha dari rata-rata luas panen Kabupaten Sigi 127,57 ha, produksi 2.289,23 ton dari rata-rata produksi Kabupaten Sigi 625,84, dan produktivitas 6,24 ton/ha dari rata-rata produktivitas Kabupaten Sigi 4,91 ton/ha (Dinas Pertanian Sigi, 2015). Adapun pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus – Desember 2017 di Desa Souluwe, Desa Bulupontu, dan Desa Oloboju. Dengan menggunakan metode acak sederhana (*simple random sampling*) untuk menentukan responden yang terpilih. Jumlah sampel diambil dari 220 petani sebesar 15% atau sama dengan 33 orang sampel ($15\% \times 220 = 33$) (Suparmoko, 1997). Responden ditingkat pedagang dipilih dengan menggunakan metode *snow ball*

sampling, pada lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang pengumpul, pedagang pengecer, serta industri pengolahan bawang goreng.

Jenis dan Sumber Data

Jenis penggunaan data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang berasal dari petani, pelaku pemasaran, dan industri. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dinas terkait dan sumber data lainnya sebagai pendukung penelitian.

Teknik Pengambilan dan Pengumpulan Data

Metode pengambilan data penelitian yaitu mengumpulkan data secara langsung dilokasi penelitian (*observasi*), teknik wawancara, serta pengisian kuesioner. Metode yang dilakukan dalam pengambilan dan pengumpulan sampel penelitian yaitu:

1. *Simple random sampling* atau acak sederhana digunakan untuk menentukan jumlah sampel petani bawang merah varietas Lembah Palu di Kecamatan Sigi Biromaru.
2. *Snow ball sampling* digunakan untuk mengetahui banyaknya lembaga pemasaran dan jalur pemasaran setelah petani bawang merah varietas Lembah Palu.

Metode Analisis Data

Pangsa Pasar Pedagang Pengumpul

Untuk menghitung pangsa pasar dilakukan dengan menggunakan jumlah penerimaan penjualan atau kapasitas produksi bawang merah varietas Lembah Palu di Kabupaten Sigi (Besanko *et al*, 2010). Perhitungan pangsa pasar pedagang pengumpul dapat menggunakan rasio antara penjualan komoditi bawang merah di tingkat Kecamatan dan jumlah penjualan di tingkat Kabupaten. Dengan analisis pangsa pasar ini, maka akan terlihat dengan jelas pedagang pengumpul mana yang memiliki *market power* atau pangsa pasar lebih besar mampu mempengaruhi harga ditingkat produsen serta bersaing dengan pedagang pengumpul lainnya.

$$\text{Market Share } (MS_n) = \frac{S_n}{S_A} \times 100\%$$

Keterangan:

Market Share (MS_n) = Pangsa Pasar Pedagang Pengumpul “n” (0-100%)

S_n = Penjualan Pedagang Pengumpul “n” (Ton/bulan)

S_A = Total Penjualan Bawang Merah Varietas Lembah Palu di Kabupaten Sigi (Ton/bulan)

n = Banyaknya Pedagang Pengumpul yang terlibat

Konsentrasi Pasar (*Market Concentration*)

Konsentrasi pasar merupakan kombinasi pangsa pasar dengan perusahaan *oligopolis* yang saling ketergantungan (Jaya, 2001). Konsentrasi pasar digunakan untuk mengukur *structural power* dengan melibatkan jumlah absolut perusahaan serta ukuran distribusinya (Baye, 2010). Dengan melihat perkembangan jumlah penjualan setiap pembeli (pedagang) untuk menghitung konsentrasi rasio empat pedagang terbesar (CR4) (Kohl dan Uhl, 2002). Konsentrasi rasio (CR) merupakan perbandingan antara jumlah barang dibeli oleh pedagang tertentu dengan jumlah barang yang dijual oleh semua pedagang, dan dikalikan 100%.

$$CR = \frac{\text{Jumlah barang yang dibeli oleh pedagang tertentu}}{\text{Jumlah barang yang dijual oleh semua pedagang}} \times 100 \%$$

Perhitungan nilai CR digunakan di pedagang pengumpul bawang merah varietas Lembah Palu pada tingkat Kecamatan masing-masing lembaga yang melakukan pengelompokkan. Sehingga rasio dapat diperoleh ketika mengukur output oleh pedagang pengumpul pada total volume bawang merah yang terjual dilokasi penelitian. Maka jika diurutkan menurut pangsa pasar secara menurun yaitu : pedagang pengumpul terbesar pertama (1), pedagang pengumpul terbesar kedua (2), dan seterusnya ($S_1 \geq S_2 \geq \dots S_i \geq \dots S_n$). Rasio konsentrasi pedagang pengumpul (CRn) merupakan jumlah pangsa pasar dari pedagang pengumpul m terbesar, bentuk matematisnya sebagai berikut:

$$CRn = \sum_{i=1}^n S_i$$

Dimana :

S_i = Pangsa pasar pedagang pengumpul bawang merah terbesar

N = Jumlah pedagang pengumpul

CR = Rasio konsentrasi pasar bawang merah pedagang pengumpul terbesar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pangsa Pasar

Kondisi sistem pemasaran bawang merah varietas Lembah Palu khususnya di Kecamatan Sigi Biromaru disalurkan pada industri bawang goreng yang berada di Kabupaten Sigi dan Kota Palu, selain dipasarkan secara langsung pada konsumen akhir. Perantara penjualan bawang merah varietas Lembah Palu dari petani ke industri bawang goreng disebut pedagang pengumpul antar desa antar pedagang pengumpul kecamatan. Hampir 90% petani menjual produknya ke pedagang pengumpul karena terjadinya ikatan yang kuat antara petani dan pedagang serta pedagang dan industri

bawang goreng. Berdasarkan hasil penelitian dilokasi terdapat 10 pedagang pengumpul ditingkat kecamatan yang aktif melakukan pembelian di petani, 6 pedagang pengumpul besar antar kabupaten yang juga aktif melakukan kemitraan ditingkat petani, dan 4 pedagang pengumpul kecil aktif melakukan pembelian tanpa kemitraan.

Berdasarkan hasil analisis pedagang pengumpul ditingkat desa dan kecamatan belum melakukan pencatatan transaksi pembelian dan penjualan harian, demikian juga di tingkat petani pencatatan penjualan satu kali produksi belum melakukan. Sehingga perhitungan pangsa pasar serta kosentrasi pasar bawang merah varietas Lembah Palu belum memenuhi syarat. Tapi perhitungan pangsa pasar dan kosentrasi pasar dapat dilakukan pada tingkat penjualan pedagang pengumpul ditingkat industri (Jaya, 2001). Tabel 1 memperlihatkan pangsa pasar bawang merah varietas Lembah Palu di Kabupaten Sigi.

Tabel 1
Pangsa Pasar (MS_n) Bawang Merah Varietas Lembah Palu di Kabupaten Sigi Tahun 2017

| No | Jenis Industri | Rata-rata Pembelian | MS_n (%) | CR 4 |
|----|----------------|-------------------------|------------|-------|
| | | Bawang merah (kg/tahun) | | |
| 1 | Industri 1 | 6764 | 0,251 | 0,780 |
| 2 | Industri 2 | 5694 | 0,211 | |
| 3 | Industri 3 | 4968 | 0,184 | |
| 4 | Industri 4 | 3622 | 0,134 | |
| 5 | Industri 5 | 3116 | 0,116 | |
| 6 | Industri 6 | 2786 | 0,103 | |
| | Jumlah | 26950,00 | 100,0 | |

Sumber : Data primer setelah diolah, 2017

Tabel 1 adalah analisis pangsa pasar bawang merah varietas Lembah Palu ditingkat pedagang pengumpul dan industri bawang goreng di Kota Palu dan Kabupaten Sigi. Berdasarkan analisis pangsa pasar bawang merah varietas Lembah Palu terdapat 4 industri bawang goreng yang menguasai pembelian bawang merah varietas Lembah Palu. Dimana rasio pembeliannya terdapat nilai untuk industri satu 0.251 %, industri dua 0.211 %, industri ketiga 0.184 %, dan untuk industri keempat 0.134 %. Industri kelima kapasitas pangsa pasarnya lebih kecil 0.116 %, dan industri enam 0.103 %. Empat industri besar cenderung menguasai pangsa pasar yang dapat mempengaruhi dan membentuk harga bawang merah varietas Lembah Palu di Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, kedua industri yang memiliki pangsa pasar kecil lebih mengikuti perkembangan harga dari empat industri besar tersebut. Sehingga keempat industri tersebut memiliki pangsa pasar lebih luas dalam mengintervensi harga pasar bawang merah varietas Lembah palu 0,780%.

Kosentrasi Pasar

Tabel 1 menunjukkan kosentrasi pasar (CR4) memiliki nilai CR4 (0.78%). Hal ini menunjukkan bahwa ada empat perusahaan besar memiliki pangsa pasar yang luas dan menguasai 78% dari total keseluruhan pembelian bawang merah varietas Lembah Palu di Kabupaten Sigi. Baik tingkat persaingan penentuan harga maupun jumlah pembelian, yang memiliki *market power* di tingkat petani sangat kuat. Adapun di tingkat pedagang pengumpul pada petani terkonsentrasi pola persaingan kecil. Situasi ini memberikan gambaran bahwa pasar bersifat oligopsoni, dicirikan pada nilai CR4 antara 60 sampai 80 persen (Kohls dan Uhl, 2002). Industri makin terkonsentrasi serta jumlah produsen yang terlibat pada kondisi pasar yang terbuka makin kecil, dan persaingan pun ditingkatkan produsen semakin kecil. Semakin rendah rasio kosentrasi pasar maka tingkat persaingan pun lebih tinggi (Jaya, 2001).

Konsentrasi pasar yang bersifat oligopsoni adalah kondisi pasar dengan beberapa penjual untuk bersaing dalam suatu industri yang bersaing pada harga maupun non harga. Kondisi pasar oligopsoni merupakan tipe homogen/terdiferensiasi, dimana ada hambatan masuk pasar untuk perusahaan yang baru yang akan dan bersaing pada struktur pasar bawang merah varietas Lembah Palu yang sudah terbentuk (Kohl dan Uhl, 2002). Pada kondisi ini posisi petani hanya penerima harga (*price taker*) saja dan posisi tawar (*bargaining position*) petani lemah. Begitupun pada uji lanjutan analisis pangsa pasar bawang merah varietas Lembah Palu ditingkatkan industri melalui (Herfindahl-Hirschman Index) pada tabel 2.

Tabel 2
Herfindahl Hirschman Index (HHI) Bawang Merah Varietas Lembah Palu di Kabupaten Sigi Tahun 2017

| No | Jenis Industri | Rata-rata Pembelian Bawang merah (kg/tahun) | Pangsa pasar (w) | Pangsa pasar setelah dikuadratkan |
|--|----------------|--|---------------------|-----------------------------------|
| 1 | Industri 1 | 6764000 | 0,251 | 0,063 |
| 2 | Industri 2 | 5694000 | 0,211 | 0,044 |
| 3 | Industri 3 | 4968000 | 0,184 | 0,033 |
| 4 | Industri 4 | 3622000 | 0,134 | 0,017 |
| 5 | Industri 5 | 3116000 | 0,116 | 0,013 |
| 6 | Industri 6 | 2786000 | 0,103 | 0,010 |
| Jumlah | | 26950000 | 1,000 | 0,180 |
| HHI=10000 $\sum w_i^2 = (1.024) 0,032$ | | | | |

Sumber : Data primer setelah diolah, 2017

Tabel 2 nilai HHI pada perusahaan industri bawang goreng, yaitu 1.104. Dimana nilai HHI berada diantara 0 - 10.000. Artinya jika nilai HHI = 0, maka menunjukkan perusahaan – perusahaan industri kecil. Justru jika nilai HHI diatas 0 - 10.000, menunjukkan pangsa pasar bawang merah varietas bernilai 1 (Baye, 2010). Posisi CR 4 berada pada sedikit persaingan produsen dan konsumen (pasar terkonsentrasi). Hasil analisis HHI sesuai pada kesimpulan analisis CR 4 bahwa kondisi pasar bawang merah

varietas Lembah Palu di Kabupaten Sigi menghadapi pasar pada tingkat persaingan kecil dan kosentrasi tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis pangsa pasar bawang merah varietas Lembah Palu di Kecamatan Sigi Biromaru Kab. Sigi Provinsi Sulawesi Tengah, bahwa pangsa pasar bawang merah varietas Lembah Palu terdapat empat perusahaan besar industri bawang goreng yang menguasai pangsa pasar baik dari segi harga maupun tingkat pembelian pada pedagang pengumpul dan petani. Sehingga struktur harga bawang merah cenderung dibentuk oleh empat industri besar bawang goreng yang terdapat di Kabupaten Sigi dan Kota Palu. Dimana nilai pangsa pasarnya, yaitu industri satu 0.251%, industri dua 0.211%, industri tiga 0.184%, dan industri empat 0.134%. Adapun industri kelima dan enam memiliki nilai pangsa pasar paling rendah, yaitu 0.116% industri kelima, 0,103% industri keenam. Sehingga industri lima dan enam cenderung mengikuti perkembangan pasar dari struktur harga yang dibentuk oleh keempat industri terbesar.
2. Hasil analisis kosentrasi pasar bawang merah varietas Lembah Palu berada pada nilai CR4 0.78%. Hal ini menunjukkan bahwa 78 % pembelian bawang merah varietas Lembah Palu di kuasai 4 industri bawang goreng di Kabupaten Sigi dan Kota Palu. Dimana posisi pasar bersifat *oligopsoni*, dengan ciri pasar tingkat persaingan kecil tapi tingkat kosentrasinya tinggi. Uji lanjutan analisis HHI (Herfindahl-Hirsman Index) menunjukkan nilai HHI berada pada 0-10.000, yaitu 1.024. Indikatornya pangsa pasar berada pada nilai 1, letak persaingannya CR4 antara produsen dan konsumen (pasar terkonsentrasi).

Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Bawang merah varietas Lembah Palu memiliki pangsa yang sangat potensial untuk bisa menembus jalur pemasaran yang cukup besar, diluar jalur pemasaran yang terbentuk. Oleh karena itu, maka jalur pemasaran alternatif harus dapat memberikan solusi baik bagi pembentukan harga umbi bawang merah varietas Lembah Palu sebagai bahan baku bawang goreng palu dari dominasi struktur pasar lokal yang sudah terbentuk. Terkhusus dominasi empat industri bawang goreng yang dapat membentuk, mengintervensi, dan mempengaruhi harga bawang merah varietas Lembah Palu di Kecamatan Sigi Biromaru.

2. Kondisi pasar bawang merah varietas Lembah Palu menunjukkan sifat pasar *oligopsini*, struktur pasar dimana petani hanya penerima harga (*price taker*). Oleh sebab itu dengan menciptakan pangsa pasar lebih besar, maka jalur pemasaran bawang merah varietas Lembah Palu akan mampu mempengaruhi keempat industri besar bawang goreng yang menguasai pembelian dan penentuan harga tersebut. Keempat industri bawang goreng akan lebih cenderung mengikuti dinamika pasar secara terbuka dari struktur pasar yang sudah terbentuk

DAFTAR PUSTAKA

- Baye, Michael. 2010. *Managerial Economics and Business Strategy*. Seventh Edition. McGraw-Hill Irwin, Singapore.
- Besanko *et al.* 2010. *Economics of Strategy*. Fifth Edition. International Student Version. John Wiley & Sons (Asia).
- Ditjen Hortikultura. 2010. *Pedoman umum pelaksanaan pengembangan hortikultura tahun 2010*. Ditjen Hortikultura, Jakarta.
- Jaya, WK. 2001. *Ekonomi Industri. Edisi Kedua*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Kohl dan Uhl. 2002. *Marketing of Agricultural Product*, Ninth Edition Prentice-Hall. 544 pp
- Pusat Data dan Sistem Informasi Kementrian Pertanian. 2015. *Outlook Bawang Merah*.
- Pagala, A.Y. 2017. Analisis Struktur Pasar Bawang Merah Varietas Lembah Palu. *Jurnal Agroland Fakultas Pertanian Universitas Tadulako Palu*, 23 (2) :
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suparmoko, B. 1997. *Metode Penelitian Praktis (untuk Sosial dan Ekonomi)*, Edisi 3, BPPE-UGM., Yogyakarta.