

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

Pada bagian ini akan dibahas tentang teori yang mendasari dari penelitian ini. Pembahasan ini akan menjadi panduan dalam memahami secara mendalam tentang proses, komponen biaya, profil setiap pelaku, distribusi margin, *Farmer's Share* dan integrasi pasar vertikal pada tata niaga bawang merah di Desa Parangtritis.

##### **2.1.1. Persoalan Ekonomi Pertanian: Jarak dan Waktu Yang Lebar Antara Pengeluaran dan Pendapatan Dalam Pertanian.**

Banyak persoalan yang menyangkut produktivitas dan pemasaran hasil pertanian yang harus dihadapi para petani. Dari segi ekonomi berhasil tidaknya produksi pertanian dan harga yang diterima petani untuk hasil produksinya merupakan faktor yang sangat mempengaruhi perilaku dan kehidupan petani. Petani bawang merah harus menunggu sekitar 3 bulan sebelum panen hingga dapat dijual. Tanaman yang bersifat musiman seperti bawang merah, maka pada musim panen (dalam keadaan pasar normal) terdapat harga yang rendah dan pada musim *paceklik* terdapat harga tinggi.

Ciri khas kehidupan petani adalah perbedaan pola pendapatan dan pengeluaran petani. Pendapatan petani hanya diterima pada saat musim panen saja sedangkan pengeluaran petani dikeluarkan setiap saat hingga musim panen tiba, itulah sebabnya kebutuhan petani seperti membeli pakaian dan memperbaiki

rumah dapat dipenuhi pada saat musim panen tiba. Harga-harga hasil pertanian yang rendah membuat petani dua kali terpukul. Pertama, karena harga hasil pertanian yang rendah dan kedua dia harus menjual lebih banyak hasil pertanian untuk mendapatkan uang yang dibutuhkan.

Pengeluaran petani sebelum masa panen menyebabkan petani sering menjual tanamannya saat masih hijau atau dalam bentuk pinjaman dengan agunan tanaman. Hal ini disebut dengan sistem *ijon* yang sering memperburuk keadaan petani karena tidak adanya alternatif kredit pertanian yang lebih baik. Sistem *ijon* adalah pinjaman dengan agunan atau jaminan tanaman hidup dengan bunga yang sangat tinggi.

### **2.1.2. Kelembagaan dalam Ekonomi Pertanian**

Lembaga adalah organisasi atau kaidah-kaidah, baik formal maupun informal yang mengatur perilaku dan tindakan anggota masyarakat tertentu dalam kegiatan sehari-hari dalam usaha mencapai tujuan tertentu. Lembaga-lembaga yang penting dalam pertanian adalah kepemilikan tanah, jual-beli dan sewa-menyewa tanah, bagi hasil, gotong royong, koperasi, arisan serta tata niaga (Mubyarto, 1989: 51).

Administrasi yang baik menjamin lancarnya hubungan antara pemerintah beserta program nasional, dan aparat pelaksana pada berbagai tingkat, dengan petani produsen, pedagang dan lain-lain yang memiliki hubungan dalam kegiatan ekonomi (Mubyarto, 1989: 52). Para petugas pelaksanaan harus mampu memahami latar belakang setiap program pemerintah agar dapat menjalankan tugasnya

dengan baik. Setiap pedoman harus dibuat dengan jelas agar maksud dan tujuan dari program tersebut memenuhi apa yang diinginkan. Disinilah letak penting administrasi yang baik merupakan kunci dari keberhasilan program-program kebijakan pemerintah.

Berdasarkan penelitian Guy Hunter tahun 1970 yang dikutip oleh Mubyarto (1989) menyimpulkan bahwa persoalan administrasi pembangunan pertanian pada pokoknya menyangkut empat hal, yaitu :

1. Koordinasi di dalam tindakan-tindakan administrasi pemerintah dalam rangka-rangka melayani keperluan petani yang bermacam-macam seperti informasi-informasi pertanian, bantuan teknik, investasi dan persoalan kredit, tata niaga dan lain-lain.
2. Pola hubungan yang senantiasa berubah-ubah antara jasa-jasa yang dapat diberikan oleh pemerintah dengan jasa-jasa pedagang atau koperasi.
3. Masalah mendorong partisipasi petani dan penduduk desa dalam keseluruhan usaha pembangunan pertanian.
4. Masalah kelembagaan yaitu keperluan akan lembaga-lembaga dan organisasi tertentu pada tahap pembangunan yang senantiasa berubah.

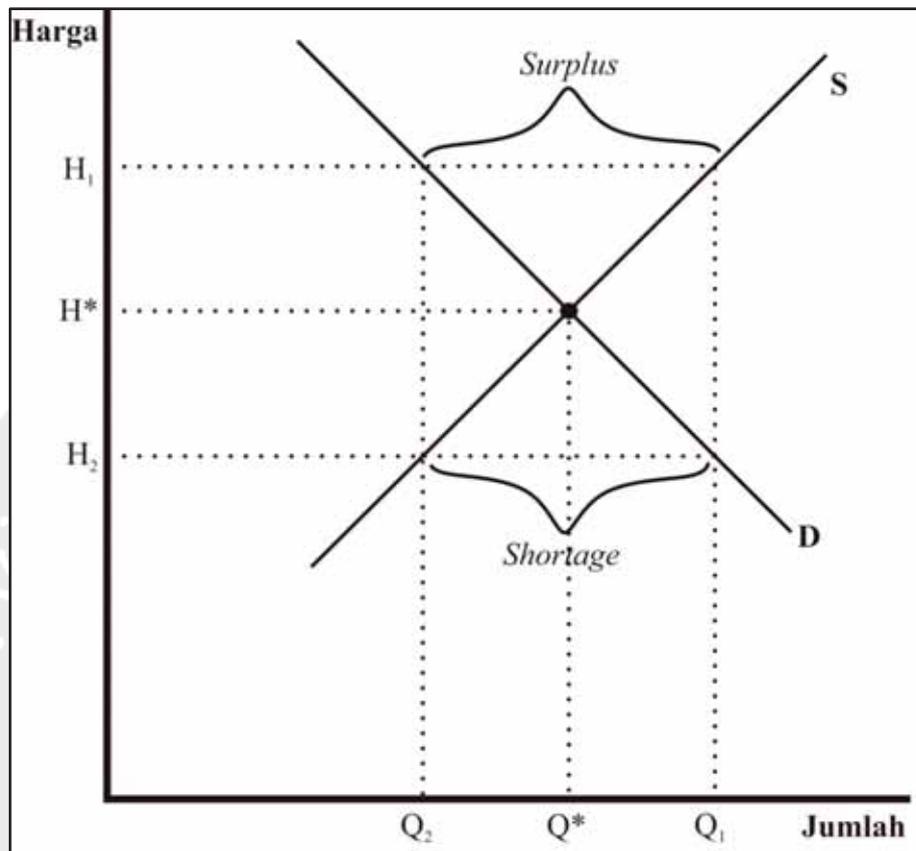
Penyuluhan pertanian dapat disebut sebagai pendidikan *non-formal* yang tujuannya adalah mengubah perilaku petani dan memperbaiki cara bercocok tanam agar lebih besar penghasilannya dan lebih layak hidupnya. Selain meningkatkan pendapatan petani, diharapkan penyuluhan dapat menekan biaya produksi pertanian dan penerimaan dari penjualan dapat dinaikkan setinggi-tingginya sehingga usaha tani menjadi efisien.

Menurut Meneth Ginting (Mubyarto, 1989: 57) penyuluhan dianggap berhasil jika:

1. Pengetahuan petani mengenai sesuatu yang berguna bertambah.
2. Ada penerimaan (adopsi) petani terhadap hal-hal yang dianjurkan penyuluh.
3. Petani bersedia bekerjasama dengan penyuluh.
4. Petani bersedia memberi suatu balas jasa kepada penyuluh.
5. Penyuluh dapat mengubah sikap petani yang merugikan.
6. Pengetahuan praktis yang ada pada penyuluh bertambah.
7. Penyuluh dapat memberitahukan sesuatu yang berguna di luar tujuan proyek tertentu.
8. Ada perkembangan, keinginan kedua pihak (penyuluh dan petani) untuk mempertahankan hubungan.

### **2.1.3. Harga, Permintaan dan Penawaran Hasil Pertanian**

Harga adalah gejala ekonomi yang mempengaruhi petani produsen dan konsumen. Barang – barang yang memiliki harga adalah barang ekonomi karena barang itu berguna dan jumlahnya terbatas. Barang ekonomi memiliki permintaan karena berguna dan penawaran karena jumlahnya terbatas. Pada grafik yang sederhana dapat digambarkan terjadinya harga keseimbangan akibat perpotongan kurva penawaran dan permintaan.



Sumber: Mankiw (2008: 78)

**Gambar 2.1**  
**Harga Keseimbangan antara Permintaan dan Penawaran**

Keterangan :

$H^*$  = Harga keseimbangan

$Q^*$  = Jumlah barang keseimbangan

Pada Gambar 2.1 dapat ditunjukkan bila harga di atas harga keseimbangan misal di  $H_1$  maka jumlah barang yang ditawarkan ( $Q_1$ ) akan lebih banyak daripada jumlah barang yang diminta ( $Q_2$ ) sehingga terjadi *surplus*, situasi ini disebabkan oleh *excess supply* akibatnya barang tersebut banyak yang tidak laku dan rusak sehingga harga kembali turun. Bila harga di bawah harga keseimbangan misal di  $H_2$  maka jumlah barang yang diminta ( $Q_1$ ) akan lebih banyak daripada jumlah

barang yang ditawarkan ( $Q_2$ ) sehingga terjadi *shortage*, situasi ini disebabkan oleh *excess demand* akibatnya persediaan barang yang ditawarkan berkurang dan memaksa harga kembali naik. Pada hal penawaran, teknik produksi, biaya produksi, biaya tata niaga dan hasil panen per hektar diasumsikan tetap (*ceteris paribus*).

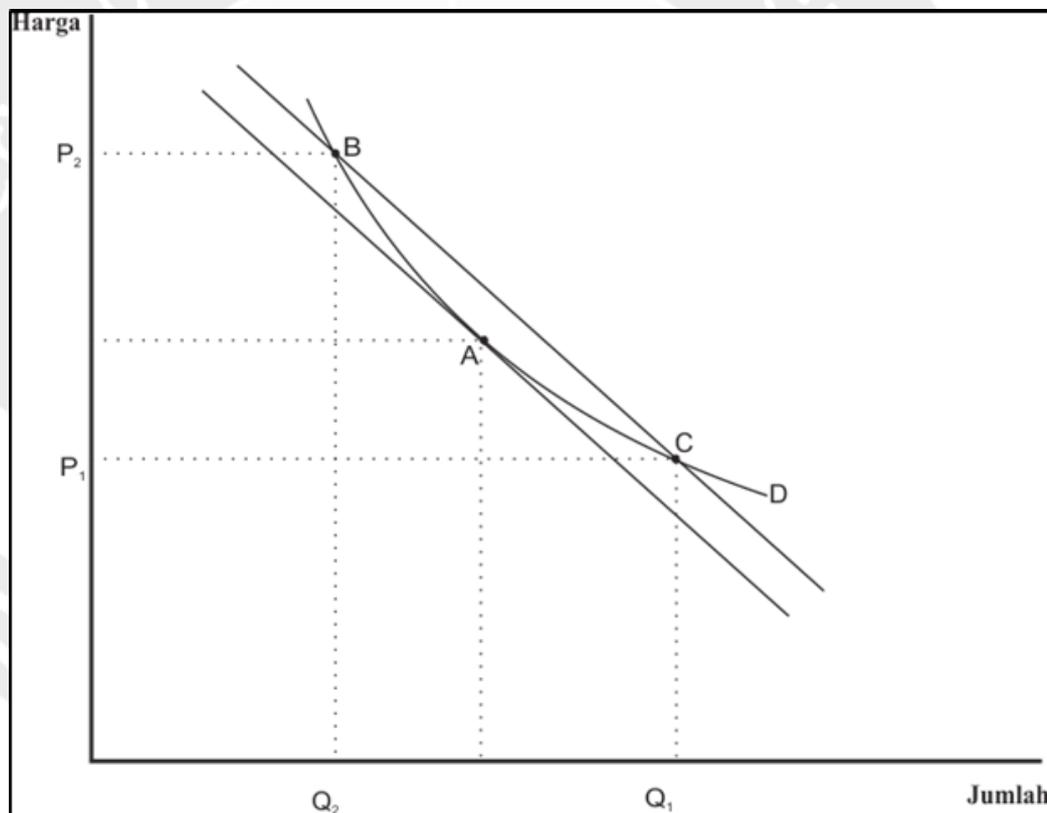
#### **2.1.4. Elastisitas Harga Permintaan dan Penawaran**

Elastisitas harga permintaan merupakan persentase perubahan jumlah barang yang diminta akibat perubahan harga. Ada dua sebab yang menyebabkan jumlah permintaan naik saat harga turun dan jumlah permintaan turun saat harga naik. Sebab pertama adalah efek penggantian (*substitusi*), saat harga barang naik maka konsumen akan mencari barang substitusi yang harganya lebih murah. Sebab kedua adalah efek pendapatan, saat harga barang naik seolah-olah pendapatan riil konsumen turun karena mengurangi jumlah barang yang beli (Mubyarto, 1989 : 142). Bila angka elastisitas lebih besar daripada 1 maka dikatakan permintaan elastis, bila angka elastisitas kurang dari 1 maka permintaan dikatakan inelastis. Tanda positif atau negatif menunjukkan arah hubungan permintaan terhadap perubahan harga. Jika tanda positif menunjukkan jumlah permintaan yang meningkat saat harga barang juga naik, dan sebaliknya saat harga turun maka permintaan juga menurun. Jika tanda negatif menunjukkan jumlah permintaan yang turun saat harga naik, dan sebaliknya jumlah permintaan naik saat harga turun.

Pengukuran angka elastisitas dapat dilakukan dengan dua cara (Mubyarto, 1989 : 144):

1. Elastisitas pada suatu titik di dalam kurva permintaan (*point elasticity*).
2. Elastisitas di antara dua titik pada kurva (*arc elasticity*)

Kedua cara tersebut dapat ditentukan menggunakan bantuan Gambar 2.2 berikut ini :



Sumber: Mubyarto (1989: 144)

**Gambar. 2.2**  
**Elastisitas Titik dan Kurva Permintaan**

Elastisitas titik (*point elasticity*) pada titik A dapat ditentukan menggunakan rumus sebagai berikut (Mankiw, 2008 : 92):

$$E_d = \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_1 + Q_2)/2} : \frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2)/2}$$

Elastisitas diantara dua titik (*arc elasticity*) dari titik B ke titik C dapat ditentukan menggunakan rumus sebagai berikut (Mankiw, 2008 : 92):

$$E_d = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2} : \frac{P_2 - P_1}{P_2}$$

Sedangkan elastisitas diantara dua titik dari titik C ke titik B dapat ditentukan sebagai berikut:

$$E_d = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_1} : \frac{P_1 - P_2}{P_1}$$

Keterangan :

$P_1$  = harga pertama

$P_2$  = harga kedua

$Q_1$  = jumlah yang pertama

$Q_2$  = jumlah yang kedua

D = kurva permintaan

$E_d$  = koefisien elastisitas permintaan

A = elastisitas harga atas permintaan pada satu titik (*point elasticity*)

B dan C = elastisitas harga atas permintaan diantara dua titik (*arc elasticity*)

#### **2.1.4.1. Elastisitas Silang atas Permintaan**

Perubahan permintaan suatu barang tidak hanya ditentukan oleh harga barang tersebut, tetapi juga dipengaruhi oleh harga barang lain yang bersifat barang pengganti maupun barang komplementer. Misalkan ada dua jenis barang A dan B maka permintaan barang A juga dipengaruhi oleh harga barang B, jika permintaan barang A naik ketika harga barang B naik, maka barang A tersebut bersifat sebagai barang pengganti yang ditandai oleh angka elastisitas kedua barang tersebut positif. Jika permintaan barang A turun karena harga barang B naik, maka kedua barang tersebut bersifat komplementer yang ditandai oleh angka elastisitas kedua barang tersebut negatif.

#### **2.1.4.2. Elastisitas Pendapatan atas Permintaan**

Perubahan jumlah barang diminta dipengaruhi oleh pendapatan konsumen. Angka elastisitas pendapatan atas permintaan hampir selalu positif karena peningkatan pendapatan konsumen akan meningkatkan daya beli dan jumlah barang yang diminta meningkat (Mubyarto, 1989: 148).

#### **2.1.4.3. Elastisitas Harga dan Fleksibilitas Harga**

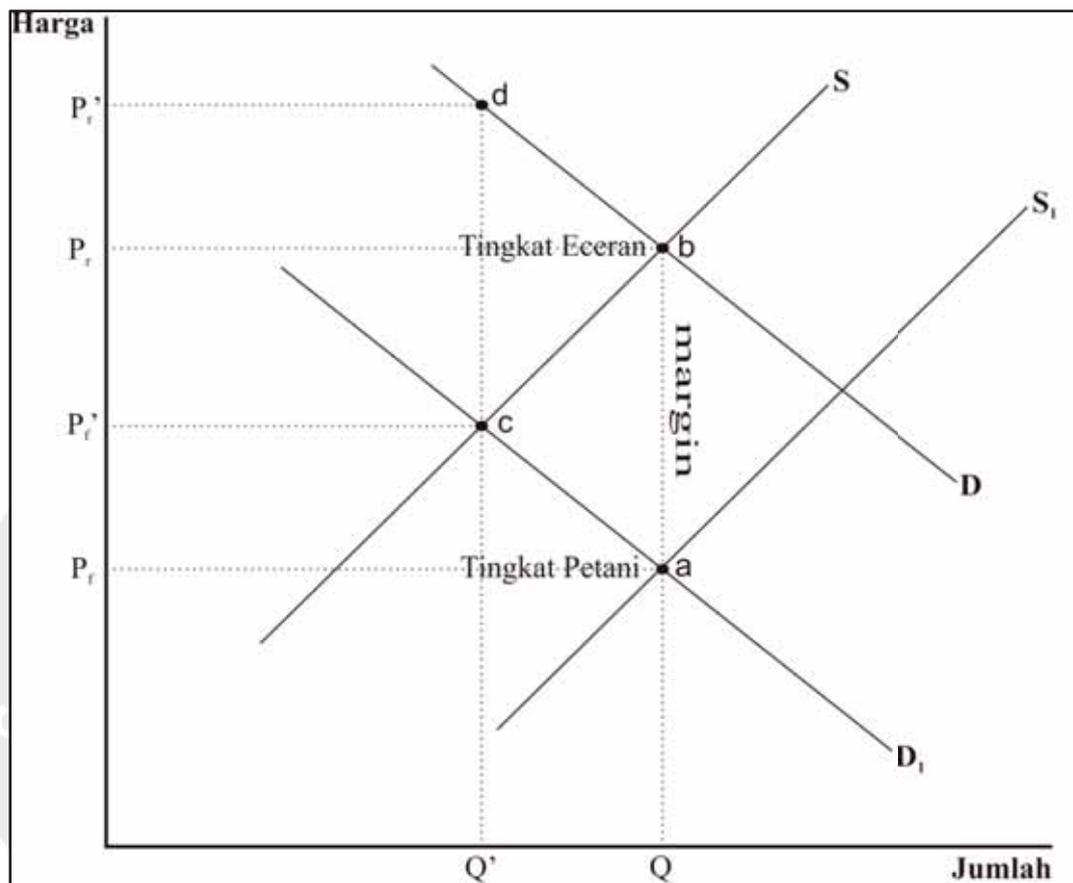
Harga merupakan penyebab perubahan jumlah permintaan sehingga harga sebagai variabel bebas (*independent variable*) yang menentukan jumlah permintaan sebagai variabel tidak bebas (*dependent variable*). Bagi perusahaan atau pemerintah yang melakukan kebijaksanaan harga, maka memahami konsep elastisitas harga adalah hal penting untuk mengetahui seberapa banyak jumlah

barang yang dapat diserap oleh pasar. Konsep elastisitas harga juga dapat dipakai untuk melihat pengaruh jumlah barang yang ditawarkan dengan harga yang terjadi karena *fleksibilitas harga*. Fleksibilitas harga dapat menimbulkan fluktuasi harga yang besar pada produk-produk pertanian yang bersifat musiman (Mubyarto, 1989 : 153).

#### 2.1.4.4. Kurva Penawaran dan Elastisitas Penawaran

Harga yang terjadi di pasar adalah harga akibat perpotongan antara kurva permintaan dan penawaran. Pada kenyataannya tidak demikian karena terdapat perbedaan harga dan pada tingkat petani (*producers price*) dan harga pada tingkat konsumen (*retail price*) di samping harga pedagang-pedagang yang terlibat dalam tata niaga. Pembentukan harga yang murni terjadi pada tingkat harga pedagang eceran yang menjual produk secara langsung ke konsumen (*wholesale price*). Pada tingkat pedagang eceran terbentuk persaingan agak sempurna dan pada umumnya penjual maupun pembeli memiliki informasi yang sama-sama baik mengenai situasi pasar pada suatu waktu. Harga eceran dan harga pada tingkat petani biasanya memperhitungkan dari harga perdagangan besar (grosir) yaitu dengan menambah atau mengurangi dengan apa yang disebut margin pemasaran.

Pada Gambar 2.3, petani memiliki tingkat harga sebesar  $P_f$  dengan kurva penawaran  $S_1$  dan kurva permintaan  $D_1$ . Pedagang Eceran memiliki tingkat harga sebesar  $P_r$  dengan kurva penawaran sebesar  $S$  dan kurva permintaan sebesar  $D$ . Output yang ditawarkan petani sama dengan pedagang eceran yakni sebesar  $Q$ .



Sumber : Mubyarto (1989: 150)

**Gambar 2.3**  
**Kurva Permintaan dan Penawaran Pada Tingkat Eceran dan Tingkat Petani**

Keterangan :

$P_f$  = harga tingkat petani

$P_r$  = harga tingkat eceran

$Q$  = jumlah output

$S$  = kurva penawaran

$D$  = kurva permintaan

Pada kurva tersebut dapat dilihat pembentukkan harga pada tingkat petani dan tingkat pedagang eceran berbeda, bila harga di tingkat petani sebesar  $P_f$  dan

harga di tingkat eceran sebesar  $P_r$  maka terdapat margin harga sebesar a-b. Jika harga di tingkat petani meningkat menjadi  $P_f'$  maka harga di tingkat eceran meningkat menjadi  $P_r'$  dengan menambah atau mengurangi margin harga menjadi c-d. Elastisitas yang paling rendah yaitu di tingkat petani dan yang paling tinggi di tingkat pedagang eceran, pada umumnya produsen memiliki kedudukan yang lebih lemah dibandingkan pedagang eceran dan konsumen (Mubyarto, 1989: 151).

#### **2.1.4.5. Penaksiran Elastisitas Harga Atas Penawaran**

Angka elastisitas atas penawaran menunjukkan persentase perubahan jumlah yang ditawarkan akibat dari perubahan harga. Angka elastisitas penawaran pada produk pertanian mengandung efek substitusi dan efek pendapatan. Efek substitusi jika petani mengganti menanam tanaman yang lebih menguntungkan dengan harapan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dari tanaman sebelumnya. Efek pendapatan pada produk pertanian angka elastisitas harga atas penawaran dapat bersifat positif maupun negatif. Angka elastisitas positif jika petani merasa peningkatan harga produk pertanian akan memotivasi petani untuk menanam lagi dengan harapan keuntungan yang lebih besar akibat harga yang telah meningkat. Angka elastisitas negatif jika peningkatan harga produk pertanian menyebabkan petani puas dan tidak mau menanam lagi.

Pada umumnya elastisitas harga atas penawaran produk-produk pertanian akan lebih rendah dibandingkan elastisitas harga atas penawaran produk-produk industri. Hal ini berarti bahwa menaikkan atau menurunkan harga atas produk-

produk pertanian akan lebih sulit daripada produk-produk industri karena kegiatan pertanian dipengaruhi oleh faktor alam (Mubyarto, 1989: 157).

#### **2.1.4.6. Elastisitas Silang dari Penawaran**

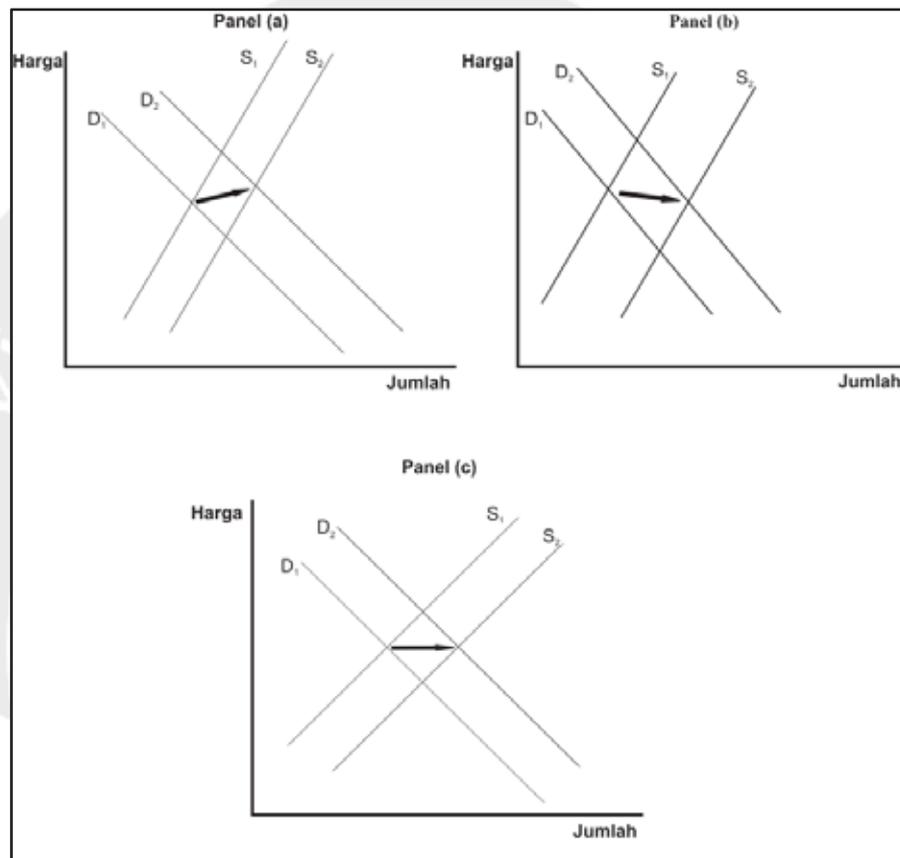
Petani mengganti suatu tanaman dengan tanaman lain apabila ada perubahan harga pada salah satu tanaman. Dilihat dari segi perubahan harga maka efek substitusi yang terjadi, bila dilihat dari segi tanaman maka terjadi elastisitas silang. Elastisitas silang positif apabila kedua tanaman tersebut merupakan produk yang dihasilkan bersamaan. Apabila elastisitas silang negatif maka kedua tanaman tersebut bersaing.

#### **2.1.5. Pergeseran Kurva Penawaran dan Permintaan**

Pada keadaan nyata pergeseran kurva permintaan dan penawaran tidak hanya disebabkan oleh harga. Pergeseran kurva permintaan dapat dipengaruhi oleh peningkatan jumlah penduduk dan peningkatan pendapatan per kapita. Pergeseran kurva penawaran dapat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan penurunan biaya produksi. Kondisi harga keseimbangan ditentukan oleh elastisitas masing-masing kurva dan perubahan absolut dari permintaan dan penawaran.

Pada Gambar 2.4 berikut ini dapat ditunjukkan beberapa kemungkinan pergeseran kurva permintaan dan kurva penawaran yang membentuk kondisi harga keseimbangan baru. Pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa pada panel (a) harga keseimbangan baru akan lebih tinggi, pada panel (b) harga

keseimbangan baru akan lebih rendah dan pada panel (c) harga keseimbangan baru tidak mengalami perubahan.



Sumber : Daniel (2001: 150-151)

**Gambar 2.4**  
**Perubahan Permintaan dan Perubahan Penawaran**

Keterangan :

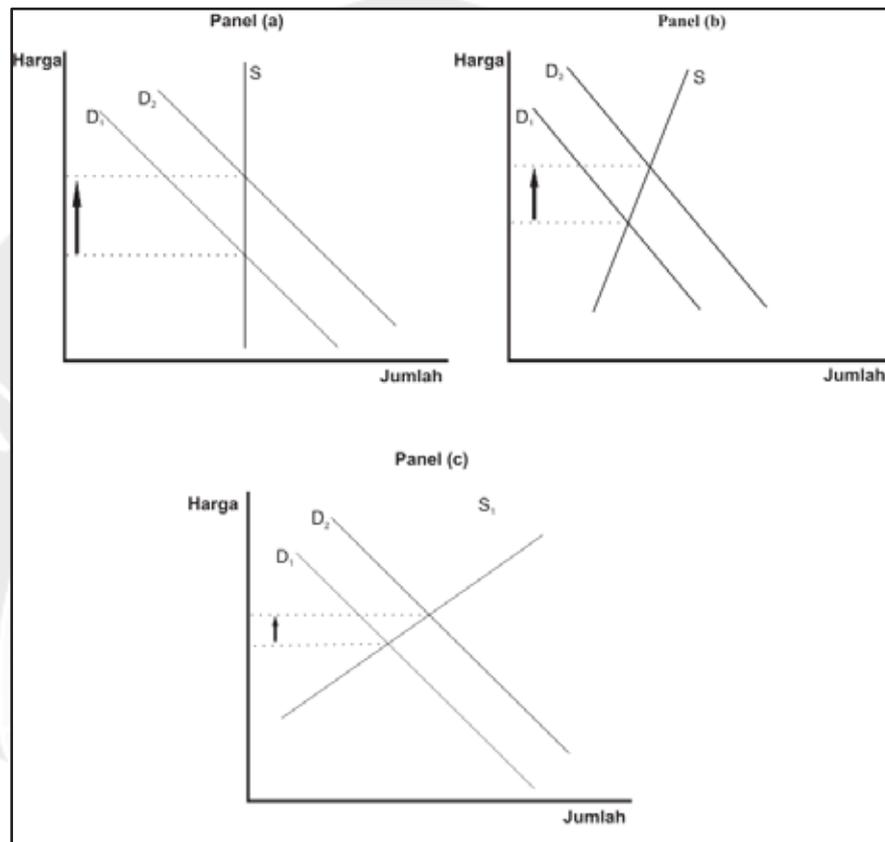
$D_1$  = kurva permintaan pertama

$D_2$  = kurva permintaan kedua

$S_1$  = kurva penawaran pertama

$S_2$  = kurva penawaran kedua

Pada kondisi penawaran yang tetap dan permintaan dapat berubah, keseimbangan harga yang baru dapat terjadi seperti pada gambar 2.5 berikut ini :



Sumber : Mubyarto (1989: 160)

**Gambar 2.5**  
**Perubahan Permintaan dan Penawaran Tetap**

Keterangan :

$D_1$  = kurva permintaan pertama

$D_2$  = kurva permintaan kedua

$S$  = kurva penawaran

Pada panel (a) ditunjukkan kurva penawaran yang tegak lurus (elastisitas nol) menyebabkan perubahan harga keseimbangan yang sangat besar, lebih besar daripada panel (b) dan (c) yang kurva penawarannya bebentuk lebih elastis.

Pada sektor pertanian, perubahan permintaan yang mendadak sulit dimbangi oleh perubahan penawaran. Hal ini yang menyebabkan fluktuasi harga-harga di sektor pertanian lebih besar dibandingkan fluktuasi harga-harga di sektor industri. Pada Negara-negara yang telah maju sektor pertaniannya, dimana hasil-hasil pertanian dapat disimpan digudang atau dapat diolah sedemikian rupa maka perubahan permintan yang mendadak akan dapat dipenuhi dengan persediaan yang ada. Dengan demikian kemajuan dalam tata niaga pada umumnya memberikan efek yang baik dalam sektor pertanian karena mencegah fluktuasi harga yang besar (Mubyarto, 1989 : 161).

#### **2.1.6. Teori Cobweb**

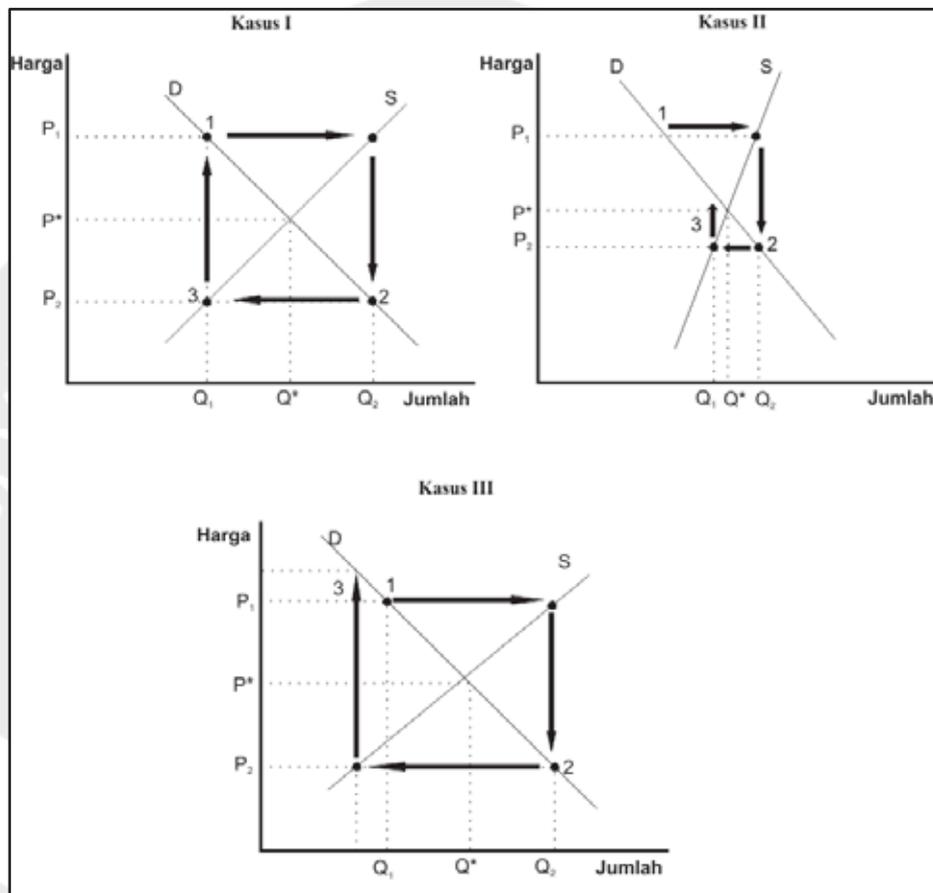
Teori Cobweb menjelaskan siklus harga dan produksi yang berubah dalam jangka waktu tertentu. Kasus Cobweb dapat dibagi menjadi 3 (Mubyarto, 1989: 162) yaitu :

- a. Siklus yang mengarah pada fluktuasi yang jaraknya cenderung tetap.
- b. Siklus yang mengarah pada titik keseimbangan.
- c. Siklus yang mengarah pada flukstuasi dengan jarak yang semakin besar.

Asumsi yang digunakan dalam Teori Cobweb adalah:

- a. Pasar persaingan sempurna, dimana penawaran ditentukan oleh reaksi produsen terhadap harga. Harga dianggap tidak berubah oleh produsen dan jumlah produksi tidak mempengaruhi pasar.
- b. Periode produksi membutuhkan waktu yang tidak singkat sehingga tidak dapat langsung bereaksi terhadap harga.

- c. Harga ditentukan oleh jumlah barang yang datang di pasar dan harga terus berubah menyesuaikan diri.



Sumber : Mubyarto (1989: 170)

**Gambar 2.6**  
**Ilustrasi Teori Cobweb**

Keterangan :

$P_1$  = harga pertama

$P_2$  = harga kedua

$P^*$  = harga keseimbangan

$Q_1$  = jumlah output pertama

$Q_2$  = jumlah output kedua

$Q^*$  = jumlah output keseimbangan

D = kurva permintaan

S = kurva penawaran

Pada Gambar 2.5 kasus I mula-mula harga keseimbangan pada  $P^*$  dan jumlah barang keseimbangan  $Q^*$ , jika tiba-tiba jumlah penawaran turun akibat wabah penyakit, bencana alam dan lain-lain maka harga akan meningkat menjadi  $P_1$ . Pada harga yang lebih tinggi produsen berusaha meningkatkan produksinya ke  $Q_2$  dan akibatnya harga turun ke  $P_2$ . Penurunan harga direspon oleh produsen dan dengan mengurangi produksi sehingga siklus ini terus berputar. Pada kasus II harga keseimbangan mula-mula pada  $P^*$  dan jumlah keseimbangan  $Q^*$ , kemudian harga meningkat ke  $P_1$  maka produksi diperbesar tetapi tidak sebesar kasus I. Hal tersebut mengakibatkan harga turun tetapi tidak sebesar penurunan harga pada kasus I. Kurva penawaran kasus I lebih elastis dibandingkan kurva penawaran kasus II sehingga fluktuasi harga lebih besar pada kasus I. Pada kasus III kurva penawaran sangat elastis maka peningkatan produksi sebagai reaksi peningkatan harga relatif semakin membesar.

## **2.1.7. Tata Niaga Pertanian**

### **2.1.7.1. Definisi Tata Niaga**

Tata niaga adalah pemasaran atau distribusi dalam kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Disebut tata niaga karena berarti dagang, sehingga tata niaga menyangkut “aturan

permainan” dalam perdagangan barang-barang. Perdagangan dilakukan dalam pasar, maka tata niaga disebut juga pemasaran (Mubyarto, 1989: 166).

Tata niaga tidak hanya mencakup barang yang diproduksi petani, namun juga sarana-sarana produksi yang dibutuhkan atau digunakan petani seperti pupuk, obat pestisida dan alat-alat pertanian lainnya.

#### **2.1.7.2. Fungsi Tata Niaga**

Setiap barang ekonomi mempunyai kegunaan atau manfaat bagi manusia bila barang tersebut berada pada suatu keadaan tertentu, tempat tertentu, waktu tertentu dan harga tertentu. Barang ekonomi akan mempunyai nilai jika berada di tempat yang diinginkan konsumen, di waktu tertentu (setiap saat), dan dengan harga yang terjangkau. Kegunaan atau manfaat tersebut merupakan proses dari pengangkutan (distribusi), perubahan bentuk (produksi) dan penyediaan (penawaran) yang merupakan fungsi dari tata niaga.

#### **2.1.7.3. Biaya Tata Niaga**

Biaya tata niaga adalah biaya yang dikeluarkan oleh setiap pelaku tata niaga dalam rangka menyalurkan hasil pertanian dari produsen (petani) ke konsumen, seperti biaya transportasi, biaya pengepakan, biaya penyimpanan dan lain-lain. Besarnya biaya tata niaga berbeda antara setiap pelaku tata niaga, tergantung pada hal berikut ini :

- a. Macam komoditas yang dipasarkan :

Macam barang menentukan biaya yang ditimbulkan, seperti barang tahan lama atau tidaknya, berat atau ringan dan membutuhkan tempat penyimpanan khusus atau tidak.

- b. Lokasi atau daerah produsen :

Jarak antara produsen dan pasar akan menentukan besarnya biaya transportasi, yang kemudian menjadi salah satu penyebab rendahnya harga di tingkat petani.

- c. Macam dan peranan pelaku tata niaga.

Jumlah pelaku yang terlibat dalam tata niaga akan menentukan besarnya biaya tata niaga.

#### **2.1.7.4. Sifat-Sifat dan Bentuk-bentuk Pasar**

Sifat dan bentuk pasar dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain kedudukan ekonomi petani, peranan kebijakan pemerintah dan hubungan pasar dalam negeri dengan pasar luar negeri (Mubyarto, 1989 : 182). Menurut A.W Stoner dan D.D Hague pada tahun 1964 yang dikutip Mubyarto (1989), banyaknya produsen dan konsumen pada tata niaga dianggap memegang peranan penting dalam bentuk dan sifat pasar. Bentuk yang ekstrim adalah persaingan sempurna, dimana pembeli bersaing untuk mendapatkan barang dan penjual bersaing untuk mencari pembeli. Ada tiga faktor agar terjadi persaingan sempurna, yakni barang yang dijual bersifat homogen, ada kebebasan masuk dan keluar pasar dan pengetahuan yang lengkap antara pembeli dan penjual.

#### **2.1.7.5. Integrasi Pasar**

Konsep integrasi pasar menurut Stephen L. McDonald pada tahun 1993 yang dikutip oleh Sudiyono (2004) berasal dari kata “*integrate*” atau “penyatuan” secara harafiah berarti “dari bentuk kesuluruhan berubah menjadi kesatuan”. Integrasi ini merupakan salah satu proses ekonomi secara fungsional berkaitan dengan penggabungan dari beberapa bentuk proses produksi yang terpisah-pisah menjadi suatu kesatuan. Ada dua pendekatan untuk menganalisa perilaku pasar ini, yakni pendekatan integrasi pasar vertikal dan pendekatan integrasi pasar horisontal.

Integrasi vertikal untuk melihat keadaan pasar yang antara petani, pasar lokal, kecamatan kabupaten dan pasar provinsi, bahkan pasar nasional. Analisis integrasi pasar vertikal ini mampu menjelaskan kekuatan tawar-menawar antara petani dengan lembaga tata niaga atau antar lembaga tata niaga ke i dengan lembaga tata niaga ke j yang berhubungan secara vertikal. Integrasi horisontal digunakan untuk melihat apakah mekanisme harga pada tingkat pasar yang sama, misalnya antar pasar desa berjalan secara serentak atau berjalan secara tidak serentak (Sudiyono, 2004: 195-197).

#### **2.2. Studi Terkait**

Mayrowani dkk (2009) melakukan penelitian untuk melihat rantai perdagangan bawang merah di Kabupaten Brebes. Penelitian dilakukan berdasarkan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara menggunakan daftar pertanyaan terstruktur (kuisioner). Sampel penelitian yang diambil 6 pedagang

pengumpul, 4 pedagang besar, 3 eksportir-importir. Peneliti menggunakan metode analisis margin pemasaran dan distribusi. Pemasaran bawang merah di Kabupaten Brebes terdapat beberapa jenis saluran pemasaran yang relatif panjang. Saluran pemasaran bawang merah Kabupaten Brebes pada umumnya melibatkan petani, pedagang pengumpul tingkat desa (bakul), pedagang pengumpul tingkat kecamatan (kabupaten), pedagang besar (bandar), pedagang luar daerah produksi, pedagang pasar induk dan pedagang antar pulau maupun eksportir. Analisis margin pemasaran menunjukkan ketimpangan antara pelaku pemasaran dan cenderung mengelompok pada para pedagang besar dan *supplier* sehingga tingginya harga tidak dinikmati oleh petani.

Kemudian Jumadi *et al.* (2011) melakukan penelitian guna mengetahui pola distribusi bawang merah dan bawang putih di Kota Banjarmasin. Penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara wawancara melalui kuisioner dan data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait topik penelitian. Sampel penelitian diambil secara *purposive* sebanyak 55 responden yang tersebar pada beberapa pasar di Kota Banjarmasin. Teknik analisis yang digunakan meliputi indikator panjang rantai distribusi, Rasio Distribusi Margin (*DMR*) dan *Cost Profit Ratio (CPR)*. *DMR* dan *CPR* digunakan untuk melihat efisiensi pola distribusi bawang merah, pola distribusi bawang merah efisien apabila sebaran nilai *DMR* dan *CPR* merata. Bawang merah di Banjarmasin diperdagangkan hanya melalui satu pola distribusi yakni pedagang besar – pengecer – konsumen. Pola distribusi bawang merah diketahui bahwa

rantai distribusi relatif tidak merata yang ditunjukkan oleh sebaran *DMR* dan *CPR* yang tidak merata.

Lalu Nurasa dkk (2007) melakukan analisa mengenai struktur pendapatan usaha tani, produksi, bagian harga yang diterima petani, melihat berbagai bentuk kelembagaan pemasaran hortikultura (bawang merah) terhadap kinerja usaha komoditas hortikultura (bawang merah), serta mengetahui margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran. Penelitian dilakukan di Kabupaten Brebes sebagai sentra produsen bawang merah Provinsi Jawa Tengah. Data yang digunakan peneliti terdiri dari data primer dan sekunder, data primer diperoleh dari hasil wawancara dan data sekunder diperoleh dari departemen, dinas dan instansi terkait bidang pertanian. Peneliti memilih 20 responden petani kemudian pedagang pengumpul desa (kecamatan), pedagang besar, pedagang di pasar induk, eksportir, pedagang eceran dan supermarket sebagai sampel. Analisis yang digunakan dalam penelitian meliputi analisis biaya dan pendapatan, serta margin pemasaran dan *farmer's share*. Hasil penelitian menunjukkan beberapa hal: pertama, dalam satu tahun produksi yang dihasilkan dari usahatani bawang merah cukup tinggi mencapai 11,1 ton/ha (Rp 70.892.000) tetapi keuntungan yang diperoleh hanya sebesar Rp 6.831.000 dengan dua kali masa tanam. Kedua, rantai pemasaran bawang merah di Kabupaten Brebes cukup panjang yang melibatkan petani, pedagang pengumpul, pedagang eceran di Brebes, pedagang besar, pedagang pasar induk di Jakarta, pasar pengecer di luar Jakarta, pedagang antar pulau, pedagang luar jawa dan konsumen akhir. Ketiga, margin pemasaran di

setiap level pedagang berfluktuasi serta *farmer's share* terhadap setiap lembaga pemasaran tidak merata dan relatif kecil.

Selanjutnya Sumaiyah dkk (2013) melakukan analisa integrasi pasar bawang merah di Kabupaten Pamekasan. Penelitian dilakukan di Desa Lesong Daya, Kecamatan Batumarmar serta di Pasar Waru Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis integrasi pasar. Pada hasil penelitian ditemukan ada 2 pola pemasaran, yakni saluran pemasaran bawang merah pola I meliputi pedagang pengumpul, pedagang grosir pedagang pengecer serta konsumen dan saluran pemasaran bawang merah pola II meliputi pedagang pengumpul, pedagang grosir serta konsumen. Saluran pemasaran pola I pada saat petani menjual bawang merah kondisi kering merupakan saluran pemasaran yang paling efisien karena *farmer's share* yang diperoleh tinggi yakni 84,74 % dan sebaran nilai margin pemasaran merata. Analisis integrasi pasar menunjukkan bahwa pasar bawang merah yang diteliti terintegrasi kuat dan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Pada saat jangka pendek integrasi pasar yang kuat dan baik ditunjukkan nilai koefisien  $\beta_2$  sebesar 0.937, yang berarti perubahan harga Rp 100 per kilogram di tingkat pedagang grosir maka akan menyebabkan perubahan harga Rp 93,7 per kilogram di tingkat petani. Pada saat jangka panjang integrasi pasar yang kuat dan baik ditunjukkan oleh nilai *Index of Market Connection* sebesar 0,017.

Fitriani *et al* (2011) melakukan penelitian tentang produksi dan tata niaga beras di Provinsi Lampung. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis profit margin dengan melibatkan sampel sebanyak 38 orang

meliputi petani beras dan pelaku tata niaga (pedagang pengumpul, pelaku pengolahan hingga pedagang pengecer) di pasar tingkat desa, tingkat kecamatan dan tingkat kabupaten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi beras di Provinsi Lampung rata-rata per tahun lebih besar daripada kebutuhan konsumsi dan saluran tata niaga beras yang dihadapi relatif tidak efisien karena distribusi margin tata niaga dan nisbah margin keuntungan di masing-masing pelaku tata niaga tidak merata.

Kemudian Mustafid (2006) melakukan analisis efektivitas dan efisiensi tata niaga kopi biji di Provinsi Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan cara wawancara dan analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis rasio *profit margin*. Pada hasil penelitian ditemukan ada 4 macam saluran tata niaga; saluran tata niaga I meliputi petani produsen - pedagang kecamatan - eksportir, saluran tata niaga II meliputi petani produsen - pedagang desa - pedagang kecamatan - eksportir dan saluran tata niaga III meliputi petani produsen - pedagang kabupaten - eksportir. Saluran tata niaga yang paling efektif terletak pada saluran tata niaga I dan yang paling tidak efektif terletak pada saluran tata niaga III. Saluran tata niaga II merupakan saluran tata niaga yang paling efisien daripada saluran tata niaga lainnya, sedangkan saluran tata niaga I merupakan yang paling tidak efisien.

Lalu Musmedi (2011) melakukan analisis efisiensi perdagangan komoditas kedelai edamame di Kabupaten Jember. Sampel yang ditunjuk meliputi petani produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar dan eksportir. Analisis kelembagaan tata niaga kedelai edamame yang digunakan adalah analisis

deskriptif untuk menggambarkan hubungan antara petani dan pedagang dengan menitikberatkan pada pembagian resiko. Analisis pemasaran digunakan untuk mengukur efisiensi sistem tata niaga yang menyangkut efisiensi operasional (margin tata niaga dan *benefit cost ratio*) dan efisiensi harga (*index of market connection*). Hasil dari analisis menunjukkan bahwa harga diterima petani relatif kecil dan margin keuntungan terbesar diperoleh eksportir, namun *benefit cost ratio* terbesar diterima oleh pedagang pengumpul. Hasil perhitungan *Index of Market Connection* (IMC) menunjukkan keterkaitan pasar kedelai edamame sangat kuat, perubahan harga di tingkat konsumen akan ditransmisikan ke tingkat produsen walaupun secara tidak proposional.

Selanjutnya Suharyanto *et al* (2005) melakukan analisis pemasaran dan tataniaga anggur di Bali. Analisis yang digunakan meliputi analisis margin pemasaran untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima petani. Analisis integrasi pasar digunakan untuk melihat keterpaduan harga antara harga tingkat petani dengan harga pasar tingkat konsumen. Hasil Penelitian menunjukkan Terdapat 4 pola saluran pemasaran anggur di kabupaten Buleleng yaitu pola 1 : petani - tengkulak - pedagang pengumpul - pengecer - konsumen, pola 2 : petani - pedagang pengumpul - pengecer - konsumen, pola 3 : petani - pedagang pengumpul - pedagang besar - pengecer - konsumen dan pola 4 : petani - pengecer - konsumen. Margin pemasaran tertinggi terdapat pada pola pemasaran 1, sedangkan *share* yang diterima petani tertinggi pada pola pemasaran 3. Derajat

integrasi pasar antara pasar ditingkat petani dengan pasar ditingkat konsumen rendah dan secara umum pola pemasaran belum efisien.

Kemudian penelitian oleh Sambenthio (2012) tentang tata niaga gabah/beras Di Desa Margodadi, Kecamatan Seyegan, Kabupaten Sleman. Analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif dan analisis *share margin*. Dari penelitian ditemukan ada empat pelaku tata niaga gabah/beras di Desa Margodadi, Kecamatan Seyegan, Kabupaten Sleman yaitu petani padi sawah, penebas, penggilingan desa dan pedagang grosir dan eceran. Pada hasil penelitian ditemukan dua alur tata niaga gabah/beras, yaitu pola I meliputi petani padi sawah - penebas - pedagang grosir dan eceran dan pola II meliputi petani padi sawah - penebas - penggilingan padi - pedagang grosir dan eceran. Berdasarkan analisis *share margin*, pedagang grosir dan eceran baik pada saluran tata niaga pola I dan pola II mendapatkan bagian terbesar terhadap harga beli konsumen sedangkan *share margin* terendah dialami oleh para petani padi sawah.

Selanjutnya Mulyo (1996) melakukan penelitian tentang tata niaga salak pondoh di Kabupaten Sleman bertujuan untuk mengetahui mekanisme tata niaga salak pondoh, peran yang dilakukan oleh para pelaku tata niaga, *farmer's share* dan margin tata niaga salak pondoh. Hasil penelitian menunjukkan ada 6 pola atau saluran tata niaga salak pondoh. Pola pertama terdiri dari petani - pengecer - konsumen. Pola kedua terdiri dari petani - pengumpul 1 - pengecer - konsumen. Pola ketiga terdiri dari petani - pengumpul 1 - pengumpul 2 - pengecer - konsumen. Pola keempat terdiri dari petani - pengumpul - pedagang besar - pedagang luar kota - konsumen. Pola kelima terdiri dari petani - pedagang besar -

pedagang luar kota - konsumen. Pola keenam terdiri dari petani - spekulasi - pengumpul - pengecer - konsumen. Pada keenam pola tata niaga tersebut terbukti *farmer's share* tertinggi berada di pola pertama dan kelima. Komposisi margin tata niaga salak pondoh merupakan keuntungan yang dinikmati oleh pedagang dan biaya tata niaga. Mayoritas biaya tata niaga dialokasikan untuk biaya transportasi dan biaya pengemasan.

Kemudian Aryani (2012) melakukan studi mengenai integrasi vertikal pasar produsen gabah dengan pasar ritel beras di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan harga yang diterima petani dari harga beras yang dijual ke konsumen dan keterpaduan pasar antara pasar produsen dan pasar ritel beras. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa data rata-rata harga bulanan untuk harga produsen meliputi harga rata-rata gabah produsen bulan Januari tahun 2000 sampai bulan Januari tahun 2008 yang kemudian dianalisis menggunakan model *Vector Autoregression (VAR)*. Hasil analisis menunjukkan perubahan gabah produsen dan beras ritel menunjukkan arah yang hampir sama. Pasar produsen gabah dan pasar ritel tidak terpadu secara penuh dan dalam jangka pendek pasar gabah produsen dipengaruhi pasar ritel.