

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

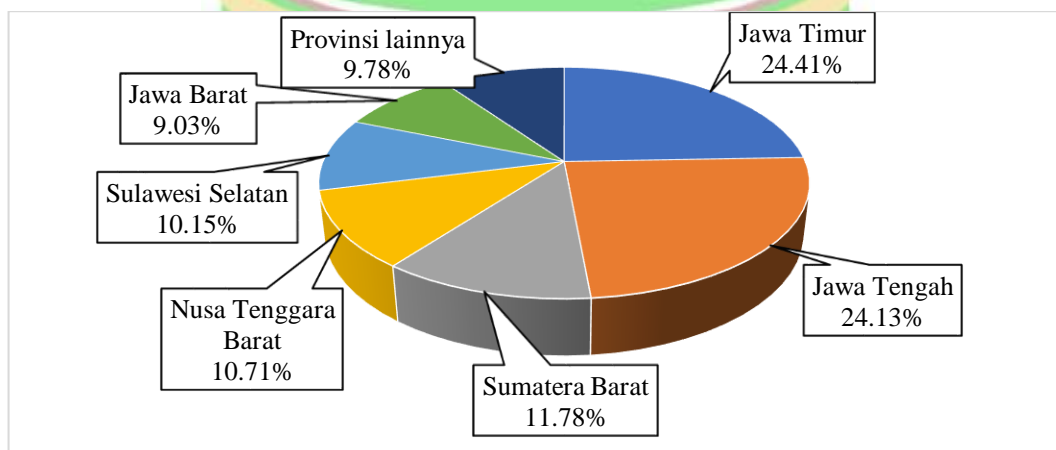
Bawang merah merupakan salah satu komoditi hortikultura yang cukup penting dan strategis di Indonesia. Bawang merah memiliki karakteristik mudah rusak (*perishable*) dan fluktuasi harga bawang merah berkontribusi terhadap inflasi. Bawang merah menjadi perhatian yang serius bagi pemerintah karena memberikan andil yang cukup signifikan dalam menentukan inflasi di sentra produksi bawang merah. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), bawang merah penyumbang inflasi terbesar di Provinsi Sumatera Barat yakni sebesar 7,9%. Dengan demikian, sebagai jenis komoditi strategis nasional, bawang merah akan selalu mendapat perhatian khusus dari pemerintah dan pelaku usaha terkait dengan peranannya dalam memengaruhi kondisi ekonomi, politik, dan sosial masyarakat (Destiarni *et al*, 2021).

Bawang merah menjadi salah satu komoditas sayuran semusim yang mempunyai kontribusi besar terhadap produksi hortikultura dan tingkat inflasi. Produksi bawang merah tahun 2023 mencapai 1.985 juta ton, naik sebesar 0,14% (2,87 ribu ton) dari tahun 2022. Konsumsi bawang merah oleh sektor rumah tangga tahun 2023 adalah mencapai 797,32 ribu ton, turun sebesar 4,07% (33,83 ribu ton) dari tahun 2022. Adapun partisipasi rumah tangga terhadap konsumsi bawang merah adalah sebesar 96,82% (BPS, 2023).

Laju pertumbuhan harga bawang merah nasional rentang waktu lima tahun terakhir (2018 - 2022) baik pada tingkat produsen maupun pada tingkat konsumen, keduanya mengalami kenaikan. Dimana harga produsen mengalami kenaikan sebesar 1,24% dan harga konsumen mengalami peningkatan sedikit lebih tinggi yaitu sebesar 4,43% (Kementerian Pertanian, 2023). Perannya yang sangat strategis menjadikan bawang merah banyak dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia. Konsumsi bawang merah di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya sejalan dengan peningkatan jumlah populasi masyarakat dan peningkatan taraf hidup serta kesejahteraan masyarakat.

Kontribusi sektor hortikultura terhadap laju pertumbuhan PDRB Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2012 - 2019 mengalami fluktuasi namun cenderung mengalami peningkatan (Lampiran 1). Pada tahun 2013 kontribusi sektor hortikultura terhadap laju pertumbuhan PDRB Provinsi Sumatera Barat sebesar 1.72% dan naik menjadi 5.25% pada tahun 2019. Rata rata kontribusi hortikultura terhadap laju pertumbuhan PDRB Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2012 - 2019 adalah sebesar 3.93% (BPS Sumbar 2020).

Berdasarkan rata-rata produksi bawang merah tahun 2019 - 2023, terdapat enam provinsi sentra bawang merah dengan kontribusi kumulatif mencapai 90,22% terhadap total produksi bawang merah Indonesia (Saefudin & Wahyuningsih, 2024). Provinsi Jawa Timur merupakan produsen bawang merah terbesar dengan persentase kontribusi mencapai 24,41% (Gambar 1). Provinsi Jawa Tengah di urutan kedua dengan kontribusi sebesar 24,13%. Diikuti Provinsi Sumatera Barat di urutan ketiga dengan kontribusi sebesar 11,78%. Selanjutnya Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan kontribusi sebesar 10,71%, Sulawesi Selatan sebesar 10,15% dan Jawa Barat sebesar 9,03%. Provinsi produksi lainnya memberikan total kontribusi 9,78% terhadap total produksi bawang merah di Indonesia. Sehingga ketersediaan bawang merah di pasar antar provinsi sangat dipengaruhi oleh tingkat produksi bawang merah di enam provinsi sentra produksi bawang merah di Indonesia.

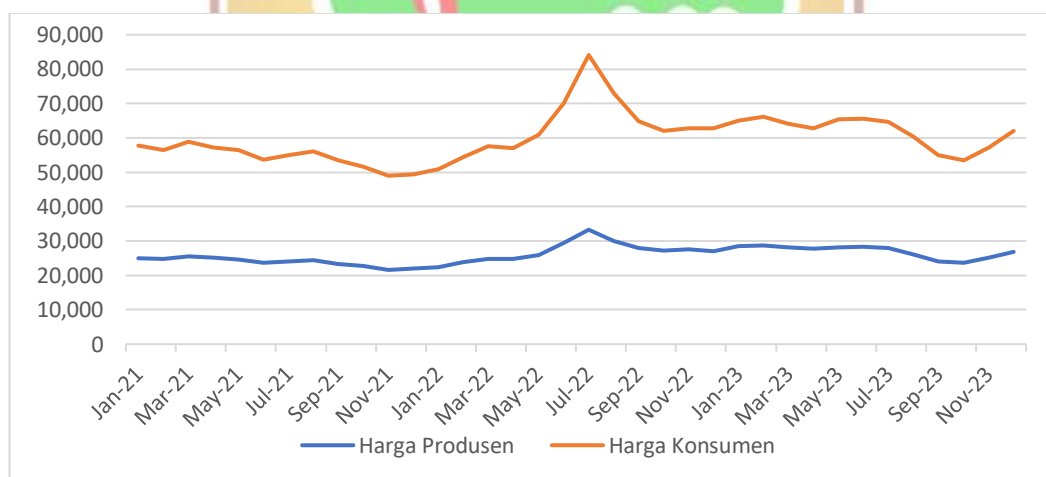


Gambar 1. Sentra Produksi Bawang Merah di Indonesia Tahun 2019 - 2023 (Ton)

Fluktuasi harga bawang merah dapat memberikan dampak positif yaitu dapat meningkatkan pendapatan produsen jika harganya meningkat secara tajam, Namun di sisi lain akan merugikan konsumen begitu sebaliknya. Sejalan dengan

itu, harga bawang merah yang terjadi di pasar Kota Parepare Provinsi Sulawesi Selatan sering mengalami fluktuasi, hal ini dapat menyebabkan risiko kerugian bagi produsen dan menurunnya daya beli konsumen. Kondisi demikian tidak kondusif bagi pengembangan hortikultura karena keuntungan yang diperoleh dari kegiatan hortikultura menjadi tidak stabil padahal tingkat keuntungan yang tinggi dan stabil umumnya justru merupakan daya tarik utama bagi pelaku bisnis untuk melakukan investasi dan memperluas usahanya. (Izzah, Irmayani, & Arma, 2022).

Fluktuasi harga sering terjadi pada produk pertanian yang biasanya diluar kendali produsen. Harga tinggi apabila produksi rendah, sebaliknya apabila panen raya maka harga yang diterima cenderung rendah, bahkan produk bisa tidak laku terjual karena banyaknya produk yang beredar di pasar (Setiawan, & Roessali, 2020). Namun tidak selalu permasalahan hanya disebabkan oleh produksi yang berfluktuatif. Terdapat faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi fluktuasi harga seperti siklus panen dan distribusi (Hasan & Suprpti, 2020).



Gambar 2. Perkembangan Harga Bulanan di Tingkat Produsen dan Konsumen Bawang Merah di Indonesia, 2021 - 2023 (Rp/kg)

Perkembangan harga konsumen bawang merah di Indonesia selama periode 2021-2023 secara keseluruhan sangat berfluktuatif namun berbeda dengan harga di tingkat produsen relatif stabil (Saefudin & Wahyuningsih, 2024). Pada tahun 2021 harga produsen bawang merah cenderung mengalami penurunan di setiap bulannya. pada bulan Juli 2022 terlihat dengan harga bawang merah tertinggi sebesar Rp 33.281/kg (Lampiran 2). Direspon dengan terjadinya lonjakan harga konsumen mencapai Rp. 84.931/kg. Sehingga hal ini menunjukkan sangat jauhnya perbedaan harga yang ditentukan antar lembaga pemasaran.

Biaya pemasaran bawang terdiri dari biaya pengemasan, biaya penyimpanan, biaya transportasi, biaya penyortiran, biaya grading, dan biaya penimbangan. Setiap perbedaan dalam kegiatan di setiap lembaga pemasaran akan menyebabkan perbedaan antara harga jual satu lembaga yang lain. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran komoditas akan menghasilkan biaya pemasaran yang lebih tinggi, serta perbedaan harga pada tingkat konsumen dan harga produsen yang lebih tinggi.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka perlu dilakukan pengembangan bawang merah dalam bentuk usaha tani (*on-farm*) maupun dalam bentuk usaha di luar usaha tani (*off-farm*). Jadwal musim tanam bawang merah (*in season*) pada umumnya dilakukan pada musim kemarau yaitu pada bulan April-September. Sementara itu produsen jarang menanam bawang merah pada musim hujan (*off season*). Pola tersebut terjadi di hampir seluruh sentra produksi bawang merah di Indonesia. Pada saat terjadi musim panen maka akan terjadi panen serentak di seluruh wilayah sentra produksi yang menyebabkan produksi melimpah pada saat *in season* (Tinaprilla & Rifin, 2022).

Kondisi tidak meratanya produksi bawang merah sepanjang waktu sementara permintaannya ada sepanjang waktu menyebabkan adanya fluktuasi harga pada bawang merah. Harga bawang merah di Indonesia sangat berfluktuasi tergantung dengan kondisi pasar (Tinaprilla & Rifin, 2022). Pola tersebut terjadi di hampir seluruh sentra produksi bawang merah di Indonesia. Pada saat terjadi musim panen maka akan terjadi panen serentak di seluruh wilayah sentra produksi yang menyebabkan produksi melimpah pada saat *in season*. Mekanisme ketersediaan bawang merah di Indonesia juga belum berjalan dengan baik sehingga kelebihan produksi pada saat *in season* tidak dapat dialihkan untuk mencukupi kebutuhan saat *off season*. Kondisi pasokan bawang merah yang tidak merata sepanjang tahun ditambah dengan mekanisme persediaan bawang merah yang belum berjalan dengan baik.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan umum yang dihadapi oleh komoditas hortikultura terdapat pada sektor hilir (*off-farm*). Hal tersebut disebabkan karena produksi komoditas hortikultura bersifat musiman dan mudah rusak (*perishable*), sehingga dapat menimbulkan

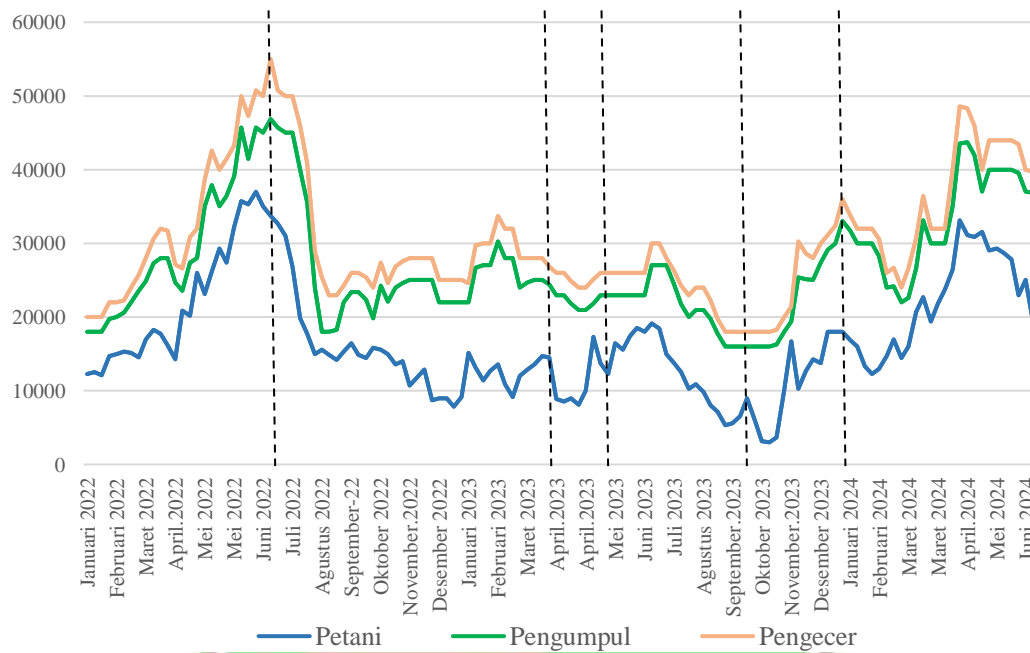
permasalahan pada aspek waktu ketersediaan, penyimpanan dan distribusi dari komoditas yang bersangkutan.

Kabupaten Solok dikenal sebagai prioritas pengembangan produksi bawang merah di luar Jawa, dalam memenuhi kebutuhan bawang di Indonesia. Salah satu daerah yang memproduksi bawang merah di Sumatera Barat adalah Kecamatan Lembah Gumanti. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Solok (2025), pada tahun 2024 Kecamatan Lembah Gumanti berkontribusi 60,70% terhadap ketersediaan bawang merah di Sumatera Barat (Lampiran 3). Bawang merah yang ditanam Kecamatan Lembah Gumanti adalah varietas *SS Sakato* yang merupakan introduksi dari hasil pemuliaan komoditi bawang unggul yang dilakukan oleh PKHT-IPB University. Dengan ciri ciri bawang merah di Lembah Gumanti Solok, besaran bawangnya jauh lebih besar, baunya lebih harum, dengan warna lebih menarik yaitu merah terang dan segar (Tinaprilla & Rifin, 2022).

Proses pemasaran bawang merah Kabupaten Solok agar dapat menguasai pasar yang lebih luas perlu melibatkan beberapa lembaga pemasaran dalam menyalurkan produk dengan cepat. Lembaga pemasaran yang terlibat akan membentuk saluran pemasaran. Saluran pemasaran bawang merah tergantung pada jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan hasil produksi bawang merah dari produsen sebagai produsen hingga ke pedagang. Berdasarkan saluran pemasaran tersebut dapat dilihat fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran (Tinaprilla & Rifin, 2022).

Kawasan Pasar Raya di Kota Padang merupakan kawasan yang heterogen karena keberagaman barang dagangan yang berasal dari kota Padang maupun kabupaten maupun kota lain yang ada di Sumatera Barat. Jika dilihat dari aliran komoditi barang kebutuhan primer khususnya komoditi pertanian terlihat bahwa Pasar Raya merupakan pasar pengumpul dan pasar harian untuk hasil-hasil pertanian yang dihasilkan oleh wilayah sekitar Kota Padang. Berdasarkan fungsinya, Pasar Raya umumnya merupakan pasar penerima pertama yang kemudian nantinya akan didistribusikan ke pasar-pasar lainnya yang ada di kota Padang. Berdasarkan kondisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Pasar Raya merupakan pusat pelayanan kegiatan maupun distribusi produk.

Sesuai dengan fungsinya sebagai pusat perdagangan, maka kota Padang saat ini memiliki satu sarana ekonomi pasar yaitu Pasar Raya yang merupakan pasar Raya bagi kota Padang. Hal ini berkaitan langsung dengan adanya pusat pelayanan kegiatan ekonomi yang tertuang dalam RT RW kota Padang Tahun 2004-2013, dimana Pasar Raya merupakan salah satu pusat pelayanan kegiatan ekonomi. Pasar Raya Padang merupakan kawasan pusat kegiatan ekonomi khususnya perdagangan yang melayani seluruh masyarakat Kota Padang dan kawasan luar Kota Padang.



Gambar 3. Perkembangan Harga Mingguan Bawang Merah di Produsen Kabupaten Solok, Pengumpul dan Pengecer di Pasar Raya Kota Padang pada Maret 2022 - Juni 2024

Pada gambar diatas terdapat transmisi asimetris harga dalam merespon perubahan harga bawang merah yang terjadi antara Produsen di Kabupaten Solok, serta pedagang pengumpul dan pengecer di Pasar Raya Kota Padang selama periode Maret 2022 hingga Juni 2024 (garis putus - putus) (Gambar 3). Perbedaan dalam merespon harga antar lembaga pemasaran dapat dilihat dari minggu keempat Bulan Juni menuju minggu pertama Bulan Juli 2022, harga di produsen mengalami penurunan harga sebesar Rp -1.286/kg dari harga Rp 35.000/Kg turun menjadi Rp 33.714/Kg. Sedangkan harga ditingkat pedagang pengumpul mengalami kenaikan harga sebesar Rp 1.857/Kg dari harga dari Rp 45.000/Kg naik menjadi Rp 46.857/Kg. Sejalan dengan harga ditingkat pedagang pengecer mengalami kenaikan harga sebesar Rp 5.000/Kg dari harga dari Rp 50.000/Kg naik menjadi Rp

55.000/Kg. Artinya ketika terdapat sinyal penurunan harga di produsen yang akan direspon dengan kenaikan harga di tingkat pedagang pengumpul dan pengecer.

Perbedaan dalam merespon harga antar lembaga pemasaran dapat dilihat dari minggu ke-3 Bulan Mei menuju minggu ke-3 Bulan Juni 2023, harga di produsen mengalami fluktuasi harga mulai dari Rp 12.286/kg sampai di harga Rp 18.571/Kg. Namun di periode yang sama, harga ditingkat pedagang pengumpul dan pedagang pengecer mengalami harga stabil di Rp 23.000/Kg untuk harga di pedagang pengumpul dan Rp 26.000/Kg untuk harga di pedagang pengumpul Artinya ketika sinyal perubahan kenaikan harga ditingkat produsen justru harga cenderung stabil di tingkat pedagang pengumpul dan pengecer. Kejadian yang sama juga terjadi pada Bulan September 2023 dimana penurunan harga di produsen tidak diikuti dengan kenaikan maupun penurunan harga oleh lembaga pemasaran lainnya. Secara keseluruhan menunjukkan terjadinya perbedaan respon terhadap pergerakan harga bawang merah di antara lembaga pemasaran yang terlibat (Dinas PTPH, 2024).

Berdasarkan pemaparan data diatas, diketahui dengan terdapat perbedaan respon pergerakan harga bawang merah antar lembaga pemasaran Kondisi tersebut mengindikasikan terjadinya asimetris harga. Artinya bahwa pada saat terjadi perubahan harga di suatu lembaga pemasaran, perubahan tersebut tidak disampaikan ke lembaga pemasaran lainnya. Sehingga keuntungan yang didapatkan atas kenaikan harga yang terjadi di suatu lembaga pemasaran tidak dirasakan oleh dari lembaga pemasaran lainnya di suatu pasar.

Ketersediaan informasi harga yang baik merupakan salah satu indikator tercapainya suatu sistem pemasaran pasar yang efisien. Informasi harga yang lancar akan digunakan secara baik dalam kegiatan pembelian di pasar dan keputusan produksi, sehingga harga pasar dapat secara tepat mencerminkan keseimbangan permintaan dan penawaran. Jika asumsi dimana pembeli dan penjual memiliki informasi sempurna dan lengkap tersebut dipenuhi, maka perubahan harga akan dapat segera direspon oleh pelaku pasar sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cepat dan tepat. Hal tersebut akan menunjukkan bahwa antara pasar satu dan lainnya telah terintegrasi dengan baik. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Ravallion (1986), yaitu dalam suatu pasar yang terintegrasi, harga dari pasar yang berbeda akan berkorelasi positif sebagai pencerminan lancarnya arus informasi

(perkembangan komoditi tertentu) atas pasar. Pemahaman terhadap tingkat integrasi pasar akan mempermudah pengawasan terhadap perubahan harga, juga dapat digunakan sebagai dasar perbaikan kebijakan yang lebih relevan untuk pengembangan pasar pertanian di suatu daerah.

Kendala yang sering dihadapi pada pemasaran produk pertanian adalah fasilitas pasar yang tidak memadai. Hal ini dapat menyebabkan struktur pasar yang terbentuk adalah pasar persaingan tidak sempurna. Kondisi pasar yang tidak sempurna tersebut akan menyebabkan informasi harga yang didapatkan oleh pelaku pasar juga tidak sempurna (terjadi disintegrasi informasi). Hal ini juga menyebabkan lambatnya respon penyesuaian harga sehingga pasar menjadi tidak efisien. Ketidakefisienan tersebut dapat mengakibatkan pelaku pasar (terutama petani) tidak dapat mengambil keputusan dengan tepat.

Rantai pemasaran dalam komoditi bawang merah dapat dilihat dari pelaku pasar yang terlibat langsung dalam pemasaran bawang merah. Persaingan tidak kompetitif dalam lembaga pemasaran dapat tercipta dengan adanya disparitas harga sehingga transmisi harga juga bersifat asimetris (Novianti & Mashito, 2020). Pelaku pasar dalam lembaga pemasaran yang memiliki kekuatan dalam mempengaruhi harga dapat menjadi salah satu penyebab terjadinya fluktuasi harga (Surbakti, Supriana, & Iskandarini, 2022).

Harga penjualan bawang merah sangat ditentukan oleh banyaknya ketersediaan pasokan ke pasar dan kebutuhan konsumen dalam waktu tertentu. Pada kenyataannya jumlah produksi bawang merah masih tidak stabil dari tahun ke tahun. Maka untuk menjaga kestabilan harga dan ketersediaan bawang merah diperlukan kolaborasi antara pemerintah pusat dengan masyarakat. Agar hal tersebut dapat terwujud maka perlu adanya peran intervensi dari pemerintah dalam menentukan harga dan memahami struktur, tingkah laku maupun efektifitas pasar melalui kajian integrasi pasar (Surbakti, Supriana, & Iskandarini, 2022).

Pola pergerakan harga tidak menguntungkan bagi produsen karena kenaikan harga yang terjadi di tingkat pedagang tidak sepenuhnya dapat dinikmati produsen. Hal ini dapat dikatakan terjadi ketidakseimbangan antara harga produsen dengan pedagang sehingga dapat disebut dengan pembentukan harga yang asimetris. Transmisi harga dikatakan simetris ketika terjadi penurunan harga di tingkat pedagang diteruskan secara cepat ke tingkat produsen, sebaliknya kenaikan harga di tingkat pedagang diteruskan lebih

lambat ke produsen. Dengan demikian pergerakan harga di pedagang tidak memberikan keuntungan bagi produsen (Purwasih, *et. al.*, 2017).

Pola pergerakan harga seringkali lebih merugikan petani daripada pedagang karena petani umumnya tidak dapat mengatur waktu penjualannya untuk mendapatkan harga jual yang lebih menguntungkan. Disamping itu Pola pergerakan harga yang tinggi juga memberi peluang kepada pedagang untuk memanipulasi informasi harga di tingkat petani sehingga transmisi harga dari pasar konsumen kepada petani cenderung bersifat asimetris. Sehingga apabila terjadi kenaikan harga di tingkat konsumen maka kenaikan harga tersebut tidak diteruskan kepada petani secara cepat dan sempurna, sebaliknya jika terjadi penurunan harga.

Salah satu indikator empirik yang sering digunakan dalam menganalisis efisiensi pemasaran yaitu transmisi harga dari pasar pedagang kepada produsen. Sistem pemasaran dengan transmisi harga yang rendah mencerminkan inefisiensi pemasaran karena menunjukkan bahwa perubahan harga yang terjadi di tingkat pedagang tidak seluruhnya diteruskan kepada produsen. Sehingga transmisi harga berlangsung secara tidak sempurna. Pola transmisi harga seperti ini terjadi jika pedagang memiliki kekuatan monopsoni sehingga pedagang dapat mengendalikan harga beli dari produsen.

Pengendalian harga bawang merah merupakan tantangan tersendiri khususnya dalam perumusan kebijakan yang tepat terutama menyangkut kebijakan proteksi pasar domestik dan perlindungan harga di tingkat produsen (Sumarni, B. 2022). Untuk itu perlu diketahui bagaimana kesenjangan harga bawang merah yang terjadi di sentra produksi dengan pasar pedagang melalui transmisi harga dan lembaga pemasaran mana yang paling dominan dalam pembentukan harga pada struktur pasar.

Transmisi harga pada pemasaran komoditas pertanian dari pasar produsen yang relatif rendah merupakan salah satu indikator yang mencerminkan adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni pada pedagang. Hal ini karena pedagang yang memiliki kekuatan monopsoni atau oligopsoni dapat mengendalikan harga beli dari produsen sehingga walaupun harga di tingkat pedagang relatif tetap tetapi pedagang tersebut dapat menekan harga beli dari produsen untuk memaksimumkan keuntungannya. Begitu pula jika terjadi kenaikan harga di tingkat pedagang, maka pedagang dapat meneruskan kenaikan harga tersebut kepada produsen secara tidak sempurna, Pola transmisi harga seperti ini tidak menguntungkan bagi produsen karena kenaikan harga yang terjadi di

tingkat pedagang tidak sepenuhnya dapat dinikmati produsen, sebaliknya jika terjadi penurunan harga.

Solusi dalam mengurangi jumlah pemasaran dalam rantai pemasaran adalah membangun kemitraan antara produsen dan lembaga pemasaran didukung oleh pemerintah. Semakin lama pola distribusi dan jumlah lembaga yang terlibat justru dapat mengurangi manfaat yang diterima produsen sebagai produsen (Mursalat, Wulandary, & Fitriani, 2020). Sistem yang sedikitnya melibatkan tiga lembaga pemasaran utama dalam transmisi harga bawang merah, yaitu produsen, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Hubungan antara produsen dan pedagang pengecer melalui perantara pedagang pengumpul, dengan ketersediaan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan penawaran dan permintaan pasar (Tinaprilla & Rifin, 2022).

Bawang merah merupakan salah satu komoditas yang masuk dalam kebijakan pemantapan kedaulatan pangan dengan target peningkatan produksi dan stabilisasi harga yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha yang terlibat didalamnya. Sebagaimana tercantum dalam RPJMN 2018-2021 Penyelenggaraan sistem perencanaan pembangunan diharapkan menjamin keterkaitan dan konsistensi antara perencanaan, penganggaran, pelaksanaan, dan pengawasan dengan memperhatikan penggunaan sumber daya secara efisien, efektif, berkeadilan dan berkelanjutan dalam mengedepankan kepentingan nasional (Kementan, 2020).

Permintaan yang tinggi ditingkat pedagang yang tidak diikuti oleh stok pasokan yang tinggi pula pada tingkat produsen cenderung meningkatkan harga, sebaliknya permintaan yang rendah yang diikuti oleh stok pasokan yang melimpah justru akan menurunkan harga. Sehingga dibutuhkan analisis mengenai bagaimana produsen mampu memenuhi target pasar yang dibutuhkan oleh pedagang. Salah satu yang menjadi perhatian adalah bagaimana informasi harga mampu ditransmisikan langsung dari pedagang ke tingkat produsen. Sejalan dengan hal tersebut daya saing produk dan efektifitas kinerja pasar dapat diidentifikasi dengan analisis transmisi harga secara vertikal (Surbakti, Supriana, & Iskandarini, 2022).

Badan Pangan Nasional pada prinsipnya telah melakukan optimalisasi upaya-upaya untuk menjaga stabilitas harga di tingkat produsen, namun demikian capaian kinerja tahun 2023 masih belum memenuhi target. Berdasarkan Harga Pangan Panel pada

tabel diatas, komoditi bawang merah memiliki harga Rata-rata Nasional tahun 2023 sebesar Rp 19.644/kg sedangkan Harga Keekonomian bawang merah sebesar Rp 25.000/kg. Diketahui Persentase perbandingan antara harga Rata-rata Nasional dengan Harga Keekonomian bawang merah sebesar Rp -5.356/kg atau -21,42%. Dengan demikian harga bawang merah di tingkat produsen sepanjang tahun 2023 berada di luar rentang kriteria yang ditetapkan Badan Pangan Nasional.

Salah satu regulasi Perbadan No 28 Tahun 2023 mengatur tentang Penyelenggaraan Cadangan Bawang Merah Pemerintah (Badan Pangan Nasional, 2024). Beberapa upaya dalam menjaga stabilitas harga komoditi Bawang Merah di tingkat produsen sepanjang tahun 2023. Pertama, Peraturan Badan Pangan Nasional Nomor 17 Tahun 2023 tentang Harga Acuan Pembelian di Tingkat Produsen dan Harga Acuan Penjualan di Tingkat Pedagang komoditi Bawang Merah. Dengan tujuan untuk menanggulangi gejolak harga di pedagang. Kedua, Penyediaan Fasilitas Distribusi Pangan (FDP) dari wilayah surplus (harga rendah) ke wilayah defisit (harga tinggi) untuk membantu meningkatkan harga produsen yang jatuh sehingga produsen mendapatkan harga yang lebih baik (Badan Pangan Nasional, 2024).

Bentuk realisasi Penyelenggaraan Cadangan Pangan Pemerintah yaitu Mengembangkan Usaha Pengolahan Bawang Merah bertujuan untuk; 1) Mengoptimalkan pemanfaatan Bawang Merah lokal. 2) Meningkatkan nilai tambah dan daya saing Bawang Merah lokal dan mengurangi *food loss* dan *food waste* pangan lokal, berupa fasilitasi bantuan alat pengolah Bawang Merah kepada para pelaku usaha pengolahan pangan di wilayah surplus produksi bawang merah (Badan Pangan Nasional, 2024).

Harga bawang merah yang tidak stabil dan berfluktuasi menjadi perhatian khusus dari pemerintah. Fluktuasi harga ini salah satunya disebabkan karena ketersediaan bawang merah yang belum berkelanjutan dan hanya terkonsentrasi pada beberapa provinsi sentra saja. Sehingga perubahan bawang merah di suatu wilayah sentra produksi tidak sama dengan pergerakan harga di wilayah lainnya. Hal ini menyebabkan terhambatnya upaya pemerintah dalam menjamin ketersediaan bawang merah dalam jumlah dan mutu yang baik, serta harga yang terjangkau.

Berdasarkan uraian masalah yang menunjukkan adanya permasalahan pembentukan harga yang terjadi pada rantai pemasaran bawang merah di Sumatera Barat sehingga pasar yang ada saat ini dianggap tidak efisien dalam menjalankan fungsinya.

Oleh karena itu, penting untuk dilakukan “Analisis Transmisi Harga Komoditi Bawang Merah Di Provinsi Sumatera Barat” Dengan demikian, maka pertanyaan pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana struktur pasar dan perilaku pasar bawang merah yang terjadi ditingkat produsen di Kabupaten Solok, ditingkat pedagang pengumpul di Pasar Agropolitan Kabupaten Solok, serta pedagang pengecer di Pasar Raya Kota Padang?
2. Bagaimana transmisi harga bawang merah yang terjadi ditingkat produsen di Kabupaten Solok, ditingkat pedagang pengumpul di Pasar Agropolitan Kabupaten Solok, serta pedagang pengecer di Pasar Raya Kota Padang?
3. Bagaimana signifikansi efek positif dan negatif transmisi harga pada semua rentang kuantil ditingkat produsen bawang merah di Kabupaten Solok terhadap harga ditingkat pedagang pengumpul Pasar Agropolitan Kabupaten Solok dan pedagang pengecer di Pasar Raya Kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini ialah:

1. Untuk menganalisis struktur pasar dan perilaku pasar bawang merah yang terjadi antara produsen, pedagang pengumpul di Kabupaten Solok, serta pengecer di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis transmisi harga bawang merah yang terjadi antara produsen, pedagang pengumpul di Kabupaten Solok, serta pengecer di Kota Padang.
3. Untuk menganalisis signifikansi efek positif dan negatif transmisi harga pada semua rentang kuantil ditingkat produsen bawang merah Kabupaten Solok terhadap harga ditingkat pedagang pengumpul Kabupaten Solok dan pedagang pengecer di Pasar Raya Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian antara lain :

1. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan mengenai transmisi harga pada distribusi komoditi bawang merah di Kabupaten Solok. Selain itu, memberikan wadah bagi para akademisi untuk memberikan masukan kebijakan melalui hasil riset yang lakukan.
2. Bagi pemerintah dan lembaga lainnya diharapkan hasil penelitian ini berguna sebagai bahan informasi, masukan, dan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dan perencanaan kebijakan terkait transmisi harga pada komoditi bawang merah di Kabupaten Solok.
3. Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini menjadi ilmu pengetahuan dan juga informasi baru terkait gap transmisi harga antara lembaga pemasaran dalam mendistribusi bawang merah di Kabupaten Solok.

