

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan pertanian subsektor tanaman pangan, khususnya produk hortikultura, harus dapat tumbuh pesat, sehingga secara fungsional dapat berperan lebih baik dalam penyediaan bahan baku industri, peningkatan pendapatan petani, penciptaan lapangan kerja dan peningkatan penerimaan devisa melalui ekspor hasil-hasil tanaman hortikultura. Salah satu komoditi yang memiliki peluang pasar untuk dikembangkan adalah bawang merah (Purwaningsih et al., 2015).

Saat ini budidaya bawang merah di Indonesia umumnya dilakukan oleh petani dengan kepemilikan lahan rata-rata sebesar 0,89 ha per petani (Badan Pusat Statistik, 2023). Biasanya bawang merah banyak dibudidayakan di daerah perdesaan sebagai komoditas hortikultura utama. Salah satu daerah yang membudidayakan bawang merah adalah Sumatera Barat. Di Sumatera Barat, pengembangan bawang merah cukup penting, karena perilaku masyarakat Minangkabau yang cenderung lebih banyak mengonsumsi bawang merah dalam masakan sehari-hari.

Kabupaten Solok merupakan daerah yang memiliki produksi bawang merah tertinggi di Provinsi Sumatra Barat, dengan produksi tahunan mencapai sekitar 214.306 ton pada 2024 (Lampiran 1). Daerah penghasil bawang merah terbesar di Kabupaten Solok adalah Kecamatan Lembah Gumanti dengan total produksi tahun 2024 sebesar 140.044 ton (Lampiran 2). Kabupaten Solok merupakan salah satu sentra produksi bawang merah di Indonesia dan telah berkontribusi banyak untuk provinsi Sumatera Barat.

Kabupaten Solok terdiri atas 14 Kecamatan dan penyumbang hasil produksi bawang merah terbesar berada di Kecamatan Lembah Gumanti. Di Kecamatan Lembah Gumanti ini terdapat empat nagari, antara lain Nagari Sungai Nanam, Nagari Salimpat, Nagari Air Dingin dan Nagari Alahan Panjang. Dari keempat nagari tersebut, Nagari Alahan Panjang merupakan salah satu daerah penghasil bawang merah yang memberikan kontribusi produksi cukup besar di Kecamatan Lembah Gumanti. Selain itu, bawang merah yang dihasilkan juga dikenal memiliki

cita rasa yang baik dan umur simpan yang relatif lebih lama sehingga banyak dipasarkan ke berbagai daerah.

Nagari Alahan Panjang merupakan penghasil besar dan pusat bawang merah berkualitas. Nagari Alahan Panjang dengan posisi letak yang berada pada dataran tinggi sangat bagus untuk diolah untuk tanaman pertanian dan hortikultura seperti bawang merah, kentang, seledri dll. Saat ini, banyak komoditi hortikultura yang menjadi komoditi unggulan dan salah satu komoditinya adalah bawang merah (Rahmawati *et al.*, 2019).

Keberhasilan pengembangan komoditas bawang merah tidak hanya ditentukan oleh besarnya produksi yang dihasilkan, tetapi juga oleh sistem pemasaran yang diterapkan. Sistem pemasaran yang berjalan dengan baik akan memberikan keuntungan yang lebih merata kepada seluruh pelaku usaha, mulai dari petani hingga konsumen akhir. Sebaliknya, sistem pemasaran yang kurang efisien dapat menyebabkan terjadinya ketimpangan harga, rendahnya posisi tawar petani, serta terbatasnya akses informasi pasar. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan yang mampu menjelaskan hubungan antara kondisi pasar, perilaku pelaku usaha, dan hasil yang diperoleh dalam kegiatan pemasaran bawang merah.

Menurut Soekartawi (2002), untuk melakukan analisis sistem atau organisasi pasar dapat dilakukan dengan model S-C-P (*Structure, Conduct, performance*). Menurut Baye (2010), perubahan harga pada pasar dapat ditentukan oleh struktur, perilaku dan kinerja pasar tersebut. Struktur pasar akan menggambarkan tipe dan jenis pasar tersebut, apakah monopoli, oligopoli, atau persaingan sempurna. Selain itu, harga memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan tingkat pendapatan yang diperoleh petani, para pedagang, dan organisasi bisnis pada umumnya (Umar *et al.*, 2011). Sedangkan perilaku pasar menekankan pada aktivitas bisnis yang dilakukan oleh pelaku pemasaran sehingga akan mempengaruhi margin pemasaran tiap lembaga pemasaran yang tercemin pada kinerja pasar bawang merah tersebut.

Struktur pasar menggambarkan kondisi pasar yang mencakup jumlah pembeli dan penjual, tingkat kesulitan masuk atau keluar pasar, variasi produk, sistem distribusi, dan penguasaan kekuatan pasar (Riadi, 2020). Struktur ini memengaruhi perilaku perusahaan dalam menghadapi persaingan, seperti strategi penetapan

harga, promosi, pengiklanan, dan pengembangan pasar untuk mempertahankan serta memperluas kapasitas usahanya (Tanjung dan Ruslan, 2019). Pada pendekatan *Structure-Conduct-Performance* (SCP), struktur pasar tertentu akan membentuk perilaku yang berbeda di setiap perusahaan, yang pada akhirnya menentukan kinerja industri melalui tingkat keuntungan, efisiensi, dan pertumbuhan perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi petani, pedagang, dan peneliti selanjutnya mengenai kondisi struktur, perilaku, dan kinerja pasar bawang merah di Nagari Alahan Panjang. Maka dari itu, judul yang di ambil untuk penelitian ini adalah **“Analisis Pemasaran Bawang Merah Dengan Pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP) Di Nagari Alahan Panjang Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok”**

B. Rumusan Masalah

Petani bawang merah di Nagari Alahan Panjang, Kecamatan Lembah Gumanti, pada umumnya mengusahakan lahan dengan skala relatif kecil, yaitu berkisar antara 0,5 hingga 1 hektare per petani. Skala usaha yang relatif kecil tersebut menyebabkan sebagian petani memiliki keterbatasan dalam memperluas jangkauan pemasaran hasil panen. Bagi sebagian petani, bawang merah belum sepenuhnya diposisikan sebagai komoditas yang dikelola secara profesional, melainkan lebih sebagai sumber pendapatan musiman. Oleh karena itu, sebagian besar petani masih bergantung pada pedagang pengumpul dalam menyalurkan hasil produksinya.

Berdasarkan survei lapangan, terdapat beberapa permasalahan yang masih dihadapi dalam pemasaran bawang merah di Nagari Alahan Panjang, yaitu kondisi struktur pasar yang belum sepenuhnya kompetitif, perilaku pelaku pemasaran yang dipengaruhi oleh perubahan kondisi pasar, serta kinerja pemasaran yang perlu diketahui tingkat efisiensinya. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa sistem pemasaran bawang merah perlu dikaji lebih lanjut melalui pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP).

Dilihat dari struktur pasar, pemasaran bawang merah di Nagari Alahan Panjang menunjukkan adanya kecenderungan konsentrasi pasar, di mana petani masih bergantung kepada pedagang sebagai saluran utama pemasaran hasil panen. Selain itu, tingkat pengetahuan pasar yang dimiliki petani masih terbatas karena

sebagian besar informasi harga diperoleh melalui pedagang pengumpul atau pedagang besar. Kondisi tersebut menyebabkan petani memiliki keterbatasan dalam memilih alternatif pemasaran serta memperkuat ketergantungan terhadap pedagang. Permasalahan ini berkaitan dengan variabel tingkat konsentrasi pasar, tingkat pengetahuan pasar, dan hambatan masuk dan keluar pasar dalam analisis struktur pasar.

Selanjutnya, dari aspek perilaku pasar, masih ditemukan adanya pedagang luar daerah yang membawa bawang merah ke Pasar Sayur Alahan Panjang dengan harga yang lebih rendah dibandingkan harga bawang merah produksi petani setempat. Kondisi tersebut menyebabkan petani maupun pedagang lokal harus menyesuaikan harga jual agar tetap mampu bersaing di pasar. Perubahan kondisi pasar tersebut menunjukkan bahwa pelaku pemasaran harus mampu menyesuaikan perilaku pemasarannya sesuai dengan perkembangan pasar. Permasalahan ini berkaitan dengan variabel responsif terhadap perubahan (*Responsive to Change*), kekuatan pasar (*Market Power*), dan strategi harga dalam perilaku pasar.

Dari aspek kinerja pasar, terdapat perbedaan harga yang cukup jauh antara tingkat petani dan konsumen akhir. Harga bawang merah di tingkat petani sebesar Rp23.000/kg, kemudian meningkat menjadi Rp25.000/kg pada pedagang pengumpul, dan Rp28.000/kg pada pedagang besar. Kondisi tersebut menunjukkan *gap* harga sebesar Rp5.000/kg antara petani dan konsumen akhir. Selisih harga ini menunjukkan adanya biaya dan keuntungan pemasaran pada setiap lembaga pemasaran, sehingga perlu dianalisis melalui biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran.

Sejalan dengan pendapat Anindita dan Baladina (2024), pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP) menjelaskan bahwa struktur pasar akan memengaruhi perilaku pelaku pemasaran, sedangkan perilaku pasar akan menentukan kinerja pasar. Oleh karena itu, permasalahan mengenai struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar dalam penelitian ini perlu dianalisis secara terpadu agar dapat memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai sistem pemasaran bawang merah di Nagari Alahan Panjang.

Berdasarkan uraian tersebut, perlu dilakukan penelitian mengenai Analisis Pemasaran Bawang Merah dengan Pendekatan *Structure Conduct Performance*

(SCP) di Nagari Alahan Panjang Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok sehingga dapat diketahui struktur pasar, perilaku pasar, kinerja pasar, serta hubungan antara ketiga pendekatan tersebut dalam sistem pemasaran bawang merah.

Adapun beberapa pertanyaan penelitian yang timbul yaitu :

1. Bagaimana struktur pasar (*Structure*), perilaku pasar (*Conduct*) dan kinerja pasar (*Performance*) yang ada pada komoditas bawang merah di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok ?
2. Bagaimana keterkaitan antara struktur pasar (*Structure*), perilaku pasar (*Conduct*) dan kinerja pasar (*Performance*) yang ada pada komoditas bawang merah di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis struktur pasar (*Structure*), perilaku pasar (*Conduct*) dan kinerja pasar (*Performance*) pada komoditas bawang merah di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok
2. Untuk mendeskripsikan keterkaitan antara struktur pasar (*Structure*), perilaku pasar (*Conduct*) dan kinerja pasar (*Performance*) pada komoditas bawang merah di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menerapkan teori *structure conduct performance* pada kondisi nyata di lapangan, khususnya pada komoditas bawang merah.
2. Penelitian ini memberikan gambaran mengenai struktur (*Structure*), perilaku (*Conduct*) dan kinerja (*Performance*) pasar bawang merah di Kecamatan Lembah Gumanti, sehingga dapat membantu petani dan pedagang dalam meningkatkan efisiensi pemasaran.