

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pemasaran bawang merah dengan pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP) di Nagari Alahan Panjang Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Struktur, perilaku, dan kinerja pasar bawang merah di Nagari Alahan Panjang Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok dapat dilihat dari beberapa aspek utama, yaitu :
 - a. Struktur pasar bawang merah di Nagari Alahan Panjang, Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok menunjukkan bentuk pasar oligopsoni longgar dengan nilai CR4 sebesar 57%, yang menunjukkan bahwa pembelian bawang merah terkonsentrasi pada beberapa pedagang utama. Selain itu, nilai MES sebesar 14,06% menunjukkan adanya hambatan masuk pasar yang relatif tinggi, sehingga pedagang baru memerlukan modal, jaringan pemasaran, serta kemampuan menyerap hasil panen yang memadai untuk dapat memasuki pasar.
 - b. Perilaku pasar menunjukkan bahwa petani menjual hasil panen kepada pedagang pengumpul maupun pedagang besar dengan mempertimbangkan penawaran harga yang diberikan. Sementara itu, pedagang memperoleh informasi mengenai harga dan permintaan dari pasar tujuan seperti Padang, Pekanbaru, Medan, dan Palembang, yang digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan harga pembelian, jumlah pembelian, dan kegiatan pemasaran. Perubahan kondisi pasar direspons melalui penyesuaian harga dan jumlah pembelian sesuai kebutuhan pasar.
 - c. Kinerja pasar menunjukkan bahwa total margin pemasaran bawang merah sebesar Rp5.000/Kg, yang terdiri atas margin pedagang pengumpul sebesar Rp2.000/Kg dan pedagang besar sebesar Rp3.000/Kg. Nilai *Farmer's Share* sebesar 82,14% menunjukkan bahwa sebagian besar harga yang dibayarkan konsumen masih diterima oleh petani. Keuntungan pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp1.637,12/Kg, sedangkan

pedagang besar memperoleh Rp2.067,60/Kg. Selain itu, nilai efisiensi pemasaran sebesar 4,63% menunjukkan bahwa sistem pemasaran bawang merah di Nagari Alahan Panjang termasuk efisien berdasarkan kriteria Soekartawi (2002).

2. Struktur pasar bawang merah di Nagari Alahan Panjang yang berbentuk oligopsoni longgar, dengan CR4 sebesar 57% dan MES sebesar 14,06%, menunjukkan bahwa pembelian bawang merah cukup terkonsentrasi pada beberapa pedagang dan terdapat hambatan masuk pasar yang relatif tinggi. Kondisi struktur tersebut tercermin dalam perilaku pasar, yaitu pedagang menetapkan harga pembelian dengan mempertimbangkan perkembangan harga dan kebutuhan pasar tujuan, sementara petani merespons dengan memilih pedagang yang memberikan harga lebih baik. Dengan demikian, konsentrasi pembeli dalam struktur pasar berkaitan dengan proses pembentukan harga yang melibatkan pertimbangan kondisi pasar oleh pedagang dan respons petani terhadap harga yang ditawarkan. Hubungan tersebut selanjutnya tercermin pada kinerja pasar yang menghasilkan margin pemasaran sebesar Rp5.000/Kg, *Farmer Share* sebesar 82,14%, keuntungan pedagang pengumpul sebesar Rp1.637,12/Kg, dan pedagang besar sebesar Rp2.067,60/Kg, serta efisiensi pemasaran sebesar 4,63%. Nilai *Farmer Share* yang tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar harga pada tingkat konsumen masih diterima petani, sedangkan nilai efisiensi yang rendah menunjukkan bahwa biaya pemasaran relatif kecil dibandingkan dengan harga produk. Dengan demikian, hubungan struktur, perilaku, dan kinerja pasar menunjukkan bahwa meskipun struktur pasar memiliki konsentrasi pembelian pada beberapa pedagang, perilaku pembentukan harga dan respons pelaku pasar tersebut menghasilkan kinerja pemasaran yang tetap memberikan bagian harga yang relatif besar kepada petani dan tergolong efisien.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pemasaran bawang merah dengan pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP) di Nagari Alahan

Panjang Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi petani bawang merah di Nagari Alahan Panjang disarankan untuk meningkatkan akses terhadap informasi pasar, khususnya informasi harga dan permintaan dari pasar tujuan, serta memperluas jaringan pemasaran agar tidak hanya bergantung pada beberapa pedagang. Selain itu, petani diharapkan dapat memperkuat kerja sama melalui kelompok tani sehingga memiliki alternatif saluran pemasaran yang dapat meningkatkan posisi tawar dalam menghadapi struktur pasar yang masih bersifat oligopsoni.
2. Bagi pelaku pemasaran terutama pedagang dan petani, disarankan untuk mempertahankan kerja sama yang telah terjalin serta meningkatkan keterbukaan dalam penyampaian informasi harga dan permintaan pasar. Selain itu, penentuan harga dan jumlah pembelian hendaknya tetap disesuaikan dengan kondisi pasar sehingga kegiatan pemasaran dapat berjalan secara efisien serta mempertahankan *farmer share*, margin pemasaran, dan keuntungan pemasaran yang telah dicapai.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan analisis pemasaran bawang merah dengan pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP) melalui penambahan variabel atau indikator yang belum dikaji dalam penelitian ini, seperti integrasi pasar, transmisi harga, atau analisis pada wilayah pemasaran yang lebih luas, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar.