

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Bawang Merah

Bawang merah merupakan tanaman semusim jenis hortikultura yang dimanfaatkan sebagai sayuran rempah. Komoditas ini termasuk ke dalam umbi lapis dengan klasifikasi sebagai berikut:

Divisi : *Spermatophyta*

Sub Divisi : *Angiospermae*

Class : *Monocotyledonae*

Ordo : *Liliales*

Famili : *Liliaceae*

Genus : *Allium*

Spesies : *Allium cepa* var. *ascalonicum* (Rahayu dan VA, 2004)

Bawang merah (*Allium cepa* var. *ascalonicum*) merupakan komoditas pertanian pangan unggulan yang termasuk ke tanaman sayuran rempah yang bersifat aromatik dan untuk penguat rasa masakan. Bawang merah dianggap tanaman yang menguntungkan secara ekonomis karena selain dimanfaatkan sebagai sayuran untuk pelengkap bahan masakan, tetapi juga mampu dimanfaatkan sebagai tanaman obat untuk agen antibakteri (Nuraeni *et al.*, 2022).

Bawang merah menjadi salah satu komoditas hortikultura yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi karena selalu dibutuhkan dalam rumah tangga. Bawang merah termasuk ke dalam komoditas strategis yang fluktuasi harganya

mampu mendorong terjadinya inflasi pangan sehingga perlu diperhatikan ketersediaannya (Novita *et al.*, 2019). Fluktuasi harga bawang merah dipengaruhi oleh guncangan dari sisi penawaran yaitu jumlah pasokan, kondisi panen, dan distribusi. Bawang merah tergolong ke dalam komoditas pangan yang memiliki tingkat substitusi yang terbatas sehingga pasokannya harus selalu tercukupi (Hasan dan Suprapti, 2020).

Bawang merah merupakan komoditas pertanian yang mudah rusak (*perishable*) dan bersifat musiman. Bawang merah rentan terhadap hama dan sensitif terhadap curah hujan yang tinggi (Sinaga *et al.*, 2023). Produksi Bawang merah di Indonesia tersebar di beberapa wilayah di Indonesia seperti Provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Sumatera Barat, dan Jawa Barat (Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pangan, 2025). Sedangkan sentra produksi bawang merah di Provinsi Jawa Tengah berada di Kabupaten Brebes, Kabupaten Demak, Kabupaten Pati, dan Kabupaten Grobogan (Badan Pusat Statistik, 2021). Ketergantungan pada wilayah tertentu menyebabkan pasokan tidak stabil dan rentan terhadap fluktuasi harga. Bawang merah bersifat mudah rusak sehingga menyebabkan bawang merah membutuhkan sistem distribusi yang efisien agar kualitasnya dapat terjaga. Saluran distribusi yang terlalu panjang dan informasi pasar yang lemah mampu menyebabkan perbedaan harga pasar yang tinggi (Saputra dan Kurniati, 2025).

2.2. Pasar

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang dicirikan

dengan adanya transaksi jual beli barang ataupun jasa. Pasar sebagai tempat jual beli barang yang memiliki lebih dari 1 penjual disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, ataupun plaza (Wahyudi dan Subham, 2023). Pasar dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai kriteria. Pasar dibedakan menjadi dua berdasarkan cara transaksinya yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional umumnya menjual barang-barang lokal dan masih menggunakan sistem tawar menawar, sedangkan pasar modern menjual berbagai barang-barang modern beraneka ragam yang tertata rapi dan memiliki harga pas (Niswah, 2024).

Pasar tradisional memiliki peran yang sangat penting dalam perdagangan komoditas pertanian. Pasar tradisional menjadi tempat untuk mendistribusikan produk pertanian dari petani kepada konsumen melalui pengepul, pedagang besar, maupun pedagang kecil (Rahmatika *et al.*, 2025). Pasar tradisional juga berperan sebagai pusat perekonomian masyarakat. Pasar tradisional menjadi titik akhir produk-produk kebutuhan pokok guna memenuhi kebutuhan sehari-hari untuk berbagai kalangan masyarakat (Mokalu *et al.*, 2021).

Pasar juga dibedakan menjadi dua jenis berdasarkan tipe konsumen atau pembeli yaitu pasar produsen dan pasar konsumen. Pasar produsen adalah pasar yang menunjukkan interaksi permintaan dan penawaran di antara produsen suatu komoditas (Fatihudin, 2017). Pasar produsen melibatkan pelaku usaha, pemasok, maupun pengepul yang memanfaatkan barang untuk dijual kembali atau untuk kegiatan ekonomi selanjutnya. Pasar konsumen atau *consumer market* merupakan pasar yang menggambarkan interaksi antara individu atau rumah tangga dalam membeli barang dan jasa untuk penggunaan pribadi (Silalahi, 2025). Hal tersebut

mendasari pasar tradisional disebut juga sebagai pasar konsumen karena mampu memenuhi kebutuhan individu dan rumah tangga (Suryana, 2024).

2.3. Harga

Harga merupakan sejumlah uang atau imbalan yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan produk berupa barang atau jasa. Harga terbentuk karena adanya permintaan dan penawaran produk di pasaran (Maulana *et al.*, 2021). Harga yang naik dapat disebabkan oleh kelangkaan produk di mana penawaran lebih rendah daripada permintaan suatu barang/jasa. Mekanisme pembentukan harga tersebut terjadi di pasar persaingan sempurna di mana harga berfungsi untuk indikator pengambilan keputusan konsumen atau produsen (Nasution *et al.*, 2024).

Harga menjadi indikator efisiensi pada suatu rantai pemasaran komoditas pertanian. Pemasaran produk pertanian dikatakan efisien apabila antara pasar produsen dan pasar konsumen memiliki perbedaan harga yang meliputi biaya distribusi dan biaya pemasaran (Yunus *et al.*, 2021). Harga komoditas pertanian dipengaruhi oleh faktor permintaan produk, penawaran, dan sistem distribusi. Faktor sistem distribusi yang terlalu panjang dapat meningkatkan biaya pemasaran, selain itu komoditas pertanian juga memiliki sifat mudah rusak (*perishable*) sehingga memerlukan rantai distribusi yang efisien (Candra *et al.*, 2026). Sifat komoditas pertanian yang musiman dan bergantung pada cuaca mempengaruhi ketidakstabilan pasokan di pasar. Ketidakstabilan pasokan dapat menciptakan volatilitas harga (Saputra dan Kurniati, 2025). Perubahan harga komoditas pertanian dapat dikendalikan dengan adanya harga acuan oleh pemerintah untuk

pasar setempat (Adetya dan Sidqi, 2024).

2.4. Integrasi Pasar

Integrasi pasar adalah suatu keterkaitan harga antara satu pasar dengan pasar lainnya terhadap suatu produk barang atau jasa. Adanya integrasi pada suatu pasar dapat menunjukkan tingkat efisiensi sistem pemasaran komoditas tersebut (Annisa *et al.*, 2018). Pasar dikatakan terintegrasi jika perubahan harga pada tingkat pasar tertentu disalurkan menuju pasar lain. Hal ini mengindikasikan terdapat arus informasi harga yang sama di antara kedua pasar tersebut (Hidayat *et al.*, 2022). Pasar yang terintegrasi menunjukkan adanya mekanisme pasar antara permintaan dan penawaran (Yuwono *et al.*, 2025). Integrasi pasar berkaitan erat dengan hukum satu harga (*the law of one price*) di mana harga komoditas di pasar yang berbeda harus memiliki harga yang sama jika diperjualbelikan di pasar yang bebas (Siswadi *et al.*, 2020). Pada hukum satu harga, komoditas yang sama akan dijual dengan harga yang relatif sama di berbagai pasar dan dibedakan berdasarkan biaya transportasi (Kustiari *et al.*, 2017).

Integrasi pasar dapat digolongkan berdasarkan arah penyebaran informasi yaitu integrasi pasar spasial atau horizontal dan integrasi pasar vertikal (Warsito dan Chalil, 2025). Integrasi pasar spasial menunjukkan adanya keterkaitan perubahan harga antara suatu pasar dengan pasar lain yang berbeda secara geografis dengan komoditas dan tingkat pasar yang sama (Kustiari, 2017). Integrasi pasar vertikal merupakan keterkaitan perubahan harga suatu komoditas pada satu rantai pemasaran yaitu pasar produsen hingga ke pasar konsumen (Siregar *et al.*, 2024).

Perubahan harga yang diikuti oleh pasar lain menunjukkan adanya efisiensi pemasaran karena terdapat informasi harga yang diteruskan dengan baik antar pasar. Integrasi pasar didefinisikan sebagai kemampuan pelaku pemasaran menghubungkan pasar yang berbeda baik secara lokasi maupun struktur pasar yang berbeda dalam suatu periode waktu (Sutisna, 2021). Integrasi pasar dianalisis sesuai dengan jenis data yang digunakan dengan uji prasyarat menggunakan uji stasioner. Pada data runtun waktu yang stasioner pada level atau ordo 0, analisis data yang digunakan adalah *Vector Autoregression (VAR) in level*. Pada data runtun waktu yang tidak stasioner pada level atau ordo 0 dan perlu melakukan *first difference*, analisis data yang digunakan adalah uji kointegrasi dan *Vector Error Correction Model (VECM)* (Saty *et al.*, 2025).

2.5. Transmisi Harga

Transmisi harga merupakan proses penyaluran perubahan harga dari suatu pasar ke pasar lain sehingga perubahan harga yang terjadi dapat mempengaruhi harga suatu komoditas di pasar lain. Transmisi harga dapat dibedakan menjadi dua berdasarkan arahnya yaitu transmisi harga secara vertikal dan transmisi harga secara horizontal (Purwasih *et al.*, 2018). Transmisi harga secara vertikal menunjukkan adanya interaksi antara harga suatu komoditas pada berbagai tingkatan pasar. Transmisi harga secara horizontal merupakan interaksi antara harga suatu komoditas pada satu rantai pemasaran (Priyadi *et al.*, 2024). Selain itu, transmisi harga juga dibedakan menjadi transmisi simetri dan transmisi harga asimetri. Transmisi harga secara simetri terjadi apabila perubahan harga akan

direspon pasar pengikut bersamaan dari sisi kecepatan maupun besaran harga (Nasution dan Rahmanta, 2022). Sedangkan transmisi harga secara asimetri terjadi apabila perubahan harga di pasar hulu tidak direspon secara bersamaan oleh pasar pengikutnya dari faktor kecepatan dan besaran harga. Transmisi harga secara asimetri dipengaruhi oleh adanya penggunaan kekuasaan pasar dari pedagang perantara, kebijakan pemerintah, serta biaya penyesuaian (Ruslan *et al.*, 2016).

Transmisi harga pasar mencerminkan adanya peran yang berbeda dalam pembentukan harga suatu komoditas. *Price leader* merupakan pasar yang menjadi acuan harga suatu komoditas (Kustiari, 2017). *Price follower* merupakan pihak yang cenderung mengikuti perubahan harga dari pasar acuan. Perubahan harga pada *price leader* cenderung menjadi referensi pasar lain. Harga komoditas pertanian yang naik akan ditransmisikan atau diteruskan kepada konsumen sehingga harga yang harus dibayar konsumen juga naik.

Transmisi harga dianalisis menggunakan uji kausalitas granger, *impulse response function* (IRF), dan *variance decomposition* (VD). Uji kausalitas Granger digunakan untuk mengetahui arah pengaruh harga pada suatu pasar, IRF digunakan untuk mengetahui bagaimana respons harga suatu pasar ketika terjadi guncangan harga di pasar lain. VD digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi harga yang dijelaskan oleh pasar itu sendiri maupun pasar lain.

2.6. *Vector Autoregression* (VAR)

Vector autoregression (VAR) merupakan model analisis data runtun waktu untuk mengetahui hubungan dinamis antar variabel yang berpeluang saling

mempengaruhi. Model VAR merupakan alternatif model terhadap model persamaan simultan, dengan asumsi bahwa semua variabel merupakan variabel endogen (Baltagi, 2008). VAR menggunakan lag dari setiap variabel yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel dari waktu ke waktu. Tiap variabel dalam VAR dipengaruhi oleh nilai masa lalu dirinya sendiri serta nilai masa lalu variabel lain (Saty *et al.*, 2025). Model VAR secara matematis dapat ditulis sebagai berikut (Enders, 2015):

$$Y = A_0 + A_1 Y_{t-1} + A_2 Y_{t-2} + \dots + A_p Y_{t-p} + \varepsilon_t$$

Di mana:

Y = vektor variabel

A_0 = vektor intersep

A_i = matriks koefisien

ε_t = vektor eror

Model VAR berdasarkan jenis stasioneritas datanya dibagi menjadi dua, yaitu VAR tak terestriksi dan VAR yang terestriksi. Data yang stasioner pada level menggunakan model VAR *in level*, sedangkan data yang tidak stasioner pada level dan menjadi stasioner setelah diferensi pada tingkat yang sama perlu diuji kembali menggunakan uji kointegrasi (Widarjono, 2017). Data yang tidak stasioner pada level dan menjadi stasioner setelah diferensiasi menggunakan model VAR *in difference* jika tidak terdapat kointegrasi. Namun, jika setelah diuji menggunakan uji kointegrasi menunjukkan adanya kointegrasi, maka model VAR yang digunakan adalah model VAR terestriksi atau *Vector Error Correction Model* (VECM) (Ahyar *et al.*, 2025).

Model VAR mampu menjelaskan adanya hubungan dari variabel-variabel endogen pada suatu persamaan. Analisis model VAR meliputi analisis lanjutan untuk mengetahui hubungan variabel lebih dalam yaitu uji kausalitas granger, *Impulse Response Function* (IRF), dan *Variance Decomposition* (Widarjono, 2017). Uji kausalitas granger digunakan untuk mengetahui arah pengaruh antar variabel apakah variabel tersebut dipengaruhi atau mempengaruhi pasar lain. Uji kausalitas granger merupakan pengujian data untuk mengetahui arah hubungan antar variabel dalam penelitian (Rachbini *et al.*, 2021). *Impulse Response Function* (IRF) digunakan untuk mengetahui respons suatu variabel setelah adanya guncangan yang berasal dari variabel itu sendiri maupun variabel lain. *Variance Decomposition* (VD) digunakan untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel dalam menjelaskan suatu variabel pada suatu periode waktu.

2.7. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dan referensi pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

| No. | Peneliti | Judul | Metode | Hasil |
|-----|------------------------------|--|---|---|
| 1. | Laksono dan Yuliawati (2021) | Integrasi Pasar Bawang Merah di Pasar Johar dan Pasar Peterongan | Penelitian dianalisis secara kuantitatif menggunakan data sekunder <i>time series</i> bawang merah dari tahun 2016-2019 yang diperoleh dari website PIHPS | Berdasarkan analisis deskriptif, rata-rata harga bawang merah di Pasar Johar lebih rendah dibandingkan dengan Pasar Peterongan, namun koefisien variasi Pasar Johar lebih tinggi dibanding Pasar Peterongan. Berdasarkan hasil analisis integrasi |

Tabel 1. (Lanjutan)

| No. | Judul | Penulis | Metode | Hasil |
|-----|------------------------------|--|--|--|
| 1. | Laksono dan Yuliawati (2021) | Integrasi Pasar Bawang Merah di Pasar Johar dan Pasar Peterongan | Tujuan pertama dianalisis dengan koefisien variasi. Tujuan kedua dianalisis dengan menggunakan <i>Error Correction Model</i> (ECM) dan uji kointegrasi Engle-Granger. Pengolahan data menggunakan Microsoft Excel dan Eviews 8. | pasar didapatkan hasil yaitu terdapat integrasi pasar yang kuat antara Pasar Johar dan Pasar Peterongan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. |
| 2. | Akbar <i>et al.</i> (2016) | Analisis Integrasi Pasar Bawang Merah Menggunakan Metode <i>Vector Error Correction Model</i> (VECM) | Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari Disperindag dan Distannak Provinsi Jawa Tengah dari 2010-2016. Data diolah menggunakan Excel 2016, Minitab 2016, dan Eviews 8. adalah uji stasioneritas, penentuan panjang lag, uji kointegrasi johansen, VECM, <i>diagnostic checking</i> , dan uji kausalitas granger. | Berdasarkan hasil penelitian di 6 wilayah pasar di Jawa Tengah, terdapat integrasi pergerakan harga bawang merah walaupun belum secara penuh. Pada Kota Tegal, Kota Semarang, dan Kota Surakarta terdapat integrasi pasar vertikal antara harga bawang merah grosir. Sedangkan pada Kota Semarang terjadi integrasi pasar secara vertikal. |

Tabel 1. (Lanjutan)

| No. | Peneliti | Judul | Metode | Hasil |
|-----|---------------------------------|--|---|---|
| 3. | Sya'rani <i>et al</i> (2025) | Analisis Integrasi Pasar Komoditas Bawang Merah di Kalimantan Selatan. | Data yang digunakan merupakan data harga tahun 2019 - 2024 yang diperoleh melalui Kemendag, Kementan, dan BPS. Data dianalisis dengan Koefisien Variasi (KV), uji stasioneritas, uji lag optimum, uji stabilitas, uji kausalitas granger, VAR, IRF, dan FEVD. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa fluktuasi bawang merah di Kalimantan Selatan bergerak relatif searah dengan perbedaan tingkat volatilitas harga antarwilayah. Berdasarkan uji VAR, Granger, IRF, dan FEVD, ditemukan adanya keterkaitan harga dinamis jangka pendek yang bersifat parsial, berorientasi informasi, dan asimetris. Banjarmasin berperan sebagai pasar acuan bagi pasar di Tabalong dan Kota baru. |
| 4. | Kustiari (2017) | Perilaku Harga dan Integrasi Pasar Bawang Merah di Indonesia | Data yang digunakan untuk analisis integrasi vertikal adalah data sekunder <i>time series</i> harga bawang merah tahun 2011-2016 yang diperoleh melalui BPS. Sedangkan data untuk analisis integrasi pasar spasial | Hasil penelitian menunjukkan bahwa fluktuasi harga produsen dan konsumen meningkat setelah adanya kebijakan Rekomendasi Impor Produk Hortikultura. Terdapat keterkaitan jangka panjang antara harga di tingkat petani dan konsumen, |

Tabel 1. (Lanjutan)

| No. | Peneliti | Judul | Metode | Hasil |
|-----|---------------------------|---|---|---|
| 4. | Kustiari (2017) | Perilaku Harga dan Integrasi Pasar Bawang Merah di Indonesia | merupakan data <i>time series</i> tahun 2014-2016 dari Kementerian Pertanian. Integrasi pasar dianalisis menggunakan uji stasioneritas, uji kausalitas, dan uji kointegrasi. | akan tetapi tidak ditemukan adanya hubungan sebab akibat di antara harga produsen dan konsumen. Berdasarkan analisis dekomposisi varian, pasar di Jawa Tengah mendominasi pasar bawang merah di Indonesia sehingga menjadi barometer bagi pasar di provinsi lain. |
| 5. | Zain dan Widjojoko (2022) | Variasi Harga dan Integrasi Pasar Vertikal Bawang Merah di Kabupaten Brebes | Data yang digunakan merupakan data harga primer <i>time series</i> tahun 2017-2019. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien variasi (KV), uji stasioneritas, uji lag optimal, uji kointegrasi johansen, uji kausalitas granger, uji VECM, <i>Impulse Response Function</i> , dan <i>Variance Decomposition</i> . | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi harga di Kabupaten Brebes paling tinggi dan tidak stabil. Penelitian menunjukkan bahwa di Kabupaten Brebes terdapat integrasi pasar vertikal, namun relatif lemah baik jangka panjang, maupun jangka pendek. |

Penelitian terdahulu pada penelitian digunakan sebagai landasan dan referensi teori, metode, dan hasil penelitian yang berkaitan dengan integrasi pasar dan transmisi harga bawang merah. Penelitian terdahulu digunakan sebagai pendukung dalam menentukan persamaan serta celah penelitian dapat dikembangkan pada penelitian ini. Pada penelitian yang dilakukan Laksono dan Yuliatwati (2021), penelitian mengenai integrasi pasar di Pasar Johar dan Pasar Peterongan menggunakan data mingguan tahun 2016-2019 dengan menggunakan analisis berupa koefisien variasi, *Error Correction Model* (ECM), dan uji kointegrasi johansen. Sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan data harga bawang merah di Pasar Johar dan Pasar Peterongan dari tahun 2020-2025 dengan menggunakan estimasi model VAR untuk menganalisis integrasi pasar.

Penelitian mengenai integrasi pasar bawang merah di Provinsi Jawa Tengah yang dilakukan oleh Akbar *et al.* (2016) menganalisis data sekunder pada tahun 2010-2016. Penelitian yang dilakukan oleh Kustiari *et al.* (2017) menggunakan data tahun 2011-2016 dengan uji VECM untuk mengetahui adanya integrasi pasar. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Zain dan Widjojoko (2022), penelitian menggunakan data tahun 2017-2019 dengan uji VECM untuk mengetahui adanya integrasi pasar. Penelitian ini menggunakan data tahun 2020-2025 sebagai kebaruan data yang diharapkan mampu memberikan gambaran integrasi pasar periode terbaru.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan menggunakan *Vector Error Correction Model* (VECM) untuk menganalisis integrasi pasar. Metode tersebut digunakan untuk jenis data yang tidak stasioner pada level akan tetapi terkointegrasi

setelah dilakukan diferensiasi. Berdasarkan hasil uji stasioneritas, data yang digunakan pada penelitian ini stasioner pada level, sehingga analisis data yang digunakan merupakan *Vector Autoregression* (VAR). Temuan ini mampu memberikan gambaran yang berbeda dalam analisis integrasi pasar berdasarkan karakteristik data yang diperoleh. Penggunaan metode VAR didukung oleh penelitian yang dilakukan Sya'rani *et al.* (2025), data yang digunakan telah stasioner pada level sehingga untuk mengetahui keterkaitan harga antarpasar menggunakan metode VAR.

Integrasi dan transmisi merupakan konsep yang saling berkaitan sehingga pada penelitian ini menggabungkan antara analisis integrasi pasar dan analisis transmisi harga. Analisis transmisi harga pada penelitian ini menggunakan uji kausalitas granger, IRF, dan VD untuk mengetahui arah, respons, dan kontribusi yang terjadi antarpasar. Penelitian oleh Sya'rani *et al.* (2025) serta Zain dan Widjojoko (2022) menggunakan uji kausalitas granger untuk mengetahui arah transmisi, IRF untuk mengetahui besarnya respons akibat guncangan dari pasar lain, serta VD untuk mengetahui besarnya kontribusi pasar dalam menjelaskan variasi perubahan harga. Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, diketahui bahwa terdapat perbedaan lokasi, waktu, serta metode analisis data. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis integrasi pasar dan transmisi harga bawang merah antara Pasar Johar dan Pasar Peterongan dengan data yang lebih terbaru dengan pendekatan analisis yang sesuai dengan karakteristik data penelitian.