

## ABSTRAK

### ANALISIS STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR PADA PEMASARAN BAWANG MERAH

Oleh  
**AKBAR SAPUTRA**  
175009003

**Pembimbing :**  
**Dedi Darusman**  
**Tedi Hartoyo**

Bawang merah merupakan salah satu komoditi potensial dengan permintaan yang tinggi di Indonesia. Kabupaten Majalengka adalah daerah sentra produksi bawang merah terbesar kedua di Provinsi Jawa Barat. Permasalahan utama yang dihadapi petani bawang merah di Desa Sukasari Kidul adalah lahan petani terpencar-pencar dengan skala usaha yang relatif kecil, tingginya biaya pemasaran, ruang penyimpanan hasil panen terbatas, harga produk yang berfluktuasi, lemahnya infrastruktur jalan, jaringan komunikasi internet belum merata, dan belum adanya unit pengolahan bawang merah lokal sehingga tidak mempunyai nilai tambah. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui struktur, perilaku, dan kinerja pasar pada pemasaran bawang merah di Desa Sukasari Kidul Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka. Pemilihan tempat penelitian dilakukan secara *purposive*. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai Agustus 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dan sampel jenuh untuk lembaga pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar di tingkat petani memiliki struktur pasar oligopsoni sedangkan pada tingkat pedagang pengumpul lokal dan pedagang pengecer cenderung mengarah pada jenis struktur pasar oligopoli. Perilaku pasar dilihat dari perilaku dalam proses penentuan harga, petani berperan sebagai *price taker*. Praktik jual beli produk bawang merah yang terjadi yaitu jual beli bersifat *cash and carry* dan sistem jual beli secara konsinyasi. Selain itu, tidak terjadi kolusi pada pemasaran bawang merah. Kinerja pasar secara keseluruhan mempunyai pola kenaikan dan penurunan harga yang serupa di tingkat konsumen dan produsen (terintegrasi). Elastisitas transmisi harga menunjukkan nilai sebesar 0,886 atau lebih kecil dari satu. Keadaan ini bermakna bahwa pemasaran yang berlaku belum efisien.

Kata Kunci : Struktur Pasar, Perilaku Pasar, Kinerja Pasar, dan Bawang Merah