

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI HARGA BAWANG MERAH DI
KABUPATEN NGANJUK**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Puput Nur Baithi
115020100111003**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Bawang Merah di Kabupaten Nganjuk
Puput Nur Baithi

Dr. R. Kresna Sakti, SE., M. Si

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email: puput.baethi@gmail.com

ABSTRAK

Bawang merah adalah salah satu komoditas sayuran yang banyak dikenal di dunia, kalangan internasional menyebutnya shallot. Bawang merah dihasilkan hampir diseluruh wilayah Indonesia. Terutama di sembilan provinsi sentra bawang merah. Umumnya bawang merah digunakan sebagai rempah bumbu penyedap makanan dan obat tradisional. Selain itu, bawang merah merupakan produk yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan produk potensial Indonesia dengan tujuan ekspor di beberapa negara. Konsumsi Bawang di Indonesia setiap tahun mengalami kenaikan seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Sehingga, harga bawang merah menjadi penting bagi produsen dan konsumen bawang merah. Kabupaten Nganjuk adalah salah satu sentra bawang merah terbesar di Jawa Timur. Selain itu, lebih dari 30 persen produksi bawang merah Indonesia berasal dari Kabupaten Nganjuk. Pertanian bawang merah adalah mata pencaharian sebagai besar penduduk Kab. Nganjuk. Namun, belum ada kebijakan khusus yang mengatur tataniaga bawang merah dan seluruhnya diserahkan kepada pasar. Adanya fluktuasi harga yang tinggi dan tidak adanya kebijakan yang mengatur menuntut perlunya dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga bawang merah. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi harga bawang merah di Kab. Nganjuk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan deskriptif. Sampel dari penelitian ini meliputi 10 pedagang bawang merah di pasar bawang Sukomoro dengan teknik random sampling. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah harga bawang merah dan variabel bebasnya adalah modal, jaringan, harga sebelumnya, dan musim. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan langsung dari responden. Periode penelitian yaitu Januari hingga Desember 2014. Metode pengolahan dan analisis data penelitian menggunakan analisis regresi data panel menggunakan model efek random (random effect).

Hasil regresi data panel menunjukkan bahwa variabel jaringan dan musim tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga bawang merah di Kab. Nganjuk. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga bawang merah di Kab. Nganjuk adalah modal dan harga bawang merah sebelumnya. Dan diketahui ada faktor-faktor lain di luar variabel yang ada dalam penelitian ini yang mempengaruhi harga bawang merah di Kab. Nganjuk.

kata kunci : Bawang merah, Harga, dan Kabupaten Nganjuk

Analysis Onion Price Influence Factors In Nganjuk Regency

Puput Nur Baithi

Dr. R. Kresna Sakti, SE., M. Si

Faculty of Economics dan Business University of Brawijaya Malang

Email: puput.baethi@gmail.com

ABSTRACT

Onion or shallot is one vegetable crops are widely known in the world. Onions are produced almost throughout the territory of Indonesia. Especially in the nine provincial which produce onion. Commonly it used as a spice seasoning food and traditional medicine. In addition, onion is a product that has a high economic value and Indonesia's potential export product to some countries. Indonesia's onion consumption has increased each years in line with population growth. So that, the onion price to be important for producers and consumers. Nganjuk is one of the largest onion producing area in East Java. In addition, more than 30 percent of Indonesia onion production comes from Nganjuk. Onion farming farming is majority of the Nganjuk population livelihood. But, there is no specific policy that rules onion bussiness and entirely left to the market. The existence of high price fluctuations and the absence of policies that rule it demanding the need to do a research to investigate the factors that affect the pricing of onion. So the purpose of this research is to determine the factors that affect the price of onion in Nganjuk.

This research uses a quantitative and descriptive approach. Samples from this research covers 10 onion seller in Sukomoro onion market by random sampling technique. The dependent variable in this research is the prices of onion and the independent variables are the capital, relation, price beforehand, and season. Data used in this research are primary data obtained directly from respondents. The research period is January to December 2014. Methods of processing and data analysis using panel data regression analysis using a random effects model.

The results of the panel data regression showed that the variables of the network and the season did not significantly affect the price of onion in Nganjuk. Factors affecting the price of onion in Nganjuk is the capital and onion prices before. And it is known there are other factors beyond the variables that exist in this study that affect the price of onion in Nganjuk.

Keywords: Onion, Price, and Nganjuk Regency

A.PENDAHULUAN

Bawang merah merupakan salah satu komoditas sayuran unggulan yang sejak lama telah diusahakan oleh petani secara intensif hampir diseluruh wilayah Indonesia. Dengan adanya perkembangan ilmu pengahuan dan teknologi peluang ekspor bawang merah semakin luas. Selain itu, bawang merah juga merupakan produk potensial Indonesia yang memiliki fungsi sebagai bumbu penyedap makanan serta obat tradisional. Seiring dengan peningkatan jumlah penduduk Indonesia, dari tahun ke tahun konsumsi bawang merah mengalami kenaikan sekitar 5 persen. Kenaikan konsumsi atau permintaan yang tidak diringi dengan kenaikan produksi pada akhirnya akan meyebabkan fluktuasi harga.

Kabupaten Nganjuk adalah salah satu sentra bawang merah terbesar di Indonesia, yaitu menduduk posisi kedua setelah Kab. Brebes dan pertama di Provinsi Jawa Timur dalam hal produksi bawang merah. Pertanian bawang merah Kab. Nganjuk terkonsentrasi di Kecamatan Rejoso, Gondang, Sukomoro, Wilangan, dan Bagor. Sedangkan untuk pemasaran terbesar berada di pasar bawang merah Sukomoro. Pemerintah Kab. Nganjuk sendiri belum memiliki regulasi yang mengatur tataniaga bawang merahnya. Dampaknya yaitu adanya bawang merah impor dan harga bawang merah yang tidak stabil di Kab. Nganjuk. Karena harga diserahkan pada pasar, stok bawang merah menjadi penting. Saat masa penen dan bawang mrah melimpah akan menrunkan harganya, sedangkan saat bukan musim panen jumlah bawang merah menjadi terbatas akan menaikkan harga bawang merah.

Dalam proses tataniaga, yaitu proses perpindahan bawang merah dari produsen sampai kepada konsumen melibatkan banyak lembaga. Diantaranya petani sebagai produsen, tengkulak, pengumpul, pedagang besar, pengecer, dan konsumen. Setiap lembaga memiliki fungsi masing-masing, yaitu untuk produksi bawang merah, pemitilan, sortasi dan grading, dan pengemasan hingga siap dijual. Dari keenam lembaga tersebut diketahui bahwa jarak antara harga jual ditingkat petani dan harga yang diterima kosumen atau margin terbesar berada ditingkat pedagang besar. Hal ini dikarenakan jumlah kegiatan ang dilakukan oleh pedagang besar lebih banyak dibandingkan dengan lembaga tataniaga lainnya.

Pedagang dalam proses melaksanakan usahanya mengalami beberapa kendala, yaitu ketidakpastian harga, kedala waktu, proses pengiriman, dan pembayaran. Karena bawang merah komoditas musiman dan memiliki sifat yang mudah rusak sehingga pedagang membutuhkan strategi khusus dalam menghadapi kendala-kendala tersebut. Yaitu dengan menjalin hubungan atau relasi dengan sesama pedagang dan berbagai pihak. Selain itu, kepemilikan modal sebagai jaminan untuk mendapatkan bawang merah juga sama pentingnya bagi pedagang. Sehingga berpengaruh pada penetapan harga jual. Faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang dalam memutuskan harga pada umumnya adalah biaya dan keuntungan. Namun, dalam penelitian ini di khususkan pada modal pedagang, jaringan yang dimiliki, harga bawang merah sebelumnya dan musim panen. Harga bawang merah sebelumnya atau lag harga bawang merah untuk melihat pengaruh adanya ekspektasi harga pada masa yang akan datang dari tingkat harga yang dilakukan pada waktu yang lalu, *ceteris paribus* (Kurniawan, 2007).

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini mengambil judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Bawang Merah di Kabupaten Nganjuk”. Sehingga, pokok masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh jaringan, modal, musim, dan harga bawang merah sebelumnya terhadap harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk secara simultan?
2. Bagaimanakah pengaruh jaringan, modal, musim, dan harga bawang merah sebelumnya terhadap harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk secara parsial?

B. KAJIAN PUSTAKA

Pemahaman tentang Pertanian dan Komoditas Pertanian

Pertanian adalah kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidupnya. Sejarah Indonesia sejak masa kolonial sampai sekarang tidak dapat dipisahkan dari sektor pertanian dan perkebunan, karena sektor - sektor ini memiliki arti yang sangat penting dalam menentukan pembentukan berbagai realitas ekonomi dan sosial masyarakat di berbagai wilayah Indonesia. Berdasarkan data BPS tahun 2002, bidang pertanian di Indonesia menyediakan lapangan kerja bagi sekitar 44,3% penduduk meskipun hanya menyumbang sekitar 17,3% dari total PDB (id.wikipedia.org). Di Indonesia, jumlah penyebaran rumah tangga usaha pertanian terbesar adalah berada di Provinsi Jawa Timur dengan 4.978.358 unit pada sensus pertanian Indonesia tahun 2013. Komoditas pertanian memiliki karakter yaitu musiman, segar dan mudah rusak, volume besar tetapi nilainya relatif kecil, tidak dapat ditanam di semua daerah, harga berfluktuasi, lebih mudah terserang hama dan penyakit, kegunaan beragam, memerlukan ketrampilan khusus, dipakai sebagai bahan baku produk lain, dan sebagai produk sosial.

Bawang Merah

Bawang merah adalah komoditas sayuran yang banyak dikenal di dunia, kalangan internasional menyebutnya *shallot*. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi baik atau tidaknya bawang merah yang ditanam. Diantaranya, suhu, cuaca, kesuburan tanah, iklim, angin, air, dan lain sebagainya. Sehingga, musim tanam dan panen bawang merah juga berkaitan dengan hal tersebut.

Tabel 1: Musim Tanam Bawang Merah

Bulan	Kabupaten
Oktober	Tapanuli Utara, Agam, Kuningan, Kediri, Lombok Barat
November	Tapanuli Utara, Solok, Indramayu, Blora, Wonogiri, Boyolali, Kediri, Malang, Bone
Desember	Simalungun, Solok, Bandung, Brebes, Kediri, Malang, Lombok Timur, Enrekang, Jeneponto, Bone
Januari	Tapanuli Utara, Lombok Timur, Enrekang, Jeneponto
Februari	Taput, Majalengka, Kuningan, Bandung, Bone, Nganjuk

Bulan	Kabupaten
Maret	Tapanuli Utara, Majalengka, Blora, Wonogiri, Bantul, Magetan, Klungkung, Nganjuk
April	Majalengka, Kuningan, Magetan, Enrekang
Mei	Kuningan, Brebes, Tegal, Mojokerto, Probolinggo, Magetan, Jenepono
Juni	Majalengka, Indramayu, Brebes, Mojokerto, Malang, Probolinggo, Jenepono, Nganjuk
Juli	Tanah Datar, Brebes, Tegal, Probolinggo, Karangasem
Agustus	Tapanuli Utara, Tanah Karo, Tanah Datar, Kulon Progo, Probolinggo, Bima, Enrekang, Jenepono
September	Tapanuli Utara, Tanah Karo, Kuningan

Sumber: diolah dari berbagai sumber, 2015

Aspek pemasaran bawang merah

Langkah selanjutnya setelah proses produksi bawang merah sebelum sampai ke tangan konsumen adalah proses pemasaran. Beberapa daerah memungkinkan memiliki proses pemasaran yang berbeda. Terdapat 6 pola pemasaran yang umumnya terjadi di Kabupaten Nganjuk yang dapat dilihat pada gambar berikut:

1. Petani – Tengkulak – Pengumpul/Pedagang Besar - Konsumen
2. Petani – Tengkulak - Pengumpul Luar Kota - Pengecer Luar Kota – Konsumen
3. Petani – Tengkulak - Pengumpul Luar Provinsi - Pengecer Luar Provinsi - Konsumen
4. Petani – Pengumpul - Pedagang besar Luar Provinsi - Pedagang Luar Pulau - Pedagang Pengecer - Konsumen
5. Petani – Pengumpul - Konsumen Industri
6. Petani – Pengecer - Konsumen

Pada pola nomor 1, 2, dan 3 terjadi terutama ketika musim tanam atau bukan musim panen dan/atau pada petani kecil. Sedangkan untuk pola 4 biasanya beraku untuk petani besar yang memiliki modal besar atau terjadi pada musim panen akbar. Pada pola 5 pengumpul yang sudah memiliki relasi dengan konsumen industri langsung mendapatkan bawang merahnya dari para petani untuk harga beli yang lebih rendah. Saat ini, terutama untuk memenuhi permintaan pasar bumbu, industri makanan cepat saji (mie instan), pedagang baso, mie ayam, dll. Pola 6 adalah pola jarang terjadi, dan biasanya terjadi pada pengecer yang sudah memiliki relasi dengan petani. Dalam hal ini pengecer melakukan sortasi dan grading serta pemitilan sendiri.

Permintaan, Penawaran, dan Harga

Harga adalah satuan nilai yang diberikan pada suatu komoditi sebagai informasi kontraprestasi dari produsen/pemilik komoditi. Harga yang terbentuk untuk suatu komoditas merupakan hasil interaksi antara penjual dan pembeli. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku permintaan maupun penawaran dalam interaksi pembentukan harga. Namun untuk komoditas pangan/pertanian, pembentukan harga tersebut disinyalir lebih dipengaruhi oleh sisi penawaran (*supply shock*) karena sisi permintaan cenderung stabil mengikuti perkembangan

trennya. Deaton dan Laroque (1992), Chambers dan Bailey (1996) dan Tomek (2000) dalam Suherwin (2012) menyimpulkan dua faktor yang sangat berpengaruh terhadap pembentukan harga komoditas pangan/pertanian, yakni faktor produksi/panen (*harvest disturbance*) dan perilaku penyimpanan (*storage/inventory behavior*).

Modal dan Jaringan Sosial

Modal diartikan sebagai barang atau uang yang bersama-sama faktor produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang-barang baru. Modal juga dapat diartikan sebagai investasi yang berupa alat-alat finansial seperti stok barang, surat saham, atau sarana produksi fisik. Modal adalah sumberdaya yang digunakan sebagai investasi. Terdapat empat macam modal yang dikenal oleh masyarakat, yaitu modal budaya (*cultural capital*), modal manusia (*human capital*), modal keuangan (*financial capital*) dan modal fisik. Hakikat modal sosial adalah hubungan yang terjalin dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Modal sosial memiliki tiga dimensi utama yaitu kepercayaan (*trust*), norma, dan jaringan (*network*). Dimana sifat dari modal sosial itu sendiri bersifat mengikat (*bonding*), menyambung (*bridging*), dan mengait (*linking*).

Menurut Mitchell, jaringan sosial merupakan seperangkat hubungan khusus atau spesifik terbentuk di antara sekelompok orang. Dapat dikatakan jaringan sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk yang formal maupun informal. Hubungan sosial itu sendiri merupakan gambaran atau cerminan dari kerjasama dan koordinasi antar warga yang didasari oleh ikatan sosial yang aktif dan bersifat resiprosikal (Damsar, 2002).

C. METODE PENELITIAN

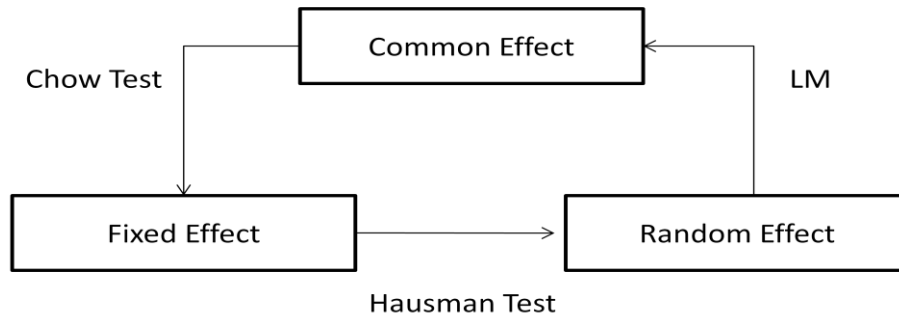
Populasi Penelitian dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan deskriptif. Sampel dari penelitian ini meliputi 10 pedagang yang berada di Pasar Bawang Sukomoro dengan teknik *random sampling*. Variabel terikat dalam penelitian ini berupa harga bawang merah, sedangkan variabel bebasnya berupa modal, jaringan, harga sebelumnya, dan musim. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan melalui interview, kuesioner, dan observasi langsung terhadap responden. Sedangkan periode penelitian diambil tahun 2014 (Januari-Desember).

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data panel. Yaitu kombinasi antara data *cross section* dan *time series*. Dalam mengestimasi dengan regresi data panel terdapat beberapa metode yang ditawarkan, yaitu *pooling least square (Common effect)*, pendekatan efek tetap (*Fixed effect*), dan pendekatan efek random (*Random effect*). Untuk menentukan model yang terbaik dalam penelitian ini dilakukan tiga teknik estimasi. Yaitu sebagai berikut:

Gambar 1: Pemilihan Model Regresi Data Panel



Sumber: berbagai buku (2015)

Sebelum melakukan uji analisis regresi data panel dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Yaitu uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah model regresi mempunyai korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Dalam analisis regresi data panel, dilakukan uji f dan uji t untuk mengetahui secara simultan dan secara parsial pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Objek Penelitian

Objek penelitian menjelaskan tentang karakteristik responden dalam penelitian ini. Yaitu terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan lamanya berjualan.

Jenis kelamin

Banyaknya responden adalah pedagang bawang merah di Pasar Bawang Sukomoro Kabupaten Nganjuk, yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian, adapun jenis kelamin dari responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Pria	4
2	Wanita	6
	Total	10

Sumber: Data primer di olah, 2015

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa mayoritas dari responden merupakan berjenis kelamin wanita yaitu berjumlah 6 orang. Sedangkan responden yang berjenis kelamin pria berjumlah 4 orang saja. Meskipun demikian, banyak pedagang di pasar bawang merah yang berjualan bersama dengan pasangannya. Sehingga dalam hal ini penulis memilih salah satu yang bersedia menjadiresponden.

b. Usia

Usia yang dimaksud adalah usia responden pada saat dilakukan penelitian. Usia responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia	Jumlah
1	< 30 tahun	0
2	31-40 tahun	1
3	41-50 tahun	5
4	>50 tahun	4
	Total	10

Sumber: Data primer di olah, 2015

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden berada di rentang usia 41 hingga 50 tahun, yaitu berjumlah 5 orang dari jumlah keseluruhan responden yaitu 10 orang. Sedangkan yang berusia kurang dari 30 tahun berjumlah 0 (nol) atau tidak ada. Untuk rentang usia 31 hingga 40 dan lebih dari 50 tahun masing-masing berjumlah 1 orang dan 4 orang. Hal ini menunjukkan bahwa menjadi pedagang di pasar bawang merah sukumoro tidak banyak diminati oleh pemuda setempat.

c. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan formal terakhir yang ditempuh oleh responden pada saat penelitian dilakukan. Yaitu terdapat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat pendidikan	Jumlah
1	SD	2
2	SMP	6
3	SMA/SMK	2
4	Akademi	0
5	Perguruan Tinggi	0
	Total	10

Sumber: Data primer di olah, 2015

Pada tabel di atas diketahui bahwa mayoritas dari responden memiliki pendidikan terakhir yang ditempuh adalah SMP (sekolah menengah pertama) yaitu sebanyak 6 orang. Sedangkan untuk Akademi dan perguruan tinggi berjumlah 0 (nol) atau tidak ada. Untuk yang berpendidikan terakhir SD dan SMA/SMK masing-masing berjumlah 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pedagang di pasar bawang sukumoro belum cukup mengenyam pendidikan formal.

d. Lamanya Berjualan

Lamanya berjualan adalah rentang waktu antara saat pertama kali berjualan di Pasar Bawang Sukomoro hingga pada saat penelitian dilakukan. Yaitu pada tabel di bawah ini :

Tabel 5 :Jumlah Responden Berdasarkan Lamanya Berjualan

No	Lamanya berjualan	Jumlah
1	< 1 tahun	0
2	1-5 tahun	3
3	6-10 tahun	7
4	> 10 tahun	0
	Total	10

Sumber: Data primer di olah, 2015

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden sudah berjualan di pasar bawang sukomoro selama 6 hingga 10 tahun yaitu berjumlah 7 orang dari keseluruhan responden yang berjumlah 10 orang. Responden yang berjualan kurang dari 1 tahun dan lebih dari 10 tahun masing-masing berjumlah 0 (nol) atau tidak ada. Responden yang berjualan selama 1 hingga 5 tahun berjumlah 3 orang. Dari lamanya berjualan yang mayoritas antara 6 hingga 10 tahun memungkinkan pedagang memiliki sejumlah jaringan atau koneksi dengan beberapa pedagang lain dan konsumen.

Estimasi Model

a. Uji Chow

Hasil uji chow menunjukkan metode estimasi terbaik antara *common effect* dan *fixed effect* adalah *fixed effect*. Hal ini karena probabilitas 0,0000 kurang dari α (0,05).

b. Uji Hausman

Hasil uji hausman menunjukkan hasil estimasi terbaik antara *fixed effect* dengan *random effect* adalah *random effect*. Hal ini dapat dilihat pada probabilitas chi2 sebesar 0.9000 lebih dari α (0.05).

c. Uji Lagrange Multiplier (LM)

Hasil uji LM pada tabel 4.8 menunjukkan hasil estimasi terbaik antara *random effect* dan *common effect* adalah *random effect*. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas chi bar2 sebesar 0,0000 kurang dari α (0.05).

Secara ringkas ditunjukkan pada tabel 6 berikut:

Tabel 6 Hasil Output Estimasi Model

Uji Chow	Prob. F
	0.0000
Uji Hausman	Prob. Chi2
	0.9000
Uji LM	Prob. Chibar2
	0.0000

Sumber: olahan data oleh penulis, 2015

Uji Asumsi Klasik

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat melalui *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF yang dapat ditoleransi adalah 10. Apabila VIF variabel independen kurang dari 10 ($VIF < 10$) maka tidak terdapat multikolinearitas. Selanjutnya, untuk hasil pengujian multikolinearitas ditunjukkan pada tabel 7.

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF
X1	4.44
X2	3.86
X3	2.43
X4	1.45
Mean VIF	3.05

Sumber: hasil analisis regresi data panel oleh penulis

Pada tabel 7 di atas menunjukkan bahwa variabel x1, x2, x3, dan x4 tidak mengalami multikolinearitas karena nilai VIF sebesar 3,05 kurang dari 10.

Analisis Regresi Data Panel

Berdasarkan hasil estimasi model memutuskan model terbaik yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *random effect*. Tabel 8 menunjukkan hasil analisis variabel modal, jaringan, harga sebelumnya, dan musim terhadap variabel harga.

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Data Panel

Variabel	Koefisien	Sig.	Keterangan
(Constant)	9139.475	.000	Signifikan
Modal	-.0000343	.001	Signifikan
Jaringan	13.67177	.840	Tidak Signifikan
Harga sebelumnya	.3634787	.000	Signifikan
Musim	-714.8281	.481	Tidak Signifikan

Sumber: hasil analisis regresi data panel oleh penulis

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu modal, jaringan, harga sebelumnya, dan musim secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada variabel terikat harga. Yaitu dilihat dari probabilitas chi-square sebesar 0,0000 yang lebih kecil dari α 0,005. Namun terlihat pada tabel 8 hasil uji t atau parsial menunjukkan hanya variabel modal dan harga sebelumnya yang berpengaruh signifikan terhadap harga. Sedangkan jaringan dan musim tidak berpengaruh signifikan. Selanjutnya R-square memiliki nilai 0,4382 menunjukkan bahwa variabel bebas dalam model mampu menjelaskan perubahan variabel terikat sebesar 44%. Model regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Maka menjadi

$$Y = 9139.475 + (-0.0000343)X_1 + (13.67177)X_2 + (0.3634787)X_3 + (-714.8281)X_4 + e$$

Dimana :

- Y = Harga Bawang Merah
a = Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien Regresi Variabel Independen
 X_1 = Modal
 X_2 = Jaringan atau *Link*
 X_3 = Harga sebelumnya
 X_4 = Musim
e = Faktor pengganggu

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut :

1. $a = 9139.475$

Nilai konstan menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel bebas $X_1, X_2, X_3,$ dan X_4 , maka variabel terikat Y adalah sebesar 9139.475 satuan. Atau, dalam kata lain variabel terikat Y bernilai 9139.475 ketika $X_1, X_2, X_3,$ dan X_4 bernilai sama dengan nol.

2. $\beta_1 = -0.0000343$

Nilai parameter atau koefisien regresi β_1 menunjukkan bahwa ketika variabel bebas X_1 meningkat 1 satuan, maka variabel terikat Y akan turun sebesar 0.0000343 satuan dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap.

3. $\beta_2 = 13.67177$

Nilai parameter atau koefisien regresi β_2 menunjukkan bahwa ketika variabel X_2 meningkat 1 satuan, maka variabel terikat Y akan naik sebesar 13.67177 satuan dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap.

4. $\beta_3 = 0,3013194$

Nilai parameter atau koefisien regresi β_3 menunjukkan bahwa ketika variabel bebas X_3 meningkat 1 satuan, maka variabel terikat Y akan meningkat sebesar 0,3013194 satuan dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap.

5. $\beta_4 = -714.8281$

Nilai parameter atau koefisien regresi β_4 menunjukkan bahwa ketika variabel X_4 meningkat 1 satuan, maka variabel terikat Y akan meningkat sebesar 714.8281 satuan dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap.

Hasil pengujian terhadap hipotesis-hipotesis dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Modal

Modal pada hasil analisis regresi data panel memiliki nilai probabilitas sebesar 0,001. Nilai ini lebih kecil dari 0.05, artinya modal berpengaruh signifikan dengan arah koefisien negatif sehingga hipotesis dalam penelitian ini menerima H_1 . Hal ini menunjukkan bahwa modal berpengaruh negatif terhadap harga.

2. Jaringan
Jaringan pada hasil analisis regresi data panel memiliki nilai probabilitas 0.840. Nilai ini lebih besar dari 0.05, artinya jaringan tidak berpengaruh signifikan dengan arah koefisien positif sehingga hipotesis dalam penelitian ini menolak H_2 . Hal ini menunjukkan bahwa jaringan tidak berpengaruh negatif terhadap harga.
3. Harga Sebelumnya
Harga sebelumnya pada hasil analisis regresi data panel memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000. Nilai ini lebih kecil dari 0.05, artinya harga sebelumnya berpengaruh signifikan dengan arah koefisien positif sehingga hipotesis dalam penelitian ini menerima H_3 . Hal ini menunjukkan bahwa harga sebelumnya berpengaruh positif terhadap harga.
4. Musim
Musim pada hasil analisis regresi data panel memiliki nilai probabilitas sebesar 0.481. Nilai ini lebih besar dari 0.05, artinya musim tidak berpengaruh signifikan dengan arah koefisien negatif sehingga hipotesis dalam penelitian ini menolak H_4 . Hal ini menunjukkan bahwa musim tidak berpengaruh negative terhadap harga.

Implikasi dan Pembahasan

Dari hasil analisis regresi data panel yang dilakukan pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa variabel bebas modal, jaringan, harga sebelumnya, dan musim secara simultan atau secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini menunjukkan bahwa kajian teoritis tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap harga bawang merah pada penelitian ini adalah relevan dan mampu dibuktikan secara empiris berdasarkan hasil penelitian. Sedangkan berdasarkan uji parsial membuktikan bahwa variabel bebas seperti modal dan harga sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap variabel harga. Untuk variabel bebas jaringan dan musim tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk.

Nilai R-square yang didapat pada model adalah sebesar 0.4382, artinya bahwa 44% keragaman harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk dipengaruhi oleh variabel bebas pada model. Sedangkan sisanya 56% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka kesimpulan yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Secara bersama-sama, modal, jaringan, harga sebelumnya, dan musim terbukti berpengaruh terhadap harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk. Dan diketahui juga bahwa ada variabel-variabel lain yang tidak diteliti yang mempengaruhi harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk.
2. Modal memiliki pengaruh negatif terhadap harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk. Oleh karena itu ketika ada penambahan pada modal, harga

mengalami penurunan. Hal ini karena ketika pedagang menambah modal juga akan menambah jumlah bawang merah yang dibeli, maka beban biaya akan dibagi dengan bilangan penyebut (jumlah bawang merah) yang lebih besar. Sehingga rata-rata biaya yang dikeluarkan dapat berkurang. Dan pada akhirnya akan menurunkan harga jual dari bawang merah. Dan begitu juga sebaliknya, ketika terjadi penurunan modal maka harga bawang merah akan naik.

3. Jaringan memiliki pengaruh negatif terhadap harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk namun tidak signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh jaringan yang terbentuk dari para pedagang tidak terjalin dengan baik dan tidak mengikat satu sama lain. Sehingga dapat dikatakan tidak ada norma dan hukum yang mengatur. Selain itu, jaringan pedagang bawang merah di Kabupaten Nganjuk tidak memberikan kontribusi yang besar kepada pedagang itu sendiri sehingga keberadaannya tidak berpengaruh terhadap harga bawang merah.
4. Harga Sebelumnya memiliki pengaruh positif terhadap harga saat ini. Sehingga ketika harga sebelumnya naik maka ada kemungkinan yang besar bahwa harga bawang merah juga naik. Namun, Harga sebelumnya ini tidak dapat dikendalikan sehingga sifatnya hanya berupa informasi yang dapat digunakan sebagai landasan dalam mengambil keputusan harga oleh pedagang. Selain itu juga untuk mengendalikan kerugian karena fluktuasi harga bawang merah yang tidak menentu.
5. Musim berpengaruh negatif terhadap harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk namun tidak signifikan. Artinya dalam penelitian ini variable Musim tidak memiliki pengaruh terhadap harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk. Hal ini bertentangan dengan hukum permintaan-penawaran yang menyatakan bahwa ketika penawaran lebih tinggi dari permintaan maka harga akan naik. Namun, hal ini sesuai dengan pengakuan pedagang bawang merah yang menyatakan bahwa pada realitanya musim tidak berpengaruh terhadap harga bawang merah. Karena selain stok atau persediaan barang, ada faktor lain yang lebih dapat mempengaruhi harga bawang merah. Misalnya adanya bawang merah impor.

Saran

Berdasarkan beberapa temuan yang dilakukan dalam penelitian ini, saran yang dapat penulis berikan adalah:

1. Harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk sangat fluktuatif dan dipengaruhi oleh banyak faktor. Bagi pemerintah terkait ataupun Dewan Bawang Merah Nasional dapat memberikan sosialisasi atau pengarahannya mengenai manajemen stok baik pada petani, pengepul, maupun pedagang agar dapat menekan fluktuasi harga bawang merah.
2. Variabel modal merupakan variable yang paling dapat dikendalikan dalam mempengaruhi harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk. Bagi pemerintah terkait ataupun pihak perbankan dapat memberikan perhatian lebih agar para pedagang dapat mendapatkan tambahan modal untuk mengembangkan usahanya dan dapat menekan harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk.
3. Diperlukan adanya campur tangan atau intervensi dari pemerintah Kabupaten Nganjuk terkait tataniaga bawang merah. Yaitu dengan menetapkan kebijakan harga dasar (*floor price*) dan harga atap (*ceiling price*) untuk memberikan

perlindungan kepada konsumen dan petani sebagai produsen. Sekaligus untuk membantu petani agar tidak ada *gambling* terhadap harga bawang merah.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Black, J. Champion. 2009. *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Alfianto, Hendry. 2009. Analisis Penawaran Bawang Merah di Kabupaten Karanganyar. Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret.
- Anonim. 2015. Pertanian. <https://id.wikipedia.org/wiki/Pertanian>. Diakses pada 20 Juni 2015.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariningsih, Ening dan Tentamia, Mari K. 2004. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Bawang Merah di Indonesia. Icaserd Working Paper No.34. Departemen Pertanian.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Nganjuk. 2013. Kabupaten Nganjuk dalam angka.
- Badan Pusat Statistik. 2014. Berita Resmi Statistik : Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. 2014. Sensus Pertanian 2013.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. 2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Edisi ke-5. Jakarta: Salemba Empat
- Handayani, Furry, dkk. 2015. Analisis persepsi petani terhadap kompetensi penyuluh pertanian lapangan dalam pembangunan pertanian di kabupaten kutai timur. *eJournal Administrative Reform*, Volume 3, Nomor 2, 2015: 276-285.
- Hasan, Iqbal. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jhingan, 2000. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan* Jakarta : Rajawali Press.
- Kuncoro, Mudrajat. 2011. *Metode Kuantitatif (Teori dan Aplikasi untuk Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Kurniawan, R. I. 2007. Peramalan dan Faktor Faktor yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga Bawang Merah Enam Kota Besar di Indonesia. Fakultas pertanian, ITB.
- Lawang, Robert. 2005. *Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologik : Suatu Pengantar*. FISIP UI Press.
- M.A, Kusnadi. 2000. *NELAYAN : Strategi Adaptasi dan Jaringan Sosial*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.
- Nachrowi, Nachrowi Djalal dan Usman, Hardius. 2004. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta : Grasindo.
- Nasution, S. 2000. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, Mohammad. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nicholson, Walter. 2002. *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*. Jakarta : Erlangga.

- Pambudi, Nova Tri. 2014. Biaya Transaksi dan modal sosial antara pedagang dan pemasok (Studi pada Pedagang Sayur di Pasar Blimbing-Kota Malang). Malang: Fakultas Ekonomi, UB.
- Pasaribu, Theresia W. dan Daulay, Murni. 2013. Analisis permintaan impor bawang merah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol. 1, No.4, Februari 2013.
- Pawito. 2007. *Penelitian komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: PT. LKIS Pelangi Aksara
- Pindyck, Robert S, dan Rubinfeld, Daniel L. 2009. *Mikroekonomi*. Jakarta : PT Indeks.
- Prastowo, Nugroho Joko, dkk. 2008. Pengaruh Distribusi dalam Pembentukan Harga Komoditas dan Implikasinya Terhadap Inflasi. Working Paper, Bank Indonesia.
- Purba, Nia Novalita dkk. 2013. Analisis Permintaan Bawang Merah (*Allium Ascalonicum L*) di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Fakultas Pertanian, USU.
- Rachmat, M, dkk. 2012. Produksi, Perdagangan, dan Harga Bawang Merah. _____.
- Rahim, A., dan Hastuti, D. R. D. 2007. *Pengantar Teori dan Kasus: Ekonomika Pertanian*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Ratri, Tantia K. Dkk. _____. Regulasi Tata Niaga Bawang Merah yang Berkeadilan (Studi pada Dinas Pertanian, Petani Bawang Merah, dan Pedagang Bawang Merah di Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 2, No. 5, Hal. 857-863.
- S, Wibowo A. R. 2014. Peramalan dan faktor-faktor yang mempengaruhi Harga Bawang Merah di Sumatera Utara. Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara.
- Soekartawi. 2002. *Analisis Usaha Tani*. Jakarta : UI – Press.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil – Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Stato, Hapto. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga Bawang Merah dan Peramalannya (Studi Kasus Pasar Induk Kramat Jati, DKI Jakarta). Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Sudjana, Nana. 2001. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru.
- Suherwin. 2012. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga crude palm oil (CPO) Dunia. _____.
- Sukandarrumidi 2006. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Sukirno, Sadono. 1994. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sutami, Wahyu Dwi. 2005. Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional. Surabaya: Antropologi FISIP UNAIR.
- Tim Penyusun Kamus (Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa). 1997. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Todaro, Michael P. dan Smith, Stephen C. 2000. *Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

- Wasisto, Edhi. 2012. Teori Pembentukan Harga. <https://edhiwasisto.wordpress.com/2012/10/31/harga-pasar/> diakses pada 19 desember 2014.
- Widarjono, Agus. 2006. *Ekonometrika Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.