

RINGKASAN

Bawang merah merupakan salah satu komoditas sayuran yang penting bagi masyarakat Indonesia karena fungsinya sebagai pelengkap masakan banyak dibutuhkan oleh sektor rumah tangga. Harga bawang merah berfluktuasi karena adanya perubahan permintaan dan penawaran. Pada waktu yang bersamaan perbedaan harga bawang merah dapat terjadi di tiap pasar. Penelitian ini bertujuan untuk 1)menganalisis dan mengetahui integrasi pasar bawang merah di Kabupaten Majalengka, 2)menganalisis dan mengetahui besarnya kontribusi presentase varians harga bawang merah di suatu pasar akibat perubahan harga di pasar lain, 3)mengetahui faktor yang menyebabkan integrasi pasar.

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Majalengka yaitu di Pasar Kadipaten, Pasar Maja, Pasar Prapatan dan Pasar Talaga. Penentuan tempat penelitian dilakukan dengan sengaja (*purposive*). Metode yang digunakan adalah metode survei. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis *Vector Error Correction Model* (VECM), *Varians Decomposition*, dan analisis deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Pasar yang terintegrasi atau memiliki hubungan keseimbangan dalam jangka panjang diantaranya Pasar Talaga dengan Pasar Maja dan Pasar Prapatan dengan Pasar Kadipaten, 2) analisis *variance decomposition* pasar yang berpengaruh besar terhadap perubahan harga yaitu masing-masing pasar, 3) penyebab terjadinya integrasi pasar disebabkan oleh beberapa faktor yaitu pasokan bawang merah, lokasi pasar, permintaan dan penawaran produk di tiap pasar.

SUMMARY

Shallot is one of the most important vegetable commodities for Indonesian people because it functions as the complement cooking seasoning so that the necessary by household sector. Shallot's price fluctuated because there are conversion of supply and demand. At the same time a very striking price difference can occur in each market. This research aims to 1) analyze and know the integration of the shallot market in Majalengka District, 2) analyze and know the contribution of the price variance percentage of shallot in a market due to price changes in other markets, 3) Know the factors that cause market integration to occur.

Research was conducted in Majalengka, especially in the Kadipaten market, Maja Market, Prapatan Market, and Talaga market. Determination of the place of study was deliberately (purposive). The method used is a survey method. Data used to analyze market integration in retail is the primary data and secondary data . The methods of analysis used are Vector Error Correction Model (VECM) analysis, Variance Decomposition, and descriptive analysis.

The results showed that 1) the market that is integrated or has a long-term balance relationship such as Talaga market with Maja market and Prapatan Market with Kadipaten market 2) analysis of the market variance decomposition Influential many percentage contributions in the other price namely is Kadipaten Market, 3) The cause of market integration is suspected by several factors namely the supply of shallot, market location, demand and product offering in each market.