

## ABSTRACT

*Market integration is a measure that shows how far price changes that occur in the reference market will cause price changes in the follower market. Reality shows that the magnitude of price changes at the consumer level is not followed by price changes at the producer and wholesale levels of the same magnitude. This indicates that price information has not been channeled properly, which means that the transmission rate of shallot prices in Indonesia is still low. This study aims to analyze price behavior, the level of vertical market integration, and the level of spatial market integration of the shallot in Indonesia. The analytical method used is Johansen cointegration and the Vector Error Correction Model (VECM). The results showed that fluctuations in shallot prices at the producer, wholesale and retail levels were high. Meanwhile, vertical market integration indicates that there is long-term integration between markets at the producer, wholesale and retail levels, but not in the short term. Then for spatial market integration that in the long run between markets in the Provinces of Central Java, DKI Jakarta, South Sumatra, West Sumatra and North Sumatra there is integration, but in the short term it is not integrated. Based on the research results above, suggestions can be given to the Government to improve the shallot market integration in Indonesia, namely through improving market information systems and Market Information Service officers, as well as helping farmers through market institutions.*

**Keywords:** price behavior, market integration, shallot, VECM

## INTISARI

Integrasi pasar merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh perubahan harga yang terjadi di pasar acuan akan menyebabkan terjadinya perubahan harga pada pasar pengikutnya. Realita menunjukkan bahwa besarnya perubahan harga di tingkat konsumen tidak diikuti oleh perubahan harga di tingkat produsen maupun grosir dengan besaran yang sama. Hal tersebut mengindikasikan bahwa informasi harga belum tersalurkan dengan baik yang berarti tingkat transmisi harga bawang merah di Indonesia masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku harga, tingkat integrasi pasar vertikal, dan tingkat integrasi pasar spasial bawang merah di Indonesia. Metode analisis yang digunakan yaitu kointegrasi Johansen dan *Vector Error Corection Model* (VECM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa fluktuasi harga bawang merah di tingkat produsen, grosir, dan eceran adalah tinggi. Sedangkan untuk integrasi pasar vertikal menunjukkan bahwa antara pasar di tingkat produsen, grosir, dan eceran terjadi integrasi jangka panjang, namun dalam jangka pendek tidak terintegrasi. Kemudian untuk integrasi pasar spasial bahwa dalam jangka panjang antara pasar-pasar di Provinsi Jawa Tengah, DKI Jakarta, Sumatera Selatan, Sumatera Barat, dan Sumatera Utara terjadi integrasi, namun dalam jangka pendek tidak terintegrasi. Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat diberikan saran bagi Pemerintah guna memperbaiki integrasi pasar bawang merah di Indonesia, yaitu melalui perbaikan sistem informasi pasar dan petugas Pelayanan Informasi Pasar, serta membantu petani melalui kelembagaan pasar.

**Kata kunci:** perilaku harga, integrasi pasar, bawang merah, VECM