

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BAWANG MERAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHATANINYA DI KECAMATAN LAUT TAWAR KABUPATEN ACEH TENGAH

*(An Analysis Of Marketing Efficiency Of Shallot In Efforts To Increase Crop Production In
Laut Tawar Subdistrict Of Central Aceh Regency)*

Herlina Fitryani¹, Zakiah¹, Musatafa Usman^{1*}

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

Abstrak - Bawang merah merupakan salah satu komoditi hortikultura sayuran yang sangat dibutuhkan masyarakat sebagai bahan pelengkap masakan. Kebutuhan konsumsi bawang merah yang terus meningkat membuat pemerintah menjadikan bawang merah sebagai sayuran unggulan nasional dan sebagai komoditi prioritas. Kecamatan Laut Tawar merupakan salah satu sentral bawang merah di Kabupaten Aceh Tengah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Laut Tawar apakah sudah efisien dan mengetahui usahatani bawang merah dapat memberikan pendapatan yang layak bagi petani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dengan menggunakan kuisioner. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Model analisis yang digunakan adalah metode deskriptif, metode analisis saluran pemasaran, analisis margin, analisis profit margin, efisiensi pemasaran, pendapatan dan kelayakan usahatani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Laut Tawar menggunakan saluran satu tingkat dan dua tingkat pemasaran. Efisiensi pemasaran bawang merah pada saluran pemasaran pertama sebesar 36,82 % dan pada saluran pemasaran kedua 40,02%. Nilai perhitungan R/C ratio yang diperoleh sebesar 2.74 hal ini menunjukkan bahwa usahatani bawang merah layak dan menguntungkan.

Kata Kunci : Bawang Merah, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Profit Margin, Efisiensi, Pendapatan dan Kelayakan Usaha.

Abstract - Shallot is one of the horticultural crop commodities that is needed by the community as a complementary food ingredient. Shallot is considered as the national superior vegetables and priority commodities by the government due to the increasing need for consumption. Laut Tawar Subdistrict is one of the centers for shallot farming in Central Aceh Regency. The purpose of this study was to determine the shallot marketing channel in Laut Tawar Subdistrict whether it was efficient and find out whether shallot farming could provide a decent income for shallot farmers in Laut Tawar Subdistrict. This study was conducted by survey method using a questionnaire. The types of data collection are primary and secondary data. The analysis model used was descriptive method, marketing channel analysis method, margin analysis, profit margin analysis, marketing efficiency, income, and farm feasibility. The results showed that the shallot marketing channel in Laut Tawar Subdistrict used one and two levels of marketing channels. The efficiency of shallot marketing in the first marketing channel was 36.82% and in the second marketing channel 40.02%. The calculation of the R/C ratio value was 2.74. It shows that shallot farming is feasible and profitable.

Keywords: Shallot, Marketing Channel, Marketing Margin, Profit Margin, marketing efficiency, income and business feasibility.

PENDAHULUAN

Bawang merah merupakan salah satu komoditas hortikultura sayuran yang sangat dibutuhkan masyarakat karena dimanfaatkan sehari-hari sebagai bumbu dapur untuk pelengkap bahan masakan. Sebagai sayuran unggulan nasional, keragaan produksi dan konsumsi bawang merah menjadi perhatian para pemangku kepentingan. Pada tahun 2014, konsumsi bawang merah per kapita di Indonesia mencapai 2,48 kilogram per tahun, mengalami peningkatan sebesar 20% dibandingkan tahun 2013 hanya sebesar 2,06 kilogram. Kebutuhan konsumsi bawang merah yang terus mengalami peningkatan membuat pemerintah melalui Kementerian Pertanian memasukan komoditi bawang merah sebagai komoditi prioritas. Bawang merah dijadikan

sebagai salah satu komoditi prioritas yang dikembangkan melalui program Upaya Khusus (Upsus) di seluruh wilayah Indonesia yang memiliki potensi untuk pengembangan komoditi bawang merah (Dinas Pertanian Aceh Tengah, 2017).

Kabupaten Aceh Tengah merupakan daerah zona pertanian yang memiliki berbagai potensi sumber daya alam dan mempunyai komoditi unggulan seperti Kopi Arabika Gayo, Jeruk Keprok, Rom Poteh dan Bawang Merah Gayo. Tanaman bawang merah merupakan salah satu tanaman yang diusahakan oleh petani di Kabupaten Aceh Tengah.

Tabel 1. Luas Tanam, Luas Panen dan Produksi Bawang Merah di Kabupaten Aceh Tengah, 2016

No	Kecamatan	Luas Tanam (Ha)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton/Ha)
1	Linge Isaq	0	1	67
2	Bintang	78	63	3.402
3	Laut Tawar	77	60	5.850
4	Kebayakan	6	18	817
5	Pegasing	2	0	0
6	Bebesen	1	0	0
7	Kute Panang	4	2	120
8	Silih Nara	3	3	90
9	Ketol	9	10	158
10	Celala	0	0	0
11	Bies	0	0	0
12	Rusip Antara	0	0	0
13	Jagong Jeget	0	11	1.180
14	Atu Lintang	12	0	0
Jumlah		192	168	11.684

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Aceh Tengah, 2017

Berdasarkan Tabel 1 diatas terlihat bahwa, Kecamatan Laut Tawar merupakan Kecamatan yang terbesar produksi bawang merah dari kecamatan lainnya. Terlihat pada luas tanam 77 Ha, luas panen 60 Ha dan total produksi 5.850 Ton. Wilayah Kecamatan Laut Tawar merupakan wilayah yang sangat potensial untuk komoditi Bawang Merah. Komoditi bawang merah yang berasal dari Kecamatan Laut Tawar ini pernah mendapat peringkat ke tiga pada Kontes Tanaman Hortikultura Sayuran Tingkat Nasional (Kompasiana, 2017).

Kecamatan Laut Tawar memiliki 12 desa yang masyarakatnya berusahatani bawang merah. Usahatani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar berada di pinggiran danau lut tawar dengan memanfaatkan lahan yang berada di pinggiran danau untuk mendongkrak perekonomian mereka.

Tabel 2. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Bawang Merah Menurut Desa Di Kecamatan Laut Tawar, 2016

No	Desa	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1.	Rawe Timur	3	45	15
2.	Rawe	3,5	52,5	15
3.	Gunung Suku	3,5	52,5	15
4.	Toweren Toa	3	45	15
5.	Waq Toweren	3,5	52,5	15
6.	Toweren Antara	4	60	15
7.	Toweren Uken	3	45	15
8.	Pedemun One-one	4,5	67,5	15
9.	Kenawat	1	15	15
10.	Kenawat Setangke	2	30	15
11.	Teluk One-one	1	15	15
12.	Asir-asir	2	30	15
	Rata-rata	34	510	15

Sumber: Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Laut Tawar Kabupaten Aceh Tengah, 2017

Berdasarkan Tabel 2 diatas terlihat bahwa desa Pedemun one-one dan Desa Toweren Antara merupakan penghasil bawang merah terbesar di Kecamatan Laut Tawar. Terlihat pada Desa Pedemun One-one mempunyai luas panen 4,5 Ha dan mampu menghasilkan produksi 67,5 Ton bawang merah, disusul desa Toweren Antara dengan luas panen 4 Ha dan menghasilkan produksi 60 Ton bawang merah. Lalu di ikuti dengan desa Rawe, Gunung Suku dan Waq Toweren yang mempunyai luas panen 3,5 Ha dengan jumlah produksi 52,5 Ton. Namun terdapat kendala yang dihadapi petani saat telah tiba musim panen, petani tidak mempunyai gudang atau tempat penyimpanan untuk menyimpan hasil panennya. Gudang atau tempat penyimpanan merupakan tempat yang baik bagi hasil panen, dimana akan membuat umur produksi bawang merah akan lebih panjang dan dapat menjaga kualitas hasil panen itu sendiri.

Pemasaran bawang merah di Kecamatan Laut Tawar melalui pedagang lokal yaitu pedagang pengumpul desa yang kemudian akan menjualnya kembali hingga sampai ke konsumen. Kendala yang dihadapi petani saat telah tiba musim panen, petani tidak mempunyai gudang atau tempat penyimpanan untuk menyimpan hasil panennya. Gudang atau tempat penyimpanan merupakan tempat yang baik bagi hasil panen, dimana akan membuat umur produksi bawang merah akan lebih panjang dan dapat menjaga kualitas hasil panen itu sendiri. Karena tidak adanya tempat penyimpanan, petani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar pada saat panen langsung memotong daun bawang merah dan kemudian akan segera dijual karena tidak tahan lama jika bawang merah disimpan, yang mengharuskan petani segera untuk menjualnya. Untuk mendapatkan keuntungan yang optimal, maka diperlukan adanya sistem pemasaran yang efisien. Saluran pemasaran yang terbentuk panjang menyebabkan harga penjualan di petani menjadi rendah, saat penjualan ke konsumen harga menjadi tinggi. Semakin sedikit lembaga pemasaran yang terlibat maka akan semakin efisien sehingga pemasaran hasil produksi bawang merah yang dilakukan dapat dirasakan oleh petani.

Adapun tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah mengetahui saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Laut Tawar Kabupaten Aceh Tengah apakah sudah efisien dan mengetahui usahatani bawang merah dapat memberikan pendapatan yang layak bagi petani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Laut Kabupaten Aceh Tengah. Waktu penelitian dilaksanakan pada Bulan Mei - Juni 2018.

Objek dan Ruang Lingkup Pertanian

Objek penelitian berfokus pada petani yang mengusahakan bawang merah serta pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada efisiensi saluran pemasaran, pendapatan usahatani dan kelayakan usahatani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar.

Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode *survei* menggunakan kuesioner. Jenis data yang di kumpulkan adalah data primer maupun data sekunder. Data primer adalah data yang langsung di peroleh dari objek yang di teliti di peroleh dari hasil wawancara dan kuisisioner. Sedangkan data sekunder adalah data yang di peroleh dari berbagai sumber yang di publikasikan secara resmi. Data sekunder yang di perlukan bersumber dari laporan, jurnal, website, dan dokumen yang di publikasikan oleh lembaga-lembaga dalam maupun luar negeri. Sumber data yang di gunakan dalam penelitian berupa responden, untuk pengumpulan data menggunakan kuisisioner kepada petani bawang merah dan lembaga pemasaran.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini pada petani usahatani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar terdiri dari 12 desa, dari 12 desa dipilih 3 desa yang menjadi desa sampel, yaitu Desa Pedemun One-one, Desa Toweren Antara dan Desa Gunung Suku. Pengambilan sampel petani dalam penelitian ini sebanyak 47 orang petani. Dengan teknik penarikan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Sedangkan penarikan sampel untuk pedagang menggunakan teknik *Snowball Sampling*.

Variabel dan Model Analisis

Variabel yang di gunakan penelitian ini adalah:

- 1 Harga jual adalah harga pada tingkat lembaga pemasaran bawang merah dinyatakan dalam satuan Rupiah/Kg.
- 2 Saluran pemasaran adalah rangkaian penyaluran bawang merah dari produsen (petani) ke tangan konsumen akhir.
- 3 Lembaga pemasaran adalah individu atau badan yang melaksanakan kegiatan pemasaran bawang merah.
- 4 Pedagang lokal merupakan pedagang pengumpul yang membeli barang dagangan dari produsen (petani) secara langsung.
- 5 Efisiensi pemasaran adalah kondisi pemasaran dimana petani dapat bekerja atas dasar biaya input yang rendah tanpa mengurangi kepuasan konsumen.
- 6 Marjin pemasaran adalah perbedaan harga antara pembayaran konsumen dengan harga yang diterima oleh petani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar (Rp)
- 7 Pendapatan usaha adalah nilai penjualan dikurangi dengan biaya produksi dinyatakan dalam satuan Rupiah/Kg/Musim tanam.

- 8 Kelayakan usaha adalah layak tidaknya suatu usaha yang dilaksanakan dengan berhasil dan menguntungkan berdasarkan kriteria R/C dan BEP.

Model Analisis

Analisis Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran di Kecamatan Laut Tawar dapat di analisis dengan mengetahui bagaimana saluran pemasaran hingga sampai ke tangan konsumen. Saluran pemasaran yang berbeda memberikan keuntungan yang berbeda bagi setiap lembaga yang terlibat pada saat proses terjadinya kegiatan pemasaran.

Margin Pemasaran

$$M = Hp - Hb \dots\dots\dots (Anindita, 2004)$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran (Rp/kg)

Hp = Harga Penjualan (Rp/kg)

Hb = Harga Pembelian (Rp/kg)

Profit Margin

PM = MP - BP atau

$$PM = \frac{HJ - (HPP + BP)}{HJK} \times 100\% \dots\dots\dots (Azzaino, 2015)$$

Keterangan :

PM = Profit Margin (Rp)

MP = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

BP = Biaya Pemasaran (Rp)

HJK = Harga jual bawang merah (Rp/Kg)

HPP = Harga Pokok Penjualan atau Harga Beli (Rp/Kg)

Efisiensi Pemasaran

$$Ep = (TB/TNP) \times 100\% \dots\dots\dots \text{Soekartawi (2005)}$$

Keterangan :

Ep = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya Pemasaran (Rp)

TNP = Nilai Produk Bawang Merah yang dipasarkan (Rp)

Dengan kaedah kepuasan :

1. Ep < 50% Efisien
2. Ep > 50% Tidak Efisien

Pendapatan

Keuntungan di hitung dengan menggunakan rumus :

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (Dumairy, 2004)$$

Dimana :

π = Keuntungan

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya Produksi

Kelayakan Usaha

$$R/C \text{ ratio} = \frac{TR}{\dots\dots\dots} \dots\dots\dots (Rizki, 2010)$$

TC

Keterangan:

R/C ratio = Perbandingan antara penerimaan dan biaya

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Biaya Total (Rp)

Keputusan:

R/C >1 = Berarti usaha yang dilakukan secara ekonomis efisien atau menguntungkan.

R/C ≤1 = Berarti usaha yang dilakukan secara ekonomis tidak efisien atau tidak menguntungkan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Saluran pemasaran bawang merah yang terbentuk terdiri dari dua macam saluran pemasaran yaitu :

1. Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir
2. Petani – Pedagang Pengumpul – Konsumen Akhir

Pemasaran bawang merah pada saluran pertama yaitu pemasaran bawang merah dilakukan oleh petani yaitu ke pedagang pengumpul. Kemudian pedagang pengumpul menjualnya kembali ke pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual kembali ke konsumen akhir. Pada saat proses pemasaran, pedagang pengumpul melakukan transaksi jual beli bawang merah dan mengangkut hasil bawang merah ke lokasi dimana tempat para pedagang pengecer yang akan menjual kembali bawang merah. Kemudian pedagang pengecer melakukan penjualan kembali ke konsumen akhir. Pemasaran bawang merah pada saluran kedua yaitu dari petani ke pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul memasarkan kembali ke konsumen akhir. Pedagang pengumpul membeli bawang merah langsung dengan mendatangi petani ke lokasi tempat petani menanam bawang merah. Pada saluran II pedagang pengumpul langsung memasarkan bawang merah yang di beli dari petani ke konsumen akhir. Pemasaran yang dilakukan pedagang pengumpul di lakukan pada hari pekan atau pasar mingguan.

Analisis Margin Pemasaran dan Profit Pemasaran

Tabel 3. Margin Pemasaran dan Profit Margin Pemasaran Pada Saluran Pertama

No	Lembaga Pemasaran	Harga dan Biaya Pada Masing – Masing Lembaga Pemasaran	
		Rp (Kg)	Persentase (%)
1	Petani		
	Harga Jual	20.000	
	Biaya Produksi	7.273,34	29,09
	Sortasi	850	0,34
	Biaya Pengemasan	70,5	0,28
	Total Biaya Pemasaran	920,5	3,68
	Profit Margin	4.079,5	16,31
2	Pedagang Pengumpul		
	Harga Beli	20.000	
	Harga Jual	23.000	
	Sortasi	1.000	0,04
	Pengemasan	70,8	0,28

No	Lembaga Pemasaran	Harga dan Biaya Pada Masing – Masing Lembaga Pemasaran	
		Rp (Kg)	Persentase (%)
	Transportasi	54,9	0,21
	Susut/Rusak	535	2,14
	Penyimpanan	2.65	1,06
	Margin Pemasaran	3.000	0,12
	Total Biaya Pemasaran	1.663,3	6,65
	Profit Margin	1.336,7	5,34
3	Pedagang Pengecer		
	Harga Beli	23.000	
	Harga Jual	25.000	
	Sortasi	500	0,02
	Pengemasan	67,9	0,27
	Transportasi	148	0,59
	Susut/Rusak	712	0,28
	Penyimpanan	1.77	0,70
	Margin Pemasaran	2.000	0,08
	Total Biaya Pemasaran	1.429,6	5,71
	Profit Margin	570,4	2,28
	Harga Beli Konsumen	25.000	100
	Margin Pemasaran Petani	5.000	2

Sumber : Data Primer (Diolah), 2018

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan perhitungan margin pemasaran bawang merah pada saluran pertama bahwa harga jual yang dilakukan petani sebesar Rp.20.000/Kg dengan biaya produksi sebesar Rp.7.273,34 atau sebesar 29,09% dan biaya pemasaran yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp.920,5 atau 3,68% dengan profit margin sebesar Rp. 4.079,5 atau sebesar 16,31%. Pada pedagang pengumpul, harga beli bawang merah seharga Rp. 23.000 dengan total biaya pemasaran sebesar Rp. 1.663,3 yang terdiri dari biaya sortasi, pengemasan, transportasi dan biaya penyimpanan. Adapun margin pemasaran pedagang pengumpul sebesar Rp. 3.000 dengan profit margin sebesar Rp. 1.336,7 atau sebesar 6,65%. Sedangkan harga jual pedagang pengecer sebesar Rp. 25.000/Kg dengan margin pemasaran sebesar Rp. 2000 dan profit margin sebesar Rp.570,4 atau sebesar 2,28%. Sehingga di dapat margin pemasaran total pada saluran pertama ini sebesar Rp. 5.000/Kg atau sebesar 2%.

Tabel 4. Margin Pemasaran dan Profit Margin Pemasaran Pada Saluran Kedua

No	Lembaga Pemasaran	Harga dan Biaya Pada Masing – Masing Lembaga Pemasaran	
		Rp (Kg)	Persentase (%)
1	Petani		
	Harga Jual	20.000	
	Biaya Produksi	7.273,34	31,62
	Sortasi	850	
	Biaya Pengemasan	70,5	
	Total Biaya Pemasaran	920,5	0,40
	Profit Margin	2.079,5	9,04
2	Pedagang Pengumpul		
	Harga Beli	20.000	
	Harga Jual	23.000	
	Sortasi	1.000	0,43
	Pengemasan	70,8	0,30

No	Lembaga Pemasaran	Harga dan Biaya Pada Masing – Masing Lembaga Pemasaran	
		Rp (Kg)	Persentase (%)
	Transportasi	54,9	0,23
	Susut/Rusak	535	2,32
	Penyimpanan	2.65	1,15
	Margin Pemasaran	3.000	13
	Total Biaya Pemasaran	1.663,3	7,23
	Profit Margin	1.336,7	5,81
	Harga Beli Konsumen	23.000	100
	Margin Pemasaran Petani	3.000	13

Sumber : Data Primer (Diolah), 2018

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai perhitungan margin pemasaran bawang merah di Kecamatan Laut Tawar pada saluran kedua, harga jual petani sebesar Rp. 20.000/Kg dengan biaya produksi sebesar Rp. 7.273,34 atau sebesar 31,62% dengan biaya pemasaran sebesar Rp. 920,5 atau sebesar 0,40% dan profit pemasaran sebesar Rp.2.079,5 atau sebesar 9,04%. Sedangkan pedagang pengumpul total biaya pemasaran sebesar Rp. 1.663,3 dengan profit margin sebesar Rp.1.336,16 atau sebesar 5,81. Adapun margin total pemasaran sebesar Rp. 3000/Kg atau sebesar 13%.

Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan indikator yang digunakan guna mengetahui kinerja dalam pemasaran bawang merah ini. Untuk mengetahui apakah sistem pemasaran bawang merah yang dilakukan di Kecamatan Laut Tawar berdasarkan saluran pemasaran yang dilakukan pada saluran I dan saluran II apakah saluran pemasaran sudah efisien atau belum efisien. Adapun nilai efisiensi pemasaran bawang merah di Kecamatan Laut Tawar dapat dilihat sebagai berikut :

- 1) Saluran Pemasaran I = 36,82%
- 2) Saluran pemasaran II = 40,02%

Dari hasil analisis diperoleh bahwa saluran pemasaran bawang merah yang berada di Kecamatan Laut Tawar sudah efisien. Hal ini terlihat dari nilai EP pada saluran I sebesar 36,82 %, saluran II terlihat nilai EP sebesar 40,02%. Nilai tersebut memenuhi syarat ketentuan dimana jika $EP < 50\%$ maka saluran pemasaran yang dilakukan di Kecamatan Laut Tawar tersebut dinilai sudah efisien. Pemasaran bawang merah di Kecamatan Laut Tawar ketiga saluran pemasaran tersebut sudah efisien karena bagian yang diterima petani dan pedagang tidak lebih dari 50%.

Pendapatan Usahatani

Besarnya keuntungan yang diperoleh dalam menjalankan usahatani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar yang dihitung dalam penelitian ini sangat berhubungan dengan biaya peralatan usahatani, biaya penggunaan sarana produksi dan biaya penggunaan tenaga kerja.

Tabel 5. Biaya Produksi pada Usahatani Bawang Merah per Ha/Musim Tanam.

No	Komponen Biaya	Biaya Produksi	Total
----	----------------	----------------	-------

		Biaya Variabel (Rp)	Biaya Tetap (Rp)	(Rp/Ha)
1	Tenaga Kerja	22.233.377		
2	Biaya Penyusutan		1.031.999	
3	Sarana Produksi	24.295.000		
	Jumlah	46.528.377	1.031.999	47.560.376

Sumber: Data Primer (Diolah), 2018

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa besarnya biaya produksi rata-rata yang dikeluarkan oleh petani adalah sebesar Rp. 47.560.376/Ha/Musim Tanam. Biaya produksi yang paling besar terdapat pada komponen biaya sarana produksi. Sarana produksi dalam budidaya bawang merah dilokasi penelitian tinggi karena bibit bawang merah lebih mahal dari pada harga jual bawang merah yaitu Rp. 25.000 per kg sedangkan harga jual bawang merah Rp.20.000 per Kg dan juga pada pemakaian pupuk dan pestisida pada tanaman bawang merah yang digunakan petani untuk menghindari penyakit tanaman bawang merah selama musim tanam berlangsung.

Produksi merupakan penerimaan kotor dalam bentuk fisik dari proses produksi yang dikeluarkan dan dinyatakan dalam satuan Kg/Ha. Nilai produksi merupakan hasil produksi bawang merah setiap petani yang dikalikan dengan harga jual bawang merah di tingkat petani yang dinyatakan dalam satuan Rp/Kg.

Tabel 6. Rata-rata Produksi, Harga Jual dan Penerimaan Petani Bawang Merah per Ha/Musim Tanam.

No	Keterangan	Satuan	Jumlah Rata-rata
1	Produksi	Kg/Ha	6.539
2	Harga Jual	Rp/Kg	20.000
3	Penerimaan	Rp/Ha/MT	130.780.000

Sumber: Data Primer (DiOlaha), 2018

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah rata-rata produksi bawang merah di Kecamatan Laut Tawar sebesar Rp. 6.539 Kg/Ha dengan harga jual bawang merah sebesar Rp.20.000 Kg, sehingga di dapat penerimaan yang di peroleh dari usahatani bawang merah yaitu Rp. 130.780.000/Ha/Musim Tanam. Untuk mengetahui pendapatan usahatani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\pi &= TR - TC \\ &= \text{Rp. } 130.780.000 - \text{Rp. } 47.560.376 \\ &= \text{Rp. } 83.219.624\end{aligned}$$

Pendapatan yang diperoleh oleh petani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar yaitu sebesar Rp. 83.219.624. Untuk mengetahui usahatani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar layak atau tidak untuk diusahakan, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\begin{aligned}\text{R/C ratio} &= \frac{TR}{TC} \\ &= \frac{\text{Rp. } 130.780.000/\text{Ha}}{\text{Rp. } 47.560.376/\text{Ha}} \\ &= 2.74\end{aligned}$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa nilai R/C sebesar 2,74 yang berarti setiap pengeluaran petani sebesar 1,00 akan mendapatkan pendapatan sebesar Rp. 2,74. Perhitungan

nilai tersebut lebih besar dari 1 ($R/C > 1$) Artinya, usahatani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar layak dan menguntungkan untuk di usahakan oleh petani. Untuk melihat seberapa besar volume produksi usahatani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar sehingga terjadi *Break Even Point* (BEP) pada volume produksi dapat menggunakan rumus :

$$\begin{aligned} \text{BEP Produksi} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Harga Jual}} \\ &= \frac{\text{Rp. 47.560.376}}{\text{Rp. 20.000/Kg}} \\ &= 2.378 / \text{Kg} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa *Break Even Point* (BEP) volume produksi atau titik pulang pokok dari usahatani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar terjadi pada saat produksi 2.378 Kg/Ha/Musim Tanam. Untuk melihat seberapa besar Break Event Point (BEP) usahatani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\begin{aligned} \text{BEP Harga} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Jumlah Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp. 47.560.376}}{6.539 \text{ Kg}} \\ &= \text{Rp. 7.273} \end{aligned}$$

Dapat dilihat pada perhitungan di atas bahwa tingkat BEP harga produksi tercapai Rp. 7.273 per Kg. Artinya pada saat harga mencapai Rp. 7.273 per Kg, usahatani bawang merah pulang pokok atau pulang modal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis efisiensi pemasaran saluran I dan saluran II di peroleh nilai masing-masing 36,82 % dan 40,02 % Artinya, dua jenis saluran pemasaran bawang merah yang terbentuk sudah efisien.
2. Kegiatan usahatani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar Kabupaten Aceh Tengah layak dan menguntungkan untuk diusahakan. Hal tersebut di buktikan dari hasil perhitungan R/C ratio yang diperoleh yaitu sebesar 2.74 Dimana nilai tersebut memenuhi syarat ketentuan ($R/C > 1$), artinya layak dan menguntungkan serta di peroleh nilai BEP Produksi sebesar 2.378 /Kg dan nilai BEP harga sebesar Rp. 7.273 yang artinya usahatani bawang merah pulang pokok atau pulang modal.

Saran

1. Sebaiknya petani bawang merah di Kecamatan Laut Tawar dapat membentuk suatu badan pemasaran sehingga dalam menjual hasil bawang merah tidak lagi bergantung kepada pedagang pengumpul.

2. Diharapkan kepada petani kedepannya menjual bawang merah dengan bentuk kering seperti dilakukannya penjemuran sebelum di pasarkan agar meningkatkan nilai jual bawang merah.
3. Diharapkan petani dapat mempunyai gudang tempat penyimpanan bawang merah agar bawang merah tetap terjaga kualitasnya dan dapat membuat umur bawang merah akan lebih panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita. R. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus. Surabaya.
- Arikunto. S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Azzaino, Z.2005. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. IPB Bogor
- BPP. 2018. *Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Lut Tawar*. Aceh Tengah
- Dinas Pertanian Aceh Tengah. 2017. *Kadistan Panen Bawang Merah di Bintang*. Distan.Acehtengahkab.go.id/index.php/news/read/2017/10/27/70/kadistan-panen-bawang-merah-di-bintang.html (Diakses Jum'at 27 Oktober 2017)
- Dumairy. 2004. *Matematika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Bina Aksara. Jakarta.
- Istiyanti. 2010. *Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting Di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman The Marketing Efficiency Of Red Chili In Ngemplak Regency Sleman Distric*. Jurnal Pertanian Mapeta. Vol. Xii. No. 2 April 2010:72.
- Kamaluddin. 2008. *Lembaga dan Saluran Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kaslil. (14 Januari 2018). Petani bawang merah. (H. Fitryani, Interviewer)
- Kompasiana.2017. *Sekolah Lapangan Bawang Merah di Tepi Danau Lut Tawar*.
- Kohl. R.L dan Downy. 1972. *Marketing Of Agricultural Product Fourth Ed*. Macmillan Co. New York
- Kotler P Dan Keller. 1998. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*. Jilid 2. Penerbit Pt Advertising Research.
- Kotler. P. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta
- Limbong, S. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian (Bahan Kuliah Jurusan Ilmu- Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian)*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Mubyarto, 1985. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3es. Jakarta.
- Munawir. 2007. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta.
- Purwadana, 1994. *Penanganan Pasca Panen*. Grasindo. Jakarta.
- Rabbani Nurjaya. 2015. *Efisiensi Pemasaran Bawang Merah (Allium Ascalonicum L) Di Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Jenderal Soedirman.
- Rasoki, T. 2018. *Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah*. Grahatani Vol. 4
- Rizqi. 2010. *Jurnal Agrise*. Jawa Timur. Universitas Brawijaya.
- Santoso. T. I. 2014. *Efisiensi Pemasaran Beberapa Komoditas Sayuran Utama Di Kabupaten Indramayu*. Jurnal. Agri Wiralodra. Vol. 6 No. 2. September 2014.
- Silvana. A. 2016. *Analisis Pemasaran Bawang Merah Di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromahu Kabupaten Sigi*. Jurnal. Agrotekbis. Vol.4 No.1. Februari 2016. Palu
- Soekartawi, 1993. *Pembangunan Pertanian*. PT. Raja Grafindo Indonesia. Jakarta.
- Soekartawi, 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Pustaka. Jakarta.

- Soekartawi, 2001. *Strategi Pemasaran Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Hasil-Hasil Pertanian: Teori Dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Stanton. W. J. 1984. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Sudiyono. A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.
- Sukirno. S. 2003. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. PT. Salemba Empat. Jakarta.
- Suswarsono. H. 2000. *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta.
- Sutariyah. 2006. *Ilmu Usahatani*. Swadaya, Jakarta.
- Syarif, K. 2011. *Analisis Kelayakan Usaha Produk Minyak Aromatik Merek Flosch*. Skripsi Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Syukrianto. A.S.dan Handayani. H.J. 2015. *Analisis Pemasaran Bawang Merah Lembah Palu Di Desa Wombo Kalonggo Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala*. E-Jurnal. Vol. 3 No. 5 Oktober 2015.
- Triana.L.A. dan Fahmi. A. 2016. *Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Gerung Kabupaten Lombok Barat*. Jurnal fakultas Pertanian Universitas Islam Al-Azhar. Vol. 10. No.2 September 2016.
- Tuti. A. 2014. *Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Daun Desa Alamendah, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.