

## Analisis Pemasaran Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie

(Marketing Analysis of Shallot (*Allium ascalonicum* L.) in Simpang Tiga District, Pidie Regency)

Johar Ardiansyah<sup>1</sup>, Akhmad Baihaqi<sup>1</sup>, Lukman Hakim<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

\*Corresponding author: lukman.hakim.sp.mp@unsyiah.ac.id

**Abstrak.** Kecamatan Simpang Tiga merupakan salah satu sentral penghasil Bawang Merah di Kabupaten Pidie. Pemasaran hasil panen Bawang Merah selama ini masih dilakukan di tingkat lokal yaitu di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya margin dan tingkat efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie. Objek pada penelitian ini adalah petani bawang merah dan pedagang perantara bawang merah yang terdapat pada daerah penelitian. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran bawang merah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey melalui teknik wawancara dan kuesioner serta pengambilan sampel petani bawang merah dilakukan dengan cara penentuan sampel acak sederhana (*perposive sampling*) dan Snowball Sampling untuk pengambilan sampel pedagang perantara. Jumlah sampel yang diambil adalah 67 orang petani dan 26 pedagang perantara yaitu 6 pedagang pengumpul dan 20 pedagang pengecer. Terdapat dua jenis saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie, dari hasil penelitian diketahui margin pemasaran pada saluran I lebih kecil dibandingkan dengan margin pemasaran saluran II, pada saluran I margin pemasaran bawang merah adalah Rp. 11.000,- /Kg. Sedangkan pada saluran II margin pemasaran bawang merah adalah Rp. 12.000,- /Kg. Hal ini disebabkan karena panjangnya saluran pemasaran dan besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang perantara yang terlibat. Pemasaran bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie sudah efisien, karena nilai efisiensi pemasaran dari saluran pemasaran I dan II adalah 31,4% dan 34,3% lebih kecil dari 50%.

**Kata kunci :** Bawang merah, Pemasaran, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran.

**Abstract.** Simpang Tiga District is one of the central producers of shallots in Pidie Regency. Marketing of Shallots harvest is still carried out at the local level, namely in Simpang Tiga District, Pidie Regency. The purpose of this study was to determine the margin and level of marketing efficiency in each shallot marketing channel in Simpang Tiga District, Pidie Regency. The object of this research are shallot farmers and shallot intermediary traders in the research area. The scope of this research is limited to the analysis of marketing margins and marketing efficiency of shallots. The method used in this research is a survey method through interview and questionnaire techniques and the sampling of shallot farmers is done by determining a simple random sample (*perposive sampling*) and Snowball Sampling for sampling intermediary traders. The number of

samples taken were 67 farmers and 26 intermediary traders, namely 6 collectors and 20 retailers. There are two types of shallot marketing channels in Simpang Tiga District, Pidie Regency, from the results of the study it is known that the marketing margin in channel I is smaller than the marketing margin of channel II, in channel I the marketing margin of shallot is Rp. 11,000,- /Kg. While in channel II the marketing margin of shallots is Rp. 12,000,- /Kg. This is due to the length of the marketing channel and the large marketing costs incurred by the intermediary traders involved. The marketing of shallots in Simpang Tiga District, Pidie Regency is already efficient, because the marketing efficiency values of marketing channels I and II are 31.4% and 34.3% are less than 50%.

**Keywords:** Shallot, Marketing, Marketing margin, Marketing efficiency.

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara tropis yang kaya akan sumber daya alam sehingga banyak tanaman yang dapat tumbuh subur, baik itu tanaman pangan, perkebunan maupun hortikultura. Bawang merah yang termasuk tanaman hortikultura dapat tumbuh di sepanjang musim panas atau kemarau dikarenakan bawang merah dapat tumbuh dengan baik pada saat cuaca cerah, bawang merah tidak akan tumbuh baik di musim hujan dikarenakan tidak cocoknya tanaman bawang merah dengan lahan yang tergenang air dan becek. Oleh karena itu banyak petani yang menanam bawang merah di saat musim kemarau. Sebagian besar makanan di Indonesia seringkali menambahkan bawang merah untuk menambah kenikmatan suatu makanan. Pada bawang merah terdapat senyawa asam glutamat, dimana natural essence (penguat rasa alamiah) inilah yang menimbulkan rasa bertambah lebih lezat dan enak. Kandungan gizi yang terdapat dalam bawang merah sangat baik untuk menjaga kesehatan badan (Jaelani, 2007).

Menurut (Assauri), saluran pemasaran yaitu setiap lembaga-lembaga yang melakukan proses pemasaran suatu barang, mau itu barang maupun jasa dimulai dengan produsen hingga sampai kepada konsumen (Saleh dan Miah, 2019). Margin pemasaran (*Marketing Margin*) adalah harga yang dibiayai oleh konsumen dikurangi harga yang diterima oleh produsen. Tingkat harga yang harus dibayarkan oleh konsumen dan diterima oleh produsen sangat tergantung pada bentuk dan struktur pasar yang berlaku, Panjangnya saluran pemasaran seringkali juga menimbulkan pemasaran yang kurang efisien. Margin pemasaran menjadi tinggi akibat bagian yang diterima petani produsen (*farmer's share*) menjadi kecil. Hal ini sangat tidak menggairahkan produsen untuk memproduksi (Hanafie, 2010).

Efisiensi adalah penggunaan sumber daya secara minimum guna pencapaian hasil yang optimum. Saluran pemasaran yang efisien merupakan saluran pemasaran yang memiliki tingkat margin pemasaran yang rendah (Mulyani, 2014). Efisiensi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor pasar psikologis, yaitu seperti melalui pengembangan pasar masal, dorongan kompetisi dan peningkatan penghasilan personal (Kotler, 2009). Efisiensi pemasaran bisa dicapai menggunakan pengukur akan puasnya konsumen terhadap barang dan jasa yang ditawarkan, produsen serta lembaga-lembaga pemasaran yang ikut serta pada proses saluran pemasaran (Asmarantaka, 2014).

Kabupaten pidie merupakan salah satu sentra utama yang memproduksi bawang merah di Aceh dengan Kecamatan Simpang Tiga sebagai salah satu pemasok terbesar dari komoditi bawang merah di Kabupaten Pidie, datanya dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Lima Kabupaten Sentra Utama Produksi Komoditi Bawang Merah Tahun 2021 di Provinsi Aceh

Kecamatan	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
Simpang Tiga	136	2153,9	15,84
Pidie	80	682,2	8,53
Batee	42	390	9,28
Peukan Baroe	24	215,2	8,97
Indrajaya	14,5	145,1	10,01

Sumber :Dinas Pertanian dan Perkebunan Provinsi Aceh, 2022

Adapun permasalahan yang sering dihadapi oleh petani bawang merah adalah fluktuasi harga yang tidak menentu, fluktuasi harga tersebut seringkali merugikan para petani, Jika harga bawang merah stabil, para petani akan meraih keuntungan yang stabil. Apalagi harga bawang merah saat dalam kondisi cukup tinggi, para petani akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Mengingat hanya butuh 2 bulan untuk dapat memanen bawang merah, petani akan jauh lebih diuntungkan disaat harga bawang merah dalam kondisi stabil dan tinggi. Namun, tidak selamanya harga bawang merah dalam kondisi stabil apalagi tinggi, saat harga bawang merah turun petani akan mengalami kerugian. Kualitas dari bawang merah dan tingginya pasokan bawang merah dari luar aceh juga menyebabkan jatuhnya harga bawang lokal terlebih jika masuknya bawang impor dari negara-negara tetangga seperti Thailand dan Vietnam, apalagi ketika permintaan dan penawaran akan bawang merah tidak seimbang maka fluktuasi harga akan semakin tidak menentu yang pada akhirnya akan menyebabkan suatu saluran pemasaran menjadi tidak efisien dan margin pemasarannya akan menjadi lebih besar yang dapat merugikan para petani. Banyak penelitian sebelumnya mengenai masalah analisis efisiensi pemasaran tanaman-tanaman hortikultura seperti cabai merah, tomat dan bawang merah yang medapatkan hasil penelitian saluran pemasarannya tidak efisien, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang masalah ini untuk membuktikan apakah pemasaran bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga sudah efisien ataupun belum, mengingat Kecamatan Simpang Tiga sangat bagus potensinya dalam budidaya bawang merah dengan setiap tahunnya terus mengalami perluasan area yang ditanami bawang merah terutama saat setelah masa panen padi pada akhir musim penghujan memasuki musim kemarau. Permainan harga oleh para pengumpul juga menjadi masalah utama yang sering ditemui.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah margin pemasaran bawang merah pada setiap saluran pemasaran di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie?
2. Apakah pemasaran bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie sudah efisien?

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Pidie yang berlokasi di Kecamatan Simpang Tiga, lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan Kecamatan Simpang Tiga sebagai salah satu sentra utama produksi bawang merah terbesar di Kabupaten Pidie. Penelitian ini berlangsung pada bulan Februari-Agustus 2022.

## Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini adalah petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer bawang merah yang ada di kecamatan Simpang Tiga. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada saluran pemasaran, analisis margin pemasaran, *share* petani dan efisiensi pemasaran bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie.

## Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer yang terlibat dalam proses pemasaran bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie. Sampel diambil pada petani bawang merah dan beberapa pedagang pengumpul dan pedagang pengecer yang berada di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie.

Lokasi penelitian berada di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie. Kecamatan Simpang tiga ini terdiri dari 51 desa yang merupakan sebagian besar penduduk tersebut bekerja dibagian sektor pertanian dan kelautan serta perikanan. Dari 51 desa diambil 3 desa untuk dilakukan pengambilan sample dengan menggunakan *perposive sampling*. Desa-desa tersebut ditentukan dengan melihat produksi tertinggi bawang merah dan banyaknya petani bawang merah.

Metode *perposive sampling* merupakan penentuan data yang dilakukan dengan cara pertimbangan tertentu (Armeini, 2017). Adapun populasi dari tiga desa yaitu berjumlah 80 orang petani. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2. Populasi petani bawang merah di tiga desa di Kecamatan Simpang Tiga

No	Nama Desa	Populasi Petani (jiwa)	Sampel (jiwa)
1	Linggong Sagoe	32	27
2	Pulo Blang	25	21
3	Lambideng	23	19
	<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>67</b>

Sumber : Balai Penyuluhan Kec. Simpang Tiga (data diolah), 2022

Penentuan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini dihitung menggunakan perhitungan sampel teknik slovin, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = persentase kelonggaran ketelitian kesalahan dalam pengambilan keputusan (e =0,05)

Maka perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$n = \frac{80}{1 + (80)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{80}{1,2}$$

$$n = 67$$

Jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 67 petani dari 3 desa di Kecamatan Simpang Tiga. Metode pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel pedagang pengumpul dan pedagang pengecer adalah *Snowball sampling*, dimana pada teknik ini mengambil jumlah sampel yang semula jumlahnya kecil kemudian semakin membesar ibarat bola salju. Berdasarkan hasil wawancara di tempat penelitian diketahui bahwa jumlah sampel untuk pedagang pengumpul bawang merah sejumlah 6 orang dan pedagang pengecer bawang merah sebanyak 20 orang pada saluran satu tingkat dan saluran dua tingkat. *Snowball Sampling* merupakan metode pengambilan sampel dimana partisipan akan dituntun untuk memilih partisipan lainnya.

### Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah :

1. Data Primer adalah data yang diperoleh dengan wawancara langsung petani (produsen) maupun lembaga-lembaga yang ada pada masing-masing saluran pemasaran.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan mencatat data yang diberikan oleh instansi yang ada kaitannya dengan penelitian ini meliputi data dari Dinas Pertanian dan

perkebunan Aceh, Dinas pertanian dan perkebunan Pidie, laporan penelitian, dan juga sumber lain yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab mengenai margin pemasaran dan efisiensi pemasaran komoditas bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga adalah dengan menggunakan metode analisis efisiensi pemasaran dan margin pemasaran serta *share* petani. Menghitung margin pemasaran, *share* petani dan efisiensi pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus:

a. Margin pemasaran

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran Bawang Merah (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

b. *Share* petani

$$Sf = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

Sf = *Share* (bagian) yang diterima petani (%)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

Kaidah keputusan :

Nilai *share* pemasaran  $\geq 40\%$  = efisien

Nilai *share* pemasaran  $\leq 40\%$  = tidak efisien (Putri *et al.*, 2014).

c. Efisiensi Pemasaran

$$Eps = \frac{Pr - Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

Eps = Efisiensi Pemasaran (%)

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

Kaidah keputusan :

Eps < 50% = efisien

Eps > 50% = tidak efisien

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Petani

Karakteristik petani bawang merah merupakan gambaran kemampuan petani dalam melaksanakan kegiatan usaha tani. Adapun karakteristik petani dalam penelitian ini meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman bertani bawang merah dan jumlah tanggungan. Keempat unsur karakteristik tersebut akan sangat mempengaruhi kemampuan, kegiatan dan keterampilan petani dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki. Untuk mengetahui karakteristik petani bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga dapat dilihat pada table 3.

Tabel 3. Karakteristik petani bawang merah (*Allium ascalonicum L.*) di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie Tahun 2022

No	Karakteristik	Satuan	Rata-rata
1	Umur	Tahun	44

---

2	Pendidikan	Tahun	12
3	Pengalaman	Tahun	6
4	Tanggung jawab Keluarga	Jiwa	4
5	Luas lahan	Ha	0,16

---

Sumber : Data Primer (diolah) 2022

Pada tabel 3 bisa kita lihat antara lain umur rata-rata petani bawang merah adalah 44 tahun, usia ini tergolong produktif. Berdasarkan komposisi penduduk, umur dapat dibagi ke dalam tiga bagian ialah umur 0-14 tahun termasuk penduduk belum produktif, penduduk umur 15-64 tahun tergolong produktif serta umur 65 tahun keatas termasuk dalam umur sudah tidak produktif lagi.

Petani bawang merah rata-rata menempuh pendidikan sampai 12 tahun, dengan kata lain menempuh pendidikan hingga ke jenjang SMA atau sederajat. Pendidikan sangat penting bagi petani agar mampu mengembangkan kepribadian, sehingga mampu mengambil keputusan yang akan dihadapi dalam membudidayakan tanaman bawang merah sedangkan rata-rata pengalaman petani di tempat penelitian adalah selama 6 tahun.

Jumlah rerata tanggungan petani bawang merah adalah 4 jiwa, dimana senantiasa membantu petani dalam melaksanakan tahapan-tahapan bertani bawang merah Untuk rerata luas lahan seluas 0,16 Ha. Bisa disimpulkan jika petani bawang merah pada Kecamatan Simpang Tiga tergolong dalam petani berlahan sempit dengan lahan rata-rata 0,16 Ha/Petani.

Petani bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga yang termasuk dalam golongan yang berumur muda pada kenyataannya lebih maksimal dan potensial dalam melakukan kegiatan bertani. Hal ini disebabkan petani muda lebih mampu berkerja keras. Semakin muda umur petani akan semakin mudah serta cepat menerima inovasi-inovasi baru.

Tingkat pendidikan selain salah satu upaya untuk mengembangkan sumber daya manusia, juga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan kerja seseorang serta merupakan faktor penunjang dalam penyerapan teknologi terbaru oleh petani. Pendidikan yang ditempuh petani di lokasi penelitian mempengaruhi cara pengambilan keputusan dan pola pikir. Hal ini dikarenakan pendidikan merupakan sarana dalam meningkatkan kualitas kerja yang dapat memberikan kontribusi yang dibutuhkan. Secara ekonomi, pendidikan juga salah satu penunjang untuk mendapatkan informasi dan

perkembangan yang ada pada suatu bidang, dalam hal ini khususnya dalam sektor pertanian bawang merah.

Pengalaman bertani juga mempengaruhi kemampuan dalam mengalokasikan faktor-faktor produksi. Petani responden yang lebih lama berpengalaman dalam bidang penanaman bawang merah, lebih cekatan mengenai tekni-teknik dalam bertani bawang merah. Sehingga produktivitas bawang merah yang ditanam jauh lebih baik apabila petani sudah berpengalaman dibandingkan dengan petani pemula.

Selain ketiga faktor tersebut, jumlah tanggungan keluarga juga mempengaruhi pendapatan dan pengeluaran khususnya bagi petani bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga. Semakin banyak tanggungan semakin tinggi pengeluaran petani, hal ini ditinjau dari tingkat konsumsi keluarga. Namun demikian semakin banyak anggota dalam suatu keluarga petani akan semakin mengurangi tingkat lelah kerja petani, karena saling membantu dalam proses bertani.

### **Karakteristik Pedagang Perantara Bawang Merah**

Berdasarkan hasil penelitian di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie, terdapat dua pedagang perantara dalam pemasaran bawang merah yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul adalah orang yang membeli bawang merah dari petani selaku produsen kemudian menjual kembali kepada pedagang pengecer. Sedangkan pedagang pengecer adalah orang yang menjual bawang merah secara langsung kepada konsumen akhir di pasar. Untuk mengetahui karakteristik pedagang perantara bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga dapat di lihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik pedagang perantara bawang merah (*Allium ascalonicum L.*) di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie Tahun 2022

No	Karakteristik	Satuan	Rata-rata
1	Umur	Tahun	43
2	Pendidikan	Tahun	12
3	Pengalaman	Tahun	9
4	Tanggungjawab Keluarga	Jiwa	4

Sumber : Data Primer (diolah) 2022

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa rata-rata umur pedagang perantara bawang merah adalah 43 tahun, pendidikan rata-rata pedagang perantara yaitu 12 tahun atau tamatan SMA. Sementara itu pengalaman rata-rata pedagang perantara adalah selama 9 tahun, pengalaman dalam berdagang sangat dibutuhkan karena semakin berpengalaman akan semakin baik dalam mengelola sistem pemasaran tersebut. Sedangkan rata-rata jumlah tanggungan pedagang perantara adalah 4 jiwa, termasuk dalam kategori sedikit. Semakin banyak anggota keluarga akan semakin menambah beban perekonomian keluarga.

### Pemasaran Bawang Merah

Ketika bawang merah siap dipanen, petani terlebih dahulu menghubungi pedagang pengumpul untuk proses penjualan bawang merah. Kemudian pedagang pengumpul mendatangi petani dan melihat langsung bagaimana kualitas dan ukuran bawang merah yang ditawarkan petani. Hasil panen bawang merah sebesar 92% yaitu 38.000 Kg dijual kepada pedagang pengumpul, sedangkan untuk pedagang pengecer hanya dijual sejumlah 7% yaitu 3.000 Kg. Sementara itu, sisanya sebesar 1% atau setara dengan 500 Kg digunakan petani untuk kebutuhan sehari-hari dalam rumah tangga. Untuk rerata harga beli

dan jual, volum serta ukuran pembeliannya serta penjualannya bawang merah dari pedagang perantara bisa di lihat di bawah.

Tabel 5. Total volume, harga beli, harga jual, dari petani kepada pedagang perantara bawang merah per bulan Tahun 2022

Pedagang perantara	Pembelian		Penjual	
	Volume (Kg/Bulan)	Harga Beli	Volume (Kg/Bulan)	Harga Beli
Petani	-	-	41.000	23.000-24.000
Pedagang pengumpul	38.000	23.000	38.000	28.000
Pedagang pengecer	3.000	24.000	3.000	35.000

Sumber : Data Primer (diolah) 2022

Meskipun kualitas bawang merah relatif sarna, namun dalam penetapan harga jual bawang merah petani terlebih dahulu melihat pedagang perantaranya, yaitu pedagang pengumpul atau pedagang pengecer. Petani bawang merah pada Kecamatan Simpang Tiga menjual panennya senilai Rp. 23.000,- /Kg kepada pengumpul serta kepada pengecer senilai Rp. 24.000,- /Kg.

Harga beli bawang merah ditingkat pedagang pengumpul dari petani adalah sebesar Rp. 23.000,- /Kg. Lebih sedikit apabila dibanding harga beli ditingkat pedagang pengecer. Hal ini disebabkan pengumpul membeli langsung bawang merah dengan volume banyak kemudian menjual kembali kepada pedagang pengecer.

Untuk harga jual pada pengumpul senilai Rp. 28.000,- /Kg, dengan kata lain lebih kecil dari harga jual pengecer senilai Rp. 35.000,- / Kg. Penyebab tingginya harga jual pengecer dikarenakan pengecer terkena biaya kantong plastik, biaya transportasi serta biaya sewa lapak. Sedangkan pengumpul hanya terkena biaya karung, transportasi serta penggudangan tanpa harus mengeluarkan biaya untuk kantong plastik dan biaya sewa lapak.

Volume penjualan bawang merah pengumpul dan pengecer terlihat perbedaan yang signifikan. Hal ini terjadi karena pedagang pengecer dalam proses memasarkan bawang merah penuh dengan ketelitian agar tidak terjadi kerugian, dengan pertimbangan agar

bawang merah yang dibawa ke pasar oleh pedagang pengecer dapat terjual semua, mengingat banyaknya pesaing di pasar yang menjual bawang merah.

### Nilai Pembelian Bawang Merah

Kegiatan pembelian adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh penyalur agar mendapatkan bawang merah dari perantara lain dengan mengeluarkan sejumlah uang. Pengertian modal dalam cakupan penelitian ini adalah jumlah biaya yang telah dikeluarkan oleh pedagang perantara, baik pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer dalam membeli bawang merah tersebut. Meskipun pembelian bawang merah dapat dilakukan dengan berbagai cara namun satuan pembelian bawang merah adalah per kg. Rata-rata jumlah pembelian bawang merah harga pembelian dan nilai pembelian dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 6. Rata-rata jumlah pembelian, harga beli dan nilai pembelian pada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie Tahun 2022

No	Pedagang perantara	Jumlah Pembelian (Kg/Bulan)	Harga Pembelian (Rp/Kg)	Nilai Pembelian (Rp/Bulan)
1	Pedagang Pengumpul	6.333	23.000	145.666.667
2	Pedagang Pengecer	150	24.000	3.600.000

Sumber : Data Primer (diolah) 2022

Melihat hasil pada tabel bisa dipahami jika terdapat perbedaan rerata pembelian bawang merah dari petani antara pedagang pengumpul dengan pedagang pengecer di

Kecamatan Simpang Tiga. Jumlah rata-rata pembelian pedagang pengumpul mencapai 6.333 Kg/Bln. Hal ini disebabkan pengumpul mempunyai modal lebih banyak serta tidak menjual dagangannya dalam jumlah yang kecil atau eceran tetapi menjual dalam jumlah banyak kepada pedagang pengecer. Sehingga nilai pembelian yang diperoleh pedagang pengumpul jauh lebih tinggi daripada pedagang pengecer.

### Nilai Penjualan Bawang Merah

Penjualan adalah tahapan yang sangat penting karena kegiatan ini bertujuan agar dapat menjual dagangan dengan harapan mendapatkan keuntungan dalam penjualan bawang merah. Selain itu hasil penjualan bawang merah ini merupakan sumber pendapatan utama bagi pedagang perantara di Kecamatan Simpang Tiga. Rata-rata jumlah penjualan bawang merah harga penjualan dan nilai penjualan masing-masing pedagang perantara dapat di lihat di bawah.

Tabel 7. Rata-rata jumlah penjualan, harga jual, dan nilai penjualan pada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie

No	Pedagang perantara	Jumlah Pembelian (Kg/Bulan)	Harga Pembelian (Rp/Kg)	Nilai Pembelian (Rp/Bulan)
1	Pedagang Pengumpul	6.333	28.000	177.333.333
2	Pedagang Pengecer	150	35.000	5.250.000

Sumber : Data Primer (diolah) 2022

Melihat hasil pada tabel bisa dipahami ada perbedaan signifikan nilai penjualan bawang merah antara pedagang pengumpul dengan pedagang pengecer di Kecamatan Simpang Tiga . Hal ini dikarenakan pedagang pengumpul menanggung biaya yang banyak ketika pembelian bawang merah dalam jumlah yang besar. Sedangkan pengecer hanya membeli bawang merah dengan jumlah sedikit, sehingga nilai penjualan per bulan juga sedikit. Sehingga nilai penjualan bawang merah oleh pedagang pengumpul jauh lebih tinggi dibandingkan dengan nilai penjualan oleh pedagang pengecer, nilai penjualan pengumpul Rp. 177.333.333,- /bulan dan pengecer yaitu sebesar Rp. 5.250.000,- /bulan.

### Saluran Pemasaran Bawang merah (*Allium ascalonicum L.*)

Lembaga pemasarannya adalah petani bawang merah, pengumpul dan pengecer. Adapun bentuk sistematika saluran pemasarannya yaitu sebagai berikut:

1. Saluran I : Petani bawang merah → Pedagang pengecer → Konsumen.
2. Saluran II: Petani bawang merah → pengumpul → Pengecer → Konsumen.

Berdasarkan bentuk saluran diatas dapat diketahui bahwa saluran I termasuk saluran pemasaran satu tingkat, yaitu saluran pemasaran yang hanya memiliki satu pedagang perantara yaitu pedagang pengecer dan saluran II merupakan saluran dua tingkat karena memiliki dua pedagang perantara, yakni pedagang pengecer dan pedagang pengumpul.

Petani bawang merah di tempat penelitian umumnya menggunakan saluran pemasaran II, karena petani bisa menjual hasil panennya secara keseluruhan dengan waktu yang singkat dan tidak perlu mengeluarkan biaya karung. Pedagang pengecer bawang merah menjual dagangannya di berbagai pasar tradisional yang terdapat di sekitar Simpang Tiga dan Pasar Pante Teungoh. Pada saluran I tingkat, seluruh pedagang pengecer menjual bawang merah di Pasar Pante Teungoh. Sedangkan pada saluran II tingkat, pedagang pengecer menjual bawang merah di dua pasar, yaitu pasar Pante Teungoh, dan pasar Simpang Tiga.

Tabel 8. Distribusi pasar pedagang pengecer pada saluran II tingkat

No	Pasar Penjualan	Jumlah Penjualan (Kg/Bulan)	Persentase (%)
1	Pasar Pante Teungoh	30.400	80 %
2	Pasar Simpang Tiga	7.600	20 %

Sumber : Data Primer (diolah) 2022

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa pedagang pengecer pada saluran II menjual bawang merah dengan jumlah terbesar di Pasar Pante Teungoh yaitu sebesar 80% dari total pembelian dari pedagang pengumpul yakni 30.400 Kg dan 20% penjualan bawang merah dilakukan di Pasar Simpang Tiga. Pedagang pengecer yang berada di pasar Simpang Tiga merupakan persentase paling sedikit dalam jumlah penjualan, hal ini dikarenakan pasar tersebut dianggap kurang strategis apabila bawang merah dipasarkan dalam jumlah yang banyak, karena ditakutkan akan terjadi kerugian bagi pedagang

pengecer itu sendiri. Berbeda dengan saluran I tingkat, pedagang pengecer membeli bawang merah dari petani dalam jumlah rata-rata 150 Kg sehingga resiko akan terjadinya kerugian sangat rendah.

### Analisis Margin Pemasaran Bawang Merah

Margin pemasaran dapat memperlihatkan harga yang berbeda dari harga yang dikeluarkan oleh konsumen terhadap harga yang didapatkan oleh produsen (Rahim dan Astuti, 2007). Besarnya biaya pemasaran, profit margin dan margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie dapat di lihat pada Tabel 10.

Tabel 9. Biaya pemasaran, margin pemasaran dan profit margin pada saluran pemasaran bawang merah (*Allium ascalonicum L.*) ke konsumen di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie Tahun 2022

Lembaga dan Margin Pemasaran	Tipe, Harga, Biaya pada Setiap Lembaga Pemasaran	
	Tipe I	Tipe II
	Rp(Kg)	Rp(Kg)
<b>Petani Produsen</b>	24.000	23.000
Harga Jual	24.000	23.000
Biaya Karung	55	
<b>Pedagang Pengumpul</b>		
Harga Jual		28.000
<b>Biaya Pemasaran</b>		
Biaya Karung		60
Biaya Transportasi		650

Lembaga dan Margin Pemasaran	Tipe, Harga, Biaya pada Setiap Lembaga Pemasaran	
	Tipe I	Tipe II
	Rp(Kg)	Rp(Kg)
<b>Petani Produsen</b>	24.000	23.000
Harga Jual	24.000	23.000
Biaya Karung	55	
Biaya Penggudangan		93
<b>Profit Margin Pedagang Pengumpul</b>		<b>4.197</b>
<b>Pedagang Pengecer</b>		
Harga Jual	35.000	35.000
<b>Biaya Pemasaran</b>		
Biaya Kantong Plastik	340	357
Biaya Transportasi	400	356
Biaya Sewa Lapak	1.062	80
<b>Profit Margin Pedagang Pengecer</b>	<b>9.198</b>	<b>6.207</b>
<b>Konsumen Akhir</b>	<b>35.000</b>	<b>35.000</b>
<b>Margin Pemasaran</b>	<b>11.000</b>	<b>12.000</b>

Sumber : Data Primer (diolah) 2022

Saluran pemasaran tipe I adalah saluran pemasaran satu tingkat karena saluran pemasaran ini hanya menggunakan 1 pedagang perantara yaitu pedagang pengecer. Pada tipe saluran I ini petani bawang merah langsung menjual hasil panennya kepada pedagang pengecer. Saluran pemasaran tipe II adalah saluran pemasaran dua tingkat, dengan kata lain saluran ini menggunakan dua pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Petani menjual bawang merah kepada pedagang pengecer pada saluran tipe I sebesar RP. 24.000 per kilogram, berbeda dengan penjualan kepada pedagang pengumpul karena petani bawang merah pada saluran ini mengeluarkan biaya pemasaran untuk membeli karung yaitu sebesar RP. 55 per kilogram. Kemudian pedagang pengecer menjual bawang merah kepada konsumen sebesar RP. 35.000 per kilogram. Dalam melaksanakan proses penjualannya, pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran sebesar RP. 1.802 per kilogram sehingga menghasilkan keuntungan sebesar RP. 9.198 per kilogram.

Pada saluran pemasaran tipe II, petani menjual bawang merah kepada pedagang pengumpul sebesar Rp. 23.000 per kilogram. Kemudian pedagang pengumpul menjual bawang merah kepada pedagang pengecer sebesar Rp. 28.000 per kilogram. Dalam melaksanakan proses penjualan, pedagang pengumpul mengeluarkan biaya pemasaran sebesar RP. 803 per kilogram sehingga menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 4.197 per kilogram. Selanjutnya pedagang pengecer menjual bawang merah kepada konsumen dengan harga Rp. 35.000 per kilogram. Dalam melaksanakan proses penjualannya, pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran sebesar RP. 793 per kilogram sehingga menghasilkan keuntungan sebesar RP. 6.207 per kilogram.

Selisih harga jual di tingkat petani dan pedagang pengumpul terjadi karena pedagang pengumpul mengeluarkan biaya karung, biaya transportasi dan biaya penggudangan. Sementara itu, apabila di tingkat pedagang pengecer harga jual lebih tinggi daripada di tingkat pedagang pengumpul, karena pedagang pengecer harus mengeluarkan biaya kantong Plastik dan biaya sewa lapak. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi biaya pemasaran bawang merah maka akan menyebabkan meningkatnya harga jual dan besarnya margin pemasaran.

Margin pemasaran bawang Merah pada saluran pemasaran tipe I adalah sebesar RP. 11.000 dan margin pemasaran saluran tipe II adalah sebesar RP. 12.000. Perbedaan margin pemasaran ini dikarenakan saluran tipe I hanya memiliki satu pedagang perantara, sedangkan saluran pemasaran tipe II menggunakan dua pedagang perantara. Semakin besar selisih harga beli dengan harga jual maka akan semakin besar margin pemasaran. Demikian sebaliknya, semakin kecil selisih harga jual dan harga beli maka semakin kecil pula margin pemasarannya.

### **Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah**

Efisiensi pemasaran adalah indikator atau ukuran baiknya suatu saluran pemasaran. Tujuan kegiatan pemasaran ini adalah agar mendapatkan keuntungan yang maksimum dan tingkat efisiensi yang tinggi. Apabila suatu sistem pemasaran tidak efisien, maka akan mengakibatkan kecilnya harga yang di terima oleh produsen. Nilai efisiensi pemasaran saluran tipe I dan saluran tipe II di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie adalah sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran I tingkat : 31,4%
2. Saluran pemasaran II tingkat : 34,3%

Berdasarkan hasil analisis efisiensi pemasaran di tempat penelitian, diketahui bahwa saluran pemasaran I adalah sebesar 31,4 % dan saluran pemasaran II adalah sebesar 34,3%. Dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga sudah efisien, karena nilai efisiensi pemasaran lebih kecil dari 50%.

Namun demikian untuk menentukan efisiensi pemasaran tidak hanya dilihat dari besarnya angka efisiensi pemasaran tetapi ada beberapa faktor misalnya panjang tidaknya saluran pemasaran. Selain itu, volume penjualan juga dapat mempengaruhi suatu sistem pemasaran efisien atau tidak. Volume bawang merah yang banyak, serta harga yang murah dan jarak petani selaku produsen mudah dijangkau adalah indikasi efisiennya suatu saluran pemasaran.

### **Analisis Bagian Harga yang Diterima Petani (*Farmer's Share*)**

Bagian harga yang diterima petani (*Farmer 's Share*) merupakan perbandingan dengan harga di tingkat lembaga pemasaran yang dinyatakan dengan persentase (%). Perhitungan *Farmer 's Share* petani bawang merah (*Allium ascalonicum L.*) di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie pada saluran I dan saluran II adalah sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran I : 69%
2. Saluran pemasaran II : 66%

Dari hasil perhitungan menunjukkan *Farmer 's Share* yang tertinggi yaitu pada saluran I sebesar 69%, hanya berbeda 3% dari saluran II tingkat. Hal ini karena pada dasarnya perbedaan harga jual dari petani kepada pedagang perantara pada setiap saluran tidak berbeda jauh, yaitu Rp. 24.000 kepada pedagang pengecer dan Rp. 23.000 kepada pedagang pengumpul. Sehingga perolehan *Farmer 's Share* pada setiap saluran pemasaran tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

Dengan demikian pola saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang lebih efisien daripada saluran II di Kecamatan Simpang Tiga, karena pada pola saluran I mempunyai margin pemasaran yang terendah dan *Farmer 's Share* tertinggi. Hal ini didasari bahwa semakin rendah margin pemasaran maka semakin efisien saluran pemasaran, dan semakin tinggi bagian yang diterima petani maka akan semakin efisien juga saluran pemasaran tersebut.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Margin pemasaran pada saluran satu lebih kecil dan sedikit jika dibanding dengan margin pemasaran pada saluran dua, pada saluran satu margin pemasaran bawang merahnya adalah Rp. 11.000,- /Kg. Sedangkan pada saluran kedua margin pemasarannya senilai Rp. 12.000,- /Kg. Perbedaan margin dalam penelitian ini dikarenakan proses saluran pemasarannya panjang serta biaya pemasarannya berbeda yang dibayarkan setiap pedagang perantara.
2. Pemasaran bawang merah pada Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie sudah efisien, adapun nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran satu dan pemasaran dua adalah 31,4% dan 34,3% lebih kecil dibandingkan dengan 50% dalam kaidah keputusannya. *Farmer 's Share* di saluran pemasaran satu ialah 69%

serta di saluran pemasaran kedua senilai 66% selisih 3%, sehingga saluran pemasaran satu ialah saluran pemasarannya lebih efisien daripada saluran dua di Kecamatan Simpang Tiga, karena saluran satu memiliki margin pemasaran terendah serta *Share* petani tertinggi.

### Saran

1. Diharapkan kepada petani bawang merah di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie sebaiknya mendatangi pasar untuk mengetahui keadaan pemasaran bawang merah secara langsung agar memperoleh informasi mengenai harga bawang merah.
2. Kepada petani diharapkan agar mempertahankan kualitas bawang merah yang dihasilkan dan mampu meningkatkan jumlah produksi bawang merah. Dengan demikian petani akan memperoleh pendapatan yang lebih besar dalam setiap masa panen dan kesejahteraan petani akan semakin meningkat.
3. Kepada peneliti lanjutan diharapkan agar penggunaan jumlah sampel lebih banyak sehingga memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Asmaranta, R. W. 2014. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor: Penerbit IPB Press.
- Hanafie, R. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. ANDI, Yogyakarta.
- Jaelani, A. 2007. *Khasiat Bawang Merah*. Kanisius, Yogyakarta.
- Kotler, M. N. dan K. L. Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mulyani, S. 2014. *Analisis Efisiensi Rantai Pasok Jagung di Kabupaten Grobongan*. Tesis. Program Pascasarjana Magister Agribisnis Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Putri, Y. R., S. I. Santoso dan W. Roessali. 2014. *Farmer Share dan Efisiensi Saluran Pemasaran Kacang Hijau (Vigna radiate, L.) di Kecamatan Godong Kabupaten Grobongan*. Jurnal Agriwiralodra 6 (2), pp. 28-34.
- Rahim, A., dan Diah, R. D. A. 2007. *Ekonomika Pertanian (Pengantar, Teori, dan Kasus)*. Seri Agriwawasan, Yogyakarta.
- Saleh, Y. M., dan Miah, S. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media, Makassar.