

**ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN USAHATANI BAWANG MERAH
DI DESA LANTA TIMUR KECAMATAN LAMBU
KABUPATEN BIMA**

***INCOME AND MARKETING ANALYSIS OF SHALLOTS FARMING
IN LANTA TIMUR VILLAGE, LAMBU DISTRICT,
BIMA REGENCY***

¹Amnah, ²Halimatus Sa'diyah, ²Amiruddin

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

Jl. Majapahit No. 62, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat 83115 Telp/Fax.(0370) 633007

Email: amnahe20@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah (1). Menganalisis pendapatan yang diperoleh petani dari kegiatan usahatani bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu; (2). Menganalisis saluran pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu; dan (3). Menganalisis efisiensi pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. Responden dalam penelitian ini adalah petani yang melakukan usahatani bawang merah pada musim tanam kedua periode tahun 2022. Dari 225 jumlah petani bawang merah penentuan responden dilakukan dengan metode *Quota Sampling* yaitu 30 responden (10 petani di Dusun Potu, 10 petani di Dusun Salama dan 10 petani di Dusun Bou). Penentuan responden digunakan metode *simple Accidental Sampling*. Sedangkan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bawang merah ditentukan dengan metode sensus. Sedangkan untuk responden lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *snowball sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Rata-rata pendapatan usahatani bawang merah dalam satu kali musim tanam di Desa Lanta Kecamatan Lambu Kabupaten Bima yaitu sebesar Rp 45.219.026,-per luas lahan garapan per musim atau sebesar Rp 177.098.020,-per ha dengan rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 17.222.639,-per luas lahan garapan per musim atau Rp 67.451.588,-per ha; (2) Terdapat dua saluran pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima sebagai berikut: (a) Saluran Pemasaran I : Petani – Pedagang Pengumpul Desa – Pengecer - Konsumen Akhir. Volume penjualan bawang merah dari petani bawang merah ke pedagang pengumpul desa sebanyak 95.750 Kg/musim dan volume penjualan bawang merah dari pengumpul desa ke pengecer sebanyak 29.850 Kg/musim; (b) Saluran Pemasaran II : Petani – Pedagang Pengumpul Desa – Pedagang Antar Pulau-Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir. Volume penjualan bawang merah dari petani bawang merah ke pedagang pengumpul desa sebanyak 95.750 Kg/musim dan volume penjualan bawang merah dari pengumpul desa ke pedagang antar pulau sebanyak 65.900 Kg/musim; (3) Pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima termasuk efisien dengan nilai efisiensi pemasaran bawang pada saluran pertama sebesar 8,0% dan pada saluran pemasaran kedua sebesar 10,9% dengan margin pemasaran yang diperoleh untuk

saluran pertama sebesar 3.450 kg dan untuk saluran pemasaran kedua diperoleh 7.450 kg. Margin saluran pertama lebih efisien dibanding pada saluran kedua. Distribusi keuntungan sebesar 0,7-0,9 lebih besar dari 0,5 serta *share* petani 79-80% dimana lebih besar dari 60% sehingga dikatakan efisiensi.

Kata Kunci : Usahatani Bawang Merah, Pendapatan, Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran

ABSTRACT

The aims of this study were (1). To analyze the income obtained by farmers from shallot farming activities in East Lanta Village, Lambu District; (2). Analyzing shallot marketing channels in East Lanta Village, Lambu District; and (3). Analyzing shallot marketing efficiency in East Lanta Village, Lambu District. This research uses descriptive method. This research was conducted in East Lanta Village, Lambu District, Bima Regency. Respondents in this study were farmers who conducted shallot farming in the second planting season of the 2022 period. Of the 225 shallot farmers, the determination of respondents was carried out by the Quota Sampling method, namely 30 respondents (10 farmers in Potu Hamlet, 10 farmers in Salama Hamlet and 10 farmers in Bou Hamlet). Determination of respondents used simple accidental sampling method. While the marketing institutions involved in shallot marketing are determined by the census method. As for the respondents of marketing institutions are determined by snowball sampling method.

The research results showed that: (1) The average income of shallot farming in one planting season in Lanta Village, Lambu District, Bima Regency is IDR 45.219.026 per cultivated land area per season or IDR 177.098.020 per ha with an average production cost of IDR 17.222.639 per cultivated land area per season or IDR 67.451.588 per ha; (2) There are two shallot marketing channels in East Lanta Village, Lambu District, Bima Regency as follows: (a) Marketing Channel I: Farmers - Village Collecting Traders - Retailers - End Consumers. The volume of shallot sales from shallot farmers to village collectors is 95,750 Kg / season and the volume of shallot sales from village collectors to retailers is 29,850 Kg / season; (b) Marketing Channel II: Farmers - Village Collecting Traders - Inter-Island Traders - Final Consumers. The sales volume of shallots from shallot farmers to village collectors is 95,750 Kg / season and the sales volume of shallots from village collectors to inter-island traders is 65,900 Kg / season; (3) Onion marketing in East Lanta Village, Lambu District, Bima Regency is efficient with the marketing margin obtained for the first channel of 3.450 kg and for the second marketing channel obtained 7.450 kg. The first channel margin is more efficient than the second channel. The profit distribution of 0.7-0.9 is greater than 0.5 and the share of farmers is 79-80% which is greater than 60% so it is said to be efficient.

Keywords: Shallot Farming, Income, Marketing channel, marketing efficiency

PENDAHULUAN

Salah satu bidang pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan adalah komoditas hortikultura. Melimpahnya tanaman hortikultura di Indonesia yang meliputi tanaman sayuran, buah-buahan, dan tanaman hias akan membuka peluang terwujudnya peningkatan pendapatan ekonomi nasional yang juga berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat Indonesia yang bekerja di sektor pertanian, sehingga menjadikan tanaman hortikultura sebagai komoditas primadona bagi petani. Salah satu tanaman hortikultura yang paling diandalkan adalah tanaman bawang merah (Rukmana & Herdi, 2018).

Bawang merah merupakan salah satu tanaman hortikultura yang memiliki peranan penting dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya sebagai bahan pangan tetapi juga sebagai obat untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit. Selain itu, bawang merah juga merupakan komoditas yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan sumber devisa Negara (Rukmana, 1994).

Kabupaten Bima merupakan penghasil bawang merah terbesar di NTB. Terdapat 18 kecamatan di Kabupaten Bima, 15 dari 18 kecamatan tersebut merupakan penghasil bawang merah. Kecamatan Lambu merupakan penghasil bawang merah terbesar di Kabupaten Bima. Sebagian besar masyarakat di Kecamatan Lambu berprofesi sebagai petani dan sebagian di antaranya melakukan usahatani bawang merah. Hal itu berarti usahatani bawang merah merupakan sumber pendapatan bagi mayoritas petani di Kecamatan Lambu.

Dari aspek pemasaran, petani dihadapkan dengan kondisi pasar yang tidak menentu terhadap permintaan bawang merah, harga yang fluktuatif, adanya persaingan dengan bawang merah impor, dan adanya saluran pemasaran yang dapat mengakibatkan pemasaran kurang efisien. Pemasaran yang dilakukan kurang efisien dapat menyebabkan biaya yang dikeluarkan akan semakin tinggi dan akan mempengaruhi harga akhir yang tinggi di tingkat konsumen. Keadaan tersebut dapat menyebabkan penurunan daya beli konsumen yang juga dapat berpengaruh pada penurunan pendapatan petani. Dengan adanya proses pengembangan pemasaran yang baik dan efisien akan memberikan dampak positif, seperti meningkatnya tingkat pendapatan bagi para petani dan kepuasan para pelaku pasar. Bertitik tolak dari latar belakang yang diuraikan diatas maka perlu dilakukan penelitian dengan judul "Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Bawang Merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu".

Permasalahannya adalah (1). Berapa besar pendapatan yang diperoleh petani dari kegiatan usahatani bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu ?; (2). Bagaimana saluran pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lamb ?; dan (3). Apakah pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur telah efisien ?.

Tujuan penelitian ini adalah (1). Menganalisis pendapatan yang diperoleh petani dari kegiatan usahatani bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu; (2). Menganalisis saluran pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu; dan (3). Menganalisis efisiensi pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. Responden dalam penelitian ini adalah petani yang melakukan usahatani bawang merah pada musim tanam kedua periode tahun 2022. Dari 225 jumlah petani bawang merah penentuan responden dilakukan dengan metode *Quota Sampling* yaitu 30 responden (10 petani di Dusun Potu, 10 petani di Dusun Salama dan 10 petani di Dusun Bou). Penentuan responden digunakan metode *accidental sampling*. Sedangkan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bawang merah ditentukan dengan metode sensus. Sedangkan untuk responden lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *snowball sampling*.

ANALISIS DATA

a. Analisis Biaya Produksi

Nilai total biaya usahatani bawang merah adalah penjumlahan dari nilai total biaya tetap (TFC) dan nilai variabel (TVC) yang digunakan dalam satu kali musim panen usahatani bawang merah. Untuk menghitung total biaya produksi dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TC = TVC + TFC \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

TC = Biaya Total (*Total Cost*) usahatani bawang merah (Rp)

TVC = Biaya Tidak Tetap (*variable Cost*) usahatani bawang merah (Rp)

TFC = Biaya Tetap (*Fixed cost*) usahatani bawang merah (Rp)

b. Analisis Penerimaan

Penerimaan usahatani bawang merah (*Total Revenue/TR*) adalah hasil kali antara produksi yang diperoleh (Y) dengan harga jual (Py) dan dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$TR = Y \cdot Py \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

TR = Penerimaan total (*Total Revenue*) usahatani bawang merah (Rp)

Y = Jumlah Produksi (*Quantity*) usahatani bawang merah (Kg)

Py = Harga (*Price*) usahatani bawang merah (Rp/kg)

c. Analisis Pendapatan

Pendapatan merupakan pengurangan dari penerimaan total (*Total revenue*) dengan biaya total (*Total cost*). Untuk menghitung pendapatan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$I = TR - TC \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

I = Pendapatan (*Income*) usahatani bawang merah (Rp)

TR = Penerimaan total (*Total Revenue*) usahatani bawang merah (Rp)

TC = Biaya total (*Total Cost*) usahatani bawang merah (Rp)

d. Analisis R/C Ratio

Untuk menganalisis kelayakan usahatani bawang merah digunakan kriteria investasi yang umum sudah dikenal, R/C ratio. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$R/C = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan :

R/C ratio = *Revenue Cost ratio* (rasio penerimaan biaya)

TR = Total *Revenue* (total penerimaan)

TC = Total *Cost* (total biaya)

Kriteria :

- Jika nilai $R/C < 1$, maka usahatani bawang merah tidak layak untuk dilaksanakan atau diusahakan.
- Jika nilai $R/C = 1$, maka usahatani bawang merah yang dilaksanakan tersebut tidak untung dan tidak rugi (impas).
- Jika $R/C > 1$, usahatani bawang merah layak untuk dilaksanakan atau diusahakan.

e. Analisis Saluran Pemasaran

Untuk mengetahui saluran pemasaran bawang merah baik dalam keadaan basah atau kering, dilakukan dengan menelusuri secara langsung banyaknya lembaga yang terlibat dalam memasarkan bawang merah mulai dari produsen (petani bawang merah) hingga ke konsumen akhir yang ditemukan di lokasi penelitian. Kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif. Biaya pemasaran adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam memasarkan bawang merah dari produsen ke konsumen akhir seperti biaya transportasi.

f. Analisis Efisiensi Pemasaran

Untuk mengukur efisiensi pemasaran pada beberapa saluran pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima maka dapat menggunakan rumus berikut :

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\% \dots\dots\dots(5)$$

Jika : E_p yang nilainya terkecil = paling efisien

Dimana :

EP = Efisiensi pemasaran (%)

BP = Total biaya pemasaran (Rp)

NP = Total nilai produk yang dipasarkan (Kg)

Untuk menghitung margin pemasaran secara matematis dapat diketahui rumus sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan :

MP : Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf : Harga di tingkat produsen/petani (Rp/Kg)

Untuk menghitung *farmer's share* digunakan perhitungan dengan rumus :

$$DK = \frac{\pi/c}{\pi/c \text{ tertinggi}} \dots\dots\dots(7)$$

Dimana :

DK = *Distribusi Keuntungan*

π/c = Tingkat Ketimpangan (Rp/Kg)

Kriteria : *share* petani dikatakan efisien bila FS lebih besar dari 60%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Petani

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi umur responden, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman berusahatani, serta status dan luas lahan garapan.

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi produktivitas petani dalam berusahatani. Umur berpengaruh terhadap kemampuan fisik dan cara berpikir petani responden dalam mengelola usahatani. Simanjuntak (1985) menyatakan bahwa golongan usia produktif berkisar antara 15-64 tahun, golongan usia tersebut dianggap sudah mampu bekerja dan memberikan hasil. Umur responden petani di daerah penelitian berkisar antara 25-50 tahun dengan rata-rata 35 tahun. Dapat diketahui petani responden bawang merah memiliki umur yang produktif atau secara fisik memiliki kemampuan untuk menjalankan usahatani dengan baik.

Tingkat pendidikan dapat menunjukkan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang berada pada suatu wilayah. Hal ini karena pendidikan berpengaruh positif terhadap pengetahuan dan keterampilan petani dalam mengelola usahatani. Responden petani bawang merah terbanyak adalah pada tingkat pendidikan Tamat Sekolah Dasar (TSD) dengan jumlah 12 orang (40%), dan tingkat pendidikan terendah pada tingkat pendidikan Tamat Perguruan Tinggi (TPT) berjumlah 1 responden atau sebesar (3,33%).

Jumlah tanggungan keluarga menentukan besarnya biaya hidup yang harus ditanggung oleh seluruh keluarga. Semakin banyak tanggungan keluarga, maka akan semakin besar biaya hidup yang harus dikeluarkan. rata-rata jumlah tanggungan keluarga pada responden petani bawang merah yaitu sebanyak 3 orang berkisar 2-5 orang .

Pengalaman berusahatani berpengaruh terhadap keahlian dalam melakukan usahatani. Semakin lama pengalaman berusahatani, maka akan semakin baik pula kemampuan dalam menentukan langkah yang akan diambil dalam mengembangkan usahatani. rata-rata pengalaman usaha responden petani bawang merah yaitu 13 tahun (kisaran 4-24 tahun).

Status dan luas lahan garapan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi biaya produksi dan hasil yang akan diperoleh petani. Dilihat dari status kepemilikan lahan, seluruh petani responden mengusahakan lahan milik sendiri. Luas lahan garapan responden petani di daerah penelitian berkisar antara 0,1-0,5 ha dengan rata-rata 0,26 ha.

Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan fisik seseorang dalam melakukan aktivitas usaha. Umur responden lembaga pemasaran di daerah penelitian berkisar antara 35-60. Umur responden pedagang dalam pemasaran bawang merah didominasi oleh kisaran umur 48-60 tahun (75%) dengan jumlah responden sebanyak 6 orang dan umur 35-47 sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar 25%.

Tingkat pendidikan pedagang adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu kegiatan. Responden lembaga pemasaran pada penelitian ini sebagian besar pada tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) yaitu 4 responden lembaga pemasaran, sedangkan sisanya masing-

masing dua orang telah menempuh pendidikan Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Atas (SMA).

Jumlah tanggungan keluarga mencerminkan besarnya biaya yang ditanggung oleh pedagang. Jumlah tanggungan keluarga pedagang didominasi oleh kisaran 1-2 orang sebanyak 3 responden dengan persentase sebesar 37%, kisaran 3-4 orang sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 50%, dan tanggungan keluarga >4 sebanyak satu orang dengan persentase 13%.

Pengalaman berdagang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berapa lama lembaga pemasaran melakukan kegiatan pemasaran yang ditekuninya. diketahui bahwa pengalaman pedagang yang terlibat dalam pemasaran bawang merah berkisar antara 1-8 tahun dan 9-16 tahun dengan persentase masing-masing sebesar 50%.

Analisis Biaya Produksi Usahatani Bawang Merah

Biaya produksi adalah seluruh total biaya yang dikeluarkan oleh petani selama proses produksi satu kali musim tanam yang terdiri atas biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*).

Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata biaya tetap usahatani bawang merah sebesar Rp 1.603.873,-per LLG atau sebesar Rp 6.281.483,-per ha. Biaya variabel usahatani bawang merah rata-rata sebesar Rp 15.618.767,-per LLG atau sebesar Rp 61.170.105,-per ha. Sedangkan total rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan responden petani sebesar Rp 17.222.640,-per LLG atau Rp 67.451.588-per ha.

Tabel 1. Rata-rata Biaya Produksi Usahatani Bawang Merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu per Musim Tanam Tahun 2022

No	Uraian	Nilai (Rp/LLG) (0,26 ha)	Nilai (Rp/ha)
1	Biaya Variabel		
	a. Biaya Saprodi		
	-Bibit	9.495.833	37.189.948
	- Pupuk	888.000	3.477.807
	-Obat-obatan	1.491.467	5.841.253
	b. Biaya Tenaga Kerja		
	- TKLK	3.043.467	11.919.582
	- TKDK	653.333	2.558.747
	c. Biaya Variabel Lain		
	-Tali rafia	46.667	182.768
	Total Biaya Variabel	15.618.767	61.170.105
2	Biaya Tetap		
	a. Penyusutan Alat	669.873	2.623.520
	b. Biaya Sewa Lahan	510.667	2.000.000
	c. Irigasi	423.333	1.657.963
	Total Biaya Tetap	1.603.873	6.281.483
	Total Biaya Produksi	17.222.640	67.451.588

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Analisis Penerimaan Usahatani Bawang Merah

Penerimaan dalam penelitian ini adalah hasil perkalian jumlah produksi (kg) dengan harga jual bawang merah per kg. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 Rata-rata Penerimaan Usahatani Bawang Merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Per Musim Tanam Tahun 2022

Uraian	Nilai(LLG)	Nilai(ha)
Produksi (Kg)	3.192	12.500
Harga (Rp/Kg)	19.550	19.550
Penerimaan (Rp)	62.403.600	244.375.000

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 2 rata-rata produksi usahatani bawang merah adalah sebesar 3.192 kg per LLG atau sebesar 12.500 kg per hektar dengan harga jual rata-rata Rp 19.550. Diketahui penerimaan usahatani bawang merah sebesar Rp 62.403.600/LLG atau sebesar Rp 244.375.000 per ha. Harga bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu berubah-ubah, biasanya dipengaruhi oleh jumlah produksi yang dihasilkan petani. Harga bawang merah cenderung lebih rendah apabila petani melakukan panen secara bersamaan dalam jumlah yang besar, dan meningkat ketika produksi bawang merah menurun.

Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah

Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah total penerimaan dikurangi dengan total biaya produksi yang dikeluarkan dalam usahatani bawang merah dalam satu kali musim tanam.

Tabel 3 Rata-rata Pendapatan Usahatani Bawang Merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Per Musim Tanam Tahun 2022

Uraian	Per LLG (0,26 ha)	Per Hektar (1,0 ha)
Penerimaan (Rp)	62.403.600	244.375.000
Biaya Produksi (Rp)	17.222.639	67.451.588
Pendapatan (Rp)	45.219.026	177.098.020

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui rata-rata pendapatan usahatani bawang merah selama satu kali musim tanam sebesar Rp 45.219.026/LLG atau Rp 177.098.020 per ha. Besar kecilnya pendapatan yang diperoleh oleh petani bawang merah dipengaruhi oleh besarnya penerimaan dan biaya produksi. Semakin tinggi penerimaan yang diperoleh petani dan semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani maka pendapatan petani akan semakin besar, begitupun sebaliknya.

Analisis R/C Ratio

Tabel 4 Rata-rata R/C Ratio Usahatani Bawang Merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima Per Musim tanam Tahun 2022

Uraian	Per LLG (0,26 ha)	Per Hektar (1,0 ha)
Penerimaan (Rp)	62.403.600	244.375.000
Biaya Produksi (Rp)	17.610.307	68.969.865
R/C Ratio	3,5	3,5

Sumber : Data Primer diolah (2023)

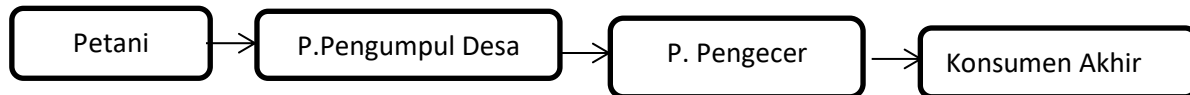
Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai R/C ratio yang dihasilkan oleh usahatani bawang merah yaitu sebesar 3,5 (R/C Ratio > 1) yang artinya bahwa usahatani bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu dapat dikatakan efisien atau layak diusahakan.

Analisis Saluran Pemasaran Bawang Merah

Saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh petani untuk menyampaikan komoditi dari tangan produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Dalam saluran pemasaran bawang merah di daerah penelitian terdapat lima pelaku pemasaran bawang merah diantaranya petani, pedagang pengumpul/perantara desa (PPD), pedagang antar pulau/besar (PAP), pedagang pengecer, dan konsumen akhir.

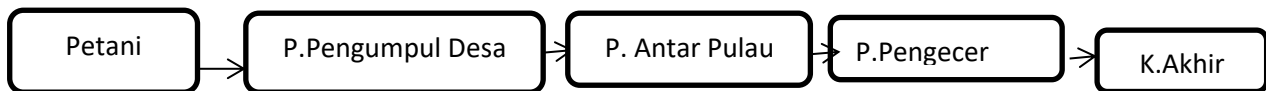
Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu terdapat 2 saluran pemasaran bawang merah, yaitu sebagai berikut :

- Saluran Pemasaran I



Gambar 1 Saluran Pemasaran 1 Usahatani Bawang Merah

- Saluran Pemasaran II



Gambar 2 Saluran Pemasaran 1 Usahatani Bawang Merah

Semua petani yang ada di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima model pemasarannya sama yaitu menjual kepada pedagang pengumpul desa, kemudian pedagang pengumpul desa menjual kepada dua pelaku pemasaran yaitu pedagang pengecer dan pedagang antar pulau atau pedagang besar.

a. Pedagang Pengumpul Desa

Pedagang pengumpul desa yang membeli hasil panen bawang merah dari petani langsung selanjutnya dijual kepada pedagang pengecer atau pedagang antar pulau. Bawang merah yang dibeli dari petani dengan harga rata-rata Rp 19.550/Kg dalam keadaan kering lalu menjualnya kembali kepada pedagang pengecer seharga Rp 21.000/Kg dan pedagang pengumpul desa menjual kepada pedagang antar pulau/besar dengan harga Rp 22.000/Kg. Volume pembelian bawang merah dari petani oleh pedagang pengumpul desa sebesar 95.750/Kg.

b. Pedagang pengecer

Pedagang pengecer berperan sebagai pembeli hasil dari panen bawang merah kepada pedagang pengumpul desa. Bawang merah yang dibeli dari pedagang pengumpul desa dibeli seharga Rp 21.000/Kg. Pedagang pengecer menjual langsung kepada konsumen akhir baik di pinggir jalan maupun memasarkannya ke pasar tradisional dengan harga jual Rp 23.000/Kg. Volume pembelian bawang merah oleh pedagang pengecer sebesar 29.850/Kg.

c. Pedagang antar pulau/besar

Pedagang antar pulau/besar berperan sebagai pembeli bawang merah dari pedagang pengumpul desa. Bawang merah yang dibeli dari pedagang pengumpul desa dibeli seharga Rp 22.000/Kg. Volume pembelian bawang merah oleh pedagang antar pulau/besar sebesar 65.900/Kg. Pada saluran pemasaran yang ke II pedagang antar pulau menjual bawang merah kepada konsumen akhir yang ada di Mataram dengan harga Rp 25.000/Kg.

Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah kemampuan petani atau produsen dan pedagang untuk menyalurkan hasil produksinya sampai ke tangan konsumen akhir secara efisien. Untuk menentukan efisiensi pemasaran bawang merah di daerah penelitian ada beberapa indikator yang digunakan yaitu margin pemasaran, share petani, dan distribusi keuntungan.

a. Margin Pemasaran

Berikut rincian mengenai margin pemasaran pada saluran bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima dapat dilihat pada Tabel 4. Tabel 4 Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Tahun 2022

No	Pelaku Pasar	Saluran Pemasaran 1 (Rp/Kg)	Saluran Pemasaran II (Rp/Kg)
1	Petani		
	a. Harga Jual	19550	19550
2	Pedagang Pengumpul		
	a. Harga beli	19550	19550
	b. Biaya pemasaran	850	850
	c. Harga jual	21000	22000
	d. Keuntungan (c-a-b)	1150	1150
	e. Margin (c-a)	2000	2000
	f. π/c	1.35	1.35
3	Pedagang Antar Pulau/ Besar		
	a. Harga beli		22000
	b. Biaya pemasaran		1300
	c. Harga jual		25000
	d. Keuntungan (c-a-b)		1700
	e. Margin (c-a)		3000
	f. π/c		1.3
4	Pedagang Pengecer		
	a. Harga beli	21000	25000
	b. Biaya pemasaran	1000	800
	c. Harga jual	23000	27000
	d. Keuntungan (c-a-b)	1000	1200
	e. Margin Pemasaran (c-a)	2000	2000
	f. π/c	1.00	1,5
5	Konsumen Akhir		
	Harga Beli	23000	27000
	Total Margin	3.450	7.450
	Total Biaya	1850	2950
	Total Keuntungan	2150	4050

Sumber :Data primer diolah (2023)

b. Distribusi Keuntungan

Distribusi keuntungan adalah perbedaan keuntungan setiap lembaga pemasaran yang terlibat pada masing-masing saluran pemasaran. Distribusi keuntungan pada bawang merah dapat dilihat pada Tabel 4.21

Tabel 5 Distribusi Keuntungan Antar Saluran Pemasaran Bawang Merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima Tahun 2022

No	Uraian	π/c	DK
1	Saluran Pemasaran I		
	-Terendah (Rp/Kg)	1.00	0,7
	- Tertinggi (Rp/Kg)	1,35	
2	Saluran Pemasaran II		
	-Terendah (Rp/Kg)	1,35	0.9
	- Tertinggi (Rp/Kg)	1,5	

Keterangan : π/c = Keuntungan/ biaya

DK= Distribusi keuntungan

Sumber : Data primer diolah (2023)

Tabel 5 memperlihatkan bahwa pada saluran pemasaran I nilai distribusi keuntungan sebesar 0,7 dan pada saluran pemasaran II nilai distribusi keuntungannya yaitu 0,9 sehingga dapat disimpulkan bahwa pembagian keuntungan antara masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran I dan II dikatakan efisien karena nilai distribusi keuntungannya antara 0,5 sampai 1.

Efisiensi Pemasaran Bawang Merah

Untuk mengetahui berapa besar efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran bawang merah dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 6 Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima Tahun 2022

No	Uraian	SP I	SP II
1	Total biaya pemasaran (Rp)	1850	2950
2	Total nilai produk yang dipasarkan (Kg)	23000	27000
3	Efisiensi Pemasaran (%)	8,0%	10,9%

Sumber :Data primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa pemasaran bawang merah sangat efisien karena lebih kecil dari 50%. Dari kedua saluran pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur saluran pemasaran 1 lebih efisien karena nilai efisiensi pemasaran yang pertama lebih kecil dari nilai efisiensi pemasaran kedua (8,0 < 10,9).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata pendapatan usahatani bawang merah dalam satu kali musim tanam di Desa Lanta Kecamatan Lambu Kabupaten Bima yaitu sebesar Rp

- 45.219.026,-per luas lahan garapan (0,26 ha) per musim atau sebesar Rp 177.098.020,-per ha dengan rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 17.222.639,-per luas lahan garapan per musim atau Rp 67.451.588,-per ha.
2. Terdapat dua saluran pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima, sebagai berikut:
 - a. Saluran Pemasaran I : Petani – Pedagang Pengumpul Desa – Pedagang Pengecer - Konsumen Akhir. Volume penjualan bawang merah dari petani bawang merah ke pedagang pengumpul desa sebanyak 95.750 Kg/musim dan volume penjualan bawang merah dari pedagang pengumpul desa ke pedagang pengecer sebanyak 29.850 Kg/musim.
 - b. Saluran Pemasaran II : Petani – Pedagang Pengumpul Desa – Pedagang Antar Pulau- Konsumen Akhir. Volume penjualan bawang merah dari petani bawang merah ke pedagang pengumpul desa sebanyak 95.750 Kg/musim dan volume penjualan bawang merah dari pengumpul desa ke pedagang antar pulau sebanyak 65.900 Kg/musim.
 3. Pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur Kecamatan Lambu Kabupaten Bima sangat efisien dengan nilai efisiensi pemasaran bawang pada saluran pertama sebesar 8,0% dan pada saluran pemasaran kedua sebesar 10,9%. Dari kedua saluran pemasaran bawang merah di Desa Lanta Timur saluran pemasaran 1 lebih efisien karena nilai efisiensi pemasaran yang pertama lebih kecil dari nilai efisiensi pemasaran kedua ($8,0 < 50\%$). Margin pemasaran yang diperoleh untuk saluran pertama sebesar 3.450 kg dan untuk saluran pemasaran kedua diperoleh 7.450 kg. Margin saluran pertama lebih efisien dibanding pada saluran kedua. Distribusi keuntungan petani dari kedua saluran tersebut adalah saluran pemasaran I dengan nilai distribusi keuntungan yaitu sebesar 0,7%, Sedangkan untuk saluran II dengan nilai distribusi keuntungan yaitu sebesar 0,9% dimana lebih besar dari 0,5%.

Saran

- a. Petani bawang merah disarankan untuk tetap menjalankan usahatani bawang merah karena dari hasil penelitian bawang merah ini menguntungkan bagi para petani.
- b. Petani responden diharapkan dapat memperhatikan penggunaan pupuk an-organik dan pestisida serta menambah penggunaan pupuk organik (kompos) agar bawang merah yang dihasilkan memiliki nilai daya saing yang tinggi dan berkualitas.
- c. Bagi Pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan kepada petani bawang merah, baik dalam bentuk pelatihan (pendidikan) maupun dalam bentuk modal untuk peningkatan usahatani bawang merah.

DAFTAR PUSTAKA

- Rukmana, R. 1994. *Bawang Merah, Budidaya dan Pengolahan Pasca Panen*. Kanisius, Yogyakarta.
- Rukmana, H, R dan Herdi, Y. (2018). *Sukses Budidaya Bawang Merah di Pekarangan dan Perkebunan*. ANDI. Yogyakarta
- Simanjuntak, P., 1985. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. FE. UI. Jakarta.