

**ANALISIS KINERJA PEMASARAN BAWANG MERAH DI KECAMATAN
WOHA KABUPATEN BIMA**
Analysis Of Onion Marketing Performance In Woha District, Bima Regency

Rosita Mawahdania*, Efendy**, I Ketut Budastra**

*Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

**Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

Email Penulis korespondensi : rositamawahdania12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Untuk mengetahui kinerja pemasaran bawang merah di Kecamatan Woha Kabupaten Bima, (2) Untuk mengetahui kendala-kendala dalam pemasaran bawang merah di Kecamatan Woha Kabupaten Bima. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pemasaran bawang merah yang dijalankan oleh petani dan pedagang di Kecamatan Woha, Kabupaten Bima. Lokasi penelitian ini adalah di Desa Risa dan Desa Kalampa, Kecamatan Woha, Kabupaten Bima. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*, sehingga dipilih Desa Risa dan Desa Kalampa dengan pertimbangan bahwa desa tersebut rata-rata luas garapan yang tertinggi dibandingkan desa yang lainnya. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara *accidental sampling* sebanyak 30 responden dengan rincian 15 Desa Risa dan 15 Desa Kalampa. Sumber data yang digunakan berasal dari data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan yaitu : Analisis margin pemasaran, analisis elastisitas transmisi harga, dan analisis kendala-kendala dalam pemasaran bawang merah.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa : (1) Saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Woha Kabupaten Bima merupakan kinerja pemasaran yang baik, di tunjukkan oleh perubahan harga di tingkat konsumen ditransmisikan secara sempurna ke level petani atau produsen dengan margin saluran pemasaran yaitu Rp 6.951/kg atau 24,95% dan share petani yaitu Rp 21.229/kg atau 76,27%. (2) Kendala-kendala yang dihadapi oleh petani dan pedagang dalam pemasaran bawang merah yaitu, pada tingkat petani adalah harga yang tidak pasti, dan cuaca yang tidak menentu yang mengakibatkan bawang merah banyak mengalami kerusakan. Sedangkan tingkat pedagang adalah cuaca yang tidak menentu mengakibatkan pedagang sulit pada saat pengangkutan (membawa) barang ke tempat tujuan ke luar kota, dan transportasi berlayar yang sulit dilaksanakan ketika tingkat curah hujan tidak menentu.

Kata Kunci: Petani Bawang Merah, Margin Pemasaran, Elastisitas Transmisi Harga, dan Kendala Usaha Bawang Merah.

ABSTRACT

This study aims to: (1) To find out the marketing performance of shallots in Woha District, Bima Regency, (2) To find out the constraints in marketing shallots in Woha District, Bima Regency. The method used is descriptive method. The unit of analysis in this study is shallot marketing run by farmers and traders in Woha District, Bima Regency. The location of this research is in Risa Village and Kalampa Village, Woha District, Bima Regency. The selection of the research location was carried out using a purposive sampling method, so Risa Village and Kalampa Village were selected with the consideration that these villages had the highest average arable area compared to other villages. The handling of respondents in this study was carried out by accidental sampling of 30 respondents with details of 15 Risa Villages and 15 Kalampa Villages. Source of data used comes from primary data and secondary data. The analysis used is: Marketing Margin Analysis, Price Transmission Elasticity Analysis, and Constraints Analysis in Shallot Marketing.

Based on the results of the study, it means that: (1) The marketing channel for shallots in Woha District, Bima Regency has good marketing performance, shows by price changes at the consumer level being perfectly transmitted to the farmer or producer level with a marketing margin of IDR 6,951/kg or 24.95% and farmer share of IDR 21,229/kg or 76.27% (2) Constraints The constraints faced by farmers and traders in marketing shallots, namely, at the farm level are uncertain prices, and erratic weather which causes shallots to suffer a lot of damage. While the level of traders is that the weather is erratic making it difficult for traders to

transport (carry) goods to destinations outside the city, and sailing transportation is difficult to carry out when the level of rainfall is erratic.

Keywords : Shallot Farmers, Marketing Margins, Price Transmission Elasticity, and Shallot Business Constraints.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia mempunyai keunggulan komparatif sebagai Negara agraris. Selama ini, kegiatan ekonomi yang memanfaatkan keunggulan komperatif tersebut telah berkembang di Indonesia yang merupakan salah satu subsistem agribisnis. Pengalaman masalah yang membuktikan bahwa pembangunan pertanian saja yang tidak disertai dengan pengembangan industri hulu pertanian, industri lihir pertanian, serta jasa pendukung secara harmonis tidak mampu mendayagunakan keunggulan komparatif menjadi keunggulan bersaing dipasar internasional (Firdaus, 2008).

Indonesia adalah Negara yang sangat kaya akan sumber daya alam dan beriklim tropis sehingga dapat menghasilkan produk pertanian, adapun produk pertaniannya antara lain yaitu komoditas hortikultura seperti sayuran dan buah-buahan. Hortikultura merupakan subsektor pertanian yang dapat meningkatkan devisa Negara dalam mendorong pertumbuhan sektor pertanian dan memiliki peran penting dimasa yang akan datang.

Tanaman bawang merah merupakan salah satu dari tiga anggota genus *allium* yang paling dikenal oleh masyarakat dan mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Bawang merah termasuk golongan tanaman semusim yang membentuk rumpun, berupa tanaman ternak rendah yang tumbuh tegak dengan tinggi sekitar 20-40cm (Bina Karya Tani, 2008).

Bawang merah adalah komoditas hortikultura yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia. Meningkatnya permintaan pasar akan bawang merah serta tingginya nilai ekonomi yang memiliki sayuran ini, membuat para petani di berbagai daerah tertarik memproduksi untuk mendapatkan keuntungan.

Masyarakat Indonesia mengenal bawang merah sebagai salah satu bahan yang tidak dapat dipisahkan dari masakan makanan sehari-hari, selalu menggunakan bumbu bawang merah atau pun bawang putih. Pada saat ini usahatani bawang merah di Indonesia diarahkan pada peningkatan hasil dan mutu produksi serta meningkatkan pendapatan dan taraf hidup para petani. Budidaya bawang merah memang memberikan keuntungan cukup besar bagi para petaninya. Mengingat saat ini kebutuhan pasar akan bawang merah semakin meningkat tajam, seiring dengan meningkatnya jumlah pelaku bisnis makanan yang tersebar di berbagai daerah (Anonim, 2011).

Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu propinsi penghasil bawang merah yang berpotensi sangat menjanjikan jika bawang merah dikembangkan dengan baik. Produksi bawang merah di NTB mengalami fluktuasi tiap tahunnya dan harga yang berubah tiap panennya (BPS NTB, 2015).

Kabupaten Bima adalah merupakan salah satu yang membudidayakan bawang merah, karena bawang merah merupakan salah satu komoditas unggulan di Kabupaten Bima yang memiliki prospek yang cukup baik serta permintaan pasar pada komoditas tersebut yang cenderung meningkat. Potensi area tanam bawang merah di Daerah Kabupaten Bima mencapai 12.404 hektar namun yang baru dimanfaatkan sebesar 7.000 hektar lebih (Dinas Pertanian Pangan dan Hortikultura, 2015).

Besarnya produksi bawang merah di Kabupaten Bima tidak terlepas dari peran daerah yang menghasilkan bawang merah, salah satunya adalah Kecamatan Wohu. Produksi bawang merah pada tahun terakhir ini tahun 2017-2018, pada tahun 2017 produksi bawang merah yang di hasilkan oleh petani di Kecamatan Wohu meningkat

yaitu 206.339.00 ton dengan luas lahan panen yaitu 1.727.00 ha dibandingkan pada tahun 2018 yaitu hanya memproduksinya sebesar 153.682.00 ton (BPS Mataram, 2018).

Di Kecamatan Woha fluktuasi harga biasanya terjadi pada musim kering atau musim kemarau. Musim kemarau terdapat pada bulan Mei sampai bulan September. Pada musim kering atau kemarau adalah bulan yang baik untuk menghasilkan bawang merah, jadi kebanyakan petani menanam bawang merah pada bulan Mei sampai bulan September. Hal ini dapat mengakibatkan harga bawang merah mengalami kenaikan dan penurunan harga. Lain halnya dengan musim hujan yang hanya pada bulan Desember sampai bulan Februari, pada bulan tersebut kurang baik untuk memproduksi bawang merah karena bawang merah biasanya kecil-kecil.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dilakukan penelitian tentang “**Analisis Kinerja Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Woha Kabupaten Bima**”.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Untuk mengetahui kinerja pemasaran bawang merah di Kecamatan Woha Kabupaten Bima, (2) Untuk mengetahui kendala-kendala dalam pemasaran bawang merah di Kecamatan Woha Kabupaten Bima.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemasaran bawang merah yang dijalankan oleh petani dan pedagang di Kecamatan Woha Kabupaten Bima. Penelitian ini dilakukan di Desa Risa dan Desa Kalampa yang ditentukan dengan cara “*Purposive Sampling*”. Penentu jumlah responden dilakukan dengan metode “*Quota Sampling*” sebanyak 30 responden, untuk penentu responden di masing-masing desa menggunakan teknik “*Accidental Random Sampling*” yang terdiri dari 15 responden dari Desa Risa dan 15 responden dari Desa Kalampa. Penentu responden lembaga ditentukan secara “*Snowball Sampling*”. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data kuantitatif dan kualitatif serta sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bersumber dari data primer dan data sekunder. Cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik wawancara dan juga kuisioner.

Analisis Data

- Untuk mengetahui kinerja pemasaran bawang merah di Kecamatan Woha Kabupaten Bima dilakukan 2 analisis, yaitu analisis margin pemasaran dan analisis elastisitas transmisi harga.

1. Analisis Margin Pemasaran

Untuk menganalisis margin pemasaran dapat di analisis menggunakan rumus:

$$MP=Pr-Pf \longrightarrow MP=\sum C + \sum \pi$$

Dimana:

MP = Margin Pemasaran

C = Jumlah biaya

Pr = Harga ditingkat konsumen

π = Keuntungan

Pf = Harga ditingkat petani

Share petani atau produsen dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{Pf}{Pr} X 100\%$$

Keterangan :

X : Share harga yang diterima petani produsen

Pf : Harga ditingkat petani atau produsen

Pr : Harga ditingkat konsumen akhir

2. Analisis Elastisitas Transmisi Harga

Untuk melihat respon harga ditingkat produsen jika terjadi perubahan harga dikonsumsi lewat pedagang dengan menggunakan model.

$$Pf = b_0 Pr^{b_1}$$

Kemudian model tersebut dapat diubah menjadi bentuk linear sebagai berikut:

$$\ln Pf = \ln b_0 + b_1 \ln Pr$$

Keterangan:

Pf = Harga tingkat produsen (Rp/Kg)

Pr = Harga tingkat konsumen (Rp/kg)

b_0 = Konstan

b_1 = Koefisien elastisitas transmisi harga

Hipotesis:

H_0 : $b_1 = 1$, harga ditingkat konsumen ditransmisikan dengan sempurna ke tingkat petani.

H_1 : $b_1 \neq 1$, harga ditingkat konsumen tidak ditransmisikan dengan sempurna ke tingkat petani.

Penguji hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel dengan rumus sebagai berikut :

$$t\text{-hitung} = \frac{b_i - 1}{se(b_i)}$$

$$t\text{-tabel} = t_{\alpha/2} (n-k-1)$$

Kriteria keputusan:

1. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka, H_0 ditolak berarti, harga ditingkat konsumen tidak ditransmisikan dengan sempurna ke-tingkat petani atau pemasaran bawang merah tidak efisien.
 2. Jika $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$ maka, H_0 diterima berarti, perubahan ditingkat konsumen ditransmisikan dengan baik ke-tingkat petani dan pemasaran bawang merah efisien.
- Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi petani dan pedagang dalam memasarkan bawang merah dilakukan analisis tabulasi sederhana dari aspek harga, cuaca, modal, dan transportasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2. Umur Responden Petani dan Pedagang Bawang Merah Di Kecamatan Woha tahun 2023

No.	Umur (Tahun)	Petani Bawang Merah		Pedagang	
		Orang	%	Orang	%
1.	20-35	15	50	1	14,29
2.	36-50	11	36,7	4	57,14
3.	>50	4	13,3	2	28,57
		30	100	7	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Pada tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa umur responden petani paling banyak pada kisaran 20-35 tahun yaitu sebanyak 15 orang atau sebanyak 50% dan untuk responden pedagang paling banyak pada kisaran 36-50 tahun yaitu sebanyak 4 orang atau sebanyak 57,14%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa umur petani dan pedagang bawang merah masuk kedalam jenis klasifikasi umur yang termasuk produktif yang bekisar antara umur 20-50 tahun yaitu sebanyak 19 orang. Usia produktif sudah menunjukkan terhadap petani maupun pedagang dalam pemasaran bawang merah karena sebagian besar petai dan pedagang ikut terlibat langsung dalam melakukan penjualan atau pembelian bawang mearah. Maka dengan hal itu secara mental ataupun fisik petani dan pedagang sudah mempunyai kemampuan dalam bekerja atau berusaha.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan Responden Petani dan Pedagang Bawang Merah Di Kecamatan Woha tahun 2023

No.	Tingkat Pendidikan	Petani Bawang Merah		Pedagang	
		Orang	%	Orang	%
1.	Tidak Sekolah	8	26,67	0	0
2.	Tamat SD	8	26,67	0	0
3.	Tamat SLTP	4	13,33	0	0
4.	Tamat SLTA	8	26,67	7	100
5.	Akademi/PT	2	6,66	0	0
		30	100	7	100

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden petani dan pedagang memiliki latar belakang pendidikan yang beragam-ragam yaitu dari tidak sekolah (TS) sampai dengan tingkat Akademi (PT). Untuk tingkat pendidikan responden petani didominasi dengan tingkat pendidikan tidak sekolah (TS) 8 orang yaitu sebanyak 26,67%, diikuti tamat sekolah dasar (SD) 8 orang yaitu sebanyak 26,67%, diikuti tamat sekolah menengah atas (SMA) 8 orang yaitu sebanyak 26,67%. Dan pendidikan pedagang bawang merah lebih dominan pada SMA sebanyak 7 orang yaitu sebanyak 100%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa petani bawang merah yang ada di Kecamatan Woha kurang mampu untuk membaca tapi memiliki kemampuan untuk menghitung keuntungan maupun kerugian yang di dapat selama menjalankan usaha bawang merah. Sedangkan pedagang dapat disimpulkan bahwa pedagang sudah cukup pintar dalam mengelola usahanya.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

Tabel 4.4. Jumlah Anggota Keluarga Responden Petani dan Pedagang Bawang Merah Di Kecamatan Wohu tahun 2023

No.	Jumlah Anggota	Petani Bawang Merah		Pedagang	
		Orang	%	Orang	%
1.	1-5	26	86,67	5	71,43
2.	6-10	4	13,33	2	28,57
3.	>10	0	0	0	0
		30	100	7	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa jumlah anggota tanggungan petani dan pedagang bawang merah berkisar dari 1 sampai 10 orang. Untuk jumlah anggota tanggungan responden petani didominasi pada kisaran 1-5 orang dengan persentase yaitu sebesar 86,67%, dan yang paling rendah yaitu kisaran 6-10 orang dengan persentase yaitu sebesar 13,33%. Dan jumlah tanggungan responden pedagang bawang merah lebih dominan pada kisaran 1-5 orang dengan persentase 71,43% dan yang paling rendah yaitu kisaran 6-10 orang dengan persentase 28,57%. Dengan demikian dapat disimpulkan selain mempengaruhi biaya hidup, jumlah tanggungan keluarga juga akan mempengaruhi tingkat kesejahteraan keluarga. Namun jumlah tanggungan juga akan berpengaruh baik jika setiap anggota keluarga yang ditanggung dapat membantu dalam kegiatan usahatani bawang merah.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berusaha Bawang Merah

Tabel 4.5. Pengalaman Responden Berusaha Petani dan Pedagang Bawang Merah Di Kecamatan Wohu tahun 2023

No.	Pengalaman Berusaha	Petani Bawang Merah		Pedagang	
		Orang	%	Orang	%
1.	1-20	23	76,67	7	100
2.	21-40	7	23,33	0	0
3.	>40	0	0	0	0
		30	100	7	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa pengalaman berusaha paling banyak responden petani berada pada kisaran 1-20 tahun yaitu sebanyak 23 orang dengan persentase yaitu sebesar 76,67% dan responden pedagang pada kisaran 1-20 orang dengan persentase yaitu sebesar 100%. Hal ini menunjukkan kisaran pengalaman responden petani dan pedagang sudah memiliki pengalaman yang baik. Dengan pengalaman tersebut petani dan pedagang mampu mengambil keputusan dan menentukan langkah-langkah yang tepat dalam berusahatani dan berdagang untuk memperoleh keuntungan yang maksimal.

Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

Tabel 4.6. Luas Lahan Responden Petani Bawang Merah Di Kecamatan Wohu tahun 2023

No.	Luas Lahan	Petani Bawang Merah	
		Orang	%
1.	<0,50	16	53,33
2.	0,50-1,00	14	46,67
3.	>1,00	0	0
		30	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa luas lahan responden petani bawang merah yang paling dominan yaitu luas lahan sebesar <0,50 are, sebanyak 16 orang dengan persentase yaitu sebesar 53,33%, dan diikuti luas lahan sebesar 0,50-1,00 are sebanyak 14 orang dengan persentase yaitu sebesar 46,67%. Sehingga hal ini mempengaruhi biaya dan keuntungan usahatani bawang merah dan juga mempengaruhi kesibukan para petani itu sendiri.

Analisis Kinerja Pemasaran Bawang Merah

Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga jual di tingkat produsen dengan harga yang diterima oleh konsumen.

Tabel 4.7. Hasil Analisis Margin Pemasaran Pada Satu Saluran Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Woha Kabupaten Bima Tahun 2023

No.	Pelaku Pasar	Rp/Kg	Harga Kastamer (%)
1.	Petani		
	Harga Jual	21.229	76,27
2.	Pedagang Antar Pulau		
	Harga Beli	21.229	
	Harga jual	27.857	100
	Biaya:		
	- Transportasi	1.000	
	- Buruh	146,66	
	- Karung	40,00	
	B/C Rasio	4,86	
	Total Biaya	1.186 (17,06%)	4,26
	Total Keuntungan	5.765 (82,94%)	20,69
	Total Margin	6.951	24,95

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa pada margin pemasaran petani masih menerima harga sebesar 76,27% dan pedagang antar pulau menikmati margin 100% dengan biaya Rp 1.186/kg dan keuntungan Rp 5.765/kg. Jadi pedagang antar pulau menikmati margin yang lebih besar yaitu 100% artinya pemasaran bawang merah efisien.

Analisis Elastisitas Transmisi Harga

Hasil analisis regresi model Cobb Douglas didapatkan:

$$\begin{aligned}
 Pf &= b_0Pr^{b_1} & \longrightarrow & \ln Pf = \ln b_0 + b_1 \ln Pr \\
 Pf &= 0,513 P^{0,855} & \longrightarrow & \ln Pf = 0,513 + 0,85 \\
 & & & Se = (0.969) \quad (0.217) \\
 & & & R^2 = (0.355)
 \end{aligned}$$

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t\text{-hitung} &= \frac{b_i - 1}{se(b_i)} & t\text{-tabel} &= (t_{\alpha/2} : n-2) \\
 &= \frac{0,855 - 1}{0,217} & &= (0,025 : 30-2) \\
 &= -0,668 & &= 2,048
 \end{aligned}$$

Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Transmisi Harga Bawang Merah Di Kecamatan Woha Kabupaten Bima Tahun 2023

No.	Uraian	Nilai
1.	Coeffisients	0,855
2.	t-hitung	-0,668
3.	t-tabel	2,048
4.	Standar Error	0,217
5.	Hipotesis	H ₀ Diterima

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa setelah dilakukan pengujian maka didapatkan hasil bawang merah yang dipasarkan memiliki t-hitung $|-0,668| = 0,668$ lebih kecil dari t-tabel 2,048 pada taraf nyata 5%. Maka H₀ diterima, H₀ : b = 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa perubahan harga di tingkat konsumen dapat ditransmisikan secara sempurna ke tingkat petani. Artinya yaitu apabila terjadi perubahan harga Rp 1 pada tingkat konsumen maka akan ditransmisikan sebesar Rp 0,855 ke level petani.

Kendala-Kendala Dalam Pemasaran Bawang Merah Tingkat Petani

Tabel 4.9. Kendala-Kendala Petani Dalam Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Woha Kabupaten Bima Tahun 2023

No.	Kendala	Ya (Orang)	Tidak (Orang)	Jumlah
1.	Harga	30		30
2.	Cuaca	15	15	30
3.	Modal		30	30
4.	Transportasi		30	30

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa kendala yang dialami oleh petani dalam memasarkan bawang merah yaitu harga dan cuaca. Ada sebanyak 30 petani yang mengatakan bahwa mengalami kendala terhadap harga yang tidak pasti pada setiap musimnya dan ada sebanyak 15 petani yang mengatakan bahwa mengalami kendala cuaca yang tidak menentu sehingga dapat menyebabkan bawang merah itu sendiri busuk.

Tingkat Pedagang

Tabel 4.10. Kendala-Kendala Pedagang Dalam Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Woha Kabupaten Bima Tahun 2023

No.	Kendala	Ya (Orang)	Tidak (Orang)	Jumlah
1.	Harga		7	7
2.	Cuaca	7		7
3.	Modal		7	7
4.	Transportasi	7		7

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa kendala yang dialami oleh pedagang dalam memasarkan bawang merah yaitu cuaca dan transportasi. Ada sebanyak 7 orang pedagang yang mengatakan bahwa mengalami kendala cuaca pada saat melakukan pengangkutan bawang merah keluar kota terjadi curah hujan yang tinggi maka akan menyebabkan bawang merah mengalami pembusukan akibat terkena oleh air hujan. Selain itu, ada sebanyak 7 orang pedagang yang mengatakan bahwa mengalami kendala transportasi karena pada saat akan melakukan penyebrangan akibat curah hujan yang

tinggi kapal barang tidak dapat untuk melakukan berlayar sehingga akan menyebabkan proses pemasaran bawang merah terhambat dan tidak efisien datangnya bawang merah dengan waktu pesanan yang di janjikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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

1. Kinerja pemasaran bawang merah di Kecamatan Woha Kabupaten Bima menunjukkan bahwa perubahan harga di tingkat konsumen ditransmisikan secara baik ke level petani atau produsen dengan margin pemasaran yaitu Rp 6.951/kg atau 24,95% dan share petani Rp 21.229/kg atau 76,27%.
2. Kendala-kendala yang dihadapi oleh petani dan pedagang dalam pemasaran bawang merah yaitu :
 - Pada tingkat petani adalah harga yang tidak pasti, dan cuaca yang tidak menentu yang mengakibatkan bawang merah banyak mengalami kerusakan.
 - Pada tingkat pedagang adalah cuaca yang tidak menentu mengakibatkan pedagang sulit pada saat pengangkutan (membawa) barang ke tempat tujuan ke luar kota, dan transportasi berlayar yang sulit dilaksanakan ketika tingkat curah hujan tidak menentu.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka ada beberapa saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Kepada petani diharapkan untuk mempertahankan kualitas bawang merah dan menjalin kerjasama secara baik dengan pihak pedagang, sehingga petani dapat menjaga kestabilan harga komoditi bawang merahnya.
2. Diharapkan bantuan dari pihak lembaga pemerintah dalam meningkatkan kinerja pemasaran di daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiati, D.R. 2011. *Prospek Pengembangan Usahatani Bawang Merah di Kabupaten Bima*. Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram.
- Anonim. 2011. *Potensi Bisnis Budidaya Bawang Merah*.
<http://bisnisukm.com/potensi-bisnis-budidaya-bawang-merah.html> [7 juli 2016].
- Azzaino, Z. 1981. *Tataniaga Hasil Pertanian*. Institut Pertanian Bogor.
- BPS NTB, 2015. *NTB Dalam Angka*. Propinsi Nusa Tenggara Barat.
- BPS Mataram, 2018. *Kabupaten Bima Dalam Angka*. Mataram.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura, 2015. *Prospek Pengembang Bawang merah di kabupaten Bima-NTB*. Dinas Pertanian Pangan dan Hortikultura Bima.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen agribisnis*. PT. Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice hall.

- Limbong, W.H. dan Sitorus, P. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Diklat. Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. IPB. Bogor.
- Nazir, Moh. 2005. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sjah Taslim, 2010. *Ekonomi Pertanian*. Mataram University Press. Mataram NTB.
- Soekartawi, 1995. *Analisis Usahatani*. UI-Press. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Malang: Universitas Muhamadiyah Malang.
- Sunarjono. H dan Soedomo. P. 1985. *Agribisnis Bawang Merah*. Sinar Baru Algensindo. Bandung.
- Swastha. B dan Sukotjo. I, 2007. *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Tim Bina Karya Tani, 2008. *Pedoman Bertanam Bawang Merah*. Yrama Widya. Bandung.
- <http://agumangulo.blogspot.com/2012/10/pemasaran-hasil-Pertanian.html>.