

**SKRIPSI**

**ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN  
BAWANG MERAH DI KELURAHAN BARUGA DHUA  
KECAMATAN BANGGAE TIMUR KABUPATEN MAJENE  
(Studi Kasus Kelompok Tani, Bunga Tanjung)**

**YANNELA RISTA LANGI**

**A 0117538**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN  
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT  
MAJENE**

## ABSTRAK

**YANNELA RISTA LANGI** dengan judul “analisis saluran dan margin pemasaran Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene” dibimbing oleh **ARAFAT** dan **HASNIAR**

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui saluran pemasaran Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene. 2) mengetahui margin pemasaran Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, Metode pengambilan data menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui pengamatan dan wawancara mendalam dengan informan, kemudian menggunakan data sekunder yang diperoleh dari literatur-literatur buku-buku, jurnal penelitian dan ataupun artikel-artikel ataupun dari instansi yang bersangkutan dengan penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Snowball Sampling*

Hasil penelitian menunjukkan Saluran pemasaran bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene memiliki 2 saluran, yaitu saluran I Produsen – Pedagang Pengecer – Konsumen. Saluran II yakni Produsen – Pedagang Pengumpul - Pengecer –Konsumen, Adapun untuk Margin pemasaran bawang merah di Desa Kelurahan Baruga Dhua Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene setiap lembaga pemasaran yaitu pada saluran I keuntungan sebesar Rp. 17.000/kg, dan margin pada saluran II memperoleh keuntungan sebesar Rp. 11.500/kg dengan nilai farmer share yang didapatkan di sebesar 48,57 %

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Bawang Merah

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar belakang

Produk hortikultura berkontribusi signifikan dalam mendukung perekonomian nasional dalam hal penyediaan pangan, kesehatan dan kosmetika, perdagangan, pembentukan PDB dan lapangan kerja (Ditjen Hortikultura, 2016). Salah satu hasil kebun yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia adalah budidaya bawang merah. Selain digunakan sebagai bumbu masak dan obat untuk mengobati penyakit tertentu, produk ini tidak hanya dijual di dalam negeri tetapi juga diekspor ke luar negeri, sehingga produk bawang merah semakin digemari masyarakat kontribusi yang signifikan bagi negara (Rukmana dalam Irwin, 2015).

Kabupaten Majene juga merupakan penghasil bawang merah. Salah satu daerah penghasil bawang merah di Sulawesi Barat adalah Desa Baruga Dhua di Kecamatan Banggae Timur. Sebagai industri unggulan dalam struktur perekonomian daerah Majene, pertanian mempunyai peranan yang sangat penting apakah dapat dikembangkan menjadi industri unggulan dan memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan perekonomian daerah. Hal ini menyebabkan masyarakat di Kabupaten Majene memilih untuk meningkatkan produksi bawang merah, terlihat dari data tahun 2021 hingga 2022 (BPS), seperti terlihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Produksi Bawang Merah di Kabupaten Majene Tahun 2021 - 2022

No	Kecamatan	Produksi Bawang Merah (Kuwintal)	
		2021	2022
1	Banggae	911	1163
2	Banggae Timur	688	2.283
3	Pamboang	490	991
4	Sendana	254	215
5	Tammerodo	15	0
6	Tubo Sendana	5	80

No	Kecamatan	Produksi Bawang Merah (Kuwintal)	
		2021	2022
7	Malunda	-	-
8	Ulumanda	-	-

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Majene 2023

Pada Tabel 1 produksi bawang merah di Kabupaten Majene terlihat bahwa Kecamatan Banggae Timur merupakan penghasil bawang merah terbesar diantara tujuh divisi lainnya yang ada di Kabupaten Majene. Hal ini terlihat dari melimpahnya panen dalam dua tahun terakhir. Meski produksi bawang merah di Kecamatan Baggae lebih tinggi dibandingkan daerah lain, namun tidak menjamin pendapatan petani di Desa Baruga dhua lebih tinggi. Terdapat peluang pengembangan yang baik untuk pemasaran bawang hijau di Kelurahan Baruga dhua Namun pengembangannya masih banyak kendala, antara lain fluktuasi harga akibat perubahan pasokan dan permintaan sehingga berdampak pada rendahnya pendapatan petani

Hal ini berdampak pada rendahnya pendapatan petani. Hal ini dikarenakan yang menentukan harga jual produk adalah pedagang yang datang langsung ke tempat produksi dan membeli produk petani dalam jumlah banyak. Oleh karena itu, petani hanya dapat menjual produk bawang merah dengan harga yang ditentukan oleh produsen. pedagang. Proses pemasaran bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua mempunyai saluran yang melaluinya proses pemasaran bawang merah tersebut dihasilkan sampai pada konsumen akhir, dalam hal ini ada berbagai pihak yang terlibat dalam proses pendistribusian produksi bawang merah tersebut untuk meminimalisir keadaan tersebut. Perbedaan harga jual yang besar, maka petani harus mengamati situasi harga pasar dengan lebih cermat agar dapat melakukan penyesuaian kepada pedagang. Tingginya selisih harga pemasaran disebabkan oleh besarnya selisih harga antara harga yang dibayar pedagang dengan harga yang diterima petani. Dengan memahami situasi harga pasar, petani dapat mengatur proses penjualan produknya dengan lebih efektif sehingga memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. Aspek pemasaran selalu menjadi permasalahan dalam sektor

pertanian, salah satunya adalah lemahnya saluran pemasaran hortikultura. Saluran pemasaran yang lemah menyebabkan petani tidak mampu memaksimalkan keuntungan dan pemasar menerima keuntungan yang tidak adil. Hal ini diperparah dengan permintaan konsumen, waktu pengiriman yang lebih lama, dan distribusi yang tidak merata. Salah satu penyebab fluktuasi harga adalah untuk menstabilkan harga, yang terpenting adalah mengawasi saluran pemasaran dari hulu hingga hilir agar distribusi merata dan harga stabil (M. Ilsan, 2018)

Pemasaran Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua Berdasarkan hal tersebut, kami melihat potensi keuntungan bawang merah dari segi keuangan dan pemasaran, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Saluran Pemasaran dan Analisis Keuntungan Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua” Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Bagaimana saluran pemasaran Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene.
2. Bagaimana margin pemasaran Bawang Merah di Kelurahan Buttu Baruga dhua Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran Bawang Merah di Kelurahan Buttu Baruga Dhua, Kec. Banggae Timur, Kabupaten Majene.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah

1. Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan juga bagi peneliti untuk memahami saluran pemasaran dan margin keuntungan bawang hijau di Kelurahan Baruga Dhua. Kecamatan banggae, Kabupaten Majene.

2. Sebagai bahan informasi bagi pembaca, rekan akademisi dan pelaku pertanian.
3. Memberikan informasi bagi pelaksanaan kebijakan pemerintah untuk mengembangkan sistem distribusi komoditas bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tanaman Bawang Merah**

##### **2.1.1 Bawang Merah**

Bawang merah (*Allium cepa* L. var. *aggregatum*) merupakan salah satu bumbu kuliner utama dunia, berasal dari Iran, Pakistan dan pegunungan utara, kemudian menyebar ke berbagai belahan dunia, baik subtropis maupun tropis. Menurut Nurhasanah (2012), bawang merah diyakini berasal dari Asia. Beberapa literatur menyebutkan bahwa tanaman ini berasal dari Asia Tengah, khususnya Palestina dan India, namun ada juga yang memperkirakan berasal dari cekungan Mediterania. Bawang merah merupakan tanaman tahunan yang memiliki umbi berlapis, akar serabut, dan daun silindris berongga. Berdasarkan Wulandari (2013) Bawang Merah (*Allium cepa* L. var. *ascalonicum*) dari famili Alliaceae merupakan salah satu spesies yang bernilai ekonomis tinggi, banyak dibudidayakan di seluruh dunia terutama di benua Asia dan Eropa

Umbi ini dapat dimakan mentah, digunakan sebagai bumbu masakan, bahan untuk acar, obat tradisional, pewarna dari kulitnya, serta campuran sayur dari daunnya. Menurut Tambunan (2014), tanaman ini dikenal sebagai Bawang Merah dan telah digunakan sejak zaman dahulu untuk mencegah atau menyembuhkan berbagai penyakit. Walaupun telah dikenal sejak zaman dahulu, Bawang Merah bukanlah tanaman asli Indonesia. Tanaman ini berasal dari Asia Tengah, khususnya di sekitar Palestina dan India. Bawang Merah merupakan salah satu tanaman budidaya tertua. Bukti menunjukkan bahwa tanaman ini sudah ada sejak 3200-2700 SM, sedangkan di Israel, Bawang Merah diperkirakan telah dikenal sejak tahun 1500 SM.

Daun bawang merah memiliki tangkai pendek, berbentuk bulat seperti pipa, berlubang, dengan panjang antara 15-40 cm, dan meruncing di ujungnya. Warnanya bisa hijau tua atau hijau muda. Ketika daun sudah tua, warnanya berubah menjadi kuning, tidak lagi tegak seperti daun muda, dan akhirnya mengering dari ujung

tanaman. Daun ini berfungsi untuk fotosintesis dan respirasi, sehingga kesehatan daun secara langsung mempengaruhi kesehatan tanaman (Annisa dan Solfyan dalam Syahril, 2021).

Bagian pangkal umbi membentuk cakram yang merupakan batang pokok yang tidak sempurna (rudimenter). Dari bagian bawah cakram, tumbuh akar-akar serabut, sementara di bagian atasnya terdapat mata tunas yang bisa berkembang menjadi tanaman baru. Tunas ini disebut tunas lateral, yang akan membentuk cakram baru dan umbi lapis kembali. Bunga bawang merah adalah bunga sempurna, memiliki benang sari dan kepala putik. Setiap kuntum bunga terdiri dari enam daun bunga berwarna putih, enam benang sari berwarna hijau kekuningan, dan sebuah putik (Annisava dan Solfan, 2014). Buahnya berbentuk bulat dengan ujung tumpul, mengandung 2-3 biji. Biji berbentuk pipih, berwarna bening atau putih saat muda, dan berubah menjadi hitam saat matang. Biji berwarna merah bisa digunakan untuk memperbanyak tanaman secara generatif. Umbi bawang merah merupakan umbi lapis dengan jumlah umbi per rumpun bervariasi antara empat hingga delapan umbi, bahkan bisa mencapai 35 umbi.

Budidaya bawang merah biasanya dilakukan secara musiman, terutama selama musim kemarau dari bulan April hingga Oktober. Tanaman ini dapat tumbuh di dataran rendah hingga tinggi, pada ketinggian 0-1000 meter di atas permukaan laut. Ketinggian ini berhubungan erat dengan curah hujan, kelembaban udara, dan intensitas cahaya matahari. Bawang merah membutuhkan minimal 70% penyinaran, dengan durasi optimal antara 11-16 jam per hari, tergantung pada varietasnya, dan kelembaban optimal antara 50-70%. Curah hujan yang dibutuhkan sekitar 1.000-1.500 mm per tahun, dengan suhu ideal berkisar antara 25-32 °C (Yuliani dalam Syahril, 2021).

### **2.1.2 Morfologi Bawang Merah**

Menurut Nurhasanah (2012), bawang merah diduga berasal dari Asia. Beberapa sumber menyebutkan asal tanaman ini dari Asia Tengah, khususnya Palestina dan India, sedangkan sumber lain menduga dari daerah Mediterania. Bawang merah merupakan tanaman semusim dengan umbi berlapis, berakar serabut, dan daun berbentuk silinder berongga. Wulandari (2013) menyatakan



bahwa bawang merah (*Allium cepa* L. var. *ascalonicum*) dari famili Alliaceae adalah spesies dengan nilai ekonomi penting yang dibudidayakan secara luas di seluruh dunia, terutama di benua Asia dan Eropa. Tanaman bawang merah dapat diklasifikasikan sebagai berikut.

Kerajaan ( <i>Kingdom</i> )	: <i>Plantae</i>
Divisi	: Magnoliophyta
Kelas	: <i>Liliopsida</i>
Ordo	: Asparagales
Famili	: Amaryllidaceae
Genus	: <i>Allium</i>
Spesies	: <i>Allium cepa</i> L. var. <i>ascalonicum</i> .

Menurut Puspa (2017), bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) adalah tanaman berumbi lapis yang tumbuh setinggi 40–70 cm. Batang semu di bagian bawah tanaman ini merupakan tempat pertumbuhan akarnya. Bawang merah memiliki sistem akar serabut yang dangkal, bercabang, dan tersebar. Akar tanaman ini dapat menembus tanah hingga kedalaman 15–30 cm. Daun bawang merah berbentuk bulat seperti pipa, berlubang, dengan tangkai yang relatif pendek, panjangnya antara 15–40 cm, dan meruncing di ujung. Daunnya bisa berwarna hijau tua atau hijau muda. Ketika daun menua, warnanya berubah menjadi kuning, tidak lagi setegak daun muda, dan akhirnya mengering mulai dari ujung tanaman.

Daun bawang merah berperan dalam proses fotosintesis dan respirasi, sehingga kondisi kesehatan daun sangat mempengaruhi kesehatan keseluruhan tanaman (Annisava dan Solfan, 2014). Wulandari (2013) menyatakan bahwa tangkai bunga bawang merah tumbuh dari ujung tanaman dengan panjang antara 30-90 cm, dan di ujungnya terdapat 50-200 bunga kecil yang tersusun melingkar seperti payung. Setiap bunga memiliki 5-6 helai daun bunga berwarna putih, 6 benang sari berwarna hijau atau kekuningan, satu putik, dan bakal buah berbentuk hampir segitiga. Bunga ini merupakan bunga sempurna (hermaprodit) dan dapat melakukan penyerbukan sendiri atau silang. Akar bawang merah terdiri dari akar utama (primary root) yang mendukung pertumbuhan akar adventif (adventitious root) dan bulu akar, yang

membantu menopang tanaman serta menyerap air dan nutrisi dari tanah. Akar ini dapat tumbuh hingga kedalaman 30 cm, berwarna putih, dan mengeluarkan bau menyengat khas bawang merah ketika diremas (Annisava dan Solfan, 2014). Menurut Fauziah (2017), biji bawang merah berbentuk pipih, berwarna bening atau putih saat muda, dan berubah menjadi hitam saat matang. Biji merah dapat digunakan untuk perbanyakan tanaman secara generatif. Uke et al. (2015) menyatakan bahwa umbi bawang merah terbentuk dari pangkal daun yang bersatu, membesar, dan berubah bentuk serta fungsinya menjadi umbi. Tanaman ini dapat tumbuh di dataran rendah hingga ketinggian 1.200 meter di atas permukaan laut (dpl). Di dataran tinggi, umbi bawang merah biasanya lebih kecil dibandingkan dengan yang tumbuh di dataran rendah.

### **2.1.3 Syarat Tumbuh Bawang Merah**

Sunaryono dan Soedomo (2010) menyimpulkan bahwa secara umum, tanaman bawang merah tidak dapat bertahan dalam curah hujan yang tinggi. Oleh karena itu, lebih baik menanamnya pada musim kemarau dengan pengairan yang mencukupi. Suhu udara yang ideal untuk pertumbuhan bawang merah berkisar antara 25-32°C dalam iklim yang kering, kondisi ini biasanya terjadi di dataran rendah. Namun, bawang merah juga dapat tumbuh di dataran tinggi, meskipun di sana umur tanaman cenderung lebih lama, sekitar setengah hingga satu bulan lebih dari yang tumbuh di dataran rendah. Ada hubungan yang jelas antara suhu udara dan umur panen umbi bawang merah: pada suhu 30°C, umur panen sekitar 80 hari; pada suhu 25°C, umur panen memerlukan waktu sekitar 96 hari; dan pada suhu 20°C, umur panen bisa mencapai 120 hari.

Menurut Fajjriyah (2017) tanah memiliki tingkat kesuburan yang berbeda-beda. Dalam hal ini, tanaman Bawang Merah baik tumbuh di atas tanah yang subur. Tanah yang subur merupakan tanah yang mengandung kadar oksigen dan zat organik yang banyak. Selain tanah yang subur, Bawang Merah juga cocok ditanam di tanah lempung. Tanah lempung merupakan tanah yang tergolong subur. Tanah ini memiliki sifat yaitu banyak mengandung nutrisi bagi tanaman, memiliki berat yang pas, sehingga mudah untuk dikerjakan dan memiliki tekstur yang pas, yakni tidak mudah lengket seperti tanah liat dan tidak remah seperti pasir. Tanah yang

terlalu gembur atau becek dapat menyebabkan pertumbuhan umbi menjadi tidak maksimal, sehingga bentuknya menjadi kerdil dan mudah membusuk. Jenis tanah yang harus dihindari adalah tanah yang mengandung ammonium. Gas ammonium ini dapat meracuni tanaman.

## **2.2 Budidaya Tanaman Bawang Merah**

### **2.2.1. Perbanyak Umbi Bawang Merah**

Salah satu faktor utama yang dapat menentukan keberhasilan usaha peningkatan produksi bawang merah adalah ketersediaan benih/bibit bermutu. Produsen benih bawang merah di sentra-sentra produksi biasanya adalah petani yang memiliki skala usaha relatif luas atau petani individual yang menyisihkan sebagian hasil panen untuk digunakan sebagai benih musim tanam berikutnya. Pada umumnya bawang merah diperbanyak dengan menggunakan umbi sebagai bibit. Menurut Nurhasanah (2015) umbi yang baik untuk bibit harus berasal dari tanaman yang sudah cukup tua umurnya yaitu 70-80 hari setelah tanam (HST) dengan ukuran 5-10 g, dengan tampilan segar dan sehat, bernas dan tidak keriput, dan warnanya cerah.

### **2.2.2 Penanaman**

Setelah lahan selesai diolah, kegiatan selanjutnya adalah pemberian pupuk dasar. Pupuk dasar yang digunakan adalah pupuk organik yang sudah matang seperti pupuk kandang sapi atau ayam dengan dosis 10-20 ton/ha atau pupuk kandang ayam dengan dosis 5-6 ton/ha, atau kompos dengan dosis 4-5 ton/ha yang diaplikasikan 2-3 hari sebelum tanam dengan cara disebar lalu diaduk secara merata dengan tanah. Balai Penelitian Sayuran (BALITSA) merekomendasikan bahwa penggunaan pupuk organik (kompos) sebanyak 5 ton/ha yang diberikan bersama pupuk TSP/SP-36. Pemberian pupuk organik tersebut untuk memelihara dan meningkatkan produktivitas lahan. Menurut Annisava dan Solfan (2014) dari beberapa penelitian diketahui bahwa kompos tidak meningkatkan hasil Bawang Merah secara nyata, tetapi mengurangi susut bobot umbi (dari bobot basah menjadi bobot kering jemur) sebanyak 5%. Jarak tanam yang digunakan adalah 10 x 10 cm atau 10 x 5 cm.

Untuk menanam bawang merah, bedengan yang telah disiapkan diberi lubang-lubang kecil dengan kedalaman kurang lebih sama dengan sama dengan bibit yang akan ditanam. Jarak tanam sekitar 15 x 15 cm atau 15 x 20 cm. Selanjutnya, umbi bibit dimasukan ke dalam lubang dengan meletakkan bagian ujung pada sisi atas. Tanaman bawang merah harus disiram setiap hari sampai daun pertama tumbuh. Penyiraman dilakukan dua kali sehari yakni pada pagi dan sore hari. Penyiraman baru dapat dilakukan sehari sekali jika tanaman bawang merah sudah berumur 50 hari. Ketika menyiram tanaman bawang merah sebaiknya tidak terlalu basah, karena mengakibatkan tanah bisa menjadi padat dan berdampak pada terganggunya pertumbuhan tanaman, serta terjadinya pembusukan. Seperti halnya tanaman-tanaman lain, bawang merah harus disiangi untuk membuang semua gulma. Penyiangan dengan cara mencabuti gulma dengan menggunakan tangan maupun alat bantu harus dilakukan secara hati-hati agar tidak merusak akar tanaman Bawang Merah. Selama masa pertumbuhan bawang merah, penyiangan pada umumnya dilakukan dua kali. Penyiangan pertama Ketika tanaman masih berumur 2-4 minggu, sedang penyiangan kedua dilakukan Ketika tanaman berumur 5-6 minggu.

Untuk frekuensi penyiangan sendiri tergantung pada pertumbuhan gulma. Pupuk untuk bawang merah bisa menggunakan pupuk alami maupun buatan. Pemupukan dilakukan dalam dua tahap, yakni sebelum penanaman dan setelah penanaman. Pemupukan tahap pertama seringkali menggunakan pupuk kandang atau kompos Maksud pemberian pupuk alami sebelum penanaman adalah agar struktur tanah tidak mudah memadat. Selain itu juga untuk menyuburkan tanah, serta meningkatkan kemampuan

### **2.2.3. Pemupukan**

Menurut Fauziah (2017) pemupukan I berupa pupuk N dan K dilakukan pada umur 10 – 15 hari setelah tanam dan ke II pada umur 1 bulan sesudah tanam. Giamerti dan Mulyaqin (2013) menyatakan bahwa pupuk dasar diberikan bersamaan dengan tanam yaitu pupuk SP-36 0,3 g/tanaman, KCl 0,2 g/tanaman dan pupuk susulan yaitu pupuk ZA 0,09 g/tanaman dan pupuk Urea 0,125 g/tanaman diberikan dua kali yaitu pada umur 14 HST dan 28 HST. Bawang Merah merupakan

salah satu jenis tanaman yang membutuhkan banyak sulfat dibanding tanaman lain. Untuk tanaman Bawang Merah ketajaman aromanya berkorelasi dengan ketersediaan sulfur (S) didalam tanah

#### **2.2.4 Pemanenan**

Fauziah (2017) menyatakan bahwa Bawang Merah dapat dipanen setelah umurnya cukup tua, biasanya pada umur 60 – 70 hari. Tanaman Bawang Merah dipanen setelah terlihat tanda-tanda 60% leher batang lunak, tanaman rebah, dan daun menguning. Pemanenan sebaiknya dilaksanakan pada keadaan tanah kering dan cuaca yang cerah untuk mencegah serangan penyakit busuk umbi di gudang. Bawang Merah yang telah dipanen kemudian diikat pada batangnya untuk mempermudah penanganan. Selanjutnya umbi dijemur sampai cukup kering (1-2 minggu) dengan dibawah sinar matahari langsung, kemudian biasanya diikuti dengan pengelompokan berdasarkan kualitas umbi. Pengeringan juga dapat dilakukan dengan alat pengering khusus sampai mencapai kadar air kurang lebih 80%.

#### **2.3 Umur Simpan Bawang Merah**

Petani bawang merah yang hanya menghasilkan beberapa kuintal, menyimpan umbinya di ruang dapur, digantung pada tambang yang direntangkan dari dinding ke dinding. Simpanan umbi demikian dapat tahan lama karena setiap harinya mengalami pengasapan. Udara didalam ruangan dapat tetap relative kering sehingga tetap terjamin tidak akan terjadi infeksi dari jamur maupun hama. Gudang untuk menyimpan bawang merah yang cukup banyak, ventilasinya harus baik, sehingga tetap terjamin tidak lembab dan tidak gelap. Menurut ismunandar (2015) cahaya dalam gudang seperti bayang-bayang kabur. Ikatan umbi bawang merah yang digantung pada tambang maupun pada belahan bambu, dalam Gudang dapat bertahan hingga 6 bulan dalam suhu udara 26-29<sup>o</sup>C. Udara yang terlalu lembab, selain dapat mengundang infeksi penyakit cendawan, juga memudahkan/mempercepat umbi tumbuh dalam gantungan. Umbi yang dikeringkan secara tradisional disimpan selama 3 bulan dalam gudang akan kehilangan bobot sampai 15%, sedangkan yang dikeringkan secara buatan kehilangan bobot hanya 13%. Lama simpan umbi dalam gudang biasa sampai

tumbuh tunas sangat dipengaruhi oleh ketuaan umbi dipanen dan kondisi gudang. Jumlah hari selama umbi digudang sampai bertunas dan umur panen (umur fisiologis) adalah tetap 150 hari (panen + gudang adalah tetap). Bila dipanen muda umur 60 hari, maka umbi akan bertunas setelah 90 hari. Bila umbi dipanen tua umur 80 hari, maka umbi akan bertunas setelah 70 hari, dan seterusnya.

Penyimpanan berpengaruh terhadap kualitas benih setelah ditanam di lapangan, yang berkaitan dengan habisnya masa dormansi bibit itu sendiri. Lama penyimpanan erat kaitannya dengan penghentian masa dormansi dalam kondisi optimum yang memerlukan waktu tertentu. Menurut Darma dkk. (2015) beberapa kriteria pemilihan benih untuk penanaman bawang merah diantaranya yaitu dapat mengurangi kebutuhan benih per satuan luas, pengangkutan dan penyimpanan yang lebih mudah dan lebih murah, tanaman yang dihasilkan lebih sehat, bebas patogen penyakit, umbi yang dihasilkan berkualitas lebih baik dan lebih besar. Tujuan dari penyimpanan umbi bawang merah yang dilakukan ini adalah untuk menunggu saat pemasaran yang tepat, sehingga karena tujuan tersebut diperlukan kondisi yang sesuai untuk penyimpanan umbi bawang merah tanpa mengalami penurunan kualitas dan kuantitas dari bawang merah selama penyimpanan.

Umur simpan bibit bawang merah selama 10 minggu lebih baik dari pada umur simpan 7 minggu. Hal ini sejalan dengan pernyataan Maemunah (2010) bahwa benih Bawang Merah yang disimpan selama 30, 60, 90 hari (1,2,3 bulan) menunjukkan persentase kadar air yang semakin menurun mengikuti lama benih disimpan. Hasil percobaan Soedomo (1992) mengatakan umbi Bawang Merah yang telah disimpan selama 3 bulan tanpa pemotongan ujung umbi, menghasilkan pertumbuhan dan bobot hasil yang terbaik, dibandingkan dengan penyimpanan 1,2,4 bulan, yang mana lama penyimpanan erat kaitannya dengan penghentian masa dormansi dalam kondisi optimum yang memerlukan waktu tertentu. Hatab dan Hess (2013) menyatakan bahwa bawang merah memerlukan kondisi penyimpanan yang baik agar mutunya relatif bertahan, dikarenakan memiliki sifat.

#### **2.4 Manfaat Bawang Merah**

Meskipun bawang merah bukan merupakan bahan utama dalam masakan sehari-hari, namun bawang merah memiliki kandungan gizi yang dapat memberi

nilai tambah dan melengkapi gizi menu utama yang Dihadangkan bahwa Bawang Merah memiliki kandungan mineral kalium yang cukup tinggi. Kalium berperan penting dalam proses metabolisme. Mineral ini juga penting dalam menjaga keseimbangan tekanan darah, mencegah pengerasan pembuluh darah, dan membersihkan pembuluh darah dari endapan kolesterol jahat, serta membantu mengatur kontraksi otot rangka dan otot halus, dan berperan penting dalam fungsi kerja saraf dan otak.

Mineral kalsium dan fosfor yang terkandung dalam bawang merah penting untuk menjaga kesehatan tulang dan gigi. Selain memiliki kandungan gizi yang cukup lengkap, bawang merah juga kaya akan kandungan senyawa kimia aktif (senyawa sulfur). Senyawa tersebut berperan dalam pembentukan aroma dan memberikan efek farmakologis yang positif bagi kesehatan. Kandungan senyawa kimia aktif Senyawa kimia aktif yang terkandung dalam bawang merah memiliki efek farmakologi, yaitu efek terhadap pencegahan, perawatan, dan pengobatan penyakit. bawang merah berkhasiat dan sangat bermanfaat bagi kesehatan, seperti meningkatkan daya tahan tubuh terhadap serangan penyakit, mencegah dan mengobati berbagai jenis penyakit mulai yang ringan (demam, sakit kepala, sariawan, pilek, masuk angin, perut kembung, disentri, sembelit, batuk, dan lain-lain) sampai yang berat/penyakit degeneratif (hipertensi, diabetes mellitus, gangguan jantung, aterosklerosis, kanker, dan lain-lain)

## **2.5 Pemasaran**

### **2.5.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan pemasaran yang efektif dan pemasaran pula suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan (Menurut Nitisemito dalam Faisal 2018).

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi,

pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Defenisi yang diberikan sering berbeda antara ahli yang satu dengan ahli yang lain perbedaan ini disebabkan karena adanya perbedaan para ahli dalam memandang dan meninjau pemasaran, dalam kegiatan pemasaran aktivitas pertukaran merupakan hal sentral. Pertukaran merupakan kegiatan pemasaran dimana seseorang berusaha menawarkan sejumlah barang atau jasa dengan sejumlah nilai keberbagai macam kelompok sosial untuk memenuhi kebutuhannya. Pemasaran sebagai kegiatan manusia diarahkan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran defenisi yang paling sesuai dengan tujuan tersebut adalah : pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler dalam Faisal 2018).

Menurut (Laksana, 2019) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen. Menurut (Kotler dan Keller 2016) *Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is meeting needs profitably.* Menurut (Tjiptono dan Diana 2020), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Menurut (Manap,2016), pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan. Menurut (Sunyoto, 2019), pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.



Pemasaran merupakan suatu mata rantai penting dalam kegiatan pertanian. Usaha pemasaran dapat berperan dalam pembentukan harga penyerapan produksi. Tumbuhnya industri pertanian dan peningkatan pemasaran, Menurut A.H Hanafiah dan A.M Saefuddin dalam Pratama ) bahwa Pemasaran hasil pertanian mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran hasil pertanian umumnya terdiri dari produsen (pengusaha/petani Bawang Merah), pedagang perantara (grosir), pedagang eceran dan konsumen.
2. Kedudukan terpenting dalam pemasaran hasil pertanian terletak pada pedagang pengumpul berfungsi sebagai pengumpul hasil karena daerah 8 produksi terpecah, skala produksi kecil dan produksinya berlangsung musiman.
3. Pada umumnya pedagang pengumpul memberi kredit kepada produsen sebagai jaminan untuk dapat memperoleh sebagai terbesar dari hasil pertanian.
4. Pemasaran hasil pertanian tertentu pada umumnya bersifat musiman, dalam hal ini adalah Bawang Merah.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keuntungan.

### **2.5.2 Fungsi pemasaran**

Adapun fungsi pemasaran dapat dijelaskan sebagai aktifitas utama dalam menjalankan proses pemasaran. Menurut (Armand dalam **Pratama** 2021), lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Dalam melakukan fungsi pemasaran ada empat tipe fungsi pemasaran yaitu :

1. Pengenalan Bawang merah

Pengenalan menjadi fungsi utama dari sebuah pemasaran yang dilakukan oleh masyarakat. Dengan adanya pemasaran akan lebih mudah dikenal oleh pelanggan. Pemasaran harus menunjukkan keunggulan dari bawang merah yang dipasarkan sehingga bisa lebih menarik perhatian.

2. Riset

Riset memungkinkan pemasaran untuk mendapatkan informasi yang tepat mengenai pasar target. Beberapa hal yang biasa diriset adalah kepopuleran, usia, jenis kelamin disesuaikan dengan apa yang sesuai dengan target pasarnya.

### 3. Distribusi

Distribusi yang baik, akan memastikan bahwa bawang merah dapat mudah dipindahkan dari lokasi produksi ke pasar luas. Selain itu juga memastikan bahwa bawang merah dapat dengan mudah didapatkan oleh pelanggan. Sebagai pemasar juga harus merencanakan segala sesuatunya seperti armada, keuangan dalam proses distribusi.

### 4. Layanan Penjualan

Penjualan layanan memang sangat dibutuhkan. Pemasar harus membantu pelanggan setelah mereka membeli produk. Misalnya seperti usahatani bawang merah pelanggan akan merasa kesulitan ketika menemukan masalah pada bawang merah yang telah mereka beli. Tugas pemasaran memastikan dan membantu agar pemasaran bawang merah berjalan semestinya.

## **2.5.3 Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, penyalur ini secara aktif akan mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli konsumen. Pemasaran hasil pertanian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan pemasaran suatu produk, kita harus mempertimbangkan kegiatan pemasaran suatu produk, kita harus mempertimbangkan saluran pemasaran yang dapat dipakai untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Menurut Hanifah dan Saefuddin (2006) saluran pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dengan mana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen.

Saluran pemasaran adalah rangkaian proses menyalurkan barang yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran dari produsen hingga ke konsumen dimana sepanjang rantai tersebut terjadi penambahan nilai produk (Kotler & Armstrong, 2014).

Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangka proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen ke konsumen. Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai kepada konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barangbarang yang ada. Menurut (Kotler dalam Bambang 2018) Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Saluran distribusi langsung

Saluran distribusi langsung, saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara.

2. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara

Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (one stage channel).

3. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok

Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi dua tingkat (two stage channel).

4. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara

Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (three stage channel).

Semakin panjang jarak dan semakin banyak perantara yang terlibat dalam pemasaran. Maka biaya pemasaran semakin tinggi dan margin tataniaga juga semakin besar (Daniel, 2002). Salah satu peran utama saluran pemasaran adalah mengubah pembeli potensial menjadi pelanggan yang menguntungkan. Saluran pemasaran tidak hanya melayani pasar, tetapi mereka juga harus membentuk pasar.

Saluran pemasaran berfungsi untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen. Barang yang lebih cepat ke tangan konsumen biasanya mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana. Hubungan dalam pemindahan, kegiatan perantara pedagang berbeda dengan lembaga lain. Berbagai macam perantara agen, antara lain perusahaan transport, perusahaan pergudangan dan sebagainya adapun lembaga-lembaga yang termasuk dalam golongan perantara pedagang menurut (Swastha dan Irawan, 2007) adalah :

1. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah orang pribadi maupun badan hukum yang mengumpul dan membeli dari petani kemudian menjual kepada suatu badan usaha.

2. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain dan atau kepada pemakai industri, pemakai yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir.

3. Pedagang Pengecer

Pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi (non bisnis).

#### **2.5.4 Margin Pemasaran**

Konsep margin pada pemasaran (perspektif ekonomi) adalah perbedaan harga pada tingkat petani Produsen dengan harga pada tingkat konsumen akhir atau di tingkat retail. Pengertian margin ini artinya pendekatan keseluruhan dari sistem pemasaran produk pertanian, mulai dari tingkat petani menjadi Produsen utama hingga produk tersebut sampai pada tangan konsumen akhir. oleh sebab itu

seringkali dikatakan Marjin Pemasaran Total (MT) (Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N., 2017).

Pengertian lebih luas marjin pada produk agribisnis memberikan nilai tambah (added value) yang terjadi selepas komoditi dari tingkat petani menjadi Produsen utama, hingga produk yang didapatkan diterima konsumen akhir (Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N., 2017). Pengertian nilai marjin pemasaran adalah harga dari sekumpulan jasa pemasaran/tataniaga yang merupakan hasil dari interaksi antara permintaan dan penawaran produk–produk tersebut (Su’udi, I. D., 2018). Rumus Margin pemasaran yaitu:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga tingkat petani (Rp/Kg)

Marjin pemasaran dalam teori harga diasumsikan bahwa penjual dan pembeli bertemu langsung, sehingga harga hanya ditentukan oleh kekuatan penalaran dan permintaan secara agregat. Dengan demikian disimpulkan tidak ada perbedaan antara harga di tingkat petani dengan harga ditingkat pengecer atau konsumen akhir. Berdasarkan penelitian-penelitian dari ilmu ekonomi pertanian, ternyata terdapat perbedaan harga di tingkat pengecer (konsumen akhir ) dengan harga di tingkat petani. Marjin dapat dibedakan menjadi dua cara, yaitu :

1. Marjin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani.
2. Marjin pemasaran merupakan biaya dari jasa 0 jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa - jasa pemasaran. Dengan menggunakan definisi pertama yang menyebutkan bahwa marjin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, maka lebih lanjut dapat dianalisa sebagai berikut : Harga yang dibayarkan konsumen merupakan harga ditingkat pengecer , yaitu

merupakan perpotongan antara kurva permintaan primer ( *primary demand curve* ) dengan kurva penawaran turunan ( *derived supply curve* ). Sedangkan harga ditingkat petani merupakan potongan antara kurva permintaan turunan ( *derived demand curve* ) dengan kurva penawaran primer ( *primary supply curve* ).

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Margin pemasaran harga merupakan salah satu cara untuk mengetahui tingkat efisiensi suatu pemasaran. Margin pemasaran dapat diketahui dari perhitungan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan lembaga pemasaran yang ikut berperan dalam proses pemasaran. Margin pemasaran dengan kata lain juga dapat diartikan sebagai perbedaan harga yang diterima petani dengan pedagang perantara.

### **2.5.5 Pendapatan**

Berbicara tentang pendapatan, sebenarnya sangat perlu mengetahui tentang manfaat dari pendapatan itu sendiri, meningkatnya pendapatan seseorang akan menciptakan kemakmuran. Tujuan utama dalam melakukan perdagangan yaitu untuk memperoleh pendapatan, pendapatan yang diperoleh dari kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan ditentukan dengan cara mengurangi biaya tetap (biaya penyusutan membajak, biaya penyusutan peralatan) dan biaya variable (bahan bakar minyak, konsumsi, dan lain-lain) yang dikeluarkan selama proses kerja. Total pendapatan bersih akan diketahui setelah dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan.

Tingkat pendapatan ditentukan oleh kemampuan produksi dalam menghasilkan barang dan jasa. Jika kemampuan faktor-faktor produksi menghasilkan barang dan jasa maka semakin besar pula pendapatan yang akan dihasilkan. Analisis pendapatan adalah besaran yang mengukur jumlah pendapatan yang akan diperoleh dari hasil panen Bawang Merah, setelah total pendapatan dikurangi dengan total pengeluaran maka menjadi pendapatan. Untuk menghitung pendapatan petani Bawang Merah dapat digunakan rumus sebagai berikut (Soekarwati dalam sarsinah 2018). Adapun rumus pendapatan yaitu :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

$\pi$  = Pendapatan petani Bawang Merah

TR = Total pendapatan

TC = Total biaya

Biaya usaha yang dikeluarkan oleh petani Bawang Merah biasanya dibagi menjadi dua yaitu:

1. Biaya tetap (*fixed cost*) yaitu biaya yang tidak berubah walaupun jumlah produksi berubah (selalu sama), atau tidak berpengaruh terhadap besar kecilnya hasil produksi;
2. Biaya Variabel (*variable cost*) yaitu biaya yang biasanya disebut biaya operasi, artinya seorang produsen selalu mengatur, pengeluaran sepanjang proses produksi berjalan atau biaya yang bisa selalu mengalami perubahan tergantung dari besar kecilnya produksi. Untuk menghitung biaya yang dikeluarkan petani Bawang Merah dapat digunakan rumus sebagai berikut (Soeharto Prawirokusumo dalam sarsinah 2018)

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = Total biaya

FC = Biaya tetap

VC = Biaya tidak tetap

Pendapatan yang dimiliki oleh masyarakat petani Bawang Merah dapat menjadi tolak ukur terhadap kesejahteraan keluarga baik itu anak maupun istri petani. Apabila dalam kegiatan yang dilakukan petani Bawang Merah mendapatkan tingkat pendapatan yang tinggi jelas akan mempengaruhi kesejahteraan keluarga petani itu sendiri baik dari segi konsumsi maupun dari kelayakan hidupnya.

Pendapatan yaitu jumlah penghasilan yang dihasilkan oleh petani Bawang Merah atas prestasi kerjanya selama proses kerja, baik harian, mingguan ataupun bulanan. Beberapa klasifikasi pendapatan antara lain:

- a. Pendapatan pribadi yaitu semua jenis pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun yang diterima penduduk suatu Negara.

- b. Pendapatan *disposable* yaitu pendapatan pribadi dikurangi pajak yang harus dibayarkan oleh para penerima pendapatan, sisa pendapatan yang siap dibelanjakan inilah yang dinamakan pendapatan *disposable*.
- c. Pendapatan nasional yaitu nilai seluruh barang-barang jadi dan jasa-jasa yang diproduksi oleh suatu Negara dalam satu tahun (Sukirno, 2012).

Pada dasarnya, pendapatan yang diterima oleh masyarakat terdapat dari tiga sumber pendapatan rumah tangga yaitu:

- a. Pendapatan dari gaji dan upah, merupakan balas jasa dari kesediaan menjadi tenaga kerja. Besar gaji seseorang secara teoritis tergantung dari produktivitasnya. Faktor produktivitas diantaranya keahlian (*skill*) yakni kemampuan teknik yang dimiliki seseorang untuk mampu menangani pekerjaan. Mutu modal manusia (*human capital*) adalah kapasitas pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang dimiliki seseorang. Kondisi kerja (*working condition*) yaitu lingkungan di mana seseorang bekerja;
- b. Pendapatan yang bersumber dari asset produktif yaitu yang memberikan pemasukan atas balas jasa penggunaan barang-barang dalam produksi;
- c. Pendapatan dari pemerintah atau penerimaan transfer (*transfer payment*) yaitu pendapatan yang diterima bukan merupakan sebagai balas jasa input yang diberikan tetapi transfer yang diberikan oleh pemerintah. Tingkat pendapatan petani akan mempengaruhi konsumsi masyarakat petani kelapa. Dalam teori fungsi konsumsi menyatakan konsumsi adalah fungsi dari *disposable income*. Artinya, apabila pendapatan masyarakat petani Bawang Merah meningkat maka konsumsi masyarakat juga akan meningkat dan perlu diketahui faktor yang menentukan tingkat pengeluaran rumah tangga adalah pendapatan rumah tangga sendiri. Jadi, pendapatan masyarakat menentukan tingkat konsumsi keluarga petani Bawang Merah yang dikeluarkan.



## 2.6 Penelitian terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Bambang Pratama, 2021	Saluran Dan Margin Pemasaran Bawang Merah Di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang Maluku	Untuk mengetahui saluran, margin, dan efisiensi pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang menggunakan 2 saluran pemasaran yaitu saluran I dari produsen-pedagang pengecer-konumen, dan saluran II dari produsen-pedagang pengumpul-pedagang besar -konsumen. Margin setiap lembaga pemasaran pada saluran I sebesar Rp. 5.000, sedangkan margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp. 2.000. Efisiensi pemasaran pada kedua saluran yaitu saluran I 0,10% dan saluran II 0,22%.
2	Nur Indah Sari, 2022	Analisis Saluran Pemasaran Bawang Merah Di Desa Singki Kecamatan	Tujuan penelitian ini untuk menganalisis saluran pemasaran Bawang Merah di	Hasil penelitian menunjukan bahwa saluran pemasaran Bawang Merah di Desa Singki Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang terdapat 3. Margin pemasaran tertinggi yakni pada saluran pemasaran tingkat ketiga. Tingkat efisiensi

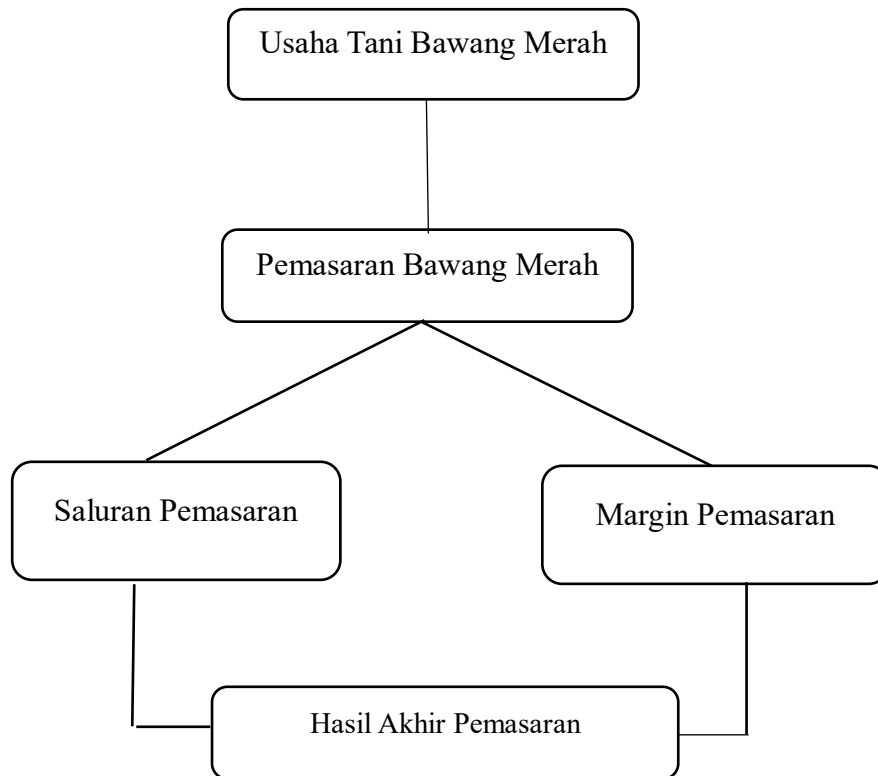
No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
		Anggeraja Kabupaten Enrekang	Desa Singki Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.	teknis pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran Bawang Merah, yakni pada Saluran I sebesar Rp 125, Saluran II sebesar Rp 35,7 dan Saluran ke III sebesar Rp 2,30. Monopoli lembaga pemasaran di Desa Singki Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang ditunjukkan bahwa pada saluran ketiga merupakan lembaga yang banyak dan yang tidak efisien sedangkan yang lebih efisien adalah lembaga yang ada pada saluran kedua.
3	Irpan, dkk , 2020	Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Komoditas Bawang Merah Di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui margin pemasaran komoditas Bawang Merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat 3 saluran pemasaran komoditas Bawang Merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang dengan nilai margin pemasaran yaitu : (1) petani – pedagang pengecer – konsumen (dengan nilai margin Rp. 3.500/kg); (2) petani – pedagang besar – konsumen (dengan nilai margin Rp. 8.000/kg); dan (3) petani – pedagang besar –

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
		Enrekang	Kabupaten Enrekang	konsumen (dengan nilai margin Rp. 8.500/kg).
4	Faisal, 2018	Analisis Pemasaran Bawang Merah (Studi Kasus Desa Umelah Kecamatan Blang Pegayon Kabupaten Gayo Lues)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran Bawang Merah serta mengetahui share margin pada masing-masing lembaga pemasaran serta mengetahui efisiensi pemasaran dari petani Bawang Merah..	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 2 saluran pemasaran dan share margin pada saluran I sebesar 68% dan saluran pemasaran II sebesar 80%, kemudian nilai efisiensi saluran pemasaran I adalah 9,92% dan saluran pemasaran II 8,85% menunjukkan lebih efisien saluran ke II karena (8,85 < 9,92).

## 2.7 Kerangka Berfikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini dimulai dari Bawang Merah yang diproduksi oleh petani sehingga menghasilkan Bawang Merah yang berkualitas yang kemudian nantinya akan dipasarkan melalui beberapa saluran yang akan mempermudah dan memperjelas tahapan pemasaran Bawang Merah yang di

produksi oleh petani. Aspek pemasaran Bawang Merah tersebut diteliti tentang, saluran dan margin pemasaran. Untuk proses saluran pemasaran Bawang Merah di pasarkan melalui beberapa saluran yang dimana akan dipasarkan melalui konsumen langsung dan adapula yang dijual kepedagang pengumpul kemudian dijual lagi kepedagang besar dan disalurkan lagi kepedagang pengecer kemudian sampai di tangan konsumen, yang nantinya akan digunakan sebagai bahan analisis Dalam sistem pemasaran Bawang Merah yang didalamnya mempunyai beberapa saluran pemasaran. Terdapat lembaga-lembaga yang terlibat dalam menyampaikan barang atau jasa dari petani ke konsumen. Karena jarak antara petani yang menghasilkan barang atau jasa sering berjauhan dengan konsumen, maka keberadaan lembaga pemasaran sangat diperlukan untuk dapat menggerakkan barang dan jasa tersebut ke titik petani ke titik konsumen. Adapun untuk margin pemasaran adalah (1) perbedaan harga atau selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh petani, (2) harga dari kumpulan permintaan untuk jasa-jasa pemasaran yang diterima oleh para pelaku pemasaran sebagai akibat adanya permintaan dan penawaran turunan. Margin pemasaran pada umumnya dinilai pada komoditas yang sama, pada jumlah yang sama dan struktur pasar bersaing sempurna. Margin pemasaran berbeda-beda antara satu komoditas hasil pertanian dengan komoditas lainya. Hal ini disebabkan adanya perbedaan jasa-jasa yang diberikan pada berbagai komoditas mulai dari petani ketingkat pengecer dan konsumen akhir. Perbedaan perlakuan yang diberikan antara satu komoditas dengan komoditas lainnya akan menyebabkan adanya perbedaan margin pemasaran antara komoditas tersebut. Rendahnya margin pemasaran antara satu komoditi belum tentu dapat mencerminkan efisiensi yang tinggi dalam pemasaran komoditi tersebut. Salah satu cara yang cukup bermanfaat adalah membandingkan bagian yang diterima petani dengan harga yang harus dibayarkan oleh konsumen, pada penelitian ini perlu diketahui harga yang diterima oleh petani, harga beli, biaya pemasaran dan harga jualnya. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan tersebut, maka kerangka pemikiran penelitian ini yaitu dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Analisis saluran dan margin pemasaran Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua Kec Banggae Timur Kabupaten Majene

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa AR dan Solfan B. 2014. Agronomi Tanaman Hortikultura. *Aswaja Pressindo : Yogyakarta (ID)*.
- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N. (2017). Konsep Pemasaran Agribisnis: Pendekatan Ekonomi Dan Manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia*.
- BPS Kabupaten Majene. 2023. *Majene dalam Angka 2023*. Majene.
- Daniel, Moehar. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian. Cetakan Pertama*. Jakarta: Bumi Aksara
- Erwin, A. 2015. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Desa Tonsewer Kecamatan Tompasso Barat Kabupaten Minahasa. *Jurnal ASE.11(2):21-23*.
- Faisal. A. 2018 . *Analisis Pemasaran Bawang Merah (Studi Kasus) Desa Umelah Kecamatan Blang Pegayon (Kabupaten Gayo Lues)*.
- Fauziah, R. 2017. *Budidaya Bawang Merah (Allium cepa Var. aggregatum) pada Lahan Kering Menggunakan Irigasi Spray Hose pada Berbagai Volume Irigasi dan Frekuensi Irigasi. Tesis*. Jurusan Agronomi dan Hortikultura. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Idrus, Muhammad. 2013. Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah di Kelurahan Mataran, Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang. *Jurnal STIEM Bonggaya*.
- Irpan.2020. Analisis Saluran Dan Marjin Pemasaran Komoditas Bawang Merah Di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Agrimu. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principles of Marketing, 15th Edition. *London: Pearson Education Limited*
- Kotler, P. Dan Keller, K. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid I & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, M. F. 2019. Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. *Sukabumi: CVAl Fath Zumar*.
- M. Ilsan, at.all. 2018. Analisis Sistem Pemasaran Komoditi Bawang Merah Dengan Pendekatan Scp (Market Structure, Market Conduct And Market

- Performance) Di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. *Junal wiratani. Vol.1 No. 2*
- Nur Indah Sari.2022. *Analisis Saluran Pemasaran Bawang Merah Di Desa Singki Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Pratama B. 2021. *Saluran Dan Margin Pemasaran Bawang Merah Di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar
- Puspa, D. K. 2017. *Pengaruh Sistem Budidaya Organik dan Hidroponik Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Bawang Merah (Allium ascalonicum L.) 'Brebes' di Rumah Kaca*. Skripsi. Jurusan Agroteknologi. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Sunyoto, D. 2019. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. *Jakarta: PT. Buku Seru*
- Su'udi, I. D. (2018). *Saluran Dan Marjin Pemasaran Gabah Studi Kasus Di Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro*. *Oryza-Jurnal Agribisnis dan Pertanian Berkelanjutan*, 4(1), 13-20.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Syahril. A. 2021. *Pertumbuhan Dan Produksi Bawang Merah (Allium Ascalonicum L.) Yang Diaplikasi Dengan Trichoderma Asperellum Dan Cendawan Mikoriza Arbuskula (CMS)*. Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Swastha, Irawan. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tambunan, S., Bambang, S., dan eko, H. 2014. *Pengaruh Aplikasi Bahan Organic Segar dan Biochar Terhadap Ketersediaan P dalam Tanah di Lahan Kering Malang Selatan*. Universitas Briwijaya. *Jurnal Tanah dan Sumberdaya Lahan*.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana .2020. *Pemasaran* : Penerbit Andi Yogyakarta
- Uke, K. H.Y., H. Barus dan I. S. Madauna.2015. *Pengaruh Ukuran Umbi Dan Dosis Kalium Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Produksi Bawang Merah (Allium ascalonicum L.) Varietas Lembah Palu* . *e-.J. Agrotekbis*.
- Wulandari, Y. 2013. *Sukses Bertanam Bawang Merah dari Nol Sampai Panen*. ARC media. Jakarta.

## RIWAYAT HIDUP



Yannela Rista Langi, lahir di Karossa kabupaten Mamuju Tengah pada hari senin, tanggal 01 Mei 1999 merupakan suami istri, bapak Darmin H dan ibu Nadira. Riwayat pendidikan dimulai dari sekolah dasar Negeri Funju Mamuju utara dan lulus pada tahun 2011 kemudian melanjutkan pendidikan pada tingkat menengah pertama yaitu di smp Negeri Satap Funju, Mamuju Utara dan lulus pada tahun 2014 setelah itu pendidikan berlanjut pada tingkat menengah atas di SMK NEGERI 8 MAJENE dan lulus pada tahun 2017 di tahun yang sama penulis mendaftarkan diri untuk melanjutkan ke perguruan tinggi dan alhamdulillah lulus di salah satu perguruan tinggi negeri yang bertepatan di bagian barat pulau sulawesi yang bernama universitas sulawesi barat (unsulbar). Kampus yang dijuluki kampus merah maron sesuai dengan warna almamaternya penulis kemudian menyelesaikan masa pendidikan di universitas sulawesi barat dengan judul skripsi "ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN BAWANG MERAH DIDESA BARUGA DHUA KECAMATAN BANGGAE TIMUR KABUPATEN MAJENE (Studi kasus Kelompok Tani Bunga Tanjung) dan menyandang gelar sarjana pertanian (S.P).