

Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Sape Kabupaten Bima

Miftahul Khairat Dm. Ali*, Hayati, Taslim Sjah

Prodi Magister Pertanian Lahan Kering, Pascasarjana Universitas Mataram, Indonesia

Kata Kunci

Kata kunci: Bawang Merah, Efisiensi Pemasaran, Saluran Pemasaran

Keywords

Keywords: Red Onion, Marketing Efficiency, Marketing Channel

Abstrak

Penelitian bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis efektivitas pemasaran bawang merah di Desa Naru Kecamatan Sape Kabupaten Bima. Penelitian dilaksanakan di Desa Naru pada bulan November sampai dengan Desember 2023, mengingat Desa Naru merupakan salah satu daerah budidaya bawang merah yang berada di Kecamatan Sape Kabupaten Bima. Sampel petani dan lembaga yang diikutsertakan dalam penelitian ini ditentukan dengan metode snowball sampling, yaitu menelusuri saluran pemasaran. Penelitian dilakukan dengan mewawancarai sampel-sampel tersebut. Lembaga pemasaran untuk penelitian ini dipilih berdasarkan alur penjualan bawang merah di Desa Naru, Kecamatan Sape, Kabupaten Bima. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Dari hasil survei diketahui (1) saluran penjualan bawang merah di Desa Naru Kecamatan Sape Kabupaten Bima adalah petani, pengumpul, dan pedagang besar; (2) Margin pemasaran pada tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp5.000 per kilogram dan margin pemasaran pada tingkat pedagang besar sebesar Rp3.000 per kg. (3) Nilai efisiensi penjualan pada tingkat pengumpul dan tingkat pedagang besar adalah efisien, dan nilai efisiensi penjualan bawang merah sebesar 3% pada tingkat tingkat pengumpul dan 5% pada tingkat pedagang besar.

Abstract

The aims of this research were to describe and analyze the marketing efficiency of red onion in Sape District, Bima Regency. This research was conducted in Naru Village from November to December 2023 taking into account that Naru Village is one of the red onion producing areas in Sape District, Bima Regency. The sample of farmers and institutions in the research was determined using the snowball sampling method, by searching through marketing channels. The survey was conducted by interviewing these samples. The marketing institute for this research was chosen based on the sales flow of red onion in Naru Village, Sape District, Bima Regency. The data collected form primary data and secondary data. From the survey results, it is known that (1) the sales channels of red onion in Naru Village, Sape District, Bima Regency are farmers, collectors, and wholesalers; (2) Marketing margin at the collecting merchant level of 5,000 rupiah per kilogram and marketing margin at the wholesaler level of 3,000 rupiah per kg. (3) The sales efficiency value at the collector level and wholesaler level is efficient, and the red onion sales efficiency value is 3% at the collector level and 5% at the wholesaler level.

*Corresponding Author: **Miftahul Khairat Dm. Ali**, Prodi Magister Pertanian Lahan Kering Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;
Email: miftahulhairat272@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i1.475>

History Artikel:

Received: 04 Februari 2024 | Accepted: 19 Maret 2024

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki tanah yang subur dan kekayaan alam yang luar biasa. Karena sebagian besar penduduknya bergantung pada pertanian sebagai sumber pendapatan mereka, negara ini dikenal sebagai negara agraris. Salah satu bidang yang memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi Indonesia adalah pertanian. Selain itu juga diharapkan dapat meningkatkan penerimaan devisa negara dan menyediakan pangan yang cukup bagi masyarakat setempat untuk mencapai kekayaan dan kesejahteraan nasional (Setya, 2017).

Salah satu subsektor pertanian adalah tanaman hortikultura. Subsektor pertanian terdiri dari subsektor tanaman pangan, subsektor hortikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan, dan subsektor kehutanan. Karena mayoritas orang Indonesia bekerja sebagai petani, pertanian merupakan salah satu sektor ekonomi yang sangat dominan di Indonesia. Sektor hortikultura dapat diandalkan untuk meningkatkan perekonomian Indonesia (Prang, 2023). Dengan nilai ekonomi yang tinggi dan potensi pasar yang luas, tanaman hortikultura memiliki banyak fungsi, seperti sebagai sumber bahan makanan, hiasan dan keindahan, obat-obatan, dan juga sumber pendapatan petani. Semua fungsi ini membuat tanaman hortikultura memiliki prospek pengembangan yang baik (Lhiang et al., 2022).

Tanaman hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian. Hortikultura merupakan ilmu pertanian yang mencakup sayuran, buah-buahan, dan tanaman hias. Setelah subsektor tanaman pangan, subsektor hortikultura berperan penting dalam PDB (Produk Domestik Bruto). Bawang merah adalah salah satu tanaman pertanian yang sangat menguntungkan secara finansial (Extrada, 2022).

Petani telah lama berusaha menanam bawang merah (*Allium cepa* L.), salah satu sayuran yang paling populer (Nanda et al., 2022). Salah satu jenis sayuran yang sangat baik, bawang merah (*Allium Cepa* L), telah diinvestasikan oleh petani. Sayuran ini tidak disubsidi (Yudi, 2018). Umbi lapis bawang merah mengandung minyak eteris allin, yang dapat menyebabkan keluarnya air mata. Tunas dan akar serabut tumbuh di cakram bata. Bunga bawang merah bercirikan bagian dalam berlubang, dengan batang panjang berujung pada ujung umbi (Satria, 2015).

Salah satu komoditas yang sangat penting

bagi masyarakat adalah bawang merah, yang digunakan untuk kebutuhan sehari-hari seperti konsumsi dan penggunaan obat tradisional (Habib et al., 2023). Selain sebagai bumbu masakan, bawang merah juga dimanfaatkan sebagai obat antibiotik atau herbal. Jelang hari raya keagamaan, permintaan bawang merah biasanya meningkat. Karena itu, jumlah bawang merah yang tersedia tidak mencukupi untuk memenuhi permintaan konsumen, pasar dapat mengalami lonjakan harga (Mulhaerati, 2021). Wilayah budidaya bawang merah di Indonesia memiliki lima sentra produksi yang berlokasi di Jawa Tengah, Jawa Timur; Sumatera Barat; dan Nusa Tenggara Barat (NTB) (Atman, 2021).

Provinsi NTB telah berkembang menjadi pusat penghasil bawang merah pada tahun 2018 hingga 2022, dengan rata-rata luas panen 17.228 Ha, produksi 1.913.077 Ku, dan produktivitas 112 Ku/Ha. Hal ini dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Perkembangan Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Bawang Merah di Provinsi Nusa Tenggara Barat, 2018 - 2022

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ku)	Produktivitas (Ku/Ha)
2018	19.341	2.128.849	110,07
2019	16.688	1.882.545	112,81
2020	17.570	1.887.404	107,42
2021	20.314	2.226.197	109,59
2022	12.228	1.440.389	118
Rata-rata	17.228	1.913.077	112

Sumber: BPS NTB (2022)

Salah satu wilayah Nusa Tenggara Barat yang cocok untuk budidaya bawang merah adalah Kabupaten Bima. Bawang merah mempunyai potensi besar untuk dikembangkan di Kabupaten Bima. Dengan banyaknya jumlah petani yang membudidayakan menjadikan bawang merah sebagai komoditas unggulan daerah. Kualitas bawang merah Kabupaten Bima asli ditunjukkan oleh warna yang sangat merah dan rasa yang lebih menyengat dan harum. Meski disimpan dalam waktu lama, konsistensinya yang keras memastikan tidak mudah pecah. Kecamatan Sape adalah salah satu tempat terbaik untuk menanam bawang merah di Kabupaten Bima. Berikut Perkembangan Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Bawang Merah 10 Kabupaten/Kota di Provinsi NTB Tahun 2022.

Tabel 2 Perkembangan Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Bawang Merah 10 Kabupaten/Kota di Provinsi Nusa Tenggara Barat, 2022.

Kabupaten/Kota	Tahun 2022			
	Luas Tanam (Ha)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ku)	Produktivitas (Ku/Ha)
Lombok Barat	22	23	1.357	59
Lombok Tengah	36	31,8	2.420	76
Lombok Timur	1.426	1.581	81.152	51
Sumbawa	3.158	3.153	314.836	100
Dompu	1.665	1.656	182.943	110
Bima	12.178	12.228	1.440.389	118
Sumbawa Barat	13	11,6	1.143	98
Lombok Utara	224	199,6	11.268	56
Kota Mataram	4	9	465	52
Kota Bima	5	4	261	65

Sumber: BPS NTB (2022)

Berdasarkan Tabel 2, Kabupaten Bima di Nusa Tenggara Barat merupakan kabupaten terproduktif dengan luas wilayah terluas dan produksi bawang merah terbesar. Dengan luas 12.228 Ha, produksi bawang merah 1.440.389 Ku, dan produktivitas 118 Ku/Ha, Kabupaten Bima adalah yang terbesar. Salah satu tempat budidaya bawang merah di Kabupaten Bima adalah daerah Sape. Berdasarkan penelitian di lapangan, petani bawang merah di Kabupaten Sape menghadapi tantangan seperti turunnya harga jual usahatani akibat produksi yang tinggi sehingga pemerintah harus menurunkan harga. Permasalahan lain yang dihadapi oleh petani bawang merah di wilayah Sape ialah rendahnya daya tawar. Kecamatan Sape memiliki kontribusi yang begitu besar pada sektor pertanian khususnya bawang merah. Idealnya, petani harus aktif memasarkan produknya, namun kenyataannya, Di Kecamatan Sape, petani Bawang Merah sangat bergantung pada pengumpul. Sektor pertanian, khususnya bawang merah, dapat menjadi sumber bahan baku yang menguntungkan bagi petani untuk meningkatkan pendapatannya.

Pemasaran adalah proses dan manajemen untuk membantu individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Untuk mencapai tujuan, individu atau organisasi harus menyediakan dan menukarkan produk yang berharga dengan pihak lain atau dengan segala aktivitas yang berkaitan dengan produk dan jasa, mulai dari produsen hingga konsumen (Seran et al., 2023). Proses pemasaran bawang merah melibatkan lembaga-lembaga pemasaran. Pemasaran bawang merah memerlukan lembaga pemasaran. Saluran pemasaran dibentuk oleh lembaga pemasaran karena mereka berfungsi sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, melakukan tugas pertukaran, fisik, dan

fasilitas (Astati, 2019).

Dalam Pemasaran bawang merah melibatkan keterlibatan lembaga pemasaran. Untuk mengkomunikasikan hasil produsen/petani ke konsumen, peran lembaga sangat diperlukan. Semakin efektif maka semakin besar manfaatnya. Banyak produsen/petani bawang merah tertarik memulai usaha bawang merah karena menawarkan prospek. Membantu petani dalam kehidupan sehari-hari mereka. Selain itu, tujuan penelitian ini mengidentifikasi saluran pemasaran bawang merah, menganalisis margin pemasaran bawang merah, dan menganalisis efisiensi pemasaran bawang merah di Kecamatan Sape Kabupaten Bima.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sape, yang berada di Kabupaten Bima. Pemilihan lokasi ini menggunakan metode purposive sampling karena merupakan salah satu tempat yang paling banyak menghasilkan bawang merah di provinsi Nusa Tenggara Barat. Periode survei adalah bulan November sampai dengan Desember 2023 pada saat pengambilan data lapangan. Data dikumpulkan sebagai bagian dari proses penelitian. Ada dua jenis data yang dikumpulkan: data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan dengan metode survei melalui kuesioner yang ditujukan ke petani, pengumpul, pengecer, dan pengguna akhir di Kecamatan Sape, Kabupaten Bima (hanapi et al., 2022).

Peneliti mendapatkan data sekunder secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder adalah publikasi dari lembaga resmi dan studi perpustakaan (Nurwanda & Badriah, 2020). Data sekunder terdiri dari informasi yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan dan artikel yang dipublikasikan oleh lembaga publik. Data dari jurnal penelitian, literatur, data publikasi Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Barat, data publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bima, Data Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Bima dan Data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bima (Saputra & Yamin, 2022).

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel petani dan pelaku usaha menggunakan metode snowball sampling dengan cara memantau saluran pemasaran di Kabupaten Bima Kecamatan Sape. Snowball sampling adalah metode pengambilan sampel nonprobability, atau sampel dengan probabilitas yang tidak sama, yang dilakukan secara bergulir dari responden ke

responden (Lenaini, 2021). Metode snowball sampling dilakukan dengan cara penelusuran dari saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Sape Kabupaten Bima.

Analisis deskriptif memenuhi tujuan pertama, yaitu saluran pemasaran, menelusuri dari produsen/petani sampai konsumen. Tujuan kedua, yaitu melakukan analisis terhadap margin pemasaran dan di mana margin pemasaran tersebut digunakan. Berikut rumus yang dapat digunakan:

$$MM = Pc - Pf \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- MM = Margin Pemasaran (Rp/Kg)
- Pc = Harga di Tingkat Lembaga (Rp/Kg)
- Pf = Harga di Tingkat Produsen (Rp/Kg)

Rumus berikut digunakan menentukan keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran:

$$Pij = MM - Cij \dots \dots (2)$$

Keterangan:

- Pij = Keuntungan Lembaga Pemasaran (Rp/Kg)
- MM = Margin Pemasaran (Rp/Kg)
- Cij = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

Sehingga diperoleh margin Pemasaran Total adalah:

$$MP = \sum Mpi \dots \dots (3)$$

Untuk mengetahui seberapa efisien lembaga penjualan menjual bawang merah, dengan rumus Soekartawi (2022) berikut:

$$Eps = \frac{BP}{PE} \times 100\% \dots \dots (4)$$

Keterangan:

- Eps = Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Pada Tingkat Lembaga (%)
- BP = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
- PE = harga Eceran (Rp/Kg)

Syarat-syarat: Eps < 50% Efisien, dan Eps > 50% Tidak Efisien. Penelitian, alat penelitian, metode pengumpulan dan analisis data (Sudana, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden terdiri dari data responden yang dikumpulkan dari survei dan menunjukkan karakteristik yang membedakan responden satu sama lain (Andrian et al., 2019). Karakteristik responden yg diamati mencakup umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan jumlah tanggungan.

Karakteristik Petani

Untuk penelitian ini, 30 petani dari Kabupaten Bima dan Kabupaten Sape dipilih berdasarkan umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan jumlah tanggungan.

Umur

Salah satu komponen yang berdampak pada produktivitas pertanian adalah umur. Dalam UU Ketenagakerjaan Nomor 2003, terdapat 13 orang pekerja produktif berusia 15 hingga 64 tahun. Orang yang tidak bekerja, seperti mereka yang berusia kurang dari 15 tahun atau lebih dari 64 tahun, dianggap tidak produktif. Produsen/petani lanjut usia, terutama yang berusia di atas 64 tahun, biasanya mengalami kelelahan fisik serta penurunan energi dan stamina. Sementara itu, petani produktif, yaitu mereka yang berumur antara 16 dan 64 tahun, memiliki tenaga dan stamina yang cukup. (Gumanti & Naully, 2022). Tingkat umur petani bawang merah di Kecamatan Sape Kabupaten Bima dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Jumlah Petani Berdasarkan Umur

No.	Umur (Tahun)	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase (%)
1.	<=15	0	0
2.	16-64	27	90
3.	>=65	3	10
Total		30	100

Sumber: Data Primer (2023, diolah).

Tabel 3 menunjukkan tidak terdapat produsen/petani yang berumur dibawah 15 tahun (usia non-produktif), terdapat 27 orang dengan umur 16-64 tahun atau 77 persen (usia produktif). Hal ini menunjukkan umur petani di Kabupaten Sape didominasi oleh petani usia produktif. dan terdapat 3 orang diatas 65 tahun (usia tidak produktif), yaitu 10 persen.

Tingkat Pendidikan

Pemahaman umum mengenai informasi dan teknologi di kalangan petani yang diperlukan untuk menjalankan usaha tani bawang merah dipengaruhi oleh tingkat pendidikan mereka. Akibatnya, petani akan lebih mudah menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi yang memungkinkan mereka menghasilkan lebih banyak bawang merah dalam kualitas dan

kuantitas. Tingkat pendidikan petani responden di Kecamatan Sape Kabupaten Bima dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Jumlah Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase (%)
1.	SMP	3	10
2.	SMA	15	50
3.	Sarjana (S1)	12	40
Total		30	100

Sumber: Data Primer (2023, diolah).

Tabel 4 diatas menggambarkan para produsen/petani di Kecamatan Sape Kabupaten Bima memiliki tiga tingkat pendidikan, yaitu SMP, SMA, dan Sarjana (S1). Persentase petani dengan tingkat SMA adalah 50%, persentase tingkat sarjana (S1) adalah 40%, dan persentase tingkat SMP adalah 10%.

Jumlah Tanggungan

Tanggungan keluarga adalah anggota yang masih menjadi tanggungan kepala keluarga termasuk istri, anak, mertua, cucu, dan anggota keluarga lainnya. Tingkat pendapatan petani pasti dipengaruhi oleh jumlah tanggungan ini. Keluarga besar terdiri dari lebih dari tiga orang tanggungan, sedangkan keluarga kecil adalah keluarga yang memiliki lebih dari tiga orang tanggungan. Tabel 5 menunjukkan jumlah tanggungan produsen/petani bawang merah di Kecamatan Sape, Kabupaten Bima.

Tabel 5 Jumlah Tanggungan Petani

No.	Jumlah Tanggungan	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase (%)
1.	< 3	20	67
2.	>3	10	33
Total		30	100

Sumber: Data Primer (2023, diolah).

Tabel 5 menggambarkan produsen/petani yang tanggungan kurang dari 3 orang (keluarga kecil) berjumlah 20 orang, atau 67% dari total 30 petani, dan petani dengan tanggungan lebih dari 3 orang (keluarga besar) berjumlah 10 orang, atau 33% dari total 30 petani.

Luas Lahan dan status Kepemilikan Lahan

Produktivitas produsen/petani bawang merah dipengaruhi oleh banyak faktor termasuk luas lahan. Semakin banyak petani bercocok tanam maka semakin banyak pula hasil panennya dan sebaliknya. Petani dibagi menjadi petani besar,

petani kecil, petani gurem, dan buruh tani berdasarkan seberapa besar lahan yang mereka miliki atau kontrol. Luas lahan adalah seluruh area yang digunakan untuk melakukan proses penanaman. Luas lahan menentukan jumlah atau hasil yang akan dihasilkan oleh para petani; jika luas lahan digunakan lebih banyak, maka pendapatan petani juga akan meningkat, dan sebaliknya, jika luas lahan yang digunakan lebih sedikit, maka pendapatan petani juga akan lebih sedikit (Ammar et al., 2022).

Menurut Sastraadmadja (2010), petani besar adalah mereka yang memiliki lebih dari 1 Hektar lahan, Petani kecil adalah mereka yang mempunyai lahan berkisar antara 0,51 sampai dengan 1 hektar. Hal ini menunjukkan bahwa petani yang disurvei di Kabupaten Bima Kabupaten Sape termasuk dalam kategori petani kecil dengan luas lahan 0,51 hingga 1 hektar. Karena lahan mempengaruhi pendapatan petani, kepemilikan lahan sangat penting bagi petani yang menjalankan bisnis bawang merah. Karena mereka hanya perlu mengeluarkan biaya untuk menjalankan usaha tani, petani yang menggarap lahan mereka sendiri pasti akan menghasilkan lebih banyak uang. Di Kecamatan Sape, Kabupaten Bima, lahan petani bawang merah dibagi menjadi dua kategori: milik sendiri atau sewa. Tabel 6 menunjukkan luas lahan petani dan status kepemilikannya.

Tabel 6 Luas Lahan dan Status Kepemilikan Petani

No.	Kepemilikan Lahan	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase (%)
1.	0,5 Hektar Milik Sendiri	5	17
2.	1 Hektar Milik Sendiri	6	20
3.	0,5 Hektar Sewa	3	10
4.	1 Hektar Sewa	16	53
Total		30	100

Sumber: Data Primer (2023, diolah).

Tabel 6 diatas menggambarkan sebagian besar petani mengolah lahannya dengan sistem sewa, yaitu petani yang mempekerjakan 16 orang pada lahan 1 hektar. Lalu ada 6 orang yang menggarap hektarnya sendiri. Lima orang sedang mengerjakan lahan kami sendiri seluas 0,5 hektar. Selain itu, ada tiga orang petani yang menyewa dan mengolah lahan seluas 0,5 hektar.

Lembaga Pemasaran Pedagang Pengumpul

Pengumpul ialah salah satu lembaga yang membeli bawang merah dari produsen/petani di Kecamatan Sape Kabupaten Bima dan mendistribusikan bawang merah ke pedagang besar di luar daerah. Pada penelitian ini terdapat tiga pedagang yang mengumpulkan bawang merah di Kecamatan Sape Kabupaten Bima dan saat aktif melakukan jual beli bawang merah. Tabel 7 menunjukkan jumlah pengumpul berdasarkan kelompok umur.

Tabel 7 Pedagang Pengumpul Berdasarkan Tingkat Usia

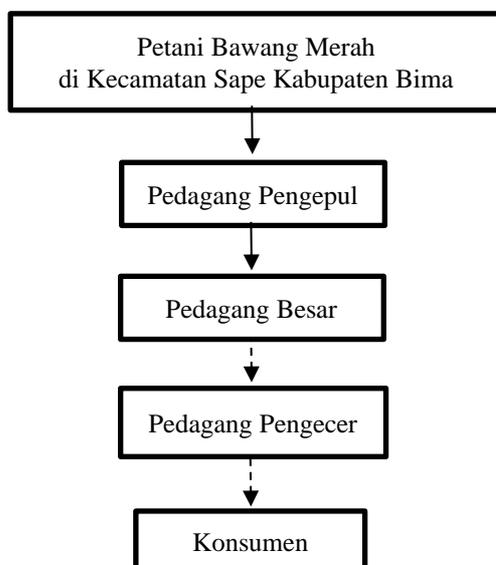
No.	Umur (Tahun)	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase (%)
1.	35-50	3	100
Total		3	100

Sumber: Data Primer (2023, diolah).

Pedagang Besar

Gambar 1 menunjukkan bentuk pola pemasaran di Kecamatan Sape Kabupaten Bima.

Gambar 1 Bentuk Pola Pemasaran Bawang Merah



Keterangan: ————— = Diteliti
 - - - - - = Tidak diteliti

Pada penjualan bawang merah diluar wilayah Sape Kabupaten Bima hanya menggunakan pola saluran pemasaran seperti pada gambar. Harga beli, harga jual, jumlah penjualan, dan jumlah penjualan disajikan di bawah ini.

Tabel 8 Tabel Harga Beli, Harga Jual, Volume Pembelian, dan Volume Penjualan Bawang Merah November 2023

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Volume Pembelian (Kg)	Volume Penjualan (Kg)
1.	Pedagang Pengumpul	10.000	15.000	100	100
2.	Pedagang Besar	15.000	18.000	1.000	1.000

Sumber: Data Primer (2023, diolah).

Tabel 8 diatas dilihat bahwa pengumpul membeli 100 kg bawang merah dari produsen/petani seharga 10.000 rupiah per kg, dijual ke pedagang besar di luar daerah seharga 15.000 rupiah per kg. Pedagang besar juga membeli 1.000 kg bawang merah dari pengumpul seharga 15.000 rupiah per kg, kemudian dijual ke konsumen seharga 18.000 rupiah per kg.

Fungsi-Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah kumpulan aktivitas dan proses fisik atau jasa yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Ningrum et al., 2020). Lembaga pemasaran menggunakan fungsi pemasaran untuk meningkatkan nilai produk bawang merah. Fungsi pemasaran yang diterapkan dan yang tidak diterapkan ditunjukkan pada Tabel 9.

Tabel 9 Fungsi-Fungsi Pemasaran yang Dilakukan Lembaga Pemasaran

No.	Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran		
		Petani	Pengumpul	Pedagang Besar
1.	Fungsi Pertukaran			
	Fungsi Pembelian	x	√	√
	fungsi Penjualan	√	√	√
2.	Fungsi Fisik			
	Fungsi Penyimpanan	√	√	√
	Fungsi Pengangkutan	√	√	√
3.	Fungsi Perantara			
	Fungsi Standarisasi	√	√	√
	Fungsi Pembiayaan	√	√	√
	Fungsi Informasi Pasar	x	√	√

Keterangan:
 √ : Diterapkan Fungsi Pemasaran
 X : Tidak Diterapkan Fungsi Pemasaran (Salsabila & Rosiana, 2024).

Tabel 9 menggambarkan semua tugas pemasaran yang diterapkan dan yang tidak diterapkan lembaga. Pemasaran melibatkan fungsi pertukaran, fisik, dan perantara. Petani tidak melakukan fungsi pembelian, pengumpul, dan perdagangan besar dalam fungsi fisik mereka, dan petani dalam fungsi perantara mereka tidak melakukan fungsi informasi pasar.

Efisiensi Pemasaran
Biaya Pemasaran

Biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam proses menyalurkan produk pertanian dari produsen (petani) ke konsumen (pemasaran). Biaya pemasaran merupakan pengorbanan biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk membuat produknya dikenal oleh masyarakat dan mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut lagi, yang diharapkan menjadi pelanggan setia (Suharya et al., 2021). Tabel 10 menggambarkan biaya pemasaran di tingkat pengumpul merupakan biaya yang ditanggung oleh lembaga selama proses pengiriman produk dari petani ke lembaga pemasaran hingga ke konsumen.

Tabel 10 Biaya Pemasaran Bawang Merah di Tingkat Pengumpul di Kecamatan Sape Kabupaten Bima

No.	Jenis Biaya	Biaya (Rp/Kg)
1.	Biaya Karung	300
2.	Biaya Transportasi	2.000
3.	Biaya Tenaga Kerja	2.000
Total Biaya Pemasaran perhari		4.300

Sumber: Data Primer (2023, diolah).

Biaya total untuk pemasaran bawang merah di tingkat pengepul adalah Rp 4.300/kg, dengan biaya pengemasan, transportasi, dan tenaga kerja yang paling mahal, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 10.

Tabel 11 Biaya Pemasaran Bawang Merah di Tingkat Pedagang Besar di Kecamatan Sape Kabupaten Bima

No.	Jenis Biaya	Biaya (Rp/Kg)
1.	Biaya Sewa Lapak	3.000
2.	Biaya Listrik	1.000
3.	Biaya Transportasi	4.000
4.	Biaya Pengemasan	900
5.	Biaya Konsumsi	500
Total Biaya Pemasaran perhari		9.400

Sumber: Data Primer (2023, diolah).

Tabel 11 menggambarkan pedagang besar mengeluarkan beberapa biaya harian untuk pemasaran, seperti sewa lapak, listrik, transportasi, pengemasan, dan konsumsi. Biaya terbesar setiap hari adalah sewa lapak, sebesar Rp 3.000, dan total Rp 9.400.

Margin Pemasaran

Istilah "margin pemasaran" digunakan untuk menggambarkan perbedaan antara harga yang dikirimkan oleh pembeli akhir dan harga yang dibayar kepada penjual pertama (Suprianto et al., 2021). Tabel 12 menggambarkan margin pemasaran untuk lembaga pemasaran. Perbedaan harga di konsumen dan harga di produsen/petani dikenal sebagai margin pemasaran.

Table 12 Margin Pemasaran bawang Merah di Tingkat Pengumpul dan Pedagang Besar, November 2023

No.	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp/Kg)
1.	P. Pengumpul	10.000	15.000	5.000
2.	P. Besar	15.000	18.000	3.000

Sumber: Data Primer (2023, diolah).

Tabel 12 menggambarkan harga bawang merah yang dijual oleh pedagang pengumpul dan pedagang besar dengan margin pemasaran masing-masing Rp. 5000/kg dan Rp. 3000/kg.

Keuntungan Pemasaran

Keuntungan yang dihasilkan oleh setiap perusahaan pemasaran disebut sebagai keuntungan pemasaran (Az Zahra & Naully, 2021). Tabel 13 menggambarkan margin dan biaya pemasaran bersama, persentase keuntungan yang diperoleh oleh lembaga pemasaran.

Tabel 13 Keuntungan Pemasaran Bawang Merah di Tingkat Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar, November 2023

No.	Saluran Pemasaran	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
1.	P. Pengumpul	5.000	430	4.570
2.	P. Besar	3.000	940	2.060

Sumber: Data Primer (2023, diolah).

Tabel 13 menggambarkan keuntungan pemasaran bawang merah pedagang besar sebesar Rp 2.060/kg dan pengepul sebesar Rp 4.570/kg.

Efisiensi Pemasaran

Kepuasan konsumen, perusahaan pemasaran, dan produsen diukur sebagai efisiensi pemasaran (Oksalia et al., 2023). Tabel 14 di bawah ini menunjukkan seberapa efektif pemasaran bawang merah di tingkat pedagang besar dan

pedagang pengumpul. Input ialah apa yang digunakan dalam proses pemasaran, sedangkan output dari pemasaran dapat berupa kepuasan pelanggan.

Tabel 14 Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Tingkat Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar, November 2023

No	Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Volume Penjualan (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
1.	Pedagang Pengumpul	430	15.000	200	3%
2.	Pedagang Besar	940	18.000	200	5%

Sumber: Data Primer (2023, diolah).

Tabel 14 menggambarkan tingkat efisiensi pemasaran pada tingkat pedagang besar dan pengumpul, dengan nilai efisiensi berkisar antara 0 hingga 5%. Tingkat efisiensi di tingkat pengumpul sebesar 3% dan tingkat efisiensi di tingkat pengumpul <50% menunjukkan bahwa pemasaran bawang merah sudah efisien.

KESIMPULAN

Dengan mempertimbangkan hasil, dapat disimpulkan saluran penjualan yang ada di Kecamatan Sape Kabupaten Bima adalah petani, pengumpul dan pedagang besar. Margin pemasaran yang dicapai pada tingkat pengumpul dalam pemasaran bawang merah adalah Rp. Rp5.000 per kilogram dan margin pemasaran di tingkat pedagang besar atas penjualan bawang merah adalah Rp3.000 per kilogram. Pemasaran bawang merah asal Kecamatan Sape Kabupaten Bima efisien berdasarkan margin pemasaran dan keuntungan yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

Amma, M., Saprida, S., & Salim, A. (2022). Pengaruh Modal, Luas Lahan Dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Petani Nanas (Studi Kasus Desa Rengas Ii Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 2(1), 53–58. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v2i1.107>

Andrian, A., Anggraini, R., & Sugiarto, S. (2019). Analisis Karakteristik Responden Dan Atribut Perjalanan Terhadap Pemilihan Moda Angkutan Umum Rute Banda Aceh – Tapaktuan. *Jurnal Arsip Rekayasa Sipil Dan Perencanaan*, 2(4), 294–305. <https://doi.org/10.24815/jarsp.v2i4.14946>

Astati. (2019). Analisis Pemasaran Sapi Bali Di Kecamatan Bantaeng Kabupaten Bantaeng. *Jurnal Teknosains*, 185–196.

Atman. (2021). Teknologi Budidaya Bawang Merah Asal Biji (Shallot Cultivation Technology from True Shallot Seed). *Jurnal Sains Agro*, 6(1), 11–21.

Az Zahra, F., & Naully, D. (2021). Analisis Saluran Pemasaran Belimbing Dewa di Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1), 13–22. <https://doi.org/10.29244/jai.2021.9.1.13-22>

BPS Kabupaten Bima. 2023. *Kecamatan Sape Dalam Angka Tahun 2021*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bima. Woha.

BPS Kabupaten Bima. 2023. *Kecamatan Sape Dalam Angka Tahun 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bima. Woha.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bima. *Data Base Pelaku Usaha Potensial Kabupaten Bima Tahun 2022*. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bima. Mpunda.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bima. *Laporan Harga Harian Bahan Pokok Kabupaten Bima Tahun 2023*. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bima. Mpunda.

Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Bima. *Laporan Harga PIP Kabupaten Bima Tahun 2023*. Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Bima. Mpunda.

Extrada, E. (2022). *Kontribusi Usahatani Bawang Merah Terhadap Pendapatan Keluarga Petani Di Desa Mendatte Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang*. Universitas Muhammadiyah Makasar. Makasar.

Gumanti, C. P., & Naully, D. (2022). Analisis Pendapatan Usahatani Beras Merah Organik Studi Kasus Di Kelompok Tani Sarinah Bandung Farm. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 6(3), 1182–1191.

Habib, M. H., Sudantha, I. M., & Muthahanas, I. (2023). Pengaruh Dosis Biokompos Limbah Kotoran Sapi Fermentasi Trichoderma spp. Terhadap Penyakit Layu Fusarium Beberapa Varietas Bawang Merah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agrokomplek*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.29303/jima.v2i1.2120>

Hanapi, H., Anwar, C., & Damayanti, L. (2021). Analisis Pemasaran Cengkeh di Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli. *Jurnal Katalogis*, 9(3), 296–302.

Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>

Lihang, A., Sasinggala, M., & Butarbutar, R. R. (2022). Identifikasi Keanekaragaman Tanaman Hortikultura Di Kecamatan Modinding Kabupaten Minahasa Selatan

- Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Biologi Makassar*, 7(2), 44–50.
- Mulhaerati. (2021). *Pengaruh Luas Lahan dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Petani Bawang Merah Di Desa Naru Barat Kecamatan Sape Kabupaten Bima Provinsi Nusa Tenggara Barat*. Universitas Muhammadiyah Makasar. Makasar.
- Nanda, A., Sari, I., & Yusuf, E. Y. (2022). Pertumbuhan Dan Produksi Bawang Merah (*Allium Cepa L*) Dengan Pemberian Mikroorganisme Lokal (Mol) Feses Walet Pada Media Gambut. *Jurnal Agro Indragiri*, 9(1), 22–34.
- Ningrum, A. T., Herwanti, S., & Kaskoyo, H. (2020). Analisis Fungsi Pemasaran Buah Manggis Di Hutan Rakyat Desa Air Kubang Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Hutan Tropis*, 8(2), 221–231. <https://doi.org/10.20527/jht.v8i2.9052>
- Nurwanda, A., & Badriah, E. (2020). Analisis Program Inovasi Desa Dalam Mendorong Pengembangan Ekonomi Lokal Oleh Tim Pelaksana Inovasi Desa (PID) Di Desa Bangunharja Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 7(1), 68–75. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/dinamika/article/download/3313/pdf>
- Oksalia, E. P., Asmarantaka, R. W., & Yusalina, Y. (2023). Efisiensi Pemasaran Beras dengan Pendekatan Structure Conduct Performance. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 87–104. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.87-104>
- Prang, R. E. (2023). Implementasi Program Sentra Hortikultura Di Desa Wulurmaatus Kecamatan Modoinding Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Administrasi Publik*, 8(4), 282–290.
- Salsabila, & Rosiana, N. (2024). Efisiensi Pemasaran Monstera Marmorata Di Desa Cihideung Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 8(1), 414–426. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/5402/2764>
- Saputra, M. E., & Yamin, M. (2022). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Sayuran Di Dusun Kerinjing Klurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempro Utara Kota Pagaralam. *Jurnal Agribisnis Dan Pembangunan Pertanian*, 6(1), 60–72.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Setya, R. T. (2017). *Analisis Usahatani Jagung (Zeamays L.) dan Efisiensi Pemasaran di Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhanbatu Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat*. Universitas Medan Area.
- Sudana, I. W. (2019). Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Teri Segar Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Sanggalangit Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 637–648.
- Suharya, Y., Sutrisno, S., & Nurmilah, R. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Cv. Berkah Jaya General Supplier Snack Food. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 145–167. <https://doi.org/10.52859/jba.v8i2.161>
- Suprianto, Karismauan, P., & Agustiani, E. (2021). Analisis Biaya dan Margin Pemasaran Produk Agroindustri Olahan di Kota Mataram. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 7(1), 82–95.
- Yudi. (2018). *Analisis Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Enrekang*. Universitas Muhammadiyah Makasar. Makasar.