

ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN KOMODITAS BAWANG MERAH DI KELURAHAN TOMENAWA KECAMATAN BARAKA KABUPATEN ENREKANG

MARKETING CHANNELS AND MARGIN ANALYSIS OF ONION COMMODITIES IN TOMENAWA VILLAGE BARAKA DISTRICT, ENREKANG REGENCY

Irpan¹, Dewi Puspta Sari², Hasriani^{3*}, Sitti Arwati⁴

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

²Dosen Program Studi Pendidikan Teknologi Pertanian Universitas Negeri Makassar

^{3*}Dosen Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

⁴Dosen Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

*Penulis Korespondensi : hasriani.ani@unismuh.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research is to ascertain the marketing margin of shallots in Tomenawa Village, Baraka District, Enrekang Regency. The total population in this study was 187 farmers, and the sample was determined by taking 15% of the total population, so the number of samples used was 28 shallot farmers. The method of selecting a sample using a simple random method (simple random sampling) and selecting a sample of 7 people at a marketing agency using the snowball method (snowball sampling). The findings revealed three marketing channels for shallot commodities with marketing efficiency values in Tomenawa Village, Baraka District, Enrekang Regency: (1) farmers-retailers-consumers (with margin value of Rp. 3.500/kg); (2) farmers-wholesaler-consumers (with margin value of Rp. 8.000/kg); and (3) farmers-wholesaler-consumers (with margin value of Rp. 8.500/kg)

Keywords : shallot, marketing channel, marketing margin

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui margin pemasaran komoditas bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 187 orang petani dan penentuan sampel dilakukan dengan mengambil 15% dari total populasi, sehingga jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 28 orang petani bawang merah. Metode penentuan sampel menggunakan metode acak sederhana (simpler random sampling), serta pengambilan sampel sebanyak 7 orang pada lembaga pemasaran menggunakan metode bola salju (*snowball sampling*). Hasil penelitian 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 – konsumen (dengan nilai margin Rp. 8.500/kg).

Kata Kunci : bawang merah, saluran pemasaran, efisiensi pemasaran

PENDAHULUAN

Sulawesi Selatan tersebar banyak petani bawang merah di berbagai daerah, salah satunya adalah Kabupaten Enrekang.

Bawang merah adalah salah satu tanaman komoditi hortikultura yang tergolong sayuran rempah dimana komoditi ini cukup penting sebagai sumber penghasilan petani dan pendapatan negara. Ini menandakan bahwa produk bawang merah sangat besar kontribusinya untuk masyarakat dan negara karena selain dipasarkan didalam negeri komoditi

ini juga diekspor sampai luar negeri (Rukmana dalam Erwin, 2015).

Jumlah luas lahan tanaman bawang merah yang ada di Kabupaten Enrekang tergolong cukup banyak dibandingkan dengan kabupaten-kabupaten yang ada. Kabupaten Enrekang memiliki luas lahan terbesar, sehingga dijuluki sentra penghasil bawang merah terbesar di Sulawesi Selatan. Tercatat pada Tabel 2. luas panen tanaman bawang merah di Kabupaten Enrekang dari tiga tahun terakhir mengalami fluktuasi luas panen.

Tabel 1. Luas Lahan Tanaman Bawang Merah Menurut Kecamatan di Kabupaten Enrekang (Ha), Tahun 2017, 2018 dan 2019

No	Kecamatan	Luas Lahan (Ha)		
		2017	2018	2019
1	Maiwa	1	-	-
2	Bungin	-	-	6
3	Enrekang	37	16	35
4	Cendana	-	4	-
5	Baraka	1276	507	960
6	Buntu batu	95	29	77
7	Anggeraja	762	4780	5260
8	Malua	273	230	294
9	Alla	584	694	716
10	Curio	15	15	7
11	Masalle	294	297	296
12	Baroko	58	38	26
Jumlah		10245	6610	7605

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Enrekang, 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa luas lahan bawang merah dari tahun 2017 sebanyak 10245 Ha, tahun 2018 mengalami penurunan yaitu sebanyak 6610 Ha, dan pada tahun 2019 kembali mengalami peningkatan yaitu sebanyak 7605 Ha. Jadi dapat disimpulkan dari tahun 2017 sampai dengan 2019 mengalami fluktuasi luas panen. Salah satu yang menjadi problem mendasar yang dialami oleh petani bawang merah di Kabupaten Enrekang adalah turunnya harga hasil pertanian pada saat panen raya, sehingga pembiayaan produksi bawang merah lebih besar dari hasil penerimaan petani, akibatnya petani mengalami kerugian dan

akhirnya mengganggu kelanjutan usahataniya sehingga menyebabkan hasil produksi dan luas panen menurun (Prayitno, 2013).

Surat Keputusan Bupati Nomor 12A tahun 2008 tentang tim dan petunjuk pelaksanaan harga pasca panen hasil komoditi unggulan yang diterbitkan oleh Pemerintah Kabupaten Enrekang, menjadi upaya melindungi petani bawang merah saat mengalami kerugian ketika harga rendah, dan meningkatkan harga komoditi unggulan ketika panen raya tiba. Kerugian yang dialami petani karena harga jual bawang merah yang berada di titik impas ketika panen raya, disiasati oleh pemerintah daerah dengan membeli

bawang merah tersebut di atas harga titik impas (Dinas Pertanian dan Perkebunan Kab. Enrekang)

Komoditas bawang merah di Kabupaten Enrekang, belum dinikmati secara merata oleh

petani selaku produsen. Dengan harga jual $\pm 40\%$ yang dimiliki oleh petani, dan $\pm 60\%$ oleh pedagang, menjadi bukti bahwa pemerataan harga tersebut belum dilakukan secara adil. Petani di Kabupaten Enrekang, khususnya di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka, sangat bergantung pada pedagang perantara dalam memasarkan komoditas bawang merah, sehingga posisi petani dalam sistem pemasaran ini masih sangat lemah. Padahal sektor pertanian terutama bawang merah merupakan komoditas yang dapat diandalkan untuk meningkatkan perekonomian petani dan menambah penghasilan petani di Kabupaten Enrekang (Yudi, 2018).

Lembaga pemasaran dibutuhkan dalam proses pemasaran komoditas bawang merah karena akan berpengaruh terhadap panjang pendeknya alur yang terjadi pada saluran pemasaran. Tiap saluran pemasaran memerlukan biaya yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Semakin efisien kerja lembaga-lembaga pemasaran maka akan semakin menguntungkan bagi semua pihak, baik para petani, konsumen maupun bagi lembaga-lembaga pemasaran itu sendiri. Bagi petani akan bertambahnya keuntungan yang diterima. Permasalahan yang sering dialami petani bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang, meliputi harga yang fluktuasi, ketidakjelasan harga di pasaran serta panjangnya mata rantai pemasaran sehingga menyebabkan tingginya biaya pemasaran. Berdasarkan hal tersebut merupakan suatu alasan sehingga penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian tentang analisis margin dan efisiensi pemasaran komoditas pemasaran bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten

Enrekang. Pemilihan lokasi penelitian didasari karena Kelurahan Tomenawa merupakan salah satu sentra petani bawang merah yang ada di Kabupaten Enrekang. Waktu penelitian dimulai pada bulan Juli – Agustus 2021

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini yakni petani dan lembaga pemasaran bawang merah yang berjumlah 187 dan berada di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *simple random sampling* (acak sederhana) dengan mengambil 15% dari jumlah populasi sehingga diperoleh 28 orang sampel dalam penelitian. Penentuan responden lembaga pemasaran dilakukan menggunakan metode *snowball sampling* (bola salju) dan dalam penelitian ini terdiri dari 7 respon lembaga pemasaran.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dan kualitatif. Data kualitatif berupa data penjelasan mengenai kegiatan saluran pemasaran yang dilakukan petani – pedagang pengecer – konsumen, petani – pedagang besar – konsumen, petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – konsumen di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

Data kuantitatif yaitu data hasil serangkaian observasi yang dinyatakan dalam bentuk angka dan diperoleh dari hasil pengukuran variabel kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini yaitu data hasil pengukuran margin atau keuntungan dan efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran dalam sistem pemasaran bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

Sumber data dalam penelitian ini yaitu terdiri dari :

1. Data primer diperoleh melalui observasi maupun wawancara responden menggunakan kuesioner. Data tersebut berupa identitas dan beberapa pertanyaan terbuka terhadap responden yang berkaitan dengan bawang

merah dan pemasarannya.

2. Data sekunder diperoleh dari BPS Sulawesi Selatan, BPS Kabupaten Enrekang, Kantor Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang, buku, laporan, jurnal dan kepustakaan yang relevan dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi, dilakukan dengan cara mengamati secara langsung keadaan objek penelitian dan langsung turun kelapangan melihat keadaan petani dalam berkegiatan.
2. Wawancara, dilakukan dengan langsung mendatangi responden dengan mengajukan pertanyaan sesuai pedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.
3. Dokumentasi berupa arsip foto yang digunakan sebagai bukti dan surat keterangan penyelesaian penelitian dari Kantor Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.
4. Kuesioner, bahan pertanyaan yang dijawab oleh responden untuk memperoleh gambaran mengenai saluran pemasaran, margin dan keuntungan dari total biaya yang dihasilkan serta efisiensi saluran pemasaran komoditas bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang menyajikan data deskriptif, sedangkan analisis kuantitatif menggunakan angka sebagai datanya, dimulai dari pengumpulan data, penafsiran sampai ke

penampilan hasil analisisnya.

1. Analisis Margin Pemasaran

$$M = H_p - H_b$$

Keterangan =

M = Margin lembaga pemasaran

H_p = Harga jual ditingkat petani

H_b = Harga beli di tingkat konsumen

2. Analisis Keuntungan :

$$\pi = M - TC$$

Keterangan =

π = Keuntungan pemasaran (Rp/Kg)

M = Margin Pemasaran (Rp)

TC = Total biaya yang dikeluarkan (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Bawang Merah

Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang memiliki lembaga pemasaran yang berperan dalam memasarkan bawang merah yang terdiri dari petunia, pedagang pengecer, pedagang pengumpul, dan pedagang besar. Petani merupakan pihak pertama (produsen) penyalur bawang merah yang selanjutnya menjual kepada pedagang pengecer.

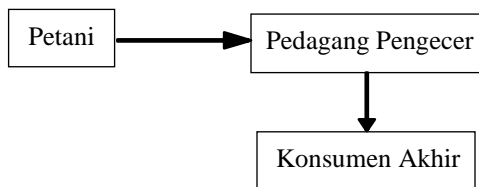
Selanjutnya pengecer menjual ke pedagang pengumpul, dan selanjutnya ke pedagang besar. Hal ini disesuaikan dengan kesepakatan harga. Pedagang pengumpul dan pedagang besar adalah penyalur bawang merah yang aktif membeli.

Pengalaman berusahatani pada pedagang besar dan pedagang pengumpul yang ada di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang sudah cukup lama. Pedagang pengumpul memiliki pengalaman dalam proses pemasaran komoditas bawang merah mulai dari 4-8 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar 67% dan 9-13 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar

33%. Hal ini menunjukkan pengalaman berusaha petani pedagang pengumpul sudah lumayan lama, artinya sudah banyak pengalaman yang dijalankan dalam proses pemasaran bawang merah. Menurut Soekartawi (2003), pengalaman usahatani sangat mempengaruhi petani dalam menjalankan usahatannya. Pengalaman petani dalam berusaha memiliki tingkat pengetahuan dan keterampilan yang tinggi dalam menjalankan usahanya.

Hasil wawancara mendalam kepada responden, maka diperoleh informasi adanya 3 saluran pemasaran bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

1. Saluran Pemasaran I:

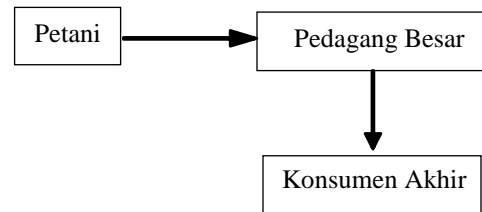


Gambar 1. Saluran Pemasaran I, Komoditas Bawang Merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Gambar 1 menunjukkan alur dari saluran pemasaran 1 dimana petani menjual hasil produksi bawang merahnya ke pedagang pengecer dan selanjutnya pedagang pengecer yang menjual ke konsumen akhir. Petani memberikan informasi langsung ke pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer mendatangi petani untuk mengangkut bawang merah. Hasil wawancara responden memberikan data harga jual bawang merah yakni Rp.15.000/kg, dengan jumlah penjualan berbeda yaitu 1.000 – 1.500 kg.

Saluran pemasaran I merupakan saluran yang pendek. Hal ini sejalan dengan penelitian Saraswati (2020) dimana pada saluran pertama dijalankan oleh petani selaku produsen yang menjual hasil produksinya ke pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer yang menjual ke konsumen akhir.

2. Saluran Pemasaran II:

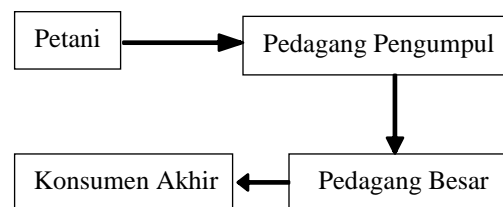


Gambar 2. Saluran Pemasaran II, Komoditas Bawang Merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Gambar 2 menunjukkan alur dari saluran pemasaran 2 dimana petani menjual hasil produksi bawang merahnya ke pedagang besar sesuai kesepakatan harga, kemudian pedagang besar yang mendistribusikan ke konsumen akhir yang ada di pulau Kalimantan, Jawa, dan Papua. Hasil wawancara para responden menunjukkan adanya perbedaan harga jual dan jumlah penjualan karena perbedaan kualitas dan jumlah produk bawang merahnya.

Saluran ini juga merupakan saluran pemasaran yang pendek. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ansar (2019) mengenai analisis rantai pasok pemasaran komoditas biji kakao di Desa Mattampa Walie Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone, dimana pemasaran terdiri atas petani sebagai produsen yang menjual hasil produksinya langsung ke pedagang besar, kemudian pedagang besar menjual lagi ke konsumen akhir.

3. Saluran Pemasaran III:



Gambar 3. Saluran Pemasaran III, Komoditas Bawang Merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Gambar 3 menunjukkan alur dari saluran pemasaran 3 dimana petani menjual hasil

produksi bawang merahnya ke konsumen akhir melalui pedagang perantara antara lain pedagang

pengumpul dan pedagang besar. Hasil wawancara responden menunjukkan harga jual dan jumlah penjualan yang bereda dari petani, dimana kualitas dan ukuran serta warna pada bawang merah turut berpengaruh terhadap tingginya harga komoditas tersebut.

Saluran pemasaran ini tergolong saluran pemasaran yang panjang karena harus melalui 2 pedagang perantara sebelum sampai ke tangan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Saraswati (2020) mengenai efisiensi pemasaran komoditas bawang merah di Desa Batunoni Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dimana pada saluran pemasaran pertama dijalankan oleh petani selaku produsen yang menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar, kemudian pedagang besar menjual ke konsumen akhir.

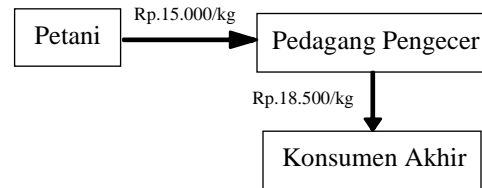
Margin Pemasaran Bawang Merah

Margin pemasaran adalah selisih harga jual komoditas bawang merah oleh produsen dengan harga jual oleh lembaga pemasaran (pedagang). Nilai margin pemasaran bawang merah di Kelurahan Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang dapat dihitung jika diketahui harga jual dari

petani dan harga jual dari lembaga

pemasaran. Asmarantaka (2012), mengatakan margin adalah suatu cerminan dari kegiatan-kegiatan bisnis atau fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan dalam sistem pemasaran.

1. Saluran Pemasaran I:



Gambar 4. Harga Jual Komoditas Bawang Merah Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan

Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Gambar 4 menunjukkan harga jual komoditas bawang merah pada saluran pemasaran I, dimana petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengecer dengan rata-rata harga Rp.15.000/kg, kemudian pedagang pengecer menjual konsumen dengan rata-rata harga jual sebesar Rp.18.500/kg. Komponen biaya pemasaran, keuntungan serta margin pemasarannya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Komponen Biaya Pemasaran, Keuntungan dan Margin Pemasaran Bawang Merah Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

No	Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran Saluran I (Rp/Kg)
1	Petani a) Harga jual	15.000
2	Pedagang pengecer a) Harga Beli b) Biaya Tenaga Kerjac) Biaya Transportasi d) Biaya Kemasan e) Biaya Konsumsi f). Harga Jual	15.000 625 425 75 26,995 18.500
	Konsumen a) Harga Beli	18.500
	Total Biaya	1.151,995
	Margin	3.500
	Keuntungan	2.348,005

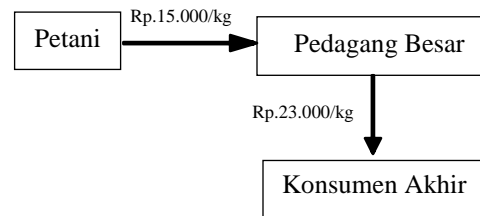
Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 2 menunjukkan saluran pemasaran I untuk komoditas bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang melibatkan petani dan pedagang pengecer. Petani dalam hal ini tidak mengeluarkan biaya pemasaran, karena pedagang pengecer yang mendatangi petani secara langsung sehingga biaya pemasaran ditanggung oleh pedagang pengecer.

Total biaya pemasaran pada saluran I sebesar Rp. 1.151,995/kg, dengan margin yang diterima sebesar Rp. 3.500/kg, sehingga keuntungan pedagang pengecer yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 2.348,005/kg.

Margin pemasaran pada saluran pemasaran I bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang sudah sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati (2020) dimana nilai total biaya didapatkan melalui perhitungan pada saat transaksi pembelian bawang merah yang mencakup biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya konsumsi dan biaya kemasan yang kemudian dijumlahkan sehingga didapatkan nilai dari total biaya pemasaran. Nilai margin didapat setelah mengetahui nilai beli dari petani dan nilai jual ke konsumen akhir. Setelah mengetahui nilai margin, maka nilai margin dikurangkan dengan total biaya maka didapatkan hasil keuntungan dari saluran pemasaran I.

2. Saluran Pemasaran II:



Gambar 5. Harga Jual Komoditas Bawang Merah Pada Saluran Pemasaran II di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Gambar 5 menunjukkan harga jual

komoditas bawang merah pada saluran pemasaran II, dimana petani menjual hasil produksinya ke pedagang besar dengan harga rata-rata Rp. 15.000/kg, dan pedagang besar menjual ke konsumen akhir dengan harga rata-rata Rp. 23.000/kg. Pada saluran pemasaran II, semua biaya pemasaran ditanggung pedagang besar karena pedagang tersebut yang mendatangi petani dan konsumen akhir secara langsung. Biaya yang dikeluarkan pedagang besar meliputi biaya tenaga kerja, biaya kemasan, biaya konsumsi sampai biaya transportasi. Komponen biaya pemasaran, keuntungan serta margin pemasarannya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Komponen Biaya Pemasaran, Keuntungan dan Margin Pemasaran Bawang Merah Pada Saluran Pemasaran II di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

No	Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran Saluran II (Rp/Kg)
1	Petani a) Harga jual	15.000
2	Pedagang pengecer a) Harga Beli b) Biaya Tenaga Kerjac) Biaya Transportasi d) Biaya Kemasan e) Biaya Konsumsi f). Harga Jual	15.000 875 1.500 150 9,75 23.000
	Konsumen a) Harga Beli	23.000
	Total Biaya	2.534,75
	Margin	8.000
	Keuntungan	5.465,25

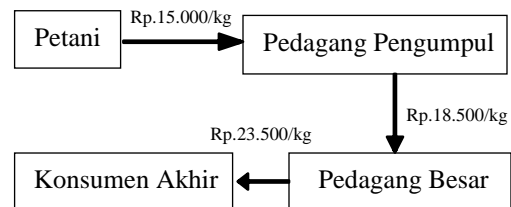
Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 3 menunjukkan saluran pemasaran I untuk komoditas bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang melibatkan petani dan pedagang besar. Petani dalam hal ini tidak mengeluarkan biaya pemasaran, karena pedagang besar yang mendatangi petani dan konsumen secara langsung sehingga biaya pemasaran ditanggung oleh pedagang besar. Total biaya pemasaran pada saluran II sebesar Rp. 2.534,75/kg, dengan margin yang diterima sebesar Rp. 8.000/kg, sehingga keuntungan pedagang besar yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 5.465,25/kg.

Margin pemasaran pada saluran pemasaran II bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang sesuai dengan penelitian Ansar (2019) dimana pelaku usaha dijalankan oleh petani, pedagang besar dan konsumen. Adapun nilai total biaya didapatkan melalui perhitungan pada saat transaksi pembelian bawang merah yang mencakup biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya konsumsi dan biaya kemasan yang kemudian dijumlahkan sehingga didapatkan nilai dari total biaya pemasaran. Nilai margin didapat setelah mengetahui nilai beli dari petani dan nilai jual ke konsumen akhir. Setelah mengetahui nilai margin, maka nilai margin di kurang dengan total

biaya maka didapatkan hasil keuntungan dari saluran pemasaran II.

3. Saluran Pemasaran III:



Gambar 6. Harga Jual Komoditas Bawang

Merah Pada Saluran Pemasaran II di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Gambar 6 menunjukkan harga jual komoditas bawang merah pada saluran pemasaran III. Pada saluran pemasaran ini, semua biaya pemasaran ditanggung oleh lembaga pemasaran yang terdiri dari pedagang pengumpul dan pedagang besar, dan meliputi biaya tenaga kerja, kemasan, konsumsi, dan transportasi. Komponen biaya pemasaran, keuntungan serta margin pemasarannya dapat dilihat pada Tabel 4.



Tabel 4. Komponen Biaya Pemasaran, Keuntungan dan Margin Pemasaran Bawang Merah Pada Saluran Pemasaran III di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

No	Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran Saluran III (Rp/Kg)
1	Petani a) Harga jual	15.000
2	Pedagang pengecer a) Harga Beli b) Biaya Tenaga Kerjac) Biaya Transportasi d) Biaya Kemasan e) Biaya Konsumsi f). Harga Jual	15.000 250 516,66 75 15,111 18.500
Total Biaya		856,771
Margin		3.500
Keuntungan		2.643,229
3	Pedagang pengecer a) Harga Beli b) Biaya Tenaga Kerjac) Biaya Transportasi d) Biaya Kemasan e) Biaya Konsumsi f). Harga Jual	18.500 625 1.500 75 8,416 23.500
Total Biaya		2.208,416
Margin		5.000
Keuntungan		2.791,584
4	Konsumen a) Harga Beli	23.500
Total Biaya		3.965,187
Margin		8.500
Keuntungan		5.434,813

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 4 menunjukkan saluran pemasaran II untuk komoditas bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang melibatkan petani dan lembaga pemasaran yang terdiri dari pedagang pengecer dan pedagang besar. Petani dalam hal ini tidak mengeluarkan biaya pemasaran, karena pedagang besar yang mendatangi petani dan konsumen

secara langsung sehingga biaya pemasaran ditanggung oleh para lembaga pemasaran. Total biaya pemasaran pada saluran III sebesar Rp. 856,771 /kg, dengan margin yang diterima sebesar Rp. 5.000/kg, sehingga keuntungan pedagang besar yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 2.791,584/kg.

Total margin pemasaran pada saluran

pemasaran III bawang merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang dihitung menggunakan pada rumus $M = H_p - H_b$ dimana harga ditingkat petani yaitu Rp.15.000/Kg dan harga ditingkat pedagang besar Rp.23.500/Kg, maka $M = 23.500 - 15.000 = 8.500$. Total biaya pada saluran pemasaran III sebesar Rp.3.065,187 /Kg yang didapatkan dari seluruh biaya pemasaran yang meliputi biaya tenaga kerja, biaya transportasi, biaya kemasan dan biaya konsumsi. Adapun total keuntungan yang didapatkan pada saluran pemasaran III sebesar Rp.5.434,813/Kg, artinya keuntungan didapat dari hasil margin yang di kurang dengan total biaya yang ada.

Margin pemasaran pada saluran pemasaran II bawang merah di Kelurahan



Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang sesuai dengan penelitian Saraswati (2020) dimana pelaku usaha dijalankan oleh petani, pedagang pengumpul, pedagang besar dan konsumen. Adapun nilai total biaya didapatkan melalui perhitungan pada saat transaksi pembelian bawang merah yang mencakup biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya konsumsi dan biaya kemasan yang kemudian dijumlahkan sehingga didapatkan nilai dari total biaya pemasaran. Nilai margin didapat dari nilai jual ke

konsumen di kurang dengan nilai beli dari petani. Setelah mengetahui nilai margin, maka nilai margin di kurang dengan total biaya maka didapatkan hasil keuntungan dari saluran pemasaran III.

DAFTAR PUSTAKA

Ansar, Musfida. 2019. *Analisis Rantai Pasok Pemasaran Komoditas Biji Kakao di Desa Mattampa Walie Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone*. Skripsi. Fakultas

Pertanian. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.

Asmarantaka R. W, 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor (ID) : Institut Pertanian Bogor

Erwin, A. 2015. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Desa Tonsewer Kecamatan Tompaso Barat Kabupaten Minahasa. *Jurnal ASE*.11(2):21-23.

Prayitno, 2013. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. *Jurnal JIIA*. 01 (01): 53-59.

Soekartawi.2003. *AnalisisUsahatani*. Jakarta: UI Press

Yudi. 2018. *Analisis Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Enrekang*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar