

Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Daun di Desa Linonggasai Kecamatan Wonggeduku Barat Kabupaten Konawe

Ramla^{*1}, Idrus Salam², Milawati Saranani³

¹ Mahasiswa Program Studi Fakultas Pertanian Universitas Lakidende, Indonesia

^{2,3} Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lakidende, Indonesia

Alamat : Jl. Sultan Hasanuddin, No. 234, Wawotobi, Lalosabila, Unaaha, Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara 93461, Indonesia

Korespondensi Penulis : ramlah.sidrap06@gmail.com*

Abstract : *This study aims to identify the marketing channels of spring onions and analyze the efficiency of spring onion marketing in the research area. The population in this study were all farmers in Linonggasai Village, Wonggeduku Barat District, Konawe Regency who grow spring onions and marketing institutions, namely 10 farmers, 4 collectors and 5 retailers, farmer samples were taken by census and trader samples used the snowball sampling method. Based on the results of field research, it can be concluded that; the marketing channels for spring onions in this research area are farmers to collectors to retailers and then to consumers. The margin obtained by collectors is IDR 10,000 / kg with a profit of IDR 8,500 / kg. While the margin obtained by retailers is IDR 10,000 / kg with a profit of IDR 8,900 / kg. The efficiency value of the spring onion marketing channel in the research area is efficient with a marketing efficiency level obtained by collectors of 2.5% and retailers of 1.5%, and the farmer share received by farmers is 72%.*

Keywords: *efficiency, marketing, spring onion farming*

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran bawang daun dan menganalisis efisiensi pemasaran bawang daun di daerah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani di Desa Linonggasai Kecamatan Wonggeduku Barat Kabupaten Konawe yang menanam bawang daun dan lembaga pemasaran, yaitu jumlah petani 10 orang, 4 orang pedagang pengumpul dan 5 orang pedagang pengecer, sampel petani diambil secara sensus dan sampel pedagang menggunakan metode *snowball sampling*. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat disimpulkan bahwa; saluran pemasaran bawang daun di wilayah penelitian ini yaitu petani ke pengumpul ke pengecer selanjutnya ke konsumen. Margin yang diperoleh pengumpul sebesar Rp.10.000,-/Kg dengan keuntungan sebesar Rp.8.500,-/Kg. Sedangkan margin yang diperoleh pedagang pengecer adalah Rp.10.000,-/Kg dengan keuntungan sebesar Rp.8.900,-/Kg. Nilai efisiensi saluran pemasaran bawang daun di daerah penelitian sudah efisien dengan tingkat efisiensi pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar 2,5% dan pengecer sebesar 1,5%, serta farmer share yang diterima oleh petani sebesar 72%.

Kata kunci: efisiensi, pemasaran, usahatani bawang daun

1. LATAR BELAKANG

Salah satu sektor yang kontribusinya cukup tinggi dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia saat ini adalah subsektor pertanian, artinya sektor pertanian merupakan sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional dari seluruh sektor yang ada (Iswara, 2023). Ini dikarenakan Indonesia merupakan Negara agraris yang sangat mengandalkan sektor pertanian menjadi sumber mata pencaharian, sebagai sumber utama pangan dan penopang untuk meningkatkan perekonomian (Mamusung, dkk., 2019).

Sektor pertanian terdiri dari lima subsektor yaitu, subsektor perkebunan, subsektor peternakan, subsektor kehutanan, subsektor perikanan, subsektor tanaman pangan dan hortikultura (Mamusung, dkk., 2019). Tanaman hortikultura merupakan tanaman yang terdiri

dari sayur- sayuran, buah-buahan dan tanaman obat- obatan/biofarmaka, tanaman hortikultura memiliki banyak manfaat dalam pemenuhan gizi masyarakat sehingga mengakibatkan perkembangan tanaman hortikultura meningkat (Suni, dkk., 2019).

Menurut Saragih, dkk., (2022) di antara berbagai macam komoditas hasil pertanian, komoditas hortikultura merupakan komoditas yang juga merupakan sumber pendapatan yang memberikan kontribusi cukup tinggi terhadap perkembangan perekonomian. Produk hortikultura merupakan komoditas pertanian yang mempunyai potensi serta peluang untuk dikembangkan sehingga menjadi produk unggulan yang mampu meningkatkan kesejahteraan petani, baik produk hortikultura yang tergolong buah-buahan, sayur- sayuran, obat-obatan maupun tanaman hias (Pitaloka, 2017).

Bawang daun (*Allium fistulosum*, L.) merupakan salah satu komoditas hortikultura dalam kelompok sayuran daun yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi (Evyana, 2022). Bawang daun adalah salah satu bagian dari tanaman hortikultura yang merupakan bagian dari jenis sayuran berdaun dan merupakan tanaman semusim yang memiliki bagian daun berwarna hijau dan batang berwarna putih yang menjadi bagian terpenting dari tanaman tersebut (Dwi Ayi Fortuna Yasri, 2021).

Kabupaten Konawe merupakan salah satu wilayah yang berpotensi dalam pengembangan bawang daun ini dilihat dari jumlah produksi bawang daun di Kabupaten Konawe pada tahun 2022 berkisar 1,048 kuintal dengan luas panen 36 Ha, dan pada tahun 2023 mengalami peningkatan jumlah produksi menjadi 1,207 kuintal dengan luas panen 41 Ha, Kabupaten Konawe terdiri dari 28 Kecamatan, salah satunya adalah Kecamatan Wonggeduku Barat yang melakukan usahatani bawang daun dengan luas panen sebesar 11 ha (BPS Kabupaten Konawe, 2024). Salah satu desa di Kecamatan Wonggeduku Barat yang memproduksi bawang daun yaitu desa Linonggasai, dimana produksi hortikultura khususnya tanaman bawang daun di tiap desa berbeda-beda.

Pemasaran bawang daun merupakan proses yang kompleks dan melibatkan berbagai aktor, termasuk petani, pedagang pengumpul, dan konsumen. Efisiensi pemasaran menjadi faktor penting dalam meningkatkan kesejahteraan petani dan kelangsungan usaha pemasaran bawang daun di Desa Linonggasai Kecamatan wonggeduku Barat Kabupaten Konawe. Efisiensi pemasaran dapat diukur melalui berbagai indikator seperti biaya produksi, biaya transportasi, harga jual, waktu pemasaran, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi efisiensi.

Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran akan mempengaruhi tingkat efisiensi pemasaran bawang daun. Efisiensi pemasaran menjadi faktor penting dalam menjamin ketersediaan bawang daun di pasar dan mendukung kesejahteraan

petani serta pelaku usaha pemasaran. Namun, seringkali terdapat permasalahan dalam sistem pemasaran bawang daun, seperti margin pemasaran yang tinggi, distribusi keuntungan yang tidak merata, hingga fluktuasi harga yang merugikan petani. Permasalahan - permasalahan tersebut dapat mengindikasikan adanya inefisiensi dalam sistem pemasaran bawang daun di Desa Linonggasai. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana saluran pemasaran bawang daun menganalisis margin dan keuntungan bawang daun di Desa Linonggasai Kecamatan Wonggeduku Barat Kabupaten Konawe.

2. METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian telah dilaksanakan di Desa Linonggasai Kecamatan Wonggeduku Barat Kabupaten Konawe. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa Desa Linonggasai merupakan desa yang mayoritas masyarakatnya adalah petani dan mayoritas masyarakat yang berprofesi sebagai petani tersebut beberapa musim belakangan ini melakukan budidaya tanaman bawang daun.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani di Desa Linonggasai Kecamatan Wonggeduku Barat Kabupaten Konawe yang mengusahakan sayuran bawang daun dan lembaga pemasaran, yaitu jumlah petani 10 orang dan pedagang pengecer 5 orang, dan pedagang pengumpul sebanyak 4 orang. Penentuan sampel petani dalam penelitian ini menggunakan metode sensus. Metode Sensus atau sampling total adalah teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota populasi dijadikan sampel semua (Sugiyono, 2018). Penelitian ini juga menggunakan metode *snowball sampling* untuk menentukan sampel pedagang yang berada di daerah penelitian. Menurut Sugiyono, (2014) *snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan tujuan penelitian I yaitu ; untuk mengidentifikasi bagaimana saluran pemasaran bawang daun di Desa Linonggasai yaitu menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan menelusuri lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran komoditi bawang daun mulai dari tingkat petani produsen sampai pada konsumen akhir.
2. Berdasarkan tujuan penelitian II yaitu ; untuk menganalisis margin dan keuntungan pemasaran maka dilakukan analisis sebagai berikut :

1) Margin pemasaran

$$MP = He - Hp$$

Keterangan :

MP : margin pemasaran (Rp/Kg)

He : harga ditingkat pedagang Rp/Kg)

Hp : harga ditingkat petani (Rp/Kg)

2) Keuntungan pemasaran

$$\Pi = M - B$$

Keterangan :

Π : besarnya keuntungan (Rp/Kg)

M : margin pemasaran (Rp/Kg)

B : biaya Pemasaran (Rp/Kg)

3) untuk menganalisis efisiensi pemasaran maka dilakukan analisis sebagai berikut :

Untuk menghitung efisiensi pemasaran di tingkat pedagang digunakan rumus :

Soekartawi, (2016) :

$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100 \%$$

Keterangan :

EP : efisiensi pemasaran

TC : total cost (Rp/Kg)

TNP : total nilai produk (Rp/Kg)

Dari analisis tabulasi sederhana memperlihatkan perhitungan efisiensi pemasaran, yang disimpulkan sebagai berikut :

$Ep < 50\%$ maknanya pemasaran sudah dinyatakan efisien.

$Ep > 50\%$ maknanya pemasaran belum dinyatakan efisien.

Untuk menghitung efisiensi di tingkat petani digunakan rumus :

$$FS = Pf / Pr \times 100 \%$$

Keterangan :

Fs : farmer share

Pf : harga ditingkat petani (Rp/Kg)

Pr : harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Menurut Downey (1992) menyatakan bahwa farmer's share $\geq 40\%$ merupakan efisien sedangkan farmer's share $\leq 40\%$ tidak efisien.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pemasaran Bawang Daun

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bawang daun di Desa Linonggasai Kecamatan Wonggeduku Barat Kabupaten Konawe adalah :

Produsen (Petani)

Produsen adalah petani yang melakukan usaha budidaya bawang daun, lahan yang digunakan untuk membudidayakan adalah lahan milik petani. Produksi bawang daun yang dipanen sebagian besar dijual kepada pedagang dan sebagian kecil saja yang digunakan oleh petani itu sendiri.

Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul desa adalah pedagang yang membeli langsung kepada petani yang ada di Desa Linonggasai. Umumnya bawang daun yang dibeli adalah bawang daun yang telah dikemas dengan menggunakan plastik bawang daun yang berisi rata-rata 10 kg bawang daun. Pedagang pengumpul membeli bawang daun pada petani dengan harga Rp. 50.000,- per kilogram

Pedagang Pengecer

pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli kepada pedagang pengumpul desa yang ada di Desa Linonggsasi dengan jumlah yang bervariasi yang telah dikemas menggunakan plastik dengan harga beli dari pedagang pengumpul desa adalah Rp. 60.000,- per kilogram.

Saluran Pemasaran Bawang Daun

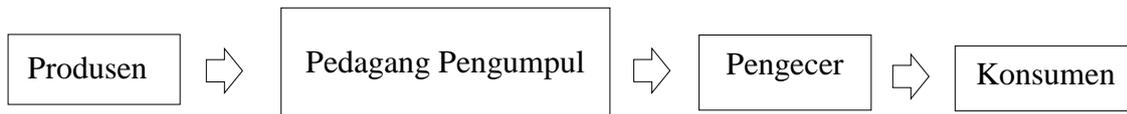
Faktor peningkatan penerimaan yang dapat diperoleh dari hasil penjualan produknya adalah dengan pemilihan tempat dan saluran pemasaran yang tepat sehingga dapat memberikan keuntungan yang besar dengan efisiensi pemasaran yang tinggi. Untuk mengetahui tempat penjualan dan tempat pembelian serta saluran pemasaran bawang daun petani yang terjadi di wilayah penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Saluran pemasaran bawang daun di Desa Linonggasai, 2024.

No	Tempat Pembelian	Tempat Penjualan		
		P. Pengumpul	P. Pengecer	Konsumen
1	Petani	√	-	-
2	P. pengumpul	-	√	√
3	Pengecer	-	-	√

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Berdasarkan data Tabel 1 memperlihatkan bahwa saluran pemasaran bawang daun hanya satu saluran yaitu petani menjual kepada pedagang pengumpul selanjutnya ke pengecer yang kemudian berakhir di konsumen rumah tangga. Dari data tersebut di atas maka saluran pemasaran bawang daun di Desa Linonggasai dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Saluran Pemasaran Bawang Daun dalam Wilayah Pembelian

Saluran pemasaran bawang terhadap satu saluran tataniaga dengan melibatkan dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pengecer. Petani memasarkan bawang daun secara langsung kepada pedagang pengumpul dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer dan dari pengecer ke konsumen.

Margin dan Keuntungan Lembaga Pemasaran

Margin adalah selisih antara harga penjualan dan pembelian. Dalam setiap saluran pemasaran marginnya adalah selisih antara harga pokok yang diterima petani produsen dengan harga pembelian pedagang pada tiap saluran pemasaran dari petani produsen sampai ke pedagang mempunyai margin yang berbeda. Margin dan keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran yang menyalurkan bawang daun di Desa Linonggasai dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata margin dan rata-rata keuntungan pemasaran bawang daun setiap lembaga pemasaran di Desa Linonggasai Kabupaten Konawe, 2024.

Lembaga Pemasaran	Harga Penjualan (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
Pedagang Pengumpul	60.000	50.000	10.000	1.500	8.500
Pengecer	70.000	60.000	10.000	1.100	8.900

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa margin yang diperoleh oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer memiliki nilai yang sama, namun keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer lebih besar jika dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul. Total rata-rata margin yang diperoleh oleh pedagang pengumpul sebesar Rp.10.000,-/kg dan keuntungan sebesar Rp.8.500,-/kg. sedangkan rata-rata

margin yang diperoleh oleh pedagang pengecer sebesar Rp.10.000,-/Kg dan keuntungan sebesar Rp.8.900,-/Kg

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran di Tingkat Pedagang

Efisiensi pemasaran bawang daun dapat dilihat dengan membandingkan antara total biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan. Adapun efisiensi pemasaran bawang daun di Desa Linonggasai dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Efisiensi pemasaran bawang daun di Desa Linonggasai, 2024

Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran	Keterangan
Pedagang Pengumpul	1.500	60.000	2,5%	efisien
Pengecer	1.100	70.000	1,5%	efisien

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Berdasarkan data pada Tabel 3 memperlihatkan bahwa pedagang pengumpul mengeluarkan biaya pemasaran Rp.1.500,-/Kg dengan nilai produk Rp.60.000,-/Kg sehingga diperoleh nilai efisiensi sebesar 2,5% sedangkan pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran Rp.1.100,-/Kg dengan harga produk Rp.70.000,-/Kg sehingga diperoleh nilai efisiensi sebesar 1,5%. Hal ini menunjukkan bahwa lembaga pemasaran pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer sudah efisiensi dalam melakukan pemasaran bawang daun dan tingkat efisiensi pedagang pengecer lebih besar dibandingkan tingkat efisiensi pedagang pengumpul hal ini karena nilai persentase pedagang pengecer lebih rendah dari tingkat pedagang pengumpul yaitu 1,5% dan 2,5%. Ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer lebih kecil sehingga pendapatannya lebih besar dibandingkan pedagang pengumpul.

Efisiensi di Tingkat Petani (Farmer Share)

Efisiensi pada tingkat petani bawang daun dapat dilihat dengan membandingkan antara harga pada tingkat petani dengan harga ditingkat konsumen. Adapun efisiensi tingkat petani bawang daun di Desa Linonggasai dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Efisiensi pada tingkat petani

Farmer share	Harga pada petani (Rp/Kg)	Harga pada konsumen (Rp/Kg)	Efisiensi	Keterangan
Petani	50.000	70.000	72%	efisien

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024

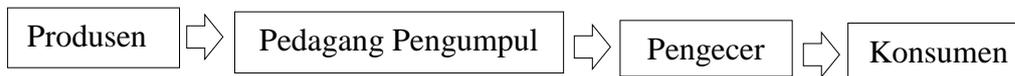
Berdasarkan data pada Tabel 4 memperlihatkan bahwa farmer share yang diperoleh adalah sebesar 72% yang berarti bahwa farmer share sudah dapat dikatakan efisien karena memiliki nilai $\geq 40\%$. Tinggi rendahnya *farmer share* dipengaruhi oleh adanya perbedaan harga dikarenakan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang mana membutuhkan biaya serta keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Saluran bawang daun yang terjadi dalam wilayah penelitian ini yaitu petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer selanjutnya ke konsumen.



2. Margin yang diperoleh oleh pedagang pengumpul sebesar Rp.10.000,-/Kg dan keuntungan sebesar Rp.8.500,-/Kg. sedangkan margin yang diperoleh oleh pedagang pengecer adalah Rp.10.000,-/Kg dan keuntungan sebesar Rp.8.900,-/Kg.
3. Nilai efisiensi saluran pemasaran bawang daun di Desa Linonggasai Kecamatan Wonggeduku Barat Kabupaten Konawe sudah efisien dengan tingkat efisiensi pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar 2,5% dan pengecer sebesar 1,5%, serta farmer share yang diterima petani sebesar 72%.

Saran

1. Agar petani menjual langsung ke konsumen sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih besar.
2. Untuk pemerintah agar dapat melaksanakan penyuluhan tentang teknik pengelolaan usahatani bawang daun terkait dengan usaha meningkatkan produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Konawe. (2024). Kabupaten Konawe dalam angka 2024. Retrieved May 22, 2024.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tenggara. (2022). Statistik produksi tanaman hortikultura Provinsi Sulawesi Tenggara (p. 128).
- Downey, W. P., & Erickson. (1992). Manajemen agribisnis. Erlangga.

- Evyana, V. (2022). Pengaruh konsentrasi pupuk cair limbah rumah potong hewan terhadap pertumbuhan dan hasil bawang daun (*Allium fistulosum* L.) (Skripsi, Jurusan Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Siliwangi Tasikmalaya).
- Iswara, P. (2023). 10 sektor usaha dengan kontribusi terbesar terhadap PDB Indonesia (2023). Retrieved May 22, 2024.
- Mamusung, E. N., Rengkung, L. R., & Talumingan, C. (2019). Analisis keuntungan usahatani bawang daun di Desa Bongkudai Utara Kecamatan Mooat Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. *Agri-Sosioekonomi*, 15(1), 45.
- Saragih, M., Budiraharjo, K., & Ekowati, T. (2022). Analisis efisiensi pemasaran bawang daun (*Allium fistulosum* L.) di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. *Agroland: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 29(3), 251–266.
- Soekartawi. (2016). Analisis usahatani. Penerbit Universitas Indonesia.
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif. Alfabeta.
- Suni, M. C., Pudjiastuti, & Bano, M. (2019). Analisis pemasaran bawang merah di Desa Nulle Kecamatan Amanuban Barat Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Buletin EXCELLENTIA*, 8(1), 11–19.
- Yasri, D. A. F. (2021). Analisis usahatani bawang daun (*Allium fistulosum* L.) di Kota Padang Panjang. *Journal Information*, 2(30), 1–17.