

**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**

Hartina Ali Side¹, St. Rahbiah Busaeri², Mais Ilsan²,

¹Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muslim Indonesia,

²Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muslim Indonesia

085396710271, hartina.aliside36@gmail.com

ABSTRACT

The onions price are often unstable, sometimes decrease and in a short period of time increase, then the aim of this research is to analyze the market system of onion commodities with SCP approach (market structure, market conduct, market performance) in Baruga Dhua Village, East Banggae District, Majene Regency, Western Sulawesi Province. The analysis used are descriptive qualitative and quantitative. In the analysis of market structure, according to marketing channels, market concentration, farmer's freedom and marketing institutions. Marketing facilities and transmission facilities of market information. In the analysis of market conduct forms of marketing among farmers, product treatment, collusion between agencies, product purchasing systems, pricing systems, payment systems, product diversification, farming contracts and marketing agency honesty. In the analysis of market performance marketing margins, percentage of selling prices and conflicts between agencies. The result show that there are 4 marketing channels with market structure that refer to the oligopsony market. Market conduct based on research result is considered safe although it can weaken. And analysis Market performance is the highest marketing margin is marketing channel I and there is no inter-agency conflict. The marketing system the red onion shows efficiently results.

Keywords: *Marketing Efficient, Red Onion, SCP*

INTISARI

Harga bawang sering tidak stabil, kadang-kadang turun dan dalam waktu singkat kembali naik. Maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem pemasaran komoditas bawang merah dengan pendekatan scp (Struktur Pasar, Perilaku Pasar dan Kinerja Pasar) di Desa Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Dalam analisis struktur pasar, melihat saluran pemasaran, konsentrasi pasar, kebebasan petani dan lembaga pemasaran, fasilitas pemasaran dan transmisi atau informasi pasar. Dalam analisis perilaku pasar melihat bentuk pemasaran antar petani, perlakuan produk, kolusi antar lembaga, sistem pembelian produk, sistem penentuan harga, sistem pembayaran, diversifikasi produk, kontrak farming dan kejujuran lembaga pemasaran. Dalam analisis penampilan pasar melihat margin pemasaran, persen harga jual dan konflik antar lembaga. Hasilnya menunjukkan bahwa ada 4 saluran pemasaran dengan struktur pasar yang mengacu pada pasar oligopsoni. Perilaku pasar berdasarkan hasil penelitian dianggap aman meskipun dapat melemahkan posisi petani karena pedagang yang

memiliki kekuasaan. Penampilan pasar menunjukkan bahwa margin pemasaran tertinggi adalah Saluran Pemasaran I kemudian tidak adanya konflik antar lembaga. Sistem pemasaran bawang merah menunjukkan hasil efisien.

Kata kunci: Bawang Merah, Efisiensi Pemasaran, SCP

PENDAHULUAN

Selain biaya faktor produksi, harga jual yang dianggap tidak seimbang juga menjadi masalah, harga jual komoditi pertanian salah satunya komoditi bawang merah sering berfluktuatif. Keadaan seperti ini terjadi pula di Kabupaten Majene yang mana harga bawang merah mengalami fluktuatif tiap bulannya. Yang setiap tahunnya mengalami perubahan harga kadang tinggi kadang turun tergantung musim panen yang terjadi di Kabupaten Majene. Berikut data yang menunjukkan rata-rata harga eceran bawang merah setiap bulan pada Tahun 2015 dan 2016 di Kabupaten Majene (Rupiah/kg), (BPS, 2015-2016).

Tabel 1. Rata-Rata Harga Eceran Bawang Merah Menurut Bulan Tahun 2015 dan 2016 di Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat dalam (Rp/kg)

Bulan	Tahun	
	2015 (Rp/kg)	2016 (Rp/kg)
Januari	26.500	34.500
Februari	25.500	24.875
Maret	17.250	23.500
April	24.750	39.500
Mei	28.000	38.750
Juni	29.000	28.750
Juli	20.750	35.250
Agustus	17.000	39.600
September	15.750	43.250
Okttober	19.750	36.500
November	18.500	31.000
Desember	24.750	32.600
Rata-Rata	22.292	34.006

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Majene, 2016 dan 2017

Selama ini aspek pemasaran yang menjadi masalah di bidang pertanian salah satunya hortikultura adalah mengenai saluran pemasaran yang lemah. Lemahnya saluran pemasaran membuat petani tidak dapat mendapatkan keuntungan yang maksimal selain itu tidak adilnya keuntungan yang diperoleh bagi pelaku pemasaran. Hal ini diperkuat dengan adanya permintaan konsumen, lebihnya waktu pengiriman dan distribusi yang tidak merata. Fluktuatifnya harga salah satunya sehingga untuk dapat menstabilkan harga hal yang paling penting ialah mengawasi saluran pemasaran dari hulu hingga hilir agar terjadi distribusi yang merata serta harga dapat stabil. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis struktur pasar (*market structure*) usahatani bawang

merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, menganalisis perilaku pasar (*market conduct*) usahatani bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, menganalisis penampilan pasar (*market performance*) usahatani bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene dan menganalisis efisiensi pemasaran bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengambil lokasi di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *porposive* atau secara sengaja karena kelurahan ini merupakan sentra budidaya bawang merah di Kecamatan Banggae Timur. Penelitian dilakukan pada bulan Januari hingga Maret 2018.

Penentuan sampel yang digunakan adalah metode acak sederhana (*simple random sampling*) dari populasi. Menurut Arikunto dalam Idrus (2013), jika jumlah subjeknya besar, maka dapat diambil sampel antara 10%-25%. Berdasarkan penjelasan di atas, maka jumlah populasi yang dijadikan sebagai sampel yakni 20%, sebab berdasarkan hasil survei awal jumlah petani di Baruga Dhua adalah 224 orang dengan demikian jumlah sampel adalah 45 petani. Sedangkan untuk pengambilan sampel pada lembaga yang terlibat dalam sistem pemasaran komoditi bawang merah menggunakan teknik *Snowball Sampling*. Teknik *Snowball Sampling* merupakan teknik bola salju yakni menelusuri seluruh lembaga yang terlibat dalam penelitian yang dilakukan.

Pada penelitian ini menggunakan dua macam metode pengambilan data yakni data primer dan data sekunder.

Untuk menjawab tujuan 1, sistem pemasaran komoditi bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene digunakan analisis struktur pasar (*market structure*) menurut Badan Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Timur yang terdiri atas (Badan Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Timur, 2001). Sebagai berikut.

- a. Untuk menganalisis saluran pemasaran dari petani sampai konsumen maka digunakan analisis deskritif kualitatif.
- b. Untuk menganalisis konsentrasi pasar dengan mengetahui berapa jumlah lembaga dan volume yang beroperasi menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

- c. Untuk menganalisis kebebasan petani dan lembaga pemasaran keluar masuk pasar maka menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
- d. Untuk menganalisis fasilitas pemasaran pertanian dengan mengetahui dari lembaga perantara diwilayah tersebut menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
- e. Untuk menganalisis informasi pasar sebelum penjualan menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Untuk menjawab tujuan 2, sistem pemasaran komoditi bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene dapat diketahui dengan menggunakan analisis perilaku pasar (*market conduct*) (Badan Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Timur, 2001). Sebagai berikut.

- a. Untuk menganalisis ada tidaknya pemasaran berkelompok antar petani menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
- b. Untuk menganalisis perlakuan terhadap produk oleh petani, menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
- c. Untuk menganalisis ada tidaknya kolusi antar lembaga menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
- d. Untuk menganalisis perlakuan terhadap produk oleh lembaga perantara menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
- e. Untuk menganalisis sistem pembelian produk menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
- f. Untuk menganalisis sistem penetuan harga antar petani dengan lembaga perantara menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
- g. Untuk menganalisis sistem pembayaran menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
- h. Untuk menganalisis ada tidaknya diversifikasi produk berdasarkan kualitas menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
- i. Untuk menganalisis ada tidaknya kegiatan kontrak farming menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
- j. Untuk menganalisis ada tidaknya praktik tidak jujur lembaga pemasaran menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Untuk menjawab tujuan 3, sistem pemasaran komoditi bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene menggunakan metode analisis perilaku pasar yakni menghitung distribusi marjin dan *farmer's share* dan menganalisis konflik antar lembaga menggunakan analisis deskriptif (Badan Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Timur, 2001).

- a. Untuk menghitung distribusi marjin dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M = Marjin

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp)

Marjin pemasaran terdiri dari komponen yang terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Secara sistematis marjin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M = Bp + Kp$$

Keterangan :

M = Marjin (Rp/kg)

Bp = Biaya pemasaran (Rp/kg)

Kp = Keuntungan pemasaran (Rp/kg)

- b. *Farmers share* digunakan untuk mengetahui persen harga jual petani terhadap konsumen akhir (efisiensi harga) menggunakan rumus sebagai berikut.

$$FS = \frac{FP}{CP} \times 100\%$$

Keterangan:

FS = *farmers share (%)*

FP = harga di tingkat petani (Rp/kg)

CP = harga di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

- c. Sedangkaan untuk mengetahui ada tidaknya konflik antar lembaga pemasaran analisis deskriptif kualitatif.

Untuk menjawab tujuan 4, efisiensi pemasaran maka dapat digunakan rumus sebagai berikut (Roesmawaty, 2010) dalam (Putri, *et.al*, 2014).

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

Keterangan:

EP = efisiensi pemasaran (%)

TB = total biaya (Rp)

TNP = total nilai produk (Rp/Kg)

Kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran ini adalah:

0-33% = Efisien

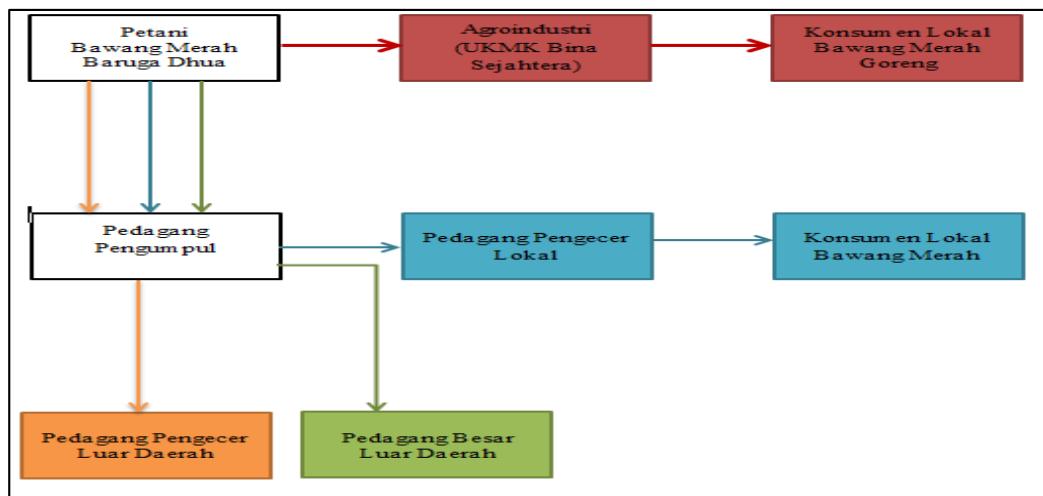
34-67% = Kurang Efisien

68-100% = Tidak Efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strukur Pasar (*Market Structure*)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat empat saluran. Berikut skema dari saluran pemasaran komoditi bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene.



Gambar 1. Saluran Pemasaran di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat

Keterangan gambar:

- : Saluran I (Satu)
- : Saluran II (Dua)
- : Saluran III (Tiga)
- : Saluran IV (Empat)

Tabel 2. Pemanfaatan Hasil Produksi Oleh Responden di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Jenis Pemanfaatan	\sum Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Dijual	16	36
2.	Dijual dan Dikonsumsi	7	16
3.	Dijual dan Digunakan Sebagai Bibit	14	31
4.	Dijual, Dikonsumsi dan digunakan Sebagai Bibit	8	18
Total		45	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 2, maka dapat dijelaskan bahwa petani yang hanya menjual hasil bawang merahnya sebanyak 16 orang dengan persentase 36%, jumlah petani yang menjual dan mengonsumsi komoditi bawang merahnya adalah 7 orang dengan persentase 16%, jumlah petani yang menjual dan dijadikan bibit komoditi bawang merahnya

sebanyak 14 orang dengan persentase 31%, dan jumlah petani yang menjual, mengonsumsi dan menggunakan sebagai bibit komoditi bawang merahnya sebanyak 8 orang dengan pesentase 18%.

Tabel 3. Jumlah Lembaga Pemasaran yang Beroperasi di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Jenis	Jumlah (Unit)
1	Pedagang Pengecer	6
2	Pedagang pengumpul	5
3	UMKM	1
	Total	12

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Jumlah pedagang pengecer yang berperan pada saluran pemasaran bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua 12 unit, pedagang pengumpul yang beroperasi di Kelurahan Baruga Dhua berjumlah 5 Unit dan UMKM berjumlah 1 Unit, sedangkan jumlah pedagang pengecer yang terlibat dalam pemasaran bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua sebanyak 6 unit.

Penjualan produk dari petani ke pedagang, terdapat 44 responden menjualkan hasil produksi. Namun Namun informasi yang didapatkan terdapat 1 responden yang menjualkan hasil produksi bawang merahnya ke pedagang dan UMKM.

Petani bawang merah tidak mendapat fasilitas dari lembaga pemasaran baik dalam bentuk apapun. Sebab petani memiliki fasilitas tersendiri seperti tempat jemur, tempat penyimpanan dan tempat yang digunakan untuk mengemas bawang merah, begitu sebaliknya lembaga pemasaran tidak mendapat fasilitas dari petani.

Tabel 4. Infromasi Pasar Petani di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Jenis	Σ Responden (Orang)	Percentase (%)
1.	Informasi Pasar	Semua Tahu (45)	100
2.	<u>Sumber Informasi:</u>		
	a. Pedagang	35	78
	b. Ketua Kelompok Tani	6	13
	c. Pasar	3	7
	d. Media	1	2
	Total	45	100
3.	Penggunaan Informasi	Semua Tahu (45)	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4 Seluruh petani mengetahui informasi pasar. Informasi yang didapatkan petani bersumber dari pedagang 35 orang, ketua kelompok tani 6 orang, pasar 3 orang dan media 1 orang.

Tabel 5. Infromasi Pasar Pedagang di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No	Jenis	\sum Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Ketidak Tahuhan Informasi Harga	Semua Tahu (12)	100
2.	<u>Sumber Informasi:</u>		
	a. Pedagang Lain	10	83
	b. Media	2	17
	Total	12	100
3.	Penggunaan Informasi	Semua Tahu (12)	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 5, seluruh pedagang mengetahui informasi pasar. Informasi yang didapatkan pedagang bersumber dari pedagang lain 10 orang dan media 2 orang.

Pada proses penentuan penjualan hasil produksi bawang merah petani memiliki kebebasan untuk memilih kepada pedagang mana yang akan ditempati menjual produknya, sama halnya pedagang memiliki kebebasan menetukan tempat penjualan bawang merah miliknya.

Berdasarkan hasil analisis struktur pasar (*Market Structure*) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem pemasaran di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene menunjukkan bahwa jenis struktur pasar komoditi bawang merah menunjukkan pasar tidak bersaing sempurna oligopsoni, berdasarkan ciri-cirinya bahwa sistem pemasaran bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene barang yang dijual adalah bahan mentah, harga cenderung stabil dan penjual lebih dapat berpindah ke pembeli lain.

Perilaku Pasar (*Market Conduct*)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan maka didapatkan informasi yang menunjukkan bahwa di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene bentuk pemasaran komoditi bawang merah yang dilakukan petani bawang merah dengan cara individu. Petani lebih memilih memasarkan bawang merahnya secara individu untuk mempermudah proses komunikasi dengan lembaga pemasaran dan juga mengurangi bentuk kesalahpahaman antar petani.

Tabel 6. Perlakuan Petani Terhadap Komoditi Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Jenis	\sum Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Pasca Panen	Semua Petani Melakukan (45)	100
2.	Olahan:		
	a. Dilakukan	7	16
	b. Tidak	38	84
	Total	45	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa semua petani melakukan pasca panen, 7 petani yang melakukan olahan dan 38 petani yang tidak melakukan olahan. Bentuk pasca penen yang dimaksud adalah mengeringkan bawang merah agar tidak busuk dan olahan berupa bawang goreng.

Tabel 7. Diversifikasi Produk Oleh Responden Petani di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Jenis	Σ Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Melakukan	33	73
2.	Tidak	12	27
	Total	45	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa 33 petani melakukan diversifikasi dan 12 petani yang tidak melakukan diversifikasi. Diversifikasi yang dimaksudkan adalah membagi ukuran bawang merah berdasarkan beratnya.

Tabel 8. Diversifikasi Produk Oleh Responden Pedagang di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Jenis	Σ Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Melakukan	12	100
2.	Tidak	0	-
	Total	12	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa 12 seluruh pedagang melakukan diversifikasi. Petani maupun lembaga pemasaran menyatakan bahwa tidak ada kolusi yang terjadi antara pedagang dengan petani, kedua pihak dapat menjual atau membeli bawang merah dimana saja.

Tabel 9. Perlakuan Pedagang Terhadap Hasil Komoditi Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Jenis	Σ Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Pasca Panen	Semua Lembaga Melakukan	100
2.	Olahan		
	a. Dilakukan	2	17
	b. Tidak	10	83
	Total	12	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 9, menunjukkan bahwa seluruh pedagang melakukan pasca panen sedangkan 2 pedagang melakukan olahan dan 10 pedagang yang tidak melakukan olahan. Pada sistem pemasaran lembaga pemasaran dapat membeli produk dari petani dengan bentuk perkesatuasn berat, borongan ataupun tebasan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa petani di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Selawesi Barat menjual komoditi bawang merahnya

dengan perkesatuan berat. Demikian halnya dari informasi yang didapatkan dari pedangang yang menunjukkan bahwa seluruh pedagang membeli produk bawang merah petani Kelurahan Baruga Dhua dengan cara perkesatuan berat.

Tabel 10. Sistem Penentuan Kualitas dan Harga Komoditi Bawang Merah Oleh Petani dan Pedagang di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Jenis	Σ Responden (Orang)	Percentase (%)
1	<u>Penentuan Kualitas:</u>		
	• Petani	14	31
	• Pedagang	31	69
	Total	45	100
2	<u>Penentuan Harga:</u>		100
	• Petani	0	0
	• Pedagang	45	100
	Total	45	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa 14 petani menentukan kualitas dan 31 petani yang kualitas komoditinya ditentukan oleh 31. Dan penentuan harga semua ditentukan oleh pedagang.

Tabel 11. Sistem Penentuan Kualitas dan Harga Komoditi Bawang Merah Pedagang antar Petani di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Jenis	Σ Responden (Orang)	Percentase (%)
1.	Penentuan Kualitas		
	• Petani	0	
	• Pedagang/Lembaga	12	100
	Total	12	100
2.	Penentuan Harga		
	• Petani	0	
	• Pedagang/Lembaga	12	100
	Total	12	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan bahwa kualitas dan harga semua ditentukan oleh pedagang.

Tabel 10. Sistem Pembayaran Petani Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Jenis	Σ Responden (Orang)	Percentase
1.	Kontan	32	71%
2.	Kredit	13	29%
	Total	45	100%

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa 32 petani yang dibayar secara kontan dan 13 petani yang dibayar secara kredit.

Tabel 11. Sistem Pembayaran Pedagang Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Jenis	Σ Responden (Orang)	Percentase
1.	Kontan	6	50%
2.	Kredit	6	50%
	Total	12	100%

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan bahwa 6 pedagang yang membayar secara kontan dan 6 pedagang yang membayar kredit.

Petani maupun pedagang dapat melakukan pemasaran bawang merah secara bebas. Petani dapat menjual ke pedagang mana saja dan pedagang dapat membeli komoditi bawang merah di petani mana saja begitupun sebaliknya pedagang dapat menjualkan komoditi bawang merahnya di pedagang mana saja.

Petani merasa puas dengan metode penentuan kualitas yang ditentukan oleh lembaga pemasaran. Sama halnya dengan harga petani mearasa puas karena sejauh ini belum ada konflik yang terjadi.

Berdasarkan hasil wawancara dari petani dan lembaga pemasaran maka dapat ditarik kesimpulan bahwa di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Mejene, Provinsi Sulawesi Barat menunjukkan perilaku pasar yang baik.

Penampilan Pasar (*Market Performance*)

Pada penampilan pasar menyajikan hasil ekonomi dari struktur dan perilaku khusunya hubungan antara distribusi marjin dan biaya produksi dari pelayanan pemasaran.

Tabel 12. Rata-Rata Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Bawang Merah pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Uraian	Rp/Kg
1.	Petani	
	a. Harga di tingkat petani	10.500
	b. Harga yang diterima petani	10.500
2.	UMKM	
	a. Harga beli	10.500
	b. Biaya Pemasaran	1.000
	Jumlah Biaya	1.000
	c. Keuntungan	13.500
	d. Marjin Pemasaran	14.500
	e. Harga Jual	25.000
3.	Harga Beli Konsumen	25.000
4.	Total	
	a. Biaya pemasaran	1.000
	b. Keuntungan pemasaran	13.500
	c. Marjin Pemasaran	14.500

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan bahwa biaya pemasaran saluran I adalah Rp 1.000, keutungannya Rp 13.500 dan marjin pemasarannya Rp 14.500.

Tabel 13. Rata-Rata Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Bawang Merah pada Saluran Pemasaran II di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Uraian	Rp/Kg
1.	Petani	
	a. Harga di tingkat petani	12.994
	b. Harga yang diterima petani	12.994
2.	Pedagang Pengumpul	
	a. Harga beli	12.994
	b. Biaya Pemasaran	
	1) Grading	500
	2. Transportasi	500
	Jumlah Biaya	1.000
	c. Keuntungan	3.506
	d. Marjin Pemasaran	4.506
	e. Harga Jual	17.500
3.	Pedagang Pengecer	
	a. Harga beli	17.500
	b. Biaya Pemasaran	0
	c. Keuntungan	3.000
	d. Marjin Pemasaran	3.000
	e. Harga Jual	20.500
4.	Konsumen	20.500
	Total	
	a. Biaya pemasaran	1.000
	b. Keuntungan pemasaran	6.506
	c. Marjin Pemasaran	7.506

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 13 menunjukkan bahwa biaya pemasaran saluran I adalah Rp 1.000, keutungannya Rp 6.506 dan marjin pemasarannya Rp 7.506.

Tabel 14. Rata-Rata Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Bawang Merah pada Saluran Pemasaran III di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat

No.	Uraian	Rp/Kg
1.	Petani	
	a. Harga di tingkat petani	12.994
	b. Harga yang diterima petani	12.994
2.	Pedagang Pengumpul	
	a. Harga beli	12.994
	b. Biaya Pemasaran	
	1) Bongkar Muat	500
	2) Transportasi	500
	Jumlah Biaya	1.000
	c. Keuntungan	3.506
	d. Marjin Pemasaran	4.506
	e. Harga Jual	17.500
3.	Pedagang Pengecer Luar Daerah	
	Total	
	a. Biaya pemasaran	1.000
	b. Keuntungan pemasaran	3.506
	c. Marjin Pemasaran	4.506

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 14 menunjukkan bahwa biaya pemasaran saluran I adalah Rp 1.000, keutungannya Rp 3.506 dan marjin pemasarannya Rp 4.506.

Tabel 15. Rata-Rata Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Bawang Merah pada Saluran Pemasaran IV di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat

No.	Uraian	Rp/Kg
1.	Petani	
	a. Harga di tingkat petani	12.994
	b. Harga yang diterima petani	12.994
2.	Pedagang Pengumpul	
	a. Harga beli	12.994
	b. Biaya Pemasaran	
	1) Grading	500
	2) Transportasi	500
	Jumlah Biaya	1.000
	c. Keuntungan	3.506
	d. Marjin Pemasaran	4.506
	e. Harga Jual	17.500
3.	Pedagang Besar Luar Daerah	
	Total	
	a. Biaya pemasaran	1.000
	b. Keuntungan pemasaran	3.506
	c. Marjin Pemasaran	4.506

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 15 menunjukkan bahwa biaya pemasaran saluran I adalah Rp 1.000, keutungannya Rp 3.506 dan marjin pemasarannya Rp 4.506.

Tabel 16. Rata-Rata Marjin Pemasaran Bawang Merah pada Setiap Saluran Pemasaran di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Nama Saluran	Nilai Marjin Pemasaran (Rp)
1.	Saluran Pemasaran I	14.500
2.	Saluran Pemasaran II	7.506
3.	Saluran Pemasaran III	4.506
4.	Saluran Pemasaran IV	4.506
	Jumlah	31.018
	Rata-Rata	7.755

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 16 menunjukkan bahwa rata-rata marjin pemasaran adalah Rp 7.755.

Tabel 17. *Farmers Share* Tiap Saluran Pemasaran Komoditi Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Saluran	Harga Jual Petani (Rp/Kg)	Harga Beli Konsumen (Rp/Kg)	<i>Farmer Share</i> (%)
1.	Pemasaran I	10.500	25.000	42
2.	Pemasaran II	12.994	20.500	63
3.	Pemasaran III	12.994	0	0
4.	Pemasaran IV	12.994	0	0

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 17 menunjukkan bahwa *farmers share* Saluran Pemasaran I 42%, Saluran Pemasaran II 63%.

Tabel 18. Konflik Antar Lembaga Pemasaran Komoditi Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Kriteria	Tanggapan Petani Mengenai Perlakuan Lembaga Pemasaran (Σ Orang) dan Persentase (%)			Jumlah (Orang)
		Puas	Cukup	Tidak	
1.	Kualitas	21 (47)	24 (53)	0 (0)	45
2.	Harga	30 (67)	15 (33)	0 (0)	45
3.	Berat (Timbangan)	30 (67)	15 (33)	0 (0)	45
4.	Sistem Pembayaran	13 (29)	32 (71)	0 (0)	45
	Rata-Rata	(52,5)	(47,5)	0	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 18 menunjukkan rata-rata petani yang puas adalah 52,5% , merasa cukup 47,5% dan tidak 0%.

Efisiensi Pemasaran

Tabel 19. Besar Marjin Pemasaran dan pada Tiap Saluran Pemasaran Komoditi Bawang Merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

No.	Saluran	Total Biaya (Rp/Kg)	Total Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
1.	Pemasaran I	1.000	25.000	4
2..	Pemasaran II	1.000	20.500	4,8
3.	Pemasaran III	1.000	0	0
4.	Pemasaran IV	1.000	0	0

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran Saluran Pemasaran I 4%, Saluran Pemasaran II 4,8%, Saluran Pemasaran III 0% dan Saluran Pemasaran IV 0%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, terdapat 4 saluran pemasaran kemudian struktur pasar menunjukkan pasar persaingan tidak sempurna oligopsoni, kondisi perilaku pasar menunjukkan bahwa perilaku pasar normal dan berjalan sebagaimana mestinya meski tidak adanya lembag formal yang mengatur harga komoditi bawang merah, penampilan pasar menunjukkan bahwa marjin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran I yakni Rp 14.500, sedangkan *farmers share* yang teritinggi pada saluran pemasaran III 63% dan tidak adanya konflik antar lembaga dengan melihat petani yang beranggapan puas 52,5% dan cukup 47,5%, sistem pemasaran bawang merah di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat menunjukkan efisien dengan nilai pada Saluran Pemasaran I 4%, Saluran Pemasaran II 0%, Saluran Pemasaran III 4,8% dan Saluran Pemasaran IV 0%.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan kesimpulan dari hasil penelitian maka adapun saran-saran untuk pembaca dan instansi terkait adalah kepada para peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat lebih dalam mengenai sistem pemasaran juga memiliki tempat penelitian yang memiliki jenis pedagang yang lengkap sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih intens. Selain itu, pengontrolan terhadap pasar jual komoditi bawang merah oleh pedagang dianggap penting agar tidak terlalu bebas sehingga penyediaan komoditi bawang merah lokal dapat memenuhi kebutuhan pasar. Selain itu, meski perilaku pasar di

Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat aman atau tidak ada konflik namun adanya lembaga khusus yang dapat mengontrol sistem pemasaran komoditi bawang merah sehingga harga dapat tetap stabil sesuai dengan kebijakan pemerintah. Sebab semakin panjang rantai pemasaran maka akan semakin mempengaruhi marjin pemasaran. Demikian hal dengan *farmer share* atau harga jual sangat mempengaruhi tingkat efisiensi sebab dipengaruhi oleh harga beli konsumen. Kemudian semakin rendah tingkat efisiensi pemasaran maka akan semakin baik sehingga petani ada baiknya memilih saluran pemasaran I. Kemudian dapat menjadikan saluran pemasaran. Kepada pemerintah hendaknya lebih memperhatikan saluran pemasaran yang khusunya terdapat di Kelurahan Baruga Dhua, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat agar pedagang (lembaga pemasaran) tidak seenaknya menentukan pasar sebab bebasnya pedagang menentukan pasar sehingga menjual komoditi bawang merah lokal ke luar daerah sehingga komoditi bawang merah lokal tidak dapat memenuhi kebutuhan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Timur. 2001. *Kajian Pengembangan Sistem Ketahanan Pangan*. Jawa Timur.
- BPS Kabupaten Majene. 2016. *Rata-Rata Harga Eceran Bawang Merah Menurut Bulan, 2015 (Ton)*. Majene
- BPS Kabupaten Majene. 2017. *Rata-Rata Harga Eceran Bawang Merah Menurut Bulan, 2016 (Ha)*. Majene
- Idrus, Muhammad. 2013. Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah di Kelurahan Mataran, Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang. *Jurnal STIEM Bonggaya* (1).
- Putri, Yudhit Restika dkk. 2014. Farmer Share dan Efisiensi Saluran Pemasaran Kacang Hijau di Kecamatan Godong Kabupaten Grobong. *Jurnal Program Studi Magister Agribisnis Program Pasca Sarjana UNDIP* (6).