



**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BAWANG MERAH (*Allium cepa* L.
var. *aggregatum*) DI DESA WANASABA KECAMATAN WANASABA
KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

SKRIPSI

Oleh :

M. KHAIRIL ISWANDI

21901032021



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG**

2023

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BAWANG MERAH (*Allium cepa* L.
var. *aggregatum*) DI DESA WANASABA KECAMATAN WANASABA
KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh :

M. KHAIRIL ISWANDI

21901032021



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG**

2023



RINGKASAN

Bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) merupakan produk yang sangat menjanjikan dengan prospek pasar yang baik, sehingga masuk dalam daftar produk utama taman nasional. Bawang merah sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia karena termasuk dalam kelompok rempah-rempah yang sangat diperlukan yang berfungsi sebagai bumbu masakan dan obat tradisional (Kementerian Perdagangan, 2012). Lombok Timur merupakan kabupaten penghasil bawang merah terbesar di Pulau Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Lombok Timur mampu memproduksi 91.378 kuintal per tahun dengan luas lahan tanam yaitu pada tahun 2019 seluas 1141 Hektar, sedangkan pada tahun 2020 seluas 1854 Hektar, dan pada tahun 2021 seluas 2037 Hektar. Desa Wanasaba merupakan salah satu daerah pengembangan bawang merah di Lombok Timur. Berdasarkan survei lapangan awal, permasalahan petani bawang merah di Wanasaba adalah harga bawang merah sering *berfluktuasi* yang selalu menjadi perhatian petani. Peningkatan produksi bawang merah yang kuat pada waktu-waktu tertentu seringkali menyebabkan harga pasar bawang merah turun. Biasanya disimpan dalam waktu singkat ketika produksi melimpah. Oleh karena itu, peran pemasaran sangat penting untuk keberlangsungan budidaya bawang merah, sehingga produsen dapat menyepakati harga yang tepat.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui saluran pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba, Kecamatan Wanasaba, Kabupaten Lombok Timur, serta 2) Untuk mengetahui margin pemasaran bawang merah di daerah tersebut. Selain itu, 3) Untuk menganalisis efisiensi dari saluran pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba, Kecamatan Wanasaba, Kabupaten Lombok Timur. Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yang melibatkan pengumpulan data dan analisis data berdasarkan angka. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara probability sampling dan terdiri dari 30 sampel dari jumlah populasi.

Penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur. dengan pertimbangan bahwa Desa Wanasaba merupakan salah satu wilayah pengembangan usahatani bawang merah di Kecamatan Wanasaba. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan yaitu dimulai pada bulan Januari 2023 sampai bulan Maret 2023, Sedangkan Metode penarikan sampel dilakukan secara probability sampling. Menurut Sugiyono (2017) probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, maka di ambil sebanyak 30 sampel. Sedangkan sampel pada saluran pemasaran digunakan dengan cara snowball sampling, yaitu penelusuran secara bertahap berdasarkan informasi sampel kemudian dicari (digali) keterangan mengenai sampel-sampel lain, terus demikian secara berantai. Dan Metode pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder baik yang bersifat kualitatif. Data primer diperoleh dengan cara melakukan wawancara ke petani sayuran menggunakan kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari data monografi kepala desa Desa Wanasaba, Dinas Pertanian Kabupaten Lombok timur, Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura Kementrian Pertanian. Berbagai sumber lain

seperti buku, jurnal dan literatur pendukung yang relevan dengan topik penelitian. Data yang diperoleh baik secara primer maupun sekunder diolah dan dianalisis dengan metode deskriptif. Metode deskriptif dilakukan untuk menggambarkan pola saluran pemasaran yang ada di lokasi penelitian,

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa terdapat dua saluran pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba, Kecamatan Wanasaba, Kabupaten Lombok Timur yaitu saluran pemasaran I (Petani - Pedagang Pengepul – Pedagang pengecer – Konsumen) dan saluran pemasaran II (Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Besar – Pedagang Penger – Konsumen). Pada saluran pemasaran I di peroleh margin pemasaran Rp. 6,500/kg dan *farmer share* yang diterima petani 79,03 %. Pada saluran II di peroleh margin pemasaran Rp. 9.000/kg dan *farmer share* yang diterima petani 72,23 %. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I lebih rendah dibandingkan saluran pemasaran II. Namun, saluran pemasaran I memiliki tingkat efisiensi yang lebih baik dibandingkan saluran pemasaran 2. Hal ini terlihat dari nilai persentase biaya pemasaran terhadap harga jual bawang merah yang lebih rendah pada saluran pemasaran I dibandingkan saluran pemasaran II. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun keduanya sama-sama efisien, saluran pemasaran I lebih efisien karena biaya yang dikeluarkan oleh petani lebih sedikit dibandingkan saluran pemasaran II yang memiliki rantai pemasaran yang lebih panjang.

Dan Nilai elastisitas transmisi harga bawang merah di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur adalah sebesar 1,311 atau $ET > 1$ yang berarti laju perubahan harga bawang merah di tingkat petani lebih kecil atau lebih lambat daripada laju perubahan harga Bawang merah di tingkat pedagang pengecer, dimana apabila terjadi kenaikan harga sebesar 1% di tingkat pedagang pengecer hanya akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 1,311% di tingkat petani, sehingga sistem pemasaran di desa wanasaba kecamatan wanasaba kabupaten lombok timur masih tergolong belum efisien. Di lihat dari nilai elastisitas transmisi harga yang lumayan tinggi jadi bisa di katakan sudah efisien dan tergolong dalam pasar persaingan sempurna. Distribusi margin pada saluran I adalah 12,3%, yang berarti 12,3% dari total margin pemasaran digunakan untuk biaya pemasaran. Distribusi margin pada saluran II adalah 15%, yang berarti 15% dari total margin pemasaran digunakan untuk biaya pemasaran. Dengan demikian, Saluran II memiliki distribusi margin yang lebih tinggi dibandingkan dengan Saluran I, ini menunjukkan bahwa proporsi yang lebih kecil dari total margin pemasaran digunakan sebagai biaya pemasaran dalam Saluran I. Ini dapat menunjukkan tingkat efisiensi yang lebih baik dalam pengeluaran biaya pemasaran pada Saluran I. Dari hasil analisis tersebut dapat di simpulkan bahwa pemasaran yang ada di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur bisa di katakan Efisien.

ABSTRACT

Shallots (*Allium ascalonicum* L.) is a very promising product with good market prospects, so it is included in the list of main national park products. Shallots are really needed by the Indonesian people because they are included in a group of indispensable spices which function as cooking spices and traditional medicines (Ministry of Trade, 2012). East Lombok is the largest shallot producing district on

Lombok Island, West Nusa Tenggara Province. East Lombok is capable of producing 91,378 quintals per year with a planting area of 1141 hectares in 2019, 1854 hectares in 2020, and 2037 hectares in 2021. Wanasaba Village is one of the shallot development areas in East Lombok. Based on initial field surveys, the problem of shallot farmers in Wanasaba is that the price of shallots often fluctuates, which is always a concern for farmers. A strong increase in shallot production at certain times often causes the market price of shallots to fall. Usually stored for a short time when production is abundant. Therefore, the role of marketing is very important for the sustainability of shallot cultivation, so that producers can agree on the right price.

The objectives of this research are 1) To determine the marketing channels for shallots in Wanasaba Village, Wanasaba District, East Lombok Regency, and 2) To determine the marketing margin for shallots in the area. Apart from that, 3) To analyze the efficiency of shallot marketing channels in Wanasaba Village, Wanasaba District, East Lombok Regency. In this research, a quantitative descriptive analysis method is used which involves data collection and data analysis based on numbers. The sample used in this research was taken using probability sampling and consisted of 30 samples from the total population.

This research was carried out purposively, namely in Wanasaba Village, Wanasaba District, East Lombok Regency, taking into account that Wanasaba Village is one of the shallot farming development areas in Wanasaba District. The research was carried out for three months, starting from January 2023 to March 2023, while the sampling method was carried out using probability sampling. According to Sugiyono (2017) probability sampling is a sampling technique that provides equal opportunities for each element or member of the population to be selected as a sample, so 30 samples were taken. Meanwhile, samples in the marketing channel are used using snowball sampling, namely a gradual search based on sample information and then looking for (excavating) information about other samples, continuing in a chain manner. And the data collection methods used in this research are primary data and secondary data, both qualitative in nature. Primary data was obtained by conducting interviews with vegetable farmers using a previously prepared questionnaire. Secondary data was obtained from monographic data from the village head of Wanasaba Village, the East Lombok Regency Agriculture Service, the Central Statistics Agency and the Directorate General of Horticulture, Ministry of Agriculture. Various other sources such as books, journals and supporting literature that are relevant to the research topic. Data obtained both primary and secondary are processed and analyzed using descriptive methods. The descriptive method is used to describe the existing marketing channel patterns at the research location,

Based on the research results, it was found that there are two marketing channels for shallots in Wanasaba Village, Wanasaba District, East Lombok Regency, namely marketing channel I (Farmers - Collectors - Retailers - Consumers) and marketing channel II (Farmers - Collectors - Wholesalers - Penger Traders - Consumers). In marketing channel I, a marketing margin of IDR 6,500/kg and the farmer share received by farmers is 79.03%. In channel II, a marketing margin of Rp. 9,000/kg and the farmer share received by farmers is

72.23%. The marketing margin in marketing channel I is lower than marketing channel II. However, marketing channel I has a better level of efficiency than marketing channel 2. This can be seen from the percentage value of marketing costs to the selling price of shallots which is lower in marketing channel I compared to marketing channel II. Thus, it can be concluded that although both are equally efficient, marketing channel I is more efficient because the costs incurred by farmers are less than marketing channel II which has a longer marketing chain.

And the elasticity value of shallot price transmission in Wanasaba Village, Wanasaba District, East Lombok Regency is 1.311 or $ET > 1$, which means that the rate of change in shallot prices at the farmer level is smaller or slower than the rate of change.



BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang

Indonesia merupakan negara yang berpotensi untuk mengembangkan berbagai produk dari tanaman hortikultura. Iklim pertanian dan kondisi agroekosistem yang memadai sangat mendukung pengembangan tanaman hortikultura di Indonesia. Produk hortikultura mendukung ekonomi nasional di bidang makanan, produk kesehatan dan kosmetik, perdagangan, penciptaan Gross National Product (GNP) atau Produk Nasional Bruto (PNB), dan lapangan kerja (Kuntari & Rasid, 2021). Diantara berbagai jenis tanaman pekarangan, beberapa jenis sayuran yang berkembang di Indonesia salah satunya adalah bawang merah.

Bawang merah merupakan salah satu sayuran yang digunakan bahan untuk bumbu dapur sehari-hari dan juga digunakan secara tradisional dalam pengobatan pelayanan kesehatan masyarakat. Oleh karena itu komoditas bawang merah harus didistribusikan secara merata ke seluruh Indonesia untuk memenuhi kebutuhan masing-masing daerah bawang merah bisa diisi.

Bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) merupakan produk yang sangat menjanjikan dengan prospek pasar yang baik, sehingga masuk dalam daftar produk utama taman nasional. Bawang merah sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia karena termasuk dalam kelompok rempah-rempah yang sangat diperlukan yang berfungsi sebagai bumbu masakan dan obat tradisional (Kementerian Perdagangan, 2012). Manfaat kesehatan dari bawang merah tidak dapat disangkal. Bawang merah mengandung zat-zat yang dibutuhkan oleh tubuh manusia seperti serat, vitamin C, potasium dan asam folat. Bawang merah juga sering digunakan sebagai bahan utama masakan apapun, selain itu bawang merah juga digunakan sebagai obat tradisional yang efektif untuk mengatasi kolesterol, sakit maag, diabetes dan gangguan pernafasan.

Oleh karena itu, bawang merah merupakan tanaman fungsional dengan nilai ekonomi tinggi dan potensi pasar untuk dikembangkan menjadi usaha pertanian dengan prospek yang menjanjikan (Syawal, Marlina & Kunioningsih, 2019).

Bawang merah merupakan bahan baku nabati yang memberikan kontribusi signifikan terhadap produksi hortikultura Indonesia. Menurut data dari Statistics Finland (2020). Produksi bawang merah tahun 2020 sebesar 1,82 juta ton, meningkat 14,88% (235,21 ribu ton) dibandingkan tahun 2019 (BPS RI, 2020). Konsumsi bawang merah sektor domestik pada tahun 2020 sebesar 729,82 ribu ton, lebih rendah 2,77% (20,81 ribu ton) dibandingkan tahun 2019. Sebagian besar konsumsi bawang merah berasal dari sektor domestik yaitu H. 93,92% dari total konsumsi bawang merah.

Nusa Tenggara Barat merupakan daerah penghasil bawang merah yang potensinya menjanjikan jika dikembangkan secara lebih baik. Produksi bawang merah di Nusa Tenggara Barat dari tahun ke tahun berfluktuasi. Berikut adalah data statistik produksi bawang merah yang ada di daerah Nusa Tenggara Barat data yang di peroleh dari BPS (Badan Pusat Statistik) provinsi Nusa Tenggara barat adalah sebagai berikut.

Tabel 1 luas panen dan produksi tanaman bawang merah di NTB

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
2017	17.904	1.954.577
2018	19.341	2.128.849
2019	16.688	1.882.545
2020	17.570	1.887.404
2021	20.305	2.225.362

(Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2022)

Meskipun luas panen dan hasil produksi bawang merah setiap tahunnya berfluktuasi, namun bawang merah merupakan jenis sayuran yang banyak diusahakan petani. Produksi bawang merah semakin menurun sejalan dengan semakin banyaknya jumlah penduduk disamping semakin bervariasinya jenis dan menu makanan. Bawang merah dibutuhkan oleh hampir semua lapisan masyarakat karena manfaatnya sebagai bahan penyedap dan bumbu masakan.

Tabel 2. luas panen dan produksi tanaman bawang merah di Lombok timur

Tahun	Luas panen (Ha)	Produksi (ton)
2019	1141	107.071
2020	1854	123.764
2021	2037	144.666

(Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2022)

Lombok Timur merupakan kabupaten penghasil bawang terbesar di Pulau Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Lombok Timur mampu memproduksi 91.378 kuintal per tahun dengan luas lahan tanam yaitu pada tahun 2019 seluas 1141 Hektar, sedangkan pada tahun 2020 seluas 1854 Hektar, dan pada tahun 2021 seluas 2037 Hektar. Sementara itu luas panen yang ada di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur.

Data yang di peroleh dari penyuluhan pertanian desa Wanasaba bahwa luas panen sebagian besar petani atau respondenn memiliki luas lahan garapan pada kisaran < 0,50 hektar. Di desa wanasaba Kecamatan Wanasaba sebanyak 30 petani bawang rata-rata luas lahan garapan bawang merah adalah sebesar 0,19 hektar. Luas lahan sangat berpengaruh terhadap jumlah produksi komoditi yang diusahakan. Wanasaba merupakan kecamatan yang berada di Kabupaten Lombok Timur yang juga menghasilkan komoditas bawang merah. Kecamatan Wanasaba mampu memproduksi 185.522 ton per tahun dengan luas lahan yaitu sebesar 3,08 Ha.

Desa Wanasaba merupakan salah satu daerah pengembangan bawang merah di Lombok Timur. Berdasarkan survei lapangan awal, permasalahan petani bawang merah di Wanasaba adalah harga bawang merah sering *berfluktuasi* yang selalu menjadi perhatian petani. Peningkatan produksi bawang merah yang kuat pada waktu-waktu tertentu seringkali menyebabkan harga pasar bawang merah turun. Biasanya disimpan dalam waktu singkat ketika produksi melimpah. Oleh karena itu, peran pemasaran sangat penting untuk keberlangsungan budidaya bawang merah, sehingga produsen dapat menyepakati harga yang tepat.

Beberapa petani bawang merah di wilayah Lombok timur tidak langsung menjual produknya ke konsumen akhir. Petani membutuhkan satu atau lebih

perantara ini, termasuk pengumpul dan pengecer. Pasar yang tidak efisien juga mempengaruhi produsen. Meski Ketahanan Pangan Nasional telah menetapkan harga dasar, eksploitasi perantara menyebabkan kenaikan harga bahan baku (Bassa dan Woldeamanuel, 2018). Mengeksploitasi pemain/investor di pasar yang tidak efisien dapat menghasilkan pengembalian berlebih sementara pemain lain kehilangan lebih dari yang diharapkan karena risiko (Hayes, 2020). Keterlibatan perantara menyebabkan perbedaan besar antara harga yang dibayarkan oleh produsen dan konsumen. Jumlah biaya pemasaran dan keuntungan yang diterima oleh broker-dealer adalah margin pemasaran. Menurut pengamatan awal, pendapatan pertanian yang diterima petani tidak sebanding dengan pengeluaran yang mereka keluarkan dari saluran pemasaran yang ada.

Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Adanya pola saluran pemasaran akan mempengaruhi besar kecilnya biaya pemasaran serta besar kecilnya harga yang dibayarkan oleh konsumen. Pola saluran bawang merah dapat diketahui dengan cara mengikuti arus pemasaran bawang merah mulai dari petani hingga sampai kepada konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, pola pemasaran bawang merah di Wanasaba Lombok timur adalah sebagai berikut :

1. Saluran I

Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen

2. Saluran II

Petani → Pedagang Pengepul → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen

Selain permasalahan pendapatan, petani juga mengalami masalah perbedaan harga yang di terima petani dengan harga yang di bayar konsumen atau margin pemasaran yang cukup besar. Permasalahan tersebut membuat petani kesulitan memasarkan produknya sehingga sistem pemasaran yang diterapkan menjadi tidak efektif (Widya et al., 2018). Adanya rantai pemasaran yang panjang dan perbedaan harga di tingkat pasar membuat petani mendapatkan pendapatan yang tidak sesuai dengan keinginannya. Jika petani ingin mendapatkan keuntungan yang layak, petani harus memutus mata rantai

pemasaran dan menjual hasil panennya langsung ke konsumen dan menghindari perbedaan harga. maka proses pemasaran petani bawang merah dengan menjual hasil panennya menjadi efisien dan tidak lagi bergantung pada saluran distribusi desa yang ada.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merasa perlu melakukan kajian untuk menganalisis efisiensi saluran pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur. Efisiensi saluran pemasaran (saluran distribusi) merupakan kumpulan individu atau organisasi yang saling tergantung yang membantu menyediakan produk atau layanan untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau industri pengguna (Kotler & Armstrong, 2017). Oleh karena itu pemasaran mempunyai peran vital dalam menyampaikan produk dari produsen ke konsumen (Sudev & Raghunandan, 2018).

Perumusan masalah

1. Bagaimana saluran pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur?
2. Bagaimana margin pemasaran bawang merah di Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur?
3. Bagaimana efisiensi saluran pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Lombok Timur?

Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok timur.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok timur.
3. Untuk menganalisis efisiensi saluran pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Lombok timur.

Batasan penelitian

- Tanaman atau komoditas yang di pilih adalah bawang merah (*Allium cepa* L. var. *aggregatum*)
- Penelitian ini di batasi hanya untuk mengetahui efisiensi pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur

- Lokasi penelitian terbatas hanya di desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur

1.5 Manfaat dan output penelitian

1.5.1 Manfaat penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap berbagai pihak yang terkait. Manfaat yang diharapkan adalah:

1) Manfaat teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dalam mengetahui jalur pemasaran bawang merah, dapat mengetahui efisiensi atau tidaknya pemasaran bawang merah.

2) Manfaat praktis

a) Manfaat bagi peneliti

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk menjelaskan tentang bagaimana proses pemasaran yang efisien dalam proses pemasaran bawang merah yang ada di Wanasaba Lombok Timur.

b) Mengimplementasikan teori dan ilmu yang di dapatkan selama dalam perkuliahan pada bidang pemasaran umumnya serta mengetahui efisiensi pemasaran yang ada dalam masyarakat pada umumnya.

1.5.2 Output penelitian

Output dari penelitian ini adalah karya tulis ilmiah yang nantinya akan di terbitkan pada *jurnal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian alamat URL <http://riset.unisma.ac.id/index.php/JASE>

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Terdapat dua saluran pemasaran bawang merah yang digunakan di Desa Wanasaba, Kecamatan Wanasaba, Kabupaten Lombok Timur yaitu saluran pemasaran I (petani-pedagang pengepul-pedagang pengecer-konsumen akhir) dan saluran pemasaran II (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen akhir). Saluran pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba, Kecamatan Wanasaba, Kabupaten Lombok Timur terdiri dari dua saluran yaitu saluran pemasaran I (petani-pedagang pengepul-pedagang pengecer-konsumen akhir) dan saluran pemasaran II (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen akhir).
- 2) Berdasarkan hasil analisis total margin saluran pemasaran I sebesar Rp.6.500/kg dan total biaya pemasaran sebesar Rp.810/kg untuk total keuntungannya sebesar Rp.5.690/kg dan untuk *farmer share* sebesar 79,03%. Dan untuk saluran pemasaran II margin pemasaran sebesar Rp.9.000/kg dan total biaya pemasaran sebesar Rp.1.350/kg untuk total keuntungannya sebesar Rp.7.700/kg dan untuk *farmer share* sebesar 72,23%. Dapat di simpulkan bahwa margin pemasaran bawang merah di Desa Wanasaba, Kecamatan Wanasaba, Kabupaten Lombok Timur bervariasi antara saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I lebih rendah dibandingkan saluran pemasaran II.
- 3) Berdasarkan penelitian, terdapat perbedaan tingkat efisiensi pada kedua saluran pemasaran. Saluran pemasaran I memiliki tingkat efisiensi yang lebih baik dibandingkan saluran pemasaran II dengan nilai persentase biaya pemasaran terhadap harga jual bawang merah sebesar 2,61% , sedangkan saluran pemasaran I memiliki nilai persentase sebesar 4,15%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun keduanya sama-sama efisien, saluran pemasaran I lebih efisien karena biaya yang dikeluarkan oleh

lembaga pemasaran lebih sedikit dibandingkan saluran pemasaran II yang memiliki rantai pemasaran yang lebih panjang.

5.2 Saran

Disarankan kepada petani bawang merah untuk mengorganisir diri dalam bentuk kelompok tani, koperasi atau organisasi lain agar memudahkan dalam berusaha tani dan pemasaran bawang merah terutama dalam hal pembinaan.

1) Saran untuk petani

Untuk memperoleh keuntungan yang maksimal maka petani disarankan menjual hasil produksinya melalui saluran I, karena hasil penelitian bahwa saluran I merupakan saluran yang paling efisien dan dapat menyalurkan produksi.

2) Kepada Peneliti selanjutnya

- 1) Meskipun penelitian ini telah dilakukan dengan melibatkan 40 responden dari dua saluran pemasaran, namun peningkatan jumlah sampel dapat membantu menghasilkan data yang lebih representatif dan akurat.
- 2) Memperhatikan faktor geografis: Penelitian ini dilakukan di satu daerah tertentu yaitu Desa Wanasaba, Kecamatan Wanasaba, Kabupaten Lombok Timur. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas area penelitian ke wilayah lain di Indonesia, terutama yang memiliki kondisi geografis yang berbeda.
- 3) Meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi efisiensi saluran pemasaran: Selain faktor biaya pemasaran, terdapat beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi efisiensi saluran pemasaran, seperti faktor teknologi, kebijakan pemerintah, dan faktor sosial budaya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk memperoleh hasil yang lebih lengkap dan representatif.
- 4) Bagi para pedagang perantara disarankan agar saling mengadakan interaksi terutama dalam hal menentukan keseragaman harga, baik harga pembelian maupun harga penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2009. Usahatani Bawang Merah. <http://id.wikipedia.org/wiki/2009> Alat dan mesin pertanian. Diakses pada 30 April 2015
- Adnany, 2008. " Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Siam di Kecamatan Tebas Kabupaten Sambas". *Jurnal Sains Mahasiswa Pertanian*, Vol. 1 No, 1 Desember 2012
- Apriono D, Dolorosa E, Imelda. 2012. Analisis efisiensi saluran pemasaran ikan lele di desa rasau jaya 1 kecamatan rasau jaya Kabupaten Kubu raya. *Journal Socio Economic of Agriculture* [Internet]. [diunduh tanggal 2015 jan 16]; 1(3):29-36.
- Bakhri, S., Chatidjah, dan A. Arjanhar, 1999. *Pengaruh Penggunaan Varietas Dalam paket Teknologi terhadap Pendapatan Usahatani Bawang Merah. Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengkajian dan Penelitian Teknologi Pertanian Menghadapi Era Otonomi Daerah*, Palu.
- Burhanuddin L., dan A. Syakur., 2004. *Pertumbuhan dan Hasil Bawang Merah (Allium ascalonicum L.) Pada Dosis Pupuk Kandang*. *J. Agroland* 13(3) : 265-269
- Dhalia Qulum Nuraini, Dr.Ir.Bambang Siswadi ,MP², Ir. M. N. Sudjoni, MP.² *Pengaruh Atribut Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus : Kedai Pesen Kopi Kota Malang*
- Hidayati, L., 2006. *Produksi Bawang Merah (Allium ascalonicum L.) Akibat Pemberian Herbisida Oxyfluorfen dan Pupuk Kandang*. *J. Agroland* 13(2) : 145-150
- Limbongan, J. dan A. Monde, 1999. *Pengaruh Penggunaan Pupuk Organik dan Anorganik Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Bawang Merah Kultival Palu*. *J. Holtikultura*, Volume 9: 3.
- Limbongan dan Maskar, 2003. *Potensi Pengembangan dan Ketersediaan Teknologi Bawang Merah Palu di Sulawesi Tengah*. *J. Litbang Pertanian*, Volume 33 : 3
- Juliana, 1999. *Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang*
- Juli Hidayati, 2002, *Analisa Efisiensi Pemasaran pada Beberapa saluran Pemasaran, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Malang*
- Rahmi, E. dan B. Arif. 2012. *Analisis Transmisi Harga Jagung Sebagai Bahan Pakan Ternak Ayam Ras di Sumatera Barat*. *Jurnal Peternakan Indonesia*, ISSN 1907-1760. Vol. 14 (2). Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. Padang.

- Satria Astana, Deden Djaenudin, Nunung Parlinah & Aneka Prawesti Suka Analisis Distribusi Margin Tataniaga Minyak Kayu Putih *Distribution Analysis of Cajuput Oil Marketing Margin* Jl Gunung Batu No. 5, Bogor.
- Putrasamedja dan Suwandi, 1996. Bawang Merah di Indonesia. Monograf. Balista. Lembang.
- Purnamasari, 2010. "Analisis Pemasaran Jeruk di Kabupaten Bangli". Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Prayoga, 2012. Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Siam di Kecamatan Tebas Kabupaten Sambas". *Jurnal Sains Mahasiswa Pertanian*, Vol. 1 No, 1 Desember 2012
- Prayitno dkk, 2013. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. *Jurnal JIIA*. 01 (01): 53-59.
- Rosyad, 2011. "Kajian Pemasaran Selada Organik Di Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas", Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto
- Rahayu dan Berlian, 2004. Mengenal Varietas Unggul dan Cara Budidaya Kontinyu Bawang Merah, Penebar swadaya, Jakarta.
- Thomas, 2012. "Tesis Sistem Manajemen Lembaga Pemasaran Komoditi Sayuran Wortel di Kelurahan Rurukan Kecamatan Tomohon Timur". Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi. Manado
- Tiara Adi Kusumah, Elastisitas Transmisi Harga Komoditas Cabai Merah di Jawa Tengah, *Economics Development Analysis Journal* 7 (3) (2018)
- Triana Vicky Nainggolan, Adi Suyatno, Josua Parulian Hutajulu Analisis Pemasaran Dan Transmisi Harga Cabai Rawit Di Kabupaten Kubu Raya Jl. Prof. Dr. Hadari Nawawi Pontianak, 78124