

**BASELANG**

Jurnal Ilmu Pertanian, Peternakan, Perikanan dan Lingkungan
e-journal.faperta.universitasmuarabungo.ac.id

Pola Saluran Dan Margin Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Segiri Kota Samarinda

Channel Patterns and Marketing Margins for Shallots in the Segiri Market, Samarinda City

Muhammad Lukmanminasa, Rita Mariati

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman

Article Info

Keywords : Onions, Marketing Channels, Marketing Margin, Marketer Efficiency

Email: Corresponding Author :
rita.mariati@yahoo.com

Program Studi Agribisnis, Fakultas
Pertanian, Universitas Mulawarman
Gunung Kelua, Samarinda Ulu,
Kota Samarinda, Kalimantan
Selatan 75243, Indonesia

ABSTRAK

Bawang merah merupakan salah satu komoditas unggulan di beberapa daerah yang dibudidayakan petani. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran bawang merah di tingkat Pasar Segiri Kota Samarinda. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan snowball sampling dengan jumlah responden sebanyak 11 orang. Hasil penelitian diketahui bahwa distributor Pasar Segiri Kota Samarinda memperoleh bawang merah langsung dari pulau Sulawesi dan Jawa, serta mempunyai 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran II distributor memasarkan bawang merah ke pedagang pengumpul dengan margin Rp30.000,00/kg dengan mengambil keuntungan Rp4.000,00/kg. Pengepul memasarkan bawang merah ke pengecer dengan harga Rp32.000,00/kg dengan mengambil keuntungan Rp2.000,00 / kg. Pengecer memasarkan bawang merah ke konsumen dengan harga Rp. 33.000,00/kg dengan mengambil keuntungan Rp.1.000,00/kg. Saluran Pemasaran I Distributor memasarkan bawang merah ke pengecer dengan margin Rp.32.000,00/kg dengan mengambil keuntungan Rp.6.000,00/kg. Pengecer memasarkan bawang merah ke konsumen dengan harga Rp33.000,00/kg dengan mengambil keuntungan sebesar Rp1.000,00/kg. Diketahui efisiensi pemasaran dengan membagi biaya pemasaran bawang merah dengan selisih jumlah, total biaya, biaya pemasaran, jarak, efisiensi teknis , saluran II lebih efisien. Pemahaman dan pelatihan petani bawang merah lokal agar hasil panen yang ada di Kalimantan Timur terus meningkat.

Kata Kunci : Bawang Merah, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran.

ABSTRACT

Shallots are one of the leading commodities in several regions that farmers cultivate. The purpose of this study was to determine the marketing channels, marketing margins and marketing efficiency of shallots at the Segiri Market level in Samarinda City. Sampling using purposive sampling and snowball sampling with a total of 11 respondents. The results of the study found that the distributor of Segiri Market in Samarinda City obtained shallots directly from the island of Sulawesi and Java, and had 2 marketing channels, namely marketing channel II distributor marketed shallots to collecting traders with a margin of Rp.30,000.00/kg by taking a profit of Rp.4,000.00/kg. Collectors market shallots to retailers at a price of Rp.32,000.00/kg by taking a profit of Rp 2,000, 00 / kg. Retailers market shallots to consumers at a price of Rp. 33,000.00/kg by taking a profit of Rp.1,000.00/kg. Marketing channel I Distributors market shallots to retailers with a margin of Rp.32,000.00/kg by taking a profit of Rp.6,000.00/kg. Retailers market shallots to consumers at a price of Rp.33,000.00/kg by taking a profit of Rp.1,000.00/kg. It is known marketing efficiency by dividing onion marketing costs by differences in quantity, total costs, marketing costs, distance, technical efficiency, channel II is more efficient. Understanding and training of local onion farmers so that existing crop yields in East Kalimantan continue to increase.

Keywords: Onions, Marketing Channels, Marketing Margin, Marketer Efficiency

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor yang menjadi prioritas untuk dikembangkan dalam pembangunan nasional dengan tujuan meningkatkan ekonomi di era globalisasi, dan menjadi penopang ekonomi masyarakat pada umumnya.

Komoditas hortikultura merupakan salah satu sumber utama pada sektor pertanian karena memiliki potensi dan permintaan pasar yang tinggi. Komoditas hortikultura yang berupa buah-buahan dan sayur-sayuran merupakan sumber pangan yang penting untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat. Hortikultura memiliki memiliki 323 jenis komoditas, diantaranya 60 jenis buah-buahan, 80 jenis sayuran, 66 biofarma, dan 117 tanaman hias [1]

Bawang merah adalah salah satu komoditas unggulan di beberapa daerah yang diusahakan petani. Komoditi ini digunakan sebagai bumbu penyedap masakan dan obat tradisional yang memiliki kandungan yang bermanfaat bagi kesehatan, mengandung kalsium, fosfor, zat besi, karbohidrat, vitamin A dan C [2].

Permintaan bawang merah selalu dibutuhkan setiap harinya, sedangkan produktivitas bawang merah bersifat musiman sehingga pada saat tertentu bawang merah mengalami gejolak harga berupa kenaikan harga pada saat permintaan lebih tinggi dari pasokan maupun merosotnya harga bawang merah ketika pasokan lebih tinggi dari permintaan. Konsumsi bawang merah didalam rumah tangga selama periode tahun 2002-2021 mengalami peningkatan dari tahun

ke tahunnya. Selama periode tahun 2002-2021. Badan Pusat Statistika mencatat produksi bawang merah Indonesia mencapai 2 juta ton pada 2021. Jumlah itu meningkat 10,42% dari tahun 2020 sebesar 1,82 juta ton, produksi tertinggi terjadi dibulan Agustus yaitu mencapai 218,74 ribu ton dengan luas panen 18,07 ribu hektar, sementara produksi terendah terjadi dibulan Februari, yaitu 126,7 ribu ton [3]

Daerah sentra penghasil bawang merah terbesar di Indonesia adalah Kabupaten Brebes di Jawa Tengah. Kabupaten Brebes terdiri dari 17 kecamatan salah satunya yaitu Wanasari. Berdasarkan monografi Desa Kupu Kecamatan Wanasari menyatakan bahwa salah satu wilayah yang berpotensi dalam pengembangan usahatani bawang merah yang berada di Desa Kupu yang berpotensi dalam membudidayakan bawang merah dengan luas tanam 326 Ha dengan produktivitas 14 ton/Ha. Selain Kabupaen Brebes, Kabupaten Nganjuk juga merupakan sentra bawang merah di Jawa Timur. Total area penanaman bawang merah di Nganjuk mencapai 11.300Ha, dengan jumlah petani sebanyak 9.709 orang. Kabupaten Enrekang menjadi sentral komoditas bawang merah untuk wilayah Sulawesi Selatan dengan produksi mencapai 145 ribu ton setiap tahunnya. [3]

Produksi bawang merah di Kalimantan Timur di Desa Padang Jaya Kecamatan Muara Koman dan di Kecamatan Kuaro Kabupaten Paser. Kebutuhan masyarakat terhadap bawang merah yang ada di Kalimantan Timur terus meningkat sementara produksinya masih rendah khususnya di Kota Samarinda. Struktur tanah dan potensi agroklimat masih rendah sehingga tidak dilakukan penanaman dalam lahan yang luas. Sehingga pasar yang ada di Kota Samarinda masih mendatangkan bawang merah dari luar Pulau untuk memenuhi kebutuhan bawang merah di masyarakat. Selama ini stok bawang merah yang dijual oleh distributor didatangkan dari pulau Jawa dan Sulawesi. Distributor akan menjual ke pedagang pengecer yang ada di pasar baik Samarinda maupun pasar yang ada diluar Samarinda, seperti Bontang, Sanggata, Kukar.

Pasar Segiri merupakan pasar induk yang terletak di Kota Samarinda. Pengembangan bawang merah relatif minim dan belum banyak di lakukan yang disebabkan oleh lahan yang berada di Kaltim merupakan faktor sarana produksi dalam budidaya yang murni dan kualitas lahan yang kurang mendukung. Pengetahuan petani masih terbatas sehingga distributor menggantungkan ketersediaan bawang merah dari pulau Jawa dan Sulawesi, sehingga margin distributor meningkat. Dari latar belakang diatas peneliti bertujuan untuk melakukan peneliti dengan judul Pola Saluran Distribusi dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Pasar Segiri Kota Samarinda.

METODE PENELITIAN

Waktu dan tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan mulai bulan Maret hingga bulan Juni 2023 dengan melakukan pengamatan secara langsung di Pasar Segiri Kota Samarinda.

Metode pengumpulan data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yakni penejelasan secara jelas dengan data Primer data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara terstruktur mengenai analisis pemasaran yakni langsung dari sumber. Teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner. Data sekunder data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada yang diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik, buku, laporan, jurnal, dan lain lain.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja, dengan jumlah 11 responden yang terdiri dari 1 responden yang merupakan distributor bawang merah, 4 responden yang merupakan pedagang pengepul bawang merah, 4 responden pedagang pengecer dan 2 responden konsumen di Pasar Segiri Kota Samarinda. Sementara itu, untuk mengetahui pola saluran pemasaran bawang merah

ditingkat distributor Pasar Segiri Kota Samarinda menggunakan metode *snowball sampling*.

Analisis data

Saluran pemasaran merupakan suatu struktur yang menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai macam perusahaan atau lembaga usaha seperti produsen, pedagang besar dan pengecer, maka kegiatan saluran distribusi harus dapat dipertimbangkan dan dilakukan secara efisien dan efektif. Untuk mengetahui margin digunakan rumus sebagai berikut [5]:

$$M = Hp - Hb$$

M = Margin lembaga pemasaran

Hp = Harga jual di tingkat Petani

Hb = Harga beli di tingkat konsumen

Untuk menghitung efisiensi saluran pemasaran digunakan rumus :

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100 \%$$

Jika EP yang nilainya < 1 = efisien

Jika EP yang nilainya $1 > =$ tidak efisien
dimana :

EP = efisiensi pemasaran (%)

BP = Total biaya pemasaran (Rp/kg)

NP = Total nilai produk yang di pasarkan (Rp/kg)

HASIL PENELITIAN

1. Keadaan Umum

Pasar Segiri merupakan pasar induk terbesar di Samarinda dengan luas 5,4 ha dan menjadi tempat kegiatan jual beli berbagai barang kebutuhan masyarakat dari produk industri sampai produk pertanian. Sebagai pasar induk, Pasar Segiri menjadi tempat bertemunya produsen dan konsumen dengan bongkar muat hasil pertanian dari luar Kota Samarinda termasuk bawang merah. Produk bawang merah yang diperjual belikan berasal dari luar Kalimantan seperti Pulau Jawa dan Pulau Sulawesi.

2. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan langsung di lokasi penelitian

terdapat 11 responden yang terdiri dari 1 responden yang merupakan distributor bawang merah, 4 responden yang merupakan pedangan pengepul bawang merah, 4 responden pedagang pengecer dan 2 responden konsumen di Pasar Segiri Kota Samarinda dan diperoleh gambaran sebagai berikut :

a. Usia

Usia responden berkisar antara 23 – 60 tahun yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Seluruh responden termasuk kedalam usia produktif dengan persentase sebesar 100%.

Tabel 1. Pengelompokan Usia Responden

No	Interval usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	≤ 50	8	72,73
2.	≥ 50	3	27,27
Jumlah		11	100,00

Sumber : Data Primer (diolah), 2023.

b. Tingkat Pendidikan

Pendidikan menjadi kebutuhan setiap manusia agar dengan mudah dapat beradaptasi dengan lingkungan sekitar. Pendidikan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi responden pedagang bawang merah dalam menjalankan usahanya. Rata-rata responden berpendidikan di Tingkat sekolah dasar dan sekolah menengah yang cukup mendukung kemampuan responden dalam berdagang.

Tabel 2. Klasifikasi Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Tamat SD	5	54,45
2.	Tamat SMP	3	27,27
3.	Tamat SMA	3	18,19
Jumlah		11	100,00

Sumber : Data Primer (diolah), 2023.

c. Pengalaman Berdagang

Pengalaman berdagang adalah lamanya berjualan bawang merah di Pasar Segiri Kota Samarinda. Pengalaman berdagang mempengaruhi kemampuan seseorang dalam

menganalisa pasar yaitu peluang, risiko, serta kendala lainnya dalam berdagang. Rata-rata responden sudah memiliki pengalaman berdagang di atas 5 tahun.

Tabel 3. Klasifikasi Pengalaman Berdagang

N o	Pengalaman Berdagang (Tahun)	Jumlah Responde n (Orang)	Persentas e (%)
1.	≤5 thn	3	27,27
2.	>5 thn	8	72,73
Jumlah		11	100,00

Sumber : Data Primer (diolah), 2023.

3. Harga Beli, Harga Jual dan Jumlah Stok
Bawang merah merupakan produk pertanian yang permintaannya selalu ada. Pasar Segiri merupakan salah satu pusat perbelanjaan bawang merah di Kota Samarinda. Distributor Bawang merah di Pasar Segiri menyediakan bawang merah dari beberapa pulau seperti Pulau Sulawesi dan Pulau Jawa. Distributor Bawang merah di Pasar Segiri menempati kios atau ruko untuk berjualan dan menumpuk stok bawang merah mereka bahkan ada beberapa distributor yang sekaligus menjadikan kios atau rukonya sebagai tempat tinggal. Status kepemilikan tempat mereka adalah sewa, ada yang sewa per 6 bulan ada yang per 1 tahun. Sedangkan distributor bawang merah di Pasar Segiri umumnya hanya menggunakan mobil truk dan pick up untuk menjual dan menyimpan bawang merah. Rata-rata dari mereka setelah mengambil bawang merah dari produsen di luar kota seperti pulau Jawa dan Sulawesi langsung dibawa ke pasar dengan ekspedisi untuk didistribusikan.

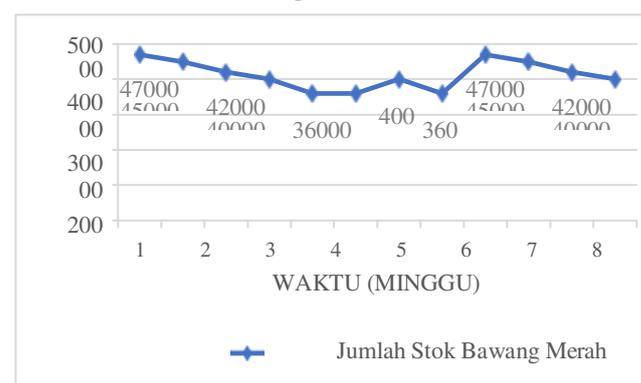
Pada saat penelitian di lapangan selama 12 minggu bawang merah yang ada di tingkat distributor berasal dari Pulau Sulawesi sementara bawang merah dari pulau Jawa kosong., sehingga harga beli dan jumlah stok

yang dimiliki distributor bawang merah mengikuti harga yang berlaku di tingkat petani bawang merah di Pulau Sulawesi. Perkembangan harga jual, harga beli dan stok bawang merah di pasar Segiri tergambar dalam grafik berikut.



Gambar 1. Harga Jual dan Harga Beli Bawang Merah

Pada saat penelitian harga jual dan harga beli bawang merah berfluktuatif. Fluktuatifnya harga bawang merah di pasaran tergantung jumlah stok yang tersedia di tingkat distributor. Harga jual bawang merah dikisaran harga Rp.28.000,00/kg–Rp.30.000,00/kg dan harga beli dikisaran harga Rp.26.000,00/kg–Rp.27.000,00/kg. Sementara jumlah stok yang ada di distributor tergantung hasil produksi bawang di tingkat petani. Gambar 2 di bawah ini menjelaskan stok bawang merah di Tingkat distributor di Pasar Segiri.



Gambar 2. Jumlah Stok Bawang Merah

4. Saluran Pemasaran

Distributor bawang merah di pasar Segiri Kota Samarinda memperoleh bawang merah dengan mendatangkan dari Kabupaten

Enrekang Sulawesi Selatan atau dari Kabupaten Berbes Jawa Tengah. Terdapat 2 Saluran pemasaran dari bawang merah dari distributor Pasar Segiri yang digambarkan sebagai berikut:

Saluran 1 : Distributor - pedagang pengecer – konsumen

Saluran pemasaran Pola I merupakan saluran pemasaran dari distributor menyalurkan bawang merah ke pedagang pengecer dan berakhir di konsumen. Distributor memasarkan bawang merah kepada pedagang pengecer dengan harga Rp.32.000,00/kg dengan keuntungan sebesar Rp.6.000,00/kg. Pedagang pengecer memasarkan bawang merah kepada konsumen dengan harga sebesar Rp.33.000,00/kg dengan keuntungan sebesar Rp1.000,00/kg.

Saluran II : Distributor - pedagang pengepul - perdagangan pengecer – konsumen

Saluran pemasaran pola II dari distributor menyalurkan bawang merah ke pedagang wholesaler kemudian menyalurkan ke pedagang pengecer dan berakhir di konsumen. Pola II merupakan saluran pemasaran, distributor memasarkan bawang merah kepada wholesaler dengan harga sebesar Rp 30.000, 00/kg dengan mengambil keuntungan sebesar Rp.4.000,00/kg. Wholesaler memasarkan bawang merah kepada pedagang pengecer dengan harga sebesar Rp 32.000,00/ kg dengan keuntungan sebesar Rp.2.000,00/kg.

5. Margin Pemasaran

Hasil penelitian dengan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling* dengan kuisioner sebagai acuan untuk mendapat informasi maka didapatkan harga bawang merah dari Pulau Sulawesi yang dijual kepada distributor bawang merah di pasar Segiri adalah Rp.26.000,00/kg.

Tabel 4 . Margin Pemasaran Bawang Merah

	Distrib utor	Pedaga ng Pengep ul	Pedaga ng Pengec er	Konsu men
Harg a (Rp/k g)	26.000	30.000	32.000	33.000
Marg in	4.000	2.000	1.000	-

Sumber : Data Primer (Diolah) 2023

6. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah seberapa besar pengeluaran yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran yang menunjang hasil yang bisa didapatkan dari kegiatan pemasaran. Efisiensi teknis pemasaran bawang merah berbeda serta biaya yang dikeluarkan dalam proses transportasi, tenaga kerja dan lain-lain.

Nilai efisiensi teknis tertinggi yaitu saluran pemasaran II, Biaya yang dikeluarkan persatuan berat persatuan jarak karena kuantitas yang dipasarkan melalui saluran pertama paling sedikit dibandingkan dengan kuantitas yang melalui saluran pola I. Kuantitas banyak maka biaya yang akan dikeluarkan juga berpengaruh pada efisiensi pemasaran. Hasil penelitian Alam, H., Aida, S. [8] yang didapatkan adalah terjadi fluktuasi harga dalam pemasaran bawang merah membuat pengecer akan mengalami resiko ekonomi yang dilihat dari segi penerimaan dan pendapatan.

Tabel 5. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah

Salura n pemas aran	Kuant itas (Kg)	Biaya Total (Rp/K g)	Biaya pemas aran (Rp/K g)	Efisien si Pemas aran %
I	47.00 0	32.00 0	681	2,12
II	47.00 0	30.00 0	639	2,13

Sumber : Data Primer (Diolah) 2023

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Saluran pemasaran bawang merah yang ada di Pasar Segiri Kota Samarinda dapat dilihat saluran pemasaran ada dua pola pemasaran bawang merah yaitu pola I dan polan II. Pola I merupakan saluran pemasaran dari distributor menyalurkan bawang merah ke pedagang pengecer dan berakhir di konsumen. Pola II merupakan saluran pemasaran dari distributor memasarkan bawang merah kepada pedagang pengepul kemudian menyalurkan kepedagang pengecer dan berakhir dikonsumsi.

Berdasarkan saluran pemasaran pola I merupakan saluran pemasaran, Distributor memasarkan bawang merah kepada pedagang pengecer dengan harga Rp32.000,00/kg dengan mengambil keuntungan sebesar Rp6.000,00/kg. Saluran pemasaran pola II merupakan saluran pemasaran, distributor memasarkan bawang merah kepada pedagang pengepul dengan harga sebesar Rp30.000,00/kg dengan mengambil keuntungan sebesar Rp 4.000,00/kg nya.

Tingkat efisiensi teknis tertinggi yaitu saluran pemasaran pola II, biaya yang dikeluarkan per satuan berat per satuan jarak karena kuantitas yang dipasarkan melalui saluran pertama paling sedikit dibandingkan dengan kuantitas yang melalui saluran pola I.

Saran

Adapun saran penulis untuk memberikan masukan kepada pihak yang terkait yaitu :

Distributor bawang merah di Pasar Segiri lebih memperhatikan faktor yang mempengaruhi fluktuasi harga dan stok Bawang Merah di pasar agar terus mampu memenuhi kebutuhan konsumen bawang merah.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, R. A., Rusgiyono, A., & Tarno, T. (2016). Analisis Integrasi Pasar Bawang Merah Menggunakan Metode Vector Error Correction Model (VECM) (Studi Kasus: Harga

Bawang Merah di Provinsi Jawa Tengah).

Arafah, S. N., Lubis, Y., & Saragih, F. H. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah Di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Agrismudra*, 6(2), 124-132.

Daniel, M. (2004). Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara. Jakarta.

Hafsari Alam, dan Syarifah Aida. Studi Risiko Ekonomis Pemasaran Bawang Merah (*Allium ascalonicum*) Di Tingkat Pengecer Pasar Segiri Kota Samarinda. *Jurnal Ekonomi Pertanian & Pembangunan Maret 2017 Vol14 No.1*

Handayani, T. (2020). Pengolahan Unggulan Daerah Bawang Merah Lokal di Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*. 5(2). 111-118.

Indrajaya, T., Maulana, A., Yulianti, S., Ismaya, S.B., & Nuraini, A. (2002). Pola Distribusi dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Kota Parepare. *Jurnal Economia*, 1(2), 334-346.

Kusumaningrum, S.I. (2019). Pemanfaatan sektor pertanian sebagai penunjang pertumbuhan perekonomian Indonesia. *Transaksi*, 11(1), 80-89.

Listianawati, N. N. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Bawang Merah di Desa Kupu Kecamatan Wanasari Kabupaten Brebes.

Nigsih, R. D., & Noor, D. A. (2016). Penampilan Beberapa Variates Bawang Merah di Lahan Pasang Surut Kalimantan selatan. *BTPTP Kalimantan Selatan*.

Nurhapsa, N., Kartini, K., & Arham, A. (2015). Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usahatani Bawang Merah di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *Jurnal Galung Tropika*, 4(3), 137-143.

Baselang, Vol. 4. No. 1

Sahputra, A., Barus, A., & Sipayung, R
(2013). Pertumbuhan Dan Produksi
Bawang Merah (*Allium
Ascalonicum*. 1) Terhadap
Pemberian Kompos Kulit Kopi Dan
Pupuk Organik Cair. *Jurnal
Agrroteknologi Universitas Sumatera
Utara*, 2(1), 96451