

POLA DISTRIBUSI DAN MARGIN PEMASARAN BAWANG MERAH DI KOTA PAREPARE

Distribution Pattern and Margin of Shallot Marketing in Parepare City

Resky Maysari

Email: azarenkacaca@yahoo.co.id

Dinas Pertanian Kelautan dan Perikanan Kota Parepare
Parepare, Sulawesi Selatan

Zulkifli Sjamsir

Email: zulkiflisjam@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian, Yayasan Pendidikan Islam Maros
Maros, Sulawesi Selatan

Nurhapsa

Email: hapsa_faktan@yahoo.co.id

Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare
Parepare, Sulawesi Selatan

ABSTRAK

Permintaan dan kebutuhan bawang merah yang tinggi menyebabkan komoditas ini memberikan keuntungan untuk diusahakan. Fluktuasi harga bawang merah cenderung mengikuti jumlah produksi, apabila produksi meningkat harga cenderung turun. Rendahnya produksi bawang merah di Kota Parepare menyebabkan pedagang harus mendatangkan dari luar kota untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga dibutuhkan pola distribusi pemasaran yang lebih efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pola distribusi pemasaran bawang merah di Kota Parepare, menganalisis margin pemasaran pada setiap pola distribusi pemasaran bawang merah di Kota Parepare. Data penelitian menggunakan 37 responden, yang terdiri dari 6 pedagang besar bawang merah di Pasar Lakessi dan 31 Pedagang pengecer bawang merah sebagai sampel yang dipilih, dengan metode penelitian langsung kelapangan dengan mengambil semua populasi yang ada dengan memakai kuisioner. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan analisis margin pemasaran pada masing-masing saluran distribusi pemasaran. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pola distribusi bawang merah yang berasal dari Kab. Enrekang terdiri atas 3 pola distribusi pemasaran sedangkan bawang merah yang berasal dari Kab. Bantaeng terdiri atas 2 pola distribusi pemasaran. Pada distribusi pemasaran bawang merah yang berasal dari Kab. Enrekang margin pemasaran tertinggi pada pola distribusi pemasaran I yaitu sebesar Rp6.250,- dan terendah pada pola distribusi pemasaran II sebesar Rp3.000,- sedangkan pada distribusi pemasaran bawang merah yang berasal dari Kab. Bantaeng margin pemasaran tertinggi pada Pola distribusi pemasaran I yaitu sebesar Rp7.438,- dan terendah pada pola distribusi pemasaran II sebesar Rp7.000,-.

Kata kunci: *pola distribusi pemasaran; margin pemasaran; bawang merah.*

ABSTRACT

High demand and shallot demand cause this commodity to provide benefits to cultivate. Fluctuations of shallot prices tend to follow the amount of production, if production increases prices tend to fall and vice versa. The low production of shallots in Parepare City causes traders to bring in from out of town to meet the needs of consumers, so it takes a more efficient distribution of marketing patterns. This research was conducted to knowing that to examine the distribution pattern of shallot's marketing in Parepare city, to analyze marketing margin in every distribution pattern of shallot in Parepare city. The research data was collected from 37 respondent of: 6 wholesalers of shallots at Lakessi Market and 31 shallot retailers as selected samples, with direct research method by taking all the existing population by using questionnaire. Primary data that have been obtained in the analysis in accordance with research objectives and marketing margin analysis on each marketing distribution channel. Shallots that are traded in Parepare city come from Enrekang district and Bantaeng district. Distribution channel on shallot marketing from Enrekang district consists of 3 forms and than distribution channels on the marketing of shallots coming from Bantaeng district consists of 2 forms. Shallot marketing margin on marketing distribution channels in Parepare city is different on every marketing agency. On distribution of shallot marketing from Enrekang district, The highest marketing margin on marketing distribution pattern I is Rp6.250,- and the lowest on marketing margin on marketing distribution pattern II is Rp.3000,- while on shallot's marketing distribution originating from Bantaeng district, The highest marketing margin on marketing distribution pattern I is Rp7.438,- and the lowest on marketing margin on marketing distribution pattern II is Rp7.000,-.

Keywords: *distribution pattern marketing; marketing margin; shallot.*

PENDAHULUAN

Komoditas hortikultura merupakan salah satu komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomi tinggi serta mempunyai potensi besar untuk dikembangkan sebagai usaha di bidang agribisnis. Komoditas hortikultura terdiri dari buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan tanaman obat. Salah satu produk dari komoditas sayuran adalah bawang merah. Tanaman bawang merah di Indonesia telah lama diusahakan oleh petani sebagai usahatani komersial. Tingkat permintaan dan kebutuhan bawang merah yang tinggi menjadikan komoditas ini sangat menguntungkan untuk diusahakan. Permintaan bawang merah akan terus meningkat seiring dengan kebutuhan masyarakat yang terus meningkat karena adanya

pertambahan jumlah penduduk, semakin berkembangnya industri makanan siap saji dan pengembangan pasar.

Harga bawang merah berfluktuasi setiap bulannya. Fluktuasi harga tersebut cenderung mengikuti jumlah produksi yang dihasilkan pada bulan tersebut. Pada saat jumlah produksi bawang merah tinggi, harga bawang merah cenderung turun, dan sebaliknya pada saat produksi bawang merah rendah harga cenderung naik. Harga bawang merah menjadi penting bagi konsumen, karena harga bawang merah yang sering mengalami fluktuasi menjadi salah satu masalah yang terjadi hampir diseluruh wilayah Indonesia banyak faktor yang mempengaruhi fluktuasi harga suatu komoditas salah satunya yaitu pola distribusi produk

pada masing-masing lembaga pemasaran. Menurut Soekartawi (2001), kegiatan distribusi adalah suatu kegiatan yang berfungsi untuk mengantarkan atau menyalurkan produk agar nantinya dapat sampai ke tangan konsumen. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk bagi konsumen. Tanpa adanya kegiatan distribusi petani akan kesulitan memasarkan hasil produknnya.

Beberapa penelitian terdahulu yang menganalisis mengenai tataniaga komoditas hortikultura adalah Penelitian Lidona dan Fahmi (2016), tentang Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang merah di kecamatan Gerung Kabupaten Lombok Barat menggunakan metode deskriptif, pengumpulan data dengan teknik survay, menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang paling banyak dipergunakan oleh petani dalam memasarkan bawang merah adalah dalam bentuk kering. Saluran ini merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dan menguntungkan semua lembaga dibandingkan dengan saluran lainnya. Purnomo dan Rosyidi (2014), dalam penelitian Profitabilitas dan Efisiensi Usahatani Bawang Merah Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi penelitian pertanian bawang tidak memberikan manfaat signifikan (menguntungkan) terhadap ekonomi rumah tangga petani. Harga jual yang lebih tinggi di tingkat eceran dan supermarket tidak memiliki dampak yang signifikan pada tingkat keuntungan pertanian di daerah studi. Pertanian bawang yang dilakukan oleh petani dalam wilayah penelitian, tidak efisien. Jaringan pemasaran bawang di daerah penelitian relatif lama, yang terdiri

dari 4 jalur pemasaran. Hasil penelitian Nurhapsa, dkk (2015), tentang Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha tani bawang merah di Kab. Enrekang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pendapatan usahatani bawang merah di Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pendapatan petani bawang merah di Kecamatan Anggeraja adalah sebesar 45.16776 juta ha⁻¹ dengan nilai R/C ratio sebesar 2,11. Bawang merah merupakan komoditi baru yang dikembangkan di Kota Parepare. beberapa petani yang mulai mengusahakan komoditi ini, namun jumlah produksi bawang merah yang dihasilkan di Kota Parepare tidak bisa memenuhi permintaan konsumen di Kota Parepare, hal ini disebabkan karena tanaman bawang merah masih baru diusahakan dan luas pertanamannya masih dalam areal yang terbatas sehingga dibutuhkan pasokan dari luar daerah yaitu dari Kabupaten Enrekang, Kabupaten Bantaeng, dan Bima. Jika terjadi permasalahan pada distribusi bawang merah, salah satu faktor penyebabnya adalah kurangnya pasokan dari daerah sentra produksi untuk dipasarkan di Kota Parepare, Jika kondisi ini terjadi maka akan berdampak pada meningkatnya biaya distribusi atau transportasi, sehingga margin distribusi pun turut meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengkaji pola distribusi pemasaran bawang merah di Kota Parepare dan Menganalisis margin pemasaran pada setiap saluran distribusi pemasaran bawang merah di Kota Parepare.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Parepare. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kota Parepare sebagai kota niaga. Penelitian ini dilakukan pada bulan April sampai Juni 2017. Penelitian ini menggunakan 2 jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku pelaksana saluran distribusi pemasaran bawang merah di Parepare. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Sampling Jenuh (Metode sensus) dengan mengambil seluruh populasi yang ada di wilayah penelitian dengan jumlah sampel untuk masing-masing adalah 6 responden pedagang besar dan 31 responden pedagang pengecer sebagai pelaku saluran distribusi pemasaran. Karena jumlah populasi kecil, maka sampel yang diambil adalah sama dengan jumlah populasi. Berdasarkan Sugiyono (2012), bahwa metode Sampling Jenuh merupakan teknik penentuan sample apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Data primer yang telah diperoleh di analisis sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk menjawab tujuan penelitian 1 yaitu pola distribusi pemasaran bawang merah di Kota Parepare dilakukan analisis secara deskriptif yaitu dengan melalui pengamatan secara langsung di lapangan. Analisis deskripsi merupakan analisis yang menggambarkan secara sistematis, akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi/kegiatan yang dilakukan dalam bidang tertentu yang menjadikan subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek

yang diteliti maupun fakta yang terjadi di lapangan (Nasir, 2003).

Menjawab tujuan penelitian 2 yaitu efisiensi saluran distribusi pemasaran bawang merah di Kota Parepare dilakukan analisis margin pemasaran pada masing-masing saluran distribusi pemasaran. Besarnya margin pemasaran yang diperoleh dihitung dengan mengacu kepada Apriono *et al.* (2012), adalah sebagai berikut:

$$M_{mi} = P_s - P_b$$

Keterangan:

M_{mi} = Margin pemasaran pada setiap tingkat lembaga pemasaran

P_s = Harga jual pada setiap tingkat lembaga pemasaran

P_b = Harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rantai Pemasaran Bawang Merah

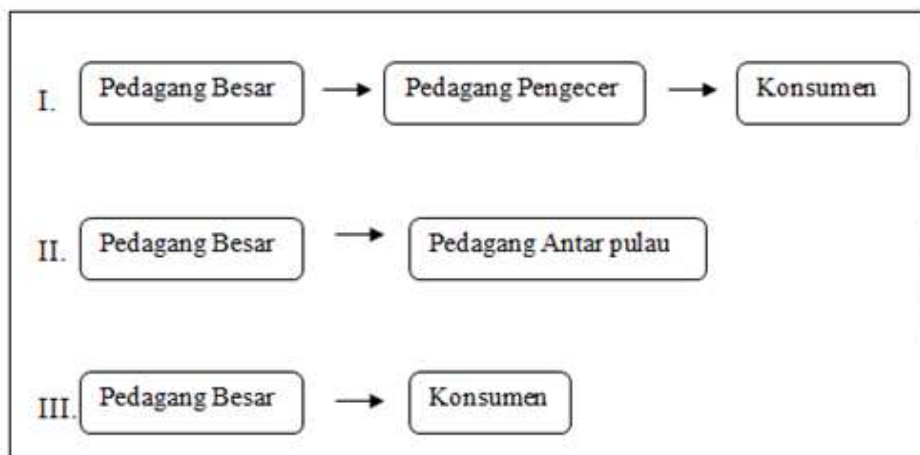
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh informasi bahwa rantai pemasaran atau pola distribusi pemasaran bawang merah di Kota Parepare melibatkan pedagang besar sebagai jalur awal setelah produsen. Dari pedagang besar tersebut, kemudian pasokan bawang merah sebagian besar dijual melalui pedagang pengecer dalam hal ini pedagang besar bertindak sebagai penyuplai bagi pedagang pengecer, kemudian antar sesama pedagang pengecer juga terjadi distribusi bawang merah dengan pola kerjasama.

Bawang Merah yang dipasarkan di Kota Parepare berasal dari daerah sentra produksi bawang merah di Sulawesi Selatan yaitu Kabupaten Enrekang dan Kab. Bantaeng. Masing-

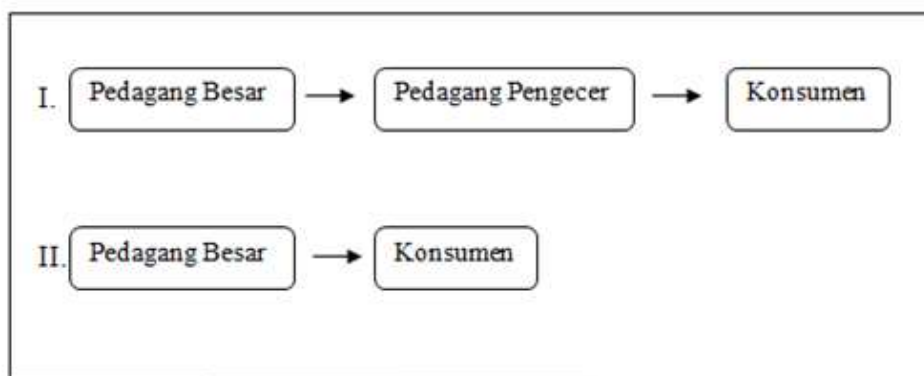
masing bawang merah yang berasal dari dua daerah ini memiliki pola distribusi yang berbeda-beda dan melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Pola distribusi pemasaran bawang merah yang berasal dari Kab. Enrekang ada 3 (Gambar 1), sedangkan pola distribusi pemasaran bawang merah yang berasal dari Kab. Bantaeng ada 2 (Gambar 2).

Berdasarkan Gambar 1 dan Gambar 2 dapat dijelaskan bahwa perbedaan pola distribusi pemasaran bawang merah yang berasal dari Kabupaten Enrekang dan Kabupaten Bantaeng adalah bawang merah yang berasal dari Kabupaten Enrekang pola distribusi pemasarannya melalui pedagang antar

pulau. Hal ini disebabkan karena letak geografis Kabupaten Enrekang yang berdekatan dengan Kota Parepare yang memiliki fasilitas pelabuhan nusantara. Pola saluran distribusi pemasaran bawang merah di Kabupaten Enrekang dan Kabupaten Bantaeng yaitu pedagang besar → pedagang pengecer → konsumen juga dilakukan oleh petani bawang merah di Desa Banjaranyar, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes Jawa Tengah. Selanjtnya menurut Rosantiningrum (2004), bahwa pola distribusi pemasaran yang paling banyak dilakukan oleh pelaku tataniaga di Banjaranyar adalah pola II yaitu dari petani → pedagang pengumpul → pedagang besar atau grosir



Gambar 1. Pola Distribusi Pemasaran Bawang Merah yang berasal dari Kab. Enrekang



Gambar 2. Pola Distribusi Pemasaran Bawang Merah yang berasal dari Kab. Bantaeng

→ pedagang pengecer → konsumen non lokal yaitu sebanyak 86,87%. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wacana (2011), yang menunjukkan bahwa pola distribusi pemasaran yang paling banyak dilakukan oleh pelaku tataniaga di Kelurahan Brebes, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes adalah dari petani → pedagang pengumpul → pedagang pengirim → pedagang besar non lokal (Sumatera) → pedagang pengecer non lokal (Sumatera) → konsumen non lokal.

Margin Pemasaran

Total margin yang diperoleh pedagang bawang merah Enrekang, pola distribusi pemasaran pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen memiliki margin pemasaran terbesar yaitu 29,14% dari harga jual pedagang pengecer yang kemudian diikuti oleh pola saluran distribusi pemasaran pedagang besar dan konsumen yaitu sebesar 25% dari harga jual pedagang pengecer dan Saluran distribusi pemasaran pedagang besar ke pedagang antar pulau yaitu sebesar 16,66% dari harga jual kepedagang antar pulau.

Pemasaran bawang merah yang berasal dari Kab. Bantaeng terdapat dua saluran distribusi pemasaran yang terlibat. Margin tertinggi terdapat pada pola saluran distribusi pemasaran pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen yaitu sebesar Rp7.438,- atau sebesar 48,17% dari harga jual pedagang pengecer dan pola distribusi pedagang besar langsung menjual bawang merah ke konsumen dengan total margin Rp7.000,- atau sekitar 46,66% dari harga beli konsumen.

Perbedaan margin pemasaran yang diperoleh pelaku tataniaga di Kabupaten Enrekang dan Kabupaten Bantaeng disebabkan oleh karena adanya perbedaan harga jual dari petani ke pelaku tataniaga lainnya dan pengangkutan (jarak). Tinggi atau rendahnya margin tataniaga suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengangkutan, penyimpanan dan lain sebagainya

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan, yaitu Bawang merah yang diperdagangkan di Kota Parepare berasal dari Kab. Enrekang dan Kab. Bantaeng. Pola distribusi bawang merah yang berasal dari Kab. Enrekang terdiri atas 3 pola distribusi pemasaran sedangkan bawang merah yang berasal dari Kab. Bantaeng terdiri atas 2 pola distribusi pemasaran. Sedangkan margin pemasaran bawang merah pada saluran distribusi pemasaran di Kota Parepare adalah berbeda – beda pada setiap lembaga pemasaran. Pada distribusi pemasaran bawang merah yang berasal dari Kab. Enrekang margin pemasaran tertinggi pada pola distribusi pemasaran pedagang besar ke pedagang pengecer dan konsumen yaitu sebesar Rp 6.250,- dan terendah pada pola distribusi pemasaran pedagang besar ke pedagang antar pulau sebesar Rp3.000,- sedangkan pada distribusi pemasaran bawang merah yang berasal dari Kab. Bantaeng margin pemasaran tertinggi pada pola distribusi pemasaran pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen yaitu sebesar Rp7.438,- dan terendah pada pola distribusi pemasaran pedagang besar dan

konsumen sebesar Rp7.000,-.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriono, D., E, Dolorosa, dan Imelda. 2012. *Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Lele di Desa Rasau Jaya 1 Kecamatan Jaya Kabupaten Kubu Jaya*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Vol.1, No.3: 29-36.
- Lidona, Triana dan Fahmi, Asrul. 2016. *Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Kecamatan Gerung Kabupaten Lombok Barat*. Jurnal Ganeswar, Vol.10, No.2. September 2016.
- Nasir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nurhapsa, Kartini, dan Arham. 2015. *Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Tani Bawang Merah Di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang*. Jurnal Galung Tropika, 4 (3) Desember 2015.
- Purnomo dan Rosyidi. 2004. *Profitabilitas dan Efisiensi Usahatani Bawang Merah*. Jurnal Ekonomi Pembangunan, 15 (2), Desember 2014, 117-127.
- Rosantiningrum, Ratna. 2004. *Analisis Produksi dan Pemasaran Usahatani Bawang Merah (Studi Kasus Desa Banjaranyar, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah)*. Skripsi. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Soekartawi, 2001. *Pengantar Agroindustri*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Cv Alfabeta. Bandung.
- Wacana, Anita Dwi Satya. 2011. *Analisis Tataniaga Bawang Merah (Kasus di Kelurahan Brebes, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes.)*. Skripsi. Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen. IPB, Bogor.