

ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN BAWANG MERAH DI KABUPATEN TANGGAMUS

(Analysis of Onion Farm and Marketing in Tanggamus Regency)

Reza Kesuma, Wan Abbas Zakaria, Suriaty Situmorang

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung 35145, e-mail: rezaliverpudlian92@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze (1) onion farm income and (2) efficiency of onion marketing system. Research was conducted in Tanggamus Regency which chosen purposely and total of samples was 35 farmers and 16 traders in marketing system. Sampling methods of farmers was used by census method, whereas the sampling method of marketing system was used by snowball method. Data collection was conducted in October 2014 until February 2015. Analysis methods used in this research are the analysis of quantitative (statistical) and qualitative (descriptive). The research result showed that (1) onion farm in Tanggamus Regency economically advantageous, base on the value of total cost R/C ratio > 1, on the first crop season of 1,73. (2) The marketing system of the onion in Tanggamus was not efficient due to the margin profit ratio in each marketing organization have not spread evenly, and the price difference (margin) in each marketing organization was too large, although the value of the producer share was quite large, with approximately 61,5%-76,9%.

Key words: income, marketing, onion farm

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki sumber daya alam cukup besar, yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Sektor pertanian memiliki share sebesar 14,9% terhadap PDB Nasional pada tahun 2010-2013 (BPS 2013). Dalam meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk pertanian Indonesia, dibutuhkan efisiensi dalam sistem produksi, pengolahan dan pengendalian mutu serta kesinambungan produk yang didukung oleh upaya promosi dan pemasaran. Salah satu sub-sektor pertanian yang sangat penting adalah sub-sektor tanaman pangan dan hortikultura (Deptan 2012).

Tanaman hortikultura memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia sehari-hari. Tanaman hortikultura berperan sebagai sumber bahan makanan dan hiasan rumah tangga, seperti sayuran, buah-buahan, tanaman hias, tanaman obat, dan lain-lain. Salah satu contoh tanaman hortikultura yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi adalah bawang merah. Bawang merah merupakan komoditi yang digunakan untuk kebutuhan rumah tangga sehari-hari, yaitu sebagai bahan bumbu masakan. Hal tersebut menyebabkan permintaan akan bawang merah terus meningkat seiring dengan perkembangan jumlah penduduk Indonesia (Suparman 2007). Permintaan akan

bawang merah terlihat pada proyeksi kebutuhan dan konsumsi bawang merah nasional Indonesia yang disajikan pada Tabel 1.

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa kebutuhan dan konsumsi bawang merah, produksi, dan surplus di Indonesia tiap tahun selalu mengalami kenaikan. Hal tersebut tidak terlepas dari kebutuhan bawang merah oleh penduduk Indonesia setiap harinya, karena bawang merah berperan sebagai penyedap pokok bagi pangan di Indonesia. Asosiasi Perbenihan Bawang Merah Indonesia (APBMI) memprediksi produksi bawang merah di Indonesia pada bulan Januari tahun 2014 akan melimpah, sehingga pemerintah diminta tidak ceroboh dalam membuka keran impor bawang merah. Produksi bawang merah di Indonesia menurut provinsi dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Proyeksi kebutuhan dan konsumsi bawang merah nasional Indonesia 2012-2015

No	Komponen	Tahun			
		2012	2013	2014	2015
1.	Total permintaan (1000 ton)	904,0	922,5	942,2	963,4
2.	Total produksi (1000 ton)	960,1	997,5	1037,4	1080,1
3.	Marketing defisit/surplus (1000 ton)	56,1	74,9	95,2	116,7

Sumber : Bappenas, 2014

Tabel 2. Produksi bawang merah Indonesia menurut provinsi, tahun 2009-2013 (ton)

Provinsi	2009	2010	2011	2012	2013
1. Aceh	2,868	3,615	2,600	4,385	3,710
2. Sumatera Utara	12,655	9,413	12,440	14,156	8,305
3. Sumatera Barat	21,985	25,085	32,442	35,838	42,791
4. Riau	-	-	-	-	12
5. Jambi	1,813	1,402	7,994	6,850	1,010
6. Sumatera Selatan	17	74	37	18	19
7. Bengkulu	938	602	506	606	345
8. Lampung	300	360	705	416	218
9. Bangka Belitung	-	-	-	21	-
10. Kepulauan Riau	-	-	1	-	-
11. DKI Jakarta	-	-	-	-	-
12. Jawa Barat	123,587	116,396	101,273	115,896	115,585
13. Jawa Tengah	406,725	506,357	372,256	381,813	419,472
14. DI. Yogyakarta	19,763	19,950	14,407	11,855	9,541
15. Jawa Timur	181,490	203,739	198,388	222,862	243,087
16. Banten	668	351	421	1,228	1,836
17. Bali	11,554	10,981	9,319	8,666	7,977
18. Nusa Tenggara Barat	133,945	104,324	78,300	100,989	101,682
19. Nusa Tenggara Timur	16,602	3,879	2,436	2,061	3,100
20. Kalimantan Barat	-	-	-	-	-
21. Kalimantan Tengah	-	-	-	1	56
22. Kalimantan Selatan	17	-	7	-	53
23. Kalimantan Timur	122	35	15	75	46
24. Sulawesi Utara	6,918	5,963	5,005	5,301	1,354
25. Sulawesi Tengah	6,490	10,301	10,824	7,272	4,400
26. Sulawesi Selatan	13,246	23,276	41,710	41,238	44,034
27. Sulawesi Tenggara	657	646	121	200	46
28. Gorontalo	405	240	172	200	229
29. Sulawesi Barat	881	348	280	406	134
30. Maluku	167	398	484	432	470
31. Maluku Utara	237	151	185	190	121
32. Papua Barat	327	477	107	109	16
33. Papua	787	199	680	943	620

Sumber : Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura tahun 2014

Data pada Tabel 3 menunjukkan bahwa Kabupaten Tanggamus merupakan sentra produksi utama bawang merah di Provinsi Lampung pada tahun 2012. Selanjutnya, kecamatan penghasil bawang merah di Kabupaten Tanggamus disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan bahwa produksi bawang merah tersebar di 3 kecamatan di Kabupaten Tanggamus, yaitu Kecamatan Gisting, Kecamatan Kota Agung Timur, dan Kecamatan Gunung Alip. Adapun tujuan pada penelitian ini, yaitu (1) untuk menganalisis efisiensi penggunaan faktor-faktor produksi dalam usahatani bawang merah di Kabupaten Tanggamus, dan (2) untuk menganalisis efisiensi sistem pemasaran bawang merah di Kabupaten Tanggamus.

Tabel 3. Produksi, luas lahan bawang merah, dan produktivitas bawang merah menurut kabupaten/ kota di Provinsi Lampung (ton), 2012

No	Kabupaten/ kota	Produksi (ton)	Luas panen (Ha)	Produktivitas (ton/ha)
1.	Lampung Barat	169	12	14.1
2.	Tanggamus	183	21	8.7
3.	Lampung Selatan	-	-	-
4.	Lampung Timur	-	-	-
5.	Lampung Tengah	-	-	-
6.	Lampung Utara	-	-	-
7.	Way Kanan	-	-	-
8.	Tulang Bawang	-	-	-
9.	Pesawaran	62	5	12.4
10.	Pringsewu	2	1	2
11.	Mesuji	-	-	-
12.	T. Bawang Barat	-	-	-
13.	Bandar Lampung	-	-	-
14.	Metro	-	-	-
Jumlah		416	39	10.6

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2013

Tabel 4. Produksi, luas panen dan produktivitas bawang merah per kecamatan di Kabupaten Tanggamus, 2013

No	Kecamatan	Luas panen (Ha)	Prod. (ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1.	Kota Agung	-	-	-
2.	Talang Padang	-	-	-
3.	Wonosobo	-	-	-
4.	Pulau Panggung	-	-	-
5.	Cukuh Balak	-	-	-
6.	Pugung	-	-	-
7.	Pematang Sawa	-	-	-
8.	Sumberejo	-	-	-
9.	Semaka	-	-	-
10.	Ulu Belu	-	-	-
11.	Kelumbayan	-	-	-
12.	Gisting	5	16	3.2
13.	Kt. Agung Timur	9	47	47
14.	Kt. Agung Barat	-	-	-
15.	Gunung Alip	11	57	5.22
16.	Limau	-	-	-
17.	Air Nainingan	-	-	-
18.	Bulok	-	-	-
19.	B. Negeri Semuong	-	-	-
20.	Kelubayan Barat	-	-	-
Jumlah		25	172	60.22

Sumber : Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Tanggamus, 2013

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di 3 kecamatan di Kabupaten Tanggamus, yaitu Kecamatan Gunung Alip, Kecamatan Kota Agung Timur, dan Kecamatan Gisting. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa hanya tiga kecamatan tersebut yang memproduksi bawang merah di Kabupaten Tanggamus.

Responden penelitian adalah petani bawang merah, dan pedagang perantara bawang merah. Berdasarkan informasi dari BP3K (Balai Penyuluhan Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan) di tiga kecamatan tersebut diketahui bahwa populasi petani bawang merah adalah sebanyak 35 orang, dan responden pedagang pengumpul adalah sebanyak 4 orang, dan pedagang pengecer sebanyak 12 orang, sehingga sampel ditentukan secara sensus. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Oktober 2014 - Februari 2015.

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan responden (petani), dengan menggunakan kuisisioner, dan data

sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait, seperti BPS, Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung, Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Tanggamus, dan lain-lain, yang berkaitan dengan penelitian.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif (statistik) dan kualitatif (deskriptif). Guna menjawab tujuan penelitian digunakan metode (analisis) data, yaitu:

1. Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah

Dalam menghitung pendapatan usahatani bawang merah digunakan rumus sebagai berikut :

$$\pi = Y \cdot P_y - \sum X_i \cdot P_{xi} - BTT \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

- π = Pendapatan
- Y = Jumlah produksi yang dihasilkan dari usahatani i
- P_y = Harga hasil produksi
- X_i = Faktor produksi
- P_{xi} = Harga per satuan faktor produksi
- BTT = Biaya tetap total
- i = 1,2,3,4,5, n

Untuk mengetahui apakah usahatani yang dilakukan oleh petani bawang merah menguntungkan atau tidak, maka dilakukan analisis imbangn penerimaan dan biaya (R/C) dirumuskan sebagai berikut :

$$R/C = \frac{PT}{BT} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

- R/C = Nisbah penerimaan dan biaya
- PT = Penerimaan total
- BT = Biaya total yang dikeluarkan

- Jika $R/C > 1$, maka usaha yang diusahakan mengalami keuntungan.
- Jika $R/C < 1$, maka usaha yang diusahakan mengalami kerugian.

2. Analisis Efisiensi Sistem Pemasaran Bawang Merah

Efisiensi sistem pemasaran dalam penelitian ini dianalisis dengan model S-C-P (*structure, conduct, dan performance*) atau model pendekatan organisasi pasar (Hasyim 2012). Hal tersebut sejalan dengan penelitian Prayitno, dkk (2013) yang menganalisis Efisiensi Pemasaran Cabai

Merah. Pada dasarnya, organisasi pasar dapat dikelompokkan ke dalam tiga komponen, yaitu :

- a. Struktur pasar (*market structure*)
Struktur pasar merupakan gambaran hubungan antara penjual dan pembeli yang dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar (*entry condition*).
- b. Perilaku pasar (*market conduct*)
Perilaku pasar merupakan pola tingkah laku lembaga pemasaran (petani/produsen, pedagang, dan konsumen) dalam menghadapi struktur pasar.
- c. Keragaan pasar (*market performance*)
Keragaan pasar merupakan suatu gambaran gejala pasar yang terlihat akibat interaksi antara struktur pasar (*market structure*) dan perilaku pasar (*market conduct*). Interaksi antara struktur dan perilaku pasar cenderung bersifat kompleks dan saling mempengaruhi secara dinamis. Untuk menganalisis keragaan pasar digunakan beberapa indikator, yaitu :

- (1) Saluran pemasaran
Saluran pemasaran dianalisis secara kualitatif (deskriptif) pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses arus barang. Jika saluran pemasaran panjang, namun fungsi pemasaran yang dilakukan sangat dibutuhkan (sulit diperpendek), maka dapat dikatakan efisien, dan sebaliknya.
- (2) Harga, biaya, dan volume penjualan
Keragaan pasar dianalisis secara kualitatif (deskriptif) yang berkenaan dengan harga, biaya, dan volume penjualan masing-masing tingkat pasar mulai dari tingkat petani (produsen), pedagang, sampai ke konsumen akhir.
- (3) Pangsa produsen (*Producers Share/PS*)
Analisis pangsa produsen bertujuan untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani (produsen). Apabila pangsa produsen semakin tinggi, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. Pangsa produsen dirumuskan sebagai:

$$PS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :
PS = Bagian harga bawang merah yang diterima petani (produsen)

Pf = Harga bawang merah di tingkat petani (produsen)
Pr = Harga bawang merah di tingkat konsumen akhir

- (4) Marjin pemasaran dan Rasio Profit Marjin
Analisis marjin pemasaran digunakan untuk mengetahui perbedaan harga di tingkat produsen (Pf) dengan harga di tingkat konsumen (Pr). Perhitungan marjin pemasaran dirumuskan sebagai :

$$m_{ji} = P_{si} - P_{bi} \text{ atau } \dots\dots\dots (4)$$

$$m_{ji} = b_{ti} + \pi_i \dots\dots\dots (5)$$

Total marjin pemasaran adalah :

$$M_{ji} = \sum_1^n = 1 m_{ji} \text{ atau } \dots\dots\dots (6)$$

$$M_{ji} = Pr - Pf \dots\dots\dots (7)$$

Penyebaran margin pemasaran dapat dilihat dari persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (Ratio Profit Margin/RPM) pada masing-masing lembaga pemasaran, yang dirumuskan sebagai :

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan :
m_{ji} = Marjin lembaga pemasaran tingkat ke-i
P_{si} = Harga penjualan lembaga pemasaran tingkat ke-i
P_{bi} = Harga pembelian lembaga pemasaran tingkat ke-i
B_{ti} = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
π_i = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
m_{ji} = Total marjin pemasaran
Pr = Harga pada tingkat konsumen
Pf = Harga pada tingkat produsen (petani).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Responden

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Kabupaten Tanggamus, yaitu di Kecamatan Gisting, Gunung Alip, dan Kota Agung Timur, diketahui rata-rata umur petani bawang merah adalah 48,37 tahun, dengan kisaran umur antara 31 tahun sampai 73 tahun. Mayoritas responden berada pada umur produktif, yaitu pada kisaran umur 16-65 tahun. Sebagian besar responden berpendidikan SD (54,3%), artinya sebagian besar

petani bawang merah di Kabupaten Tanggamus berpendidikan rendah. Selanjutnya, sebagian besar (80%) petani bawang merah di lokasi penelitian adalah petani penggarap (penyewa) lahan.

Keragaan Usahatani

Petani bawang merah di lokasi penelitian umumnya melakukan penanaman 2 kali dalam satu tahun, yaitu musim tanam pertama (MT 1) pada bulan Maret-Juni, dan musim tanam ke dua (MT 2) pada bulan Juli-Oktober. Tahapan budidaya (produksi) bawang merah yang dilakukan oleh petani responden di Kabupaten Tanggamus adalah pengolahan lahan, rotol bibit, penanaman, pemupukan, penyiangan, pengendalian OPT, pemanenan, penjemuran, dan pengupasan, sedangkan sarana produksi yang digunakan oleh petani adalah lahan, bibit, pupuk Za, pupuk SP-36, pupuk KCl, pupuk organik, pestisida, dan tenaga kerja.

Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah

Pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dengan biaya produksi. Pada penelitian ini, penerimaan diperoleh dari jumlah produksi bawang merah dikalikan dengan harga jual bawang merah. Biaya produksi bawang merah terbagi menjadi dua, yaitu tunai dan biaya variabel. Rata-rata penerimaan, biaya, pendapatan dan R/C usahatani bawang merah per luas lahan 0,66 ha di Kabupaten Tanggamus musim tanam pertama dapat disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan bahwa rata-rata penerimaan pada usahatani bawang merah di Kabupaten Tanggamus pada musim tanam pertama yaitu sebesar Rp54.968.163,27 per musim tanam, kemudian nilai R/C rasio atas biaya tunai dan R/C rasio atas biaya total yaitu sebesar 2,37 dan 1,73 per musim tanam, hal tersebut menunjukkan bahwa nilai 2,37 dan 1,73 > 1, maka usahatani bawang merah di Kabupaten Tanggamus sudah efisien dan menguntungkan.

Analisis Pemasaran Bawang Merah

Efisiensi sistem pemasaran dalam penelitian ini dianalisis dengan model S-C-P (*structure, conduct, dan performance of market*) atau model pendekatan organisasi pasar.

1. Struktur pasar

Pemasaran bawang merah di lokasi penelitian melibatkan petani produsen, lembaga perantara, yaitu pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen akhir. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 4 orang pedagang pengumpul dan 12 orang pedagang pengecer. Jika dilihat dari jumlah pembeli dan penjual yang terlibat dalam pemasaran bawang merah di lokasi penelitian di tingkat petani, maka pelaku pemasaran berada pada struktur pasar tidak bersaing sempurna, yaitu oligopsoni.

2. Perilaku pasar

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa petani responden pada umumnya tidak mengalami kesulitan dalam memasarkan hasil panennya. Sistem transaksi yang berlangsung adalah pedagang pengumpul mendatangi rumah-rumah petani, karena sebagian besar petani sudah berlangganan menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul dan beberapa petani (yang menjual hasil panennya langsung ke pedagang pengecer) mendatangi rumah-rumah pedagang pengecer yang sudah menjadi langganannya.

3. Keragaan pasar

Saluran pemasaran

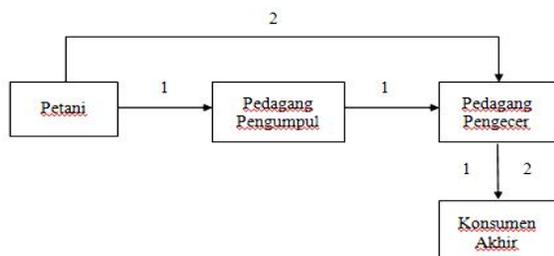
Saluran pemasaran bawang merah di Kabupaten Tanggamus terdiri dari 2 saluran, seperti disajikan pada Gambar 1. Saluran pertama menggambarkan petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul, dan saluran kedua, petani langsung menjual hasil produksinya ke pedagang pengecer. Harga jual bawang merah rata-rata dari petani ke pedagang pengumpul adalah Rp8.000/kg, dan harga jual bawang merah rata-rata dari petani ke pedagang pengecer adalah Rp10.000/kg. Harga jual bawang merah rata-rata dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer adalah Rp11.000/kg, dan harga jual pedagang pengecer ke konsumen akhir adalah Rp13.000/kg.

Pangsa produsen

Pangsa produsen adalah bagian harga yang diterima oleh petani produsen dari harga yang dibayar konsumen akhir. Semakin tinggi pangsa produsen, maka pemasaran semakin efisien.

Marjin Pemasaran dan Rasio Profit Marjin

Pangsa produsen saluran pemasaran I dan saluran II bawang merah di Kabupaten Tanggamus disajikan pada Tabel 6. Tabel 6 menyajikan bahwa pangsa produsen pada saluran II lebih besar dibandingkan saluran I. Perbedaan nilai tersebut disebabkan oleh harga jual produsen pada saluran II lebih besar daripada harga harga jual pada saluran I.



Keterangan : (1) = Saluran I (2) = Saluran II

Gambar 1. Saluran pemasaran bawang merah di Kabupaten Tanggamus, tahun 2015

Analisis marjin pemasaran bawang merah pada saluran I dan saluran II musim tanam pertama (MT I) di Kabupaten Tanggamus disajikan pada Tabel 7 dan 8. Data pada Tabel 7 diketahui bahwa marjin pemasaran pedagang pengumpul lebih besar dari pedagang pengecer, dan rasio profit marjin di saluran I tersebut tidak merata.

Nilai rasio profit marjin pedagang pengumpul sebesar 1,54, artinya setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul akan memperoleh keuntungan sebesar Rp1,54. Nilai rasio profit marjin pedagang pengecer adalah 8,28, artinya setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer akan memperoleh keuntungan sebesar Rp8,28. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai rasio profit marjin antara pedagang pengumpul dan pedagang pengecer tidak merata. Data pada Tabel 7 diketahui bahwa nilai rasio profit marjin pedagang pengecer saluran II adalah 8,23, artinya setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan akan memperoleh keuntungan sebesar Rp8,23.

Tabel 5. Rata-rata penerimaan, biaya, pendapatan dan R/C usahatani bawang merah per luas lahan 0,66 ha di Kabupaten Tanggamus musim tanam pertama bulan Maret-Juni, 2015

Uraian	Musim Tanam Pertama (0,66 ha)			
	Satuan	Jumlah	Harga (Rp/kg)	Nilai (Rp)
Penerimaan				
Produksi	kg	6.328,57	8.685,71	54.968.163,27
Biaya Produksi				
I. Biaya Tunai				
Biaya variabel	kg	661,43	13.285,71	8.787.551,02
Bibit	kg	125,00	2.154,55	269.318,18
Pupuk Za	kg	30,71	1.577,78	48.460,32
Pupuk SP-36	kg	19,14	3.560,00	68.148,57
Pupuk KCl	kg	80,00	1.000,00	80.000,00
Pupuk Organik	kg			504.214,29
Pestisida	gram/b.a			669.642,86
TK Luar Keluarga	HOK			
Biaya Tetap				
Sewa Lahan	Rp			12.758.928,57
Total Biaya Tunai				23.186.263,81
II. Biaya Diperhitungkan				
Biaya Variabel				
TK Dalam Keluarga				127.857,14
Biaya Tetap				
Sewa lahan				8.500.000,00
Penyusutan alat				35.347,17
Total Biaya Diperhitungkan				8.663.204,31
III. Total Biaya				31.849.468,11
Pendapatan				
I. Pendapatan atas biaya tunai				31.781.899,46
II. Pendapatan atas biaya total				23.118.695,15
R/C atas biaya tunai				2,37
R/C atas biaya total				1,73

Tabel 6. Pangsa produsen setiap saluran pemasaran bawang merah di Kabupaten Tanggamus, 2015

Saluran	Pf (Rp)	Pr (Rp)	Pangsa Produsen (%)
Saluran I	8.000	13.000	61,5
Saluran II	10.000	13.000	76,9

Tabel 7. Analisis margin pemasaran bawang merah saluran I musim tanam pertama (MT I) di Kabupaten Tanggamus, 2015

No	Keterangan	Nilai	Share * (%)
1	Harga jual petani (Rp/kg)	8.000	61,54
2	Harga jual pedagang pengumpul (Rp/kg)	11.000	84,62
	a. Biaya (Rp/kg)	438,76	3,38
	Pengangkutan	19,01	0,15
	Transportasi	9,19	0,07
	Penyusutan	410,57	3,16
	b. Margin pemasaran (Rp/kg)	3000	23,08
	c. Profit Margin (Rp/kg)	2.561,24	19,70
	d. RPM	5,84	
3	Harga jual pedagang pengecer (Rp/kg)	13.000	100,00
	a. Biaya (Rp/kg)	216,67	1,67
	Pengangkutan	22,85	0,18
	Transportasi	8,08	0,06
	Penyusutan	185,74	1,43
	b. Margin pemasaran (Rp/kg)	2000	15,38
	c. Profit Margin (Rp/kg)	1.783,33	13,72
	d. RPM	8,23	
4	Harga beli konsumen akhir	13.000	100,00

Keterangan : * persentase terhadap harga beli konsumen akhir

Tabel 8. Analisis margin pemasaran bawang merah saluran II musim tanam pertama (MT I) di Kabupaten Tanggamus, 2015

No	Keterangan	Nilai	Share * (%)
1.	Harga jual petani (Rp/kg)	10.000	76,92
2.	Harga jual pedagang pengecer (Rp/kg)	13.000	100,00
	a. Biaya (Rp/kg)	216,67	1,67
	Pengangkutan	22,85	0,18
	Transportasi	8,08	0,06
	Penyusutan	185,74	1,43
	b. Margin pemasaran (Rp/kg)	3.000	23,08
	c. Profit Margin (Rp/kg)	2.783,33	21,41
	d. RPM	12,85	
3.	Harga beli konsumen akhir	13.000	100,00

Keterangan : * persentase terhadap harga beli konsumen akhir

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah usahatani bawang merah di Kabupaten Tanggamus

menguntungkan secara ekonomi, yang dilihat dari nilai R/C atas biaya total > 1, yaitu sebesar 1,73. Selain itu, dapat disimpulkan pula bahwa sistem pemasaran bawang merah di Kabupaten Tanggamus belum efisien, karena rasio profit margin (RPM) di tiap lembaga pemasaran tidak menyebar merata, dan margin di tiap lembaga pemasaran masih terlalu besar, walaupun pangsa produsen (PS) sudah cukup besar, yaitu sekitar 61,5%-76,9%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin B. 1995. *Ekonomi Produksi Pertanian. Diktat Kuliah*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2013. *Share Sektor Pertanian Terhadap PDB Nasional*. BPS. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jendral. 2014. *Produksi Bawang Merah Menurut Provinsi Tahun 2009-2013*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2013. *Lampung dalam Angka*. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Dewan Bawang Merah Nasional [Debnas]. 2013. *Produksi dan Harga Bawang Merah*. <http://www.debnas.org>. [17 September 2015].
- Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura. 2013. *Angka Perhitungan Tahunan*. Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Tanggamus. Kota Agung.
- Direktorat Pangan dan Pertanian. 2014. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Bidang Pangan dan Pertanian 2015-2019*. Jakarta Pusat: Bappenas.
- Hasyim AI. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Buku Ajar Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Kementerian Pertanian. 2012. *Rencana Strategis Kementerian Pertanian Tahun 2010-2014*. Edisi Revisi. Kementan. Jakarta.
- Prayitno AB, Hasyim, AI, dan Situmorang S. 2013. Efisiensi pemasaran cabai merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. *JIIA: I(1)*, 53-59. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIIA/article/view/131/135>. [15 Maret 2015].
- Soekartawi. 2003. *Teori Ekonomi Produksi dengan Bahasan Analisis Fungsi Produksi Cobb-Dougllass*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suparman. 2007. *Bercocok Tanam Bawang Merah*. Azka Press. Jakarta.