

**SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN BAWANG MERAH
DI DESA PANA KECAMATAN ALLA
KABUPATEN ENREKANG**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSA
2021**

MILIK PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH

**SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN BAWANG MERAH
DI DESA PANA KECAMATAN ALLA
KABUPATEN ENREKANG**



**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Strata
Satu (S-1)**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Saluran dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana
Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

Nama : Bambang Pratama

Stambuk : 105961123116

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Pembimbing Utama


Dr. Dewi Puspita Sari, S.P., M.Si.
NIDN. 0924048506

Disetujui

Pembimbing Pendamping


Sumarni B., S.P., M.Si.
NIDN. 0931129002

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis




Dr. Ir. Andi Khaerivah, M.Pd.
NIDN. 0926036803


Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
NIDN. 0921037003

HALAMAN KOMISI PENGUJI

Judul : Saluran dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang.

Nama : Bambang Pratama

Stambuk : 105961123116

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. Dewi Puspitasari, S.P., M.Si.
Ketua Sidang

2. Sumarni B, S.P., M.Si.
Sekretaris

3. Dr. Amruddin, S.Pt., M.Pd., M.Si
Anggota

4. Nadir, S.P., M.Si.
Anggota

Tanggal Lulus : 31 Agustus 2021

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Saluran dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Maakassar, Maret 2021

Bambang Pratama
105961123116

ABSTRAK

BAMBANG PRATAMA, 105961123116. Saluran dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang. Dibimbing oleh Dewi Puspita Sari dan Sumarni B.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran, margin, dan efisiensi pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang.

Populasi dalam penelitian ini adalah petani sebanyak 32 orang pedagang pengecer 2 orang, pedagang besar 2 orang dan pedagang pengumpul 2 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis kualitatif mengenai saluran pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang sedangkan analisis kuantitatif mengenai margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang menggunakan 2 saluran pemasaran yaitu saluran I dari produsen-pedagang pengecer-konumen, dan saluran II dari produsen-pedagang pengumpul -pedagang besar -konsumen. Margin setiap lembaga pemasaran pada saluran I sebesar Rp. 5.000, sedangkan margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp. 2.000. Efisiensi pemasaran pada kedua saluran yaitu saluran I 0,10% dan saluran II 0,22%.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa saya kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarganya, sahabat dan para pengikutnya, sehingga dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “Analisis Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang”.

Skripsi ini merupakan tugas yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Dewi Puspita Sari, S.P., M.Si. selaku pembimbing utama dan Sumarni B, S.P., M.Si. selaku pembimbing pendamping yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan, sehingga proposal dapat selesai.
2. Dr. Ir. Hj. Andi Khaeriyah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Kedua orangtua Ayahanda Abdul Majid dan ibunda Salmiati, Kakak Memi Pratiwi dan Adik-adikku tercinta Putri, Andini dan segenap keluarga yang senantiasa

memberikan bantuan, baik moril maupun materil sehingga proposal ini dapat terselesaikan.

5. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
6. Kepada pihak pemerintah Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang beserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Daerah tersebut.
7. Semua pihak yang telah membantu penyusunan proposal dari awal hingga akhir yang tidak dapat sebut satu persatu.

Akhir kata saya ucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah terkait dalam penulisan proposal ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Semoga kristal-kristal Allah senantiasa tercurah kepadanya. Amin.

Makassar, Maret 2021

Bambang Pratama

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pengertian Bawang Merah	6
2.2 Pengertian Pemasaran	6

2.3 Jenis-Jenis Pemasaran	8
2.4 Fungsi Pemasaran	9
2.5 Saluran Pemasaran.....	10
2.6 Margin Pemasaran	13
2.7 Efisiensi Pemasaran.....	14
2.8 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	16
2.9 Kerangka Fikir	16
III. METODE PENELITIAN	28
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.2. Teknik Penentuan Informan.....	28
3.3 Jenis dan Sumber data.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.6 Definisi Operasional.....	32
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	33
4.1 Keadaan Geografis dan Topografi	33
4.2 Keadaan Demografis.....	34
4.3 Kondisi Pertanian Pana	35
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
5.1 Identitas Petani Responden	40
5.2 Saluran Pemasaran Bawang Merah.....	52

5.3 Margin Biaya dan Keuntungan Pemasaran Bawang Merah	56
5.5 Efisiensi Pemasaran.....	59
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
6.1 Kesimpulan.....	59
6.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

1. Produksi Bawang Merah di Kabupaten Enrekang Tahun 2015-2019.....	2
2. Penelitian Terdahulu yang Relevan	16
3. Jumlah Penduduk di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	34
4. Data Penduduk Menurut Kelompok Umur di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	36
5. Keadaan Penduduk Desa Pana Berdasarkan Mata Pencapaian di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	37
6. Keadaan Penduduk Berdasarkan Data Pendidikan Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	38
7. Keadaan Pertanian dan Perkebunan di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	39
8. Umur Responden Petani Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Tahun 2020.....	43
9. Tingkat Pendidikan Petani di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	44
10. Pengalaman Responden Petani di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	46
11. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	47
12. Umur Responden Pedagang Pengumpul	48
13. Tanggungan Keluarga Responden Pedagang Pengumpul	48
14. Pengalaman Usaha Responden Pedagang Pengumpul di Desa Kecamatan Pana Alla Kabupaten Enrekang	49

15. Umur Responden Pedagang Besar	50
16. Tanggungan Keluarga Responden Pedagang Besar	51
17. Pengalaman Usaha Responden Pedagang Besar	51
18. Umur Responden Pedagang Pengecer	52
19. Pengalaman Usaha Responden Pedagang Pengecer	52
20. Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	53
21. Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Bawang Merah Saluran I di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	57
22. Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Bawang Merah Saluran II di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	59
23. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	60

DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Pikir Analisis Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	27
2. Saluran Pemasaran I Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	53
3. Saluran Pemasaran II Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	53



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisioner Penelitian	62
2. Peta Lokasi Penelitian	66
3. Identitas Responden Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	67
4. Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	68
5. Biaya Tenaga Kerja Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	70
6. Biaya Transportasi Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	71
7. Biaya Pengemasan Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	72
8. Total Biaya Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	73
9. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	74
10. Dokumentasi Penelitian	75
11. Surat Izin Penelitian	77

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bawang merah merupakan salah satu tanaman hortikultura komoditas sayuran yang tumbuh secara baik di dataran rendah. Di Indonesia tanaman bawang merah sudah sejak lama diusahakan oleh petani sebagai usahatani komersial terutama di Jawa. Tingkat permintaan dan kebutuhan konsumsi bawang merah yang tinggi menjadikan komoditas ini menguntungkan jika diusahakan. Konsumsi bawang merah di Indonesia per kapita per tahun mencapai 4,56 kilogram atau 0,38 kilogram per kapita per bulan. Adapun daerah penghasil bawang merah di Indonesia yaitu provinsi Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Sumatera Barat.

Provinsi Sulawesi Selatan juga merupakan penghasil bawang merah yang terkenal. Salah satu kabupaten penghasil bawang merah yang ada di provinsi Sulawesi Selatan adalah Kabupaten Enrekang. Kabupaten Enrekang adalah salah satu kabupaten yang terletak di sebelah timur dari provinsi Sulawesi Selatan. Kondisi sektor pertanian yang menonjol dalam struktur ekonomi kabupaten Enrekang sangat relevan apabila sektor pertanian dikembangkan sebagai sektor unggulan yang dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ekonomi daerah. Hal ini menyebabkan masyarakat di kabupaten enrekang memilih untuk meningkatkan produksi bawang merah yang dapat dilihat dari data (BPS) ditahun 2015 sampai dengan 2019 seperti tabel di bawah ini:

Tabel 1. Produksi Bawang Merah di Kabupaten Enrekang Tahun 2015-2019

No	Kecamatan	Produksi Bawang Merah (Kuwintal)				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Enrekang	840	856	870	915	935
2	Baraka	52.230	52.257	52.269	52.280	52.298
3	Buntu Batu	1.560	1.576	1.601	1.623	1.636
4	Anggeraja	506.060	506.069	506.099	506.103	506.124
5	Malua	7.680	7.696	7.708	7.723	7.734
6	Alla	9.065	9.078	9.086	9.095	9.121
7	Masalle	5.419	5.427	5.435	5.447	5.459
8	Baroko	720	739	753	767	782

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Enrekang 2020

Pada Tabel 1, jumlah produksi bawang merah di Kabupaten Enrekang menunjukan bahwa Kecamatan Alla merupakan penghasil bawang merah tiga terbesar dari delapan Kecamatan lainnya yang ada di Kabupaten Enrekang. Hal ini terlihat dari hasil panen yang besar dari lima tahun terakhir, meskipun jumlah produksi bawang merah Kecamatan Alla dihasilkan lebih besar dari lima Kecamatan lainnya namun tidak menjamin memberikan pendapatan yang lebih tinggi pula bagi petani Desa Pana.

Desa Pana merupakan salah satu Desa penghasil bawang merah yang ada di Kecamatan Alla, bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla termasuk salah satu mata pencaharian petani. Pemasaran bawang merah di Desa Pana mempunyai peluang yang cukup baik untuk dikembangkan. Namun dalam pengembangannya masih banyak kendala termasuk fluktuasi harga terjadi karena adanya pergeseran

permintaan dan penawaran, sehingga berakibat kepada pendapatan yang diterima oleh petani menjadi rendah. Hal ini disebabkan karena yang menentukan harga jual hasil produksi adalah pedagang yang mendatangi langsung ketempat produksi dengan membeli hasil produksi petani dalam jumlah yang cukup besar, sehingga petani hanya dapat menjual hasil produksi bawang merah Desa Pana berdasarkan harga yang telah ditentukan oleh pedagang.

Proses pemasaran bawang merah Desa Pana memiliki saluran yang dilalui dalam proses pemasaran hasil produksi bawang merah, hingga sampai kepada konsumen akhir, dalam hal ini dimana terdapat pihak yang mengambil bagian dalam proses penyaluran hasil produksi bawang merah Desa pana, untuk meminimalisir terjadinya selisi harga jual yang tinggi, petani harus lebih teliti dalam melihat situasi harga pasar, agar dapat menyesuaikan dengan pedagang. Tingginya selisih harga pemasaran, disebabkan oleh perbedaan harga yang cukup besar antara harga yang dibayarkan oleh pedagang dengan harga yang diterima petani dengan mengetahui situasi harga pasar petani dapat menyesuaikan proses penjualan hasil yang lebih efisien dan menguntungkan. Pemasaran bawang merah Desa Pana Berdasarkan hal tersebut melihat adanya potensi keuntungan baik dari segi finansial maupun pemasaran bawang merah sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Saluran dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana saluran pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang ?
2. Bagaimana margin pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang ?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran komoditas bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang.
3. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran komoditas bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang.

1.4 Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Sebagai informasi ilmiah dan pertimbangan bagi petani dalam mengelolah usahatani yang efisien
2. Bagi instansi terkait, sebagai bahan informasi dalam pengambilan keputusan untuk perencanaan, peningkatan dan pengembangan produksi bawang merah.
3. Bagi mahasiswa, sebagai rujukan untuk penelitian dan menambah wawasan dalam proses akademik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bawang Merah

Bawang merah (*Allium cepa* L. var. *aggregatum*) adalah salah satu bumbu masak utama dunia yang berasal dari Iran, Pakistan, dan pegunungan-pegunungan di sebelah utara, tetapi kemudian menyebar ke berbagai penjuru dunia, baik sub-tropis maupun tropis. Wujudnya berupa umbi yang dapat dimakan mentah, untuk bumbu masak, acar, obat tradisional, kulit umbinya dapat dijadikan zat pewarna dan daunnya dapat pula digunakan untuk campuran sayur. Menurut (Tambunan, 2014) menjelaskan bahwa tanaman penghasilnya disebut dengan nama sama bawang merah digunakan sejak zaman dahulu sebagai obat mencegah atau menyembuhkan berbagai penyakit. Meski sudah dikenal pada zaman dahulu kala bawang merah bukan berasal dari Indonesia, tanaman bawang merah berasal dari asia tengah, terutama disekitaran palestina dan india. tanaman bawang merah merupakan tanaman tertua dari budidaya tanaman lainnya. Hal ini dibuktikan 3200-2700 sebelum masehi sementara bawang merah di Israel tanaman bawang merah diperkirakan telah dikenal sejak tahun 1500 sebelum masehi.

2.2 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen dan penjual bawang merah di pasar dalam melakukan promosi, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan sesuai produk yang dipasarkan.

Biasanya mereka melibatkan masyarakat setempat untuk menjual hasil Bawang merah. selain itu dengan adanya pemasaran juga sangat membantu konsumen. Jadi mereka akan lebih muda menemukan produk yang sesuai apa yang akan mereka butuhkan ketika pemasaran sesuai dengan targetnya. Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran (Boyd, 2000).

Pemasaran menurut Stanton (1996) adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukan untuk merencanakan menentukan harga mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli. Pemasaran merupakan suatu mata rantai dalam kegiatan pertanian.

Pemasaran merupakan suatu mata rantai penting dalam kegiatan pertanian Usaha pemasaran dapat berperan dalam pembentukan harga penyerapan produksi. Tumbuhnya industry pertanian dan peningkatan pemasaran (Manadiyanto, dkk, 1996).

Menurut A.H Hanafiah dan A.M Saefuddin, (1998), bahwa Pemasaran hasil pertanian mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran hasil pertanian umumnya terdiri dari produsen (pengusaha/petani bawang merah),pedagang perantara (grosir), pedagang eceran dan konsumen.

2. Kedudukan terpenting dalam pemasaran hasil pertanian terletak pada pedagang pengumpul berfungsi sebagai pengumpul hasil karena daerah produksi terpencar, skala produksi kecil dan produksinya berlangsung musiman.
3. Pada umumnya pedagang pengumpul memberi kredit kepada produsen sebagai jaminan untuk dapat memperoleh sebagai terbesar dari hasil pertanian.
4. Pemasaran hasil pertanian tertentu pada umumnya bersifat musiman, dalam hal ini adalah bawang merah.

2.3 Jenis-Jenis Pemasaran

Menurut Sugiono (2017), bahwa jenis-jenis pemasaran ada dua yaitu:

1. Branding

Produk dan layanan harus memiliki target pasar, dan nama atau merek untuk dikenal adalah bentuk pemasaran yang memiliki fungsi sebagai jangka panjang. Ini sangat untuk membuat produk atau layanan menjadi lebih menarik dan terkenal. Branding sering kali menyertakan nama, slogan, dan logo.

2. Iklan Siaran

Menggunakan radio sebagai media pemasaran adalah salah satu bentuk iklan berbayar yang paling umum. Pemasaran kepelanggan sangat potensial ketika menggunakan radio karena pendengar radio benar-benar mendengarkan apa yang diucapkan oleh penyiarinya. Selain itu, juga bisa menggunakan media TV untuk menjangkau pelanggan secara luas.

2.4 Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran didefinisikan sebagai aktifitas utama dalam menjalankan proses pemasaran. Menurut Armand (2002), lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Dalam melakukan fungsi pemasaran ada empat tipe fungsi pemasaran yaitu :

1. Pengenalan Bawang Merah

Pengenalan menjadi fungsi utama dari sebuah pemasaran yang dilakukan oleh masyarakat. Dengan adanya pemasaran bawang merah akan lebih mudah dikenal oleh pelanggan. Pemasaran harus menunjukkan keunggulan dari bawang merah yang dipasarkan sehingga bisa lebih menarik perhatian dibanding usahatani bawang merah pesaing.

2. Riset

Riset memungkinkan pemasaran untuk mendapatkan informasi yang tepat mengenai pasar target. Beberapa hal yang biasa diriset adalah kepopuleran, usia, jenis kelamin disesuaikan dengan apa yang sesuai dengan target pasarnya.

3. Distribusi

Distribusi yang baik, akan memastikan bahwa bawang merah dapat mudah dipindahkan dari lokasi produksi kepasar luas. Selain itu juga memastikan bahwa bawang merah dapat dengan mudah didapatkan oleh pelanggan. Sebagai pemasar juga harus merencanakan segala sesuatunya seperti armada, keuangan dalam proses distribusi.

4. Layanan Penjualan

Penjualan layanan memang sangat dibutuhkan. Pemasar harus membantu pelanggan setelah mereka membeli produk. Misalnya seperti usahatani bawang merah pelanggan akan merasa kesulitan ketika menemukan masalah pada bawang merah yang telah mereka beli. Tugas pemasaran memastikan dan membantu agar pemasaran bawang merah berjalan semestinya.

2.5 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, penyalur ini secara aktif akan mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli konsumen.

Pemasaran hasil pertanian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan pemasaran suatu produk, kita harus mempertimbangkan kegiatan pemasaran suatu produk, kita harus mempertimbangkan saluran pemasaran yang dapat dipakai untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen.

Menurut Hanifah dan Saefuddin (2006) saluran pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dengan mana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen.

Menurut Kotler (1996) mengemukakan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Sedangkan menurut Swastha (1999) saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen

untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri.

Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangka proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen ke konsumen. Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai kepada konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada.

Menurut Kotler (1996) Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Saluran distribusi langsung

Saluran distribusi langsung, saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara.

2. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara

Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (*one stage channel*).

3. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok

Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh

produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi dua tingkat (*two stage channel*).

4. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara

Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage channel*).

Semakin panjang jarak dan semakin banyak perantara yang terlibat dalam pemasaran. Maka biaya pemasaran semakin tinggi dan margin tataniaga juga semakin besar (Daniel, 2002). Salah satu peran utama saluran pemasaran adalah mengubah pembeli potensial menjadi pelanggan yang menguntungkan. Saluran pemasaran tidak hanya melayani pasar, tetapi mereka juga harus membentuk pasar. Saluran pemasaran berfungsi untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen. Barang yang lebih cepat ke tangan konsumen biasanya mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana.

Hubungan dalam pemindahan, kegiatan perantara pedagang berbeda dengan lembaga lain. Berbagai macam perantara agen, antara lain perusahaan transport, perusahaan pergudangan dan sebagainya adapun lembaga-lembaga yang

termasuk dalam golongan perantara pedagang menurut (Swastha dan Irawan, 2007) adalah :

1. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah orang pribadi maupun badan hukum yang mengumpul dan membeli dari petani kemudian menjual kepada suatu badan usaha.

2. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain dan atau kepada pemakai industri, pemakai yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir.

3. Pedagang Pengecer

Pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi (non bisnis).

2.6 Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan di tingkat konsumen dengan harga yang diterima produsen. Dengan kata lain, margin pemasaran merupakan perbedaan harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat produsen (Rahim dan Diah, 2007).

Menurut Dahl dan Hammond (1975) margin pemasaran adalah perbedaan antara harga ditingkat yang berbeda dalam system pemasaran margin pemasaran adalah perbedaan antara harga ditingkat petani (P_f -) dan harga ditingkat pengecer (P_r). Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan

harga yang diterima petani (Sudiyono, 2001). Secara matematik besarnya margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M = Pr - Pf$$

Dimana:

M : Margin pemasaran (RP)

Pr : Harga di tingkat konsumen

Pf : Harga ditingkat petani produsen

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima petani. Atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi (Sudiyono, 2001).

Margin pemasaran harga merupakan salah satu cara untuk mengetahui tingkat efisiensi suatu pemasaran. Margin pemasaran dapat diketahui dari perhitungan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan lembaga pemasaran yang ikut berperan dalam proses pemasaran. Margin pemasaran dengan kata lain juga dapat diartikan sebagai perbedaan harga yang diterima petani dengan pedagang perantara.

2.7 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran yang menggunakan perbandingan output pemasaran dengan biaya pemasaran pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran dengan mengubah keduanya. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (Sudiyon, 2002).

Menurut Soekartawi (2002), ada beberapa faktor yang dapat dipakai sebagai ukuran efisiensi pemasaran, yaitu:

1. Keuntungan pemasaran
2. Harga yang diterima konsumen
3. Tersedianya fasilitas fisik dan pemasaran
4. Kompetisi pasar

Sistem tataniaga dianggap efisiensi apabila memenuhi dua syarat yaitu : mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut. Yang dimaksud adil dalam hal ini adalah pemberian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai sumbangan masing-masing (Mubyarto, 2001). Berikut rumus menghitung efisiensi pemasaran:

Untuk menghitung efisiensi pemasaran Menurut Soekartawi (2002) untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat digunakan rumus sebagai berikut:

Dimana :

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

BP = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

NP = Total Nilai Produk yang di Pasarkan (RP/Kg)

Jika :

EP yang nilainya < 5 = Paling efisien

EP yang nilainya $5 >$ = Tidak efisien

2.8 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berikut ini akan dibahas penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini berdasarkan penelitian mendekati penelitian ini :

Tabel 2. Penelitian yang terdahulu



No.	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Hasil
1.	Analisis Efesiensi Produksi Usaha Tani Bawang Merahdi Desa Silamulya Kecamatan Anasari	Dwi jaya samudra Suryaman	2015	Bawang merah merupakan salah satu hasil pertanian yang termasuk dalam tiga komunitas strategis di Indonesia. Namun, pada sektor pertanian khususnya produksi bawang merah nasional ternyata masih jauh dari konsep ketahanan nasional untuk bawang merah masih belum dapat tercukupi oleh produksi dalam negeri. Tingginya tingkat konsumsi masyarakat pada bawang merah tersebut, membuat pemerintah membuka kegiatan impor salah satu

				desa di kecamatan Anasari, kabupaten Grebes yaitu desa Sidamulya, menjadi titik perhatian titik peneliti karena desa tersebut memiliki potensi yang sangat tinggi dalam produksi bawang merah
2.	Analisi Usaha Tani Bawang Merah di Desa Sumberkledung Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Bropolinggo	Yudi Hantoro	2014	Bertujuan untuk mengetahui produksi dan pendapatan petani bawang merah metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, faktor-faktor yang memengaruhi bawang merah di desa Sumberkledung kecamatan Tegalsiwalan kabupaten Bropolinggo menggunakan analisis fungsi produksi. Variable yang memengaruhi

				adalah lahan (X1), tenaga kerja (X2) dan kapital, (X3), penggunaan lahan yang mempunyai pengaruh negatif signifikan. Faktor produksi tenaga kerja dan kapital mempunyai pengaruh positif signifikan. Tetapi secara umum skala produksi bawang merah di kecamatan Tegalsiwalan kabupaten Probolinggo tingkat <i>skala decreasing return so scala</i>. Artinya penggunaan berbagai factor produksi tersebut sudah tidak efesien dalam meningkatkan hasil produksi. Berdasarkan pengamatan usahan tani bawang merah di kecamatan Tegalsiwalan kabupaten Probolinggo, jumlah
--	--	--	--	---

				produksi bawang merah sebesar Rp,99,62 Juta/musim per ha. Rata-rata biaya tetap (AFC) setiap musim tanam per ha adalah sebesar Rp,42,21 Juta. Biaya variable adalah Rp,14,73 Juta per ha per musim tanam
3.	Penelitian Tentang Usaha Tani Bawang Merah di Desa Uahan, Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli	I Nengah Sudirta Sasah	2012	Sektor pertanian memegang peran yang sangat strategis dimasa ini mengingat sector pertanian merupakan sector yang dominan dalam penyerapan tenaga kerja. Bawang merah yang dihasilkan oleh petani dan beberapa keuntungan yang didapatkan dalam satu musim tanam. Besarnya penerimaan dan pendapatan petani/musim dalam usaha tani bawang merah

4.	Pengaruh Produksi dan Harga Terhadap Tingkat Pendapatan Petani Bawang Merah (Studi Kasus di Desa Tawangsari Kecamatan Losari Kabupaten Cirebon).	Wunikah	2017	untuk mengetahui pengaruh produksi terhadap tingkat pendapatan petani bawang merah, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap tingkat pendapatan petani bawang merah serta untuk mengetahui pengaruh produksi dan harga terhadap tingkat pendapatan Petani bawang merah di Desa Tawangsari Kecamatan Losari Kabupaten Cirebon.

5.	Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah di Lahan Pasir Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul Yogyakarta	Hayyu Draifi Marla	2016	untuk menganalisis struktur biaya, pendapatan, dan efisiensi usahatani bawang merah di lahan pasir dengan menggunakan 22 petani sampel yang diambil secara sensus di Kecamatan Sanden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen biaya produksi terbesar adalah bibit (48,33%) dan tenaga kerja (15,77%). Rata - rata pendapatan atas biaya tunai usahatani bawang merah di lahan pasir sebesar Rp 7 797 714,77- per 1000 m2 per musim tanam 1 dan pendapatan atas biaya total
----	---	-----------------------	------	---

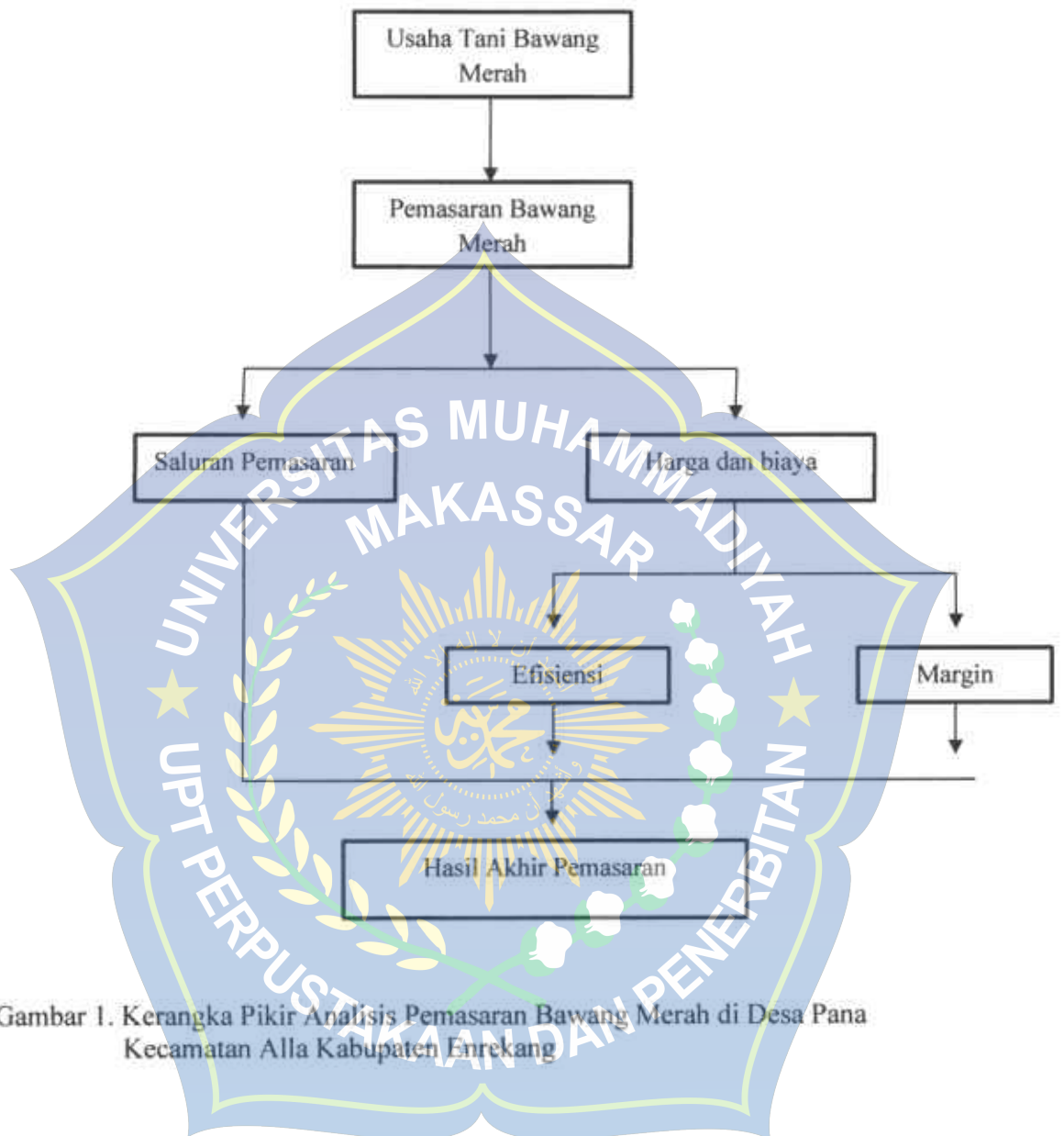
				usahatani bawang merah di lahan pasir sebesar Rp 4 509 947.03- per 1000 m2 per musim tanam 1.Rasio R/C atas biaya tunai sebesar 6.32 dan R/C atas biaya total sebesar 1.95
6.	Analisis Produksi dan Pendapatan Usahatani Bawang Merah 13 Lokal Palu di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi	Sherley Siseraf Pamusu, Max Nur Alam, Sulaeman	2013	untuk mengetahui besar pengaruh luas lahan, benih, pupuk dan tenaga kerja terhadap produksi bawang merah lokal Palu di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi dan besar pendapatan usahatani bawang merah lokal Palu di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden atau 13,82% dari 217 KK yang berusahatani

				bawang merah lokal Palu dengan menggunakan sampel acak sederhana (Simple Random Sampling). Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan (bersama - sama) faktor luas lahan (X1), benih (X2), pupuk (X3) dan tenaga kerja (X4) berpengaruh sangat nyata terhadap produksi usahatani Bawang Merah Lokal Palu, dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel} (299,354 > 2,76)$ pada tingkat $\alpha 5\%$
7.	Identifikasi Permasalahan dan Analisis Usahatani Bawang Merah di Dataran Tinggi Pada Musim Hujan di Kabupaten Majalengka	Basuki Rs	2014	untuk melakukan identifikasi permasalahan dan analisis usahatani bawang merah di musim hujan di dataran tinggi khususnya di Kabupaten Majalengka

8.	Analisis Usahatani Bawang Merah di Desa Sumber Kledung Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Probolinggo”	Yudi Hantoro dkk	2014	untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi produksi bawang merah dan menganalisispenda patan usahatani bawang merah di Desa Sumberkledung Kecamatan Tegalsiwalan 10 Kabupaten Probolinggo
9.	Mengenai Analisis dan Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga Bawang Merah dan Peramalanya di Pasar Induk Kramatjati (PIKJ)	Stato	2007	Pola fluktuasi bawang merah mengikuti suatu trend yang meningkat

2.9 Kerangka Fikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini dimulai dari bawang merah yang diproduksi oleh petani sehingga menghasilkan bawang merah yang berkualitas yang kemudian nantinya akan dipasarkan melalui beberapa saluran yang akan mempermudah dan memperjelas tahapan pemasaran bawang merah yang diproduksi oleh petani. Untuk proses saluran pemasaran bawang merah di pasarkan melalui beberapa saluran yang dimana akan dipasarkan melalui konsumen langsung dan adapula yang dijual kepedagang pengumpul kemudian dijual lagi kepedagang besar dan disalurkan lagi kepedagang pengecer kemudian sampai di tangan konsumen, yang nantinya akan digunakan sebagai bahan analisis. Dalam sistem pemasaran bawang merah yang didalamnya mempunyai beberapa saluran pemasaran.



Gambar 1. Kerangka Pikir Analisis Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut memiliki peluang pemasaran bawang merah karena merupakan salah satu daerah yang melakukan penjualan bawang merah baik dari skala lokal maupun regional. Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan November sampai Juli 2021.

3.2 Teknik Penentuan Sampel

Adapun penentuan responden pada saluran dan margin pemasaran bawang merah dilakukan sebagai berikut :

1. Petani

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Dan individu tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat juga disebut orang-orang, institut-institut, benda-benda, dst. (Djawranto 1994:420). Populasi dalam penelitian ini adalah petani bawang merah yang ada di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang yaitu sebanyak 323 orang dengan mengambil sampel sebanyak 10% dari jumlah populasi sehingga sampel menjadi 32 orang. Hal ini sesuai dengan Arikunto (2008) yang mengatakan bahwa dalam pengambilan sampel apabila sampel kurang dari 100 maka diambil semua. Jika jumlah populasinya besar dapat diambil 10%, 15%, sampai 20%. Maka akan

ditentukan sampel sebesar 10% dari jumlah populasi sehingga diperoleh sebesar 32 orang sebagai sampel untuk petani dan juga pedagang dapat menggunakan teknik. Maka akan ditentukan sampel sebesar 10% dari jumlah populasi sehingga diperoleh sebesar 32 orang sebagai sampel untuk petani dan juga pedagang dapat menggunakan tehnik *Snowball sampling* yaitu suatu pendekatan untuk menemukan informan-informan kunci yang memiliki banyak informasi. Kontak awal akan membantu mendapatkan responden lainnya melalui rekomendasi.

2. Pedagang

Pedagang pada penelitian ini yaitu terdiri dari beberapa pedagang yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer. Alasannya karena para petani jika sudah melakukan panen, hasil panen tersebut akan di kumpulkan dan kemudian para pedagang datang membelinya. Metode yang dilakukan yaitu metode *snowball sampling*.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini adalah Data kualitatif dan kuantitatif yaitu:

1. Data kualitatif adalah data yang dideskripsinya luas serta memuat penjelasan tentang proses terjadinya dalam lingkup penelitian. Pada penelitian ini, jenis data kualitatif berupa penjelasan tentang kegiatan saluran pemasaran dalam sistem pemasaran yang dilakukan antara petani – pedagang pengecer, petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – konsumen.
2. Data kuantitatif adalah data yang bentuk angka atau bilangan diperoleh dari hasil analisis. Pada penelitian ini, jenis data kuantitatif yaitu berupa data tentang

analisi margin atau keuntungan, efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran dalam sistem pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang.

Sumber data dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder yaitu:

1. Data Primer adalah data yang diterima dari hasil wawancara dengan responden berupa dengan nama, umur, luas lahan, tanggungan keluarga, jumlah produksi, biaya produksi, harga jual, serta pengalaman usaha tani. Hasil wawancara dengan para pedagang berupa data nama, total biaya, saluran pemasaran harga jual, dan pengalaman usaha tani.
2. Data sekunder adalah data produksi bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang. Data ini diperoleh dari dari BPS Kabupaten Enrekang, dari kantor pemerintahan setempat, dan jurnal yang dapat melengkapi data primer.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data propogitive sebagai berikut:

1. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap keadaan lokasi penelitian dan peneliti ikut serta secara langsung terjun kelapangan. Ad apun hal yang diamati yaitu kondisi tempat penelitian, lokasi penelitian, serta melihat peran pada setiap saluran pemasaran terutama yang berhubungan dengan Bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang.

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan proses interaksi antara pewawancara dengan sumber informasi atau orang yang ingin diwawancarai melalui komunikasi secara langsung. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan secara lisan dengan ketemu secara langsung dengan para responden di tiap saluran untuk mendapatkan informasi mengenai jumlah produksi, harga jual/beli, serta total biaya untuk dapat menghitung margin dan efisiensi pemasaran.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian yang dilakukan ini berupa arsip foto yang digunakan sebagai bukti bahwa penelitian telah dilakukan atau pernah melakukan penelitian di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Kualitatif dan kuantitatif.

1. Saluran Pemasaran

Analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan variable-variabel saluran pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang dan kuantitatif pada margin pemasaran.

2. Margin Pemasaran

Untuk mengetahui analisis margin pada setiap tingkat pemasaran digunakan rumus sebagai berikut:

$$M = Pr - Pf$$

Dimana :

Mp = Margin pemasaran bawang merah

Pr = Harga Bawang merah tingkat konsumen

Pf = Harga Bawang merah ditingkat produsen

3. Efisiensi Pemasaran

Untuk menghitung efisiensi pemasaran Menurut Soekartawi (2002) dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$EP = BP - NP$$

Dimana :

EP = Efisiensi pemasaran (%)

BP = Total biaya pemasaran (Rp/Kg)

NP = Total Nilai Produk Yang Di Pasarkan (Rp/Kg)

Jika :

EP Yang nilainya < 5 = Paling efisien

EP Yang nilainya $5 >$ = Tidak efisien

3.6 Definisi Operasional

1. Margin pemasaran adalah selisih harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen
2. Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, penyalur ini secara aktif akan mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli konsumen.

3. Efisiensi pemasaran adalah presentasi yang digunakan untuk menentukan tingkat efisien saluran pemasaran bawang merah yang diperoleh dari total biaya penjualan dengan nilai penjualan bawang merah.
4. Pedagang besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain dan atau kepada pemakai industry, pemakai yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir.
5. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang ada di Desa Pana Kecamatan Alla yang menjual komoditi bawang merah ke pedagang besar.
6. Pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi (non bisnis).
7. Konsumen adalah seseorang yang membeli bawang merah dari petani, pedang pengecer, pedagang besar maupun pedagang pengumpul. yang digunakan untuk keperluan sehari-hari sebagai bumbu masak.

IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Keadaan Geografis dan Topografi

Kecamatan Alla terdiri dari 5 Desa dan 3 Kelurahan. Luas kecamatan ini adalah 34,66 km². Desa yang memiliki wilayah terluas adalah kelurahan kalosi sekitar 5,08 km² dan desa/kelurahan terkecil adalah kelurahan buntu sugi yaitu 2,93 km². Kecamatan Alla merupakan satu diantara 13 kecamatan yang ada di Kabupaten Enrekang, terletak di ujung selatan. Kecamatan Alla berbatasan dengan:

- Utara : Berbatasan dengan Desa Salubarani
- Timur : Berbatasan dengan Desa Sangtempe
- Selatan : Berbatasan dengan Desa Matua
- Barat : Berbatasan dengan Desa Lumbaja

Jumlah penduduk di kecamatan Alla sebanyak 21.974 jiwa, dengan kepadatan 633,99 jiwa/km². Desa yang memiliki jumlah penduduk paling banyak yaitu kelurahan Kambiolangi sebanyak 5.345 jiwa. Sebaliknya, Desa Mata Allo merupakan desa yang jumlah penduduknya paling sedikit yaitu sebanyak 1.204 jiwa. Wilayah yang memiliki kelurahan Kambiolangi yang mencapai 1.527,1 jiwa/km² mengingat jumlah penduduknya yang banyak, namun luas wilayahnya kecil. Sedangkan yang paling rendah adalah Desa Bolang yakni sebanyak 245,6 jiwa/km².

4.2 Keadaan Demografis

4.2.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah penduduk Desa Pana adalah 2.390 jiwa dengan jumlah kepala keluarga 638 KK termasuk jumlah yang besar bagi ukuran suatu desa. Penduduk yang jumlahnya besar akan menjadi satu kekuatan/potensi pembangunan bilamana memiliki kompetensi sumberdaya manusia. Komposisi perbandingan jumlah laki-laki dan perempuan di Desa Pana hampir seimbang. Jumlah penduduk, kepadatan penduduk dan persebaran, serta struktur penduduk merupakan aspek penting yang berkaitan dengan kependudukan.

Tabel 3. Jumlah Penduduk di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No	Nama Dusun	Jumlah Jiwa			Kepala Keluarga	Persentase (%)
		L	P	Total		
1	Pana	242	230	472	146	19,74
2	Waibutu	297	286	583	164	24,39
3	Salubarani	240	220	460	120	19,24
4	Pangrara	116	82	198	43	8,28
5	Banca/	157	136	293	71	12,25
6	Sarassa	186	198	384	94	16,06
Jumlah		1.238	1.152	2.390	638	100

Sumber: TIM Penyusun RPJM Desa Pana.

a. Pertumbuhan Penduduk

Pertumbuhan penduduk yang tidak stabil setiap tahun, di satu sisi menjadi beban pembangunan karena ruang gerak untuk produktivitas masyarakat makin rendah, apalagi jika tidak diikuti peningkatan pendidikan yang dapat menciptakan lapangan kerja. Pertumbuhan penduduk tidak selamanya membawa dampak negatif, tapi juga dampak positif jika dapat diberdayakan secara baik untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Jumlah penduduk yang mendiami Desa Pana dari hasil pendapatan tiga tahun terakhir adalah tahun 2017 berjumlah 2.443 jiwa, tahun 2018 berjumlah 2.468 jiwa, pada tahun 2019 berjumlah 2.425 jiwa dan pada awal tahun 2020 berjumlah 2.390 jiwa. Berdasarkan pendataan tiga tahun terakhir cenderung stabil, karena dari tingkat kelahiran dan perpindahan dan angka kematian serta jumlah penduduk yang masuk lebih sedikit dibanding yang pindah.

b. Kepadatan dan Sebaran Penduduk

Persebaran penduduk di Desa Pana termasuk yang tertinggi diantara kelurahan/desa di Kecamatan Alla. Jumlah penduduk setiap dusun mengalami perbedaan yang relatif merata. Tingkat kepadatan tertinggi berada pada dusun Waibutu sebanyak 583 jiwa atau 24,39% dan kepadatan penduduk terendah berada di dusun Talise dengan jumlah 198 jiwa atau 16,06 % disebabkan karena luas setiap dusun berbeda-beda sehingga kepadatan penduduk juga berbeda. Kepadatan penduduk sangat berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan rakyat, dan menjadi salah satu indikator lambat tidaknya perkembangan suatu daerah.

c. Struktur Penduduk Menurut Kelompok Umur

Berikut pembagian struktur penduduk Desa Pana menurut kelompok umur. Rasio jenis kelamin penduduk Desa Pana menunjukkan bahwa penduduk laki-laki relatif lebih banyak dari penduduk perempuan.

Tabel 4. Data Penduduk Menurut Kelompok Umur di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	0 – 5	217	9,07
2	6 – 10	178	7,44
3	11 – 18	393	16,44
4	19 – 44	938	39,24
5	45 – 59	406	16,98
6	60 – 69	149	6,23
7	> 70	109	4,56
Total		2.390	100

Sumber: TIM Penyusun RPJM Desa Pana.

Tabel 4 menunjukkan bahwa 32,95% penduduk Desa Pana berada di bawah umur 18 tahun, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Desa Pana berada pada kelompok usia muda, dan 56,22% penduduk Desa Bontongan berada di usia 19-44 sampai 45-59 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk Desa Pana masih berada pada kelompok penduduk produktif yang sudah mampu berfikir dengan baik, telah memiliki pengalaman kerja dan ilmu yang cukup. Pada umur 60-69 dan >70 tahun dapat di kategorikan sebagai usia kurang produktif dikarenakan kondisi fisik mulai berkurang (tenaga dan fikiran).

4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencapaian

Mata pencapaian adalah pekerjaan yang menjadi pokok penghidupan bagi setiap individu. Namun mata pencapaian setiap penduduk berbeda-beda disebabkan karena keadaan alam dan kondisi lingkungan tempat tinggal. Mata pencapaian penduduk Desa Pana pada umumnya adalah Petani, Pegawai Negeri Sipil, dan Pedagang. Untuk lebih jelasnya mengenai mata pencapaian penduduk Desa Pana dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 5. Keadaan Penduduk Desa Pana Berdasarkan Mata Pencapaian, di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No	Mata Pencapaian	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	PNS/POLRI	84	7,78
2	Petani	814	75,44
3	Bidan/Perawat	17	1,57
4	Pegawai Swasta	9	0,83
5	Buruh Bangunan/Tani	90	8,34
6	Tenaga Honorer	17	1,57
7	Pembengkelan	6	0,55
8	Wiraswasta/Pedagang	19	1,76
9	Peternak	12	1,11
10	Sopir Angkutan Umum	11	1,01
Total		1.079	100

Sumber: TIM Penyusun RPJM Desa Pana.

Tabel 5 menunjukkan bahwa mayoritas pekerjaan masyarakat Desa Pana adalah bermata pencapaian petani yaitu sebanyak 814 jiwa dengan persentase 75,44% disini dapat kita lihat bahwa masyarakat di desa Pana dominan masih menggunakan sumber daya alam demi memenuhi kebutuhan hidup.

4.2.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan sangat penting bagi setiap individu karena tidak hanya memberi kita pengetahuan akan tetapi mengajarkan kita sopan santun dan hal-hal yang benar serta pendidikan juga mampu meningkatkan tingkat perekonomian. Dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka akan mendongkrak kapasitas masyarakat itu sendiri. Oleh karena itu pendidikan bertujuan mempersiapkan masyarakat baru yang ideal dalam membangun Desa Pana kedepannya.

Tabel 6. Keadaan Penduduk Berdasarkan Data Pendidikan Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	Tamat SD	229	10,69
2	Tamat SMP	275	12,84
3	Tamat SMA	518	24,19
4	SARJANA (D3,S1,S2,S3)	387	18,07
5	Pelajar SD	217	10,13
6	Pelajar SMP	144	6,72
7	Pelajar SMA	135	6,30
8	Kuliah	174	8,12
9	Taman Kanak-Kanak	69	2,89
TOTAL		2.141	100

Sumber: TIM Penyusun RPJM Desa Pana.

Tabel 6 menunjukan tingkat pendidikan masyarakat Desa Pana sudah baik. Pendidikan masyarakat yang sudah mencapai sarjana baik S1, S2, dan S3 berjumlah 387 dengan persentase 18,07% dan tingkat pendidikan paling tinggi tingkat

pendidikan tamat SMA dengan jumlah 518 dengan persentase 24,19%. Pendidikan yang tinggi akan mempengaruhi cara berpikir yang baik untuk bagaimana meningkatkan kesejahteraan.

4.2.4 Kondisi Pertanian Desa Pana

a. Pertanian dan Perkebunan

Desa Pana memiliki potensi yang cukup produktif pada sumber daya alamnya dengan komoditi pertanian dan perkebunan seperti Bawang Merah, Kubis, Kopi, Cengkeh, Tomat, Cabai Rawit, kondisi perkebunan Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Keadaan Pertanian dan Perkebunan Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No	Jenis Pertanian dan Perkebunan	Laus Lahan (Ha)	Produksi (ton)	Presentase (%)
1.	Bawang merah	20	364,341	55,83
2.	Kubis	15	5,502	0,84
3.	Kopi	89	181,022	27,74
4.	Cengkeh	53	16,228	2,48
5.	Tomat	38	11,884	1,82
6.	Cabai rawit	63	73,568	11,27
	Total	278	652,543	100

Sumber: TIM Penyusun RPJM Desa Pana.

Tabel 10 dapat dilihat bahwa komoditas pertanian dan perkebunan yang banyak diusahakan di desa pana, produksi yang paling banyak adalah bawang merah 364,341 ton atau sekitar 55,83%, kopi dengan jumlah produksi sebesar 181,022 ton atau 27,74%, cengkeh dengan jumlah produksi sebesar 16,228 ton atau 2,48%, tomat dengan jumlah produksi sebesar 11,884 ton atau sekitar 1,82%, cabai rawit dengan jumlah produksi sebesar 73,568 ton atau 11,27%, dan jumlah produksi yang paling sedikit adalah kubis sebesar 5,502 ton atau sekitar 084%.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden Petani

Identitas responden dalam penelitian ini adalah yang tergolong kedalam distribusi pemasaran akan diuraikan seperti keadaan penduduk baik dari segi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman dalam memasarkan hasil pertanian khususnya komoditi bawang merah diuraikan sebagai berikut

5.1.1 Umur Responden Petani

Umur merupakan salah satu faktor yang berhubungan dengan kemampuan kerja petani dalam melakukan kegiatan usahatani, petani yang bekerja diusia produktif akan lebih maksimal dibandingkan usia non produktif. Selain itu, umur juga dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk melihat aktivitas petani dalam bekerja (Hasyim, 2006).

Umur petani responden dibedakan menjadi dua kelompok yaitu penduduk usia produktif dan penduduk usia non produktif. Secara harafiah umur sebagai usia kelahiran seseorang, yang ditandai dengan denyutan nadi sampai kemampuan fisiknya dalam bekerja dan berpikir. Umur merupakan salah satu titik tolak ukur menyerap dan bertindak secara cepat dan produktif.

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa komposisi umur responden petani di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang bervariasi mulai dari 22 sampai 71 tahun. Tingkatan umur disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 8. Umur Responden Petani Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla, Tahun 2020

No.	Umur Responden (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	22-29	6	18,75
2	30-37	7	21,88
3	38-45	6	18,75
4	46-53	9	28,13
5	54-71	4	12,5
Jumlah		32	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 8 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang berada pada kelompok umur 46-53 tahun, dengan jumlah sebanyak 9 orang dengan persentase 28,13%, sedangkan jumlah responden yang paling sedikit yaitu usia 54-71 tahun dengan jumlah sebanyak 4 orang dengan persentase 12,5%, sementara jumlah responden yang sama pada usia 22-29 dan 38-45 memiliki jumlah orang yang sama sebanyak 6 orang dengan persentase 18,75%, kemudian jumlah responden yang berada pada usia 30-37 tahun sebanyak 7 orang dengan jumlah persentase 21,88%.

Berdasarkan teori Hasyim (2006) bahwa umur petani yang ada di Desa Pana Kecamatan Alla memiliki usia produktif untuk melakukan usahatani bawang merah dimana rata-rata usia responden 45-53 tahun.

5.1.2 Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan petani responden merupakan salah satu faktor penting karena pendidikan umumnya dapat mempengaruhi kemampuan petani dalam mengelola usahatannya. Pendidikan responden petani yang tinggi dapat membantu petani untuk menyerap teknologi, membantu kelancaran berkomunikasi dengan petugas

penyuluhan lapangan (PPL) dalam menerima petunjuk atau arahan mengenai usahatani dan memengaruhi pengambilan keputusan dalam usahatani dan pemasaran yang dihasilkan. Tabel 8 menjelaskan tingkat pendidikan petani yang membudidayakan tanaman bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla.

Tabel 9. Tingkat Pendidikan Petani di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No.	Pendidikan Responden	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Tidak Sekolah	2	6,25
2	SD	8	25
3	SMP	11	34,38
4	SMA	11	34,38
	Jumlah	32	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 9 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang beragam dari SD, SMP dan SMA. Jumlah responden terbanyak 34,38% dan kemudian untuk jumlah pendidikan terendah yaitu pada tingkat pendidikan SD yang terdiri atas 8 orang dengan persentase 25% kemudian yang tidak sekolah dengan jumlah responden 2 orang dengan presentase 6,25%.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa petani di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang kebanyakan tamatan SMA dan SMP, ini menunjukkan bahwa petani responden akan mampu mengatasi/menangani perubahan-perubahan yang dapat menimpa usaha taninya. Walaupun hanya tamatan SD, para petani mampu bertani bawang merah dengan produksi yang cukup banyak, dikarenakan para petani bawang merah sudah lama mendapatkan keterampilan dengan

mengikuti pelatihan dan saling berbagi pengalaman dari petani-petani lainnya ataupun dari orangtua yang sudah lama mengetahui cara bertani bawang merah.

5.1.3 Pengalaman Responden

Pengalaman merupakan faktor yang berperan dalam pengambilan keputusan. Pengalaman mempunyai pengaruh dalam melakukan pemeliharaan lingkungan, dan pengalaman juga memengaruhi petani dalam menjalankan kegiatan usahanya. Petani yang sudah lama berusahatani memiliki tingkat pengetahuan, pengalaman dan keterampilan yang tinggi dalam menjalankan atau menghadapi masalah yang muncul dalam usahanya.

Pengalaman berusahatani dapat diartikan sebagai sesuatu yang pernah dijalani, dirasakan dan ditanggung oleh petani dalam kegiatan usahatani. Keputusan petani yang diambil dalam menjalankan kegiatan usahatani lebih banyak mempergunakan pengalaman, baik yang berasal dari dirinya maupun pengalaman petani lain. Pengalaman berusahatani di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang yang paling lama pasti memberi dampak kepada yang baru berusahatani.

Lama berusahatani merupakan sebuah indikator yang secara tidak langsung turut mendukung keberhasilan berusahatani. Petani yang telah berpengalaman dan didukung oleh sarana produksi yang lengkap dan lebih mampu meningkatkan produktivitas jika dibandingkan dengan petani yang baru memulai usahatannya.

Tabel 10. Pengalaman Responden Petani di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No.	Pengalaman Usahatani (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	4-13	6	18,75
2	14-23	6	18,75
3	24-33	12	37,50
4	34-43	8	25,00
Jumlah		32	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 10 di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang memiliki pengalaman usahatani yang beragam. Pengalaman usahatani 4-13 tahun terdapat 6 orang dengan persentase 18,75%, pengalaman usahatani 14-23 tahun terdiri atas 6 orang dengan persentase 18,75%, pengalaman usahatani 24-33 tahun terdiri dari 12 orang dengan persentase 37,50%, dan jumlah terbanyak pengalaman usaha tani 34-43 tahun terdapat 8 orang dengan presentase 25,00%.

5.1.4 Jumlah Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga merupakan tunjangan terhadap dua atau lebih individu yang idup dalam satu rumah tangga karena berhubungan darah, perkawinan, atau adopsi. Besarnya tanggungan keluarga dapat menunjang pemasaran bawang merah oleh petani di lapangan. Komposisi tanggungan keluarga responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 11. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden di Desa Pana Kecamatan AllaKabupaten Enrekang

No.	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	1 – 2	8	25,00
2	3 – 4	18	56,25
3	5 – 6	6	18,75
Jumlah		32	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa tanggungan keluarga 1-2 orang memiliki jumlah 8 orang dengan persentase 25,0%, tanggungan keluarga 3-4 memiliki jumlah sebanyak 18 yang merupakan jumlah terbanyak orang dengan persentase 56,25% dan tanggungan dengan 5-6 memiliki jumlah sebanyak 6 orang dengan persentase 18,75%.

Mereka saling berinteraksi satu dengan yang lainnya, mempunyai peran masing-masing dan menciptakan serta mempertahankan suatu budaya dan menambah motivasi dalam pemasaran bawang merah. Keadaan demikian sangat berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan keluarga dan untuk meningkatkan produksi dalam memenuhi kebutuhannya, sehingga petani berusaha untuk menambah pendapatan melalui usahatani bersama keluarganya.

5.2 Identitas Responden Pedagang Pengumpul

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan responden dapat diketahui identitas responden pedagang pengumpul bawang merah sebagai berikut:

5.2.1 Umur Responden Pedagang Pengumpul

Umur merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam melakukan sebuah aktivitas pekerjaan. Umur berkaitan erat dengan kekuatan fisik seseorang dan cara berfikir dalam mengambil sebuah keputusan. Adapun umur responden pedagang pengumpul dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Umur Responden Pedagang Pengumpul

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	51	1	50
2	45	1	50
Jumlah		2	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat bahwa umur responden pedagang pengumpul yaitu 51 dan 45 tahun hal ini menunjukk bahwa umur responden termasuk usia produktif untuk melakukan aktivitas maupun dalam mngambil sebah keputusan.

5.2.2 Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga adalah banyaknya jumlah orang yang menjadi tanggungan bagian seorang dalam sebuah keluarga. Banyaknya tanggungan keluarga akan mendorong seseorang untuk melakukan banyak aktivitas dalam mencari dan menambah pendapatan keluarga (Mandang, 2020). Adapun tanggungan keluarga pedagang pengumpul dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Tanggungan Keluarga Respondem Pedagang Pengumpul

No	Tanggungan Keluarga	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	4	1	50
2	5	1	50
Jumlah		2	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 13 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga responden pedagang pengumpul sebanyak 4 dan 5 orang dengan presentase masing-masing sebesar 50%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa tanggungan keluarga responden sangat mempengaruhi kinerja kepala keluarga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

5.2.3 Pengalaman Usaha Pedagang Pengumpul

Pengalaman usaha adalah lamanya waktu yang telah ditempuh seseorang dalam selama melakukan usaha. Dimana semakin lama seseorang melakukan usaha maka semakin banyak pengalaman yang dimiliki. Adapun pengalam pedagang pengumpul dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14. Pengalaman Usaha Responden Pedagang Pengumpul di Desa Kecamatan Pana Alla Kabupaten Enrekang

No	Pengalaman Usaha	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
1	23	1	50
2	20	1	50
Jumlah		2	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 14 pengalaman usaha responden pedagang pengumpul memiliki pengalaman yang usaha yang terbilang lama yaitu 23 dan 20 tahun sehingga responden sudah mampu mengatasi segala masalah yang menimpa usaha dan mampu menjalankan usahanya dengan baik.

5.3 Identitas Responden Pedagang Besar

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan responden dapat diketahui identitas responden pedagang pengumpul bawang merah sebagai berikut:

5.2.4 Umur Responden Pedagang Besar

Umur merupakan faktor yang berhubungan dengan kemampuan seseorang untuk melakukan kegiatan usaha berdagang. Adapun umur responden pedagang besar sebagai berikut:

Tabel 15. Umur Responden Pedagang Besar

No	Umur	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	47	1	50
2	46	1	50
Jumlah		2	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 15 umur responden pedagang besar dalam penelitian ini di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang dalam hal ini responden memiliki umur yang produktif untuk melakukan aktivitas usaha berdagang bawang merah.

5.2.5 Tanggungan Keluarga Responden Pedagang Besar

Tanggungan keluarga adalah anggota keluarga yang menjadi beban hidup bagi responden. Dimana anggota keluarga dapat membantu kepala keluarga untuk bekerja dalam hal ini berfungsi sebagai tenaga kerja. Adapun jumlah tanggungan keluarga sebagai berikut:

Tabel 16. Tanggungan Keluarga Responden Pedagang Besar

No	Tanggungan Keluarga	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	3	1	50
2	4	1	50
Jumlah		2	100

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 16 tanggungan keluarga responden pedagang besar memiliki tanggungan keluarga sebanyak 3 orang dengan persentase 50% dan yang jumlah tanggungananya sebanyak 4 orang dengan persentase 50%.

5.2.6 Pengalaman Usaha Responden Pedagang Besar

Pengalaman merupakan salah satu hal yang sangat menunjang keberhasilan dalam melakukan usaha. Semakin lama seseorang melakukan usaha maka semakin banyak pengalaman seseorang. Adapun pengalaman usaha responden pedagang besar sebagai berikut:

Tabel 17. Pengalaman Usaha Responden Pedagang Besar

No	Pengalaman Usaha	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
1	19	1	50
2	20	1	50
Jumlah		2	100

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 17 dapat dilihat bahwa pengalaman usaha responden pedagang besar di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang memiliki pengalaman yang lumayan lama sehingga responden memiliki pengetahuan yang lebih luas terkait dengan pemasaran bawang merah

5.3 Idenitas Responden Pedagang Pengecer

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan responden dapat diketahui identitas responden pedagng pengecer sebagai berikut:

5.3.1 Umur Responden Pedagang Pengecer

Umur adalah salah satu hal yang sangat berpengaruh terhadap aktivitas seseorang dalam melakukan usaha. Semakin muda umur maka semakin kuat tenaga fisik yang dimiliki seseorang dalam melakukan aktivitas dibandingkan yang berumur tua. Adapun umur responden pedagang pengecer dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 18. Umur Responden Pedagang Pengecer

No	Umur	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	42	1	50
2	42	1	50
Jumlah		2	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 18 dapat dilihat bahwa umur responden pedagang pengecer masih produktif untuk melakukan aktivitas usaha berdagang bawang merah.

5.3.2 Tanggungan Keluarga Responden Pedagang Pengecer

Banyaknya tanggungan keluarga akan membuat responden atau kepala keluarga melakukan aktivitas yang bisa memenuhi kebutuhan keluarganya. Adapun jumlah tanggungan keluarga responden pedagang pengecer dapat dilihat jumlah tanggungan keluarga pedagang pengecer sebanyak 5 tanggungan sebanyak 2 orang yaitu 100%.

5.3.3 Pengalaman Usaha Responden Pedagang Pengecer

Pengalaman adalah sesuatu yang pernah dijalani selama melakukan kegiatan usaha berdagang dengan mengerahkan segala tenaga, pikiran untuk memperoleh keuntungan dalam memasarkan bawang merah. Adapun pengalaman usaha responden pedagang pengecer dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 19. Pengalaman Usaha Responden Pedagang Pengecer

No	Pengalaman Usaha tani	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
1	25	1	50
2	34	1	50
Jumlah		2	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 19 dapat dilihat bahwa responden pedagang pengecer memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun dalam hal responden telah melewati berbagai pengalaman dalam berdagang bawang merah, sehingga responden memiliki pengalaman yang lumayan banyak dalam menjalankan usahanya.

5.3.4 Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

Pemasaran bawang merah merupakan kegiatan penyampaian komoditi bawang merah dari petani ke konsumen dengan tujuan mendapatkan nilai uang sebagai hasil komoditinya. Pemasaran bawang merah dilakukan petani setelah melalui penjemuran dengan pengeringan selama satu minggu atau lebih tergantung cuaca. Penjemuran bawang merah tidak boleh terlalu lama di bawah terik matahari, hanya dapat dijemur sekitar kurang lebih 2 jam menggunakan terpal lalu dilakukan penyimpanan dengan cara digantung atau diletakkan diatas rak-rak.

Sistem pengambilan bawang merah yang dilakukan para pedagang di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang terdapat 2 saluran, pada saluran pertama pedagang pengecer mendatangi langsung responden dengan menggunakan kendaraan seperti motor karena pengambilan bawang merah dengan skali kecil atau sedikit sehingga pedagang pengecer biasanya mengambil bawang dengan menggunakan motor kemudian pedagang pengecer memasarkan langsung kepasar sudu. Pada saluran kedua melalui perantara pedagang pengumpul dan pedagang besar yang ada di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang pedagang pengumpul membeli bawang merah kepada petani dengan harga yang telah ditentukan kemudian sistem pengambilan bawang merah kepetani menggunakan mobil pick up kenapa tidak menggunakan truk karena jalan menuju pengambilan bawang merah tidak dapat dilalui mobil truk karena jalan pada desa pana sangat kecil sehingga harus menggunakan pick up setelah bawang merah sudah terkumpul kepedagang pengumpul kemudian pedagang besar mengambil bawang merah di

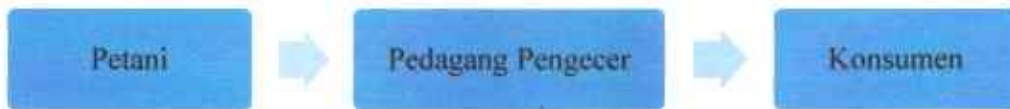
desa pana untuk mendistribusikan seluruh kabupaten enrekang dan kota makassar seperti pasar sentral enrekang, pasar belajen, pasar baraka.

5.4 Saluran Pemasaran Bawang Merah

Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga ke lembaga pemasaran lainnya yang melakukan semua kegiatan perpidahan satu produk dari tangan produsen ketangan konsumen akhir. Aktifitas aliran pemasan bawang merah di desa pan kematan Alla dapat di ketahui dengan cara mengituti arus pemasaran bawang merah tersebut mulai dari tangan petani hingga ketangan konsumen akhir, Dalam aktifitas pemasaran memerlukan peran pedagang perantara atau lembaga pemasaran yang memiliki peranan penting dalam menyalurkan hasil produksi dalam kegiatan pemasaran yang ada di Desa Pana Kecamatan Alla terdiri dari Petani, Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar, Pedagang Pengecer, dan Konsumen Akhir.

Hasil penelitian adalah saluran pemasaran bawang merah memiliki 2 pola saluran pemasaran dan melibatkan lembaga pemasaran yang terdiri atas petani, pedagang pengecer, pedagang pengumpul, pedagang besar dan konsumen. Adanya lembaga pemasaran akan mempengaruhi besar dan kecilnya margin pemasan selisih harga pemasan serta biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam memasarkan bawang merah. Adapun pola saluran pemasaran yang terbentuk sebagai berikut :

5.2.1 Saluran Pemasaran I

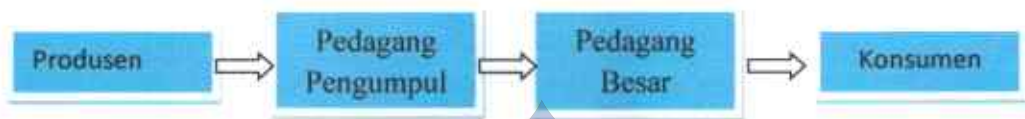


Gambar 2. Saluran Pemasaran I Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

Dari gambar di atas dapat kita lihat bahwa pada saluran pemasaran I melibatkan 2 lembaga yaitu petani Bawang merah dari petani dijual langsung kepada pedagang pengecer untuk sampai ke konsumen akhir. Pada saluran pemasaran ini pedagang pengecer langsung mendatangi Petani di Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang tanpa perantara. Bentuk saluran ini dapat meningkatkan penerimaan petani karena meminimalisir biaya yang dikeluarkan petani bawang merah juga dengan bentuk saluran pemasaran yang membuat petani lebih bisa mendapatkan keuntungan, petani menjual ke pedagang pengecer dengan harga 20.000/kg dan pedagang pengecer menjual kepada konsumen dengan harga 25.000/kg.

Saluran Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang Sudah sejalan dengan penelitian Yudi, Hantoro (2014) yang berjudul Analisis Bawang Merah di Desa Sumberkledung Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Bropolinggo yang dijalankan dari petani – pedagang pengecer – konsumen.

5.2.2 Saluran Pemasaran II



Gambar 3. Saluran Pemasaran bawang merah II di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

Saluran ini melakukan penjualan bawang merah yaitu petani-pedagang pengumpul dan pedagang besar. Dalam hal ini pembelian bawang merah pedagang pengumpul dapat langsung menuju kerumah petani setelah itu bawang merah di salurkan kepedagang besar untuk di jual sampai kepada konsumen di pasar, petani dengan harga 21.000/kg kemudian dijual kepedagang pengumpul dengan harga 22.000/kg dan di jual kepedagang besar dengan harga 23.000/kg.

Saluran Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang sudah sejalan dengan Hayyu Draifi Marla (2016) dengan judul Analisa Pendapatan Usahatani Bawang Merah di Lahan Pasir Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul Yogyakarta, keuntungan serta margin diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh biaya pada saat produksi. Kemudian setelah diperoleh total biaya, maka nilai margin pada saluran II dihitung dengan margin dikurang dengan total biaya, hasil dari margin dikurang total biaya kemudian didapatkan nilai keuntungan pada saluran II.

5.3 Margin Biaya dan Keuntungan Pemasaran Bawang Merah

Pada suatu kegiatan pemasaran suatu barang atau produk margin, biaya dan keuntungan merupakan hal yang sangat berkaitan satu sama lain. Adapun margin, biaya, dan keuntungan pemasaran yang di dapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Margin pemasaran bawang merah merupakan selisih antara harga jual dengan harga beli bawang merah dalam pemasaran bawang merah yang ada di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang. Dalam menghitung margin pemasaran bawang merah pada setiap saluran pemasaran maka harga jual dan harga beli harus diketahui terlebih dahulu. Masing-masing pedagang menggunakan strategi tertentu untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi baik itu pedagang pengumpul maupun pedagang besar maupun pedagang pengecer. Harga yang diterima petani sampai ke tangan konsumen masing-masing saluran tidak sama. Sehingga terjadi perbedaan mulai dari segi harga dan margin pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada Tabel 20 berikut ini:

Tabel 20. Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Bawang Merah Saluran I di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No.	Lembaga Pemasaran	Saluran I (Rp/Kg)
1.	Petani	
	a. Harga Jual	20.000
	a. Biaya Tenaga Kerja	4.24
	a. Biaya Pengemasan	10.34
2.	Pedagang pengecer	
	b. Harga Beli	20.000
	b. Biaya Tenaga Kerja	6
	b. Biaya Transportasi	2.25
	b. Biaya Pengemasan	2.25
	b. Harga Jual	25.000
3.	Konsumen	
	c. Harga Beli	25.000
	Total Biaya	25.08
	Keuntungan	4.974
	Margin	5.000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 20. Pada saluran I dapat dilihat total biaya sebesar Rp. 25.08, total keuntungan sebesar Rp. 4.974, dan total margin sebesar Rp. 5.000 dengan saluran yang di gunakan yaitu petani – pedagang pengecer – konsumen, petani menjual kepada pedagang pengecer degan harga sebesar 20.000/Kg kemudian pedagang pengecer menjual kepada konsumen dengan harga 25.000/Kg, Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang sudah sejalan dengan Hayyu Draifi (2016) dengan judul Analisi Pendapatan Usahatani Bawang Merah di Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul Yogyakarta, untuk saluran I yang dimana

total biaya, keuntungan serta margin yang diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pada biaya produksi, kemudian setelah diperoleh total biaya, hasil dari margin dikurang total biaya kemudian didapatkan nilai keuntungan pada saluran pertama.

Tabel 21. Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin, Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No.	Lembaga Pemasaran	Saluran II (Rp/Kg)
1	Petani	
	a. Harga Jual	21.000
	a. Biaya Tenaga Kerja	4.23
	a. Biaya Transportasi	
	a. Biaya Pengemasan	10.03
2	Pedagang Pengumpul	
	b. Harga Beli	21.000
	b. Biaya Tenaga Kerja	9.5
	b. Biaya Transportasi	9.5
	b. Biaya Pengemasan	
	b. Harga Jual	22.000
3	Pedagang Besar	
	c. Harga Beli	22.000
	c. Biaya Tenaga Kerja	7.7
	c. Biaya Transportasi	10.5
	c. Biaya Pengemasan	
	c. Harga Jual	23.000
4	Konsumen	
	d. Harga Beli	23.000
	Total Biaya	51.46
	Keuntungan	1.948
	Margin	2.000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 21, menunjukkan bahwa pada saluran II yang melibatkan petani, pedagang pengumpul, pedagang besar Saluran pemasaran II Saluran dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang sudah sejalan dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hayyu Daifih (2016) dengan judul Analisa Pendapatan Usahatani Bawang Merah di Kecamatan Sande Kabupaten Bantul Yogyakarta. Keuntungan dan margin diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh biaya pada saat produksi, biaya pada saat pemasaran. Kemudian setelah diperoleh total biaya, maka nilai margin dihitung dengan margin dikurang total biaya, hasil dari margin dikurang total biaya kemudian didapatkanlah nilai keuntungan pada saluran II.

5.5 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah dari pada produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran. Adapun efisiensi pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada Tabel 22 berikut:

Tabel 22. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No.	Saluran Pemasaran	Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Efisiensi (%)	Total Margin
1.	I	25.08	25.000	0,10	5.000
2.	II	51.46	23.000	0,22	2.000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 22. menunjukkan bahwa tingkat efisiensi setiap saluran berbeda-beda yaitu pada pemasaran saluran I sebesar 0,10% saluran pemasaran II sebesar 0.22%.

Menurut Soekartawi, (2002) apabila < dari 5% dikatakan bahwa semakin kecil presentase yang diperoleh, maka kegiatan pemasaran semakin efisien. Efisien yang dimaksud yaitu apabila tujuan yang ingin dicapai oleh petani, lembaga pemasaran, serta konsumen yang mampu menyampaikan hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya yang terjangkau dan mampu memberikan harga yang adil kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan data tersebut pada biaya Rp/Kg pada saluran pertama 25,08 dan biaya Rp/Kg pada saluran kedua sebesar 51,46 karena saluran pertama biaya yang dikeluarkan lebih sedikit dibandingkan pada saluran kedua.

Dari kedua saluran tersebut yang paling efisien adalah saluran I yaitu sebesar 0,10% dimana semakin kecil persentase yang diperoleh maka semakin efisien kegiatan pemasaran.

Efisiensi ini sudah sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dwi Jawa Samudra (2015) dengan judul Analisa Efisiensi Produksi Usahatani Bawang Merah di Desa Silamulya Kecamatan Anasari yang dimana hal ini sesuai dengan bagaimana tingkat efisiensi pemasarannya. Dengan ini sesuai tingkat keefisienan yang semakin kecil maka kegiatan pemasaran yang dilakukan dapat dikatakan efisien.

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang yaitu saluran dan margin pemasaran bawang merah bahwa menggunakan 3 saluran pemasaran yaitu:

1. Saluran pemasaran ada 2 yaitu saluran pemasaran I Petani - Pedagang pengecer - Konsumen, Saluran II Petani - Pedagang Pengumpul - Pedagang Besar.
2. Margin pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang setiap lembaga pemasaran yaitu pada saluran I keuntungan sebesar Rp. 5000/kg, dan margin pada saluran II memperoleh keuntungan sebesar Rp. 2.000/kg.
3. Efisiensi untuk pemasaran bawang merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang saluran I sebesar 0,10% dan saluran pemasaran II sebesar 0,22%, tingkat yang paling efisien pada setiap saluran pemasaran terdapat pada saluran I.

6.2 Saran

Setelah melakukan penelitian di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang diharapkan kepada para petani agar dapat mengubah pola pikir agar hasil dari penjualan bawang merah petani dapat merasakan keuntungan yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2008. *Prosedur Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Karya.
- Basuki, Rs. 2014. *Identifikasi Permasalahan dan Analisis Usahatani Bawang Merah*, Malangke
- Boyd, et all. 2000. *Manajemen Pemasaran; Suatu Pendekatan Strategi dengan Orientasi Global*. Erlangga. Jakarta.
- Dwi Jaya Saputra, Suryaman. 2015. *Analisis Efisiensi Produksi Usahatani Bawang Merah*, Silamulya
- Dahl, D.C dan Hammond. 1975. *Market and Price Analysis The Agricultural Industries*. M.c Graw-Hill, Inc. United State.
- Daniel, Moehar. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Cetakan Pertama. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hanafiah, M. Dan A. Saefuddin. 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Indonesia Universitas Press, Jakarta.
- Hanafiah, A.M. dan A.M. Saefuddin. 1998. *Tataniaga Hasil Pertanian*. Penerbit UI. Jakarta
- Handyoko, A. 2011. *Kontribusi Sector Pertanian Terhadap PDB*. Lembang: BBPP Lembang.
- Hayyu, Draifi, Marla. 2016. *Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah di Lahan Pasir*. Bantul, Yogyakarta.
- I Nengah, Sudirtasasah. 2012. *Penelitian tentang Usaha Tani Bawang merah*. Bangli.
- Ismail, Matondang. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Sepeda Motor Yamaha Terhadap Tindakan Membeli Pada Konsumen*. PT. Alfa Scorpii. Medan
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Control*. PT. prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (terjemahan Jaka Wasana)*. Salemba Empat. Jakarta

- Manadiyanto, Dkk. 1996. Sistem Pemasaran Ikan di Kabupaten Tanag Laut, Kalimantan Selatan. *Jurnal Penelitian Perikanan Indonesia*. Vol. II. No. 3. Jakarta.
- Mubyarto, 2001. *Politik Pertanian dan Pembangunan Pedesaan*. Sinar Harapan, Jakarta.
- Rahim, Abd dan Hastuti Diah Retno Dwi. 2008. *Pengantar Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sherley, Siseraf. 2013. *Analisis Produksi dan Pendapatan Usaha tani Bawang Merah*. Sigi, Palu.
- Stanton, William. 1996. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid Kedua. Edisi Ketujuh. Erlangga: Jakarta.
- Stato. 2007. *Analisis dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga Bawang Merah*. Keramat Jati. Jakarta.
- Sudiyono, Arman. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sudiyono, Arman. 2002. *Pemasaran pertanian*. Edisi 2. Cetakan Kedua. Malang: Unirsitas Muhammadiyah Malang.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Swastha dan Irawan. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta.
- Swastha, Irawan. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Soekartawi. 2002. *Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tambunan, S., Bambang, S., dan eko, H. 2014. *Pengaruh Aplikasi Bahan Organic Segar dan Biochar Terhadap Ketersediaan P dalam Tanah di Lahan Kering Malang Selatan*. Universitas Briwijaya. Jurnal Tanah dan Sumberdaya Lahan.
- Wunikah. 2017. *Pengaruh Produksi dan Harga Terhadap Tingkat Pendapatan Petani Bawang Merah*. Cirebon.
- Yudi Hantoro. 2014. *Analisis Usahatani Bawang Merah*. Probolinggo. Jawa Timur.

L



N

KUESIONER PENELITIAN SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN BAWANG MERAH DI DESA PANA KECAMATAN ALLA KABUPATEN ENREKANG

I. IDENTITAS PEDAGANG PENGUMPUL

1. Nama :
2. Umur :
3. Pekerjaan :
4. Pengalaman Berdagang :
5. Keuntungan :
6. Berapa kali pemasaran dalam 1 tahun :

II. PEMASARAN BAWANG MERAH

No	Bawang Merah	Beli		Jual	
		Jumlah(Kg)	Harga(Rp)	Jumlah(Kg)	Harga(Rp)
1					
2					
3					

III. BIAYA PEMASARAN

No.	Biaya	Jumlah (Kg)	Harga (Rp)
1	Tenaga Kerja		
2	Transportasi		
3	Karung		
4	Karet		
5	Pajak		
6	Timbangan		

KUESIONER UNTUK PEDAGANG BESAR (RESPONDEN)

Tanggal Wawancara :

Desa :

Kecamatan :

Kabupaten :

I.IDENTITAS PEDAGANG BESAR

1. Nama :
2. Umur :
3. Pekerjaan :
4. Pengalaman Berdagang :
5. Keuntungan :
6. Berapa kali pemasaran dalam 1 tahun :

II.PEMASARAN BAWANG MERAH

No	Bawang Merah	Beli		Jual	
		Jumlah(Kg)	Harga(Rp)	Jumlah(Kg)	Harga(Rp)
1					
2					
3					
4					

III. BIAYA PEMASARAN

No.	Biaya	Jumlah (Kg)	Harga (Rp)
1	Tenaga Kerja		
2	Transportasi		
3	Karung		
4	Karet		
5	Pajak		
6	Timbangan		
7			

I. IDENTITAS PEDAGANG PENGECEK

- 1. Nama :
- 2. Umur
- 3. Pekerjaan
- 4. Pengalaman Berdagang :
- 5. Keuntungan :
- 6. Berapa kali pemasaran dalam 1 tahun :

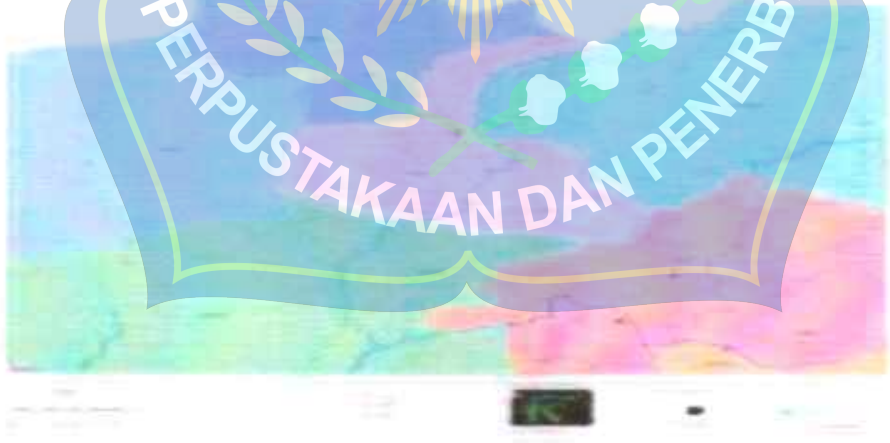
II. PEMASARAN BAWANG MERAH

No	Bawang Merah	Beli		Jual	
		Jumlah(Kg)	Harga(Rp)	Jumlah(Kg)	Harga(Rp)
1					
2					
3					
4					

II. BIAYA PEMASARAN

No.	Biaya	Jumlah (Kg)	Harga (Rp)
1	Tenaga Kerja		
2	Transportasi		
3	Karung		
4	Karet		
5	pajak		
6	Timbangan		
7			

Lampiran 2. Peta Lokasi Penelitian



Lampiran 3. Identitas Responden Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No	Nama Responden	Saluran	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga	Luas Lahan(m2)	Pengalaman Usahatani (Thn)
Responden Petani							
1.	Kasman	I	55	-	4	0.5	37
2.	Sarjan	I	52	SD	6	0.7	34
3.	Sapril	I	29	SMP	2	0.4	10
4.	Hartono	I	41	SD	3	0.5	29
5.	M.yunus	I	34	SMA	3	0.7	15
6.	Ardiansyah	I	30	SMA	4	0.45	10
7.	Lappu	I	60	-	5	0.5	43
8.	Latif	I	47	SMP	4	0.35	30
9.	Fikri	I	53	SD	3	0.42	34
10.	Sawalan	I	58	SMP	4	0.66	37
11.	Tiar	I	44	SMA	2	0.5	26
12.	Yusuf	I	37	SMA	3	0.35	24
13.	Tarengge	II	23	SMP	1	0.4	9
14.	Anjo	II	28	SD	2	0.5	16
15.	Rifal	II	33	SMA	3	0.45	14
16.	Pandi	II	26	SMA	2	0.4	6
17.	Fahmi	II	34	SMA	3	0.3	15
18.	Saldi	II	43	SMP	3	0.8	27
19.	Risal	II	50	SD	4	0.6	34
20.	Hajar	II	37	SMP	2	0.7	22
21.	Suaib	II	28	SMP	2	0.5	13
22.	Rahmat	II	57	SD	3	0.7	37
23.	Randi	II	48	SMA	5	0.5	30
24.	Sugiarto	II	42	SMP	4	0.55	27
25.	Topik	II	22	SMA	2	0.4	4
26.	Malik	II	50	SD	6	0.45	33
27.	Agus	II	47	SMA	5	0.5	29
28.	Eko	II	43	SMP	3	0.6	27
29.	Ade	II	52	SD	4	0.8	36
30.	Dullah	II	35	SMA	3	0.45	17
31.	Darmawan	II	40	SMP	5	0.4	25
32.	Hendra	II	46	SMP	3	0.52	32
Responden Pedagang Pengumpul							
1.	Kasmin	II	51	SMA	4	-	23
2.	Kadang	II	45	SMA	5	-	20
Responden Pedagang Besar							
1.	Burhan	II	47	SMA	5	-	19
2.	Rahman	II	46	SMA	3	-	20
Responden Pedagang Pengecer							
1.	Wati	I	42	SMA	4	-	22
2.	Raya	I	44	SMP	5	-	24

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Lampiran 4. Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Harga Penjualan (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Margin (Rp)
1.	I	Petani	5,010	100,200,000	20,000	-	-
2.	I	Petani	7,050	141,000,000	20,000	-	-
3.	I	Petani	4,100	82,000,000	20,000	-	-
4.	I	Petani	4,900	98,000,000	20,000	-	-
5.	I	Petani	7,000	140,000,000	20,000	-	-
6.	I	Petani	4,500	90,000,000	20,000	-	-
7.	I	Petani	5,000	100,000,000	20,000	-	-
8.	I	Petani	2,950	59,000,000	20,000	-	-
9.	I	Petani	4,200	84,000,000	20,000	-	-
10.	I	Petani	6,000	120,000,000	20,000	-	-
11.	I	Petani	5,000	100,000,000	20,000	-	-
12.	I	Petani	2,900	58,000,000	20,000	-	-
Total			58,610	1,172,200,000	240,000	-	-
Rata-Rata			4,884	97,683,333	20,000	-	-
13.	II	Petani	4,025	102,564,000	21,000	-	-
14.	II	Petani	5,000	105,000,000	21,000	-	-
15.	II	Petani	4,300	90,300,000	21,000	-	-
16.	II	Petani	3,950	82,950,000	21,000	-	-
17.	II	Petani	3,000	63,000,000	21,000	-	-
18.	II	Petani	8,300	174,300,000	21,000	-	-
19.	II	Petani	6,150	129,150,000	21,000	-	-
20.	II	Petani	6,953	146,013,000	21,000	-	-
21.	II	Petani	5,100	107,100,000	21,000	-	-
22.	II	Petani	7,100	149,100,000	21,000	-	-
23.	II	Petani	5,028	105,588,000	21,000	-	-
24.	II	Petani	4,854	101,934,000	21,000	-	-
25.	II	Petani	4,000	84,000,000	21,000	-	-
26.	II	Petani	4,635	97,335,000	21,000	-	-
27.	II	Petani	4,982	104,622,000	21,000	-	-
28.	II	Petani	6,359	133,539,000	21,000	-	-
29.	II	Petani	8,550	179,550,000	21,000	-	-
30.	II	Petani	4,100	86,100,000	21,000	-	-
31.	II	Petani	4,000	84,000,000	21,000	-	-
32.	II	Petani	5,327	111,867,000	21,000	-	-
Total			105,713	2,994,012,000	420,000	-	-
Rata-Rata			5,286	149,700,600	21,000	-	-

Lanjutan

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Harga Penjualan (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Margin (Rp)
Pedagang Pengumpul							
1.	II	Pedagang Pengumpul	4,100	90,200,000	22,000	21,000	1,000
2.	II	Pedagang Pengumpul	5,800	127,600,000	22,000	21,000	1,000
Responden Pedagang Besar							
1.	II	Pedagang Besar	3,900	89,700,000	23,000	22,000	1,000
2.	II	Pedagang Besar	5,400	124,200,000	23,000	22,000	1,000
Total			9,300	213,900,000	46,000	44,000	2,000
Rata-Rata			4,650	106,950,000	23,000	22,000	1,000
Responden Pedagang Pengecer							
1.	I	Pedagang Pengecer	50	1,250,000	25,000	20,000	5,000
2.	I	Pedagang Pengecer	40	1,000,000	25,000	20,000	5,000
Total			90	2,250,000	50,000	40,000	10,000
Rata-Rata			45	1,125,000	25,000	20,000	5,000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Lampiran 5. Biaya Tenaga Kerja Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Tenaga Kerja (Orang)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)
Responden Petani						
1.	I	Petani	5,010	4	200,000	4.00
2.	I	Petani	7,050	5	250,000	3.54
3.	I	Petani	4,100	3	150,000	4.00
4.	I	Petani	4,900	4	200,000	4.08
5.	I	Petani	7,000	6	300,000	4.28
6.	I	Petani	4,500	4	200,000	4.44
7.	I	Petani	5,000	5	250,000	5.00
8.	I	Petani	2,950	3	150,000	5.08
9.	I	Petani	4,200	3	150,000	3.50
10.	I	Petani	6,000	5	250,000	4.16
11.	I	Petani	5,000	4	200,000	4.00
12.	I	Petani	2,900	3	150,000	5.17
Total			58,610	49	2,450,000	51.25
Rata-Rata			4,884	4	204,167	5.17
13.	II	Petani	4,025	4	200,000	5.00
14.	II	Petani	5,000	4	200,000	4.00
15.	II	Petani	4,300	3	150,000	3.48
16.	II	Petani	3,950	3	150,000	4.00
17.	II	Petani	3,000	3	150,000	5.00
18.	II	Petani	8,500	6	300,000	4.00
19.	II	Petani	6,150	5	250,000	4.06
20.	II	Petani	6,953	5	250,000	3.50
21.	II	Petani	5,100	4	200,000	4.00
22.	II	Petani	7,100	6	300,000	4.22
23.	II	Petani	5,028	5	250,000	5.00
24.	II	Petani	4,854	4	200,000	4.12
25.	II	Petani	4,000	4	200,000	5.00
26.	II	Petani	4,635	3	150,000	3.23
27.	II	Petani	4,982	4	200,000	4.01
28.	II	Petani	6,359	5	250,000	4.00
29.	II	Petani	8,550	7	350,000	4.09
30.	II	Petani	4,100	4	200,000	5.00
31.	II	Petani	4,000	4	200,000	5.00
32.	II	Petani	5,327	4	200,000	4.00
Total			105,713	87	4,350,000	85
Rata-Rata			5,286	4	217,500	4.23

Lanjutan

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Tenaga Kerja (Orang)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)
Responden Pedagang Pengumpul						
1.	II	Pedagang Pengumpul	4,100	4	400,000	10.0
2.	II	Pedagang Pengumpul	5,800	5	500,000	9.00
Total			9,900	9	900,000	19
Rata-Rata			4,950	5	450,000	9.5
Responden Pedagang Besar						
1.	II	Pedagang Besar	3,900	3	300,000	8.00
2.	II	Pedagang Besar	5,400	4	400,000	7.40
Total			9,300	7	700,000	15.4
Rata-Rata			4,650	4	350,000	7.7
Responden Pedagang Pengecer						
1.	I	Pedagang Pengecer	50	2	200,000	4.0
2.	I	Pedagang Pengecer	40	3	300,000	7.5
Total			90	5	500,000	11.5
Rata-Rata			4,5	2.5	250,000	6

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Lampiran 6. Biaya Transformasi Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Biaya Transportasi (Rp)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)
Responden Petani					
1.	I	Petani	5,010	-	-
2.	I	Petani	7,050	-	-
3.	I	Petani	4,100	-	-
4.	I	Petani	4,900	-	-
5.	I	Petani	7,000	-	-
6.	I	Petani	4,500	-	-
7.	I	Petani	5,000	-	-
8.	I	Petani	2,950	-	-
9.	I	Petani	4,200	-	-
10.	I	Petani	6,000	-	-
11.	I	Petani	5,000	-	-
12.	I	Petani	2,900	-	-
Total			58,610	-	-
Rata-Rata			4,884	-	-
13.	II	Petani	4,025	-	-
14.	II	Petani	5,000	-	-
15.	II	Petani	4,300	-	-
16.	II	Petani	3,950	-	-
17.	II	Petani	3,000	-	-
18.	II	Petani	8,300	-	-
19.	II	Petani	6,150	-	-
20.	II	Petani	6,953	-	-
21.	II	Petani	5,100	-	-
22.	II	Petani	7,100	-	-
23.	II	Petani	5,028	-	-
24.	II	Petani	4,854	-	-
25.	II	Petani	4,000	-	-
26.	II	Petani	4,635	-	-
27.	II	Petani	4,982	-	-
28.	II	Petani	6,359	-	-
29.	II	Petani	8,550	-	-
30.	II	Petani	4,100	-	-
31.	II	Petani	4,000	-	-
32.	II	Petani	5,327	-	-
Total			105,713	-	-
Rata-Rata			5,286	-	-

Lanjutan

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Biaya Transportasi (Rp)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)
Responden Pedagang Pengumpul					
1.	II	Pedagang Pengumpul	4,100	400,000	10.0
2.	II	Pedagang Pengumpul	5,800	500,000	9.00
Total			9,900	900,000	19
Rata-Rata			4,950	450,000	9.5
Respoden Pedagang Besar					
1.	II	Pedagang Besar	3,900	400,000	10.25
2.	II	Pedagang Besar	5,400	600,000	11.0
Total			9,300	1,000,000	21.25
Rata-Rata			4,650	500,000	10.5
Responden Pedagang Pengecer					
1.	I	Pedagang Pengecer	50	100,000	2.0
2.	I	Pedagang Pengecer	40	100,000	2.5
Total			90	200,000	4.5
Rata-Rata			45	100,000	2.25

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Lampiran 7. Biaya Pengemasan Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Biaya Pengemasan (Rp)	Biaya Pengemasan (Rp/Kg)
Responden Petani					
1.	I	Petani	5,010	500,000	10
2.	I	Petani	7,050	750,000	11
3.	I	Petani	4,100	410,000	10
4.	I	Petani	4,900	500,000	10.20
5.	I	Petani	7,000	700,000	10
6.	I	Petani	4,500	500,000	11.1
7.	I	Petani	5,000	500,000	10
8.	I	Petani	2,950	300,000	10.16
9.	I	Petani	4,200	450,000	11
10.	I	Petani	6,000	600,000	10
11.	I	Petani	5,000	500,000	10
12.	I	Petani	2,900	300,000	10.34
Total			58,610	6,010,000	123.8
Rata-Rata			4,884	500,833	10.31
13.	II	Petani	4,025	400,000	10
14.	II	Petani	5,000	500,000	10
15.	II	Petani	4,300	450,000	10
16.	II	Petani	3,950	400,000	10.12
17.	II	Petani	3,000	300,000	10
18.	II	Petani	8,300	850,000	10.24
19.	II	Petani	6,150	600,000	10
20.	II	Petani	6,953	700,000	10.06
21.	II	Petani	5,100	500,000	10
22.	II	Petani	7,100	700,000	10
23.	II	Petani	5,028	500,000	10
24.	II	Petani	4,854	500,000	10
25.	II	Petani	4,000	400,000	10
26.	II	Petani	4,635	450,000	10
27.	II	Petani	4,982	500,000	10.03
28.	II	Petani	6,359	650,000	10.22
29.	II	Petani	8,550	850,000	10
30.	II	Petani	4,100	400,000	10
31.	II	Petani	4,000	400,000	10
32.	II	Petani	5,327	500,000	9.38
Total			105,713	10,550,000	190.67
Rata-Rata			5,286	527,500	10.03

Lanjutan

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Biaya Pengemasan (Rp)	Biaya Pengemasan (Rp/Kg)
Responden Pedagang Pengumpul					
1.	II	Pedagang Pengumpul	4,100	-	-
2.	II	Pedagang Pengumpul	5,800	-	-
Total			9,900	-	-
Rata-Rata			4,950	-	-
Responden Pedagang Besar					
1.	II	Pedagang Besar	3,900	-	-
2.	II	Pedagang Besar	5,400	-	-
Total			9,300	-	-
Rata-Rata			4,650	-	-
Responden Pedagang Pengecer					
1.	I	Pedagang Pengecer	50	10,000	2.0
2.	I	Pedagang Pengecer	40	10,000	2.5
Total			90	20,000	4.5
Rata-Rata			45	10,000	2.25

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Lampiran 8. Total Biaya Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Pengemasan	Total Biaya (Rp/Kg)
Responden Petani							
1.	I	Petani	5,010	4.00	-	10	14
2.	I	Petani	7,050	3.54	-	11	14.54
3.	I	Petani	4,100	4.00	-	10	14.00
4.	I	Petani	4,900	4.08	-	10.20	14.28
5.	I	Petani	7,000	4.28	-	10	14.28
6.	I	Petani	4,500	4.44	-	11.1	15.54
7.	I	Petani	5,000	5.00	-	10	15.00
8.	I	Petani	2,950	5.08	-	10.16	15.24
9.	I	Petani	4,200	3.50	-	11	14.50
10.	I	Petani	6,000	4.16	-	10	14.16
11.	I	Petani	5,000	4.00	-	10	14.00
12.	I	Petani	2,900	5.17	-	10.34	15.51
Total			58,610	51.25	-	123.8	174
Rata-Rata			4,884	4.24	-	10.31	14.5
13.	II	Petani	4,025	5.00	-	10	15
14.	II	Petani	5,000	4.00	-	10	14
15.	II	Petani	4,300	3.48	-	10	13.48
16.	II	Petani	3,950	4.00	-	10.12	14.12
17.	II	Petani	3,000	5.00	-	10	15
18.	II	Petani	8,300	4.00	-	10.24	14.24
19.	II	Petani	6,150	4.06	-	10	14.06
20.	II	Petani	6,953	3.50	-	10.06	13.56
21.	II	Petani	5,100	4.00	-	10	14
22.	II	Petani	7,100	4.22	-	10	14.22
23.	II	Petani	5,028	5.00	-	10	15
24.	II	Petani	4,854	4.12	-	10	14.12
25.	II	Petani	4,000	5.00	-	10	15
26.	II	Petani	4,635	3.23	-	10	13.23
27.	II	Petani	4,982	4.01	-	10.03	14.04
28.	II	Petani	6,359	4.00	-	10.22	14.22
29.	II	Petani	8,550	4.09	-	10	14.09
30.	II	Petani	4,100	5.00	-	10	15
31.	II	Petani	4,000	5.00	-	10	15
32.	II	Petani	5,327	4.00	-	9.38	13.38
Total			105,713	85	-	190.67	285
Rata-Rata			5,286	4.23	-	10.03	14.23

Lanjutan

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Pengemasan	Total Biaya (Rp\Kg)
Responden Pedagang Pengumpul							
1.	II	Pedagang Pengumpul	4.100	10.0	10.0	-	20
2.	II	Pedagang Pengumpul	5.800	9.00	9.00	-	18
Total			9.900	19	19	-	38
Rata-Rata			4.950	9.5	9.5	-	19
Responden Pedagang Besar							
1.	II	Pedagang Besar	3.900	8.00	10.25	-	18.25
2.	II	Pedagang Besar	5.400	7.40	11.0	-	18.4
Total			9.300	15.4	21.25	-	36.75
Rata-Rata			4.650	7.7	10.5	-	18.32
Responden Pedagang Pengecer							
1.	I	Pedagang Pengecer	50	4.0	2.0	2.0	8.0
2.	I	Pedagang Pengecer	40	7.5	2.5	2.5	12.5
Total			90	11.5	4.5	4.5	20.5
Rata-Rata			4.5	6.0	2.25	2.25	10.25

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Lampiran 9. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
Responden Petani						
1.	I	Petani	5,010	14	20,000	0.07
2.	I	Petani	7,050	14.54	20,000	0.072
3.	I	Petani	4,100	14.00	20,000	0.07
4.	I	Petani	4,900	14.28	20,000	0.071
5.	I	Petani	7,000	14.28	20,000	0.071
6.	I	Petani	4,500	15.54	20,000	0.077
7.	I	Petani	5,000	15.00	20,000	0.075
8.	I	Petani	2,950	15.14	20,000	0.075
9.	I	Petani	4,200	14.50	20,000	0.072
10.	I	Petani	6,000	14.16	20,000	0.07
11.	I	Petani	5,000	14.00	20,000	0.07
12.	I	Petani	2,900	14.55	20,000	0.072
Total			58,610	174	240,000	0.865
Rata-Rata			4,884	14.5	20,000	0.072
13.	II	Petani	4,025	15	21,000	0.07
14.	II	Petani	5,000	14	21,000	0.06
15.	II	Petani	4,300	13.48	21,000	0.06
16.	II	Petani	3,950	14.12	21,000	0.06
17.	II	Petani	3,000	15	21,000	0.07
18.	II	Petani	8,300	14.24	21,000	0.06
19.	II	Petani	6,150	14.06	21,000	0.06
20.	II	Petani	6,953	13.56	21,000	0.064
21.	II	Petani	5,100	14	21,000	0.066
22.	II	Petani	7,100	14.22	21,000	0.067
23.	II	Petani	5,028	15	21,000	0.071
24.	II	Petani	4,854	14.12	21,000	0.067
25.	II	Petani	4,000	15	21,000	0.071
26.	II	Petani	4,635	13.23	21,000	0.063
27.	II	Petani	4,982	14.04	21,000	0.066
28.	II	Petani	6,359	14.22	21,000	0.067
29.	II	Petani	8,550	14.09	21,000	0.06
30.	II	Petani	4,100	15	21,000	0.071
31.	II	Petani	4,000	15	21,000	0.071
32.	II	Petani	5,327	13.38	21,000	0.063
Total			105,713	285	420,000	1.307
Rata-Rata			5,286	14.23	21,000	0.06

Lanjutan

No.	Saluran	Status	Jumlah Penjualan (Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
Responden Pedagang Pengumpul						
1.	II	Pedagang Pengumpul	4,100	20	22,000	0.09
2.	II	Pedagang Pengumpul	5,800	18	22,000	0.08
Total			9,900	38	44,000	0.17
Rata-Rata			4,950	19	22,000	0.085
Responden Pedagang Besar						
1.	II	Pedagang Besar	3,900	18.25	23,000	0.07
2.	II	Pedagang Besar	5,400	18.4	23,000	0.08
Total			9,300	36.75	46,000	0.15
Rata-Rata			4,650	18.32	23,000	0.075
Responden Pedagang Pengecer						
1.	I	Pedagang Pengecer	50	4.0	25,000	0.01
2.	I	Pedagang Pengecer	40	12.5	25,000	0.02
Total			90	20.5	50,000	0.03
Rata-Rata			45	10.25	25,000	0.015

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Wawancara dengan Responden Petani Bawang



Gambar 2. Hasil Panen Bawang Merah



Gambar 3. Hasil Panen Bawang Merah



Gambar 4. Wawancara dengan Responden Petani Bawang Merah

Lampiran 10. Surat Izin Penelitian



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sudirman No. 219, Telp 0411/2210033, 0411/2210034, 0411/2210035, Email: ap@umh.ac.id, p3m@umh.ac.id



Nomor : 335/05/C 4-VIII/XI/42/2020

12 Rabiul Akhir 1442 H

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

27 November 2020 M

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Bapak / Ibu Bupati Enrekang

Cq. Ka. Kantor Pemukiman Modal & Pelayanan Terpadu Satu

di-

Enrekang

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 3213/P-XI/2-II/XI/1442/2020 tanggal 24 November 2020, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : BAMBANG PRATAMA

No. Stambuk : 10596 1123116

Fakultas : Fakultas Pertanian

Jurusan : Agribisnis

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul:

"Saluran dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Pania Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 1 Desember 2020 s.d. 1 Februari 2021

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu Khaeran katziraa.

السَّامِعُ الْمُطِيعُ الْوَكِيلُ

Ketua LP3M,

Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.

NBM 101 7716

RIWAYAT HIDUP

BAMBANG PRATAMA. Lahir di Enrekang tanggal 04 Mei 1998 dari ayah Abd Majid k dan ibu Salmiati. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara.

Pendidikan formal dilalui penulis adalah SMA NEGRI 12 Makassar dan lulus pada tahun 2016. Pada tahun yang sama, penulis lulus masuk seleksi masuk Program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti perkuliahan, Penulis pernah magang di PT. Chalodo Sibali Resoe Luwu Utara selama 1 bulan. Dan pernah mengikuti (Kuliah Kerja Profesi) di Kelurahan Bulukunyi Kecamatan Polongbangkeng Selatan kurang lebih 2 bulan lamanya.

Selain itu penulis juga pernah aktif menjadi pengurus Himpunan Mahasiswa Agribisnis sebagai wakil kesekretariatan periode 2018/2019. Tugas akhir dalam pendidikan tinggi diselesaikan dengan menulis skripsi yang berjudul Saluran dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Pana Kecamatan Alla Kabupate Enrekang.



Submission date: 21 Aug 2021 10:24AM (UTC+0700)
Submission ID: 1633891942
File name: BAMBANG_PRATAMA.docx (392.02K)
Word count: 9584
Character count: 80055

Scanned by TapScanner

bang pratama - 105961123116

PLAGIAT REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet

15%

2

repositori.um-alaududin.ac.id

Internet Source

1%

3

www.nelri.com

Internet Source

1%

4

jurnal.faperta.untad.ac.id

Internet Source

1%

5

eprints.umm.ac.id

Internet Source

1%



Exclude quotes

Exclude bibliography On