

**ANALISIS STRUKTUR DAN KINERJA PEMASARAN KOMODITAS
BAWANG MERAH LOKAL DI KELURAHAN TOMENAWA
KECAMATAN BARAKA KABUPATEN ENREKANG**



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

**ANALISIS STRUKTUR DAN KINERJA PEMASARAN KOMODITAS
BAWANG MERAH LOKAL DI KELURAHAN TOMENAWA
KECAMATAN BARAKA KABUPATEN ENREKANG**



07/09/2021

~
I exp
Sub. Alumni

—
R/0106/AGR/21 CD
ETI
a'

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

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Bawang Merah Lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Nama : Eti Adelina

Stmbuk : 105961118117

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Disetujui

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Jumiati, S.P., M.M.
NIDN. 0912087504

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

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Andi Khaerivah, M.P.
NIDN. 0912066901

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

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Bawang Merah Lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Nama : Eti Adelina

Stmbuk : 105961118117

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. Jumiati, S.P., M.M
Ketua

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

3. Dr. Ir. Muh. Arifin Fattah, M.Si.
Anggota

4. Rasdiana Mudatsir, S.P., M.Si.
Anggota

Tanggal Lulus : 30 Agustus 2021

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Analisis Struktur Dan Kinerja Pemasaran Komoditas Bawang Merah Lokal Di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang** adalah benar merupakan hasil karya yang belum di ajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan dari penulis lain telah di sebutkan dalam teks dan di cantumkan dalam daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.



Makassar, Agustus 2021

Eti Adelina
105961118117

ABSTRAK

Eti Adelina 105961118117. Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Bawang Merah Lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Dibimbing oleh JUMIATI dan SUMARNI B.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur pasar dan kinerja pasar komoditas bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

Teknik penentuan responden dan informan dalam penelitian ini dengan menggunakan *simple random sampling* atau secara acak sederhana dan *snowball sampling* adalah Teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya sedikit menjadi banyak. Dimana yang menjadi populasi petani bawang merah lokal sebanyak 280 orang, maka responden yang diambil 10% atau 28 orang petani dan jumlah informan pedagang besar 2 orang, jadi total keseluruhan responden dan informan ada 30 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar bawang merah lokal dari hasil analisis yaitu tipe struktur pasar tidak sempurna oligopsoni karena kurang dari 80%, sedangkan untuk kinerja pasar dilihat dari margin pemasaran yang memiliki nilai sebesar Rp 6.500/Kg semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat maka semakin besar perbedaan harga antar produsen dengan harga di tingkat konsumen, *farmer share* sebesar 70,45% apabila nilai margin pemasaran semakin tinggi maka bagian yang diterima petani semakin rendah dan efisiensi pemasaran sebesar 41,81%, dimana pemasaran ini berada pada tingkat efisien karena kurang dari 50%.

Kata kunci : Struktur dan Kinerja Pasar Bawang Merah Lokal

ABSTRAK

Eti Adelina 105961118117. Analysis of Structure and Marketing Performance of Local Bwang Merah Commodity in Tomenawa Village, Baraka District, Enrekang Regency. Supervised by JUMIATI and SUMARNI B.

This study aims to determine the market structure and market performance of local shallot commodities in Tomenawa Village, Baraka District, Enrekang Regency.

The technique of determining respondents and informants in this study was using simple random sampling or simple random sampling and snowball sampling. Where the population of local shallot farmers is 280 people, then 10% of the respondents or 28 farmers and the number of informants are 2 wholesalers, so the total number of respondents and informants is 30 people.

The results showed that the market structure of the local shallots from the analysis is the type of imperfect market structure oligopsony because it is less than 80%, while for market performance seen from the marketing margin which has a value of Rp. 6,500/Kg, the more marketing agencies involved, the greater the difference in prices between producers and prices at the consumer level, farmer share is 70.45% if the value of the marketing margin is higher, the share received by farmers is lower and marketing efficiency is 11.81%, where this marketing is at an efficient level because it is less than 50 %.

Keywords : Structure and Performance of Local Shallot Market

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Bawang Merah Lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang".

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

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

1. Dr. Jumiati, S.P., M.M. selaku pembimbing utama dan Sumarni B, S.P., M.Si. selaku pembimbing pendamping yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
2. Dr. Ir. Muh. Arifin Fattah, M.Si. selaku penguji I dan Rasdiana Mudatsir, SP., M.Si. selaku penguji II yang senantiasa memberikan masukan kepada penulis dalam perbaikan skripsi ini.
3. Dr. Ir. Andi Khaeriyah, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Sri Mardiyati, S.P.,M.P, selaku ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

5. Kedua orangtua ayahanda Haping dan almarhuma ibunda Jasi, dan kakak dan adikku yang tercinta dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
7. Kepada pihak pemerintah Kecamatan Baraka khususnya kepada kepala Kelurahan Tomenawa beserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di daerah tersebut.
8. Semua pihak termasuk para sahabat yang telah membantu penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat sebut satu persatu.



Eti Adelina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iv
PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pemasaran	5
2.2 Struktur Pasar	6
2.3 Kinerja Pasar	9
2.4 Komoditas Bawang Merah Lokal	12
2.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan	12
2.6 Kerangka Pikir Penelitian	15
III. METODE PENELITIAN	17

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.2 Teknik Penentuan Responden dan Informan	17
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5 Teknik Analisis Data.....	19
3.6 Defenisi Operasional.....	24
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	26
4.1 Letak dan Kondisi Geografis	26
4.2 Keadaan Demografis.....	27
4.3 Keadaan Pertanian.....	29
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
5.1 Identitas Responden	30
5.2 Struktur Pasar.....	36
5.3 Kinerja Pasar.....	39
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
6.1 Kesimpulan.....	45
6.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	48
RIWAYAT HIDUP.....	68

DAFTAR TABEL

1. Penelitian Terdahulu yang Relevan	12
2. Perhitungan Pangsa Pasar	21
3. Jumlah Dan Umur Penduduk	27
4. Tingkat Pendidikan	28
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	31
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	32
7. Karakteristik Pengalaman Usahatani Responden.....	33
8. Karakteristik Luas Lahan Responden	34
9. Karakteristik Informan	35
10. Hasil Analisis Konsentrasi Pasar	36
11. Margin Pemasaran	40
12. Biaya Pemasaran	41

DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Pikir	16
2. Peta Lokasi Kecamatan Baraka.....	53
3. Foto Wawancara Petani di Kebun Bawang Merah Lokal.....	57
4. Foto Bersama Petani di Kebun Bawang Merah Lokal.....	57
5. Foto Proses Melakukan Penjemuran.....	58
6. Foto Bawang Merah Lokal Telah Dibeli oleh Pedagang Besar.....	58
7. Foto Bersama Pedagang Besar.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Untuk Petani, Pedagang Besar dan Konsumen.....	49
2. Peta Kecamatan Baraka.....	53
3. Karakteristik Responden dan Informan	54
4. Produksi Responden.....	55
5. Struktur Pasar Responden	56
6. Struktur Pasar Informan.....	56
7. Margin Pemasaran.....	56
8. Biaya-Biaya Pemasaran.....	56
9. Dokumentasi.....	57



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian sebagai salah satu kegiatan manusia dalam membuka lahan dan menanaminya dengan berbagai jenis tanaman, baik tanaman semusim maupun tanaman tahunan, tanaman pangan maupun tanaman non-pangan, serta digunakan untuk memelihara ternak maupun ikan. Pengertian tersebut sangat sederhana karena tidak dilengkapi dengan berbagai tujuan dan alasan mengapa lahan dibuka dan diusahakan oleh manusia (Suratijah, 2015).

Sektor pertanian mencakup tanaman pangan, hortikultura, biofarmaka, perkebunan, perikanan, peternakan dan kehutanan. Hortikultura sebagai salah satu subsektor pertanian menjadi salah satu sumber pertumbuhan pertanian yang mempunyai peranan dalam pembangunan ekonomi nasional (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2010).

Hortikultura memiliki beberapa keunggulan, yaitu 1) Keragaman jenis, 2) Ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi, 3) Potensi serapan pasar di dalam negeri maupun internasional yang terus meningkat, serta 5) Sumber pendapatan khususnya bagi petani. Pasokan hortikultura terdiri dari buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan tanaman biofarmaka (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2014).

Sayuran sebagai salah satu hasil pertanian yang memiliki banyak manfaat yaitu untuk meningkatkan kesehatan dan metabolisme tubuh serta pencernaan yang sehat. Sayuran juga mengandung banyak vitamin, serat dan mineral yang cukup baik bagi tubuh dan kesehatan manusia (Khadijah, 2018).

Salah satu contoh tanaman sayuran yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi adalah bawang merah. Bawang merah merupakan komoditas yang digunakan untuk kebutuhan rumah tangga sehari-hari, yaitu sebagai bahan bumbu masakan. Hal tersebut menyebabkan permintaan bawang merah terus meningkat seiring dengan perkembangan jumlah penduduk khususnya di Indonesia (Suparman, 2007).

Selain tanaman pangan Sulawesi Selatan juga penghasil produksi tanaman hortikultura. Adapun rincian data produksi tanaman hortikultura di Sulawesi Selatan pada tahun 2018 yaitu 923.924 ton bawang merah ; 635.125 ton cabai ; 540.155 ton kentang ; 655.192 ton kubis ; 105.782 ton petai ; 673.737 ton tomat dan 372.702 ton wortel. Khusus Kabupaten Enrekang jumlah produksi bawang merah sebesar 735.311 ton, dari jumlah produksi bawang merah tersebut Kabupaten Enrekang termasuk penghasil utama bawang merah yang ada di Sulawesi Selatan (Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan dalam Angka, 2019).

Luas wilayah Kabupaten Enrekang adalah 1.786,01 km² atau sebesar 2,83 persen dari luas provinsi Sulawesi Selatan. Wilayah ini terbagi menjadi 12 kecamatan dan secara keseluruhan terbagi lagi dalam satuan wilayah yang lebih kecil yaitu terdiri dari 129 wilayah desa/kelurahan. Tanaman hortikultura adalah tanaman utama di Kabupaten Enrekang. Hal ini disebabkan karena iklim dan cuaca yang cocok untuk pertumbuhan tanaman tersebut (Badan Pusat Statistik Kabupaten Enrekang dalam Angka, 2019).

Kecamatan Baraka merupakan salah satu dari duabelas kecamatan yang ada di Kabupaten Enrekang. Wilayah ini memiliki luas 159,15 km², dengan jumlah

penduduk sebanyak 2.115 orang. Kecamatan ini menghasilkan bawang merah sebanyak 4.721 ton (Badan Pusat Statistik Kecamatan Baraka dalam Angka, 2019).

Pemasaran bawang merah di daerah ini melalui berbagai saluran pemasaran, mulai dari pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Bawang Merah Lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah penelitian :

1. Bagaimana struktur pemasaran bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang?
2. Bagaimana kinerja pemasaran komoditas bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yaitu:

1. Untuk mengetahui struktur pemasaran komoditas bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.
2. Untuk mengetahui kinerja pemasaran komoditas bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yaitu:

1. Sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi petani dalam usahatani komoditas bawang merah lokal
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti – peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian, khususnya yang berkaitan dengan usahatani komoditas bawang merah lokal atau pemasaran.
3. Sebagai pengembangan diri bagi peneliti dan menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis dimana pemasaran dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan pemenuhan pelanggan untuk tercapainya kepuasan, memberi dampak positif bagi perusahaan. Pemahaman pemasaran bagi pihak pemasar sangat penting dalam rangka pengenalan kebutuhan dan keinginan pelanggan, penentuan pasar sasaran mana yang dapat dilayani dengan sebaik-baiknya oleh perusahaan, serta merancang produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut (Maulidah, 2012).

Pemasaran menurut Kohls & Uhl (2002) merupakan sebuah sistem meliputi seluruh aliran produk dan jasa-jasa yang ada, mulai dari titik awal produksi pertanian sampai semua produk dan jasa tersebut di tangan konsumen. Kohl & Uhl (2002) mendefinisikan pasar sebagai suatu arena untuk mengatur dan memfasilitasi aktivitas bisnis serta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dasar ekonomi mengenai : produk apa yang dihasilkan, berapa banyak produksi, bagaimana cara memproduksi, dan bagaimana produk didistribusikan.

Pemasaran mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar penjualan dan periklanan. Bahwa pemasaran adalah serangkaian prinsip untuk memilih pasar sasaran (*target market*), mengevaluasi kebutuhan konsumen, mengembangkan barang dan jasa, pemuas keinginan, memberikan nilai kepada konsumen dan laba bagi perusahaan. Pemasaran yaitu suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat

penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain (Maulidah, 2012).

Kotler (2002) saluran pemasaran yakni rangkaian organisasi yang saling tergantung, terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk barang atau jasa siap konsumsi. Saluran distribusi diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Saluran distribusi barang langsung, saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara, saluran nol tingkat.
2. Saluran distribusi menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Saluran ini disebut saluran satu tingkat.
3. Saluran distribusi menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen, Saluran dua tingkat.
4. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang menjualnya ke toko-toko kecil. Saluran tingkat tiga.

2.2 Struktur Pasar

Struktur pasar merupakan karakteristik yang terdapat pada pasar dengan melihat dari segi bagaimana saluran pemasaran, jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, hambatan keluar masuk pasar dan hubungan vertikal (Agnellia *et all.*, 2016). Saluran pemasaran komoditas bawang merah lokal pada petani di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yaitu pedagang besar.

Menurut Rosmilawati dkk (2006), struktur pasar adalah bagaimana suatu pasar terorganisasi berdasarkan pada karakteristik yang menentukan hubungan antara berbagai penjual di pasar. Dengan kata lain, struktur pasar membahas organisasi dari suatu pasar sehingga organisasi pasar tersebut mempengaruhi keadaan persaingan dan penentuan harga di pasar. Struktur pasar memiliki penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri dan peranan iklan dalam industri.

Analisis ekonomi membedakan struktur pasar menjadi 4 jenis : pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, persaingan monopolistik, dan pasar oligopoli. Terdapat beberapa indikator untuk mengetahui struktur pasar dalam pemasaran komoditas bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yaitu pengetahuan informasi pasar dan hambatan masuk pasar.

Hubungannya dengan penelitian ini petani sebagai produsen maupun lembaga pemasaran komoditas bawang merah lokal, sebelum melakukan tindakan pemasaran, mereka sangat memerlukan adanya suatu informasi, informasi yang paling dominan diperlukan adalah informasi tentang harga, yang akan dipakai sebagai dasar pertimbangan pemasaran.

Informasi yang diperoleh digunakan dalam pengambilan keputusan yang tepat dan efektif. Seperti yang telah diketahui petani sebagai produsen tidak akan mau memproduksi barang atau komoditas apapun, apabila harga jual barang atau komoditas yang dihasilkan berada di bawah harga variabel rata-rata. Dengan

demikian apabila dikaitkan dengan penelitian ini, petani sebagai produsen bawang merah lokal akan mencari informasi harga untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi, untuk memperoleh keuntungan yang maksimal (Rosmilawati dkk., 2006).

Struktur pasar mengenai berbagai jenis pasar. Pasar persaingan sempurna, monopoli dan oligopoli. Namun jenis pasar persaingan sempurna dan monopoli sangat jarang ditemukan dalam pasar. Setiap struktur pasar berada diantara pasar monopoli (pangsa pasar yang tinggi dan rintangan untuk masuk tinggi) dan pasar persaingan sempurna (pangsa pasar kecil dan rintangan masuk pasar rendah). Setiap perusahaan memiliki suatu struktur pasar pada masing-masing keadaan tertentu yang mempengaruhi perilaku dari perusahaan. Struktur pasar terdapat beberapa elemen yang harus diperhatikan, antara lain : pangsa pasar, konsentrasi rasio dan hambatan masuk pasar.

1. Pangsa pasar

Pangsa pasar adalah persentase pasar yang ditentukan dalam ukuran unit maupun *revenue* dan dihitung berdasarkan *specific entity*, disebut juga sebagai indikator tentang apa yang dilakukan oleh sebuah perusahaan terhadap kompetitornya dengan dukungan perubahan dalam *sales* (Panagiotou, 2006).

Pangsa pasar adalah pangsa dari pendapatan penjualan total. Pangsa pasar sering digunakan sebagai indikator produksi untuk melihat adanya kekuatan pasar dan menjadi indikator tentang seberapa pentingnya suatu perusahaan didalam pasar. Setiap perusahaan memiliki pangsa pasarnya sendiri dan besarnya berkisar antara 0-100 persen dari total penjualan seluruh pasar.

2. Konsentrasi rasio

Berdasarkan dari pangsa pasar, konsentrasi pasar dan hambatan masuk pasar maka struktur pasar dapat ditentukan dengan CR2 (*Concentration Ratio for The Biggest Two*). Menurut Cramer (2009), penjumlahan pangsa pasar 2 perusahaan terbesar dari suatu wilayah pasar.

3. Hambatan masuk pasar

Hambatan untuk memasuki sebuah pasar dapat dilihat dari mudah tidaknya suatu pesaing untuk masuk kedalam suatu pasar. Hambatan untuk memasuki sebuah pasar dapat disebabkan oleh munculnya persaingan yang semakin ketat. Segala sesuatu yang memungkinkan terjadinya penurunan kesempatan atau kecepatan masuknya pesaing baru merupakan hambatan masuk pasar.

2.3 Kinerja Pasar

Kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri dimana hasil biasa diidentikkan dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan dalam suatu industri. Secara lebih terperinci, kinerja dapat pula tercermin melalui efisiensi.

Analisis kinerja pasar dapat dilihat dengan menghitung margin pemasaran dan *farmer share*. Panjangnya saluran pemasaran yang ada belum tentu menunjukkan bahwa kinerja pemasaran tersebut tidak efisien. Jika rantai pemasaran panjang dan mampu meningkatkan kepuasan konsumen maka dapat dikatakan bahwa sistem pemasaran tersebut efisien.

1. Marjin Pemasaran

Asmarantaka (2012) menjelaskan definisi marjin sebagai cerminan dari aktivitas-aktivitas bisnis atau fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan dalam sistem pemasaran. Selain itu marjin adalah kumpulan balas jasa karena kegiatan produktif (menambah atau menciptakan nilai guna) dalam mengalirnya produk-produk agribisnis mulai dari petani sampai ke tangan konsumen akhir. Marjin dapat menunjukkan nilai tambah dari petani hingga sampai ditangan konsumen. Analisis marjin ini dapat digunakan untuk menganalisis sistem pemasaran dari perspektif makro (pemasaran produk dari petani hingga konsumen).

2. *Farmer Share*

Farmer share merupakan persentase harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan konsumen. Beberapa hal yang mempengaruhi *farmer share* di antaranya tingkat pemrosesan, biaya transportasi, jumlah produk, dan keawetan produk. *Farmer share* berhubungan negatif dengan marjin pemasaran. Bila marjin pemasaran semakin tinggi, maka bagian yang diterima oleh petani semakin rendah.

3. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang dijalankan (Danfar, 2009). Pengukuran 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 dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono, 2002).

Berdasarkan hasil di atas, Soekartawi (2000) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang dapat dipakai sebagai ukuran efisiensi pemasaran, yaitu keuntungan pemasaran, harga yang diterima konsumen, tersedianya fasilitas fisik dan pemasaran serta kompetensi pasar.

Indikator kinerja pemasaran menurut (Ferdinand, 2000) sebagai alat ukur tercapainya hasil dari kinerja pemasaran yaitu:

1. Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan yaitu peningkatan yang terjadi akibat banyaknya pembelian oleh konsumen pada suatu produk yang dihasilkan pada suatu perusahaan.

2. Pertumbuhan pelanggan

Pertumbuhan pelanggan akan tergantung kepada berapa jumlah pelanggan yang telah diketahui tingkat konsumsi rata-rata yang besaran volume penjualan dapat ditingkatkan.

3. Pertumbuhan laba

Pertumbuhan laba yaitu besarnya kenaikan keuntungan penjualan produk yang berhasil diperoleh oleh perusahaan.

2.4 Komoditas Bawang Merah Lokal

Bawang merah (*Allium ascalonium* L) merupakan salah satu komoditas sayuran yang mempunyai arti penting bagi masyarakat, baik dilihat dari nilai ekonomisnya yang tinggi, maupun dari kandungan gizinya. Dekade terakhir ini permintaan akan bawang merah untuk konsumsi dan untuk bibit dalam negeri mengalami peningkatan, sehingga Indonesia harus mengimpor untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Untuk mengurangi volume impor, peningkatan produksi dan mutu hasil bawang merah harus senantiasa ditingkatkan (Sumarni, 2005)

Bawang merah (*Allium ascalonium* L) mempunyai prospek pasar yang baik sehingga termasuk dalam komoditas unggulan nasional. Bawang merah merupakan salah satu komoditas strategis, karena sebagian besar masyarakat Indonesia membutuhkan terutama untuk bumbu masak sehari-hari sehingga mempengaruhi makro ekonomi dan tingkat inflasi (Handayani, 2014).

2.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Judul dan Nama Peneliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Komoditas Cengkeh di Kecamatan Tellu Limpoe Kabupaten Bone (Susanti, 2019).	Deskriptif kualitatif	Struktur pasar yaitu dilihat dari lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran yaitu petani cengkeh, pedagang pengepul dan pedagang besar. Perilaku pasar yang terjadi dalam penentuan

			<p>harga pada tingkat petani yang menentukan harga yaitu pembeli atau pedagang pengepul. Kinerja pasar menggunakan 2 saluran pemasaran dimana saluran pemasaran I lebih efisien untuk digunakan.</p>
2.	<p>Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Sentra Industri Bakpia Yogyakarta (Tri Candra Natalia, Panji Deoranto dan Mas'ud Effendi, 2011).</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Struktur pasar yang terjadi adalah oligopoli. Perilaku pasar sentra industri terjadi ke tidak seragaman harga dan hal ini membuat tingkat persaingan yang cukup tinggi. Kinerja pasar ditunjukkan dengan nilai <i>price - Cost Margin</i> (PCM)</p>
3.	<p>Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Cabai di Desa Bayung Gede Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli (Made Ayu Dessy Dora Agnellia, I Nyoman Gede Ustriyana dan A.A.A Wulandira Sawitri Djelantik, 2014).</p>	<p>Analisis Deskriptif</p>	<p>Struktur pasar cabai adalah persaingan tidak sempurna bentuk duopoli. Perilaku pasar cabai berpengaruh terhadap corak pasar persaingan tidak sempurna dan kinerja pemasaran yang diukur berdasarkan analisis margin pemasaran, <i>farmer's share</i>, dan efisiensi pemasaran sudah</p>

			baik dan dapat dikatakan efisien.
4.	Analisis Struktur, Perilaku dan Penampilan Pasar Kentang di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu (Melisa Dinda Anggraeni dan Nur Baladina, 2017).	Analisis Deskriptif Kualitatif	Struktur pasar kentang yang dilihat dari derajat konsentrasi pasar, diferensiasi produk, hambatan masuk pasar dan tingkat pengetahuan pasar cenderung mengarah pada pasar oligopoli. Perilaku pasar yaitu penetapan harga kentang ditingkat petani didominasi oleh tengkulak karena pengetahuan pasar ditingkat petani rendah.
5.	Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Biji Kakao di Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah (Ihdiani Abubakar, Dedi Budiman Hakim dan Ratna Winandi Asmarantaka, 2015).	Analisis Deskriptif	Analisis struktur pasar cenderung oligopoli. Analisis perilaku pasar yaitu adanya ikatan permodalan yang dilakukan petani dengan pedagang pengumpul menyebabkan petani terbatas dalam memperoleh informasi harga. Analisis kinerja pasar yaitu terdapat empat saluran pemasaran dengan total margin yang berbeda-beda.

2.6 Kerangka Pikir Penelitian

Petani merupakan seseorang yang melakukan usahatani untuk memenuhi perekonomian keluarga. Komoditas bawang merah lokal adalah sebuah usaha tani yang dilakukan petani di Kelurahan Tomenawa dari hasil produksi yang dihasilkan oleh petani perlu dipasarkan sehingga muncul sebuah saluran pemasaran yang akan menyalurkan barang dan jasa. Namun dalam pemasaran tersebut akan melalui beberapa saluran pemasaran sebelum sampai kepada konsumen.

Sehingga dalam pemasaran ini ada dua poin yang berperan yaitu pertama struktur pasar yang terbagi atas pangsa pasar, konsentrasi pasar dan hambatan masuk pasar, dan yang kedua yakni kinerja pasar terbagi atas margin pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi yang saling berpengaruh untuk mengetahui layak atau efisien suatu saluran pemasaran bagi petani sayuran agar memperoleh keuntungan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Bawang Merah Lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang, 2021

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang, dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu penghasil komoditas bawang merah lokal. Waktu penelitian dilakukan mulai pada bulan Juni sampai Agustus 2021.

3.2 Teknik Penentuan Responden dan Informan

Menurut Sugiyono (2017), *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Jumlah populasi petani di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang sebanyak 280 orang diambil 10% dari jumlah populasi untuk dijadikan sampel penelitian yaitu 28 sampel petani. Menurut Suharsimi Arikunto (2006), apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya, jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-55%.

Penelitian ini juga menggunakan teknik *snowball sampling* karena memperhatikan pertimbangan tertentu yang kemungkinan akan dihadapi pada saat penelitian. Pertimbangan tersebut misalnya data yang didapatkan tidak memenuhi kapasitas. Teknik *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya sedikit menjadi banyak, hal ini karena sumber data yang sedikit belum memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang

digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini informannya adalah pedagang besar 2 orang.

3.3 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif adalah metode yang difokuskan pada angka. Data kualitatif adalah data yang berupa kata, kalimat, atau gambar (Sugiyono, 2010). Data kualitatif digunakan untuk mengetahui struktur pasar dalam menganalisis hubungan antara penjual bawang merah lokal dan pembeli bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yang dilihat dari jumlah lembaga pemasaran.

Penelitian ini dilakukan dengan metode *survei* dan pengamatan langsung di lapangan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung, data primer diperoleh dengan mewawancarai secara langsung para petani bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang berdasarkan kuesioner yang telah dipersiapkan. Data primer yang diperlukan untuk keperluan penelitian dalam wawancara adalah data luas lahan, umur petani, produksi, biaya pemasaran, penjualan, harga beli bawang merah lokal dan harga jual bawang merah lokal.
2. Data sekunder ini berupa data dari instansi, kantor Desa, BPS, dan sebagainya. Mengenai produksi total bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi langsung terhadap petani serta dokumentasi.

1. Wawancara adalah metode penelitian dengan cara tatap muka langsung dengan responden yang diteliti menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun terlebih dahulu yaitu daftar pertanyaan (kuesioner).
2. Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan penelitian atau pengamatan secara langsung untuk mencari informasi pada objek yang diteliti. Sedangkan Menurut Supardi (2006), metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.
3. Dokumentasi adalah suatu hasil luaran atau gambar yang menunjang hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu dapat berupa gambar, catatan, dan suara yang berkenaan dengan objek penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis struktur pasar (pangsa pasar dan konsentrasi rasio) dan analisis kinerja pasar (margin pemasaran, *farmer share* dan efisiensi pemasaran). Untuk mengetahui jawaban dari tujuan penelitian struktur dan kinerja adalah :

1. Analisis Struktur Pasar (*Market Structure*)

Struktur pasar dianalisis secara kuantitatif dilakukan untuk melihat pangsa pasar dan konsentrasi rasio serta perbandingan antara data sekunder produksi bawang merah lokal. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik observasi lapang dan wawancara terstruktur yaitu peneliti menyiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden untuk memperoleh data primer dan studi dokumentasi yaitu pengumpulan data bisa dari bahan bacaan atau data angka untuk memperoleh data sekunder yang berhubungan dengan penelitian ini. Hasil dari jawaban responden dalam penelitian ini diuraikan secara deskriptif untuk menggambarkan dan memaparkan mengenai struktur pasar bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa dengan melihat :

1. Jumlah lembaga pemasaran,
2. Ada tidaknya diferensiasi produk,
3. Ada tidaknya hambatan keluar masuk pasar, dan
4. Pengetahuan tentang informasi pasar disamping itu struktur pasar dianalisis secara deskriptif kuantitatif melalui analisis Konsentrasi Rasio (Cr).

$$Cr = \frac{VP}{VD} \times 100 \%$$

Keterangan:

Cr = Konsentrasi Rasio

VP = Volume Pembelian bawang merah lokal (kg)

VD = Volume yang diperdagangkan (kg)

Analisis struktur pasar menggunakan alat analisis sebagai berikut: Derajat Konsentrasi Pasar atau pembeli satu komoditas atau produk dari lembaga pemasaran yang ada dalam suatu wilayah pasar, alat analisis pasar yang digunakan adalah :

a. Pangsa pasar (*Market Share*)

Adalah persentase pasar yang ditentukan dalam ukuran unit maupun sebagai indikator tentang apa yang dilakukan oleh sebuah perusahaan terhadap kompetitornya dengan dukungan perubahan dalam penjualan (Panagiotou, 2006).

Tabel 2. Perhitungan Pangsa Pasar

Produsen Bawang Merah Lokal	Produksi Produsen / Total Jumlah Produksi	Pangsa Pasar (%)
1	A	a/x
2	B	b/x
3	C	c/x
4	D	d/x
-	-	-
N	N	ni/x
Total	a + b + c + d + ... + ni = x	100

b. CR₂ (*Concentration Ratio For The Biggest Two*) ialah penjualan pangsa pasar disuatu wilayah pasar. Perhitungan ini menggunakan formula sebagai berikut :

$$CR_2 = S_1 + S_2$$

Keterangan :

CR₂ = *Concentration Ratio for The Biggest Two*

S = Pangsa pasar dari produsen bawang merah lokal

S₁ = Pangsa pasar dari produsen bawang merah lokal 1

S₂ = Pangsa pasar dari produsen bawang merah lokal 2

Menurut Yuprin (2009) kriteria untuk menentukan struktur pasar adalah :

1. $CR_2 < 20\%$: Merupakan pasar yang bersaing dan mendekati model persaingan sempurna.
2. $20\% \leq CR_2 \leq 80\%$: Merupakan pasar yang tidak sempurna oligopsoni.
3. $CR_2 > 80\%$: Merupakan pasar sangat terkonsentrasi dan cenderung ke arah monopsoni.

c. Hambatan Masuk Pasar

Hambatan masuk pasar dapat dihitung dengan *Minimum Efficiency Scale* (MES), yaitu perhitungan penjualan bawang merah lokal yang dilakukan oleh pedagang terhadap total bawang merah lokal. Hambatan masuk dapat dihitung dengan rumus :

$$MES = \frac{\text{Penjualan bawang merah lokal oleh pedagang}}{\text{Jumlah bawang merah lokal di kelurahan tomenawa}} \times 100\%$$

Jika perhitungan menunjukkan lebih dari 10 % maka diindikasikan bahwa pemasaran bawang merah lokal terdapat hambatan masuk yang tinggi pada suatu industri (Jaya, 2001).

2. Analisis Kinerja Pasar (*Market Performance*)

Kinerja pasar menggambarkan gejala pasar yang terlihat akibat interaksi struktur pasar (*market structure*). Kinerja pasar dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif yaitu untuk menggambarkan saluran pemasaran yang ada di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

a. Marjin Pemasaran

Marjin dapat menunjukkan nilai tambah dari petani hingga ke tangan konsumen. Analisis marjin ini dapat digunakan untuk menganalisis sistem pemasaran dari perspektif makro (pemasaran produk dari petani hingga konsumen). Adapun rumus dari marjin pemasaran yaitu :

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana:

MP = Marjin pemasaran

Pr = Harga tingkat konsumen

Pf = Harga tingkat petani

b. *Farmer Share*

Farmer share berhubungan negatif dengan marjin pemasaran. Bila marjin pemasaran semakin tinggi, maka bagian yang diterima petani semakin rendah. Rumus *farmer share* yaitu :

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

Dimana:

Fs = Bagian atau persentasi yang diterima petani (%)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

Pr = Harga ditingkat pedagang (Rp/Kg)

c. Efisiensi Pemasaran

Soekartawi (2002) menyatakan bahwa untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat dilihat dengan, apabila saluran pemasaran <50% maka saluran pemasaran efisien dan jika >50% maka saluran pemasaran tidak efisien.

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

Dimana:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

BP = Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)

NP = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

3.6 Defenisi Operasional

1. Pemasaran adalah suatu proses memindahkan barang atau jasa dari tangan produsen sampai ketangan konsumen akhir.
2. Struktur pasar merupakan saluran yang terbentuk dalam pemasaran bawang merah lokal.
3. Kinerja pemasaran adalah ukuran yang diperoleh dari kegiatan proses pemasaran secara menyeluruh dari petani ke konsumen melalui keterlibatan lembaga pemasaran.
4. Petani adalah orang yang melakukan usahatani dari lahan pertaniannya dengan tujuan untuk memperoleh hasil.
5. Komoditas bawang merah lokal adalah jenis tanaman hortikultura yang dibudidayakan di Kelurahan Tomenawa.
6. Saluran pemasaran adalah orgnisasi yang saling tergantung dalam proses membuat produk dan jasa menjadi tersedia untuk dikonsumsi oleh konsumen.
7. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen.
8. *Farmer's share* adalah salah satu indikator untuk mengetahui efisiensi pemasaran.

9. Efisiensi pemasaran adalah suatu keadaan yang digunakan dalam penelitian prestasi kerja proses pemasaran bagi semua lembaga yang terkait dalam pemasaran (%).



IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak dan Kondisi Geografis Kelurahan Tomenawa

Kelurahan Tomenawa merupakan salah satu dari 3 Kelurahan dan 12 Desa, yaitu : Kelurahan Baraka, Kelurahan Tomenawa, Kelurahan Balla, Desa Banti, Desa Bontongan, Desa Janggurara, Desa Kadingeh, Desa Kendenan, Desa Parinding, Desa Perangian, Desa Pepandangan, Desa Bone-Bone, Desa Salukanan, Desa Tirowali dan Desa Pandang Batu. Batas wilayah Kelurahan Tomenawa :

Sebelah Utara : Desa Tirowali
Sebelah Timur : Desa Lunjen
Sebelah Selatan : Desa Parinding
Sebelah Barat : Kelurahan Baraka

Jarak Kelurahan Tomenawa dari Ibukota Kabupaten Enrekang adalah ± 39 Km. Luas wilayah Kelurahan Tomenawa adalah 7.520 Km^2 yang sebagian besar terdiri atas pegunungan dengan ketinggian 500-1000 M di atas permukaan laut. Kelurahan Tomenawa terdiri atas 5 dusun/lingkungan yakni :

1. Dusun Pentuanganan
2. Dusun Lemo II
3. Dusun Rumbo
4. Dusun Hombes
5. Dusun Lemo I.

Kedaaan iklim di Kelurahan Tomenawa terdiri dari : Musim Hujan, Kemarau dan Musim Pancaroba. Musim hujan biasanya terjadi antara bulan Januari-Juli, musim kemarau antara bulan September-November, sedangkan musim Pancaroba antara bulan Juli-Agustus.

4.2 Keadaan Demografis

1. Jumlah Penduduk

Tabel 3. Jumlah dan Umur Penduduk di Kelurahan Tomenawa

No.	Umur (Tahun)	Laki-Laki (Orang)	Perempuan (Orang)
1.	0-5 Tahun	215	156
2.	5-15 Tahun	200	300
3.	15-35 Tahun	350	400
4.	35-Uusia Lanjut	284	210
	Jumlah	1.049	1.066

Sumber : Data Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka, 2021

Berdasarkan tabel di atas jumlah penduduk yang ada di Kelurahan Tomenawa sebanyak 2.115 jiwa, dimana jumlah laki-laki sebanyak 1.049 orang dan jumlah perempuan sebanyak 1.066 orang. Penduduk yang berumur 0-5 tahun berjumlah 215 laki-laki dan 156 perempuan. Yang berumur 5-15 tahun berjumlah 200 laki-laki dan 300 perempuan. Penduduk yang berumur 15-35 tahun berjumlah 350 laki-laki dan 400 perempuan. Dan penduduk yang berumur 35-usia lanjut berjumlah 284 laki-laki dan 210 perempuan.

2. Tingkat Pendidikan

Tabel 4. Tingkat Pendidikan di Kelurahan Tomenawa

No.	Jenjang Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	315	16,53
2.	SMP	670	35,17
3.	SMA	450	23,62
4.	Sarjana/D3	225	11,81
5.	Buta Huruf	245	12,87
Jumlah		1.905	100%

Sumber : Data Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka, 2024

Pendidikan merupakan salah satu faktor yang menentukan kelancaran pembangunan suatu daerah yaitu melalui pendidikan. Pendidikan harus merata di semua daerah sehingga pembangunan daerah dapat berjalan dengan baik. Begitupun dengan penduduk di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka pendidikan merupakan salah satu yang mendapatkan perhatian dalam rangka meningkatkan produktivitas.

3. Mata Pencaharian

Mata pencaharian merupakan sumber untuk memperoleh penghasilan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Masyarakat di Kelurahan Tomenawa memiliki mata pencaharian yang beragam seperti petani, PNS, buru, wiraswasta dan lain-lain. Mata pencaharian yang lebih dominan yaitu petani.

4.3 Keadaan Pertanian

Keadaan pertanian di Kelurahan Tomenawa dengan tingkat kemiringan di atas 500 meter di atas permukaan laut (mdpl), sehingga cocok untuk bercocok tanaman hortikultura. Jenis sayuran yang diusahakan yakni : jagung, tomat, bawang merah dan lain-lain. Sayuran yang dominan atau kebanyakan diusahakan oleh petani adalah bawang merah.



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Penelitian ini menggunakan beberapa metode yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode observasi digunakan untuk mengamati kondisi di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka seperti penduduk, mata pencaharian penduduk dan produksi pertanian yang dihasilkan serta lembaga pemasaran yang ada di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka. Metode wawancara digunakan untuk memperoleh data dari responden, karakteristik responden dan pemasaran komoditas bawang merah lokal. Metode dokumentasi digunakan peneliti untuk memperoleh data-data dari Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka selama turun langsung di lapangan.

5.1.1 Identitas Petani

Petani dapat juga diartikan sebagai pekerjaan yang memanfaatkan sumber daya hayati yang dilakukan manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidupnya guna memenuhi kebutuhan hidup dengan menggunakan peralatan yang bersifat tradisional dan modern.

Responden petani adalah produsen atau penghasil bawang merah lokal menjual ke pedagang besar yang ada di kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka. Adapun informasi mengenai responden petani yang ada di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka dapat dilihat dibawah ini :

1. Umur

Umur merupakan satuan waktu untuk mengukur keberadaan suatu benda atau makhluk berdasarkan waktu, baik yang hidup maupun yang sudah mati. Umur mulai dihitung sejak lahir hingga sekarang. Penentuan umur dilakukan dengan menggunakan hitungan tahun. Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	25-31	10	35,7
2.	32-38	6	21,4
3.	39-45	5	17,9
4.	46-52	1	3,6
5.	53-59	6	21,4
	Jumlah	28	100%

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa usia petani bawang merah lokal terbanyak adalah berada di usia 25-31 tahun dengan jumlah 10 orang (35,7%). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata petani bawang merah lokal didominasi pada usia produktif. Pada usia produktif ini menunjukkan bahwa petani memiliki kemampuan fisik dan kemampuan berfikir yang baik dalam melakukan kegiatan usahatani bawang merah lokal.

2. Pendidikan

Pendidikan ialah suatu proses pembelajaran, pengetahuan, keterampilan dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan atau penelitian. Adapun karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	1	3,6
2.	SMP	9	32,1
3.	SMA	10	35,7
4.	S1/D3	8	28,6
	Jumlah	28	100%

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 6 menunjukkan bahwa jumlah petani dengan tingkat pendidikan SD, SMP, SMA, S1 dan D3 dengan jumlah terbanyak berada pada tingkat pendidikan terakhir SMA sebanyak 10 orang (35,7%) dan tingkat pendidikan paling sedikit yaitu SD dengan 1 orang (3,6%). Hal ini menunjukkan tingkat pendidikan petani di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka termasuk baik, sehingga kemampuan untuk menerima inovasi dan adopsi teknologi serta sistem pemasaran bawang merah lokal dapat dilakukan dengan baik.

3. Pengalaman Bertani

Pengalaman petani dalam mengelolah pertanian adalah suatu pengetahuan atau pengalaman ekonomi yang diperoleh melalui aktifitas atau rutinitas kegiatan sehari-hari yang diperoleh atau pernah dialami melalui berapa lama pengalamannya ataupun karena adanya tambahan pengetahuan dari penyuluh setempat. Lama berusaha tani akan mempengaruhi pengalaman petani dalam memproduksi bawang merah lokal. Adapun karakteristik pengalaman usahatani responden dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Karakteristik Pengalaman Usahatani Responden

No.	Lama Bertani (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	2-14	13	46,4
2.	15-27	12	42,9
3.	28-40	3	10,7
	Jumlah	28	100%

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 7 menunjukkan bahwa pengalaman bertani responden yang paling dominan berada pada 2-14 tahun sebanyak 13 orang (46,4%) sedangkan yang sedikit berada pada 28-40 tahun sebanyak 3 orang (10,3%). Disini dapat dilihat bahwa responden telah memiliki pengalaman dalam berusaha tani dan tentunya pengalaman dalam proses pemasaran bawang merah lokal.

4. Luas lahan

Luas lahan adalah salah satu faktor penting dalam usahatani yang sangat mempengaruhi petani dalam mengambil keputusan dalam hal penggunaan bibit, pupuk, obat-obatan dan lainnya. Luas lahan adalah media tumbuh bagi tanaman dan tumbuhan, tempat hewan dan manusia melakukan aktivitas kehidupannya. Adapun karakteristik petani responden berdasarkan luas lahan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Karakteristik Luas Lahan Responden

No.	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	0,25 - 1	24	85,7
2.	1,5 - 2	4	14,3
Jumlah		28	100%

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Luas lahan mempunyai peran penting dalam menghitung jumlah produksi petani, hal ini juga berdampak dengan seberapa banyak pendapatan dan pengeluaran petani bawang merah lokal. Pada Tabel 8 terlihat bahwa petani bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka yang memiliki luas lahan 0,25 – 1 Ha sebanyak 24 orang (86,7%) dan luas lahan 1,5 – 2 Ha sebanyak 4 orang (14,3%).

5.1.2 Identitas Informan

Lembaga pemasaran atau pedagang yang terlibat dalam proses pemasaran bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka adalah pedagang

besar. Pengalaman, pendidikan serta umur sangat mempengaruhi keberhasilan dalam berdagang.

Kegiatan pendistribusian suatu barang dari tangan produsen ke tangan konsumen memerlukan peran pedagang perantara atau disebut sebagai lembaga pemasaran. Lembaga mempunyai peran yang penting dalam melakukan kegiatan pemasaran. Identitas informan pedagang besar bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Informan

No.	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pengalaman (Tahun)
1	HJ. Nursia	61	SD	41
2	Syarifuddin	43	Tidak Sekolah	20

Sumber : Data Primer Setelah Dialah, 2021

Dilihat dari Tabel 9, kedua informan merupakan pedagang besar tergolong dalam usia produktif yaitu 61 tahun dan 43 tahun. Pengalaman menjadi seorang pedagang bawang merah lokal sudah 41 tahun dan 20 tahun sehingga sangat dikenal oleh petani bawang merah lokal setempat, hal ini membuat kedua informan telah memiliki mitra atau langganan.

Pedagang besar di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka merupakan pedagang yang membeli bawang merah lokal dalam volume yang relative banyak dan memiliki modal yang cukup besar. Biasanya pedagang besar membeli bawang merah lokal dari petani di dalam dan luar Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka. Rata-rata petani yang menjual bawang merah lokal merupakan langganan sejak lama, keluarga maupun dengan alasan lokasi saling berdekatan.

Volume pembelian bawang merah lokal oleh pedagang besar rata-rata sebanyak 16 ton dan 10 ton setiap tiga sampai satu minggu sekali dipengaruhi oleh musim dan transaksi yang terjadi. Pedagang besar ini menjual bawang merah lokal ke Palu, Manado, Makassar, Kalimantan, Jawa dan Papua.

5.2 Struktur Pasar

Bawang merah lokal lebih banyak diminati oleh petani karena memiliki keuntungan yang baik dibandingkan tanaman yang lainnya. Dalam pemasaran bawang merah lokal, petani memasarkan ke pedagang besar langsung. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di lapangan, tidak terjadi diferensiasi terhadap produk yang ada di tingkat petani dan pedagang besar. Diferensiasi produk merupakan proses pembedaan produk atau jasa yang dijual dari petani ke pedagang besar bersifat homogen.

a. Pangsa Pasar

Tabel 10. Hasil Analisis Konsentrasi Pasar (CR2) pada Pemasaran Bawang Merah Lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka

No.	Tingkat	Jenis Struktur Pasar	Pangsa Pasar (%)
1.	Petani	Pasar yang bersaing dan mendekati model persaingan sempurna	1,77
2.	Pedagang Besar	Pasar yang tidak Sempurna Oligopsoni	72,99

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 10 menunjukkan bahwa pada tingkat petani memperoleh hasil konsentrasi rasio sebesar 1,77% yang menunjukkan jenis pasar yang bersaing dan mendekati model persaingan sempurna. Hasil analisis pada tingkat pedagang besar

diperoleh konsentrasi rasio sebesar 72,99% yang menunjukkan pasar tidak sempurna oligopsoni. Hasil tersebut diperoleh dari produksi produsen dibagi total jumlah produksi produsen dikali seratus persen. Dikatakan pasar tidak sempurna oligopsoni karena terdapat banyak penjual atau petani dan beberapa pembeli atau pedagang besar. Pembeli dari pasar ini pada umumnya adalah seorang distributor, dengan jenis produk mentah dan harga yang cenderung stabil.

b. konsentrasi Rasio

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka, struktur pasar pada tingkat petani yang dihitung dengan menggunakan CR2 adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{CR2} &= \text{S1} + \text{S2} \\ &= 1,01 + 0,76 \\ &= 1,77\% \end{aligned}$$

Dari hasil penelitian CR2 ditingkat petani menunjukkan bahwa nilai pasar yang bersaing dan mendekati model persaingan sempurna. Hasil penelitian terdapat 28 petani bawang merah lokal sebagai responden di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka, komoditas yang di pasarkan petani bersifat homogen yaitu bentuk sayuran serta petani tidak memiliki kekuatan dalam menentukan harga jual bawang merah lokal. Hasil ini diperoleh dari penjumlahan pangsa pasar produsen satu tambah pangsa pasar produsen dua sehingga menghasilkan konsentrasi rasio tingkat responden atau petani sebesar 1,77% yang berarti struktur pasar yang bersaing dan mendekati model persaingan sempurna karena kurang dari 20% sesuai ketentuan Yuprin, 2009.

Struktur pasar yang terjadi pada tingkat pedagang besar yaitu dihitung menggunakan CR2 adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} CR2 &= S1 + S2 \\ &= 70,8 + 2,91 \\ &= 72,99\% \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan CR2 tingkat pedagang besar menunjukkan nilai konsentrasi pada tingkat pedagang besar sebesar 72,99% dimana struktur pasar yang tidak sempurna oligopsoni. Hasil tersebut diperoleh dari informan satu ditambah informan dua sehingga menghasilkan konsentrasi rasio tingkat pedagang besar atau informan sebesar 72,99% yang berarti struktur pasar yang tidak sempurna oligopsoni karena kurang dari 80% sesuai ketentuan Yuprin, 2009.

c. Hambatan Masuk Pasar

Hambatan masuk pasar dapat dilihat dari mudah tidaknya pesaing-pesaing potensial untuk masuk pasar. Semakin tinggi hambatan masuk maka akan semakin lemah ancaman dari pendatang baru yang ingin masuk ke dalam suatu industri.

Berdasarkan dari data yang diperoleh di lapangan dan hasil penelitian dapat dilihat dengan rumus hambatan masuk pasar sebagai berikut :

$$\begin{aligned} MES &= \frac{\text{Penjualan bawang merah lokal oleh pedagang}}{\text{Jumlah bawang merah lokal di kelurahan tomenawa}} \times 100\% \\ &= \frac{26.000}{1.975.000} \times 100\% \\ &= 0,013 \times 100\% \\ &= 1,3\% \end{aligned}$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan di atas untuk pedagang besar diperoleh sebesar 1,3%. Nilai tersebut kurang dari 10 persen sehingga hambatan masuk pasar

dikatakan rendah. Rendahnya nilai tersebut akan memudahkan pedagang baru masuk kedalam wilayah pemasaran bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka. Hasil penelitian tersebut didapatkan dari penjualan bawang merah lokal oleh pedagang dibagi jumlah bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa dikali seratus persens sehingga dihasilkan nilai sebesar 1,3% yang berarti nilai tersebut kurang dari 10%, dimana hambatan masuk pasar rendah yang akan memudahkan pedagang lain masuk kedalam wilayah pasar tersebut.

5.3 Kinerja Pasar

Kinerja pasar dapat diketahui dari tingkat harga yang terbentuk di pasar serta penyebaran harga ditingkat produsen sampai konsumen. Kinerja pasar dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu margin pemasaran, *farmer share* dan efisiensi pemasaran.

a. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang terjadi antara suatu barang atau jasa yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. analisis dari margin pemasaran serta pembagian harga merupakan salah satu cara mengetahui efisiensi suatu pemasaran. Margin pemasaran yang ada di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Margin Pemasaran Bawang Merah Lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka

Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
Produsen	-	15.500	-
Pedagang Besar	15.500	22.000	6.500
Konsumen	22.000	-	-

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan margin pemasaran yang ada di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka dengan rata-rata harga beli pada petani sebesar 15.500/Kg dan harga jual dari pedagang besar sebesar 22.000/Kg, maka margin pemasaran yang didapatkan yaitu 6.500/Kg. Margin pemasaran tersebut didapatkan dari harga ditingkat konsumen dikurangi harga ditingkat produsen. Jika margin pemasaran semakin tinggi, maka bagian yang diterima oleh petani semakin rendah.

Margin pemasaran didapatkan dari total perhitungan biaya yang dikeluarkan dengan keuntungan alur pemasaran yang ikut berperan dalam proses pemasaran. Proses berpindahnya produk dari produsen ke konsumen memerlukan biaya, dengan adanya biaya maka harga suatu produk akan meningkat. Untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan serta margin pemasaran pada lembaga pemasaran terhadap saluran yang digunakan petani bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Biaya Pemasaran Bawang Merah Lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp)
1.	Petani	
	a. Biaya Transportasi	1.350
	b. Biaya Tenaga Kerja	700
	c. Biaya Pembersihan	550
	Total Biaya	2.600
	Margin	6.500
	Keuntungan	3.900

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 12 di atas maka total biaya pemasaran dapat dilihat dari nilai biaya transportasi tambah biaya tenaga kerja tambah biaya pembersihan untuk mendapatkan nilai total biaya pemasaran sebesar 2.600/Kg.

b. *Farmer Share*

Merupakan persentase perbandingan antara bagian harga yang diterima oleh petani dengan biaya harga dikonsumsi akhir. *Farmer share* dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Fs &= \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \\
 &= \frac{15.500}{22.000} \times 100\% \\
 &= 0,704 \times 100\% \\
 &= 70,45\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan *farmer share* pemasaran dapat diketahui sebesar 70,45%. Dimana petani menjual hasil panennya ke pedagang besar dengan harga 15.500/Kg dibagi dengan harga ditingkat pedagang besar untuk menghasilkan nilai *farmer share*. Indikator pengukuran margin pemasaran.

dilihat dari, jika margin pemasaran semakin tinggi maka bagian yang diterima petani rendah begitupun sebaliknya apabila margin pemasaran rendah maka bagian yang diterima petani tinggi.

Menurut Downey (1992) menyatakan bahwa *farmer share* $\geq 40\%$ merupakan efisien sedangkan *farmer share* $\leq 40\%$ tidak efisien. Maka nilai *farmer share* yang didapatkan di lokasi penelitian sebesar 70,45% termasuk dalam kategori efisien karena lebih besar dari 40%. Nilai 70,45% yaitu bagian harga yang diterima oleh petani sedangkan nilai yang didapatkan ditingkat pedagang sebesar 29,55%. Pihak yang lebih untung dari nilai *farmer share* yang didapatkan yaitu petani sebanyak 70,45% sedangkan pihak yang dirugikan yaitu lembaga pemasaran sebesar 29,55%.

c. Efisiensi Pemasaran

Perbandingan antara biaya pemasaran dengan harga jual yang ada ditingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen (%) adalah pengertian dari efisiensi pemasaran. Untuk dapat menentukan efisiensi pemasaran bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka, maka harus diketahui seberapa besar biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam memasarkan produk dan berapa harga ditingkat konsumen dari lembaga pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat dihitung melalui rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} EP &= \frac{BP}{NP} \times 100\% \\ &= \frac{2.600}{22.00} \times 100\% \\ &= 11,81\% \end{aligned}$$

Menurut Soekartawi (2002), bahwa tingkat efisiensi pemasaran pada lembaga pemasaran dikatakan efisien jika efisiensi pemasaran kurang dari 50%, lembaga pemasaran tersebut efisien. Dan jika efisiensi pemasaran lebih dari 50%, maka lembaga pemasaran tersebut tidak efisien. Berdasarkan perhitungan rumus efisiensi pemasaran diperoleh nilai efisien sebesar 11,81%.

Nilai efisiensi pemasaran tersebut didapatkan dari total biaya pemasaran dibagi harga ditingkat konsumen dikali seratus persen untuk. Nilai efisiensi pemasaran yang didapatkan menunjukkan bahwa pemasaran bawang merah lokal di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka masuk dalam kategori efisien hal ini sesuai dengan teori Soekartawi, 2002 yang menyatakan jika nilai efisiensi pemasaran kurang dari lima puluh persen maka lembaga pemasaran dikategorikan efisien sedangkan jika nilai efisiensi pemasaran lebih dari lima puluh persen maka lembaga pemasaran dikategorikan tidak efisien. Pemasaran dikatakan efisien apabila manfaat dari aliran komoditas dapat dirasakan oleh semua pihak yang terlibat dalam mekanisasi pemasaran.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Salman, 2020 Struktur dan Kinerja Pasar Komoditas Lada di Desa Totallang Kecamatan Lasusua Kabupaten Kolaka Utara. Menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran termasuk dalam kategori efisien. Penelitian yang dilakukan oleh Yohana Butarbutar, 2019 analisis struktur, perilaku dan kinerja pemasaran kentang (*Solanum tuberosum L.*) (Studi kasus : di Kecamatan Naman Tera

Kabupaten Karo, termasuk dalam kategori efisien. Dimana untuk mendapatkan efisiensi pemasaran, total biaya pemasaran dibagi dengan harga ditingkat konsumen. Dengan melihat tingkat efisiensi pemasaran pada lembaga pemasaran, apabila kurang dari 50% lembaga pemasaran tersebut dikatakan efisien sedangkan apabila lebih dari 50% maka lembaga pemasaran dikatakan tidak efisien.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian yang telah diuraikan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Struktur pasar di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka yaitu dilihat dari lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran yaitu petani bawang merah lokal dan pedagang besar. Hasil analisis dari konsentrasi rasio penelitian ini yaitu struktur pasar yang tidak sempurna oligopsoni sebesar 72,99%, nilai pangsa pasar dari $CR_2 <$ dari 80%. Hambatan masuk pasar sebesar 1,3%, hambatan masuk ini disebut rendah karena kurang dari 10% sehingga peluang dari pedagang lain bebas masuk dalam wilayah pasar tersebut.
2. Kinerja pasar yang diperoleh dari hasil analisis penelitian di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka menunjukkan bahwa margin pemasaran pada lembaga pemasaran diperoleh Rp 6.500/Kg, *farmer share* sebesar 70,45% dan efisiensi pemasaran sebesar 11,81% yang menunjukkan bahwa pemasaran bawang merah lokal efisien karena kurang dari 50%.

6.2 Saran

Kepada petani diharapkan usahatani bawang merah lokal dapat terus diusahakan dengan lebih banyak informasi bawang merah lokal dan sistem pemasaran dalam menentukan harga ditingkat petani dan pedagang agar tidak ada salah satu pihak yang merasa dirugikan saat terjadi transaksi. Diharapkan bantuan dari lembaga pemerintah dalam meningkatkan kinerja pemasaran di daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, I., Hakim, D.B., & Asmarantaka, R.W. (2015). *Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Biji Kakao di Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen. 1-18.
- Agnellia, M., Ustriyana, I., & Djelantik, A. (2016). *Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Cabai di Bangli*. Jurnal Agribisnis dan Agrowisata. 5(1), 1-10.
- Anggraeni, M.D., & Baladina, N. (2017). *Analisis Struktur, Perilaku dan Penampilan Pasar Kentang di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. 1, 69-79.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Asmarantaka R.W. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen. IPB. Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kecamatan Baraka. 2019. *Kecamatan Baraka dalam Angka 2019*. Baraka: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Enrekang. 2019. *Kabupaten Enrekang dalam Angka 2019*. Enrekang: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan. 2019. *Provinsi Sulawesi Selatan dalam Angka 2019*. Sulawesi Selatan: Badan Pusat Statistik.
- Butarbutar Y. 2019. *Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Kentang*. Skripsi. Medan (ID): Universitas Medan Area.
- Cramer. 2009. *Agriculture Economics and Agribusiness*. John Willey and Son. New York.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2014. *Rencana Strategis Direktorat Jenderal Hortikultura Tahun 2010-2014*. Jakarta (ID).
- Downey, W. D. dan S. P. Erickson. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga, Jakarta.
- Ferdinand, A., 2000. *Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategi*. Jurnal *Research Paper Series*, (1), 1-55.
- Handayani, S.A. 2014. *Optimalisasi Pengelolaan Lahan untuk Sayuran Unggulan Nasional*. Julianto, Editor. Tabloid Sinar Tani.
- Khadijah, Sitti Yahya Hiola. 2018. *Teknologi Pengolahan Sayuran*. Makassar: CV Inti Mediatama.

- Khotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Milenium. Jakarta. Pre hallindo.
- Kohls dan Uhl. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. Ninth Edition. Prentice Hall, New Jersey.
- Maulidah, S. 2012. *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Malang: UB Press.
- Natalia, T. C., Doeranto, P., & Effendi, M. (2011). *Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Pada Sentra Industri Bakpia Yogyakarta*. *Jurnal Industria*, (1): 50–60.
- Panagiotou, G. 2006. *The Impact of Managerial Cognitions on the Structure-Conduct-Performance (SCP) Paradigm: A Strategic Group Perspective*. *Management Decision*, 44: 423–441.
- Rosmilawati, M. Djibeng, A. Hidayati, N. Wathoni 2006. "Analisis Struktur Perilaku dan Penampilan Pasar Komoditi Vanili Di Kabupaten Lombok Barat". *Agroteksos*, 16 (2) : 136-143.
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang. UMM-Press.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sumarni, N. & Hidayat, A. 2005. *Panduan Teknis Budidaya Bawang Merah*. Balai Penelitian Tanaman Sayuran. Lembang.
- Supardi, M.d, (2006). *Metodolologi Penelitian*. Mataram, Yayasan Cerdas Press.
- Suparman. 2007. *Bercocok Tanam Bawang Merah*. Azka Press. Jakarta.
- Suratiyah, Ken. 2015. *Ilmu Usahatani Edisi Revisi*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Susanti. 2020. *Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Komoditas Cengkeh*. Skripsi. Makassar (ID): Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Soekartawi. 2002. *Pembangunan Pertanian*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Yuprin, A. D. 2009. *Analisis Pemasaran Karet Di Kabupaten Kapuas*. *Wacana* Vol. 12: 519-538.

L

A



A

N

Lampiran 1. Kuesioner Untuk Petani, Pedang Besar dan Konsumen.

**ETI ADELINA
105961118117**

Judul Penelitian:

**Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Bawang Merah Lokal
di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang**

A. Identitas Responden

1. Nama Responden
2. Jenis Kelamin
3. Umur :Tahun
4. Pekerjaan
5. Pendidikan Terakhir : TK/SD/SMP/SMA/D3/S1/Tidak Sekolah
6. Jumlah Anggota Keluarga :Orang
7. Jumlah pendapatan (Per putaran panen) : Rp.....

B. Petani

1. Sudah berapa lama saudara/i bekerja sebagai petani bawang merah lokal :
.....(tahun)
2. Apakah saudara/i memiliki jenis usaha lain : a. Ya b. Tidak
Jika ya, sebutkan :
3. Berapa jumlah luas lahan yang saudara/i miliki :Ha
4. Berapakah produksi yang dihasilkan dalam sekali panen :(Kg)
5. Berapakah harga jual bawang merah lokal saudara/i :(Kg)
6. Berapakah jumlah pendapatan saudara/i dalam sekali panen :Rp.....

d. Lainnya :.....

19. Sebelum melakukan penjualan apakah saudara melakukan penyortiran terlebih dahulu : a. Ya b. Tidak

Jika ya, berdasarkan apa :.....

20. Menurut saudara/i bawang merah lokal ini dijual kemanakah yang lebih menguntungkan dari pelaku pemasaran dibawah ini, berikan alasannya?

- a. Pedagang/pengumpul
- b. Pedagang pengecer
- c. Pasar

Alasannya :.....

21. Dengan siapa saudara melakukan penjualan bawang merah lokal :

Lembaga pemasaran	Alamat/lokasi	Harga jual (Rp/Kg)	Jumlah penjualan (kg)

C. Lembaga Pemasaran

- Pedagang Besar

1. Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai pedagang pengumpul bawang merah lokal :.....(tahun)
2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain : a. Ya b. Tidak
3. Selain bawang merah lokal apalagi yang dikumpulkan? :.....
4. Diperoleh dari manakah bawang merah lokal tersebut :.....
5. Berapa harga beli bawang merah lokal dari petani :Rp.....

6. Dengan siapa saudara melakukan penjualan bawang merah lokal :

Lembaga pemasaran	Alamat/lokasi	Harga jual (Rp/Kg)	Jumlah penjualan (kg)

7. Berapa banyak bawang merah lokal yang anda beli dari petani :.....(Kg/sekali panen)

8. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi bawang merah lokal :

9. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan : a. Ya b. Tidak

10. Berapa tenaga kerja yang anda gunakan :.....(Orang)

11. Berapa upah tenaga kerja/orang : Rp.....

• **Konsummen**

1. Apakah pekerjaan saudara saat ini :

2. Berapa jumlah pembelian bawang merah lokal dalam sekali membeli :.....Kg/ons

3. Berapa kali dalam seminggu saudara membeli bawang merah lokal :

4. Berapa harga beli bawang merah lokal : Rp.....

5. Dibandingkan dengan harga sayuran lain, apakah menurut saudara sayuran bawang merah lokal ini cukup mahal : a. Ya b. Tidak

Jika tidak, berikan alasan anda :

6. Sayuran apa yang dibandingkan itu :

Lampiran 2. Peta Kecamatan Baraka

PETA KECAMATAN BARAKA



Lampiran 3. Karakteristik Responden dan Informan di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka

No.	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Luas Lahan (Ha)	Pengalaman (Tahun)	Tanggungjan (Orang)
1	Jadilah	56	SMP	0,7	39	1
2	Ramadhan	55	SMP	0,65	39	6
3	Arifin	54	SMP	0,5	35	3
4	Annas	56	SI	1	26	6
5	Parman	30	SMA	0,6	25	4
6	Iksan	35	SMA	0,25	25	4
7	Raju	45	SMA	2	22	6
8	Acing	43	SMA	0,7	20	-
9	Alling	31	SMA	0,33	20	2
10	Suhardi Hendra	42	SI	1	20	2
11	Sugianto	35	SI	1,5	20	1
12	Hardi	42	SMP	0,5	20	3
13	Rahman	54	SMP	0,55	20	2
14	Harmin	40	SMP	0,6	16	2
15	Sakariah	30	SMP	0,5	15	4
16	Misriani	32	D3	1,5	12	2
17	Sukmawati	29	SMP	0,4	11	2
18	Anto	30	SMA	0,4	10	1
19	Andra	31	SMA	1	10	-
20	Supriadi	32	SMA	0,45	10	2
21	Patajuddin	54	SMA	1	10	4
22	Hode	30	SD	1	10	1
23	Surya	35	SI	0,5	10	3
24	Amran	36	SMP	0,75	10	2
25	Armin	46	SMA	0,3	5	2
26	Wahyu	27	SI	1,5	3	-
27	Suharno	25	SI	0,75	3	-
28	Alhanan	25	SI	0,5	2	1

No.	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Tanggungjan (Orang)
1	HJ. Nursia	61	SD	41	-
2	Syarifuddin	43	Tidak Sekolah	20	4

Lampiran 4. Produksi Responden di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka

No.	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Harga Jual (Rp)	Penerimaan (Rp)	Tujuan Pemasaran
1	Jadilah	0.7	7	15,000	105,000,000	Ibu Hj. Nursia
2	Ramadhan	0.65	7	15,000	105,000,000	Ibu Hj. Nursia
3	Arifin	0.5	6	16,000	96,000,000	Ibu Hj. Nursia
4	Annas	1	11.5	15,000	172,500,000	Ibu Hj. Nursia
5	Parman	0.6	4	15,000	60,000,000	Pak Syarifuddin
6	Iksan	0.25	2	15,000	30,000,000	Pak Syarifuddin
7	Raju	2	20	16,000	320,000,000	Ibu Hj. Nursia
8	Acing	0.7	8	15,500	124,000,000	Ibu Hj. Nursia
9	Alling	0.33	5	15,000	75,000,000	Ibu Hj. Nursia
10	Suhardi	1	10	16,000	160,000,000	Ibu Hj. Nursia
11	Hendra Sugianto	1.5	11	15,000	165,000,000	Ibu Hj. Nursia
12	Hardi	0.5	5	15,000	75,000,000	Pak Syarifuddin
13	Rahman	0.55	3	16,000	48,000,000	Pak Syarifuddin
14	Harmin	0.6	3.5	15,000	52,500,000	Pak Syarifuddin
15	Sakariah	0.5	5	15,000	75,000,000	Ibu Hj. Nursia
16	Misriani	1.5	15	17,000	255,000,000	Ibu Hj. Nursia
17	Sukmawati	0.4	3	15,000	45,000,000	Ibu Hj. Nursia
18	Anto	0.4	3	16,000	48,000,000	Pak Syarifuddin
19	Andra	1	10	15,000	150,000,000	Pak Syarifuddin
20	Supriadi	0.45	3	16,000	48,000,000	Pak Syarifuddin
21	Patajuddin	1	10	15,000	150,000,000	Pak Syarifuddin
22	Hode	1	7	15,500	108,500,000	Pak Syarifuddin
23	Surya	0.5	4	16,000	64,000,000	Pak Syarifuddin
24	Amran	0.75	3	15,000	45,000,000	Pak Syarifuddin
25	Armin	0.3	3.5	17,000	59,500,000	Ibu Hj. Nursia
26	Wahyu	1.5	15	15,000	225,000,000	Ibu Hj. Nursia
27	Suharno	0.75	7	15,000	105,000,000	Ibu Hj. Nursia
28	Alhanan	0.5	6	17,000	102,000,000	Ibu Hj. Nursia
Total		21.43	197.5	389,500	2,843,000,000	
Rata - Rata		0.7653571	7.05	15,500	101,535,714	

Lampiran 5. Struktur Pasar Responden Berdasarkan Total Produksi

No.	Nama	Produksi (Kg)	Pangsa Pasar (%)
1	Raju	20,000	1.01
2	Wahyu	15,000	0.76
Total		1,975,000	1.77

Lampiran 6. Struktur Pasar Informan Berdasarkan Total Produksi

No.	Nama	Volume (Kg)	Pangsa Pasar (%)
1	HJ. Nursia	140,000	70.08
2	Syarifuddin	57,500	2.91
Total		1,975,000	72.99

Lampiran 7. Margin Pemasaraan

Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
Produsen	-	15.500	-
Pedagang Besar	15.500	22.000	6.500
Konsumen	22.000	-	-

Lampiran 8. Biaya-Biaya Pemasaran

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp)
1.	Petani	
	a. Biaya Transportasi	1.350
	b. Biaya Tenaga Kerja	700
	c. Biaya Pembersihan	550
Total Biaya		2.600
Margin		6.500
Keuntungan		3.900

Lampiran 9. Dokumentasi



Gambar 3. Foto Wawancara Petani di Kebun Bawang Merah Lokal



Gambar 4. Foto Bersama Petani di Kebun Bawang Merah Lokal



Gambar 5. Foto Bersama Salah Satu Petani Bawang Merah Lokal yang Sedang Melakukan Proses Penjemuran



Gambar 6. Foto Bersama Salah Satu Petani Bawang Merah Lokal Dimana Bawang Merahnya Telah Dibeli oleh Pedagang Besar



Gambar 7. Foto Bersama Salah Satu Pedagang Besar





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS PERTANIAN

Jl. Sultan Alauddin, Makassar No. 259 Makassar, Telp : (0411) 86772-881903, Fax: (0411) 863-988

Nomor : 861 /FP/A.2-II/VI/42/2021
Lamp : 1 (Satu) Proposal Penelitian
Hal : Pengantar Penelitian

Kepada Yth:
Ketua LP3M UNISMUH Makassar
Di:
Makassar

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubungan rencana pelaksanaan Penelitian mahasiswa Fakultas Pertanian UNISMUH Makassar maka kami mohon Bapak untuk memberikan surat Pengantar Izin Penelitian kepada mahasiswa dibawah ini,

Nama : Eti Adeline
Stambuk : 105961116117
Jurusan : Agribisnis
Waktu Pelaksanaan : Juli - Agustus 2021
Judul : Analisis Struktur Dan Kinerja Pemasaran Komoditas Bawang Merah Lokal Di Kelurahan Tomesawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Atas perhatian dan kerjasamanya kami hatunkan jazakumulillah khairankatsira.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 29 Juli 2021 M
18 Dzulkaidah 1443 H

Dekan


Dr. Ir. Andi Khairiyah, M.Pd.
NBM : 997043



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 231 Telp. 0411-21112 Fax. (0411) 805188 Makassar 90221 E-mail: ap@umh.ac.id



Nomor : 4066/05/C 4-VIII/VII/40/2021
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian

27 Dzulqa'dah 1442 H
07 July 2021 M

Kepada Yth.
Bapak / Ibu Bupati Enrekang
Cq. Ka. Kantor Penanaman Modal & Pelayanan Terpadu Satu
di -

Enrekang

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 861/EP/A.2-III/2021 tanggal 27 Juni 2021, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : **ETI ADELINA**
No. Stambuk : **10596 1110 117**
Fakultas : **Fakultas Pertanian**
Jurusan : **Agribisnis**
Pekerjaan : **Mahasiswa**

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

"Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Bawang Merah Lokal di Kelurahan Temenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 9 Juli 2021 s.d 9 September 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 khairan katsiran.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dr. Abubakar Idris, MP.
NBM 101 7716



PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jenderal Sudirman Km. 3 Pinang Enrekang Telp/Fax (0420)-21079

ENREKANG

Enrekang, 14 Juli 2021

Nomor : 319/DPMPTSP/IP/VII/2021
 Lampiran :
 Perihal : Izin Penelitian

Kepada
 Yth. Lurah Tomenawa
 Di
 Kec. Baraka

Berdasarkan surat dari Ketua Lembaga Penelitian, Pengembangan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Makassar, Nomor: 4052/05/II-VIII/VII/40/2021, tanggal 07 Juli 2021, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Eti Adeline
 Tempat Tanggal lahir : Lembeh, 4 September 1997
 Instansi/Pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Dusun Ranga Desa Ranga Kec. Enrekang

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul: "Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Bawang merah Lokal Di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang"

Dilaksanakan mulai tanggal 14 Juli 2021 s.d 05 September 2021

Pengikut/Anggota

Pada Penerimaanya dapat menyetujui kegiatan tersebut diatur dengan ketentuan:

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Pemerintah/Instansi setempat.
2. Tidak menyebarkan dan masalah yang telah diizinkan.
3. Menjalani semua peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan menaati adat istiadat setempat.
4. Menyajikan 1 (satu) berkas fotocopy hasil Skripsi kepada Bupati Enrekang dan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Enrekang.

Demikian untuk mendapat perhatian

An. BUPATI ENREKANG
 P11 Kepala DPM PTSP Kab Enrekang

SYAMSUDDIN, S.Pt, M.Si
 Pangkat : Pembina Tk. I
 Nip : 19710115 200003 1 007

Tembusan Hh

1. Bupati Enrekang (Salinan)
2. Kepala BPP (BANG) P11 Kab. Enrekang
3. Camat Baraka
4. Universitas Muhammadiyah Makassar
5. Yang Berhajat (Eti Adeline)
6. Penitip



**PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG
KECAMATAN BARAKA
KELURAHAN TOMENAWA**

Jalan Poros Baraka – Pasui No. Kode Pos 9753.Tlp.

SURAT KETERANGAN
NOMOR: 140.338/KLT/VII/2021

Yang Bertanda Tangan di bawah ini Lurah Tomenawa Menerangkan bahwa :

Nama : ETI ADELINA
Tempat, Tanggal Lahir : Rumbi, 21 September 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar
Alamat : Dusun Ranga, Desa Ranga, Kec. Enrekang

Yang tersebut diatas benar - benar telah mengadakan Penelitian di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka, Kabupaten Enrekang Sejak tanggal 14 Juli 2021 tanggal 10 September 2021 dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: *"Analisis Struktur Dan Kinerja Komoditas Bawang Merah Lokal Di Kelurahan Tomenawa, Kecamatan Baraka, Kabupaten Enrekang"*

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar - benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk di pergunakan sepiutnya.

Rumbi, 21/09/2021
LURAH TOMENAWA


Drs. LUNIK
NIP. 196512312000121016



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS PERTANIAN

Jl. Sultan Alauddin Makassar No. 259 Makassar, Telp (0411) 806772, 881593, Fax: (0411) 865 500

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI
PRODI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
TAHUN 2021

Nama : Eti Adeline
 NIM : 105 46102117
 Alamat/Asal Daerah : Enrekang
 No HP : 081 346 432 110
 Pembimbing Utama : Dr. Jumiaty, S.P., M.H.
 Judul : Analisis Efektivitas dan Risiko Pemrosesan Kematifan Biawang
 Merah (Musa) di Kecamatan Tampanawa Kecamatan Baraka
 Kabupaten Enrekang

Hari	Uraian Kegiatan Pembimbing	Paraf
Jumat 28/08/2021	Perubahan Poin-Poin di tinjauan	
Senin 31/08/2021	Kerangka pikir dan perubahan judul	
Jumat 4/09/2021	Acc. ulang proposal	
Senin 23/09/2021	Bimbingan olah data penelitian	
Selasa 24/09/2021	Kelengkapan lampiran	
Rabu 25/09/2021	Acc. ulang hasil/skripsi	



Ketua Program Studi
 Agribisnis

Dr. Siti Muhiyati, S.P., M.P.
 NBM : 873 162



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS PERTANIAN

Jl. Sultan Alauddin Makassar No. 253 Makassar, Telp (0411) 866772, 881593, Fax 0411 865 588

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI
PRODI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
TAHUN 2021

Nama : Eti Adeline
 NIM : 16596118117
 Alamat/Asal Daerah : Enrekang
 No HP : 087346428116
 Pembimbing Pendamping : Sumarni D., S.P.M., M.P.
 Judul : Analisis Efektivitas dan Biaya Perencanaan Komoditas Bawang Merah Besar di Kabupaten Enrekang Kecamatan Garauke Kabupaten Enrekang

Hari	Uraian/Status Pembimbing	Paraf
Tanggal/Bulan/Tahun		
28 Rabu 28/04/2021	Difitur di rumah mahasiswa, meeting penelitian dan daftar pustaka	
29 Selasa 4/05/2021	Tata cara penulisan	
30 Senin 24/05/2021	Tata cara penulisan	
31 Selasa 31/05/2021	Tata cara dan format penulisan dan spesifikasi bab	
Kamis 27/06/2021	Acc. Uraian Pustaka	
10/07/2021	Tata cara penulisan	
Kamis 10/08/2021	Tambahan hasil pengujian tata cara	
Jumat 10/09/2021	Acc. uraian hasil / skripsi	



Ketua Program Studi
 Agribisnis

Dr. Sri Mulyati, S.P., M.P.
 NBM : 873 162



Submission date: 18 Aug 2021 02:44:59
Submission ID: 1637209641
File name: SKRIPSI (TI 3.docx (409.81K))
Word count: 6185
Character count: 43653

Adelina 105961118117

19%
SIMILARITY INDEX

21%
INTERNET SOURCES

2%
PUBLICATIONS

3%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



digilibadmn.uinsmuh.ac.id

13%



repository.uin.ac.id

4%



indriana@ub.ac.id

2%



RIWAYAT HIDUP



ETI ADELINA, lahir di Enrekang pada tanggal 24 September 1997. Penulis merupakan anak ke dua terakhir dari 6 bersaudara yang merupakan anak dari pasangan Haping dan almarhumah Jasi. Penulis menyelesaikan Pendidikan formal pertama pada tahun 2011 di SDN/25 Dattebola, setelah tamat melanjutkan Pendidikan ke SMP Negeri 6 Enrekang pada tahun yang sama dan tamat pada tahun 2014. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di SMA Negeri 2 Enrekang dan tamat pada tahun 2017.

Selesai Pendidikan formal Sekolah Menengah Atas pada tahun 2017, penulis melanjutkan Pendidikan ke Perguruan Tinggi Swasta yaitu Universitas Muhammadiyah Makassar (Unismuh Makassar), mengambil program studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Selama jadi mahasiswi, penulis bergabung dalam pengurusan lembaga kemahasiswaan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Agribisnis FP-Unismuh Makassar 2018/2019. Pernah magang di PT. Sang Hyang Seri Sidrap dan Kuliah Kerja Profesi di Kelurahan Pasir Putih Kecamatan Sinjai Borong Kabupaten Sinjai.