

**ANALISIS SALURAN DAN MARGIN TATA NIAGA
BAWANG MERAH (*Allium Ascalonicum* L.)**

(Studi Kasus di Kelompok Tani Sari Tani II Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon)

Joko Sugiharto¹, Iman Sungkawa², Dodi Budirokhman³

¹²³Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Swadaya Gunung Jati

Email : sugiharto.jk@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Saluran tataniaga bawang merah, (2) Besarnya marjin tataniaga pada masing-masing lembaga tataniaga bawang merah di bawang merah, (3) Saluran tataniaga mana yang lebih menguntungkan untuk para petani bawang merah, dan (4) Besarnya bagian harga yang diterima petani bawang merah (*farmer's share*) pada berbagai saluran tataniaga bawang merah di Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon. Penelitian dilakukan Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon pada bulan Agustus 2021. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan pendekatan survey, dengan jumlah petani sampel 30 orang, pedagang pengumpul sebanyak 10 orang, pedagang besar 3 orang, pedagang perantara 7 orang, dan pedagang pengecer 8 orang. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Data yang dihasilkan dianalisis secara deskriptif dan statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui saluran tataniaga dan fungsi tataniaga. Sedangkan analisis statistik digunakan untuk mengetahui marjin tataniaga dan besarnya bagian harga yang diterima petani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Terdapat dua sistem saluran tataniaga bawang merah di Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon, yaitu Petani–Pedagang Pengumpul–Pedagang Pengecer–Konsumen dan Petani–Pedagang Pengumpul–Pedagang Besar–Pedagang Pengecer–Konsumen, (2) Marjin tataniaga bawang merah yang paling besar adalah pada saluran tataniaga II yakni Rp. 11.000 per kg (59,86%) dan yang terkecil pada saluran tataniaga I yakni Rp. 10.200 per kg (54,22%), (3) Saluran tataniaga I lebih menguntungkan dengan nilai keuntungan lebih besar dan saluran tataniaga II, dan (4) *Famer's Share* atau bagian harga yang diterima petani bawang merah pada saluran tataniaga I sebesar 52,99% dan bagian harga yang diterima petani bawang merah saluran tataniaga II sebesar 51,11%.

Kata Kunci : Analisis Saluran, Margin Tataniaga, Bawang Merah

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the shallot trade system, (2) the amount of the trade margin at each shallot trading system in shallot, (3) which trade system is more profitable for shallot farmers, and (4) The share of the price received by shallot farmers (farmer's share) in various shallot trading channels in Gebang Village, Gebang District, Cirebon Regency. The research was conducted in Gebang Village, Gebang District, Cirebon Regency in August 2021. The research design used in this research is a quantitative method, with a survey approach, with a sample of 30 farmers, 10 collectors, 3 wholesalers, 7 middlemen, and 8 retailers. The data collected is primary data and secondary data that has to do with the research problem. The resulting data were analyzed descriptively and statistically. Descriptive analysis is used to determine the channel of the trading system and the function of the trading system. While statistical analysis is used to determine the margin of the trading system and the share of the price received by farmers. The results showed that: (1) There are two systems of shallot trading system in Gebang Village, Gebang District, Cirebon Regency, namely Farmers-Collector Traders-Retailer-Consumer and Farmers-Collector Traders- Wholesaler-Retailer-Consumers, (2) The largest shallot trading margin is in the second trading system, which is Rp. 11.000 per kg (59,86%) and the smallest in the first trading system, which is Rp. 10.200 per kg (54,22%), (3) Trading system I channel is more profitable with a higher profit value than trading system II, and (4) Farmer's Share or the share of the price received by shallot farmers in the trading system I am 52.99 % and the share of the price received by shallot farmers in the second trading system is 51.11%.

Keywords: Channel Analysis, Trading Margin, Shallots

PENDAHULUAN

Bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) adalah bagian dari komoditas sayuran yang di unggulkan dan sejak lama diusahakan oleh petani secara konvensional maupun budidaya secara modern. Komoditas sayuran ini merupakan bagian penting dari bumbu masakan, sebagai bumbu masakan, sayuran, penyedap makan, disamping itu sebagai obat tradisional. Fungsi utama bawang merah sebagai bumbu pada tiap masakan, sehingga dapat di kategorikan jumlah penggunaan bawang merah sangatlah besar.

Perkembangan produksi bawang merah di Indonesia mengalami fluktuasi selama 5 tahun dari tahun 2015 sampai dengan 2019 baik dari segi luas panen, produksi maupun produktivitas.

Kabupaten Cirebon merupakan daerah pengembangan bawang merah di Indonesia. Bawang merah di Kabupaten Cirebon banyak dibudidayakan Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon, Jawa Barat, Pada tahun 2019 luas areal penanaman bawang merah di Kecamatan Gebang mencapai 435 Ha dengan jumlah produksi mencapai 4.436 ton (Dinas Pertanian Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Cirebon 2020).

Berdasarkan hasil survey pendahuluan yang dilaksanakan pada Bulan Juni 2021 Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon diperoleh gambaran bahwa harga bawang merah di Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon pada tingkat petani berkisar antar Rp.10.000 – Rp. 15.000 per kg, sedangkan harga di tingkat pengecer berkisar antara Rp. 25.000 – 30.000 per kg. Salah satu perbedaan harga di tingkat petani dan di pengecer adalah terlalu banyaknya lembaga yang terlibat

sehingga saluran tataniaga menjadi panjang. Setiap lembaga tataniaga akan melakukan berbagai fungsi, sehingga dengan fungsi-fungsi tersebut kegunaan barang akan meningkat. Untuk melaksanakan berbagai fungsi itu, lembaga tataniaga harus mengeluarkan biaya. Lembaga tataniaga akan mengambil imbalan dengan cara menaikkan harga di tingkat konsumen dan menekan harga beli di tingkat petani (Limbong W.H. dan Panggabean Sitorus, 2015). Jika kondisi ini dibiarkan, tentu akan memperpanjang penderitaan petani. Menurut Imelda Octaviani Utami dan Harini Tri Astuti (2015), petani dan konsumen akan mengalami kerugian akibat saluran tataniaga yang panjang. Petani menderita kerugian berupa pendapatan yang rendah karena harga jual yang diterima rendah.

Sedangkan konsumen rugi karena membayar terlalu mahal. Rendahnya *farmer's share* atau yang diterima petani tergolong kecil dan tingginya harga yang dibayarkan

konsumen diakibatkan oleh panjangnya alur tataniaga pada komoditas bawang merah, artinya lembaga yang berperan pada tataniaga bawang merah di Kecamatan Gebang sangat banyak.

Rendahnya penguasaan pasar yang disebabkan dominasi pedagang dan rendahnya *bargaining position* petani serta rendahnya pemahaman petani dalam perencanaan produksi menyebabkan *farmer's share* atau bagian yang diterima petani dari usahanya sangat rendah.

Dinamika saluran tataniaga bawang merah adalah potret yang terjadi dalam lintas waktu tertentu. Oleh karena itu penting untuk melihat perkembangan permasalahan bawang merah yang ada

di Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon. Lokasi ini dijadikan tempat penelitian dengan pertimbangan bahwa Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon merupakan salah satu sentra produksi bawang merah di Kabupaten Cirebon. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Agustus 2021 dengan objek penelitian adalah petani, pedagang, dan konsumen bawang merah

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan desain penelitian kualitatif yang didukung data kuantitatif. prosedur yang digunakan adalah studi kasus, model metode pengumpulan data yang bersifat integrative dan komprehensif. Integratif artinya menggunakan berbagai teknik pendekatan dan bersifat komprehensif yaitu data yang dikumpulkan meliputi seluruh aspek pribadi individu secara lengkap (Sugiyono, 2012). Untuk desain penelitian kualitatif digunakan teknik penelitian berupa *survey*. Menurut Singarimbun dan Efendi (2001), penelitian *survey* adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Sampel terdiri dari petani, pedagang dan konsumen, untuk pengambilan sampel antara petani, pedagang dan konsumen menggunakan metode sensus dan *purposive sampling*. Jumlah petani bawang merah di Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon adalah 30 orang. Data tersebut diperoleh dari hasil BP3K Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon. Mengingat jumlah populasi terbatas, hanya 30 orang, maka

penarikan sampel dilakukan secara sensus, artinya semua petani yang mengusahakan usahatani bawang merah dijadikan sampel. Hal ini sesuai dengan pendapat Suharsimi Arikunto (2011), Apabila subjek penelitian atau populasi kurang dari 100, lebih baik semua populasi dijadikan sampel penelitian.

Teknik Pengambilan sampel untuk pedagang bawang merah dari petani yang ada di Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon. Mengingat jumlah pedagang sudah diketahui sebanyak 15 pedagang, maka penarikan sampel dilakukan secara sensus, artinya semua pedagang yang mengusahakan usahadagang bawang merah dijadikan sampel.

Teknik pengambilan sampel untuk konsumen bawang merah dari petani yang ada di Desa Gebang Kecamatan Gebang dilakukan dengan cara *purposive sampling* atau sengaja, yaitu pengambilan sampel konsumen yang dilakukan secara sengaja dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2012).

Pengumpulan data merupakan suatu prosedur pengadaan data primer yang sistemik dan standar untuk keperluan penelitian. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Cara pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data primer yaitu data pokok penelitian yang diperoleh melalui wawancara langsung pada petani responden, dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, sebagaimana tercantum dalam Lampiran 1 - 3.
2. Data sekunder merupakan data pendukung yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan dan data dari berbagai instansi dan lembaga yang terkait dengan penelitian. Data yang dikumpulkan

meliputi : keadaan sosial ekonomi, keadaan pertanian, dan lain-lain yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka untuk menjelaskan dan menghindari segala bentuk kesalahpahaman dalam penelitian ini, maka dibuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Tataniaga bawang merah adalah kegiatan penjualan produksi bawang merah dari produsen (petani) ke konsumen atau pemakai akhir. Hasil dari tataniaga bawang merah adalah jumlah atau volume produk bawang merah yang terjual, dinyatakan dalam rupiah
2. Saluran tataniaga adalah saluran yang digunakan oleh lembaga tataniaga untuk menyalurkan bawang merah dari produsen sampai konsumen
3. Lembaga tataniaga adalah badan usaha atau perorangan yang menyalurkan bawang merah dari produsen ke konsumen.
4. Produsen/petani adalah pihak-pihak yang melakukan usaha-usaha budidaya bawang merah. Produksi dari produsen berupa bawang merah untuk kemudian dijual dalam keadaan segar.
5. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang melakukan pembelian dari produsen dan menyalurkan produk bawang merah ke pedagang lain maupun pedagang besar lainnya atau langsung menjual kepada konsumen
6. Pedagang besar adalah pedagang yang menerima penjualan bawang merah segar dari produsen langsung atau dari pedagang pengumpul untuk kemudian menjualnya kepada pedagang pengecer atau kepada konsumen.
7. Pedagang pengecer adalah pedagang yang menerima penjualan bawang merah dari pedagang besar atau produsen, untuk kemudian dijual kembali kepada konsumen akhir.
8. Konsumen akhir adalah konsumen yang membeli produk bawang merah segar dari pengecer, pedagang menengah, atau pedagang besar, pengumpul, atau produsen untuk kemudian diolah untuk dikonsumsi langsung ataupun dijual kembali dengan jenis produk yang berbeda dari produk asal.
9. Harga jual produsen adalah harga rata-rata produk bawang merah yang diterima produsen per kg, yang dinyatakan dalam rupiah per kg (Rp./kg)
10. Harga jual pedagang adalah harga rata-rata produk bawang merah yang dijual pedagang kepada pedagang lainnya atau kepada konsumen akhir, yang dinyatakan dalam rupiah per kg (Rp./kg)
11. Harga beli konsumen adalah harga yang dibayarkan oleh konsumen kepada pihak yang melakukan penjualan bawang merah segar kepadanya, yang dinyatakan dalam rupiah per kg (Rp./kg)
12. Biaya tataniaga adalah semua biaya yang diperlukan untuk mendistribusikan atau memasarkan produk dari lokasi produksi sampai ke tangan konsumen akhir, yang dinyatakan dalam rupiah per kg (Rp./kg) atau persentase (%).
13. Margin tataniaga adalah selisih harga jual suatu lembaga pemasaran dengan harga beli dari lembaga pemasaran sebelumnya, yang dinyatakan dalam rupiah per kg (Rp./kg) atau persentase (%).

14. *Farmer's share* adalah bagian harga yang diterima produsen dibandingkan dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir, yang dinyatakan dalam persentase (%).

Data yang dihasilkan dianalisis secara deskriptif dan statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui saluran tataniaga dan fungsi tataniaga. Sedangkan analisis statistik digunakan untuk mengetahui biaya dan pendapatan usahatani bawang merah, margin tataniaga dan *Farmer's Share*. Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

a. Analisis Pola Distribusi/Saluran Tataniaga

Analisis distribusi/saluran tataniaga dilakukan dengan cara mengidentifikasi lembaga tataniaga yang terlibat, serta mendeskripsikan alur tataniaga yang terjadi dalam bentuk skema. Skema tataniaga dapat terbentuk beberapa macam tergantung alur tataniaga yang terjadi pada tataniaga bawang merah. Kemudian diidentifikasi fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan masing-masing lembaga tataniaga dalam proses penyaluran bawang merah dari petani sampai ke konsumen dalam bentuk produk tertentu, sehingga dapat meningkatkan nilai guna

b. Analisis Fungsi Tataniaga

Fungsi-fungsi tataniaga dilihat dari masing-masing fungsi yang dilakukan lembaga tataniaga dalam proses penyaluran bawang merah dari titik produsen ke titik konsumen, sehingga dapat meningkatkan nilai guna produk.

2. Analisis Statistik

a. Analisis Margin Tataniaga

Analisis margin dilakukan untuk mengetahui komponen biaya tataniaga serta bagian yang diterima masing-masing pelaku pasar yang terlibat dalam

tataniaga bawang merah. Adanya perbedaan harga ditingkat petani dengan konsumen menyebabkan margin yang diterima masing-masing pelaku pasar akan berbeda. Hal ini disebabkan karena adanya biaya-biaya yang dikeluarkan lembaga tataniaga dalam menjalankan fungsi tataniaga.

Margin tataniaga dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap tingkat lembaga tataniaga. Besarnya margin tataniaga pada dasarnya merupakan penjumlahan dari biaya-biaya tataniaga dan keuntungan yang diperoleh oleh lembaga tataniaga. Menurut Limbong dan Sitorus (2005), perhitungan margin tataniaga secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M = \frac{Pr - Pf}{Pf} \times 100\%$$

M = margin tataniaga

Pr = harga ditingkat pengecer (*price retailer*)

Pf = harga ditingkat produsen (petani)

b. *Farmer's Share*

Bagian yang diterima petani dari harga yang terjadi dikonsumsi akhir dapat diketahui melalui *farmer's share*. Nilai *farmer's share* digunakan untuk melihat apakah tataniaga produk tersebut memberikan balas jasa yang seimbang kepada petani. *Farmer's Share* berhubungan negatif dengan margin tataniaga artinya semakin tinggi margin tataniaga maka bagian yang akan diperoleh petani semakin rendah. *Farmer's Share* dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Fs = *Farmer's Share*

Pr = harga ditingkat pengecer

Pf = harga ditingkat produsen (petani)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian ditemukan 2 jenis saluran tataniaga yang terdapat di lokasi penelitian, yaitu :

1. Petani- Pedagang Pengumpul Desa- Pedagang Pengecer Konsumen.
2. Petani-Pedagang Besar-Pedagang Antar Daerah- Pedagang Pengecer-Konsumen.

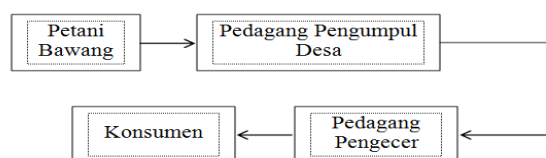
Produsen (petani bawang merah) melakukan kegiatan pembelian input-input produksi, pengolahan tanah, penanaman, hingga pemeliharaan, tetapi tidak melakukan kegiatan pemanenan. Pada lokasi penelitian (Desa Gebang) pemanenan bawang merah dilakukan oleh pedagang pengumpul desa. Penjualan bawang merah milik petani dilakukan dengan sistem lelang, dimana pedagang pengumpul datang langsung ke lahan milik petani dan melakukan tawar-menawar harga. Setelah dicapai kesepakatan maka pedagang boleh memanen bawang merah.

Harga bawang merah yang diterima oleh petani cukup berfluktuasi, dalam waktu yang singkat harga komoditas bawang merah dapat berubah bergantung pada besarnya permintaan pasar serta *supply* produk itu sendiri.

1. Saluran Tatanaga I

Saluran pertama diawali dari petani bawang merah di Desa Gebang

yang menjual bawang merahnya kepada pedagang pengumpul yang terdapat di desa dengan sistem lelang. Setelah itu kegiatan memanen dan pasca panen menjadi tanggung jawab pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul ini selanjutnya akan membawa bawang merah ke pusat kota yang ada di Cirebon.. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Saluran Tataniaga Bawang Merah Di Desa Gebang

Bawang merah yang dibeli oleh pedagang pengumpul desa rata-rata Rp. 11.500 per kg dengan volume pembelian 1.500 kg, sehingga total biaya yang dikeluarkan untuk membeli bawang merah dari petani adalah Rp. 17.250.000 (1.500 kg x Rp. 11.500). Analisis saluran tataniaga dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Komponen Biaya, Price Spread dan Share Margin Bawang Merah Melalui Saluran Tataniaga

No.	Uraian	Price Spread (Rp)	Share Margin (%)
1	Pedagang Pengumpul Desa		
	a. Harga beli bawang merah dari petani (1500 kg x Rp. 11.500)	17,250,000	52.99
	b. Biaya tataniaga		-
	√ Upah tenaga kerja (cabut, rogol, bersih, sortir, kemas) (1500 kg x Rp. 850)	1,275,000	3.92

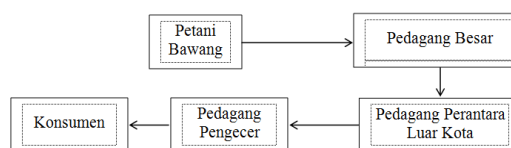
√ Karung Waring 1 buah @ Rp.1250	187,500	0.58
√ Transportasi	400,000	1.23
√ Retribusi	15,000	0.05
√ Bongkar	100,000	0.31
√ Keamanan dan kebersihan	50,000	0.15
√ Sewa tempat	25,000	0.08
√ Telepon (komunikasi)	20,000	0.06
√ Timbangan	15,000	0.05
√ Penyusutan	172,500	0.53
Total Biaya tataniaga	2,260,000	6.94
c. Profit	3,365,000	10.34
<hr/>		
2 Pedagog Pengecer		
a. Harga beli bw merah dari pedagang pengumpul (10 kg x Rp. 15.250)	152,500	70.28
b. Biaya pemasaran		-
√ Transportasi	1,000	0.46
√ Sewa tempat	1,000	0.46
√ Pajak	100	0.05
√ Kantong plastic	100	0.05
√ Kebersihan	50	0.02
√ Penyusutan	7,625	3.51
Total Biaya tataniaga	9,875	4.55
c. Profit	54,625	25.17
<hr/>		
3 Harga beli konsumen (10 kg x Rp. 21.700)	217,000	100.00
Total Margin keuntungan per/kg	7,706	

Sumber : Analisis Data (2021)

2. Saluran Tatanaga II

Pada saluran tataniaga II, pedagang besar langsung membeli bawang merah dari produsen (petani bawang merah), biasanya antara petani bawang merah dengan pedagang besar telah menjalin kerjasama, dimana petani diberi modal untuk usahatani bawang merah, dimana dari hasil produksi bawang merah dibeli oleh pedagang besar dengan harga disesuaikan dengan harga pada umumnya saat panen. Oleh pedagang besar yang datang langsung ke tempat produsen. Bawang merah tersebut kemudian dijual kembali kepada pedagang perantara luar kota yang selanjutnya akan membawa bawang merah tersebut ke pusat-pusat pasar yang ada di Kota Cirebon Kabupaten Cirebon, salah satunya adalah pasar Jagasatru. Di pasar tersebut

bawang merah akan dijual kembali kepada pedagang pengecer yang datang dari berbagai pasar yang ada di Kabupaten Cirebon. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Saluran Tataniaga Bawang Merah

Bawang merah yang dibeli oleh pedagang besar rata-rata Rp. 11.500/kg dengan volume pembelian 15000 kg, sehingga total biaya yang dikeluarkan untuk membeli bawang merah dari petani adalah Rp. 172.500.000 (15000 kg x Rp. 11.500). Di lokasi penelitian kegiatan pemanenan (pasca panen) merupakan tanggung jawab dari

pedagang besar. Analisis saluran tataniaga dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2. Komponen Biaya, Price Spread dan Share Margin Bawang Merah Melalui Saluran Tataniaga

No.	Uraian	Price Spread (Rp)	Share Margin (%)
1	Pedagang Besar		
	a. Harga beli bawang merah dari Petani (15000 kg x Rp. 11.500)	172,500,000	51.11
	b. Biaya pemasaran		-
	√ Upah tenaga kerja (cabut, rogol, jemur) (15000 kg x Rp. 850)	12,750,000	3.78
	√ Karung Waring 750 buah @ Rp.2500	1,875,000	0.56
	√ Transportasi	4,000,000	1.19
	√ Retribusi	150,000	0.04
	√ Tenaga kerja keamanan dan lain lain	1,000,000	0.30
	√ Sewa tempat dan Listrik	500,000	0.15
	√ Timbangan	250,000	0.07
	√ Telepon/komunikasi	200,000	0.06
	√ Penyusutan	172,500	0.05
	Total Biaya tataniaga	20,897,500	6.19
	c. Profit	9,102,500	2.70
2	Pedagang Perantara luar kota/Grosir		-
	a. Harga beli dari pedagang besarl desa (1500 kg x Rp. 13.500)/	20,250,000	60.00
	b. Biaya pemasaran		-
	√ Upah tenaga kerja (sortasi, Greding) (1500 kg x Rp. 1500)	2,250,000	6.67
	√ Karung Waring 75 buah @ Rp.2500	187,500	0.56
	√ Transportasi	150,000	0.44
	√ Retribusi	7,500	0.02
	√ Bongkar	7,500	0.02
	√ Sewa tempat, Alas, Parkir dll	15,000	0.04
	√ Keamanan. Kebersihan	15,000	0.04
	√ Telepon/komunikasi	7,500	0.02
	√ Timbangan	7,500	0.02
	√ Penyusutan	2,025,000	6.00
	Total Biaya tataniaga	4,672,500	13.84
	c. Profit	1,327,500	3.93
3	Pedagang Pengecer		-
	a. Harga beli bawang merah dari pedagang perantara (10 kg x Rp. 17500)	175,000	77.78
	b. Biaya pemasaran		-
	√ Transportasi	1,000	0.44
	√ Sewa tempat	1,000	0.44
	√ Pajak retribusi	100	0.04
	√ Kantong plastic	100	0.04
	√ Kebersihan	50	0.02
	√ Penyusutan	8,750	3.89
	Total Biaya tataniaga	11,000	4.89
			43

	c. Profit	39,000	17.33
4	Harga beli konsumen (10 kg x Rp. 22.500)	225,000	100.00
	Total Margin keuntungan per/kg	53,921	23.96

Sumber : Analisis Data (2021)

Analisis margin tataniaga dan share harga merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengetahui efisiensi tataniaga. Untuk mengetahui besarnya margin tataniaga dilakukan penghitungan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan lembaga tataniaga yang ikut berperan dalam proses tataniaganya.

Harga yang diterima petani dengan pedagang pengumpul dalam

tataniaga bawang merah berbeda-beda. Besarnya perbedaan ini disebabkan oleh kegiatan yang dilaksanakan Pedagang pengumpul dalam fungsi tataniaga berbeda dengan petani. Perbedaan harga yang diterima petani dengan Pedagang pengumpul ini merupakan margin tataniaga. Untuk lebih jelasnya margin tataniaga bawang merah dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis Marjin Tataniaga Bawang Merah (%)

Saluran Tataniaga	Pedagang Pengumpul	Pedagang Besar	Pedagang Perantara	Pedagang Pengecer	Jumlah
Saluran I					
Petani/Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen	Rp.3,750 (24,5%)	x	x	Rp.6,450 (29,72%)	Rp.10,200 (54,22%)
Saluran II					
Petani/Produsen – Pedagang Besar – Pedagang Perantara Luar Kota – Pedagang Pengecer - Konsumen	X	Rp. 2000 (14,81%)	Rp.4000 (22,85%)	Rp.5000 (22,2%)	Rp.11,000 (59,86%)

Sumber : Analisis Data (2021)

Pada Tabel 3. terlihat bahwa total margin tataniaga yang paling besar adalah pada saluran tataniaga II yakni Rp. 11000 per kg (59,86%) dari harga beli konsumen dan yang terkecil pada saluran tataniaga I yakni Rp. 10.200 per kg (54,22%). Hal ini disebabkan pada saluran tataniaga II terdapat tiga jenis. Pedagang besar, pedagang perantara luar kota dan pedagang pengecer. Di samping itu pada saluran tataniaga II membutuhkan biaya pengangkutan yang

lebih tinggi karena jarak antara produsen dengan konsumen begitu jauh dibandingkan dengan saluran lainnya.

Pada saluran tataniaga I dan II terlihat bahwa perbedaan margin yang terjadi cukup besar. Perbedaan nilai margin tataniaga ini disebabkan oleh jumlah lembaga tataniaga yang terlibat pada tiap saluran, fungsi-fungsi tataniaga, dan keuntungan yang diambil oleh tiap-tiap lembaga tataniaga. Nilai margin terendah terlihat pada saluran tataniaga I

karena hanya melibatkan dua lembaga tataniaga dan keuntungan yang diambil tidak sebesar pada saluran tataniaga II. Hal ini mengisyaratkan bahwa saluran tataniaga yang tidak banyak melibatkan lembaga tataniga relatif lebih efisien daripada saluran tataniaga yang panjang. Hal ini sesuai dengan pendapat Marsinah (2005) bahwa umumnya pedagang pengecer mengambil keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan pedagang lainnya karena jumlah produk yang dipasarkan lebih sedikit. Selanjutnya hasil penelitian Cristoporos dan Sulaeman (2009), bahwa persentase margin tataniaga pada saluran satu (Petani/produsen–Pedagang

Pengumpul–Konsumen) lebih kecil dibanding pemasaran pada saluran dua (Petani/produsen–Pedagang pengumpul –PedagangPengecer–Konsumen) artinya semakin pendek saluran tataniaga, maka semakin kecil persentase margin tataniaga tersebut.

Keuntungan Tataniaga setiap LembagaTataniaga dan *Farmer's Share* (Bagian Harga yang diterima Produsen/Petani)

Bagian dan keuntungan tataniaga bawang merah di Desa Gebang dihitung berdasarkan saluran tataniaga yang terbentuk, seperti pada Tabel 4 dan Tabel 5.

Tabel 4. Bagian Keuntungan Tataniaga pada Setiap Lembaga Tataniaga terhadap Harga Konsumen pada Saluran Tataniaga I (%)

Lembaga Tataniaga	Harga Beli (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Keuntungan
Pedagang Pengumpul	11,500	1,506	15,250	Rp. 2,244 (14,71%)
Pedagang Pengecer	15,250	987	21,700	Rp. 5,463 (25,17%)

Sumber : Analisis Data (2021)

Tabel 5. Bagian Keuntungan Tataniaga pada Setiap Lembaga Tataniaga terhadap Harga Konsumen pada Saluran Tataniaga II (%)

Lembaga Tataniaga	Harga Beli (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Keuntungan
Pedagang Besar	11,500	1,392	13,500	Rp. 608 (4,50%)
Pedagang Perantara	13,500	3,115	17,500	Rp. 885 (5,05%)
Pedagang Pengecer	17,500	1,100	22,500	Rp. 3,900 (17,3%)

Sumber : Analisis Data (2021)

Berdasarkan Tabel 4 dan 5 ternyata biaya tataniaga tertinggi terdapat pada pedagang pengumpul dan biaya tataniga bawang merah terendah terdapat pada pedagang pengecer, namun keuntungan tertinggi pada

pedagang pengecer yaitu pada saluran tataniaga I sebesar 25,17% dan pada saluran tataniaga II sebesar 17,3%. Keuntungan tataniaga terendah diperoleh pedagang pengumpul, yaitu pada saluran tataniaga I sebesar 14,71%

dan pedagang besar pada saluran tataniaga II sebesar 4,50%. Besarnya biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul tersebut karena pedagang pengumpul harus menanggung biaya pengangkutan bawang merah, biaya pengemasan dan biaya penimbangan sedangkan pada saluran II biaya terbesar ada di pedagang grosir perantara antar kota. Hal ini sesuai dengan pendapat Soekartawi (2007), bahwa apabila harga komoditi pertanian meningkat, beban biaya tataniaga yang tinggi terdapat pada pedagang perantara.

Biaya tataniaga pada pedagang pengecer paling rendah, sehingga bagian biaya yang paling efisien terdapat pada pedagang pengecer. Hal ini disebabkan pedagang pengecer hanya mampu menjual sedikit setiap harinya, sehingga pedagang pengecer mengambil untung yang lebih besar. Hal ini bahwa, pada umumnya pedagang pengecer mengambil keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan pedagang lainnya karena jumlah produk yang dipasarkan lebih sedikit.

Farmer's Share adalah proporsi dari harga yang diterima petani produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Petani bawang merah menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul dengan harga rata-rata pada saluran tataniaga I sebesar Rp.

11.500 per kg dan pedagang pengecer menjual kepada konsumen akhir rata-rata sebesar Rp. 21.700 per kg. Pada saluran tataniaga II sebesar Rp. 11.500 per kg dan pedagang pengecer menjual kepada konsumen akhir rata-rata sebesar Rp. 22.500 per kg. Besarnya harga yang diterima petani bawang merah Di Desa Gebang adalah sebagai berikut :

Saluran Tataniaga I

$$F_s = \frac{P_f \times 100\%}{P_r}$$

$$F_s = \frac{11.500 \times 100\%}{21.700}$$

$$F_s = 52,99\%$$

Saluran Tataniaga II

$$F_s = \frac{11.500 \times 100\%}{22.500}$$

$$F_s = 51,11\%$$

Farmer's Share atau bagian harga yang diterima petani bawang merah pada saluran tataniaga I sebesar 52,99% dan bagian harga yang diterima petani bawang merah saluran tataniaga II sebesar 51,11%. Untuk lebih jelasnya bagian harga yang diterima petani bawang merah dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Bagian Harga yang Diterima Petani Bawang Merah (*Farmer's Share*) Di Desa Gebang pada Saluran Tataniaga I dan II (%)

Saluran Tataniaga	Harga di tingkat Produsen (Rp./kg)	Harga ditingkat Konsumen (Rp./kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
Petani/Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer - Konsumen	11,500	21,700	52.99

Petani/Produsen – Pedagang Besar – Pedagang Perantara Luar Kota – Pedagang Pengecer - Konsumen	11,500	22,500	51.11
---	--------	--------	-------

Sumber : Analisis Data (2021)

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1 Saluran tataniaga bawang merah di Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon, ada dua saluran tataniaga, yaitu :
 - a. Petani/Produsen–Pedagang Pengumpul–Pedagang Pengecer - Konsumen
 - b. Petani/Produsen–Pedagang Besar–Pedagang Perantara Luar Kota–Pedagang Pengecer-Konsumen
2. Marjin tataniaga bawang merah yang paling besar adalah pada saluran tataniaga II yakni Rp. 11.000 per kg (59,86%) dan yang terkecil pada saluran tataniaga I yakni Rp. 10.200 per kg (54,22%).
3. Saluran tataniaga mana yang lebih menguntungkan adalah saluran tataniag I dengan nilai keuntungan lebih besar dan saluran tataniaga II
4. *Famer's Share* atau bagian harga yang diterima petani bawang merah pada saluran tataniaga I sebesar 52,99% dan bagian harga yang diterima petani bawang merah saluran tataniaga II sebesar 51,11%.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya petani memanfaatkan informasi tentang komoditi bawang merah baik itu mengenai harga, permintaan bawang merah di

pasaran serta hal-hal lain yang berhubungan dengan tataniaga bawang merah.

2. Perlu dilakukan penguatan lembaga pada tingkat petani seperti fungsionalisasi kelompok tani dan koperasi agar dapat
3. membantu petani dalam upaya memperkuat posisi tawar-menawarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino, Z. 2001. Pengantar Tataniaga Pertanian. Departemen Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Cristoporus dan Sulaiman. 2009. Analisis Produksi dan Pemasaran Jagung di Desa Labuan Toposo Kecamatan Tawaeli Kabupaten Donggala Volume 16 No. 2 Juni 2009
- Daniel, Moehar. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara. Jakarta.
- Delinda Ch. Lekatompessy, Martha Turukay dan Weldemina B. Parera. 2017. Analisis Pemasaran Bawang Merah (*Allium ascalonicum L.*) Di Dusun Taeno Negeri Rumah Tiga Kecamatan Teluk Ambon Kota Ambon. *AGRILAN : Jurnal Agribisnis Kepulauan*. Volume 5 No. 3 Oktober 2017.
- Dinas Pertanian Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Cirebon. 2020. Rencana Strategis

- Pengembangan Pertanian Kabupaten Cirebon. Dinas Pertanian Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Cirebon, Cirebon.
- Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian. 2019. Petunjuk Teknis Pengembangan Bawang Merah. Direktorat Jendral Hortikultura, Jakarta.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2020. Perkembangan Produksi Hortikultura. Direktorat Jenderal Hortikultura. Departemen Pertanian, Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2007. Strategi Tataniaga. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ginting P., 2008. Pemasaran Produk Pertanian, USU Press, Medan.
- Handewi Rukmana. 1997. Aspek Permintaan, Penawaran dan Tataniaga Hortikultura di Indonesia. Forum Peneliti Angrek. Pusat Penelitian SosialEkonomi Pertanian. BPPP Departemen Pertanian, Jakarta.
- Imelda Octaviani Utami dan Harini Tri Astuti. 2015. Pengantar Tataniaga. Semarang University Press, Semarang.
- Jumiati dkk, 2013. Analisis Tataniaga di Desa Talang Mulya Kabupaten Pesawaran. Jurnal Ilmiah *ESAI*.
- Khol dan Amstrong. 2001. <http://shaylife.blogspot.co.id/2012/04/Tataniaga-pertanian-saluran-Tataniaga.html>. Diakses tanggal 20 Juni 2021.
- Kohls, Richard L., and Joseph N. Uhl. 2005. *Marketing of Agricultural Products*. New York: MacMillan Publishing Company.
- Kotler Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan (Implementasi Dan Pengendalian) Terjemahan. Salemba Empat, Jakarta.
- Limbong, Wilson H dan Panggabean Sitorus. 2015. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor
- Mubyarto. 2007. Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, Jakarta.
- Radiosunu. 2007. Manajemen Pemasaran. Suatu Pendekatan Analisis, Edisi II, BPFE, Yogyakarta.
- Rahardi, F., Rony Palungkun dan Asiani Budiarti. 1999. Agribisnis Tanaman Sayuran. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahayu, E dan Berlian N. 2009. Bawang Merah. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahmat Rukmana. 2007. Bawang Merah. Kanisius, Yogyakarta.
- Rahmat Rukmana, 2014. Budidaya dan Pemasaran Bawang Merah Sayuran. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rismunandar. 2004. Membudidayakan 5 Jenis Bawang. Sinar Baru, Bandung.
- Risqan Fitrah Manik, Nurhayati dan Erida Nurahmi. 2019. Pengaruh Jarak Tanam dan Dosis Pupuk Kandang terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Bawang Merah (*Allium ascalonicum L.*). Jurnal Agrotek Lestari Vol. 5 No.1 April 2019.
- Singarimbun, M dan Sofian Effendi. 2001. Metode Penelitian Survei. Lembaga Penelitian Pendidikan

- dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, Jakarta.
- Soekartawi. 2007. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian. Teori dan Aplikasinya. Rajawali Press, Jakarta.
- Sudiyono, A., 2006. Pemasaran Pertanian, Universitas Muhammadiyah Malang Press, Malang.
- Sugiyono. 2012. Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.
- Suharsimi Arikunto. 2011. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sumarni dan Hidayat, 2005. Pengaruh Pemupukan N, P dan K pada Pertumbuhan dan Produksi Bawang Merah Kultivar Sumenep. J. Hort. Vol 5, No. 5. Balai Penelitian Tanaman Sayuran, Lembang, Bandung.
- Sumarni N., Rosliani, R. dan Suwandi. 2012. Optimasi Jarak Tanam dan Dosis Pupuk NPK Untuk Produksi Bawang Merah Dari Benih Umbi Mini di Dataran Tinggi. J. Hort. 22(2) 148-155. Balai Penelitian Tanaman Sayuran, Lembang, Bandung.
- Sunarjono H. dan Soedomo P. 2003. Budidaya Bawang Merah (*Allium ascalonicum L.*). Sinar Baru, Bandung.
- Suwandi. 2013. Teknologi Bawang Merah Off-Season: Strategi dan Implementasi Budidaya. Balai Penelitian Tanaman Sayuran (BALITSA). Lembang, Bandung.
- Triharyanto, Samanhudi, Pujiasmanto, dan Purnomo. 2013. Kajian dan Pembibitan Budidaya Bawang Merah (*Allinium ascolanicum L*) Nekakui Biji Botani (*True Shallot Seed*) <http://hortikultura.litbang.pertanian.go.id>. Diakses 20 Juni 2021.
- Wibowo, S. 2009. Budidaya Bawang. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Yudi. 2018. Analisis Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Enrekang. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makasar.