

## **ANALISIS PEMASARAN BAWANG MERAH LEMBAH PALU DI DESA WOMBO KALONGGO KECAMATAN TANANTOVEA KABUPATEN DONGGALA**

### **Marketing Analysis of Onion Valley of Palu In The Village Wombo Kalonggo District Tanantovea Donggala**

*Syukrianto As Samana<sup>1)</sup>, Hj. Hadayani<sup>2)</sup>*

<sup>1)</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu  
e-mail : syukriantosamana@gmail.com  
e-mail : yaniansar@ymail.com

#### **ABSTRACT**

This study aims to determine the form of marketing channels, the amount of the marketing margin, part of the price received by farmers and the efficiency of commodity marketing onion valley of Palu in the village of Wombo Kalonggo Tanantovea District of Donggala. This research was conducted in the village of Wombo Kalonggo, District of Donggala Tanantovea. Take the 30 respondents from 96 farmers using simple random sample method (Simple Random Sampling). In addition to determining the respondent trader in use methods of assessment respondents (Tracing Sampling Method). Based on the results of research, there are two forms of marketing channels in the village Wombo Kalonggo, the channel I : Farmers - traders - retailers - consumers. Channel II : Farmers - retailers - consumers. Marketing margins onion valley of Palu obtained for the first channel Rp. 4000.00 and total marketing margin onion valley of Palu obtained for the second line is Rp. 3.000,00. Any part of the price received by the farmer on the first line is 4.33%. Any part of the price received by the farmer on the second line is 3.62%. I channel marketing efficiency value of 4.33% and to channel II at 3.62%. From both the efficiency of the channels I and II are the most efficiency is channel II.

**Keywords:** Efficiency, margin, marketing, onion valley of Palu.

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, besarnya margin pemasaran, bagian harga yang diterima oleh petani dan efisiensi pemasaran komoditi bawang merah Lembah Palu di Desa Wombo Kalonggo, Kecamatan Tanantovea, Kabupaten Donggala. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Wombo Kalonggo, Kecamatan Tanantovea, Kabupaten Donggala. Mengambil 30 responden dari 96 petani dengan menggunakan metode sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Selain itu untuk menentukan responden pedagang digunakan metode penjangkauan responden (*Tracing Sampling Method*). Berdasarkan Hasil Penelitian terdapat dua bentuk saluran pemasaran yang ada di Desa Wombo Kalonggo, yaitu saluran I : Petani - pedagang pengumpul - pedagang pengecer - konsumen. Saluran II : Petani - pedagang pengecer - konsumen. Margin pemasaran bawang merah Lembah Palu yang diperoleh untuk saluran pertama Rp. 4.000,00 dan total margin pemasaran bawang merah Lembah Palu yang diperoleh untuk saluran kedua yaitu sebesar Rp. 3.000,00. Bagian harga yang diterima petani pada saluran pertama sebesar 4,33%. Bagian harga yang diterima petani pada saluran kedua sebesar 3,62%. Nilai efisiensi pemasaran saluran I sebesar 4,33% dan untuk saluran II sebesar 3,62%. Dari kedua nilai efisiensi pada saluran I dan II yang paling efisiensi adalah saluran II.

**Kata kunci :** Bawang merah Lembah Palu, efisiensi, margin, pemasaran.

## PENDAHULUAN

Pertanian adalah motor penggerak bagi sektor-sektor lain sehingga dapat menunjang tujuan pembangunan pertanian, taraf hidup petani, memperluas lapangan kerja, kesempatan usaha dalam mendorong pembangunan perekonomian, pertumbuhan dinamika ekonomi pedesaan yang pada gilirannya akan memberikan peluang mensejahterakan kehidupan masyarakat secara lebih banyak khususnya di daerah pedesaan (Rahardi, dkk, 2004). Subsektor tanaman pangan merupakan subsektor pendukung utama sektor pertanian setelah subsektor perkebunan (Yantu, dkk, 2008). Bawang merah Lembah Palu adalah salah satu komoditas sayuran rempah unggulan yang biasa digunakan sebagai bumbu penyedap masakan, bahan baku industri makanan, obat-obatan dan disukai karena aroma dan cita rasanya yang khas (Limbongan & Maskar, 2003).

Kabupaten Donggala merupakan salah satu wilayah di Sulawesi Tengah yang mempunyai areal luas panen tanaman bawang merah Lembah Palu seluas 88 Ha dengan produksi 413 Ton pada tahun 2012. Luas panen, produksi dan produktivitas bawang merah Lembah Palu di Sulawesi Tengah dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Bawang Merah Lembah Palu di Sulawesi Tengah, Tahun 2012.

No	Kabupaten/ Kota	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
5	Donggala	88	413	4,69
10	Sigi	892	3.363	3,76
11	Palu	283	1.500	5,30
Jumlah		1.263	5.276	-
Rata-rata		421	1.757	4,17

Sumber: BPS Provinsi Sulawesi Tengah, tahun 2013.

Tabel 1 menunjukkan bahwa Kabupaten Donggala merupakan salah satu wilayah penghasil Bawang merah Lembah

Palu, dengan luas panen yang dimiliki seluas 88 Ha, mampu menghasilkan produksi sebanyak 413 Ton.

Kabupaten Donggala terdiri dari 16 Kecamatan namun hanya dua diantaranya yang merupakan Kecamatan penghasil bawang merah Lembah Palu yaitu Kecamatan Labuan, dan Tanantovea. Kecamatan Tanantovea, mempunyai areal luas panen tanaman bawang merah Lembah Palu seluas 69 Ha, dengan produksi 304 Ton pada tahun 2012. Luas panen, produksi dan produktivitas bawang merah Lembah Palu menurut Kecamatan di Kabupaten Donggala, dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Bawang Merah Lembah Palu Menurut Kecamatan di Kabupaten Donggala, 2012.

No.	Kecamatan	Luas panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1.	Labuan	19	109	5,73
2.	Tanantovea	69	304	4,40
Jumlah		88	413	
Rata-rata		44	206,5	4,69

Sumber : Dinas Pertanian, Peternakan, dan Kesehatan Hewan Kab. Donggala. 2013

Tabel 2. menunjukkan bahwa Kecamatan Tanantovea merupakan salah satu wilayah penghasil bawang merah lembah palu, dengan luas panen yang dimiliki seluas 69 ha, mampu menghasilkan produksi 304 Ton, hal ini terlihat cukup besar bila dibandingkan dengan Kecamatan Labuan yang hanya menghasilkan 109 Ton produksi, selain itu pula potensi yang dimiliki Kecamatan Tanantovea termasuk cocok untuk membudidayakan tanaman bawang merah lembah palu.

Perkembangan luas panen, produksi dan produktivitas tanaman bawang merah Lembah Palu di Kecamatan Tanantovea menurut Desa terlihat pada Tabel 3. Sebagai berikut :

Tabel 3. Luas Panen Produksi, dan Produktivitas Tanaman Bawang Merah Lembah Paludi Kecamatan Tanantovea Menurut Desa, 2012.

No	Desa	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1.	Wombo Kalonggo	24	136	5,66
2.	Wombo Induk	16	102	6,37
3.	Wombo Mpanau	12	37	3,08
4.	Upabomba	7	6	1,16
5.	Guntarano	10	23	2,30
Jumlah		69	304	-
Rata-rata		13,8	60,8	4,40

Sumber : Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Tanantovea, Tahun 2013.

Tabel 3. menunjukkan bahwa Desa Wombo Kalonggo, merupakan penghasil bawang merah Lembah Palu terbesar dari kelima Desa lainnya, yang ada di Kecamatan Tanantovea. Hal ini terlihat dari luas panen 24 Ha, mampu menghasilkan produksi 136 Ton. Meskipun jumlah produksi bawang merah Lembah Palu yang dihasilkan lebih tinggi dari Desa lainnya namun tidak menjamin memberikan pendapatan yang tinggi pula bagi petani di Desa Wombo Kalonggo. Proses penjualan hasil produksi bawang merah Lembah Palu, petani tidak dapat menentukan harga jual yang sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini disebabkan karena yang menentukan harga jual hasil produksi adalah pedagang yang mendatangi langsung ketempat produksi dengan membeli hasil produksi petani dalam jumlah yang cukup besar, sehingga petani hanya dapat menjual hasil produksi bawang merah Lembah Palu berdasarkan harga yang telah ditentukan oleh pedagang.

Proses pemasaran bawang merah Lembah Palu di Desa Wombo Kalonggo memiliki saluran yang dilalui dalam proses pemasaran hasil produksi bawang merah Lembah Palu, hingga akhirnya sampai kepada konsumen akhir, dalam hal ini dimana terdapat pihak atau lembaga tertentu yang mengambil bagian dalam proses penyaluran hasil produksi komoditi bawang merah Lembah Palu yang ada di Desa

Wombo Kalonggo, untuk meminimalisir terjadinya selisih harga jual yang tinggi, petani harus lebih teliti dalam melihat situasi harga pasar, agar dapat menyesuaikan harga jual dengan pedagang. Tingginya selisih harga pemasaran, disebabkan oleh perbedaan harga yang cukup besar antara harga yang dibayarkan oleh pedagang dengan harga yang diterima petani dengan mengetahui situasi harga pasar petani dapat menyesuaikan proses penjualan hasil produksinya sehingga memperoleh hasil yang lebih efisien dan menguntungkan.

Pemasaran bawang merah Lembah Palu oleh petani di Desa Wombo Kalonggo, di jual dalam bentuk bembengan dimana setiap bembengannya memiliki berat rata-rata 25 Kg, dengan harga jual Rp. 375.000, perbembengannya. Dengan demikian masalah ini sekiranya dapat diminimalisir untuk memperoleh pemasaran yang lebih baik dan lebih efisien, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran dan besarnya margin pemasaran komoditi bawang merah Lembah Palu di Desa Wombo Kalonggo, Kecamatan Tanantovea, Kabupaten Donggala, serta untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani serta tingkat efisiensi pemasaran komoditi bawang merah Lembah Palu di Desa Wombo Kalonggo, Kecamatan Tanantovea, Kabupaten Donggala.

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu

Penelitian dilaksanakan di Desa Wombo Kalonggo, Kecamatan Tanantovea, Kabupaten Donggala. Penentuan lokasi ditentukan secara sengaja (*purposive*). Pemilihan Desa Wombo Kalonggo sebagai lokasi penelitian berdasarkan data dari Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Tanantovea 2013, menunjukkan bahwa, Desa Wombo Kalonggo mempunyai luas panen sebesar 24Ha, dengan pertimbangan bahwa Desa Wombo Kalonggo merupakan daerah sentral penghasil bawang merah Lembah Palu terbesar di Kecamatan Tanantovea, Kabupaten Donggala, ditunjukkan berdasarkan pada Tabel 3, tahun 2013. Penelitian dilaksanakan dari bulan Agustus sampai dengan bulan Oktober 2014.

#### Penentuan Responden

Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan metode acak sederhana (*Simple random sampling method*). Jumlah responden yang diambil sebagai sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 30 responden petani bawang merah Lembah Palu dari total populasi sebanyak 96 petani bawang merah Lembah Palu, dengan pertimbangan bahwa 30 responden petani bawang merah Lembah Palu tersebut dapat mewakili populasi yang mengusahakan tanaman bawang merah Lembah Palu yang ada di Desa Wombo Kalonggo. Penentuan responden pedagang digunakan cara penjurakan (*Tracing sampling*) dimana pedagang pengumpul sebanyak 2 orang dan pedagang pengecer sebanyak 2 orang. Jadi, jumlah responden secara keseluruhan sebanyak 34 responden.

#### Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung dengan petani sebagai responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (Questionnaire). Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur-literatur dan instansi terkait.

#### Analisis Data

Untuk mengetahui tujuan dari penelitian ini digunakan rumus antara lain:

- 1) Untuk menghitung margin pemasaran analisis yang digunakan adalah, analisis yang mengacu pada besarnya margin pemasaran, dihitung dengan menggunakan rumus Ratya Anindita (2004) sebagai berikut :

$$M = H_p - H_b$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran

H<sub>p</sub> = Harga Penjualan

H<sub>b</sub> = Harga Pembelian

- 2) Menghitung margin total pemasaran (MT) dari semua kelembagaan pemasaran yang terlibat dalam pemasaran komoditi bawang merah Lembah Palu, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut Ratya Anindita (2004):

$$MT = M_1 + M_2 + M_3 + \dots + M_n$$

Keterangan :

MT = Margin total Tataniaga

M<sub>1</sub> = Lembaga Pemasaran 1

M<sub>2</sub> = Lembaga Pemasaran 2

M<sub>3</sub> = Lembaga Pemasaran 3

M<sub>n</sub> = Margin pemasaran lainnya

- 3) Analisis efisiensi digunakan untuk mengetahui hasil perhitungan pemasaran bawang merah Lembah Palu dari produsen ke pedagang pengumpul atau dari pedagang pengecer ke konsumen yang ada di Desa Wombo Kalonggo, Kecamatan Tanantovea, Kabupaten Donggala. Digunakan rumus perhitungan efisiensi pemasaran, Shepherd dalam Soekartawi (2002) :

$$Eps = (TB/TNP) \times 100\%$$

Keterangan :

Eps = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya Pemasaran (Rp)

TNP = Total Nilai Produk yang dipasarkan (Rp)

Makin tinggi ET makin efektif pasar makin efisien pemasaran.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

**Saluran Pemasaran Bawang Merah Lembah Palu.** Umumnya penyaluran barang dari produsen ke konsumen akhir melalui lembaga pemasaran yang saling berkaitan. Lembaga pemasaran mutlak diperlukan untuk membantu petani dalam menyalurkan hasil panen sampai ke konsumen. Hal ini juga dijumpai pada pemasaran bawang merah Lembah Palu yang dihasilkan oleh petani di Desa Wombo Kalonggo yang mana konsumen akhirnya berada di Kota Palu dan sekitarnya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Desa Wombo Kalonggo, terdapat II (dua) saluran pemasaran bawang merah Lembah Palu yaitu sebagai berikut :

1. Petani → Pedagang Pengumpul  
Pedagang Pengecur → Konsumen
2. Petani → Pedagang Pengecur → Konsumen

**Margin dan Bagian Harga Pemasaran.** Berikut ini nilai margin yang diperoleh pada saluran pertama sebagai berikut :

- a) Pedagang Pengumpul  
Diperoleh nilai margin sebesar Rp. 2000/Kg dari hasil pengurangan antara harga jual ditingkat petani yaitu sebesar Rp. 15.000/Kg dikurangi dengan harga jual pedagang pengumpul ke pengecer yaitu sebesar Rp. 17.000/Kg
- b) Pedagang Pengecer  
Diperoleh nilai margin sebesar Rp. 2000/Kg dari hasil pengurangan antara harga jual pedagang pengumpul Rp. 17.000/Kg dikurangi dengan harga jual ke konsumen Rp. 19.000/Kg. Jumlah total margin keseluruhan yang diperoleh dari pedagang pengumpul dan pengecer sebesar Rp. 4000/Kg. Margin pemasaran tersebut diharapkan dapat memberikan keuntungan yang proposional bagi para petani dan kelembagaan yang terkait dalam pemasaran bawang merah Lembah Palu. Margin total pemasaran pada saluran Kedua relatif lebih kecil karena pedagang pengecer

membeli komoditi bawang merah Lembah Palu langsung dari petani.

Berikut ini jumlah nilai margin yang diperoleh pada saluran Kedua, yaitu : Pedagang pengecer, Nilai margin total yang diperoleh sebesar Rp. 3.000/Kg, dari hasil pengurangan harga jual ditingkat petani kepada pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 15.500/Kg dikurangi dengan harga jual pedagang pengecer ke konsumen sebesar Rp 18.500/Kg.

**Pemasaran Bawang Merah Lembah Palu.** Sistem pemasaran produk komoditi bawang merah Lembah Palu seringkali dikatakan merupakan bagian yang lemah di dalam mata rantai pemasaran hal ini disebabkan karena sifat produk yang mudah rusak atau busuk, sehingga pemasaran produk tersebut masih tergolong rendah. Oleh sebab itu, perlu adanya pengolahan lebih lanjut agar dapat meningkatkan nilai tambah dalam hal ini bawang merah Lembah Palu dapat diolah menjadi olahan bawang goreng yang dapat bertahan dengan penyimpanan waktu yang cukup lama agar kemungkinan atau peluang untuk pemasarannya masih akan terus berlanjut.

Melihat pada seluruh rangkaian proses pemasaran bawang merah Lembah Palu yang telah dijelaskan mulai dari awal hingga akhir proses pemasaran kepada konsumen dapat diketahui nilai tingkat efisiensi pada masing-masing saluran pemasaran, terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Efisiensi Pemasaran Tiap-tiap Saluran Pemasaran yang Terlibat dalam Pemasaran Bawang Merah Lembah Palu di Desa Wombo Kalonggo, 2014.

No	Saluran Pemasaran	TB (Rp)	TNP (Rp)	Efisiensi (%)
1	Pertama	9.785.000	225.740.000	4,33%
2	Kedua	3.510.000	96.840.500	3,62%

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2014.

Pemasaran yang efisien apabila biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien saluran pemasaran dari produk tersebut.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

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

1. Ada dua bentuk saluran pemasaran komoditi Bawang merah Lembah Palu yang terdapat di Desa Wombo Kalonggo yaitu: saluran pertama, Petani menjual bawang merah Lembah Palu kepada pedagang pengumpul, kemudian dari pedagang pengumpul dilanjutkan penjualan ke pedagang pengecer yang ada di pasar Tawaeli kemudian meneruskan ke konsumen akhir yang ada di Kota Palu dan sekitarnya. Saluran Kedua, Petani menjual produksinya ke pedagang pengecer tanpa melalui pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengecer menjual bawang merah Lembah Palu langsung ke konsumen akhir yang ada di pasar Tawaeli dan di sekitar Kota Palu.
2. Margin pemasaran bawang merah Lembah Palu yang diperoleh untuk saluran pertama, yaitu Rp 4.000 dan margin pemasaran bawang merah Lembah Palu yang diperoleh untuk saluran kedua yaitu Rp 3.000. Margin pada saluran kedua lebih kecil dibanding pada saluran

pertama, karena saluran kedua aliran pemasarannya lebih pendek jika dibandingkan saluran pertama.

3. Nilai efisiensi pemasaran saluran pertama 4,33% dan untuk saluran kedua 3,62 %, saluran yang lebih efisien adalah saluran kedua.

### Saran

Melalui penelitian ini, disarankan pula kepada petani agar pada kondisi yang sama untuk menyalurkan hasil panennya menggunakan saluran kedua (dari petani, disalurkan ke pedagang pengecer selanjutnya ke konsumen), karena pada saluran ini lebih efisien dibandingkan saluran pertama (dari petani ke pedagang pengumpul selanjutnya disalurkan ke pedagang pengecer sampai ke konsumen).

## DAFTAR PUSTAKA

- Limbongan dan Maskar. 2003. *Potensi Pengembangan dan Ketersediaan Teknologi Bawang merah Lembah Palu di Sulawesi Tengah*. Jurnal Litbang Pertanian. Vol 22. (3) Hal 1.
- Ratya Anindita. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus. Surabaya.
- Rahardi, Roni Palungkum, Asiani Budiarti. 2004. *Agribisnis Tanaman Sayuran*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Yantu, M.R., Sisfahyuni, Ludindan Taufik. 2008. *Komposisi Industri Subsektor-Subsektor Di Kelembagaan Sektor Pertanian Sulawesi Tengah*. Jurnal Agroland. Vol. 15. (4) Hal 1