

**ANALISIS TATANIAGA BAWANG MERAH (*Allium
ascolonium L.*) DI KECAMATAN IV NAGARI BAYANG
UTARA KABUPATEN PESISIR SELATAN**

SKRIPSI

OLEH

**CICI YULASNI
NIM. 1810222036**

Pembimbing I : Yusmarni, S.P., M.Sc

Pembimbing II : Dr. Zednita Azriani, S.P., M.Si



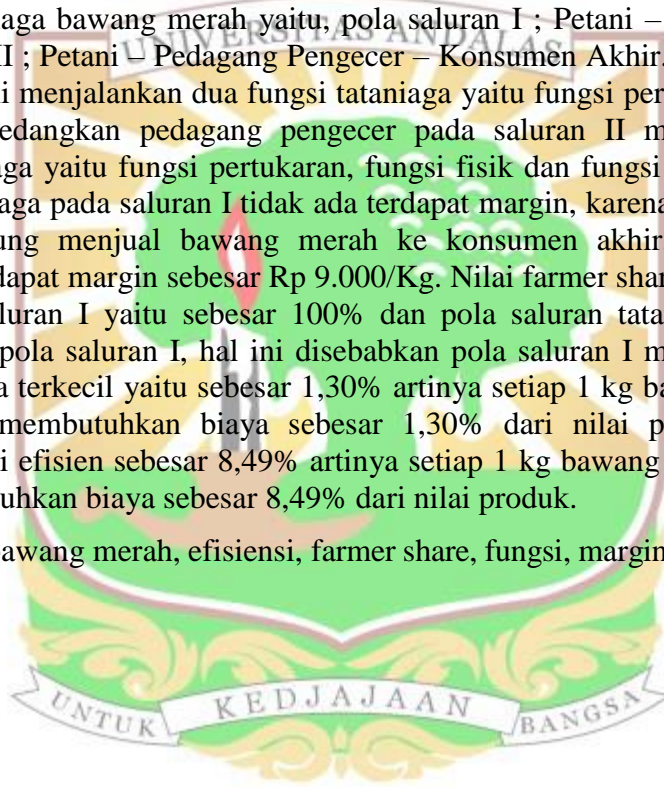
**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ANALISIS TATANIAGA BAWANG MERAH (*Allium ascalonicum L.*) DI KECAMATAN IV NAGARI BAYANG UTARA KABUPATEN PESISIR SELATAN

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan saluran tataniaga dan fungsi-fungsi saluran tataniaga bawang merah (2) Menganalisis margin tataniaga dan efisiensi tataniaga bawang merah di Kecamatan IV Nagari Bayang Utara Kabupaten Pesisir Selatan. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 27 November sampai 28 Desember 2022. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan analisis deskriptif, responden pada penelitian ini adalah petani dan pedagang pengecer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua pola saluran tataniaga bawang merah yaitu, pola saluran I ; Petani – Konsumen Akhir, pola saluran II ; Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir. Pada pola saluran I dan II petani menjalankan dua fungsi tataniaga yaitu fungsi pertukaran dan fungsi penunjang, sedangkan pedagang pengecer pada saluran II menjalankan ketiga fungsi tataniaga yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi penunjang. Untuk margin tataniaga pada saluran I tidak ada terdapat margin, karena pada saluran I ini petani langsung menjual bawang merah ke konsumen akhir, sedangkan pada saluran II terdapat margin sebesar Rp 9.000/Kg. Nilai farmer share terbesar terdapat pada pola saluran I yaitu sebesar 100% dan pola saluran tataniaga yang paling efisien yaitu pola saluran I, hal ini disebabkan pola saluran I memiliki persentase nilai tataniaga terkecil yaitu sebesar 1,30% artinya setiap 1 kg bawang merah yang dijual akan membutuhkan biaya sebesar 1,30% dari nilai produk. Saluran II memiliki nilai efisien sebesar 8,49% artinya setiap 1 kg bawang merah yang dijual akan membutuhkan biaya sebesar 8,49% dari nilai produk.

Kata kunci : bawang merah, efisiensi, farmer share, fungsi, margin dan tataniaga.



MARKETING ANALYSIS OF SHALLOT (*Allium ascalonicum* L.) IN SUB-DISTRICTIV NAGARI BAYANG UTARA, PESISIR SELATAN REGENCY

Abstrack

This study aims to describe the marketing channels and functions performed by each marketing institution in marketing low-land shallots in Nagari Bayang Utara, Pesisir Selatan Regency, and analyze the marketing margins and efficiency of the shallots in the research area. This research was conducted from November 27 to December 28, 2022. The method used in this research was a survey method with descriptive analysis. The respondents of this study were farmers and retailers involved in the marketing system of low-land shallot in the research area. The research found two channel patterns in the shallot marketing system in Nagari Bayang Utara: Channel I, Farmers → End Consumers, and Channel II, Farmers → Retailers → End Consumers. The marketing functions performed by farmers in channels I and II are exchange and support functions, and the functions performed by the retailers in Channel II are exchange, physical, and support functions. There is no marketing margin in Channel I because farmers directly sell shallots to end consumers, while in Channel II, there was a margin of Rp 9,000/kg. The largest value of farmer share was in Channel I, equal to 100%, and it was the most efficient marketing channel for low-land shallot in Nagari Bayang Utara, Pesisir Selatan Regency. Compared to Channel II, Channel I had a lower value of marketing efficiency equal to 1.30%, meaning that every 1 kg of the shallots sold would require a cost of 1.30% of the product value. Channel II has an efficient value of 8.49%, meaning that every 1 kg of shallot sold costs 8.49% of the product value.

Keywords: *efficiency, farmer share, functions, margin, trading system and shallot.*

