

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris, sebagian besar penduduknya mencari nafkah dengan bergantung pada sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting didalam ekonomi nasional karena pertanian memberikan pendapatan dan kehidupan untuk masyarakat Indonesia yang kebanyakan adalah petani. Sebagian besar penggunaan lahan wilayah indonesia diperuntukkan sebagai lahan pertanian dan hampir 50% dari total angkatan kerja masih bergantung nasibnya bekerja disektor pertanian (Husodo, 2004).

Salah satu sektor pertanian yang tengah menjadi perhatian adalah sektor hortikultura. Tanaman hortikultura seperti tanaman hias, buah-buahan, sayuran dan memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Selain itu, permintaan akan produk hortikultura semakin meningkat. Komoditas hortikultura yang dipandang mempunyai prospek yang baik untuk dikembangkan yaitu sayuran. Jenis sayuran yang sering diusahakan diantaranya yaitu bawang merah (Alfianto, 2009).

Bawang merah (*Allium ascolonicum*, L) merupakan komoditas hortikultura yang digunakan untuk kebutuhan rumah tangga sehari-hari, yaitu sebagai bahan bumbu masakan dan juga merupakan komoditas utama yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Hal tersebut menyebabkan permintaan akan bawang merah terus meningkat seiring dengan perkembangan jumlah penduduk khususnya di Indonesia. Bawang merah dihasilkan di 24 provinsi dari 33 provinsi di Indonesia. Provinsi penghasil utama bawang merah, yang luas areanya di atas 1.000 hektare (ha) per tahun, di antaranya adalah Sumatra Utara, Sumatra Barat, Jawa Barat, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), Jawa Timur, Bali, NTB, dan Sulawesi Selatan. Kesembilan provinsi ini menyumbang 95,8% dari produksi total bawang merah di Indonesia (Kementerian Perdagangan RI, 2020). Dapat dilihat dari produksi Produksi Bawang Merah Menurut Sentra Produksi Bawang Merah di Indonesia (Lampiran 1).

Berdasarkan data *Early Warning System (EWS)* Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian, produksi bawang merah Indonesia April 2022

sebesar 157.121 ton sementara Mei sebesar 153.513 ton. Meskipun produksi April-Mei 2022 turun sebesar 11 persen, namun secara neraca kumulatif dari produksi bulan sebelumnya terkalkulasi masih mampu memenuhi kebutuhan nasional. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan, produksi bawang merah di Indonesia mencapai 2 juta ton pada 2021. Jumlah itu meningkat 10,4% dari tahun sebelumnya yang sebesar 1,81 juta ton.

Produksi bawang merah Sumatra Barat tahun 2021 sebesar 200 366,00 ton (Lampiran 2) dengan luas area panen 13 872 ha (Lampiran 3). Produksi bawang merah di Provinsi Sumatra Barat terdapat di beberapa daerah, seperti Kabupaten Solok 188,549,30 ton, Agam 1,330,96 ton, Solok Selatan 2,819,50 ton, Tanah Datar 3,801,26 ton, Lima Puluh Kota 1,999,70 ton, Payakumbuh 183,71 ton, Kabupaten Pesisir selatan 171,50 ton, Kota Bukittinggi 204,20 ton, dan Kabupaten Padang Pariaman 127,20 ton (Lampiran 2).

Kabupaten Agam merupakan salah satu penghasil bawang merah yang ada di provinsi Sumatra Barat. Kabupaten Agam berada pada ketinggian antara 0 - 2.877 meter di atas permukaan laut. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Pasaman dan Pasaman Barat, selatan dengan Kabupaten Padang Pariaman dan Tanah Datar, timur dengan Kabupaten Lima Puluh Kota dan barat dengan Samudera Indonesia. Terdapat sebanyak enam belas kecamatan di Kabupaten Agam, dengan kecamatan terluas berada di Kecamatan Palembayan dengan luas sebesar 349,77 km² dan kecamatan terkecil berada di Kecamatan Banuhampu dengan luas sebesar 28,48 km². Salah satu sentra produksi tanaman bawang merah di Kabupaten Agam yaitu Kecamatan Sungaipua. Kecamatan Sungaipua memproduksi bawang merah paling tinggi dari 16 kecamatan lainnya pada tahun 2020 yaitu sebesar 22,714 Kwintal (Lampiran 4). Dengan banyaknya produksi bawang merah ini membuktikan bahwa bawang merah menjadi salah satu komoditi yang diusahakan petani, untuk meningkatkan kesejahteraan sektor pertanian di daerah tersebut.

Komoditas bawang merah memiliki harga yang cenderung tidak konstan dan fluktuatif. Besarnya fluktuasi harga dapat menyebabkan margin pemasaran tinggi, sehingga akan berdampak pada *farmer's share* yang rendah (Annisa dan Hartono, 2020). Hal ini juga akan mempengaruhi timbulnya permainan harga yang

dilakukan oleh pedagang kepada petani bawang merah, dan mengakibatkan harga akan melambung tinggi pada konsumen akhir sedangkan pada pihak produsen (petani) hanya mendapatkan keuntungan rendah. Keadaan ini mengindikasikan tidak efisiennya saluran pemasaran bawang merah karena adanya asimetris harga pada tiap saluran pemasaran.

Pemasaran memerlukan adanya biaya. Biaya pemasaran pertanian merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan usaha pemasaran komoditas pertanian. Pengaliran barang untuk sampai ke tangan konsumen memerlukan suatu sistem pemasaran yang efektif dan efisien agar kualitas dari produk dapat terjaga. Oleh karena itu perlu adanya perhatian terhadap proses penyaluran bawang merah. Pemasaran yang tidak efisien disebabkan oleh panjangnya saluran pemasaran dan tingginya biaya pemasaran (Anindita, 2004 : 22).

Salah satu masalah mendasar yang selalu dialami oleh petani bawang merah adalah rendahnya penerimaan petani ini disebabkan karena adanya kesenjangan harga di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen akhir. Kesenjangan harga yang terjadi biasanya disebabkan karena petani hanya sebagai penerima harga sehingga harga ditetapkan oleh lembaga pemasaran lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa saluran pemasarannya tidak efisien. Suatu saluran pemasaran dikatakan efisien apabila dalam pemasaran tersebut memberikan suatu balas jasa yang seimbang kepada semua pihak yang terlibat (Prayitno dkk, 2013).

Perolehan nilai jual yang baik sejalan dengan baiknya mekanisme pemasaran agar semua pihak yang terlibat diuntungkan. Bagi konsumen tingkat harga yang tinggi merupakan beban, sedangkan bagi petani, perolehan keuntungan yang diterima rendah karena rendahnya tingkat harga jual. Pemasaran yang kurang efisien adalah kecilnya bagian yang diterima oleh petani dari harga yang diterima konsumen akhir (Soekartawi 2005 : 52). Efisiensi pemasaran sangatlah penting agar masing-masing lembaga mendapatkan keuntungan sesuai apa yang telah mereka keluarkan. Atas dasar permasalahan maka peneliti melakukan penelitian efisiensi pemasaran bawang merah guna untuk mengetahui saluran pemasaran bawang merah yang efisien sehingga dapat meningkatkan harga yang diterima petani serta memberikan kepuasan kepada konsumen.

B. Rumusan Masalah

Kecamatan Sungaipua merupakan salah satu bagian dari Kabupaten Agam yang merupakan dataran tinggi yang subur, kondisi wilayah sangat potensial untuk berbagai komoditas sayuran dan juga mata pencarian utama masyarakat sungaipua adalah pada bidang pertanian dapat dilihat produksi bawang merah di Kecamatan Sungaipua merupakan penghasil bawang merah terbesar dari enam belas Kecamatan lainnya yang ada di Kabupaten Agam. Hal ini terlihat dari hasil panen atau produksi di tahun 2019-2020 (Lampiran 4). Dengan meningkatnya produksi bawang merah ini membuktikan bahwa bawang merah menjadi salah satu komoditi yang dilirik petani, untuk meningkatkan kesejahteraan pertanian di daerah tersebut.

Kecamatan Sungaipua memiliki petani yang cukup banyak menanam bawang merah yang tersebar di tiap kelompok tani Kecamatan Sungaipua. Hasil panen bawang merah di Kecamatan Sungaipua memiliki saluran pemasaran yang biasanya dipasarkan kepada pedagang perantara terlebih dahulu seperti pedagang pengumpul (gudang), pedagang besar, dan pedagang pengecer. Pedagang pengecer biasanya menjual bawang merah di Pasar Balai Panjang dengan hari balai Kamis dan Minggu dan Pasar Koto baru hanya buka pada hari. Pedagang pengecer tersebut langsung membeli kepada petani bawang merah yang ada di Sungaipua. Pedagang pengumpul biasanya langsung menjual bawang merah ke pedagang besar diluar daerah, pedagang pengumpul sendiri memiliki gudang yang terletak di Sungaipua dan Padang Luar. Petani bawang merah sungaipua mengatakan biasanya oleh pedagang pengumpul bawang merah tersebut akan di tawar murah karena pedagang pengumpul akan menjualnya lagi ke pedagang besar yang kemudian akan dijual ke pedagang pengecer luar daerah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan petani bawang merah di Kecamatan Sungaipua dan pedagang bawang merah di pasar Balai Panjang, Koto Baru dan Padang Lua pada saat survei pendahuluan dijelaskan bahwa bawang merah yang sering dipasarkan petani (permintaan pasar) adalah bawang merah dengan kualitas yang besar dan bagus. Harga bawang merah pada petani hanya berkisar Rp 23.500 – 25.000/kg tergantung harga yang disepakati oleh petani dan pedagang. Harga jual bawang merah pada pedagang besar adalah sebesar Rp 28.000/kg tetapi harga di konsumen akhir mencapai Rp 34.000/kg. Dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan

harga bawang merah yang dijual ditingkat petani dengan harga bawang merah yang dibayarkan pada tingkat konsumen akhir. Perbedaan harga ini menunjukkan bahwa pemasaran bawang merah di Kecamatan Sungaipua Kabupaten agam belum dapat dikatakan efisien. Maka dari itu petani perlu mengetahui saluran pemasaran mana yang lebih efisien dan lebih menguntungkan bagi petani bawang merah sebagai produsen.

Proses pemasaran dapat dikatakan efisien jika keuntungan yang diperoleh petani lebih banyak. Jika lembaga pemasaran berhasil menyampaikan atau menyalurkan produk ke tangan konsumen dengan harga yang serendah-rendahnya dari harga beli produk tersebut ke petani, maka dapat dikatakan efisien. Tapi hal yang membuat petani masih mengeluh sampai sekarang adalah rendahnya harga beli pedagang besar, pengecer serta pengumpul kepada petani sedangkan untuk biaya yang mereka keluarkan selama proses pemasaran (tenaga kerja, pengangkutan, pembersihan dan pengeringan) cukup tinggi. Oleh karena itu penelitian ini penting untuk mengetahui bahwa proses pemasaran yang dilakukan petani sampai saat ini sudah dapat dikatakan efisien atau belum karena sistem pemasaran penjualan bawang merah sangat mempengaruhi keuntungan yang didapat petani untuk mensejahterakan petani dan keluarganya.

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan tersebut, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sistem pemasaran bawang merah di Kecamatan Sungaipua, Kabupaten Agam?
2. Bagaimana nilai efisiensi pemasaran bawang merah di Kecamatan Sungaipua, Kabupaten Agam?

Untuk menjawab pertanyaan di atas, maka penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah (*Allium cepa L.*) di Kecamatan Sungaipua Kabupaten Agam**”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dilakukan penelitian adalah:

1. Mendeskripsikan sistem pemasaran bawang merah dan fungsi pemasaran bawang merah di Kecamatan Sungaipua, Kabupaten Agam.

2. Menganalisis nilai efisiensi pemasaran bawang merah di Kecamatan Sungaipua, Kabupaten Agam.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai :

1. Bagi petani dan lembaga pemasaran bawang merah, dapat memberikan tambahan wawasan dalam menyikapi kemungkinan masalah dalam pengambilan keputusan memilih saluran pemasaran.
2. Bagi instansi pemerintah yang terkait, dapat menjadi tambahan masukan dalam melengkapi bahan dan pertimbangan dalam mengambil dan menyusun kebijakan pembangunan di sektor pertanian khususnya dalam pemasaran bawang merah.
3. Bagi pihak lain, sebagai bahan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam melaksanakan penelitian di masa yang akan datang

