

RINGKASAN

FITRI APRIYANI. 105040113111007. Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usahatani (Studi Kasus di Desa Karangsemi, Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk). Dibawah bimbingan Prof. Dr. Ir. M. Muslich Mustadjab, MSc sebagai pembimbing utama, Tatiek Koerniawati Andajani, SP.MP sebagai pembimbing kedua.

Salah satu pulau penghasil bawang merah terbesar di Indonesia adalah pulau Jawa. Hal tersebut ditunjukkan dengan data kontribusi pulau Jawa terhadap produksi bawang merah di Indonesia sebesar 76 persen pada tahun 2009, pada tahun 2010 kontribusinya meningkat menjadi 81 persen, pada tahun 2011 mengalami penurunan menjadi 77 persen, pada tahun 2012 kontribusi pulau Jawa mengalami penurunan kembali menjadi 76 persen, dan pada tahun 2013 kontribusi pulau Jawa mengalami peningkatan menjadi 78 persen.

Provinsi Jawa Timur merupakan daerah penghasil bawang merah terbesar kedua setelah Provinsi Jawa Tengah. Data kontribusi bawang merah Provinsi Jawa Tengah terhadap pulau Jawa mulai tahun 2009-2013 adalah 55 persen, 60 persen, 54 persen, 52 persen, dan 53 persen. Produksi bawang merah di Jawa Timur memberikan kontribusi terhadap produksi bawang merah di pulau Jawa sebesar 25 persen pada tahun 2009, pada tahun 2010 mengalami penurunan menjadi 24 persen, pada tahun 2011 mengalami peningkatan menjadi 29 persen, pada tahun 2012 meningkat lagi menjadi 30 persen, dan pada tahun 2013 kontribusi tersebut meningkat kembali menjadi 31 persen.

Pada tahun 2009-2013 kabupaten Nganjuk memberikan kontribusi sebesar 75 persen, 54 persen, 58 persen, 55 persen, dan 49 persen terhadap produksi bawang merah di Jawa Timur. Kecamatan Gondang merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Nganjuk berpotensi menghasilkan bawang merah. Pentingnya komoditas bawang merah di Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk ditunjukkan dengan data kontribusi produksi bawang merah Kecamatan Gondang terhadap produksi bawang merah Kabupaten Nganjuk pada tahun 2009-2013 yaitu sebesar 12 persen, 20 persen, 21 persen, 21 persen, 20 persen.

Masalah pemasaran bawang merah menurut Firdaus (2008) bawang merah mempunyai karakteristik mudah mengalami penyusutan dan memakan tempat, mudah rusak, ketidakseragaman, bersifat musiman. Karakteristik tersebut menyebabkan kegiatan pemasaran mengalami beberapa masalah antara lain: menyebabkan harga berfluktuasi, melibatkan banyak lembaga pemasaran sebagai penyalur produk dari petani bawang merah kepada konsumen akhir, dan membutuhkan biaya pemasaran yang relatif besar. Masalah-masalah tersebut akan menyebabkan kegiatan pemasaran bawang merah menjadi tidak efisien. Ketidakefisienan kegiatan pemasaran bawang merah akan menyebabkan rendahnya pendapatan usahatani bawang merah.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) menganalisis produk referensi bawang merah 2) Menganalisis margin pemasaran bawang merah di daerah penelitian. 3) Menganalisis *share* harga yang diterima petani 4) menganalisis volume penjualan petani. 5) Menganalisis pengaruh margin pemasaran, *share* harga dan faktor lainnya terhadap pendapatan usahatani. 6) menganalisis hubungan antara volume penjualan petani dengan pendapatan usahatani.

Lokasi penelitian ini adalah di Desa Karang Semi, Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk yang di tentukan secara *purposive*. Penentuan responden petani bawang merah ditentukan dengan menggunakan metode *simplerandom sampling*. Besar sampel ditentukan menggunakan rumus yang dikemukakan Parel (1973). Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus tersebut diperoleh bahwa minimum sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah 21 sampel petani bawang merah. Pengambilan sampel lembaga pemasaran bawang merah dalam penelitian ini menggunakan metode *snowball sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Alat analisis yang digunakan meliputi: analisis referensi produk analisis margin pemasaran, *share* petani bawang merah, analisis volume penjualan, analisis regresi linier berganda, dan analisis korelasi rank (*Spearman*). Hasil penelitian disajikan sebagai berikut:

1. Bawang merah yang dijual dengan sistem persatuan unit kegiatan pemasarannya lebih efisien karena nilai referensi produknya yang rendah yaitu sebesar 3 persen.
2. Margin pemasaran bawang merah di daerah penelitian masih tinggi dengan rata-rata margin sebesar Rp.3103.99.
3. *Share* petani bawang merah di daerah penelitian masih rendah dengan rata-rata *share* sebesar 74.73percent.
4. Rata-rata volume penjualan bawang merah petani di daerah penelitian masih rendah yaitu sebesar 8,231 ton bawang merah.
5. Faktor-faktor yang berpengaruh positif terhadap pendapatan usahatani bawang merah adalah margin pemasaran, *farmer share*, produksi, dan biaya produksi.
6. Terdapat hubungan yang kuat antara tingkat efisiensi petani dengan pendapatan usahatani yaitu sebesar 71,7%.

Upaya peningkatan pendapatan usahatani bawang merah didaerah penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Sebaiknya petani melakukan kegiatan penanganan pasca panen agar resiko kehilangan produk bawang merah akibat rusak pada saat pengangkutan ataupun resiko umbi busuk dapat berkurang.
2. Petani bawang merah didaerah penelitian sebaiknya menjual bawang merahnya dalam kondisi kering dalam bentuk sudah dihilangkan daunnya ataupun di ikat, agar petani bawang merah dan lembaga pemasaran lain yang terlibat dalam kegiatan pemasaran bawang merah di daerah penelitian memperoleh keuntungan yang lebih tinggi.
3. Pemerintah daerah Kabupaten Nganjuk sebaiknya memberikan ilmu pengetahuan dan teknologi terkait teknologi pengolahan dan penanganan hasil panen bawang merah agar mampu meningkatkan *share* petani bawang merah.
4. Sebaiknya petani bawang merah di daerah penelitian meningkatkan produksi bawang merahnya, agar volume penjualan petani mengalami peningkatan.
5. Sebaiknya petani bawang merah di daerah penelitian meningkatkan nilai andil petani bawang merah (*farmer share*), agar penerimaan petani meningkat, dan dengan demikian maka pendapatan usahatani bawang merah juga akan mengalami peningkatan.
6. Upaya peningkatan pendapatan usahatani dapat dilakukan dengan meningkatkan tingkat efisiensi petani

SUMMARY

FITRI APRIYANI. 105040113111007. Marketing Efficiency Analysis Of Red Onion (Case Study in Karangsemi Village, Sub district Gondang, Nganjuk Regency) in the effort of Increase Farmer's Income. Supervised by Prof.Dr.Ir.M. Muslich Mustadjab, MSc and Tatiek Koerniawati Andajani, SP.MP.

One of the largest onion producer in Indonesia is Java island. It is shown by Java island contribution data to red onion product for 76 percent, in 2011 there was decreasing into 77 percent, in 2012, Java island contribution return to 76 percent and in 2013, Java island contribution is improved into 78.11 percent.

East java is the largest red onion producer after Mid Java. Red onion contribution data for Mid Java Province to Java island started from 2009-2013 is 55 percent, 60 percent, 54 percent, 52 percent, and 53 percent. Red onion product in East Java gives contribution to red onion in Java island for 25 percent in 2009, in 2010, there was decreasing for 24 percent, and in 2011, there was improvement into 29 percent, in 2012, there was more improvement into 30 percent, and in 2013, the contribution get more improvement into 31 percent.

In 2009-2013 District of Nganjuk contributed 75 percent, 54 percent, 58 percent, 55 percent, and 49 percent to red onion product in East Java. Sub-district of Gondang is one sub-district in District of Nganjuk which has potential to produce red onion. The importance of red onion commodity product in Sub-district of Gondang is shown by red onion product contribution data to red onion product for District of Nganjuk in 2009-2013 which is for 12 percent, 20 percent, 21 percent, 21 percent, and 20 percent.

Red onion marketing problems, according to Firdaus (2008), red onion have prone to shrinkage character and took more place, easy to be broken, heterogeneity, seasonally. These characteristic causes marketing activities experienced some problems such as: creates fluctuating price, involving many marketing agencies as product distributor from red onion farmers to end consumer, and need marketing cost which relative huge. Such problems won't cause red onion marketing activity become ineffecient. This inefficient red onion marketing activity will cause low income in red onion agriculture.

The research purposes are: 1) analyzing red onion marketing margin in research area; 2) analyzing price-share received by farmers; 3) analyzing farmer's selling volume; 4) Analyzing the influence of marketing margin, price-share, and other factors to agriculture income; 5) Analyzing correlation between farmer selling volume with agriculture income.

Research location is in Village of Karang Semi, Sub-district of Gondang, District of Nganjuk which is decided in purposive way. Respondents determination for red onion farmers is decided by using simple random sampling. The sample is decided using formula revealed by Parel (1973). According to equation using the formula, it is found that minimum samples to be taken in this research is 21 samples of red onion farmer. Sample taking for red onion marketing in this research uses snowball sampling method. Data collection is done by using interview method, observation, and documentation. Analysis tool used includes: product reference analysis, marketing margin analysis, red onion farmer share,

selling volume analysis, multiple linear regression analysis, and rank (spearman) correlation analysis.

Research result is presented as:

1. Red onion are sold with a system of the union activities omnipresence unit is more efficient because the value of reference low their products is as much as 3 percent .
2. Red onion marketing margin in research region is still high with average margin for IDR 3103.99.
3. Red onion farmer share in research region is still low with average share for 74.73percent.
4. Average selling volume of red onion farmer in research region is still low which is 8,231 tons of red onion.
5. Factors which has positive influence to red onion farmer business income is marketing margin, farmer share, production, and production cost. Experience in agriculture business show less influence to red onion agriculture income since less various farmer's agriculture business experience in respondents.
6. There are strong relationship between the level of efficiency with income of farmers is the cultivation of 71,7 %

Effort to improve red onion agriculture income in research region can be done as:

1. Farmers should perform the activities of the handling of the aftermath of the harvest to the risk of losing the product red onion due to broken at the time of the transport or tuber foul risks can be reduced.
2. Red onion farmer in research region should sell their red onion in dry condition so they would get more profit.
3. Regional government in district of Nganjuk shall give knowledge and technology related with management and handling for red onion harvest to improve red onion farmer share.
4. It would be better for red onion farmer in research region to improve their red onion production so that farmer selling volume would be improved.
5. It would be better for red onion farmer in research region to develop their farmer share, so that farmer income would be increased, and red onion farmer income would be increased too.
6. Efforts to improve the income of the farming business can be done by improving mount efficiency farmers

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usahatani (Studi Kasus di Desa Karangsemi, Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk)”. Penulis pada kesempatan kali ini menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof.Dr.Ir.M. Muslich Mustadjab, M.Sc, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan bantuan dalam menyusun skripsi ini.
2. Ibu Tatiek Koerniawati Andjani,SP.MP, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan bantuan dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Tri Wahyu Nugroho, SP. MSi, dan ibu Fahriyah, SP. Msi selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ir. Syafriyal, MS selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian.
5. Kedua orang tua penulis yang senantiasa mendoakan penulis serta memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman agribisnis UB angkatan 2010 yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Malang,29 Oktober 2014

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Fitri Apriyani. Penulis dilahirkan di Nganjuk, Jawa Timur pada tanggal 08 April 1991 dari pasangan suami istri Bapak Darno dan Ibu Sumarseh. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, saudara perempuan saya bernama Anis Dwiandayani.

Pendidikan akademis penulis dimulai sejak tahun 1996 dengan bersekolah di TK Pertiwi II Desa Selorejo, Kecamatan Bagor, Kabupaten Nganjuk. Pendidikan dasar diselesaikan penulis di SDN Demangan III, Tanjunganom, Nganjuk pada tahun 2004, yang dilanjutkan dengan pendidikan lanjutan di MTS. Darul hikam, Kencong, Jambi Baron Ngajuk mulai tahun 2004 hingga tahun 2007. Tahun 2010 penulis lulus dari UPTD SPP/SPMA Negeri Kabupaten Nganjuk dan pada tahun yang sama lulus seleksi masuk Universitas Brawijaya melalui jalur beasiswa Bidik Misi. Penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian.

Selama menjadi mahasiswa di Universitas Brawijaya, penulis pernah menjadi asisten praktikum Mata Kuliah Dasar Perlindungan Tanaman selama dua semester yaitu pada tahun ajaran 2011-2012, asisten praktikum mata kuliah Pengantar Usaha Tani pada semester ganjil tahun ajaran 2012-2013, asisten praktikum mata kuliah Kewirausahaan pada semester ganjil tahun ajaran 2013-2014, asisten praktikum mata kuliah manajemen produksi dan operasi serta mata kuliah metode kuantitatif pada semester genap pada tahun ajaran 2013-2014.

Penulis pernah menjadi panitia Pendidikan dan Latihan Anggota(PLA) I dan Rangkaian Acara Semarak Permaseta(RASTA) yang dilaksanakan oleh organisasi Perhimpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (PERMASETA). Kegiatan lain yang dilakukan penulis selama menjadi mahasiswa adalah mengikuti kegiatan magang kerja di PMKP Sukun Ponorogo dan BKPH Sukun Ponorogo.

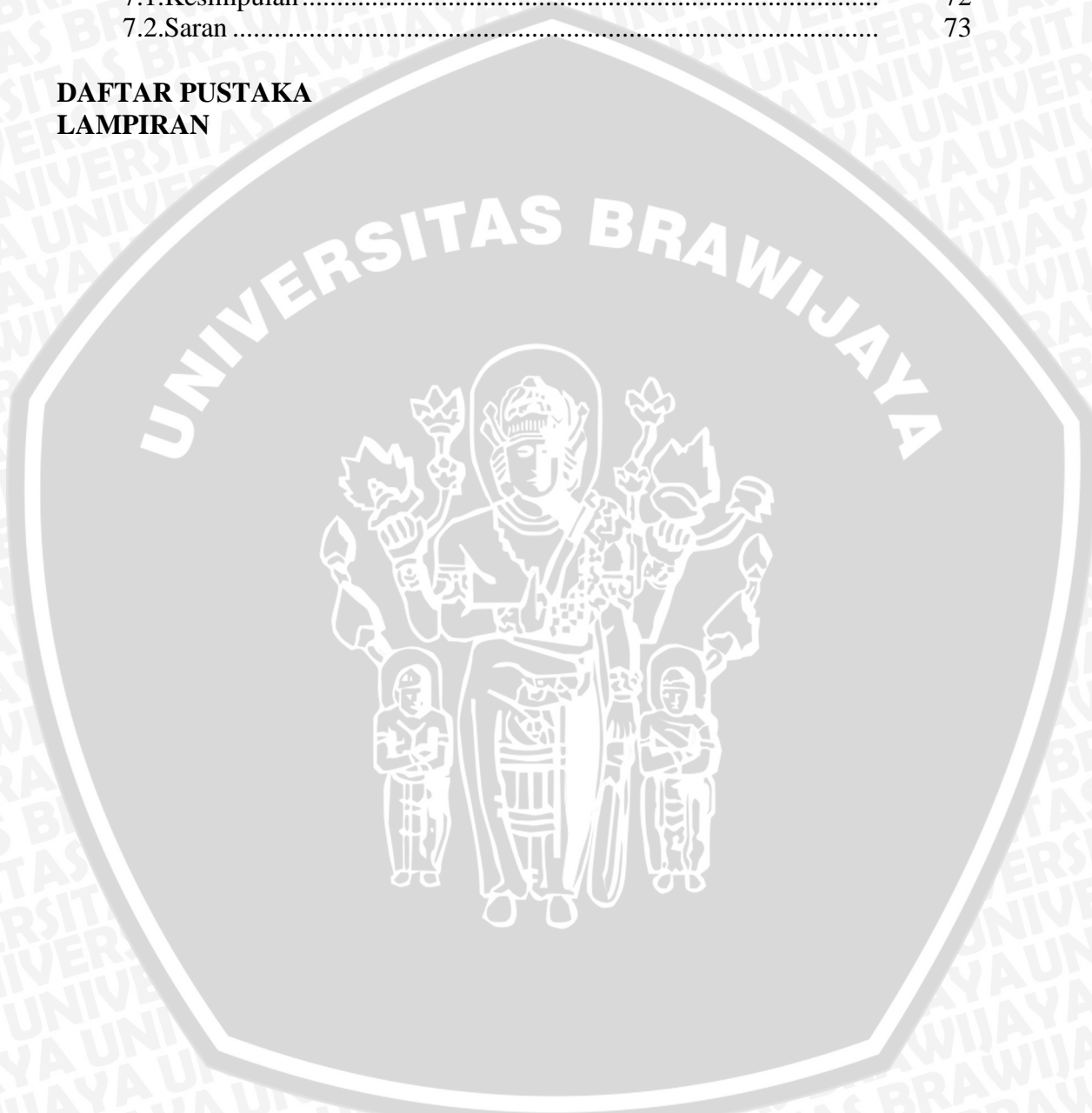
DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Telaah Penelitian Terdahulu	10
2.2. Tinjauan Teknis Budidaya Bawang Merah	14
2.3. Tinjauan Teori Pemasaran Produk Pertanian	19
III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN	28
3.1. Kerangka Pemikiran	28
3.2. Hipotesis Penelitian	30
3.3. Pembatasan Masalah	31
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
IV. METODE PENELITIAN	38
4.1. Lokasi Dan Waktu Penelitian	38
4.2. Metode Penentuan Sampel	38
4.3. Metode Pengumpulan Data	39
4.4. Metode Analisis Data	41
V. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	49
5.1. Kondisi Geografis dan topografis Daerah Penelitian	49
5.2. Keadaan Penduduk	49
5.3. Kondisi Pertanian di Daerah Penelitian	52
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	53
6.1. Karakteristik Responden	53
6.2. Analisis referensi produk bawang merah	59
6.3. Analisis Margin Pemasaran Bawang Merah	60
6.4. Analisis <i>Farmer Share</i> Bawang Merah	64
6.5. Analisis volume penjualan petani	66



6.6. AnalisisFaktor – Faktor Pemasaran yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Bawang Merah	67
6.7. Analisis Hubungan Antara Tingkat Efisiensi Petani dengan Pendapatan Usahatani	71
VII. PENUTUP	72
7.1. Kesimpulan	72
7.2. Saran	73

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

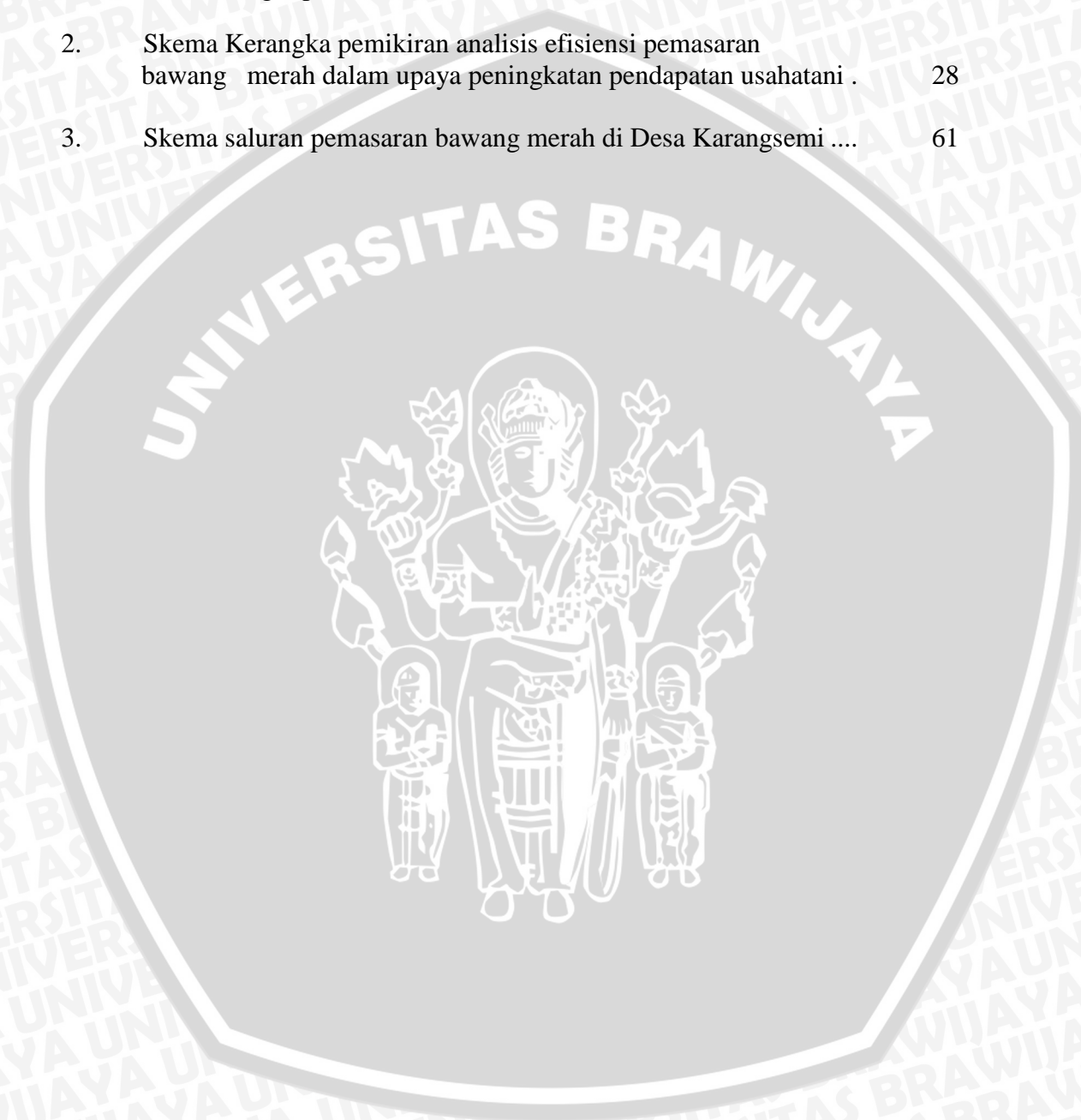
Nomor	Teks	Halaman
1.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia	49
2.	Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Karangsemi.....	50
3.	Mata Pencaharian dan Jumlahnya	52
4.	Data luas tanam dan produksi hasil pertanian di desa Karangsemi	52
5.	Distribusi responden berdasarkan kelompok usia.....	53
6.	Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	54
7.	Sebaran responden menurut jumlah anggota keluarga petani.....	54
8.	Sebaran responden menurut mata pencaharian utama	55
9.	Sebaran responden menurut mata pencaharian sampingan.....	55
10.	Sebaran responden menurut luas tanam bawang merah	56
11.	Sebaran responden menurut kepemilikan alat transportasi.....	56
12.	Sebaran responden menurut pengalaman berusaha tani bawang merah	57
13.	Sebaran responden lembaga pemasaran bawang merah berdasarkan usia.....	57
14.	Sebaran responden lembaga pemasaran bawang merah berdasarkan tingkat pendidikan	58
15.	Sebaran responden lembaga pemasaran bawang merah berdasarkan jenis pekerjaan yang dilakukan.....	58
16.	Sebaran responden lembaga pemasaran bawang merah berdasarkan kepemilikan alat transportasi	59
17.	Nilai referensi produk bawang merah didaerah penelitian	60
18.	Distribusi margin pada masing-masing saluran pemasaran.....	62
19.	<i>Farmer share</i> bawang merah	65

20.	Data volume penjualan petani	66
21.	Hasil analisis regresi faktor-faktor pemasaran yang mempengaruhi pendapatan usahatani bawang merah	67



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kurva margin pemasaran	26
2.	Skema Kerangka pemikiran analisis efisiensi pemasaran bawang merah dalam upaya peningkatan pendapatan usahatani .	28
3.	Skema saluran pemasaran bawang merah di Desa Karangsemi	61



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Data pendukung.....	76
2.	Peta lokasi penelitian.....	77
3.	Kuisioner penelitian.....	78
4.	Luas Lahan petani bawang merah.....	93
5.	Perhitungan pengambilan sampel.....	94
6.	Hasil uji asumsi klasik.....	95
7.	Hasil analisis regresi linier berganda.....	96
8.	Rincian perhitungan margin pemasaran bawang merah yang dijual kepada lembaga pemasaran yang ada di saluran pemasaran ke-1.....	97
9.	Rincian perhitungan margin pemasaran bawang merah yang dijual kepada lembaga pemasaran di saluran pemasaran ke-2.....	98
10.	Rincian perhitungan margin pemasaran bawang merah yang dijual kepada lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran ke-3.....	99
11.	Analisis korelasi rank (<i>spearman</i>).....	100
12.	Hasil Dokumentasi Kegiatan penelitian.....	105

