

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah diklasifikasikan berdasarkan umur, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, dan lamanya berdagang pedagang besar yang ada pada Kecamatan Tallo, Kota Makassar. Berikut data yang diperoleh dilokasi penelitian.

5.1.1. Umur Responden

Umur adalah lamanya hidup dalam tahun yang dihitung sejak dilahirkan. Umur sangat mempengaruhi daya tahan tubuh, fisik dan cara berfikir seseorang dalam menentukan mana yang baik dan buruk. Umur yang diambil adalah pedagang besar bawang merah pada Kecamatan Tallo, di Kota Makassar. Berikut umur responden yang di peroleh dilokasi penelitian dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Di Kecamatan Tallo, Kota Makassar

No	Umur (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	39-42	4	40
2	43-46	2	20
3	47-50	4	40
Jumlah		10	100
Minimum : 39 Tahun			
Maksimum : 50 Tahun			
Rata-Rata : 44 Tahun			

Sumber : *Lampiran 1*

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan umur responden 39 tahun sampai dengan umur 42 berjumlah 4 orang dengan persentase 40%. Umur 43 sampai dengan 46 berjumlah 2 orang dengan persentase 20 %, sedangkan umur 47 sampai dengan 50 sama dengan responden umur 39 sampai umur 42 yaitu berjumlah 4

orang dengan persentase 40%. Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa pedagang bawang merah berdasarkan umur pada kecamatan Tallo di Kota Makassar rata-rata umur 44 tahun dari 10 responden. Ini menunjukkan bahwa berdasarakan umur responden pedagang masih produktif untuk menjalankan usaha bawang merah pada Kecamatan Tallo di Kota Makassar.

5.1.2. Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan umumnya mempengaruhi cara berfikir serta cara bertindak dalam pengambilan keputusan seseorang. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin baik pula cara berfikir dan pengambilan keputusannya baik untuk diri sendiri atau kebutuhan keluarga. Selanjutnya tingkat pendidikan akan mempertimbangkan tentang resiko dalam mengambil keputusan yang dipilih. Tingkat pendidikan ini diperoleh berdasarkan tanya jawab langsung dengan responden dilokasi penelitian. Adapun klasifikasi pendidikan pedagang bawang merah pada Kecamatan Tallo, di Kota Makassar dapat di lihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Identitas Responden Pedagang Besar Bawang Merah Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Kecamatan Tallo, Kota Makassar.

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Tidak Sekolah	-	-
2.	SD	-	-
3.	SMP	2	20
4.	SMA	7	70
5.	Perguruan Tinggi	1	10
Jumlah		10	100

Sumber : Lampiran 1

Berdasarkan Tabel 11, menunjukkan tingkat pendidikan responden lebih banyak SMA yaitu 7 orang dengan persentase 70%. SMP sebanyak 1 orang dengan persentase 10 %, dan perguruan tinggi sebanyak 1 orang dengan persentase 10 %.

Adapun total responden berjumlah 10 orang. Berdasarkan Tabel 7, diatas menunjukkan bahwa jumlah pedagang bawang merah dengan pendidikan SMA lebih banyak, sedangkan pendidikan SMP dan Perguruan Tinggi lebih sedikit. Hal ini juga menunjukan bahwa pendidikan SMA sudah memiliki pengetahuan, wawasan dan mendapatkan informasi yang bersangkutan tentang bawang merah, sehingga mereka sudah bisa mengambil keputusan.

Pendidikan SMA juga rata-rata sudah menikah dan sudah memiliki pengalaman yang banyak untuk menentukan mana yang baik dan buruk, mana yang dilanjutkan dan mana yang tidak.

5.1.3. Tanggungan Keluarga Responden

Tanggungan keluarga merupakan jumlah anggota keluarga berdasarkan kartu keluarga atau yang ditanggung responden dalam memenuhi kebutuhan pokok. Semakin banyak tanggungan keluarga, semakin banyak pula jumlah pengeluaran yang dikeluarkan. Adapun jumlah tanggungan keluarga pedagang besar bawang merah pada Kecamatan Tallo, di Kota Makassar bisa dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Tanggungan Keluarga Responden Pada Pedagang Besar Di Kecamatan Tallo Kota Makassar.

No	Tanggungan Keluarga (Orang)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	2	3	30
2	3	4	40
3	4	3	30
Jumlah		10	100
Minimum : 2 Orang			
Maksimum : 4 Orang			
Rata-rata : 3 Orang			

Sumber : Lampiran 1

Berdasarkan Tabel 12, menunjukkan tanggungan keluarga responden lebih banyak tiga orang dibandingkan tanggungan keluarga dua dan empat orang. Tanggungan keluarga tiga orang sebanyak empat orang dengan nilai persentase 40%, sedangkan tanggungan keluarga dua dan empat berjumlah 3 orang dengan nilai persentase 30 %. Adapun jumlah minimum tanggungan keluarga pedagang pada Kecamatan Tallo di Kota Makassar berjumlah 2 orang, sedangkan untuk maksimum sebanyak 4 orang.

Berdasarkan nilai rata-rata tanggungan keluarga pedagang bawang merah pada Kecamatan Tallo di Kota Makassar memiliki tanggungan keluarga sebanyak tiga orang. Jumlah tersebut berpengaruh terhadap jumlah biaya hidup yang dikeluarkan oleh responden sebagai kepala keluarga, baik untuk kebutuhan pokok ataupun biaya lainnya dengan demikian semakin banyak tanggungan keluarga responden, semakin banyak pula pengeluaran.

5.1.4. Lamanya Berdagang Responden

Lamanya berdagang merupakan lamanya responden menjadi pedagang besar bawang merah. Pengalaman berusaha sangat berpengaruh terhadap kemampuan seseorang pedagang parantara dalam menjaga sinergis usahanya terhadap perubahan yang terjadi. Berikut lamanya pengalaman pedagang besar bawang merah pada Kecamatan Tallo di Kota Makassar.

Tabel 13. Lamanya Berdagang Responden Pada Pedagang Besar Di Kecamatan Tallo, Kota Makassar.

No	Lamanya Berdagang (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	3 – 6	5	50
2	7 - 10	5	50
Jumlah		10	100
Minimum : 3 Tahun			
Maksimum : 10 Tahun			
Rata-rata : 6 Tahun			

Sumber : Lampiran 1

Berdasarkan Tabel 13, dapat dilihat bahwa lamanya pengalaman berdagang sama dengan nilai presentase 50:50. Secara umum responden telah memiliki pengalaman yang cukup dalam mengolah usahanya sehingga dengan pengalaman tersebut responden mampu mengatasi masalah yang terjadi. Dengan pengalaman yang lama responden bisa mengantisipasi kerugian yang akan muncul atau masalah yang akan terjadi, dan tentunya dengan pengalaman yang banyak pula responden bisa mengatasinya.

5.2. Proses Pengadaan Komoditas Bawang Merah

Bawang merah merupakan salah satu komoditas hortikultura yang permintaannya cukup tinggi di Indonesia. Bawang merah salah satu komoditas sayuran yang termasuk kelompok rempah tidak berdistribusi yang berfungsi sebagai bumbu masakan, bawang merah juga berfungsi sebagai bahan obat tradisional, karena dalam bawang merah terdapat kandungan karbohidrat, sulfur, serat, antosianin, protein dan mineral yang dibutuhkan oleh tubuh manusia.

Bawang merah yang dijual pedagang besar pada Kecamatan Tallo di Kota Makassar berasal dari Nusa Tenggara Barat (NTB). dengan menggunakan Jalur laut atau distribusinya menggunakan kapal laut. Nusa Tenggara Barat (NTB)

merupakan penghasil bawang merah terbesar nomor empat di Indonesia, setelah Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Jawa Barat dengan produksi rata-rata bawang merah adalah 10.22 ton/ha. Salah satu daerah potensial penghasil bawang merah di NTB adalah Kabupaten Bima yang ditetapkan pemerintah sebagai kawasan pengembangan bawang merah.

Berdasarkan data yang diperoleh jumlah pembelian bawang merah oleh pedagang besar pada Kecamatan Tallo, Kota Makassar sebanyak 53.000 Kg, dengan jumlah penjualan sebanyak 53.000/kg. Hal ini bisa terjadi karena saat pedagang membeli bawang merah, pedagang sudah memasang target yang dijual berdasarkan langganan atau pesanan yang sering membeli sehingga nilai jual bawang merah selalu maksimal dengan kata lain terjual habis. Untuk lebih jelasnya berikut tabel pembelian dan penjualan bawang merah pedagang besar bawang merah pada pasar Tallo Kota Makassar.

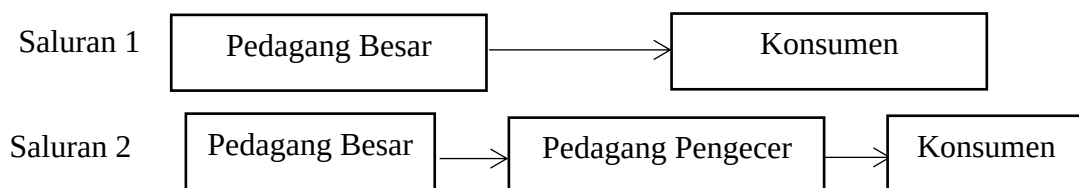
Tabel 14. Jumlah Pembelian Dan Penjualan Bawang Merah Pedagang Besar Bawang Merah Pada Pasar Tallo, Kota Makassar.

No	Jumlah Pembelian (Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)	Frekuensi (Orang)	Peresentase (%)
1.	3000 – 5000	3000 – 5000	7	70
2.	>5000 – 7000	>5000 – 7000	1	10
3.	>7000 – 9000	>7000 – 9000	2	20
Jumlah			10	100
Minimum	: 3.000 Kg			
Maksimum	: 9.000 Kg			
Rata-rata	: 5.300 Kg			

Sumber : Lampiran 6

5.3. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah suatu jalur dari lembaga – lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Pedagang besar bawang merah pada Kecamatan Tallo di Kota Makassar menggunakan saluran pemasaran tingkat banyak (*Multi Level Chanel*) yaitu bawang merah berawal dari produsen, pedagang besar, pedagang enceran Konsumen. Berikut skema saluran pemasaran bawang merah pada pasar Tallo, Kota Makassar



Gambar 2. Saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Tallo, Kota Makassar

Berdasarkan Gambar 2, dapat dilihat bahwa proses pemasaran bawang merah di Kecamatan Tallo, Kota Makassar, memiliki 2 saluran yaitu pedagang langsung menjual kepada konsumen, dan pedagang besar menjual kepada pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer menjual kepada konsumen.

Hasil dalam penelitian ini tidak sejalan dengan Wadu Junaedin (2022), yang mengatakan bahwa saluran pemasaran bawang merah di Kelurahan Malumbi Kecamatan Kampera Kabupaten Sumba Timur sebanyak Tiga model saluran pemasaran yaitu 1) petani – konsumen, 2) petani – pedagang pengecer, 3) petani ke pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen.

Berdasarkan data yang diperoleh dari pedagang besar bawang merah yang berada di Kecamatan Tallo, bahwa bawang merah yang dijual berasal dari petani

bawang merah yang berasal dari NTB (Nusa Tenggara Barat). Kemudian bawang yang ada dipedagang besar akan dijual langsung baik untuk konsumen, atau pedagang pengecer

Saluran pemasaran ini disebut saluran yang bertingkat banyak karena menggunakan banyak perantara, dimana setiap perantara membawahi beberapa perantara lain. Oleh karena itu saluran pemasaran ini disebut sebagai “Multi Level Marketing”. Bentuk ini terutama cocok untuk memasarkan atau menyalurkan bawang merah di pedagang pengecer maupun kepada petani itu langsung untuk di jadikan bibit bawang merah kembali di Sulawesi Selatan khususnya.

5.4. Marjin, Biaya, dan Keuntungan Pemasaran Bawang Merah

Dalam suatu kegiatan pemasaran suatu barang atau produk marjin, biaya dan keuntungan merupakan hal yang sangat berkaitan satu sama lain. Selain itu sangat penting untuk diketahui oleh pedagang agar bisa mengetahui usaha yang dilakukan membuahkan keuntungan atau tidak. Adapun marjin, biaya, dan keuntungan pemasaran yang di dapatkan oleh pedagang besar bawang merah yang ada pada Kecamatan Tallo, Kota Makassar sebagai berikut.

5.4.1. Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran bawang merah adalah selisih antara harga jual dan harga beli bawang merah. Untuk mengetahui margin pemasaran bawang tentunya yang harus penting diketahui adalah harga jual dan harga beli bawang merah. Adapun Marjin pemasaran pedagang besar bawang merah di Kecamatan Tallo, dapat dilihat pada Tabel 15 berikut.

Tabel 15. Marjin Pemasaran Pedagang Besar Bawang Merah di Kecamatan Tallo, Kota Makassar

No.	Saluran	Status	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Marjin (Rp/kg)
1.	I	Pedagang Besar	20.000	25.000	5.000
2.	II	Pedagang Pengecer	24.000	28.000	4.000
Total Marjin			44.000	53.000	9.000

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 15, menunjukkan margin pemasaran pedagang besar yakni saluran I di Kecamatan Tallo sebesar Rp. 5000/kg, sedangkan untuk saluran II yakni pedagang pengecer memiliki marjin pemasaran sebesar 4000/kg.

Harga jual rata-rata ke pedagang besar sebesar Rp. 20.000/kg, sedangkan harga jual di pedagang besar sebesar Rp. 25.000/kg, hal ini dilakukan pedagang besar karna ada biaya pemasaran seperti biaya transportasi yang digunakan dan tenaga kerja, dan untuk mendapatkan keuntungan. Dengan demikian dapat diketahui margin pedagang besar di Kecamatan Tallo sebesar Rp.5.000/kg.

Berdasarkan gambar 2 menunjukkan saluran II yakni pedagang pengecer membeli dengan harga sebesar Rp. 24000/kg dan harga jualnya sebesar Rp.28000/kg, sehingga margin untuk saluran II yaitu sebesar 4000/kg. Nilai ini tentunya sedikit, akan tetapi dengan dikalikan dengan jumlah banyak tentunya pedagang akan mendapatkan keuntungan yang besar. Dengan kata lain semakin banyak pedagang besar atau pedagang pengecer membeli bawang dan menjualnya semakin besar pula keuntungan yang diperoleh pedagang besar. Dilihat berdasarkan harga beli bawang merah konsumen dengan harga beli pedagang pengecer di pedagang besar dengan harga yang berbeda yaitu selisih Rp.1000/kg. Hal ini bisa

terjadi karna jumlah bawang yang dibeli, dalam artian konsumen membeli untuk keperluan keluarganya, sedangkan pedagang pengecer membeli dengan jumlah yang cukup banyak karna akan dijual kembali kepada konsumen lain.

5.5. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan adalah selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen setelah dikurangi dengan biaya pemasaran. Hal ini sesuai dengan pendapat Soekartawi (1993), yang menyatakan bahwa keuntungan adalah harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir (marjin) setelah dikurangi dengan biaya pemasaran.

Berdasarkan data yang diperoleh dari pedagang besar bawang merah pada Kecamatan Tallo di Kota Makassar mendapatkan keuntungan yang berbeda-beda karena jumlah bawang yang dibeli. Adapun total keuntungan pedang besar yang dijadikan sampel sebesar Rp. 202.195.000, jumlah ini cukup besar untuk 10 pedagang besar bawang merah. Untuk lebih jelasnya berikut tabel keuntungan pedagang besar bawang merah setelah diolah sebagai berikut.

Tabel 16. Keuntungan Pemasaran Pedagang Besar Bawang Merah di Kecamatan Tallo, Kota Makassar.

No.	Uraian	Nilai (Rp/Kg)
1.	Penjualan (kg)	5.300
2.	Marjin	5.000
3.	Total Margin	26.500.000
4.	Biaya Pemasaran	1.185
5.	Total Biaya Pemasaran	6.280.500
6.	Keuntungan	20.219.500

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 16, menunjukkan rata-rata penjualan bawang merah pedagang besar sebanyak 5.300 kg, dengan nilai margin Rp.5.000 sehingga total margin sebesar Rp.26.500.000. selanjutnya untuk biaya pemasaran Rp.1.185/kg, sehingga total biaya pemasaran sebesar Rp.6.280.000. sehingga keuntungan yang diperoleh pedagang besar bawang merah sebesar Rp.20.219.500.

Berdasarkan penjelasan di atas menunjukkan jumlah bawang mempengaruhi keuntungan yang diperoleh pedagang besar yang berada pada Kecamatan Tallo, Kota Makassar, dengan kata lain semakin banyak pedagang besar membeli dan menjual bawang merah, maka semakin banyak pula keuntungan yang diperoleh pedagang besar bawang merah.

5.5.1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran bawang merah merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung, mulai bawang merah di lepas dari tangan produsen hingga diterima oleh konsumen. Biaya pemasaran tersebut di tanggung oleh lembaga pemasaran yang terlibat berupa biaya transportasi, tenaga kerja, dan biaya kemasan. Hal ini sesuai pendapat Assauri (2002), yang menyatakan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran meliputi biaya transportasi, dan tenaga kerja.

Berdasarkan pengumpulan data yang diperoleh menunjukkan bahwa saluran tingkat I yakni pedagang besar bawang merah pada Kecamatan Tallo di Kota Makassar untuk biaya transportasi sebesar Rp 610/kg, sedangkan untuk tenaga kerja sebesar Rp. 75, Selain dari biaya transportasi dan tenaga kerja ada juga biaya sortir sebesar 500/kg, sortir merupakan tahap pemisahan antara bawang merah dan

kotoran yang melekat pada bawang, seperti kulit atau kotoran lainnya. Sehingga total biaya pemasaran pedagang besar yang ada pada Kecamatan Tallo, Kota Makassar sebesar Rp. 1.185/kg. Sedangkan untuk Saluran pemasaran tingkat II yaitu pedagang pengecer berdasarkan pengumpulan data yang diperoleh menunjukkan bahwa saluran tingkat II yaitu pedagang pengecer bawang merah pada Kecamatan Tallo di Kota Makassar untuk biaya transportasi sebesar Rp305/kg, sedangkan untuk tenaga kerja yang dikeluarkan sebesar Rp.75/kg. Sehingga total biaya pemasaran pedagang pengecer yang ada pada Kecamatan Tallo, Kota Makassar sebesar Rp. 380/kg. Dilihat dari data yang diperoleh menunjukkan biaya pemasaran saluran tingkat II lebih kecil dari saluran tingkat I, Hal ini dikarenakan biaya transportasi laut untuk pedagang pengecer tidak ada sehingga biaya pemasaran untuk pedagang pengecer lebih sedikit dibandingkan biaya pemasaran saluran tingkat I.

Berdasarkan data yang diperoleh pedagang besar bawang merah pada Kecamatan Tallo untuk biaya transportasi dan biaya tenaga kerja memiliki nilai yang sama, yang membedakan total pengeluaran uang, karena setiap pedagang membeli bawang dipetani dengan jumlah yang berbeda-beda. Untuk lebih jelasnya berikut biaya pemasaran pedagang besar bawang merah pada Kecamatan Tallo Kota Makassar dapat dilihat pada tabel 12 berikut :

Tabel 17. Total Biaya Pemasaran Pedagang Besar Bawang Merah di Kecamatan Tallo, Kota Makassar.

No.	Biaya Pemasaran (Rp)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	3.555.000 – 8.377.500	7	70
2.	>8.377.500 – 10.665.000	3	30
Jumlah		10	100

Minimum	: Rp. 3.555.000
Maksimum	: Rp. 10.665.000
Rata-rata	: Rp. 4.822.500

Sumber : Lampiran 3 dan 4

Berdasarkan Tabel 17, menunjukkan biaya pemasaran Rp. 3.555.000 sampai dengan 8.377.500 lebih banyak dengan jumlah pedagang besar sebanyak tujuh pedagang dengan nilai presentase 70 %. Sedangkan untuk biaya pemasarn > Rp. 8.377.500 sampai dengan Rp. 10.665.000 berjumlah tiga pedagang besar dengan nilai presentase 30 %. Ini menunjukkan bahwa pedagang besar pada Kecamatan Tallo di Kota Makassar hanya beberapa pedagang besar yang mengeluarkan uang dengan jumlah pemasaran yang besar, hal ini terjadi karena jumlah bawang yang dibeli lebih banyak dari pada pedagang besar yang lain. Sementara jumlah pengeluaran yang sedikit sebanyak 7 pedagang. Hal ini ini mempengaruhi jumlah pendapatan atau keuntungan pedagang besar bawang merah. Mengingat semakin besar biaya pemasaran yang dikeluarkan maka jumlah bawang yang dibeli juga besar dan keuntungan yang didapatkan juga akan besar.

5.6. Efisiensi Pemasaran

5.6.1. Biaya Pemasaran

Efisiensi saluran pemasaran bawang merah dilakukan dengan melihat persentase antara biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan harga jual bawang merah. Semakin kecil nilai persentase tersebut maka semakin efisien saluran distribusi tersebut jika dibandingkan dengan saluran distribusi lainnya. Menurut Soekartiw, 2002 rumus analisis efisiensi pemasaran yaitu biaya pemasaran dibagi nilai produk kemudian dikalikan dengan 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan nilai rata-rata biaya pemasaran pedagang besar bawang merah sebesar Rp.1.185 /kg, sedangkan untuk nilai produksi sebesar Rp. 25.000/kg. sementara untuk pedagang pengecer biaya pemasarannya sebesar 380/kg, sendangkan untuk nilai produknya sebesar Rp.28.000/kg. Untuk lebih jelasnya berikut hasil analisis efisiensi pemasaran pedagang besar dan pedagang pengecer bawang merah di Kecamatan Tallo dapat dilihat pada Tabel 18 sebagai berikut :

Tabel 18. Efisiensi Pemasaran Pedagang Besar Pada Kecamatan Tallo, Kota Makassar

Saluran	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Nilai Jual Produk (Rp/kg)	Efisiensi (%)
1.	1.185	25.000	0,47
2.	380	28.000	0,13

Sumber : Lampiran 7

Hasil di atas menunjukkan nilai efisiensi pemasaran pedagang besar bawang merah di Kecamatan Tallo, Kota Makassar sebesar 0,47%. Sedangkan nilai efisiensi pedagang pengecer sebesar 0,13%. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukan ke dua saluran pemasaran bawang merah yang ada pada Kecamatan Tallo, Kota Makassar, baik itu pedagang besar atau pedagang pengecer sama – sama efisien, akan tetapi dilihat dari nilai efisiensinya menunjukkan saluran pemasaran II yang lebih efisien. Hal ini bisa terjadi karena nilai pemasaran untuk saluran II lebih sedikit dibandingkan saluran pemasaran tingkat I.

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan jika nilai efisiensi < 50% maka efisien, apabila nilai efisiensi > 50 % maka tidak efisien. Dengan demikian dapat diketahui bahwa efisiensi pemasaran pedagang besar dan pedagang pengecer

bawang merah di Kecamatan Tallo efisien dengan nilai efisien 0,47%, dan 0,13 %, Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini di terima.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Hidayat dan Jaeroni 2021 yang mengatakan usahatani bawang merah di lahan pesisir Kabupaten Indramayu sudah mencapai efisiensi ekonomi, baik pada aspek produksi maupun pemasaran. Pada aspek produksi, usahatani bawang merah yang menguntungkan dengan tingkat kelayakan sebesar (R / C) Ratio 2,65.