

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Identitas responden adalah ciri-ciri yang dimiliki oleh petani yang berhubungan dengan aspek kehidupan dengan lingkungannya yang meliputi umur, pendidikan, pengalaman berusahatani dan luas lahan. Responden penelitian ini adalah petani dan pedagang bawang merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto. Responden tersebut menjadi subjek penelitian dalam mengetahui Rantai Pasok Pemasaran Bawang Merah.

5.1.1 Umur

Tingkat umur merupakan salah satu aspek penentu bagi petani bawang merah dalam mengelola usahatannya. Umur sangat mempengaruhi kemampuan fisik dan cara berfikir petani. Petani yang berusia muda memiliki kemampuan bekerja lebih aktif, mudah menerima informasi dan teknologi baru dibandingkan petani yang berusia tua. Berikut persentase umur petani dan pedagang bawang merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

Tabel 5. Identitas Responden Petani Bawang Merah Berdasarkan Umur di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

No.	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase(%)
1	24 – 34	6	20
2	35 – 45	16	53
3	46– 55	8	27
Jumlah		30	100
Maksimum: 55 tahun			
Minimum: 24 tahun			
Rata-rata: 10 tahun			

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4. diatas menunjukkan identitas responden berdasarkan umur yang di bagi atas 3 interval kelas kelompok umur. Responden terkecil berada di kelompok umur 25-35 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 26%. Sedangkan responden terbanyak berada di kelompok umur 36 -42 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 40%. Rata-rata umur responden yaitu 40 tahun, umur tersebut termasuk produktif.

5.1.2 Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu karakteristik yang melekat pada diri petani dan pedagang. Tingginya pendidikan petani dan pedagang menjadi senjata dalam pengembangan usahanya. Semakin tinggi tingkat pendidikan petani dan pedagang maka diharapkan semakin mudah dalam menerima informasi atau lembaga yang berkaitan dengan pemasaran usahanya. Gambaran mengenai tingkat pendidikan petani dan pedagang bawang merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 6. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase(%)
1.	SD	16	53
2.	SMP	7	23
3.	SMA	6	20
4.	S1	1	4
Jumlah		30	100

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 6, diatas menunjukkan bahwa jumlah reponden yang tingkat pendidikan paling tinggi adalah SD dengan jumlah sebanyak 16 orang petani sebagai persentase tertinggi 53%. Sedangkan jumlah responden yang tingkat pendidikan terendah adalah S1 sebanyak 1 orang petani dengan persentase terendah

4%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jenepono mayoritas memiliki tingkat pendidikan yang masih rendah dalam berusahatani bawang merah.

5.1.3 Pengalaman Berusahatani

Pengalaman berusahatani merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan kegiatan produksi dalam pertanian. Pengalaman kerja yang lebih lama membuat petani memiliki kemampuan dalam melakukan kegiatan usahatani, pada umumnya petani yang memiliki pengalaman usahatani cukup lama cenderung memiliki kemampuan berusahatani yang lebih baik dibandingkan dengan petani yang belum memiliki pengalaman berusahatani. Pengalaman petani bawang merah dapat dilihat pada Tabel 7 sebagai berikut :

Tabel 7. Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Berusahatani Bawang Merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jenepono.

No.	Pengalaman (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase(%)
1	5–11	17	56
2	12–18	9	31
3	19–25	4	13
Jumlah		30	100
Maksimum : 25 tahun			
Minimum : 5 tahun			
Rata-rata : 6 tahun			

Sumber Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 7. menunjukkan bahwa persentase terbesar mengenai pengalaman berusahatani Bawang Merah terdapat pada interval pengalaman 5-11 dengan jumlah petani sebanyak 17 orang dengan persentase 56%. Interval pengalaman 19-25 tahun memiliki persentase terkecil yaitu 13% dengan jumlah petani sebanyak 4 orang.

5.1.4 Luas Lahan

Luas lahan merupakan potensi ekonomi yang dimiliki responden. Semakin luas lahan yang digarap oleh responden, maka dimungkinkan bawang merah semakin tinggi sehingga dapat meningkatkan produksi. Berikut adalah data luas lahan yang dikelola oleh responden di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

Tabel 8. Identitas Responden Berdasarkan Luas Lahan Bawang Merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

No.	Luas Lahan (ha)	Jumlah (orang)	Persentase(%)
1	0,18 – 0,59	26	86
2	0,60 – 1	4	14
Jumlah		30	100
Maksimum : 1 ha			
Minimum : 0,18 ha			
Rata-rata :0,41 ha			

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 8. menunjukkan luas lahan bawang merah di Desa Jenetallasa memiliki rata-rata seluas 0,41 ha dengan luas lahan terkecil adalah 0,18 ha dan luas lahan terbesar adalah 1 ha. Responden paling banyak berada pada interval dengan luas lahan 0,18-0,59 ha sebanyak 26 orang yang memiliki persentase 86%.

5.1.5 Identitas Responden Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran atau pedagang merupakan seseorang yang terlibat dalam rantai pasok saluran pemasaran bawang merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto. yaitu pedagang besar, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Identitas responden merupakan gambaran secara umum dari suatu keadaan atau status dari pedagang tersebut. Identitas responden dalam

penelitian ini meliputi: umur, jumlah tanggungan, pendidikan terakhir, dan lama berdagang. Lembaga pemasaran bawang merah dapat dilihat pada Tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9. Identitas Responden Pedagang di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

No.	Nama	Jenis Pedagang	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Lama Berdagang (Tahun)
1.	Kasma	P.Pengecer	45	SD	11
2.	Nurhayati	P.Pengecer	45	SD	7
3.	Anzar	P.Besar	47	SMA	10
4.	Samsuddin	P. Pengumpul	40	SMP	12
5.	Baso	P. Pengecer	50	SD	15
6.	Sahrir	P. Besar	45	SD	15

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 9. diatas menjelaskan bahwa terdapat 3 jenis pedagang Di Desa Jenetallasa yaitu pedagang besar, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Beberapa jenis pedagang tersebut yang menjadi rantai pasok atau perantara dalam pemasaran bawang merah di Desa Jenetallasa sehingga sampai di konsumen akhir.

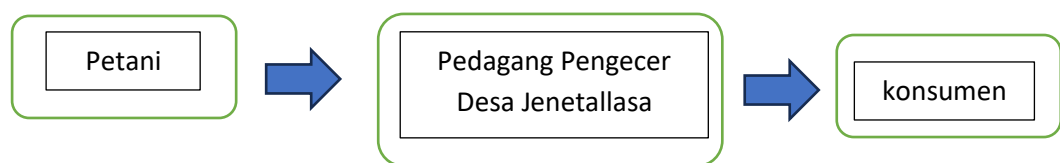
5.2 Saluran Rantai Pasok Pemasaran Bawang Merah

Produsen (petani bawang merah) menjual hasil panen kepada pedagang pengumpul yang ada dilokasi penelitian. Struktur saluran pemasaran yang ada di Desa Jenetallasa terdiri dari 5 lembaga pemasaran yaitu, petani bawang merah, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, dan konsumen akhir. Jumlah pedagang pengecer yang ada di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto berjumlah 2 orang, selanjutnya ke pedagang besar berjumlah

1 orang dan pedagang pengumpul berjumlah 2 orang, dan selanjutnya langsung ke konsumen akhir.

Saluran pemasaran bawang merah ada 3 pola dari hasil penelitian saluran pemasaran di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto. Adanya lembaga pemasaran akan mempengaruhi besar dan kecilnya margin pemasaran, selisih harga pemasaran serta biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam memasarkan bawang merah. Adapun pola saluran pemasaran yang terbentuk yakni sebagai berikut:

1. Saluran I



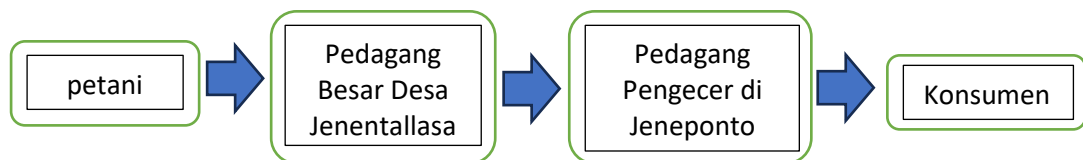
Gambar 7. Pola Saluran I Pemasaran Pada Rantai Pasok Pemasaran dan Efisiensi Bawang Merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

Berdasarkan Gambar 7. menjelaskan bahwa saluran pemasaran I merupakan rantai pemasaran terpendek di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto terdapat 1 lembaga pemasaran sebagai perantara pemasaran bawang merah yang menunjukkan terbentuknya saluran pemasaran. Saluran rantai pasok ini terdiri dari produsen, pedagang pengecer, dan konsumen akhir. Dalam rantai pasok pemasaran bawang merah produsen sebagai petani yang memproduksi bawang merah kemudian menjual bawang merah kepada lembaga pemasaran yang berada dalam Desa Jenetallasa (pedagang pengecer) sebagai perantara untuk di jual ke

pasar yang berada di Kabupaten Jeneponto untuk di salurkan pada konsumen akhir dari rantai pemasaran.

Saluran pemasaran I, beberapa petani bawang merah menjual langsung kepada pedagang pengecer di Desa Jenetallasa, setelah melakukan proses tawar menawar kemudian resmi membeli bawang merah tersebut dengan kesepakatan harga dari kedua pihak dengan berpatokan pada harga yang berada di pasaran. Pada saat bawang merah telah dibeli oleh pedagang pengecer kemudian di packing dan dimasukkan ke karung waring sesuai dengan berat 40kg/karung. Setelah selesai ditimbang kemudian di bawa langsung menggunakan mobil sewa ke Pasar Rumbia, Pasar Boro' untuk di di salurkan pada konsumen akhir. Data dari 30 responden petani bawang merah yang di ambil, 4 orang petani yang menjual bawang merah secara langsung pedagang pengecer.

2. Saluran II



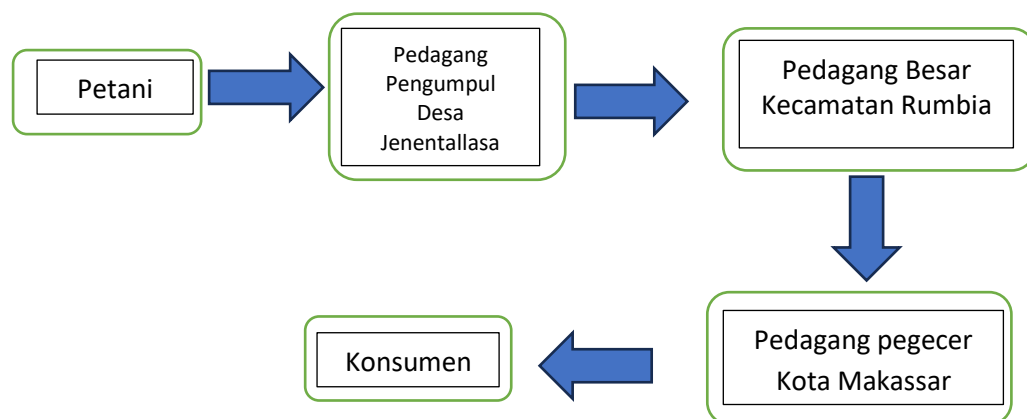
Gambar 8. Pola Saluran II Pemasaran Pada Rantai Pasok Pemasaran dan Efisiensi Bawang Merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto

Berdasarkan Gambar 8 diatas menjelaskan pola saluran yang ke II dimana dalam saluran ini memiliki masing-masing terdapat 2 pedagang perantara yang melakukan penjualan bawang merah yaitu pedagang besar dan pedagang pengecer kemudian ke konsumen akhir. Dalam saluran pemasaran ini petani yang telah menghasilkan produksi dari usahatani bawang merah untuk dijual pada pedagang besar yang berada di Desa Jenetallasa kemudian menjual pada pedagang pengecer.

Dalam saluran pemasaran ini petani menjual dalam bentuk gantung kepada pedagang besar yang berada di Desa Jenetallasa. Setelah itu bawang merah kemudian di packing oleh pedagang besar dalam karung waring dengan berat timbangan 40kg/karung. Setelah itu dikirimkan kepada pedagang pengecer yang berada di Kota Makassar yang sebelumnya telah memesan bawang merah. Untuk saluran pemasaran yang terakhir pedagang pengecer menjual pada konsumen akhir dipasar-pasar yang ada di Jeneponto.

Sebagian besar atau sekitar 15 orang dari 30 responden petani bawang merah di Desa Jenetallasa yang telah di ambil sebagai sampel lebih memilih saluran pemasaran ini.

3. Saluran III



Gambar 9. Pola Saluran III Pemasaran Pada Rantai Pasok Pemasaran dan Efisiensi Bawang Merah Di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

Berdasarkan Gambar 9 dilihat menjelaskan saluran III rantai pasok yang menunjukkan bahwa saluran ini merupakan saluran paling panjang diantara ketiga saluran diatas. Dari gambar saluran tersebut dapat dilihat bahwa ada tiga lembaga perantara dalam penyaluran bawang merah yaitu yang pertama pedagang

pengumpul, yang kedua pedagang besar, dan yang ketiga pedagang pengecer hingga sampai pada tangan konsumen akhir.

Saluran pemasaran ini, petani menjual bawang merah secara langsung pada pedagang pengumpul yang berada di Desa Jenetallsa. Ada pula biasanya pedagang pengumpul yang datang langsung ke rumah petani untuk membeli bawang merah di Kecamatan Rumbia. Setelah membeli bawang merah dengan jumlah yang sesuai permintaan kemudian pedagang besar menjual bawang merah pada mitra kerja sama yang berada di Kota Makassar. Setelah itu, kemudian bawang merah yang sudah ada, di pecking dengan jumlah timbangan sebesar 40kg/karung untuk dijual lagi pada pedagang pengecer. Untuk sampainya ke tangan konsumen akhir bawang merah yang dibeli kemudian di salurkan ke pasar tradisional dan rumah makan yang berada di Kota Makassar. Data dari 30 responden petani bawang merah yang di ambil, ada 11 orang petani yang memilih saluran pemasaran ini dikarenakan saluran ini terlalu Panjang.

Hasil penjelasan penelitian, adapun jumlah petani berdasarkan saluran pemasaran yang merupakan perantara dalam memasarkan bawang merah, dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Jumlah Petani Pada Setiap Saluran Pemasaran Di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jenepono.

No	Saluran Pemasaran	Jumlah (Orang)	Persentase %
1.	Saluran I	4	13
2.	Saluran II	15	50
3.	Saluran III	11	37
Jumlah		30	100

Sumber : Lampiran 6,7,8

Berdasarkan Tabel 10. diatas menjelaskan bahwa saluran pemasaran bawang merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jenepono yang

paling banyak digunakan oleh petani yaitu saluran II sebanyak 15 orang atau sebesar 50%. Saluran II dalam pemasaran ini dominan digunakan oleh petani karena dalam proses penjualan bawang merah ini lebih mudah dan baik dalam proses penentuan harga maupun dalam sistem pembayaran yang dilakukan secara tunai oleh pedagang, berbeda dengan saluran pemasaran I sebanyak 4 orang atau sebesar 13% dan saluran pemasaran III sebanyak 11 orang atau sebesar 47%, yang paling sedikit diminati oleh petani karena proses pembayarannya pada saluran 1 kadang memakan waktu yang lama biasanya di target 2 minggu atau sebulan lamanya dan, pada saluran 2 memakai arus pemasaran yang lumayan panjang hal tersebut dapat mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh petani lebih sedikit karena keuntungan yang akan diterima oleh petani tergantung dari panjang atau pendeknya rantai pasok pemasaran. Hal tersebut mengakibatkan sedikitnya petani yang memilih rantai tersebut dari jumlah responden sebanyak 30 atau sebesar 100%.

5.3 Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran sangat penting bagi petani sebab dengan mengetahui marjin pemasaran maka petani dapat memilih saluran pemasaran mana yang lebih menguntungkan bagi petani bawang merah di Desa Jenetallasa. semakin banyak pedagang perantara yang terlibat dalam saluran rantai pasok pemasaran maka semakin besar pula marjin pemasaran yang terbentuk.

Tabel 11. Marjin Saluran Pemasaran Di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jenepono.

Saluran	Status	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Marjin (Rp/Kg)
I	Produsen	22.000	-	-
	Pedagang pengecer	26.000	22.000	4.000
	Total			4.000
II	Produsen	19.000	-	-
	Pedagang Besar	22.000	19.000	3.000
	Pedagang Pengecer	26.000	22.000	4.000
	Total			7.000
III	Produsen	17.000	-	-
	Pedagang Pengumpul	18.500	17.000	1.500
	Pedagang Besar	21.000	18.500	2.500
	Pedagang Pengecer	24.000	21.000	3.000
	Total			7.000

Sumber : Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 11. diatas menjelaskan bahwa saluran pemasaran 1 pada status produsen menghasilkan bawang merah dengan harga jual sebesar 20.000/kg, kemudian dalam saluran pemasarannya bawang merah dijual ke pasar Kecamatan Rumbia sehingga pada status pedagang pengecer memiliki harga beli sebesar 22.000/kg dari produsen, kemudian harga jual bawang merah sebesar Rp. 26.000/kg, sehingga pedagang pengecer mendapatkan marjin sebesar Rp 4.000/kg.

Hal tersebut disebabkan tingkat kepuasan yang di dapat petani dari saluran ini kurang memuaskan, pedagang pegecer hanya membeli bawang merah pada petani dalam jumlah sedikit rata-rata 1.000 Kg karena tidak memiliki banyak modal untuk pembayaran langsung tunai sehingga pembayaran kepada petani dengan jangka waktu yang lama sekitar 2 minggu sampai dengan 1 bulan.

Saluran pemasaran II hasil penelitian menjelaskan bahwa petani menjual bawang merah mereka ke pedagang besar yang ada dalam di Desa Jenetallasa

dengan jumlah pembelian bawang merah pada pedagang besar sebanyak 7.000/kg atau setara dengan 7 ton kemudian dibeli dengan harga rata-rata Rp.19.000/kg. Dalam saluran pemasarannya, bawang merah yang dibeli dalam bentuk bawang gantung kemudian di jual ke pedagang pengecer yang berada di Jeneponto dengan harga Rp.22.000/kg dari penjualan tersebut masing-masing pedagang besar menghasilkan margin pemasaran sebanyak Rp.3.000/kg. Setelah itu pedagang pengecer di Jeneponto menjual pada tangan akhir dari pemasaran yaitu konsumen akhir dengan harga Rp.26.000/kg, jadi margin pemasaran yang diperoleh sebanyak Rp 4.000/kg. Jadi, total margin saluran pemasaran yang berada di saluran II sebesar 7.000/kg. Hal ini disebabkan karena kurangnya produksi bawang merah dari Jeneponto yang menjadi peluang besar dari lembaga pemasaran terakhir untuk menentukan sendiri harga jual mereka. Saluran II dalam pemasaran ini lebih dominan digunakan oleh petani karena ada 2 rantai pasok dalam saluran ini dan kepuasan yang di dapatkan oleh petani dalam sistem pembayaran langsung (cash) dan sangat memuaskan karena memiliki banyak modal sehingga petani dapat menikmati langsung atas kerja kerasnya.

Terakhir adalah saluran pemasaran III hasil penelitian menjelaskan bahwa dalam saluran pemasaran ini bawang merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto dijual dengan bentuk bawang merah gantung yang sudah di ikat setelah dipanen oleh petani jumlah pembelian bawang merah pada pedagang pengumpul sebanyak 9.000/kg atau setara dengan 9 ton kemudian dibeli oleh pedagang pengumpul dengan harga 17.000/kg lalu di masukkan dalam karung waring dengan berat 40 kg/karung waring setelah ditimbang, semua biaya

pengemasan dan transportasi di tanggung oleh pedagang besar itu sendiri. Saat pengemasan sudah selesai kemudian bawang merah diantarkan pada tempat penampungan mitra kerjanya di Kecamatan Rumbia dengan harga jual Rp 18.500 /Kg. Dari data penjualan itu maka dapat di tentukan margin pemasaran pedagang pengumpul sebesar Rp.1.500/kg. Setelah pedagang besar menjual bawang merah pada pedagang pengecer dengan harga Rp.21.000/kg dengan jumlah margin yang diperoleh pedagang besar sebanyak Rp.2.500/kg. Sesampainya di pengecer kemudian dijual ditangan akhir dari pemasaran yaitu konsumen akhir mereka dengan harga Rp.24.000/kg, jumlah margin pemasaran yang diperoleh sebanyak Rp.3.000/kg. Dimana panjangnya saluran pemasaran ini mengakibatkan margin pemasaran pada saluran III menjadi tinggi sebesar Rp.7.000/kg. Hal ini menuat harga dari tingkat produsen rendah karena panjangnya dari saluran tersebut, mengakibatkan kurangnya keuntungan yang didapat petani pada saat penjualan.

Proses mengalirnya barang atau produk dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya seperti biaya transportasi, biaya tenaga kerja dan biaya pengemasan, dengan adanya biaya pemasaran tersebut maka harga suatu produk juga akan meningkat. Untuk mengetahui margin dan biaya pemasaran disetiap saluran pemasaran maka dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Margin dan Biaya Pemasaran Bawang Merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

Saluran	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	Biaya pemasaran (Rp/Kg)
Saluran I	4.000	650
Saluran II	7.000	1.370
Saluran III	7.000	2.545

Sumber : Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 12 diatas menjelaskan bahwa yang terlibat dalam saluran pemasaran I hanya ada satu pedagang perantara yaitu pedagang pengecer yang berada di Desa Jenetalassa. Pada saluran 1 pemasaran bawang merah dimana pedagang pengecer mengeluarkan biaya transportasi, tenaga kerja, biaya pengemasan dan biaya kerusakan sebanyak Rp. 650/kg dan margin pemasaran sebanyak Rp. 4.000/kg.

Saluran pemasaran II, yang terlibat dalam kegiatan ini adalah pedagang besar dan pedagang. Dimana masing-masing biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh keseluruhan pedagang berupa biaya transportasi, biaya tenaga kerja dan biaya pengemasan sebesar Rp.1.370 /kg, dengan margin pemasaran sebesar Rp.7.000/kg. Selanjutnya saluran pemasaran III, yang terlibat dalam saluran pemasaran ini adalah pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Dalam saluran pemasaran ini biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh keseluruhan pedagang berupa biaya transportasi, biaya tenaga kerja dan biaya pengemasan dan biaya kerusakan sebesar Rp.2.545/kg, dengan margin pemasaran sebesar Rp.7.000/kg. Jadi dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 diterima.

5.4 *Farmer's Share*

Farmer's share merupakan indikator efisiensi pemasaran selain margin pemasaran indikator ini mengukur seberapa besar bagian yang diterima oleh petani bawang merah sebagai balas jasa atau kontribusi yang dilakukan terhadap harga jual di saluran. Semakin besar farmer's share dan semakin kecil suatu margin pemasaran maka dapat dikatakan suatu saluran pemasaran berjalan secara efisien.

Adapun farmer's share pemasaran bawang merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jenepono sebagai berikut:

Tabel 13. Farmer's Share Setiap Saluran Pemasaran Bawang Merah Di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jenepono.

Saluran Pemasaran	Harga Tingkat Produsen (Rp/Kg)	Harga Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
Saluran I	22.000	26.000	84,61
Saluran II	19.000	26.000	73,07
Saluran III	17.000	24.000	70,83

Sumber : Lampiran 10

Berdasarkan Tabel 13 diatas menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran I menentukan harga tingkat produsen sebesar Rp. 22.000/kg dan harga tingkat konsumen sebesar Rp. 26.000/kg sehingga farmer's share yang diperoleh sebesar 84,61% >50%. Saluran pemasaran yang ke II dengan harga tingkat produsen sebesar Rp. 19.000/kg dengan harga tingkat konsumen sebesar Rp. 26.000/kg sehingga menghasilkan nilai farmer's share sebesar 73,07% >50%. Dan pada saluran pemasaran ke III dengan harga tingkat produsen sebesar Rp. 17.000/kg dengan harga tingkat konsumen sebesar Rp. 24.000/kg sehingga menghasilkan nilai farmer's share sebesar sebesar 70,83% >50%.

Artinya data tersebut menunjukkan bahwa dari ketiga saluran pemasaran tersebut Farmer's Share saluran I yang paling tertinggi sebesar 84,61% dengan menjual ke pedagang besar dan selanjutnya dijual ke pedagang pengecer dengan tingkat harga produsen Rp. 19.000 dan harga ditingkat konsumen Rp. 26.000. Besar kecilnya farmer's share sangat dipengaruhi oleh saluran pemasaran yang digunakan dan besarnya harga jual di tingkat pengecer. Besar kecilnya hasil bagian yang diterima oleh petani menunjukkan merata tidaknya pembagian hasil antara

pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer terhadap petani. Semakin banyak perantara pemasaran, maka akan semakin kecil bagian yang diterima oleh petani (Arbi et al, 2018). Jadi dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 diterima.

5.5 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya biaya yang mencapai hasil kegiatan yang dijalankan. Efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antara biaya pemasaran dengan harga jual di tingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen. Untuk menentukan efisiensi pemasaran bawang merah di Desa Jenetallasa. setiap lembaga pemasaran dalam memasarkan bawang merah dan beberapa harga di tingkat konsumen akhir dari tiap saluran pemasaran. Adapun efisiensi pemasaran bawang merah dapat dilihat pada Tabel 14 sebagai berikut:

Tabel 14. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

No	Uraian	Total Biaya (Kg/Rp)	Harga Tingkat Konsumen (Kg/Rp)	Efisiensi Pemasaran (%)
1.	Saluran I	650	26.000	2,5
2.	Saluran II	1.379	26.000	5,26
3.	Saluran III	2.545	24.000	10,6

Sumber : Lampiran 11

Berdasarkan Tabel 14, diatas menjelaskan bahwa pada saluran I mengeluarkan total biaya paling sedikit sebesar 650/kg, dimana biaya – biaya yang dikeluarkan pada saluran pemasaran I berupa biaya transportasi, biaya transportasi dan biaya tenaga kerja. Sedangkan harga jual tingkat konsumen akhir sebesar Rp.

26.000/kg. Sehingga nilai efisiensi yang diperoleh pada saluran I sebesar $2,5\% < 50\%$.

Saluran pemasaran II mengeluarkan total biaya sebesar Rp. 1.370, dimana biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap saluran pemasaran ini berupa, biaya transportasi, biaya tenaga kerja dan biaya pengemasan. Harga bawang merah pada saluran ini sebesar Rp. 26.000/kg sehingga dapat diperoleh nilai efisiensi sebesar $5,26\% < 50\%$. Saluran pemasaran III mengeluarkan total biaya sebesar Rp. 2.545 dimana biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap saluran pemasaran ini berupa, biaya transportasi, biaya tenaga kerja dan biaya pengemasan. Harga bawang merah pada saluran ini sebesar Rp. 24.000/kg sehingga dapat diperoleh nilai efisiensi sebesar $10,6\% < 50\%$.

Hal ini menjelaskan bahwa semua nilai pada setiap saluran sudah dikatakan efisien karena lebih kecil dari 50% tetapi adapun nilai yang paling efisien pada pemasaran di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jenepono terdapat pada saluran I yaitu sebesar 2,5 % yang merupakan nilai yang paling kecil dari 50%. Semakin kecil nilai efisiensi maka pemasaran yang dilakukan semakin efisien, begitu juga sebaliknya semakin besar nilai efisiensi maka pemasaran semakin tidak efisien, dengan kriteria untuk dikatakan efisien, apabila nilai efisiensi $< 50\%$ maka pemasaran efisien, jika nilai efisiensi pemasaran $> 50\%$ maka pemasaran tidak efisien, dan jika nilai efisiensi pemasaran $= 50\%$ maka pemasaran tersebut efisien. Jadi dapat disimpulkan hipotesis 3 yang mengatakan "Pemasaran bawang merah di Desa Jenetallasa, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jenepono efisien" maka hipotesis 3 diterima.

