

Analisis Rantai Pasok Komoditi Bawang Merah Di Pasar Bersehati Kota Manado

Shallot Supply Chain Analysis At The Bersehati Market In Manado City

Afifa Nabila ^{(1)(*)}, **Jenny Baroleh** ⁽²⁾, **Grace Adonia Josefina Rumangit** ⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: afifanabila28@gmail.com

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id

: Jumat, 21 Juli 2023

Disetujui diterbitkan

: Jumat, 29 September 2023

ABSTRACT

This study aims to analyze the shallot commodity supply chain at the Bersehati Market in Manado City and to determine the marketing efficiency of the shallot commodity supply chain at the Bersehati Market in Manado City. This research was conducted at the Bersehati Market from January 2023 to March 2023. The sample determination in this study used a purposive sampling method. There were 24 research respondents consisting of 4 wholesalers and 20 retailers. This study uses two types of data, namely primary and secondary data. The data analysis used is quantitative descriptive analysis. The results of the study show that the shallot supply chain at Bersehati Market is based on product flow moving from upstream to downstream starting from farmers, collectors, retailers, wholesalers, retailers and consumers. Financial flows move from downstream to upstream starting from consumers, retailers, wholesalers, collectors and farmers with cash payment systems and bank transfers. The flow of information moves from two directions, information is provided regarding the quality, quantity and price of shallots. The marketing efficiency level of shallots at the Bersehati Market is below 33%. This shows that the shallot supply chain at the Bersehati Market in Manado City has been efficient.

Keywords : supply chain; marketing efficiency; commodity shallot

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai pasok komoditi bawang merah di Pasar Bersehati Kota Manado dan mengetahui efisiensi pemasaran rantai pasok komoditi bawang merah di Pasar Bersehati Kota Manado. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Bersehati dari bulan Januari 2023 sampai Maret 2023. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode secara sengaja (*purposive sampling*). Responden penelitian berjumlah 24 orang yang terdiri dari 4 pedagang besar dan 20 pedagang pengecer. Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai pasok bawang merah di Pasar Bersehati berdasarkan aliran produk bergerak dari hulu ke hilir dimulai dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen. Aliran keuangan bergerak dari hilir ke hulu dimulai dari konsumen, pedagang pengecer, pedagang besar, pedagang pengumpul dan petani dengan sistem pembayaran tunai dan transfer bank. Aliran informasi bergerak dari dua arah, informasi yang diberikan mengenai kualitas, kuantitas dan harga bawang merah. Tingkat efisiensi pemasaran bawang merah di Pasar Bersehati berada pada nilai dibawah 33%. Hal ini menunjukkan bahwa rantai pasok bawang merah di Pasar Bersehati Kota Manado telah efisien.

Kata kunci : rantai pasok; efisiensi pemasaran; komoditi bawang merah

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komoditas hortikultura merupakan komoditas yang banyak dikembangkan di Indonesia sebagai salah satu usaha di bidang pertanian. Komoditas buah-buahan, sayur-sayuran, tanaman hias serta tanaman obat termasuk dalam kelompok komoditas hortikultura (Maysari, 2017). Komoditas hortikultura yang sudah lama dikenal dan dikembangkan oleh masyarakat adalah bawang merah.

Bawang merah (*Allium ascalonicum L.*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang termasuk dalam sayuran rempah, bawang merah digunakan sebagai bumbu pelengkap untuk menambah cita rasa pada makanan dan juga sebagai obat tradisional untuk kesehatan, seperti mengontrol tekanan darah, sembelit, menurunkan kolesterol, mencegah pertumbuhan sel kanker serta menurunkan resiko diabetes dan gangguan hati (Wibowo, 2010). Dengan manfaat yang dimiliki bawang merah, menjadikan komoditas ini sebagai salah satu bahan penting yang digunakan oleh masyarakat Indonesia (Octaviani, 2015).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2021), Produksi bawang merah di Indonesia tahun 2021 mencapai 2 juta ton, naik sebesar 10.42% (189.15 ribu ton) dari tahun 2020. Konsumsi bawang merah oleh sektor rumah tangga tahun 2021 adalah mencapai 790.63 ribu ton, naik sebesar 8.33% (60.81 ribu ton) dari tahun 2020. Sebagian besar konsumsi bawang merah adalah dari sektor rumah tangga yaitu 94.16% dari total konsumsi bawang merah.

Salah satu pasar tradisional di Kota Manado adalah Pasar Bersehati. Pasar Bersehati terletak di Kelurahan Calaca menjual berbagai macam komoditi termasuk bawang merah. Lokasi yang berada di pusat kota dan dekat dengan pelabuhan Manado membuat banyak pengunjung berbelanja di Pasar Bersehati baik itu untuk kebutuhan rumah tangga maupun untuk usaha industri makanan. Bawang merah yang dijual di Pasar Bersehati berasal dari daerah Bima, Enrekang, Kotamobagu, Minahasa dan Surabaya.

Pengaturan sistem rantai pasok komoditi bawang merah di Pasar Bersehati melibatkan banyak anggota rantai pasok, sehingga menyebabkan selisih harga yang cukup jauh dari petani ke konsumen. Hal ini terjadi karena biaya

distribusi bawang merah yang dikeluarkan menjadi lebih banyak, seperti biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya pengemasan dan biaya-biaya lainnya yang mempengaruhi harga bawang merah. Harga komoditi bawang merah mengalami fluktuasi setiap bulannya tergantung dari kondisi pasar. Apabila bawang merah mengalami musim panen maka harga bawang merah turun, sebaliknya harga bawang merah naik apabila bukan di musim panen.

Wuwung (2013) mengatakan rantai pasok adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyalurkan barang sampai kepada konsumen dengan melalui aktivitas penyaluran barang, pengolahan barang, transportasi, informasi serta komunikasi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi permasalahan adalah bagaimana kondisi rantai pasok bawang merah di Pasar Bersehati dan berapa efisiensi pemasaran pada bawang merah di Pasar Bersehati.

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis rantai pasok bawang merah di Pasar Bersehati.
2. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada bawang merah di Pasar Bersehati.

Manfaat Penelitian

1. Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai penelitian rantai pasok bawang merah.
2. Sebagai bahan informasi dan referensi untuk pembaca mengenai penelitian tentang rantai pasok bawang merah.
3. Sebagai bahan informasi bagi pedagang untuk mengetahui rantai pasok bawang merah.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2023 sampai Maret 2023 di Pasar Bersehati dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu pasar tradisional terbesar di Kota Manado.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer dan data

sekunder. Data primer diperoleh dari pengamatan secara langsung dan wawancara dengan pedagang di Pasar Bersehati dengan cara memberikan kuesioner. Data sekunder diperoleh dari jurnal, skripsi, Badan Pusat Statistik (BPS) dan data pendukung lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* (secara sengaja) yaitu dengan memilih pedagang pengecer yang menjual bawang merah di Pasar Bersehati, kemudian menelusuri informasi komoditi bawang merah dari pedagang besar di Pasar Bersehati. Populasi pedagang pengecer yang menjual bawang merah di Pasar Bersehati adalah 147 orang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan perhitungan Slovin. Sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 24 orang dengan 20 pedagang pengecer dan 4 pedagang besar.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Karakteristik Responden
 - a. Umur (tahun)
 - b. Jenis kelamin (Laki-laki/Perempuan)
 - c. Tingkat pendidikan (SD, SMP, SMA, Perguruan Tinggi)
 - d. Pengalaman berusaha (tahun)
2. Pedagang Besar
 - a. Jumlah adalah banyaknya bawang merah yang di beli di tingkat pedagang pengumpul bawang merah (Kg)
 - b. Harga beli di tingkat pedagang pengumpul (Rp/Kg)
 - c. Harga jual di tingkat pedagang besar (Rp/Kg)
 - d. Biaya adalah besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar (Rp)
3. Pedagang Pengecer
 - a. Jumlah adalah banyaknya bawang merah yang di beli di tingkat pedagang besar bawang merah (Kg)
 - b. Harga beli di tingkat pedagang besar (Rp/Kg)

- c. Harga jual di tingkat pedagang pengecer (Rp/Kg)
 - d. Biaya adalah besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer (Rp)
4. Biaya bongkar muat
 - a. Harga beli di tingkat konsumen (Rp/Kg)
 5. Rantai pasok adalah kegiatan penyaluran barang yang meliputi aliran barang, aliran keuangan dan aliran informasi bawang merah.
 6. Efisiensi pemasaran dari masing-masing rantai pasok dihitung menggunakan margin pemasaran.

Metode Analisa Data

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan kondisi yang terjadi dalam rantai pasok bawang merah dengan pendekatan tiga aliran antara lain aliran barang, aliran uang dan aliran informasi. Metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui keefisienan rantai pasok bawang merah dengan menggunakan analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin pemasaran dan efisiensi pemasaran adalah:

1. Margin Pemasaran

Untuk melakukan analisis margin pemasaran dapat dihitung dengan rumus Sudiyono (2002):

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat pengecer

Pf = Harga di tingkat produsen

2. Efisiensi Pemasaran

Total biaya pemasaran produk dengan total produksi produk yang dijual dihitung dengan rumus:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya (Rp)

TNP = Total Nilai Produk (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Wilayah Penelitian

Pasar tradisional Bersehati Manado adalah pasar tradisional yang sudah berdiri sejak tahun 1973 yang terletak Kelurahan Calaca, Kecamatan Wenang, Kota Manado. Secara geografis letak Kota Manado berada pada 1° 30' – 1 [B1]° 40' Lintang Utara dan 124° 40' – 126 [B2]° 50' Bujur Timur. Pasar Bersehati merupakan pasar yang terbesar di Kota Manado, dimana pasar tradisional ini beroperasi 24 jam tanpa henti dan beraktivitas setiap hari tanpa libur. Pasar Bersehati mempunyai tempat yang sangat luas dengan ratusan penjual yang menjual beraneka ragam kebutuhan bahan pokok. Pasar Bersehati mempunyai fasilitas bongkar muat yang memadai sehingga menjadi pusat pendistribusian komoditas hasil pertanian dari daerah kabupaten dan Kota di Sulawesi Utara serta nasional. Adapun batas-batas dari Kecamatan Wenang yaitu:

- Sebelah Utara: Sungai Jengki dan Kecamatan Singkil
- Sebelah Timur: Kecamatan Tikala
- Sebelah Selatan: Kecamatan Sario dan Kecamatan Wanea
- Sebelah Barat: Teluk Manado

Karakteristik Responden

Umur Responden

Berikut ini adalah uraian karakteristik pedagang pengecer dan pedagang besar berdasarkan umur responden.

Tabel 1. Karakteristik Umur Responden Pedagang Pengecer dan Pedagang Besar

No.	Umur (Tahun)	Pedagang Pengecer		Pedagang Besar	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	30-39	5	25	1	25
2.	40-49	12	60	3	75
3.	50-59	2	10	0	0
4.	60-69	1	5	0	0
Jumlah		20	100	4	100

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan umur pedagang pengecer dan pedagang pengumpul. Umur responden pedagang pengecer yang berusia umur 30-39 tahun berjumlah 5 orang dengan persentase 25%, umur 40-49 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase 60 persen, umur 50-59 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 5% dan umur 60-69 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 10%. Umur responden pedagang besar

yang berusia 30-39 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 25% dan umur 40-49 tahun berjumlah 3 orang dengan persentase 75%. Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa pedagang pengecer dan pedagang besar di Pasar Bersehati masih termasuk umur produktif untuk bekerja.

Jenis Kelamin

Berikut ini adalah uraian karakteristik pedagang pengecer dan pedagang besar berdasarkan jenis kelamin responden.

Tabel 2. Karakteristik Jenis Kelamin Pedagang Pengecer dan Pedagang Besar

No.	Jenis Kelamin	Pedagang Pengecer		Pedagang Besar	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	30-39	Laki-laki	10	50	3
2.	40-49	Perempuan	10	50	1
Jumlah		20	100	4	100

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan jenis kelamin responden pedagang pengecer dan pedagang besar. Jumlah responden pedagang pengecer laki-laki dan perempuan berjumlah 20 orang. Jenis kelamin laki-laki berjumlah 10 orang dengan persentase 50% dan jenis kelamin perempuan berjumlah 10 orang dengan persentase 50%. Jenis kelamin pedagang besar laki-laki dan perempuan berjumlah 4 orang. Jenis kelamin laki-laki berjumlah 3 orang dengan persentase 75% dan perempuan berjumlah 1 orang dengan persentase 25%.

Tingkat Pendidikan

Berikut ini adalah uraian karakteristik pedagang pengecer dan pedagang besar berdasarkan tingkat pendidikan responden.

Tabel 3. Karakteristik Tingkat Pendidikan Pedagang Pengecer dan Pedagang Besar

No.	Tingkat Pendidikan	Pedagang Pengecer		Pedagang Besar	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	9	45	0	0
2.	SMP	5	25	0	0
3.	SMA	6	30	3	75
4.	S1	0	0	1	25
Jumlah		20	100	4	100

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan pedagang pengecer dan pedagang besar. Tingkat pendidikan pedagang pengecer yaitu SD 9 orang dengan persentase 45%, SMP 5 orang dengan persentase 25% dan SMA 6 orang dengan persentase 6 dengan persentase 30%. Tingkat pendidikan pedagang

besar yaitu SMA 3 orang dengan persentase 75% dan S1 1 orang dengan persentase 25%.

Pengalaman Berdagang

Tabel 4. Karakteristik Lama Berdagang Pedagang Pengecer dan Pedagang Besar

No.	Lama Berdagang	Pedagang Pengecer		Pedagang Besar	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1-9	6	30	2	50
2.	10-19	5	25	2	50
3.	20-29	6	30	0	0
4.	30-40	3	15	0	0
Jumlah		20	100	4	100

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa pengalaman berdagang responden pedagang pengecer dan pedagang besar. Pengalaman berdagang pedagang pengecer antara 1-9 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase 30%, 10- 19 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase 25%, 20-29 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase 30% dan 30-40 tahun berjumlah 3 orang dengan persentase 15%. Pengalaman berdagang pedagang besar antara 1-9 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 50% dan 10-19 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 50%.

Mekanisme Rantai Pasok Bawang Merah

Anggota Rantai Pasok Bawang Merah

Berdasarkan hasil penelitian, anggota rantai pasok yang terlibat dalam proses distribusi bawang merah yaitu:

1. Petani

Petani adalah produsen atau pelaku pertama dalam rantai pasok komoditi bawang merah. Petani memiliki peran sebagai produsen yang membudidaya atau memproduksi bawang merah untuk dijual kepada pedagang.

2. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan pelaku kedua dalam rantai pasok komoditi bawang merah. Pedagang pengumpul berperan sebagai pihak perantara antara petani dan pedagang besar untuk menjual komoditi bawang merah ke pedagang besar di Pasar Bersehati. Pedagang pengumpul mengumpulkan dan membeli hasil produksi bawang merah dari petani kemudian menjual kembali dengan cara memberikan informasi kualitas dan kuantitas dari komoditi bawang merah kepada pedagang besar melalui telepon seluler.

3. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah pedagang yang membeli bawang merah dari pedagang pengumpul. Biasanya pedagang membeli bawang merah dalam jumlah yang besar yakni berkisar antara 6 sampai 9 ton dalam satu kali transaksi. Selanjutnya pedagang besar menjual komoditi bawang merah kepada pedagang pengecer di Pasar Bersehati. Dalam penelitian ini pedagang besar bawang merah di Pasar Bersehati berjumlah 4 orang.

4. Pedagang Pengecer

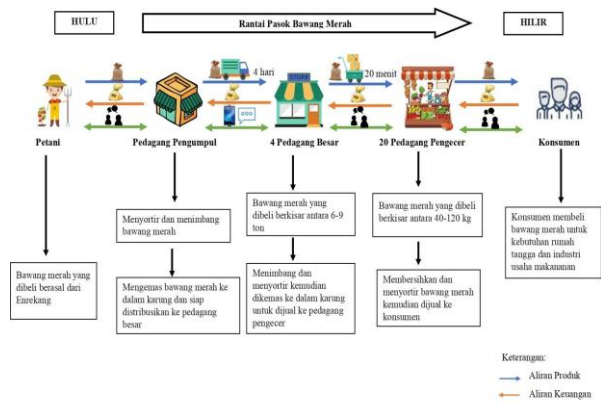
Pedagang pengecer adalah pedagang terakhir dalam rantai pasok komoditi bawang merah. Pedagang pengecer berhubungan langsung dengan konsumen di Pasar Bersehati. Pedagang pengecer membeli bawang merah dari pedagang besar biasanya hanya dalam jumlah yang sedikit berkisar antara 40-120 kg. Dalam penelitian ini pedagang pengecer bawang merah di Pasar Bersehati berjumlah 20 orang.

5. Konsumen

Konsumen merupakan pelaku terakhir dalam rantai pasok komoditi bawang merah. Konsumen yang membeli bawang merah biasanya adalah masyarakat kebutuhan rumah tangga.

Aliran Rantai Pasok Bawang Merah

Berikut ini adalah proses rantai pasok bawang merah di Pasar Bersehati Kota Manado:



Gambar 1. Rantai Pasok Bawang Merah di Pasar Bersehati Kota Manado

1. Aliran Produk

Aliran produk pada saluran ini bergerak dari arah hulu ke hilir. Aliran produk bawang

merah di Pasar Bersehati dimulai dari pasokan bawang merah berasal dari Enrekang (Sulawesi Selatan), Bima (Nusa Tenggara Barat), Surabaya (Jawa Timur), Kotamobagu dan Minahasa (Sulawesi Utara). Daerah sentra Bawang merah yang dibeli tergantung dari ketersediaan pasokan bawang merah yang beli oleh pedagang. Pedagang besar biasanya membeli bawang merah dari daerah Enrekang dan Bima. Hal ini terjadi karena bawang merah yang berasal dari Sulawesi Utara kebanyakan sudah dipasarkan ke daerah yang lebih dekat dengan daerah asal bawang merah yaitu Minahasa dan Kotamobagu.

Pedagang besar membeli bawang merah dari pedagang pengumpul yang berada di Enrekang melalui telepon seluler melalui WhatsApp chat maupun telepon. Pedagang besar membeli bawang merah berkisar antara 6-9ton dalam satu kali transaksi. Pedagang pengumpul akan memberikan informasi mengenai kualitas barang dan harga komoditi bawang merah dengan mendatangi secara langsung petani daerah asal pasokan bawang merah ke pedagang besar. Pedagang besar akan membeli sesuai dengan kesepakatan bersama mengenai kualitas maupun kuantitas dari komoditi bawang merah. Kemudian pedagang pengumpul akan menyortir, menimbang dan mengemas bawang merah ke dalam karung untuk distribusikan ke pedagang besar di Pasar Bersehati.

Transportasi yang digunakan untuk mengangkut bawang merah adalah menggunakan kendaraan truk yang ditempuh selama 4 hari. Bawang merah yang sudah sampai di toko pedagang besar, kemudian akan ditimbang dan disortir oleh pedagang besar untuk dijual ke pedagang pengecer.

Pedagang pengecer membeli bawang merah berkisar antara 40-120 kg. Pedagang pengecer tidak membeli bawang merah setiap hari, biasanya pedagang pengecer membeli tergantung dari kondisi pasar. Pedagang pengecer tidak selalu membeli bawang merah dari pedagang besar yang sama setiap harinya. Pedagang pengecer membeli bawang merah dengan mendatangi secara langsung pedagang besar untuk melihat kualitas bawang merah dan harga. Transportasi yang digunakan untuk mengantarkan lapak tempat usaha pedagang

pengecer bawang merah adalah gerobak ataupun kendaraan pribadi seperti motor untuk mengangkut bawang merah.

Pedagang pengecer biasanya membeli bawang merah dalam keadaan belum dibersihkan. Pedagang pengecer ada yang membersihkan sendiri ataupun menggunakan tenaga kerja untuk membersihkan bawang merah. Pedagang pengecer akan membersihkan dan menyortir bawang merah dan kemudian ditimbang kemudian dijual kepada konsumen. Pedagang pengecer biasanya mendapatkan 35-38 kg dalam satu karung. Selanjutnya bawang merah akan dipasarkan ke konsumen akhir.

2. Aliran Keuangan

Aliran keuangan yang terjadi dalam saluran ini bergerak dari hilir ke hulu. Pada aliran keuangan komoditi bawang merah sistem pembayaran dilakukan dengan dua cara yaitu tunai dan transfer bank.

Proses pembayaran dari konsumen ke pedagang pengecer dilakukan secara tunai dengan harga Rp40.000/kg. Pedagang pengecer membeli bawang merah ke pedagang besar dengan harga Rp32.000/kg secara tunai dengan membayar langsung atau dengan cara panjar bayar setengah. Sedangkan dari pedagang besar membeli bawang merah ke pengumpul dengan harga Rp29.000-30.500/kg. Sistem pembayaran dilakukan panjar bayar setengah melalui transfer bank dengan jeda waktu yang sudah disepakati bersama. Proses pembayaran dari pelaku rantai mulai dari konsumen, hingga ke petani dilakukan apabila harga sudah disepakati bersama dan komoditi bawang merah siap untuk diangkut.

3. Aliran Informasi

Aliran informasi mengalir dari dua arah, yaitu dari hulu ke hilir dan hilir ke hulu. Aliran informasi pada rantai pasok bawang merah meliputi informasi kualitas, ketersediaan pasokan, informasi harga pasar dan informasi waktu komoditi bawang merah. Aliran informasi dilakukan melalui dua cara yaitu dengan menggunakan media telepon seluler melalui telepon dan Whatsapp chat.

Pertama dari hulu ke hilir, pedagang pengumpul memberikan informasi mengenai kualitas serta harga komoditi bawang merah

serta ketersediaan pasokan dari daerah asal pasokan bawang merah melalui telepon seluler ke pedagang besar di Pasar Bersehati. Kedua dari hilir ke hulu, pedagang pengecer mencari informasi dengan cara mendatangi secara langsung pedagang besar untuk mengecek kualitas, jumlah ketersediaan pasokan dan perkembangan harga pasar.

Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pasok Bawang Merah

Margin Pemasaran

Margin pemasaran komoditi bawang merah merupakan selisih harga jual dan harga beli yang terjadi di Pasar Bersehati Kota Manado. Pada Tabel 5 menunjukkan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar dan pedagang pengecer bawang merah di Pasar Bersehati meliputi biaya transportasi, tenaga kerja, sortasi, pengemasan, bongkar muat, dan retribusi.

Tabel 5. Biaya, Margin dan Efisiensi Bawang Merah

No.	Komponen Biaya	Harga (Rp/Kg)	Marjin Pemasaran (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1.	Pedagang Pengumpul			
	Harga Jual	29.875		
2.	Pedagang Besar		2.125	4,02
	Harga Beli	29.875		
	Biaya Transportasi	1.500		
	Biaya Tenaga Kerja	57.03		
	Biaya Bongkar Muat	52.04		
	Sewa Tempat	19.94		
	Retribusi	0.21		
	Total Biaya Pemasaran	1.629.24		
	Harga Jual	32.000		
3.	Pedagang Pengecer		8.000	8.26
	Harga Beli	32.000		
	Biaya Transportasi	281.95		
	Biaya Sortasi	1.900		
	Biaya Pengemasan	442.45		
	Biaya Retribusi	682.87		
	Total Biaya Pemasaran	3.307.27		
	Harga Jual	40.000		
4.	Konsumen			
	Harga Beli	40.000		

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa harga jual bawang merah pada tingkat pedagang pengumpul adalah Rp29.875/kg. Pedagang besar menjual bawang merah ke pedagang pengecer dengan harga Rp32.000/kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang besar adalah Rp1.629.24/kg. biaya yang dikeluarkan antara lain biaya transportasi Rp1.500/kg, biaya tenaga kerja

Rp57.03/kg, biaya bongkar muat Rp52.04/kg, biaya sewa tempat Rp19.94/kg dan biaya retribusi Rp0.21/kg. Pedagang pengecer menjual bawang merah ke konsumen dengan harga Rp40.000/kg. biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer mencakup biaya transportasi Rp281.95/kg, biaya sortasi Rp1.900/kg, biaya pengemasan Rp442.45 dan biaya retribusi Rp682,87/kg. total biaya yang dikeluarkan adalah Rp3.307.27/kg. Margin pemasaran bawang merah yang didapatkan adalah sebesar Rp10.125/kg antara pedagang pengumpul dan konsumen.

Efisiensi Pemasaran

Adapun nilai efisiensi di tingkat pedagang besar yaitu:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

$$EP = \frac{1.629.241898}{40.000} \times 100\%$$

$$= 4.07\%$$

Nilai efisiensi di tingkat pedagang pengecer yaitu:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

$$EP = \frac{3.307.278423}{40.000} \times 100\%$$

$$= 8.26\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan efisiensi pemasaran tersebut, maka nilai efisiensi pemasaran pada tingkat pedagang besar adalah 8.26%. Sedangkan nilai efisiensi pemasaran pada tingkat pedagang pengecer adalah 4.07%. Berdasarkan perhitungan nilai efisiensi pemasaran pada tingkat pedagang besar dan pedagang pengecer dapat dikatakan efisien. Hal ini karena nilai efisiensi lebih kecil dari 33%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian pada rantai pasok bawang merah di Pasar Bersehati Kota Manado maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Rantai pasok bawang merah di Pasar Bersehati berdasarkan aliran produk bergerak dari hulu ke hilir dimulai dari petani, pedagang pengumpul, pedagang besar,

pedagang pengecer dan konsumen. Aliran keuangan bergerak dari hilir ke hulu dimulai dari konsumen, pedagang pengecer, pedagang besar, pedagang pengumpul dan petani dengan menggunakan pembayaran secara tunai dan transfer bank. Aliran informasi bergerak dari dua arah, informasi yang diberikan mengenai kualitas, kuantitas dan harga bawang merah.

2. Tingkat efisiensi pemasaran bawang merah di Pasar Bersehati berada pada nilai dibawah 33%. Hal ini menunjukkan bahwa rantai pasok bawang merah di Pasar Bersehati Kota Manado telah efisien.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat disarankan bahwa dengan adanya gambaran rantai pasok komoditi bawang merah di Pasar Bersehati diharapkan pedagang dapat lebih memperhatikan informasi harga dan persediaan pasokan bawang merah di Pasar Bersehati agar sesuai dengan kebutuhan konsumen dan tidak terjadi penurunan harga jual dikarenakan sepinya konsumen di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2021. Distribusi Komoditas Bawang Merah Indonesia Tahun 2021. Indonesia: BPS RI/BPS-Statistics Indonesia.
- Maysari, R., Z. Sjamsir., & Nurhapsa. 2017. *Pola Distribusi Dan Margin Pemasaran Bawang Merah Di Kota Parepare*. Galung Tropika.
- Octaviana, P.L. 2015. *Analisis Komparasi Usahatani Bawang Merah Dengan Sistem Tunda Jual dan Non Tunda Jual*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang
- Wibowo. 2010. *Budidaya Bawang Putih, Bawang Merah, Bawang Bombay*. Penebar Swadaya. Jakarta.

Wuwung, S.C. 2013. Manajemen Rantai Pasokan Produk Cengkeh Pada Desa Wawona Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA*. 1(3): 230-238.