

KOMPARASI EFISIENSI PEMASARAN SAYUR-SAYURAN DI DAERAH DATARAN TINGGI DAN DATARAN RENDAH

(*Comparison of Vegetables Marketing Efficiency in Highland and Lowland Area*)

Ikramatul Fitria¹, Akhmad Baihaqi¹, Suyanti Kasimin^{1*}

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

Abstrak - Cabai dan bawang merah merupakan salah satu jenis komoditas andalan untuk bahan pangan jenis hortikultura, peningkatan produksi kedua komoditas ini terus meningkat. Aktivitas pemasaran sangat penting agar komoditi hasil petani dapat sampai ke tangan konsumen. Penelitian ini bertujuan mengetahui perbandingan efisiensi pemasaran dan kendala-kendala dalam pemasaran sayur-sayuran (cabai dan bawang merah) di daerah dataran tinggi (Kabupaten Bener Meriah) dan dataran rendah (Kabupaten Aceh Besar). Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar dengan metode pengambilan sampel petani yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified random sampling* dan *Snowball sampling* untuk pedagang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis margin pemasaran, efisiensi pemasaran, menghitung *farmer's share* dan analisis deskriptif untuk mengetahui saluran pemasaran dan kendala-kendala dalam pemasaran. Hasil penelitian diketahui bahwa terdapat dua saluran pemasaran cabai dan bawang merah dan hasil analisis efisiensi pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran pada cabai dan bawang merah di Kabupaten Aceh Besar dibuktikan dengan nilai efisiensi yaitu 2,35%, serta kurangnya pasokan produk dari petani lokal dan berfluktuasinya harga menjadi kendala didalam pemasaran cabai dan bawang merah. Dapat diambil kesimpulan diketahui bahwa kedua jenis saluran pemasaran yang terbentuk sudah efisien.

Kata Kunci : Cabai, Bawang Merah, Efisiensi Pemasaran.

Abstract - Chili and onion are one of the mainstay commodity types for horticultural food, The increasing of both of these commodities is constantly ceaseless. Marketing activity is absolutely crucial in order to deliver those harvested commodities to the consumers. This study aims to compare the marketing efficiency with its obstacles in vegetables (chilli and onion) marketing process in the highlands (Bener Meriah) and lowland (Aceh Besar). The research was carried out in Bukit, Bener Meriah and Darussalam, Aceh Besar. The researcher applied stratified random sampling to pick the samples from farmers and snowball sampling for the traders. The method analysis that has been used in this research is marketing margin analysis, efficiency marketing, farmer's share counting and descriptive analysis to investigate the marketing channels and the obstacles in the marketing. The results of the study revealed that there are two marketing channels chili and onions. and through efficiency analysis it can be understood that the most efficient marketing is a chilli marketing channel in Aceh Besar which was proven with a value 2.35%, a lack of supply from local farmers, and the price fluctuation has been becoming the obstacles in marketing both chili and onions. It can be concluded that both of the formed marketing channel types are efficient.

Keywords: Chili, Onion, Marketing Efficiency.

PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu usahatani sangat ditentukan oleh keberhasilan pemasaran dari produk yang telah dihasilkannya. Meskipun tidak dapat berproduksi secara optimal, namun usaha tersebut tidak akan mampu meningkatkan pendapatan petani apabila tidak didukung dan dihubungkan dengan situasi pasar (Soetiarso dan Ameriana 1995; Dinas Pertanian Rakyat Provinsi daerah Tingkat I Jawa Timur, 1975). Situasi ini sangat menentukan bagi efisiensi pemasaran suatu komoditas, termasuk bawang merah dan cabai. Pada prinsipnya pemasaran termasuk salah satu kegiatan perekonomian yang membantu dalam penciptaan nilai ekonomi, sedangkan nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu. Selain itu, pemasaran juga merupakan sebuah faktor penting dalam siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pemasaran harus dapat menafsirkan kebutuhan-kebutuhan konsumen dan mengkombinasikannya dengan data pasar seperti lokasi konsumen, jumlah konsumen dan kesukaan (preferensi) mereka (Swastha dan Irawan, 1983; Ameriana 1995a dan 1995b).

Keterlibatan lembaga tataniaga tersebut dapat pula menyebabkan tingginya biaya tataniaga yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap harga eceran (harga konsumen) dan harga pada tingkat petani (produsen) (Soetiarso, 1997). Oleh karena itu, hal penting yang harus diperhatikan dalam tataniaga adalah agar masing-masing pihak yang terlibat benar-benar menjalankan fungsinya dan menerima imbalan yang adil (Mubyarto 1979). Seringkali pula dikatakan bahwa tataniaga hasil pertanian di Indonesia merupakan bagian yang paling lemah dalam mata rantai perekonomian atau dalam aliran barang-barang. Dengan kata lain bahwa efisiensi di bidang ini masih rendah. Faktor lain yang dapat mempengaruhi efisiensi pemasaran suatu komoditas adalah faktor kualitas.

Kabupaten Bener Meriah merupakan salah satu kabupaten yang terdapat di Provinsi Aceh yang mempunyai potensi dalam pengembangan usahatani cabai dan bawang merah, hal ini sejalan dengan kondisi daerah yang dimiliki oleh Kabupaten Bener Meriah yaitu kondisi iklim yang dingin dan memiliki tekstur tanah yang gembur sehingga kualitas produksi cabai dan bawang merah yang dihasilkan cukup bagus selain itu jenis tanaman hortikultura ini merupakan salah satu produk pertanian yang menjanjikan, hal inilah yang menyebabkan banyak masyarakat tani di Kabupaten Bener Meriah bercocok tanam atau berusahatani cabai dan bawang merah selain bercocok tanam kentang. Kondisi ini dapat memberikan harapan yang lebih baik untuk meningkatkan produksi dan pendapatan pemasaran dalam sistem agribisnis yang diinginkan. Akan tetapi banyak hal yang berbeda antara teori dan praktek, hal inilah yang banyak menjadi kendala dalam mengembangkan usahatani cabai dan bawang merah.

Daerah dataran rendah Kabupaten Aceh Besar merupakan salah satu kawasan yang masyarakatnya masih hidup dari sektor pertanian. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Aceh Besar tahun 2010 untuk sektor pertanian sebesar Rp 647.651,61 (25,69%) dan tahun 2011 sebesar Rp 666.659,02 (25,10%). Besarnya nilai PDRB yang dihasilkan dari sektor pertanian Aceh Besar ternyata sebagian besar disumbangkan oleh sub sektor tanaman pangan sebanyak Rp 399.237,40 (61,64%) pada tahun 2010 dan sebesar Rp 416.768,28 (62,52%) pada tahun 2011, sedangkan sisanya merupakan sumbangan dari sub sektor tanaman perkebunan, peternakan, kehutanan dan perikanan (BPS, 2012).

Produksi tanaman hortikultura di Aceh pada tahun 2013 mencakup dari berbagai daerah baik itu dataran rendah maupun dataran tinggi mencapai 2.225.441 kuintal. Produksi cabai besar memberikan kontribusi paling tinggi yaitu sebesar 19,06 % dari total produksi tanaman sayuran, kemudian disusul cabe rawit dan tomat masing-masing sebesar 16,49 % dan 15,65 % (BPS, 2013).

Dapat dilihat dari luas tanam, luas panen dan produksi cabai di Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Aceh Besar dari tahun 2009 sampai tahun 2013, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

Tabel 1. Luas Tanam, Luas Panen dan Produksi Cabai di Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Aceh Besar Tahun 2009-2013.

Tahun	Luas Tanam (Ha)		Luas Panen (Ha)		Produksi (Ton)	
	Bener meriah	Aceh Besar	Bener meriah	Aceh Besar	Bener meriah	Aceh Besar
2009	505	450	439	405	2.142	1.899
2010	874	410	630	298	3.123	1.515
2011	584	501	943	386	9.055	2.030
2012	1084	523	998	449	8.972	2.254
2013	410	495	490	405	6.954	1.891

Sumber : Badan Statistik Provinsi Aceh , 2014.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat prospek pengembangan usahatani cabai di Kabupaten Bener Meriah dari tahun 2009-2011 mengalami peningkatan produksi dengan jumlah peningkatan produksi masing-masing sebesar 981 ton dan 5.933 ton sedangkan di Kabupaten Aceh Besar mengalami fluktuasi produksi dan angka produksi lebih kecil dibandingkan dengan hasil produksi cabai di Kabupaten Bener meriah karena luas lahan yang ditanam lebih luas di Kabupaten Bener Meriah. Sedangkan pada tahun 2012 dan tahun 2013 mengalami penurunan produksi cabai di Kabupaten Bener Meriah.

Selain cabai, bawang merah juga termasuk jenis tanaman hortikultura yang prospektif dikembangkan di Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Aceh Besar untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Produksi Bawang Merah di Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Aceh Besar Tahun 2009-2013.

No	Kabupaten	Tahun				
		2009	2010	2011	2012	2013
1	Bener Meriah	2.229 ton	1.361 ton	1.347 ton	1.565 ton	996 ton
2	Aceh Besar	2.001 ton	867 ton	976 ton	1103 ton	687 ton

Sumber : Badan Statistik Provinsi Aceh , 2013.

Tabel 2 menunjukkan produksi bawang merah di Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Aceh Besar dimana produksi tertinggi pada tahun 2009 dengan total produksi sebesar 2.229 ton dan 2.001 ton dengan selisih sebesar 228 ton. Produksi terendah pada tahun 2013 dengan total produksi sebesar 996 ton dan 687 ton.

Kedua daerah tersebut, hasil pertanian utama yang diusahakan oleh masyarakat tani adalah tanaman hortikultura baik itu tanaman palawija, sayuran-sayuran, dan lain-lain. Walaupun demikian dalam upaya peningkatan pendapatan usahatani, kendala lain yang masih tetap dihadapi oleh petani antara lain : tingkat kestabilan harga, keterbatasan modal, luas garapan serta hal lainnya yang belum bisa dicapai oleh petani. Untuk mengetahui manakah yang lebih efisien pemasaran sayur-sayuran (cabai dan bawang merah) di Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Aceh Besar dan kendala-kendala dalam pemasaran sayur-sayuran (cabai dan bawang merah) di Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Aceh Besar.

METODE PENELITIAN

Metode pengambilan sampel petani yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified random sampling* karena luas lahan garapan petani yang heterogen dan pengambilan responden lembaga pemasaran ditentukan dengan metode bola salju (*snowball sampling*). *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2001). Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data dalam bentuk kuantitatif, diolah di lapangan dan analisis data dilakukan bersama-sama dengan kegiatan pengumpulan data.

Metode analisis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode sebagai berikut :

Analisis Margin Pemasaran

Untuk menghitung jumlah margin pemasaran, digunakan rumus sebagai berikut :

$$M = Hp - Hb \dots\dots\dots (Hanafiah dan Saefuddin, 1986)$$

Dimana :

M = Margin Pemasaran

Hb = Harga Pembelian

Hp = Harga Penjualan

Analisis Efisiensi Pemasaran

Menurut soekartawi (2002) untuk menghitung efisiensi pemasaran disetiap lembaga pemasaran yang terlibat dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Eps = \frac{Bp}{HE} \times 100\% \dots\dots\dots (Soekartawi, 2002)$$

Keterangan :

Ep = Efisiensi Pemasaran

Bp = Biaya Pemasaran

HE = Harga Eceran

Dengan kaedah keputusan :

1. $Ep < 50\%$: efisien
2. $Ep > 50\%$: tidak efisien

Analisis Bagian Harga Yang di Terima Oleh Petani (Farmer's share)

Untuk menghitung bagian harga yang diterima petani bisa dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$FS = Pf / Pr \times 100\% \dots\dots\dots (Gultom, 1996)$$

Keterangan :

FS = *Farmer's share*

Pf = Harga ditingkat petani

Pr = Harga ditingkat lembaga pemasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik yang diambil dari petani dan pedagang cabai dan bawang merah dalam penelitian ini meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman dan jumlah tanggungan keluarga yang dimiliki petani dan pedagang cabai dan bawang merah. Karakteristik responden merupakan gambaran tentang kondisi responden yang diteliti. Beberapa karakteristik

berpengaruh terhadap kemampuan petani dan pedagang dalam berfikir dan mengambil keputusan sehubungan dengan usahatani dan kegiatan pemasaran cabai dan bawang merah agar dapat meningkatkan pendapatan keluarga.

Berikut karakteristik petani dan pedagang cabai dan bawang merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar dapat dilihat pada Tabel 3 :

Tabel 3. Karakteristik Petani dan Pedagang Cabai dan Bawang Merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar

No	Karakteristik Petani	Bener Meriah		Aceh Besar	
		Petani Cabai	Petani Bawang Merah	Petani Cabai	Petani Bawang Merah
1.	Umur (Tahun)	46	47	48	45
	Tingkat Pendidikan (Tahun)	13	11	9	9
	Pengalaman (Tahun)	12	12	12	12
	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)	4	4	4	4
	Rata-rata luas lahan (Ha)	0,49	0,37	0,38	0,29
Karakteristik Pedagang		Pedagang Cabai	Pedagang Bawang Merah	Pedagang Cabai	Pedagang Bawang Merah
2.	Umur (Tahun)	45	47	46	46
	Tingkat Pendidikan (Tahun)	11	12	11	12
	Pengalaman (Tahun)	8	9	9	10
	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)	4	5	4	3
	Volume Dagang (kg)				
	a. Pedagang Pengumpul Kecamatan	4.000	5.000	4.000	5.000
	b. Pedagang Besar Antar Kota	1.500	2.500	1.500	2.500
c. Pedagang Pengecer	12	30	12	30	

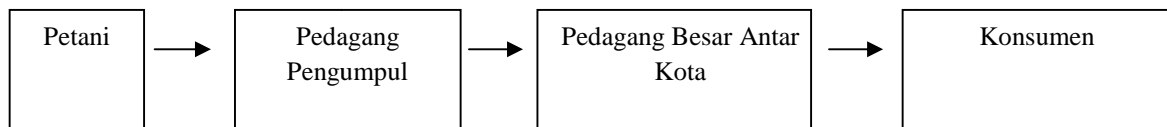
Sumber : Data Primer (Diolah), 2016

Dapat dilihat pada Tabel 3 bahwa petani dan pedagang cabai maupun bawang merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar rata-rata berumur diatas 45 tahun, artinya pada umur tersebut petani dan pedagang sudah mempunyai kemampuan dalam berfikir dan mengambil keputusan agar kegiatan usahataniya dapat memberikan keuntungan dan pedagang masih produktif dalam bekerja. Tingkat pendidikan petani dan pedagang rata-rata 9 sampai 13 tahun, artinya mereka berpendidikan setingkat SLTP dan SMA. Rata-rata pengalaman petani dan pedagang sudah 12 tahun, dinilai sudah cukup berpengalaman dan rata-rata jumlah tanggungan keluarga sebanyak 4 jiwa.

Saluran Pemasaran Cabai dan Bawang Merah di Daerah Penelitian

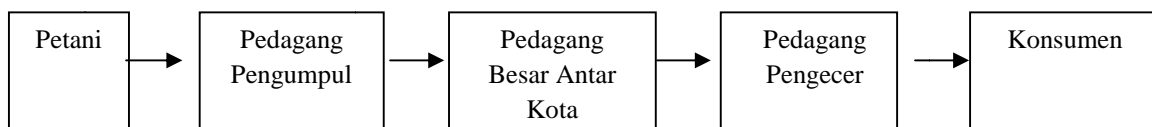
Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan terdapat dua jenis saluran pemasaran baik cabai maupun bawang merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar. Untuk lebih jelasnya akan dibahas satu per satu dalam uraian dibawah ini :

Saluran pemasaran yang pertama terdiri dari dua mata rantai pemasaran, yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.



Gambar 1. Bagan saluran pemasaran I pada komoditi cabai dan bawang merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar (Tahun 2016)

Pemasaran cabai dan bawang merah pada saluran I, petani membawa langsung hasil panennya ke pasar terdekat dari lahan petani dan kemudian disana dijual kepada pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul menjual cabai dan bawang merah yang dibeli dari petani kepada pedagang Besar, dan kebanyakan pedagang besar yang membeli cabai dan bawang merah itu adalah pedagang yang berjualan di di tingkat provinsi, para pedagang pengumpul tidak perlu membawa barang dagangannya keluar dari pasar karena transaksi jual beli juga berlangsung di pasar yang sama. Pedagang besar lalu membawa cabai dan bawang merah yang dibeli di pasar kabupaten dan dibawa ke provinsi dan kemudian dipasarkan hingga sampai ke tangan konsumen. Saluran pemasaran kedua hanya terdiri dari tiga rantai pemasaran yaitu pedagang pengumpul Kecamatan dan pedagang pengecer Kecamatan.



Gambar 2. Bagan saluran pemasaran II pada komoditi cabai dan bawang merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar (Tahun, 2016)

Saluran pemasaran yang kedua, hasil panen petani di pasarkan langsung ke pasar terdekat dan di sana hasil panen para petani ditampung langsung oleh pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul akan menjual lagi barang dagangannya kepada para pedagang pengumpul yang biasanya berjualan di sekitar pasar simpang tiga dan pasar lambaro maupun para pedagang pengumpul ini akan menjual kembali cabai dan bawang merahnya yang sudah

dibelinya kepada para pedagang pengecer yang kemudian akan menjualnya lagi hingga akhirnya cabai dan bawang merah dapat sampai ke tangan konsumen akhir untuk di konsumsi.

Analisis Biaya Pemasaran Pada Usahatani Cabai dan Bawang merah

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan petani dan pedagang selama kegiatan pemasaran berlangsung. Biaya pemasaran cabai dan bawang merah yang dikeluarkan meliputi biaya transportasi, biaya susut, biaya pengemasan dan biaya redistribusi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.

Pada Tabel 4 menunjukkan biaya pemasaran paling tinggi ada pada tingkat pedagang pengecer karena volume dagangannya sedikit sehingga pembagian pada biaya redistribusi yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer lebih tinggi. Biaya pemasaran paling rendah ada pada tingkat pedagang pengumpul. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang cabai maupun pedagang bawang merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah yaitu masing-masing sebesar Rp 521,6 dan Rp 484, sedangkan rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang cabai maupun pedagang bawang merah di Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar yaitu masing-masing sebesar Rp 534,4 dan Rp 508,6 yang meliputi biaya transportasi, pengemasan biaya penyusutan dan biaya redistribusi.

Tabel 4. Total Biaya Pemasaran Cabai dan Bawang Merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar

No	Lembaga Pemasaran	Total Biaya Pemasaran(Rp/Kg)			
		Bener Meriah		Aceh Besar	
		Cabai (Rp/Kg)	Bawang Merah (Rp/Kg)	Cabai (Rp/Kg)	Bawang Merah (Rp/Kg)
1	Pedagang Pengumpul Kecamatan	169,6	148,2	170,0	139,2
2	Pedagang Besar Antar Kota	561,9	568,2	499,9	520,2
3	Pedagang Pengecer	833,3	735,5	933,3	866,5
Rata-rata		521,6	484,0	534,4	508,6

Sumber : Data Primer (Diolah), 2016

Komparasi Margin Pemasaran dan Profit Margin Usahatani Cabai dan Bawang Merah di Tiap Lembaga Pemasaran

Margin pemasaran cabai dan bawang merah adalah selisih harga jual dan harga beli cabai dan bawang merah pada tingkat petani, pedagang pengumpul kecamatan, pedagang besar luar kecamatan dan pedagang pengecer cabai dan bawang merah. Profit margin merupakan selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran cabai dan bawang merah. Untuk melihat jumlah perbandingan margin pemasaran cabai di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar yang diperoleh pada saluran pemasaran pertama dan saluran kedua dapat dilihat pada Tabel 5.

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat harga jual setiap lembaga pemasaran cabai pada saluran I dan II di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah lebih rendah dibandingkan dengan harga jual cabai di Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar dengan selisih harga Rp 2000/Kg. Saluran pemasaran I hanya melalui dua saluran pemasaran saja sebelum akhirnya sampai kepada konsumen akhir. Dari pedagang pengumpul, cabai langsung ke pedagang besar, harga jual cabai oleh petani di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah lebih rendah akibat rendahnya kemampuan dalam tawar menawar sehingga pihak pedagang selalu mendapatkan keuntungan yang lebih besar apabila hasil produksi cabai di Kecamatan

Bukit Kabupaten Bener Meriah dijual kembali di luar Kabupaten dengan harga yang lebih tinggi.

Tabel 5. Perbandingan Margin Pemasaran dan Profit Margin Cabai di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar Pada Saluran I

LembagaPemasaran	Bener Meriah		Aceh Besar	
	Harga Beli (Rp/kg)	Profit Margin (Rp)	Harga Beli (Rp/kg)	Profit Margin (Rp)
Saluran I				
Pedagang Pengumpul Kecamatan	18.000	11.830,4	20.000	7.830,0
Pedagang Besar Antar Kota	30.000	14.408,4	28.000	21.500,1
Harga Beli Konsumen	45.000		50.000	
Margin Pemasaran	27.000		30.000	
Saluran II				
Pedagang Pengumpul Kecamatan	18.000	11.830,4	20.000	7.830,0
Pedagang Besar Antar Kota	30.000	7.408,4	28.000	9.500,1
Pedagang Pengecer	38.000	9.166,7	38.000	14.066,7
Harga Beli Konsumen	48.000		53.000	
Margin Pemasaran	30.000		33.000	

Sumber : Data Primer (Diolah), 2016

Tabel 6. Perbandingan Margin Pemasaran dan Profit Margin Bawang Merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar Pada Saluran I dan Saluran II

Lembaga Pemasaran	Bener Meriah		Aceh Besar	
	Harga Beli (Rp/kg)	Profit Margin (Rp)	Harga Beli (Rp/kg)	Profit Margin (Rp)
Saluran I				
Pedagang Pengumpul Kecamatan	13.000	6.851,8	16.000	6.860,8
Pd. Besar Antar Kota	20.000	14.431,8	23.000	16.479,8
Harga Beli Konsumen	35.000		40.000	
Margin Pemasaran	22.000		24.000	
Saluran II				
Pedagang Pengumpul Kecamatan	13.000	6.851,8	16.000	6.860,8
Pd. Besar Antar Kota	20.000	7.431,8	23.000	9.479,8
Pedagang Pengecer	28.000	9.264,5	33.000	11.133,5
Harga Beli Konsumen	38.000		45.000	
Margin Pemasaran	25.000		29.000	

Sumber : Data Primer (Diolah), 2016

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat harga jual setiap lembaga pemasaran bawang merah pada saluran I dan II di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah lebih rendah dibandingkan dengan harga jual bawang merah di Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar dengan selisih harga Rp 3000/Kg. Pada saluran pemasaran I hanya melalui dua saluran pemasaran saja sebelum akhirnya sampai kepada konsumen akhir. Dari Agen, bawang merah langsung ke Pedagang Besar, harga jual bawang merah oleh petani di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah lebih rendah akibat rendahnya kemampuan dalam tawar menawar sehingga pihak pedagang selalu mendapatkan keuntungan yang lebih besar apabila hasil produksi bawang di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dijual kembali di luar Kabupaten dengan harga yang lebih tinggi.

Berdasarkan hasil perhitungan biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang, keuntungan (profit margin), serta *Price spread* dan *share margin* pada setiap saluran yang ada maka profit margin tertinggi untuk bawang merah adalah pada saluran pemasaran saluran I di tingkat pedagang besar antar kota yaitu masing-masing sebesar Rp 16.479,8/Kg. Berdasarkan hasil perhitungan maka dapat diketahui bahwa jumlah biaya pemasaran, *Price spread* dan *share margin* pada setiap saluran pemasaran cabai dan bawang merah di daerah penelitian berbeda-beda. Bila terjadi kelangkaan produksi cabai maupun bawang merah di daerah penelitian pedagang membeli cabai dan bawang merah dari pedagang di Gayo lues , Aceh Tengah dan Sumatera Utara.

Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Usahatani Cabai dan Bawang Merah

Kegiatan pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam pertanian. Jika kegiatan pemasaran berjalan dengan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Efisiensi pemasaran merupakan suatu indikator yang digunakan untuk mengetahui kinerja pemasaran suatu produk. Untuk mengetahui apakah sistem pemasaran yang dilakukan pada saluran I dan saluran II sudah efisien atau belum, maka dapat dihitung tingkat efisiensinya dengan cara membandingkan margin pemasaran atau total biaya pemasaran dengan nilai produksi cabai dan bawang merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar. Jika nilai EP > 50% maka sistem pemasaran cabai dan bawang merah dinilai tidak efisien dan jika nilai EP < atau = 50% maka sistem pemasaran cabai dan bawang merah dinilai efisien.

Perhitungan efisiensi pemasaran cabai dan bawang merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar dapat dilihat pada Tabel 7 berikut :

Tabel 7. Nilai Efisiensi Pemasaran Cabai dan Bawang Merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar pada Saluran I dan II

Wilayah	Komoditi	Saluran Pemasaran	Efisiensi Pemasaran (EP)	Rata-rata
Bener Meriah	Cabai	I	1,69%	2.74%
		II	3,32%	
	Bawang Merah	I	2,05%	
		II	3,92%	
Aceh Besar	Cabai	I	1,43%	2.35%
		II	2,92%	
	Bawang Merah	I	1,57%	
		II	3,49%	

Sumber : Data Primer (Diolah), 2016

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa efisiensi pemasaran dapat disimpulkan dari biaya pemasaran yang paling kecil, saluran yang paling rendah dan rasio biaya/nilai produk.

Hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran cabai maupun bawang merah sudah efisien namun jika membandingkan keduanya maka yang lebih efisien adalah pemasaran cabai dan bawang merah di Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar dengan nilai rata-rata efisiensi pemasaran yaitu sebesar 2,35%, dari penelitian ini juga dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran di Kabupaten Aceh Besar lebih efisien dibandingkan dengan Kabupaten Bener Meriah. Nilai tersebut memenuhi syarat ketentuan dimana jika $EP <$ atau $= 50\%$ maka saluran tersebut dinilai efisien.

Analisis Bagian Harga Yang di Terima Oleh Petani (Farmer's share)

Bagian harga yang diterima petani (*Farmer's share*) merupakan perbandingan dengan harga di tingkat lembaga pemasaran yang dinyatakan dengan persentase (%). Perhitungan *Farmer's share* petani cabai dan bawang merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar pada saluran I dan II dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Farmer's Share Petani Cabai dan Bawang Merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar

Wilayah	Komoditi	Saluran Pemasaran	Farmer's Share (Fs) %	Rata-rata
Bener Meriah	Cabai	I	40 %	37,2%
		II	37,5 %	
	Bawang Merah	I	37,1%	
		II	34,2%	
Aceh Besar	Cabai	I	40%	38,18%
		II	37,7%	
	Bawang Merah	I	40%	
		II	35,5%	

Sumber : Data Primer (Diolah), 2016

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa rata-rata nilai *Farmer's share* pemasaran cabai dan bawang merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar masing-masing mendapatkan nilai dibawah 40%, sedangkan sisanya sebanyak 60% didapatkan oleh pedagang perantara dan pedagang pengecer.

Kendala-Kendala Dalam Pemasaran Cabai dan Bawang merah di Daerah Penelitian

Adapun kendala-kendala yang dihadapi pedagang dalam pemasaran cabai dan bawang merah yaitu :

1. Sering terjadi kekurangan pasokan cabai dan bawang merah dari petani lokal, maka petani harus mendatangkan pasokan cabai dan bawang merah dari luar kota seperti dari Gayo Lues, Aceh Tengah dan Sumatera Utara, sehingga biaya pemasaran yang di keluarkan oleh pedagang perantara akan semakin bertambah karena faktor jauhnya jarak yang ditempuh.
2. Harga cabai dan bawang merah yang berfluktuasi, yaitu harga jual cabai di tingkat petani berkisar Rp 5000/Kg sampai Rp 35.000/Kg dan harga jual bawang merah di tingkat petani berkisar Rp 7.000/Kg – 30.000/Kg. Naik turunnya harga dapat terjadi dalam jangka pendek yaitu per bulan, per minggu, bahkan perhari, atau dapat terjadi dalam jangka panjang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dapat diambil kesimpulan saluran pemasaran cabai dan bawang merah di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar dinilai sama-sama sudah efisien, namun jika dibandingkan kedua wilayah tersebut maka pemasaran di Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar lebih efisien dibandingkan

dengan Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah, hal ini dapat dilihat dari nilai efisiensi pemasaran cabai dan bawang merah di Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar yaitu sebesar 2,35%. Terdapat 2 bentuk saluran pemasaran untuk cabai dan bawang merah di daerah penelitian, yaitu: Saluran I : petani → agen → Pedagang Besar → konsumen. Saluran II : petani → agen → pedagang pengumpul → Pedagang Pengecer → konsumen serta kendala-kendala yang dihadapi pedagang dalam pemasaran cabai dan bawang merah yaitu kurangnya pasokan dari petani lokal dan berfluktuasi harga yang sangat tinggi.

Untuk mencegah terjadinya fluktuasi produksi dan fluktuasi harga yang sering merugikan petani, maka perlu diupayakan budidaya yang dapat berlangsung sepanjang tahun, dengan melakukan budidaya di luar musim dan membatasi produksi pada saat bertanam normal sesuai dengan permintaan pasar, diharapkan produksi dan harga cabai dan bawang merah dipasarkan akan lebih stabil dan untuk pedagang perantara diharapkan dapat memberi dukungan kepada petani dengan membeli cabai dan bawang merah dengan harga yang tidak terlalu rendah sehingga petani mempunyai motivasi untuk meningkatkan produksinya serta untuk pemerintahan Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Aceh Besar diharapkan agar mengembangkan dan menyempurnakan sistem pemasaran dengan cara mengorganisasikan sistem pemasaran yang lebih menguntungkan baik bagi petani maupun pedagang perantara. Serta memperbaiki sarana dan prasarana transportasi Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dan Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar sehingga memudahkan petani dalam memasarkan hasil panen cabai dan bawang merah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ameriana, M. 1995a. *Pengaruh “petunjuk kualitas” terhadap persepsi konsumen mengenai kualitas tomat*. Bul. Penel. Hort.
- Ameriana, M. 1995b. *Persepsi konsumen rumah tangga terhadap kualitas tomat (studi kasus di kotamadya Bandung)*. Bul. Penel. Hort.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bener Meriah. 2012. *Statistik Daerah Kabupaten Bener Meriah*. BPS. Aceh.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh. 2013. *Aceh Dalam Angka*. BPS. Aceh.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh. 2014. *Aceh Dalam Angka*. BPS. Aceh.
- Dinas Pertanian Rakyat Provinsi Daerah Ingat I Jawa Timur. 1976. *Usahatani pemasaran dan prospek bawang putih dan kentang di Jawa Timur*. Jawa Timur.
- Hanafiah dan Saefuddin. 1989. *Tataniaga Pertanian*. UI Press. Jakarta.
- Mubyarto. 1979. *Pengantar ekonomi pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Soetiarso, T.A dan Ameriana. 1995. *Analisis usahatani dan pemasaran teknologi produksi bawang merah*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Holtikultura. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Jakarta.

Soetiarso, T.A 1997. *Analisis usahatani dan pemasaran tomat.teknologi produksi tomat*.Balai Penelitian Tanaman Sayuran. Pusat Penelitian dan Pengembangan Holtikultura. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Bandung.

Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian*. PT Raja Grafindo.Jakarta.

Sugiyono. 2001. *Statistika untuk Penelitian Alfabeta*.Bandung

