

PANGAN
Media Komunikasi dan Informasi

Vol. 29 No. 1 April 2020

DAFTAR ISI

ARTIKEL	Halaman
<p>A. Analisis Efisiensi Rantai Pasok Bawang Merah di Kabupaten Bantul <i>The Efficiency Analysis of Shallots Supply Chain in Bantul Regency</i> Esthi Dwi Apurwanti, Endang Siti Rahayu, dan Heru Irianto</p>	1 – 12
<p>B. Pengaruh Dosis Pupuk dan Jarak Tanam pada Budidaya Bawang Merah di Luar Musim Tanam di Desa Klagit Kabupaten Sorong <i>(Fertilizer Rate and Plant Spacing Effects on Off-Season Shallot Cultivation in Klagit Village District of Sorong)</i> Fransiska Renita Anon Basundari dan Arif Yudo Krisdianto</p>	13 – 24
<p>C. Keragaan Pertumbuhan dan Produktivitas Padi Gogo Varietas Unggul Baru (VUB) di Lahan Sawah Tadah Hujan di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah <i>Growth and Productivity Performance of New Superior Varieties Upland Rice in Rain-fed Rice Fields in Semarang District, Central Java</i> Sodiq Jauhari, Endah Winarni, dan Dewi Sahara</p>	25 – 34
<p>D. Pengaruh Germinasi Kedelai terhadap Komposisi Proksimat dan Komponen Bioaktif Isoflavon Tempe Segar dan Semangit <i>The Effect of Soybeans Germination on Proximate Composition and Isoflavones Bioactive Components of Fresh and Semangit Tempe</i> Andriana Puspitasari, Made Astawan, dan Tutik Wresdiyati</p>	35 – 44
<p>E. Perbandingan Karakteristik Fisikokimia dan Komposisi Asam Amino Tepung Tempe Larut Air dengan Isolat Protein Kedelai Komersial <i>Comparison of Physicochemical Characteristics and Amino Acid Composition of Water-Soluble Tempe Flour and Commercial Soybean Protein Isolate</i> Ananda Putri Cahyani, Leonita Maulidyanti, Tutik Wresdiyati, dan Made Astawan</p>	45 – 54
<p>F. Daya Saing dan Posisi Sektor Pangan Indonesia Menghadapi <i>Regional Comprehensive Economic Partnership</i> (RCEP) <i>Competitiveness and Position of the Indonesian Food Sector Towards Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)</i> Dadan Adi Nugraha, Minar Ferichani, dan Joko Sutrisno</p>	55 – 70
<p>G. Tantangan dan Peran BULOG di Era Industri 4.0 <i>The Challenges and Role of BULOG in the Industry 4.0 Era.</i> Bachtiar</p>	71 – 86

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala perkenan dan kuasa-Nya, jurnal PANGAN Vol. 29 No. 1 April 2020 ini dapat diterbitkan. Ucapan terima kasih dan apresiasi yang sebesar-besarnya tak lupa Redaksi sampaikan kepada para penulis yang telah berpartisipasi dalam mengirimkan buah karyanya, juga kepada penyunting ahli yaitu: Prof. Dr. Ir. Bambang Hariyanto, M.S., Prof. Dr. Ir. C. Hanny Wijaya, M.Agr., PhD., Prof. Dr. Ir. Ali Khomsan, MS., Prof. Dr. Ir. Made Astawan, M.S., Dr. Ir. Purwono M.S., Mudatsir, S.TP., M.P., Ir. Agus Saifullah. M.Sc., Anita Primaswari Widhiani, SP. M.Si.

Pada edisi Pertama tahun 2020 ini, Jurnal PANGAN kembali hadir dengan membawakan enam artikel ilmiah (*research article*) dan satu artikel kajian (*review article*) yang terkait beberapa komoditas pangan seperti beras, kedelai, dan bawang merah. Rangkaian artikel diawali oleh tulisan dari Esthi Dwi Apurwanti, Endang Siti Rahayu dan Heru Irianto dengan judul "**Analisis Efisiensi Rantai Pasok Bawang Merah di Kabupaten Bantul**". Fransiska Renita Anon Basundari dan Arif Yudo Krisdianto hadir berikutnya melengkapi rangkaian artikel ilmiah mengenai bawang merah dengan artikelnya yang berjudul "**Pengaruh Dosis Pupuk dan Jarak Tanam pada Budidaya Bawang Merah di Luar Musim Tanam di Desa Klait Kabupaten Sorong**". Selanjutnya artikel dari Sodik Jauhari, Endah Winarni, dan Dewi Sahara yang mengangkat topik "**Keragaan Pertumbuhan dan Produktivitas Padi Gogo Varietas Unggul Baru (VUB) di Lahan Sawah Tadah Hujan di Kabupaten Semarang Jawa Tengah**". Artikel selanjutnya mengangkat topik mengenai komoditas kedelai hasil karya Andriana Puspitasari, Made Astawan, dan Tutik Wresdiyati yang mengupas tentang "**Pengaruh Germinasi Kedelai terhadap Komposisi Proksimat dan Komponen Bioaktif Isoflavon Tempe Segar dan Semangit**". Selanjutnya artikel dari Ananda Putri Cahyani, Leonita Maulidyanti, Tutik Wresdiyati, dan Made Astawan yang membahas mengenai "**Perbandingan Karakteristik Fisiokimia dan Komposisi Asam Amino Tepung Tempe Larut Air dengan Isolat Protein Kedelai Komersial**".

Artikel ilmiah terakhir berjudul "**Daya Saing dan Posisi Sektor Pangan Indonesia Menghadapi Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)**" yang ditulis oleh Dadan Adi Nugraha, Minar Ferichani dan Joko Sutrisno. Dan artikel review sebagai artikel penutup jurnal PANGAN edisi ini yang berjudul "**Peran dan Tantangan BULOG di Era Industri 4.0**" ditulis oleh Bachtiar.

Akhirnya Redaksi berharap jurnal PANGAN dapat menjadi media informasi mengenai pangan yang senantiasa memberikan nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan. Atas dukungan Anda pula semoga kami bisa terus menghadirkan edisi-edisi selanjutnya.

Selamat membaca.

Redaksi

Analisis Efisiensi Rantai Pasok Bawang Merah di Kabupaten Bantul

The Efficiency Analysis of Shallots Supply Chain in Bantul Regency

Esthi Dwi Apurwanti¹, Endang Siti Rahayu², dan Heru Irianto²

¹Mahasiswa Magister Agribisnis, Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret
Jalan Ir. Sutami No. 36-A, Surakarta 57126, Jawa Tengah, Indonesia

²Program Studi Agribisnis, Universitas Sebelas Maret
Jalan Ir. Sutami No. 36-A, Surakarta 57126, Jawa Tengah, Indonesia
email: esthiedwi@yahoo.com.

Diterima: 22 November 2019

Revisi : 4 Maret 2020

Disetujui : 8 April 2020

ABSTRAK

Bawang merah (*Allium ascalonicum*) merupakan salah satu komoditas unggulan Kabupaten Bantul, Provinsi Yogyakarta yang memberikan kontribusi cukup tinggi terhadap perkembangan ekonomi daerah. Upaya peningkatan kinerja rantai pasok bawang merah menjadi sangat diperlukan agar kebutuhan pelanggan dan keuntungan pelaku usaha dapat tercapai. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kondisi rantai pasok bawang merah dan menyusun alternatif skenario sistem manajemen rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul. Penelitian berlangsung pada bulan April–Juli 2019. Penelitian menggunakan analisis deskriptif, evaluasi dengan membandingkan aktivitas anggota rantai pasok dengan menggunakan analisis margin pemasaran, *farmer's share* serta *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling*, sejumlah 50 petani dan 10 pedagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul, saluran I (petani-pedagang besar lokal-pengecer lokal-konsumen), saluran II (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar lokal-pengecer lokal-konsumen), saluran III (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar non lokal-pengecer non lokal-konsumen). Berdasarkan analisis AHP, dalam membentuk manajemen rantai pasokan bawang merah yang efisien, kriteria meningkatkan kemitraan atau bekerjasama semua pihak menjadi prioritas yang paling berperan penting.

kata kunci : bawang merah, rantai pasok, margin pemasaran, *farmer's share*, *Analytical Hierarchy Process*.

ABSTRACT

Shallot (Allium ascalonicum) is one of the leading commodities in the Bantul Regency, which contributes quite highly in economic development. The purposes of this study were to analyze the condition of the supply chain and arrange a priority strategy for developing the shallot supply chain management in Bantul Regency. This study was conducted in April–July 2019. This study used marketing margin analysis, farmer's share, and Analytical Hierarchy Process (AHP). The sampling technique used in the study was snowball sampling with 50 farmers and ten traders. The results of this study showed that there were three channels of shallot supply chain in Bantul Regency, a channel I (farmers-large local traders-local retailers-consumers), channel II (farmers-traders-collectors-local large traders- local retailers-consumers), channel III (farmers-traders-collectors-non local large traders-non local retailers-consumers). Based on AHP analysis, in order to establish efficient shallots supply chain management, the criteria of increasing partnerships were the most critical priorities.

keywords: shallots, supply chain, marketing margin, farmer's share, Analytical Hierarchy Process.

I. PENDAHULUAN

Sektor pertanian memegang peranan yang penting dan strategis dalam perekonomian nasional. Hal tersebut dapat dilihat dari kontribusi sektor pertanian dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, penyerapan tenaga kerja, sumber devisa negara dari ekspor hasil pertanian, dan lain-lain (Kementan, 2015).

Salah satu komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomi tinggi adalah bawang merah (*Allium ascalonicum*). Komoditas ini merupakan sumber pendapatan dan kesempatan kerja serta memberikan kontribusi yang cukup tinggi terhadap perkembangan ekonomi wilayah, terutama di daerah sentra produksi. Permintaan pasar yang tinggi terhadap bawang merah

menjadikan komoditas ini sebagai salah satu komoditas unggulan nasional (BPS, 2018). Banyaknya manfaat menjadikan bawang merah sebagai salah satu produk pertanian dengan tingkat konsumsi yang tinggi di masyarakat Indonesia (Octaviana, 2015) serta memiliki daya saing tinggi.

Pengelolaan rantai pasok bawang merah cukup kompleks. Sebagaimana komoditas pertanian lainnya, pengelolaan rantai pasok bawang merah memiliki karakteristik tertentu karena dipengaruhi oleh sistem produksi, *bulky*, *perishable* dan penurunan kualitas secara terus menerus (Marimin dan Magfiroh, 2010; Nagurney dkk, 2013). Permintaan terhadap bawang merah terjadi setiap hari, pemenuhan kebutuhan konsumen harus senantiasa terpenuhi. Upaya peningkatan kinerja rantai pasok bawang merah menjadi sangat diperlukan agar kebutuhan pelanggan dan keuntungan pelaku usaha dapat tercapai.

Rantai pasok merupakan semua kegiatan yang terkait dengan arus dan transportasi barang hingga sampai pengguna akhir, serta seluruh arus informasi terkait, atau jalan penciptaan nilai dari produsen dasar ke konsumen, termasuk semua transportasi dan layanan logistik yang terhubung di dalamnya (Andrews, 2015). Pelaku rantai pasok dari hulu ke hilir bertindak atas informasi yang diperoleh sesuai dengan kondisi di pasar. Setiap pelaku rantai pasok memiliki tujuan, karakter dan strategi yang berbeda-beda (Wahyuni, 2013). Meskipun setiap pelaku memiliki strategi yang berbeda, pelaku rantai pasok bekerjasama dalam proses pembelian, produksi dan penjualan. Peran dan kontribusi berbagai aktor dalam rantai pasok merupakan substansi yang penting dalam rantai pasok (Noemi, 2012).

Kegiatan yang dilakukan oleh petani dan lembaga-lembaga lainnya memunculkan pola rantai pasok yang didalamnya juga terdapat aliran produk, aliran informasi dan aliran finansial (Pujawan, 2005). Kegiatan rantai pasokan ini tidak lepas dari keberadaan mata rantai di dalamnya. Kegiatan yang dilakukan dapat berupa penyaluran barang, pengolahan barang maupun pengaturan-pengaturan lainnya yang berupa pengaturan harga dan komunikasi. Kegiatan tersebut dilakukan agar keuntungan

dan tujuan yang diinginkan pelaku rantai pasok dapat tercapai. Coughlan, dkk. (2006) juga menjelaskan bahwa saluran yang tepat dapat dibangun dalam beberapa metode untuk membangun saluran pemasaran yang efektif dan efisien. Petani harus memilih pembeli yang paling menguntungkan untuk mengoptimalkan aktivitas perdagangan mereka.

Kabupaten Bantul sebagai salah satu penghasil bawang merah, aktor rantai pasok yang terlibat harus memiliki kinerja yang efisien. Efisiensi kinerja rantai pasok dapat didukung melalui peningkatan keunggulan bersaing dari pelaku atau aktor rantai pasok (Sari, dkk., 2014). Keunggulan bersaing ini didapatkan melalui cara melakukan efisiensi dengan menekan biaya pada rantai pasok bawang merah. Hal ini dikarenakan daya saing identik dengan konsep efisiensi (Kurniaty, dkk, 2012).

Problem komoditas bawang merah menyangkut fluktuasi harga selalu menjadi kekhawatiran petani. Sangat intensifnya peningkatan produksi bawang di saat-saat tertentu sering menyebabkan anjloknya harga bawang di pasaran. Hal ini karena permintaan cenderung tetap dalam jangka pendek, sementara produksi melimpah. Melihat kondisi tersebut, maka peran pemasaran sangat penting untuk keberlangsungan usahatani bawang merah agar harga yang layak dapat diterima petani sebagai produsen. Kelembagaan yang ada di tingkat petani yang telah ada berupa kelompok tani, sebagian besar belum dikelola secara baik sehingga belum efektif berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kemampuan pasokan. Fenomena di atas memunculkan pertanyaan bagi peneliti yaitu bagaimana menciptakan rantai yang efisien. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kondisi rantai pasok bawang merah dan menyusun alternatif skenario sistem manajemen rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul.

II. METODOLOGI

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian efisiensi rantai pasok secara operasional dilakukan di Kabupaten Bantul, Provinsi Yogyakarta. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) berdasarkan pertimbangan bahwa Kabupaten Bantul yang

meliputi Kecamatan Kretek, Sanden dan Imogiri merupakan sentra produksi bawang merah di Yogyakarta (BPS, 2018). Pengumpulan data dilakukan selama empat bulan (April– Juli 2019).

Responden penelitian merupakan lembaga pemasaran yang terdiri dari petani dan pedagang bawang merah. Produsen bawang merah ditentukan dengan teknik *quota sampling* kemudian menentukan jumlah responden di kecamatan terpilih dengan menggunakan teknik *proportional random sampling*. Caranya dengan ditetapkan proporsi jumlah sampel untuk setiap kecamatan sehingga jumlah keseluruhan sampel adalah 50 petani. Penentuan responden pedagang bawang merah menggunakan metode teknik bola salju (*snowball sampling*). Dipilihnya teknik bola salju karena populasi lembaga pemasaran bawang merah belum diketahui secara pasti. Teknik bola salju dilakukan dengan memperoleh informasi dari lembaga pemasaran pertama (petani), kemudian dari sumber informasi ini menunjuk ke sampel berikutnya yang merupakan lembaga pemasaran berikutnya sampai dengan konsumen terakhir (Sugiyono, 2008). Lembaga pemasaran berdasarkan teknik bola salju dari sampel 50 petani adalah tiga pedagang pengumpul, enam pedagang besar, dan empat pedagang pengecer. Sedangkan responden yang digunakan pada metode AHP adalah pakar yang mengetahui kondisi rantai pasok bawang merah di lokasi penelitian. Responden pakar berjumlah 18 orang yang terdiri dari petani bawang merah, pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, kelompok tani serta dari pihak Dinas Pertanian Kabupaten Bantul. Responden pakar berasal dari masing-masing kecamatan.

2.2. Metode Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui wawancara secara langsung dengan lembaga pemasaran bawang merah yang terpilih sebagai sampel berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Data sekunder merupakan data penunjang yang dikumpulkan dari instansi terkait seperti BPS, Dinas Pertanian Kabupaten Bantul. Jenis data sekunder yang diperoleh meliputi: kondisi umum lokasi penelitian, keadaan penduduk, luas penggunaan lahan, data luas tanam, data produksi dan produktivitas bawang merah pada musim tanam I tahun 2018 di

Kabupaten Bantul dan seluruh Indonesia. Jenis bawang merah yang diperjual-belikan dianggap sama. Petani responden adalah petani yang membudidayakan bawang merah di bawah bimbingan Balai Penyuluhan Pertanian (BPP).

2.3. Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

2.3.1. Analisis Manajemen Rantai Pasok

Analisis kondisi rantai pasok dilakukan dengan pendekatan aliran produk, aliran uang, dan aliran informasi yang terjadi dalam rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul. Selain dijelaskan secara deskriptif kualitatif, analisis ini juga didukung oleh penilaian atau evaluasi terhadap tiga aliran yang terdiri dari beberapa indikator berdasarkan pendapat responden terpilih yang terlibat dalam kegiatan pemasaran bawang merah. Responden terdiri dari petani sebagai produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang eceran, dan konsumen.

2.3.2 Analisis Efisiensi Rantai Pasok

Analisis yang digunakan adalah analisis margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya.

2.3.2.1 Margin Pemasaran

Menurut Dahl dan Hammond (1977) perhitungan analisis margin pemasaran (M_m) digunakan untuk menghitung nilai margin absolut, mulai dari petani sampai konsumen akhir. Margin total diperoleh dari selisih harga jual petani (P_f) dengan harga jual pedagang pengecer (P_r). Margin pemasaran ditentukan dengan perhitungan:

$$M_m = P_r - P_f \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- M_m = margin pemasaran (Rp/Kg)
- P_r = harga jual pada tingkat pedagang (Rp/Kg)
- P_f = harga beli pada tingkat petani produsen (Rp/Kg)

2.3.2.2 Farmer's share

Analisis *farmer's share* dilakukan untuk melihat keuntungan atau bagian yang diterima oleh petani dalam bentuk persentase. *Farmer's share* memiliki hubungan negatif dengan

margin pemasaran, sehingga rendahnya margin pemasaran akan berdampak pada tingginya nilai *farmer's share*. Tingginya nilai *farmer's share* mengindikasikan bahwa petani memperoleh keuntungan yang tinggi (Kohls dan Uhl (2002). Secara matematis *farmer's share* dirumuskan sebagai berikut :

$$f_{si} = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \% \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

- f_{si} = *farmer's share* (%)
- Pf = harga yang diterima petani (Rp)
- Pr = harga yang dibayarkan oleh konsumen (Rp)

2.3.2.3 Rasio Keuntungan terhadap Biaya

Rasio keuntungan terhadap biaya merupakan persentase keuntungan pemasaran terhadap biaya pemasaran. Hasil rasio keuntungan terhadap biaya menunjukkan seberapa besar setiap satuan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran dapat memberikan besaran keuntungan. Pemasaran dinyatakan efisien apabila rasio keuntungan yang diperoleh terhadap biaya yang dikorbankan lebih dari satu (Asmarantaka, 2014). Secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio keuntungan terhadap biaya} = \frac{\pi i}{Ci} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

- πi = keuntungan pemasaran
- Ci = biaya pemasaran

2.3.3. Pembentukan Skenario Alternatif Rantai Pasok

Menurut Supply Chain Council (2006) dan Marimin (2010), *Analytical Hierarchy Process* (AHP) merupakan pendekatan dasar dalam pengambilan atau membuat keputusan. AHP adalah suatu metode yang digunakan untuk menilai tindakan yang dikaitkan dengan perbandingan beberapa alternatif pilihan. Validitas kuesioner untuk pemilihan indikator efisiensi dilihat melalui konsistensi setiap matriks, baik individu maupun gabungan serta konfirmasi yang dilakukan dengan pakar. Nilai rasio konsistensi harus 10 persen atau kurang. Jika lebih dari 10 persen, maka penilaiannya masih acak dan perlu diperbaiki (Saaty, 1991). Pengolahan data primer dilakukan menggunakan perangkat lunak *Microsoft Excel 2013* untuk pengolahan data kuantitatif. Perangkat lunak *Expert Choice ver. 11.0* digunakan untuk mensintesis data kualitatif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Manajemen Rantai Pasok Bawang Merah di Kabupaten Bantul

3.1.1 Struktur Rantai Pasok Bawang Merah

Aktivitas rantai pasok bawang merah dari petani ke konsumen memerlukan pedagang perantara yaitu lembaga pemasaran yang mempunyai peranan penting dalam kegiatan pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian, aktor rantai pasok yang terlibat dalam proses distribusi bawang merah dari petani ke konsumen akhir sebagai berikut :

3.1.1.1 Petani bawang merah

Petani bawang merah merupakan anggota rantai pertama dalam rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul. Petani bawang merah berperan penting sebagai penentu kualitas, kuantitas dan ketersediaan bawang merah. Penelitian ini melibatkan 50 responden petani bawang merah dari 3 kecamatan. Petani responden ialah petani yang tergabung dalam kelompok tani di bawah bimbingan Balai Penyuluhan Pertanian kecamatan setempat.

3.1.1.2 Pedagang pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan lembaga rantai pasok yang berfungsi mengumpulkan hasil panen bawang merah dari produsen untuk didistribusikan langsung kepada pedagang besar (baik yang berada di pasar induk maupun di luar kota). Pedagang pengumpul berasal dari Bantul (Propinsi Yogyakarta) dan luar daerah Bantul (Jawa Tengah, Jawa Barat dan Jawa Timur). Para pedagang pengumpul sudah hafal kapan musim panen tiba. Pedagang pengumpul menjaga kepercayaan petani dalam pendistribusian hasil panennya. Mereka juga menjaga kepercayaan pedagang besar dalam memasok barang sesuai dengan kualitas yang diinginkan dan kesepakatan harga yang sudah ditetapkan. Pembelian dari petani biasanya dilakukan dengan sistem tebas langsung dari lahan. Volume pembelian bawang merah oleh pedagang pengumpul berkisar antara 2–3 ton dalam satu kali transaksi.

3.1.1.3 Pedagang besar lokal

Pedagang besar lokal merupakan pedagang yang membeli bawang merah dari pedagang pengumpul ataupun dari petani langsung dengan

jumlah yang cukup besar. Jumlah pembelian oleh pedagang besar lokal dapat mencapai puluhan kuintal bahkan puluhan ton. Pedagang besar lokal yang terlibat dalam kegiatan rantai pasok bawang merah berasal dari daerah Bantul. Tujuan pasar dari pedagang besar lokal beraneka ragam, mulai dari menjual ke pengecer maupun konsumen secara langsung.

3.1.1.4 Pedagang besar non lokal

Pedagang besar non lokal merupakan pedagang besar yang datang dari luar Kabupaten Bantul untuk menjual bawang merah ke pedagang besar atau pedagang pengecer lokal. Umumnya pedagang besar non lokal berasal dari Nganjuk, Semarang, Magelang. Pedagang besar non lokal melakukan transaksi penjualan dengan pedagang besar lokal maupun pengecer pada kios atau lapak penjualan di pasar agrobis, namun sebelumnya sudah terjadi komunikasi baik informasi harga maupun barang. Volume pembelian pedagang besar non lokal biasanya lebih besar yaitu sekitar 10–15 ton dalam sekali transaksi.

3.1.1.5 Pedagang pengecer

Pedagang pengecer merupakan pedagang terakhir pada kegiatan rantai pasok bawang merah, baik di tingkat lokal maupun non lokal. Pedagang pengecer dalam penelitian ini adalah pedagang yang membeli bawang merah dari pedagang besar lokal dan menjualnya kepada konsumen akhir. Biasanya pedagang pengecer membeli bawang merah dalam jumlah yang lebih sedikit sekitar 50–100 kg.

3.1.1.6 Konsumen

Konsumen akhir merupakan aktor rantai pasok terakhir, dalam hal ini masyarakat yang mengkonsumsi bawang merah skala rumah tangga. Konsumen akhir dalam penelitian ialah konsumen yang berada di lingkup Kabupaten Bantul.

3.1.2 Aliran Rantai Pasok Bawang Merah

Penelitian ini menunjukkan terdapat empat lembaga yang terlibat dalam pemasaran bawang merah, yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar lokal, pedagang besar non lokal, dan pedagang pengecer (Gambar 1). Perbedaan ini disebabkan oleh adanya variasi permodalan yang dimiliki pedagang serta perbedaan akses transportasi.

Pola distribusi rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul menggambarkan aliran barang, aliran finansial dan aliran informasi. Aliran barang dimulai dari hasil panen petani bawang merah. petani bawang merah melakukan penanaman hingga siap panen pada umur 60–70 hari. Beberapa pedagang pengumpul mendatangi lahan petani untuk membeli hasil panen. Aliran yang kedua yaitu aliran finansial, uang sebagai pembayaran dalam setiap transaksi antar aktor rantai pasok bawang merah, uang pembayaran digunakan sebagai modal untuk melakukan jual-beli selanjutnya. Aliran terakhir yaitu aliran informasi, informasi yang dialirkan berupa harga sesuai pasar, kualitas, kuantitas. Informasi yang diperoleh digunakan untuk proses tawar menawar, meskipun petani sebagai penerima harga.

Setiap aktor pada masing-masing saluran melakukan fungsi-fungsi pemasaran, berupa fungsi pertukaran (penjualan dan pembelian), fungsi fisik (penyimpanan dan pengangkutan) dan fungsi fasilitas (sortasi, penanggungan risiko, pembiayaan dan informasi pasar). Namun, setiap lembaga pemasaran tidak selalu melakukan seluruh fungsi-fungsi tersebut.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Widiastuti (2013) yang menyatakan bahwa, panjang-pendeknya saluran pemasaran yang dilalui oleh suatu hasil pertanian tergantung beberapa faktor : (i) Jarak antara produsen dan konsumen, semakin jauh jaraknya makin panjang saluran pemasaran yang ditempuh produk; (ii) Cepat tidaknya produk rusak, semakin produk cepat rusak harus cepat sampai ke konsumen, sehingga menghendaki saluran yang pendek; (iii) Skala produksi, jika produksinya skala kecil maka tidak menguntungkan bila produsen langsung menjualnya ke pasar, sehingga saluran dan pemasaran yang dilalui cenderung panjang; (iv) Posisi keuangan pengusaha, produsen yang posisi keuangannya kuat, cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran.

3.1.3. Proses Bisnis Rantai Pasok

3.1.3.1 Hubungan proses rantai pasok

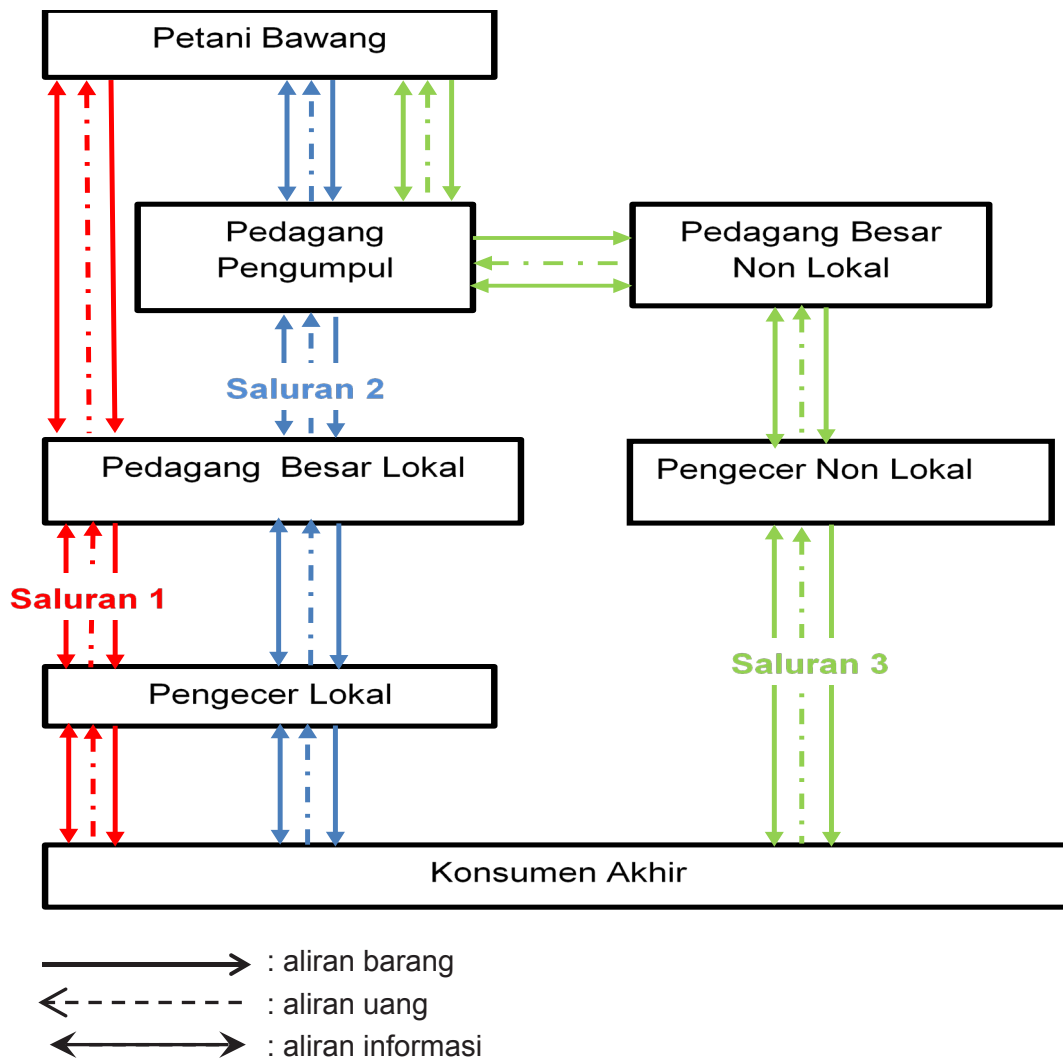
Pada rantai pasok bawang merah hanya terdapat tiga siklus, yaitu *procurement*, *replenishment*, dan *customer order*. Siklus *manufacturing* tidak terdapat dalam rantai

pasok ini karena tidak melibatkan anggota rantai pasok yang berperan sebagai pengolah langsung. Petani mitra hanya melakukan sortasi. Siklus *procurement* dilakukan oleh pedagang pengumpul dengan membeli bahan baku berupa bawang merah dari petani bawang merah sebagai pemasok utama. Siklus *procurement* termasuk dalam proses *pull*. Siklus *replenishment* dilakukan oleh pedagang besar lokal, pedagang besar non lokal, dan pedagang pengecer dengan menambah jumlah pesanan dari jumlah pesanan sebenarnya, sebagai antisipasi jika terjadi pemesanan tambahan dari konsumen atau jika terjadi kerusakan. Siklus *replenishment* termasuk dalam proses *push*, dan siklus *customer order* dilakukan oleh konsumen dengan memesan secara langsung ke lokasi penjualan atau memesan melalui telepon.

3.1.3.2 Aspek risiko

Petani sebagai pelaku rantai pasok pertama menghadapi risiko fluktuasi produksi atau gagal panen yang disebabkan oleh kondisi cuaca (musim), serangan hama dan penyakit yang menyerang tanaman bawang merah. Risiko fluktuasi harga yang dihadapi petani bawang merah apabila terjadi penurunan harga di pasaran yang disebabkan panen raya. Proses membangun kepercayaan (*trust building*)

Proses membangun kepercayaan atau *trust building* adalah proses membangun kepercayaan antar seluruh pelaku rantai pasok. Proses membangun kepercayaan di antara seluruh pelaku rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul dapat dilihat dari adanya hubungan kerjasama yang selama ini dijalankan. Kerjasama dibangun supaya di



Gambar 1. Aliran Rantai Pasok Bawang Merah di Kabupaten Bantul

antara kedua aktor yakni petani dan pedagang saling menguntungkan.

3.2. Analisis Efisiensi Rantai Pasok Bawang Merah

Analisis yang digunakan untuk menghitung efisiensi rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul pada penelitian adalah analisis margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya.

3.2.1 Analisis Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran merupakan salah satu indikator kuantitatif untuk menilai efisiensi rantai pasok. Harga yang berbeda antar tingkat lembaga pemasaran dapat disebabkan oleh adanya biaya dari fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan dalam saluran pemasaran dan keuntungan yang diambil sebagai balas jasa fungsi pemasaran yang dilakukan. Adapun biaya-biaya tersebut meliputi biaya tenaga kerja untuk melakukan pemanenan, pembersihan, pengemasan, pernyortiran, bongkar muat, serta pengangkutan.

Margin pemasaran total tertinggi (Tabel 1) terdapat pada saluran rantai pasok III (petani-pedagang pengepul-pedagang besar non lokal-pengecer non lokal - konsumen akhir) yakni sebesar Rp6.000,00 per kg atau sebesar 28,8 persen terhadap harga jual akhir. Harga jual akhir adalah harga tertinggi masing-masing pada saluran rantai pasok. Margin pemasaran yang kedua terdapat pada saluran rantai pasok II (petani-pengepul-pedagang besar non lokal – pengecer non lokal – konsumen akhir) yaitu sebesar Rp4.500,00 per kg atau sebesar 20,9 persen terhadap harga jual akhir. Selanjutnya total margin pemasaran terendah terdapat pada saluran rantai pasok 1 (petani- pedagang besar lokal-pengecer lokal-konsumen akhir) sebesar Rp3.500,00 per kg atau sebesar 15,5 persen.

Menurut Rosmawati (2011) margin pemasaran yaitu selisih harga jual dan harga beli, merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran. Margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran.

Margin pemasaran terendah terdapat pada saluran rantai pasok 1 dengan saluran rantai pasok terpendek dari saluran lainnya (petani-

Tabel 1. Margin Pemasaran Rantai Pasok Bawang Merah

Jenis Saluran	Saluran Rantai Pasok		
	I Rp/kg	II Rp/kg	III Rp/kg
Petani			
Harga Jual	19.000	17.000	18.500
Biaya	1.342	1.186	1.009
Pedagang Pengepul			
Harga Beli		17.000	18.500
MarginPemasaran		2.000	1.500
Biaya		390	273
Keuntungan		1.610	1.227
Harga Jual		19.000	20.000
Pedagang besar lokal			
Harga Beli	19.000	19.000	
MarginPemasaran	1.800	1.500	
Biaya	336	249	
Keuntungan	1.464	1.251	
Harga Jual	20.800	20.500	
Pedagang besar non lokal			
Harga Beli			20.000
MarginPemasaran			2.000
Biaya			601
Keuntungan			1.399
Harga Jual			22.000
Pengecer lokal			
Harga Beli	20.800	20.500	
MarginPemasaran	1.700	1.000	
Biaya	656	480	
Keuntungan	1.044	520	
Harga Jual	22.500	21.500	
Pengecer non lokal			
Harga Beli			22.000
MarginPemasaran			2.500
Biaya			800
Keuntungan			1.700
Harga Jual			24.500
Konsumen			
Harga Beli	22.500	21.500	24.000
Total Margin	3.500	4.500	6.000

pedagang lokal-pengecer lokal-konsumen akhir). Hal ini dipengaruhi oleh akses petani menuju pedagang besar yang sangat mudah. Jumlah lembaga rantai pasok yang terlibat sangat memengaruhi margin pemasaran yang dihasilkan.

Menurut Hanafie (2010) tinggi rendahnya margin pemasaran dipakai untuk mengukur efisiensi sistem pemasaran. Semakin tinggi margin pemasaran maka semakin tidak efisien sistem pemasaran tersebut. Semakin tinggi margin pemasaran maka bagian yang diterima petani produsen (*farmer's share*) menjadi semakin kecil. Setiap lembaga pemasaran menentukan penambahan harga yang semakin tinggi hingga ke konsumen akhir.

3.2.2 Analisis *farmer's share*

Nilai *farmer's share* pada saluran rantai pasok I, II, III yaitu sebesar 84,44 persen, 79,06 persen dan 77,08 persen (Tabel 2). Nilai *farmer's share* tertinggi pada saluran rantai pasok I yaitu sebesar 84,44 persen. *Farmer's share* sebesar 84,44 persen berarti bahwa bagian yang diterima oleh petani sebesar 84,44 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Pola saluran I memiliki nilai lebih tinggi dibanding saluran rantai pasok lainnya karena saluran rantai pasoknya terpendek. Seperti halnya hasil penelitian Popoko (2013) yang menunjukkan bahwa terdapat dua saluran rantai pasok kopra dengan *farmer's share* terhadap harga jual di tingkat pedagang akhir pada saluran I adalah sebesar 73 persen, termasuk efisien.

Saluran rantai pasok I mempunyai nilai efisiensi tertinggi di antara 3 saluran yang ada. Saluran satu memiliki *farmer's share* tertinggi karena : (i) petani hanya melalui satu pedagang perantara yaitu pengepul untuk menyalurkan produknya ke pedagang besar sehingga biaya

Tabel 2. *Farmer's Share* Rantai Pasok Bawang Merah di Kabupaten Bantul

Saluran Rantai Pasok	Harga di		Farmer's Share (%)
	Petani (Rp/Kg)	Konsumen (Rp/kg)	
Sal. I	19.000	22.500	84,44
Sal. II	17.000	21.500	79,06
Sal. III	18.500	24.000	77,08

pemasarannya tidak terlalu tinggi; dan (ii) Petani mendapat kemudahan dari pengepul yang mau mengambil produk bawang merahnya ke rumah petani apabila jumlahnya banyak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Situmorang, dkk. (2015) dan Nilawati (2015) pada komoditas sawi manis.

Sebagian besar petani responden memilih menjual hasil panen melalui pedagang pengumpul kecamatan. Hal tersebut disebabkan kurangnya modal yang dimiliki petani untuk melakukan aktivitas panen dan pemasaran, sehingga menjual bawang merah ke pedagang pengumpul melalui sistem tebasan yang dianggap lebih praktis. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu (Verma dan Jheeba, 2016).

3.2.3 Rasio Keuntungan terhadap Biaya

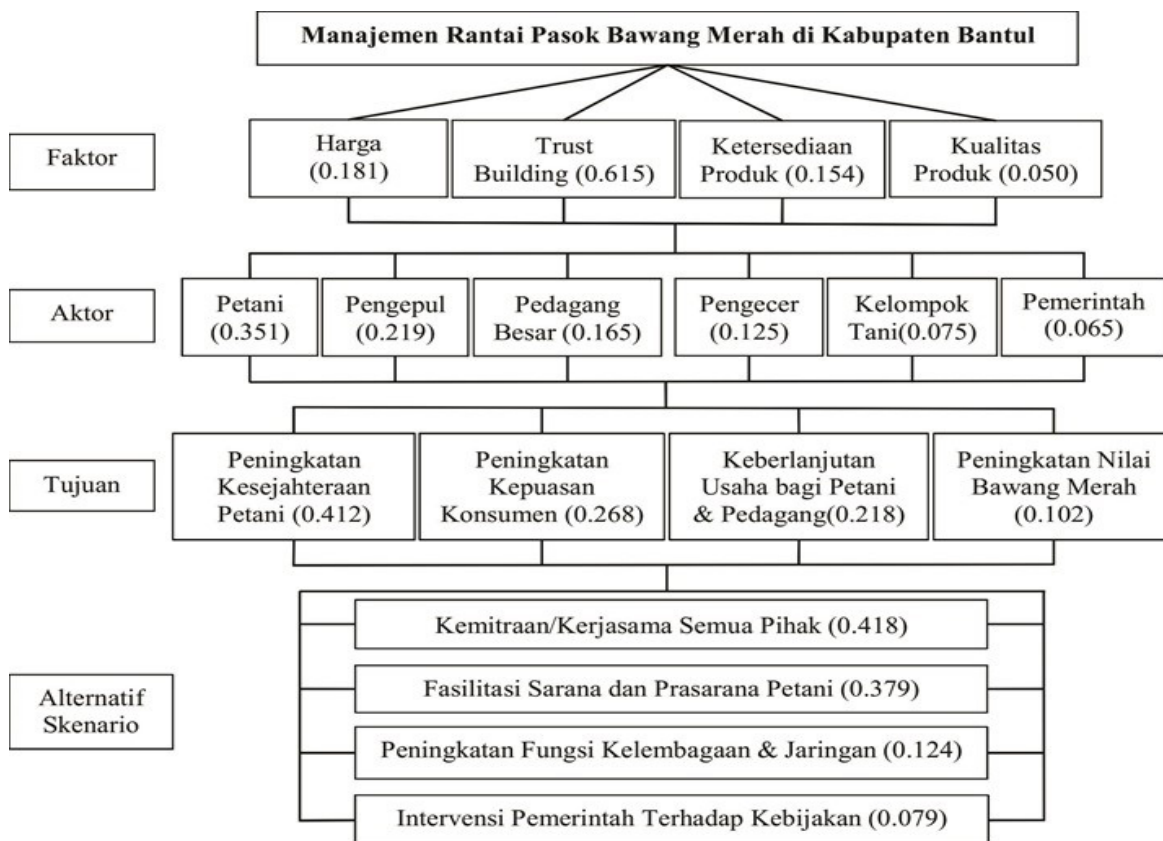
Hasil rasio keuntungan terhadap biaya menunjukkan seberapa besar setiap satuan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran dapat memberikan besaran keuntungan. Analisis rasio keuntungan terhadap biaya pada pemasaran dengan tujuan luar kabupaten Bantul menunjukkan bahwa saluran rantai pasok II mendapatkan keuntungan tertinggi yaitu sebesar 10,23 (Tabel 3) yang artinya bahwa setiap Rp1.000,00 yang dikeluarkan untuk biaya pemasaran akan memberikan keuntungan sebesar Rp10.230,00. Tingginya keuntungan tersebut karena tujuan pemasaran yang tidak terlalu jauh dari petani produsen, sehingga biaya yang dikeluarkan pada saluran pemasaran tersebut cukup rendah. Emmam (2011) mengungkapkan bahwa tingginya biaya pemasaran dapat berdampak pada keuntungan yang diperoleh dan efisiensi pemasaran.

3.3 Analisis Pembentukan Skenario Alternatif Rantai Pasok

Proses pengambilan keputusan untuk membentuk skenario alternatif rantai pasok bawang merah ini diperoleh dari pendapat pakar yang mengetahui kondisi daerah penelitian. Hasil analisis perbandingan berpasangan menggunakan metode AHP dapat dilihat dari bobot yang dihasilkan dalam setiap variabel yang dibangun dalam model hierarki rantai pasok bawang merah (Gambar 2).

3.3.1 Analisis Faktor

Hasil analisis kriteria faktor diperoleh dari kondisi penelitian yang juga pendapat dari *stakeholder*. Penelitian Slamet (2011) menyatakan kualitas produk menjadi prioritas penting dalam manajemen rantai pasok. Dalam



Gambar 2. Struktur Hierarki Rantai Pasok Bawang Merah di Kabupaten Bantul

penelitian ini, prioritas *trust building* sebagai kriteria paling penting terhadap sistem manajemen rantai pasok bawang merah dengan bobot 0,615.

3.3.2 Analisis Aktor

Hasil analisis kriteria aktor yang paling berpengaruh terhadap sistem manajemen rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul yaitu petani. Petani sebagai aktor paling penting karena dianggap mampu menyediakan produksi bawang merah yang berkualitas (skor 0,351).

3.3.3 Analisis Tujuan

Hasil analisis kriteria yang paling berpengaruh terhadap pembentukan skenario sistem manajemen rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul ialah peningkatan kesejahteraan petani. Berawal dari kriteria ini diharapkan petani mampu memenuhi kebutuhan bawang merah untuk masyarakat dengan bobot sebesar 0,412.

3.3.4 Analisis Alternatif Skenario

Hasil analisis kriteria yang berpengaruh terhadap sistem manajemen rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul yaitu

kemitraan atau kerjasama semua pihak. Kriteria ini dianggap sebagai paling penting terhadap sistem manajemen rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul dengan bobot sebesar 0,418.

Penentuan indikator hierarki memiliki empat tingkatan yaitu faktor, aktor, tujuan, alternatif skenario (Saaty, 1991). Dalam membentuk alternatif skenario rantai pasok, maka perlu dipertimbangkan bahwa anggota rantai pasok memiliki tujuan yang berbeda. Berdasarkan alternatif skenario ini, diharapkan semua anggota rantai pasok dapat mencapai tujuan yang maksimal dengan berbagai keuntungan.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa menurut penilaian para *stakeholder* kriteria *trust building* sebagai faktor penting dalam meningkatkan efisiensi rantai pasokan bawang merah. Dalam pembentukan alternatif skenario, kriteria kemitraan atau bekerjasama dengan semua pihak menjadi skenario paling penting untuk diterapkan. Kriteria dan indikator kinerja lainnya juga harus tetap dikombinasikan untuk mendukung kemampuan rantai pasokan yang berdaya saing (Oktaviana, 2015)

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa :

Pertama, terdapat 3 saluran rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul, saluran I (petani - pedagang besar lokal - pengecer lokal - konsumen), saluran II (petani - pedagang pengumpul - pedagang besar lokal - pengecer lokal - konsumen), saluran III (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar non local-pengecer non local-konsumen). Saluran rantai pasok terbaik terdapat pada saluran I yaitu memiliki margin pemasaran terkecil (Rp3.500,00) dengan *farmer's share* terbesar (84 persen).

Kedua, berdasarkan analisis AHP dalam pembentukan skenario manajemen rantai pasok yang efisien, faktor *trust building* sebagai faktor utama dan prioritas kemitraan atau kerjasama semua pihak sebagai skenario paling penting untuk diterapkan dengan bobot 0,418.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Dinas Pertanian Kabupaten Bantul, atas izin pelaksanaan dan penulisan naskah ini. Terima kasih diucapkan kepada segenap petani, pedagang bawang merah di Kabupaten Bantul yang telah membantu kerjasama dalam pengumpulan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, O. I., P. James, & K. Nduro. 2015. Significance of Actors in the Maize Supply Chain for Senior High Schools in Kumasi. *European Journal of Logistics, Purchasing and Supply Chain Management*. 3 (5):1–17.
- Asmarantaka, R.W. 2014. *Pemasaran Agribisnis*. IPB Press: Indonesia.
- Bantul dalam Angka. 2018. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul. Bantul : BPS.
- Coughlan, A. T., E. Anderson, L. W. Stern, and A. I. El-Ansary. 2006. *Marketing Channel, 7th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Dahl, D.C., and J.W. Hammond. 1977. *Market and Price Analysis the Agricultural Industries*. New York (US): McGraw-Hill Book Company.
- Emmam, A.A. 2011. Evaluating Marketing Efficiency of Tomato in Khartoum State Sudan. *Journal of Agriculture and Social Science*. 7(1):21–24.
- Hanafie, R. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Andi Yogyakarta. Yogyakarta.
- Kementerian Pertanian. 2015. Rencana Strategis Kementerian Pertanian 2015-2019. Artikel [Internet]. Tersedia dari: <http://sakip.pertanian.go.id/admin/file/RENSTRA>. [diunduh 25 Oktober 2018].
- Kohls, R.L., J.N. Uhl. 2002. *Marketing of agricultural products*. New Jersey (US): Prentice-Hall, Inc.
- Kurniaty, R. M., M. F. Anas. dan M. Achmad Chozin. 2012. Daya Saing PT Benar Flora Utama Berdasarkan Aktivitas Rantai Nilai Florikultura. *Jurnal Manajemen & Agribisnis* 9(3):146–153.
- Marimin dan Maghfiroh. 2010. *Aplikasi Teknik pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok*. IPB Press: Bogor.
- Nagurney, A., A.H. Yu Min Masoumi, L.S. Nagurney. 2013. *Networks Against Time Supply Chain, Supply Chain Analytics For Perishable Products*. New York (US): Springer.
- National Research Council. 2006. *Nutrient Requirement of Sheep*. National Academy Press, Washington
- Nilawati, I. 2015. Analisis Pemasaran Tempe pada Industri Rumah Tangga “Multi Barokah” di Kota Palu. *Jurnal Agroteknis* 3(4): 498–506.
- Noemi, V. 2012. *Supply Chain The Characteristics Of The Supply Chain And The Members Relationship*. Prezis.
- Octaviana, P.L. 2015. Analisis Komparasi Usahatani Bawang Merah Dengan Sistem Tunda Jual dan Non Tunda Jual. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Popoko, S. 2013. Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Petani Kopra Di Kecamatan Tobelo Selatan Kabupaten Halmehara Utara. *Jurnal UNIERA* (2)2: ISSN 2086-0404.
- Pujawan, I. Y. 2005. *Supply Chain Management*. Guna Widya : Surabaya.
- Rahayu, E dan N. Berlian. 1998. *Bawang Merah*. Cetakan IV. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rosmawati, H. 2011. Analisa Efisiensi Pemasaran Pisang di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Agribisnis*. 3(5):1–9.
- Sari, S. W., R. Nurmawati., dan B. Setiawan. 2014. Efisiensi Kinerja Rantai Pasok Ikan Lele di Indramayu, Jawa Barat. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. 11(1):12–22.
- Saaty, T. L. 1991. *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin*. (Terjemahan). PT. Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta.
- Slamet, A.D., Marimin, A. Yandra, dan U. Faqih 2011. Studi Peningkatan Kinerja Manajemen Rantai Pasok Sayuran Dataran Tinggi di Jawa Barat. *Jurnal Agritech*. 31(1):60–70.
- Situmorang, T.S., Z. Alamsyah, dan S. Naenggolan. 2015. Analisis Efisiensi Pemasaran Sawi Manis

dengan Pendekatan Structure, Conduct and Performance (SCP) di Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis* 18(2):79–89.

Sucipta, I.M., I.W. Widia., dan I. M. Supartha Utama. 2016. Strategi Peningkatan Kinerja Manajemen Rantai Pasokan Jeruk Siam di Kelompok Tani Gunung Mekar Kabupaten Gianyar. *Jurnal BETA* 4(2):27–35.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. R&D*. Alfabeta. Bandung.

Sukenda dan Z.P. Afrizone.. 2011. *Sistem Pendukung Keputusan untuk Memilih Kendaraan Bekas dengan Menggunakan Metode Analitic Hierarchy Process (AHP)*. Penerbit Teknik Informatika. Universitas Widyatama.

Verma, V.K., and S.S. Jheeba. 2016. Marketing Cost and Prices Spread of Coriander in Kota District of Rajasthan. *International Journal Seed Spices*. 6(1):59–65.

Wahyuni, Erin dan Nurhadi. 2013. Strategi Pengembangan Industri Emping Melinjo di Desa Wirokerten Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul. *Jurnal Geo Edukasia* 2(4).

Widiastuti, N dan M. Harisuddin 2013. Saluran dan Margin Pemasaran Jagung di Kabupaten Grobogan. *SEPA*. 9(2):231–240.

BIODATA PENULIS :

Esthi Dwi Apurwanti dilahirkan di Bantul, 08 Februari 1992. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Pertanian Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta tahun 2014 dan S2 Agribisnis Universitas Sebelas Maret tahun 2019.

Endang Siti Rahayu dilahirkan di Magetan, 4 Januari 1957. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 di Program Studi Ilmu Pertanian, Universitas Sebelas Maret tahun 1982, pendidikan S2 di Program Studi Ilmu Pertanian, Universitas Gajah Mada dan pendidikan S3 di Program Studi Ekonomi Pertanian, Universitas Gajah Mada tahun 2008.

Heru Irianto dilahirkan di Surakarta, 14 Mei 1963. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas sebelas Maret tahun 1987, Pendidikan S2 di Universitas Brawijaya dan pendidikan S3 di Universitas Sebelas Maret tahun 2015.

Halaman ini sengaja dikosongkan