

## ANALISIS TATA NIAGA BAWANG MERAH DI KELURAHAN HARANGGAOL, KECAMATAN HARANGGAOL HORISON, KABUPATEN SIMALUNGUN

Roeskani Sinaga<sup>1</sup>, Wahyunita Sitinjak<sup>2</sup>, Romauli Simanjuntak<sup>3</sup>, Rowilman Purba<sup>4</sup>

<sup>1, 2,3</sup> Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Simalungun

<sup>4</sup>Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Simalungun

Email : [roeskani@gmail.com](mailto:roeskani@gmail.com)

**ABSTRAK :** Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) mendeskripsikan saluran tataniaga bawang merah dan fungsi-fungsi saluran tataniaga bawang merah di Kecamatan Haranggaol dan (2) menganalisis margin tataniaga dan efisiensi tataniaga bawang merah di Kecamatan Haranggaol. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder baik data yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Data primer diperoleh melalui observasi langsung di lapangan, wawancara langsung dan pengisian kuisioner yang diajukan kepada responden. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari kajian literatur dan instansi pemerintah lokal yang menyediakan informasi tentang lokasi dan kondisi wilayah penelitian, serta data tambahan dari berbagai dokumen fisik maupun digital. Analisis yang digunakan adalah analisis usahatani dan margin pemasaran bawang merah. Usahatani Bawang merah di Nagori pematang Haranggaol Horison memiliki pendapatan yang besar dan usaha layak dikembangkan karena hasil analisis R/C ratio adalah sebesar 3,22 yang artinya setiap pengeluaran sebesar Rp 1,00 akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp 3,22. Sistem Tataniaga bawang merah di Haranggaol melibatkan beberapa tahap dari petani hingga konsumen akhir. Proses ini melibatkan produksi, pengumpulan, distribusi, dan pemasaran. Saluran pemasaran di kecamatan Dolok Silau terbagi menjadi 3 Saluran pemasaran dengan melibatkan 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer yaitu: a) Saluran I : Petani ke Konsumen dan b) Saluran II : Petani ke Pedagang Pengumpul Desa ke Konsumen. Analisis efisiensi pada sistem tataniaga usahatani Bawang merah menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran I mendapatkan nilai EP 0%, sedangkan pada saluran pemasaran II mendapatkan nilai EP sebesar 15,94 %, sehingga dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran I yang petani menjual bawang merah langsung ke konsumen lebih efisien dibandingkan dengan petani yang menjual bawang merah ke pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer.

Kata Kunci : Tata Niaga, Bawang Merah, farmer's share, dan R/C ratio.

**Abstrac:** *The objectives of this study are (1) to describe the shallot trading channels and the functions of the shallot trading channels in Haranggaol District and (2) to analyze the trading margin and efficiency of shallot trading in Haranggaol District. The data used in this study consist of primary data and secondary data, both qualitative and quantitative data. Primary data were obtained through direct observation in the field, direct interviews and filling out questionnaires submitted to respondents. Meanwhile, secondary data were obtained from literature reviews and local government agencies that provide information about the location and conditions of the research area, as well as additional data from various physical and digital documents. The analysis used is the analysis of shallot farming and marketing margin. Shallot farming in Nagori Pematang Haranggaol Horison has a large income and the business is feasible to be developed because the results of the R/C ratio analysis are 3.22, which means that every expenditure of Rp1.00 will get an income of Rp3.22. The shallot trading system in Haranggaol involves several stages from farmers to end consumers. This process involves production, collection, distribution, and marketing. Marketing channels in Dolok Silau sub-district are divided into 3 marketing channels involving 2 marketing institutions, namely village collectors and retailers, namely: a) Channel I: Farmers to Consumers and b) Channel II: Farmers to Village Collectors to Consumers. Efficiency analysis of the shallot farming business trading system shows that in marketing channel I the EP value is 0%, while in marketing channel II the EP value is 15.94%, so it can be said that marketing channel I where farmers sell shallots directly to consumers is more efficient compared to farmers who sell shallots to village collectors and retailers.*

*Keywords: supply chain, Farmer's share, union, and R/C ratio*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Petani sering dihadapkan dengan permasalahan pemasaran produk pertanian terlebih dengan produk cepat membusuk. Harga produk pertanian mengalami fluktuasi karena karakteristik produk pertanian bersifat musim sehingga ada ketidakpastian permintaan pasar atau produksi. Kepastian pasar dan harga sebelum kegiatan usahatani berjalan akan menguntungkan posisi petani yang produksinya cepat rusak.

Bawang merupakan produk bahan pangan yang mengalami fluktuasi harga. Petani Indonesia harus upgrade dan melek terhadap teknologi dalam kegiatan usahatannya guna meningkatkan produktivitas. Sumatera utara adalah penghasil bawang di Indonesia. Tanaman bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) merupakan tanaman hortikultura yang paling potensial memberikan keuntungan bagi petani dibanding tanaman hortikultura lainnya karena permintaan akan bawang merah yang cenderung meningkat dan budidaya bawang merah yang dapat diusahakan pada lahan yang sempit. Salah satu bumbu dapur dan bumbu pelengkap masakan oleh masyarakat Indonesia adalah bawang merah.

Permintaan terhadap komoditi bawang merah akan terus meningkat sejalan dengan kenaikan jumlah penduduk, kenaikan tingkat pendapatan, dan kesadaran masyarakat akan pentingnya Kesehatan. Bawang merah memiliki berbagai manfaat yang melampaui. Bawang merah memiliki berbagai manfaat yang melampaui perannya sebagai bumbu makanan (Rismawan et al., 2019).

Bawang merah (*Allium ascalonicum*, L) sering disebut dengan shallot (di dunia internasional), bawang merah masuk kedalam kelompok sayuran rempah atau hortikultura (Widians et al., 2019). Komoditi bawang merah memiliki

nilai jual yang tinggi di pasaran. Kondisi permintaan yang tinggi mendorong petani harus meningkatkan produksi bawang merah di sentra produksi. Kecamatan dikabupaten Simalungun yang dulunya sentra penghasil bawang adalah daerah haranggaol. Seiring dengan perkembangan teknologi dan adopsi bibit unggul beberapa kecamatan di daerah penghasil bawang selain haranggaol adalah kecamatan Pamatang silimahuta, Purba, dolok pardamean, silimakuta, Dolog Masagal, Dolog Silau, Dolok Panribuan, Pamatang Sidamanik, Girsang Simpangan Bolon, Raya, Panombeian, Dolok Panribuan, dan Sidamanik (Tabel 1).

Kecamatan haranggaol terkenal dengan daerah penghasil bawang di kabupaten Simalungun dan Komoditi adalah bawang merah. Harga bawang merah haranggaol lebih tinggi dibandingkan dengan harga bawang merah dari kecamatan lainnya di kabupaten Simalungun. Perbedaan harga tersebut di akibatkan oleh perbedaan karakteristik bawang merah antara setiap kecamatan dimana daya simpan bawang merah dari haranggaol lebih lama dibandingkan dengan daya simpan bawang lain. Beberapa lembaga pemasaran terlibat dalam pemasaran bawang merah tersebut maka perlu di lakukan penelitian dengan judul “**Analisis Tata Niaga Bawang Merah Di Kelurahan Haranggaol, Kecamatan Haranggaol Horison, Kabupaten Simalungun**”.

Margin harga dipengaruhi oleh jumlah pelaku pemasaran atau lembaga pemasaran suatu produk atau komoditi. Jika pelaku pemasaran atau lembaga pemasaran banyak yang terlibat dalam tataniaga ini akan menimbulkan margin tata niaga semakin besar. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan berpengaruh terhadap harga yang diterima oleh petani produsen dan harga yang dibayarkan konsumen akhir. Semakin banyak saluran pemasaran akan

menimbulkan semakin besar perbedaan harga antara petani produsen dengan konsumen akhir. Saluran tataniaga dapat menggambarkan rentang harga yang terbentuk (margin tataniaga), keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing lembaga tataniaga, dan mengetahui saluran tataniaga yang efisien dalam tataniaga bawang merah di Kecamatan Haranggaol.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang maka tujuan dari penelitian adalah:

1. Mendeskripsikan saluran tataniaga bawang merah dan fungsi-fungsi saluran tataniaga bawang merah di Kecamatan Haranggaol.
2. Menganalisis margin tataniaga dan efisiensi tataniaga bawang merah di Kecamatan Haranggaol.

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kelurahan Haranggaol, Kecamatan Haranggaol, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) karena merupakan sentra produksi bawang merah di Kabupaten Simalungun. Selain itu, Daerah ini juga memiliki potensi besar untuk membudidayakan bawang merah. Waktu pengumpulan data dilaksanakan bulan April hingga Mei 2025.

### Populasi, Sampel dan Ukuran Sampel

Metode penentuan lokasi penelitian adalah *purposive*. Pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling* dengan jumlah 20 petani bawang merah, 2 pedagang pengumpul, 8 pedagang besar dan 9 pedagang pengecer. Populasi petani bawang didaerah penelitian adalah 37 orang.

### Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder baik data yang bersifat

kualitatif maupun kuantitatif. Data primer diperoleh melalui observasi langsung di lapangan, wawancara langsung dan pengisian kuisioner yang diajukan kepada responden. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari kajian literatur dan instansi pemerintah lokal yang menyediakan informasi tentang lokasi dan kondisi wilayah penelitian, serta data tambahan dari berbagai dokumen fisik maupun digital.

Data dan informasi yang diperoleh dari hasil penelitian dikumpulkan dan selanjutnya diolah untuk dilakukan analisis lebih lanjut. Pengolah data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menganalisis dua kelompok yaitu petani bawang merah dan pelaku pemasaran bawang merah.

### Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah

#### Analisis Biaya

Untuk menghitung besarnya biaya total (*total cost*) diperoleh dengan cara menjumlahkan biaya variabel (*variabel cost*) dengan biaya tetap (*fixed cost*). Biaya yang dikeluarkan oleh seorang petani dalam proses produksi serta membawanya menjadi produk disebut biaya produksi, dan dapat dihitung dengan rumus (Hernanto, 1989):

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = Biaya total

FC = Total biaya tetap

VC = Total biaya variabel

#### Analisis Penerimaan

Menurut Suratiah (2015), secara umum perhitungan penerimaan total (*Total Revenue/TR*) adalah perkalian antara jumlah produksi (Y) dengan harga jual (Py) dan dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$TR = Y.Py$$

Dimana :

TR = Penerimaan total

Y = Produksi yang diperoleh

Py = Harga satuan Produk

### Analisis Pendapatan

Pendapatan yaitu selisih antara penerimaan dan total biaya, dinyatakan dengan rumus :

$$\pi = TR - TC$$

dimana :

$\pi$  = Pendapatan

TR = Penerimaan total

TC = Biaya total

### Revenue Cost Ratio (R/C)

Revenue Cost Ratio (R/C) yaitu perbandingan atau rasio dari total penerimaan dengan total biaya Untuk mengetahui layak tidaknya suatu bisnis, digunakan rumus R/C ratio yaitu dengan cara membandingkan tingkat pendapatan yang diperoleh dengan modal yang harus dikeluarkan(Sajari, 2017).

Layak tidaknya bisnis, biasanya dihitung dengan standar R/C rasion > 1 dan dihitung menggunakan rumus :

$$R/C = \frac{\text{Total penerimaan}}{\text{Biaya total}}$$

Maka analisis kelayakan dari R/C ratio adalah:

R/C > 1 = layak / untung

R/C = 1 = BEP

R/C < 1 = Tidak Layak/ Rugi

### Fungsi Lembaga Tataniaga

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui lembaga-lembaga tataniaga yang melakukan fungsi-fungsi tataniaga, baik fungsi pertukaran, fungsi fisik, maupun fungsi fasilitas. Lembaga-lembaga ini melakukan pengangkutan barang dari tingkat produsen sampai tingkat konsumen, juga berfungsi sebagai sumber informasi pasar. Analisis fungsi-fungsi tataniaga diperlukan antara lain untuk mengetahui fungsi-fungsi atau kegiatan yang dilakukan oleh setiap lembaga tataniaga yang terlibat serta mengetahui kebutuhan biaya dan fasilitas yang dibutuhkan.

### Analisis Rantai tata Niaga

Analisis rantai tata niaga bawang merah dengan mengkaji peran petani sebagai produsen, lembaga-lembaga tata

niaga yang terlibat, hingga sampai ke konsumen akhir. Alur tata niaga ini menjadi dasar untuk merancang pola rantai tata niaga. Setiap jalur tata niaga yang berbeda akan menciptakan pola yang juga berbeda, yang bisa dilihat dari pendapatan dan keuntungan yang dihasilkan pada setiap jalur tersebut. Dalam tata niaga, terdapat rangkaian fungsi yang mendukung perpindahan produk dari tahap produksi awal hingga sampai ke konsumen akhir. Analisis rantai tata niaga ini mencakup tiga fungsi utama, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran melibatkan aktivitas peralihan kepemilikan atas barang atau jasa, termasuk proses pembelian, penjualan, serta pengumpulan. Fungsi fisik berhubungan dengan aktivitas penanganan, pergerakan, dan transformasi fisik komoditas, seperti penyimpanan, transportasi, dan pengolahan. Sementara itu, fungsi fasilitas bertindak sebagai pendukung yang mempermudah pelaksanaan fungsi pertukaran dan fisik, termasuk di dalamnya kegiatan standarisasi, pembiayaan, pengelolaan risiko, dan fungsi intelijen tata niaga yang meliputi pengumpulan, interpretasi, dan distribusi informasi pasar.

### Analisis Struktur dan Perilaku Pasar

Penelitian ini turut melibatkan berbagai lembaga yang berperan dalam sistem pemasaran bawang merah. Pemilihan sampel dengan metode sensus, di mana responden ditentukan berdasarkan rekomendasi dari petani bawang merah yang telah diwawancarai sebelumnya. Jalur pemasaran kemudian ditelusuri hingga ke konsumen akhir. Perhitungan margin tata niaga secara sistematis dapat dilihat sebagai berikut (Saefullah et al., 2018):

$$M_i = P_{ji} - P_{bi}$$

$$M_i = C_i + \pi_i$$

$$P_{ji} - P_{bi} = C_i + \pi_i$$

$$\pi_i = P_{ji} - P_{bi} - C_i$$

$$MT = \sum M_i$$

Dimana:

MT = marjin total

Pji = Harga jual untuk lembaga tata niaga ke-i (Rp)

Pbi = Harga beli untuk lembaga tata niaga ke-i (Rp)

Ci = Biaya yang dikeluarkan lembaga tata niaga pada tingkat ke-i

$\pi_i$  = Keuntungan yang diperoleh lembaga tata niaga pada tingkat ke-i

Mi = Margin pemasaran tingkat lembaga ke-i, dimana  $i= 1,2,3,\dots,n$

Selain menggunakan perhitungan margin, Tingkat efisiensi juga dapat dinilai dengan membandingkan laba terhadap biaya. Dengan menganalisis margin serta rasio laba terhadap biaya, dapat ditentukan apakah saluran pemasaran bawang merah telah beroperasi secara efisien atau belum efisien.

$$farmer's\ share = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Dimana :

Pr = Harga yang dibayar konsumen akhir (Rp)

Pf = Harga pada tingkat petani produsen (Rp)

Efisiensi dalam tata niaga dapat dinilai dengan melihat distribusi nilai rasio keuntungan dan biaya secara merata di seluruh lembaga tata niaga yang terlibat dalam saluran tersebut. Adapun rumus yang untuk menentukan rasio keuntungan terhadap biaya pada masing-masing lembaga tata niaga adalah:

$$Rasio\ keuntungan\ dan\ biaya = \frac{Li}{Ci}$$

Dimana :

Li = Keuntungan lembaga tata niaga (Rp/buah)

Ci = Biaya lembaga tata niaga (Rp/buah)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Umur, pendidikan, pengalaman, luas lahan, jumlah tanggungan keluarga, konsumsi media, kontak dengan penyuluh, pengambilan keputusan, akses ekonomi,

akses kredit, produksi dan pendapat akan mempengaruhi kemampuan petani (Hidayat et al., 2023).

Karakteristik petani responden dalam penelitian memiliki beberapa kriteria yang masuk dalam karakteristik responden yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman bertani dengan keterangan sebagai berikut:

**Tabel 1. Usia Petani Responden**

No	Usia Responden (thn)	Bawang merah	
		Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	< 40	3	15,00
2	41 – 49	7	35,00
3	50 – 59	8	40,00
4	> 60	2	10,00
Jumlah		20	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Pada tabel diatas, terlihat data usia para petani yang menjadi responden dalam penelitian ini, petani responden memiliki interval usia mulai dari usia 40 - 60 tahun, dimana petani yang berada pada usia 50 - 59 tahun memiliki jumlah terbanyak yg menjadi bagian dari petani responden sebanyak 8 jiwa dengan persentase sebesar 40,00%. Penduduk usia matang akan pengalaman dan tenaga masih dimungkinkan untuk meningkatkan ketrampilan dan menambah pengetahuan dalam mengelola teknologi baru untuk memajukan usahatani Bawang merah (Hidayat et al., 2023).

Pada usia petani responden tergolong dalam usia produktif (15-64 tahun) ini menandakan bagaimana mereka sudah memiliki pemahaman yang baik pada usahatani Bawang merah yang sedang mereka jalankan.

**Tabel 2. Jenis Kelamin Petani Responden**

No	Jenis Kelamin	Bawang merah (jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	18	90,00
2	Perempuan	2	10,00
	Jumlah	20	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Pada tabel 2, terlihat data jenis kelamin petani yang menjadi responden dalam penelitian ini, petani responden didominasi oleh berjenis kelamin laki-laki dengan perbandingan 18 jiwa dengan persentase 90,00% untuk jenis kelamin laki-laki sedangkan perempuan 2 jiwa dengan persentase sebesar 10,00 %. Peranan laki-laki dalam usahatani sangat dibutuhkan, dan beberapa usahatani membutuhkan laki-laki dalam manajemen kegiatan usahatani (Mulyaningsih et al., 2018). Pendidikan terakhir yang diraih oleh petani responden dalam penelitian ini, petani responden dengan pendidikan terakhir SMA/STM memiliki jumlah terbanyak dengan 13 jiwa atau dengan persentase sebesar 65,00 % dari jumlah keseluruhan responden. Faktor pendidikan juga mempengaruhi kemampuan petani dalam manajemen usahatani.

Pada lokasi penelitian masyarakat yang memiliki tamatan D3 keatas lebih memilih mencari pekerjaan sebagai ASN dan bekerja diluar daerah dari pada menjadi petani di Kecamatan Haranggaol Horison, ini dikarenakan sudah menjadi tujuan hidup yang telah ditanamkan oleh kebanyakan keluarga yang mampu menyekolahkan anggota keluarga sampai di jenjang sarjana untuk dapat memperbaiki taraf kehidupan bagian finansial keluarga mereka.

Jumlah anggota keluarga yang dimiliki oleh petani responden dalam penelitian ini, petani responden dengan jumlah anggota keluarga sebanyak > 2 orang anak memiliki persentase sebesar 95,00% dari jumlah keseluruhan responden. Rata-rata jumlah anggota

keluarga yang ditanggung oleh petani adalah 2-12 jiwa.

Pengalaman bertani yang dilalui oleh petani responden dalam penelitian ini, petani responden dengan pengalaman bertani < 10 tahun adalah 0 petani (0,00%), pengalaman usahatani tani bawang merah yang paling tinggi berada antara 20 – 30 tahun yaitu 9 orang (45,00%). Pengalaman usahatani mempengaruhi kemampuan dari petani untuk mengelola satu usahatani (Alhasany & Fatimah, 2022) .

### **Analisis Usahatani Bawang merah Biaya Produksi**

Biaya produksi adalah korbanan yang perlu dilakukan oleh petani untuk memperoleh input produksi yang akan di gunakan dalam mengeloah usahatani untuk menghasilkan output produksi. Biaya produksi untuk penelitian ini terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap selama waktu satu musim tanam. Berikut dijabarkan dalam usahatani Bawang merah.

#### **a. Biaya tetap**

Biaya tetap merupakan biaya yang dikeluarkan petani untuk sarana produksi dan berkali digunakan. Komponen biaya tetap yang dikeluarkan pada usahatani Bawang merah adalah penyusutan peralatan (cangku dan garpu) yaitu Rp.23.344,00/musim/usahatani atau Rp 74.343,00/musim/ha. Biaya tidak tetap merupakan biaya yang habis dalam masa satu kali produksi. Total biaya tetap yang dikeluarkan oleh petani permusimnya adalah Rp 23.344,00/musim/UT, dimana biaya tersebut terdiri dari biaya penyusutan peralatan cangkul 17.063,00/UT dan garpu Rp 6.281,00/UT.

#### **b. Biaya tidak Tetap**

Komponen biaya tidak tetap yang dikeluarkan pada usahatani Bawang merah antara lain biaya benih, pupuk, pestisida, dan tenaga kerja. Berikut dijelaskan komponen biaya variabel yang di keluarkan oleh petani:

### 1) Benih

Para petani menggunakan benih Bawang merah yang dibeli dan hasil produksi sendiri (bibit sendiri). Jenis bawang merah di tanam adalah bawang kapur, bawang padang, dan bawang maja cipanas. Harga bibit bawang bervariasi ada harga Rp 35.000,00/kg, ada Rp 28.000,00/kg. Rata-rata penggunaan bibit adalah 60 kg/UT atau 191,08 kg/hektar. Harga bibit bawang merah adalah Rp 32.350,00/kg maka biaya bibit adalah sebesar Rp 1.968.750,00/UT atau Rp 6.269.904,00/Hektar. Di daerah penelitian, petani Bawang merah melakukan penanaman bawang merah bisa sampai 3 kali dalam setahun. Umur bawang merah adalah rata-rata 65 hari. Sebelum melakukan penanaman, petani di daerah penelitian melakukan pengolahan lahan terlebih dahulu.

### 2) Pupuk

Sebagai bahan memperbaiki unsur hara petani menggunakan pupuk kompos setelah lahan diolah. Penggunaan kompos tersebut menimbulkan biaya pupuk kompos sebesar Rp 288.000,00/UT atau Rp 917.197,00/Hektar. Pemupukan kimia pertama kali dilakukan setelah tanaman berumur 7 hari dan selanjutnya setelah tanaman berumur 20 hari. Jumlah biaya pupuk kimia dan kompos yaitu Rp 736.300,00/UT atau Rp 2.344.904,00/Hektar.

### 3) Pestisida

Usahatani Bawang merah memerlukan pestisida untuk membasmi hama, penyakit dan gulma. Jenis hama penyakit dan gulma Bawang merah di lokasi penelitian adalah ulat dan kutu-kutuan. Pengendalian yang dilakukan adalah dengan menyemprot beberapa jenis pestisida yaitu ricard, antrakol, prevatum dan alika yang disemprotkan pada pagi hari. Total biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk pembelian pestisida adalah sebesar Rp. 521.400,00/Usahatani atau Rp 1.660.510/hektar.

### 4) Tenaga Kerja

Tenaga kerja dibedakan menjadi dua, yaitu tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga. Tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang penting dalam usahatani karena merupakan penunjang terhadap keberlangsungan usahatani itu sendiri. Dalam penelitian ini tenaga kerja di bedakan antara tenaga kerja wanita dan pria. Upah tenaga kerja pria yaitu Rp 100.000,00/HOK/hari sedangkan upah tenaga kerja wanita Rp 100.000,00/HOK/Hari. Dalam penelitian ini terdapat beberapa kegiatan usahatani yaitu persiapan lahan, penanaman, perawatan, pemupukan, pengendalian hama dan penyakit, dan pemanenan. Total biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja adalah Rp 1.955.000/UT atau Rp 6.22.115,00/hektar.

#### c. Total biaya

Setelah didapatkan jumlah biaya tetap dan biaya tidak tetap, penjumlahan biaya tersebut menjadi biaya produksi usahatani Bawang merah yang rata-rata biaya produksi dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat total biaya usahatani Bawang merah permusimnya adalah sebesar Rp. 5.204.794,00/UT atau Rp 16.575.777,00/ha. Dimana komponen biaya pengeluaran terbesar yang dikeluarkan oleh petani adalah biaya upah.

**Tabel 3. Total biaya usahatani permusim**

No	Jenis biaya	Nilai (Rp/UT)	Nilai (Rp/Ha)
1	Biaya tetap	23.344	74.343
2	Penyusutan peralatan		
	Biaya tidak tetap	1.968.750	6.269.904
	Bibit	736.300	2.344.904
	Pupuk	521.400	1.660.510
	Pestisida	1.955.000	6.226.115
	Tenaga kerja		
Total		5.204.794	16.575.777

Sumber: data primer diolah, 2025

**d. Penerimaan dan Pendapatan Usahatani Bawang merah**

Penerimaan usahatani Bawang merah diperoleh dari total produksi di kali dengan harga Bawang merah yang diterima oleh petani. Sedangkan pendapatan usahatani Bawang merah diperoleh dari selisih antara penerimaan dan biaya total usahatani Bawang merah yang dikeluarkan selama berusahatani. Total penerimaan diperoleh dari perkalian produksi dengan harga/buah.

Pada table 4 menunjukkan nilai rata-rata penerimaan didapat dari perkalian produksi Bawang merah dengan harga/buah petani responden pada usahatani Bawang merah sebesar Rp56.459.395 usahatani /ha. Nilai rata-rata pendapatan responden petani Bawang merah di Kecamatan Haranggaol Horison sebesar Rp 12.523.456/usahatani.

**Tabel 4. Rata-Rata Penerimaan, dan Pendapatan Petani Bawang merah**

No	Uraian	Jmlh/UT	Jmlh /ha
1	Penerimaan		
	Produksi	702	2.235
	Harga Per kg	25.150	25.150
	<b>Total Penerimaan</b>	17.728.250	56.459.395
2	<b>Biaya Total</b>	5.204.794	16.575.777
3	<b>Pendapatan</b>	12.523.456	39.883.618

Sumber: Data Primer diolah, 2025

**e. Kelayakan Usahatani Bawang merah**

R/C ratio digunakan untuk mengetahui usahatani Bawang merah layak atau tidak. Nilai R/C Ratio pada usahatani Bawang merah dapat diperoleh dari pembagian antara total penerimaan dengan biaya total.

**Tabel 5 . Nilai R/C Ratio pada usahatani Bawang merah**

No	Uraian	Nilai
1	Penerimaan (R)	17.728.250
2	Biaya ( C )	5.204.794
3	R/C ratio	3,22

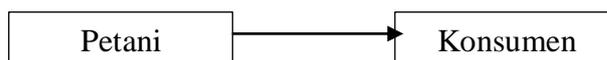
Sumber: Data Primer diolah, 2025

Tabel diatas didapatkan nilai rata-rata R/C sebesar 3,22 artinya setiap pengeluaran biaya produksi sebesar Rp1 akan menghasilkan pendapatan sebesar Rp 3,22. Berdasarkan ketentuan analisis kelayakan dari R/C ratio, nilai rata-rata R/C yang didapatkan petani responden sebesar R/C > 2, maka usahatani Bawang merah dalam keadaan untung dan layak dikembangkan.

**Analisis Saluran Pemasaran Bawang merah**

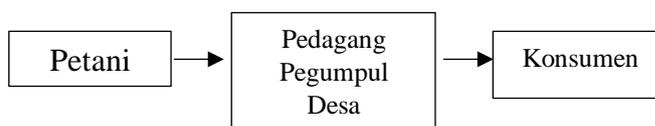
Hasil penelitian didapatkan bahwa terdapat dua pola saluran pemasaran pada komoditas bawang merah di Kecamatan Haranggaol Horison Kabupaten Simalungun, adapun pola pemasaran adalah sebagai berikut:

**a. Saluran Pemasaran I**



Pada pola pemasaran I Usahatani bawang merah di Kecamatan Haranggaol Horison Kabupaten Simalungun melibatkan lembaga pemasaran, petani dan konsumen. Pada pola pemasaran ini penentuan harga terjadi pada petani. Namun pola ini berjalan hanya pada sebagian kecil petani. Pada pola ini hanya beberapa petani yang membuat pondok kecil untuk memasarkan hasil produksi bawang merah nya di pinggir jalan.

**b. Saluran Pemasaran II**



Pada pola pemasaran II Usahatani bawang merah di Kecamatan Haranggaol Horison Kabupaten Simalungun melibatkan 3 lembaga pemasaran, petani menjual produksinya ke pedagang pengumpul di desa, kemudian pedagang pengumpul desa menjual barang ke konsumen.

**Fungsi Tata Niaga Bawang merah**

Sasaran akhir dalam setiap usaha tataniaga adalah untuk menempatkan produk ke tangan konsumen. Oleh karena

itu, dalam menjalankan kegiatan pemasaran, lembaga pemasaran perlu berpedoman pada kegiatan pokok atau prinsip prinsip pemasaran.

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bawang merah di Kecamatan Haranggaol Horison yaitu pedagang pengumpul desa, dan pedagang pengecer. Adapun berbagai fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran tersebut disajikan pada tabel 4.

**Tabel 6. Fungsi Tataniaga saluran pemasaran bawang merang di Haranggaol Horison**

No	Fungsi Pemasaran	Saluran II		Saluran III	
		Pengumpul Desa	Pengumpul Desa	Pengumpul Desa	Pengecer
A	Fungsi <i>Grading</i>	√	√	√	√
B	Fungsi Pengolahan	-	-	-	-
C	Fungsi Penyimpanan	√	√	-	-
D	Fungsi Pengangkutan	√	√	√	√
E	Fungsi Infrastruktur	-	-	-	-
F	Fungsi Informasi Pasar	√	√	-	-
G	Fungsi Pengemasan	-	-	-	-
H	Fungsi Pelatihan Pemasaran	-	-	-	-
I	Fungsi Pengetahuan Lingkungan	-	-	-	-

A. Fungsi *Grading*  
Fungsi *grading* untuk memisahkan jenis bawang merah yang lebih besar dengan yang kecil.

B. Fungsi Penyimpanan  
Fungsi penyimpanan diperlukan jika produk membutuhkan tempat penyimpanan. Fungsi penyimpanan dilakukan agar bawang merah yang disalurkan dapat bertahan sampai kepada konsumen, dalam proses ini bawang merah disimpan di ruangan kering.

C. Fungsi Pengangkutan  
Fungsi Pengangkutan adalah proses pemindahan produk dari satu titik ke titik lainnya. Pada proses pengangkutan dalam saluran pemasaran II , Pedagang

pengumpul desa membeli bawang merah dari petani kemudian di salurkan kepada konsumen. Pada saluran III pedagang pengecer membeli bawang merah dari pedagang pengumpul desa di kecamatan Haranggaol Horison yang akan didistribusikan kepada konsumen. Adapun lingkup wilayah pedagang pengecer dalam mendistribusikan bawang merah yaitu meliputi wilayah medan, galang dan tebing tinggi.

D. Fungsi Informasi Pasar  
Fungsi informasi pasar terkait dengan sistem informasi pemasaran yang tersedia pada pasar pertanian meliputi jumlah permintaan, penawaran, dan harga yang berlaku. Pada saluran Pemasaran II

dan III, lembaga yang melakukan fungsi informasi pasar yaitu pedagang pengumpul desa. Sedangkan pedagang pengecer pada saluran III tidak melakukan fungsi informasi pasar, karena segala informasi pasar meliputi jumlah kebutuhan bawang merah dan harga yang berlaku diberikan oleh pedagang pengumpul desa.

### **Analisis Tata Niaga Bawang merah**

#### **a. Analisis Margin Tataniaga**

Pada tabel 6 menunjukkan bahwa ada dua pola saluran pemasaran yang terjadi pada analisis pemasaran usahatani Bawang merah di Kecamatan Haranggaol Horison, untuk saluran I melibatkan Petani dan konsumen sehingga tidak terdapat margin pemasaran dan biaya pemasaran.

Untuk saluran II melibatkan Petani, pedagang pengumpul desa, pedagang pengecer dan konsumen sehingga terdapat margin pemasaran sebesar Rp 14.850/kg, total biaya pemasaran sebesar Rp2.000/kg dan total keuntungan sebesar Rp12.850/kg.

#### **b. Analisis *Farmer's Share***

Pada table 5 pola saluran pemasaran I nilai *farmer share* 100%, ini dikarena hanya melibatkan petani dan konsumen dalam aliran pemasaran bawang merah yang terjadi.

Pada pola pemasaran saluran II nilai *farmer share* sebesar 62,88%, nilai *farmer share* berkurang dikarenakan sudah ada lembaga pemasaran pedagang pengumpul desa yang menjadi jembatan dalam memasarkan bawang merah kepada konsumen.

### **Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang merah**

Berdasarkan efisiensi pemasaran dibawah ini saluran pemasaran I mendapatkan nilai EP 0%, sedangkan pada saluran pemasaran II mendapatkan nilai EP sebesar 15,94 % sehingga dapat dikatakan bahwa efisiensi pemasaran terjadi pada saluran pemasaran I.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

- 1) Usahatani Bawang merah di Nagori pematang Haranggaol Horison memiliki pendapatan yang besar dan usaha layak dikembangkan karena hasil analisis R/C ratio adalah sebesar 3,22 yang artinya setiap pengeluaran sebesar Rp 1,00 akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp 3,22.
- 2) Sistem Tataniaga bawang merah di Haranggaol melibatkan beberapa tahap dari petani hingga konsumen akhir. Proses ini melibatkan produksi, pengumpulan, distribusi, dan pemasaran. Saluran pemasaran di kecamatan haranggaol terbagi menjadi 2 Saluran pemasaran dengan melibatkan 3 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer yaitu :
  - a) Saluran I : Petani → Konsumen
  - b) Saluran II : Petani → Pedagang → Pengumpul Desa → Konsumen
- 3) Analisis efesiensi pada sistem tataniaga usahatani Bawang Merah menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran I mendapatkan nilai EP 0%, sedangkan pada saluran pemasaran II mendapatkan nilai EP sebesar 15,94 %, sehingga dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran I yang petani menjual bawang merah langsung ke konsumen lebih efisien dibandingkan dengan petani yang menjual bawang merah ke pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer.

### **Saran**

- 1) Untuk Petani Responden : Sebaiknya lebih banyak belajar akan konsep pertanian yang efisien dalam penggunaan sarana produksi agar dapat meningkatkan pendapatan yang optimal.

- 2) Untuk pemerintah setempat : agar lebih konsisten dalam memberikan pendampingan kepada para petani agar dapat memaksimalkan dalam menjalankan usahatani.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, F., & Hermanto, B. (2022). Analisis Biaya Produksi dan Pendapatan Usaha Kacang Asin Di Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang. *ATHA Jurnal Ilmu Pertanian*, 1(2), 59–62.
- Alhasany, P. F., & Fatimah, S. (2022). Komunikasi Risiko Usahatani Kentang di Luar Daerah Sentra Produksi (Studi Kasus Kelompok Tani Palintang Jaya Desa Cipanjalu Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung). *Agrikultura*, 33(2), 147–160.
- Badan Pusat Statistik Simalungun. (2024a). *Kecamatan Panei dalam Angka 2024* (Vol. 41).
- Badan Pusat Statistik Simalungun. (2024b). *Kecamatan Purba dalam Angka tahun 2024*.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2024). Simalungun dalam angka Tahun 2025. In *BPS* (Vol. 1, Issue 1).
- Brahmantlyo, A., & Sukanto, A. (2014). *Tataniaga Bawang merah. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1–15.
- Fatimah, A. (2015). *Analisis Biaya Transaksi Tataniaga Bawang Merah Kabupaten Brebes Provinsi Jawa Tengah*. Universitas Gadjah Mada.
- Fikri, M. R., Pusvita, E., & Gibraldi. (2023). Analisis Tata Niaga Bawang Merah di Desa Sidomulyo Kecamatan Belitang Kabupaten Oku Utara. *Agroinfo Galuh*, 10(3), 1786–1799.
- Handayani, W. A., Tedjaningsih, T., & Rofatin, B. (2019). Peran kelompok tani dalam meningkatkan produktivitas usahatani padi. *Jurnal Agristan*, 1(2).
- Hernanto, F. (1989). *Ilmu Usaha Tani*, Penebar Swadaya Jakarta., 1991. *Ilmu Usaha Tani Cetakan Kedua*, Penebar Swadaya Jakarta.
- Hernanto, F. (2022). *Ilmu Usahatani*.
- Hidayat, S., Sulaiman, A. I., & Sari, L. K. (2023). Peran Kelompok Tani dalam Penerapan Prohta, Padi IP 400 di Kabupaten Cilacap. *Jurnal Ekonomi Dan Agribisnis (JEPA)*, 7(2), 705–720.
- Immanuella, B. D. U., & Tinaprilla, N. (2023). Analisis Efisiensi Tataniaga Bawang Merah Di Kecamatan Wanasari Kabupaten Brebes Jawa Tengah. *Risalah Kebijakan Pertanian Dan Lingkungan Rumusan Kajian Strategis Bidang Pertanian Dan Lingkungan*, 10(1), 34–46. <https://doi.org/10.29244/jkebijakan.v10i1.34845>
- Mulyaningsih, A., Hubeis, A. V. S., Sadono, D., & Susanto, D. (2018). Partisipasi petani pada usahatani padi, jagung, dan kedelai perspektif gender. *Jurnal Penyuluhan*, 14(1), 145–158.
- Nurlaela, E., PI, S., Pi, M., Sudrajat, D., Pi, A., & Ap, M. (2024). *Tata Niaga Hasil Perikanan*. Penerbit P4I.
- Purba, J. A. (2019). *Analisis Tataniaga dan Disparitas Harga Bawang Merah di Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara.
- Rismawan, M., Negara, I. K., & Agustini, N. K. T. (2019). Pengalaman Orangtua Tentang Manfaat Bawang Merah Pada Anak Yang Mengalami Demam: Studi Fenomenologi. *Jurnal Riset Kesehatan Nasional*, 3(2), 67–72.

- Saefullah, L., Arsyad, A., & Miftah, H. (2018). Analisis Komparasi Usahatani dan Margin Tataniaga Usahatani Wortel Organik dan Wortel Non Organik. *Jurnal Agribisains*, 4(1). *Universitas Batanghari Jambi*, 12(3), 80–89. <http://ji.unbari.ac.id/index.php/ilmiah/article/view/57>
- Sajari, I. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Keripik pada UD. Mawar di Gampong Batee Ie Liek Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*, 1(2), 116–124.
- Soekartawi, A. (2002). Analisis Usahatani/Soekartawi. *Universitas Indonesia Library*.
- Soekartawi, A. S., Dillon, J. L., & Hardaker, J. B. (1986). Ilmu usahatani dan penelitian untuk pengembangan petani kecil. *Universitas Indonesia. Jakarta*.
- Sugiharto, J., Sungkawa, I., & Budirokhman, D. (2022). Analisis Saluran Dan Margin Tata Niaga Bawang Merah (Studi Kasus di Kelompok Tani Sari Tani II Desa Gebang Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon). *Paradigma Agribisnis*, 5(1), 35. <https://doi.org/10.33603/jpa.v5i1.6819>
- Suratiah, K. (2006). *Ilmu usahatani*. Penebar Swadaya Grup.
- Suratiah, K. (2015). *Ilmu Usaha tani (edisi revisi)*. Penebar Swadaya Grup.
- Widians, J. A., Pakpahan, H. S., Budiman, E., Havaluddin, H., & Soleha, M. (2019). Klasifikasi jenis bawang menggunakan metode k-nearest neighbor berdasarkan ekstraksi fitur bentuk dan tekstur. *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi (JURTI)*, 3(2), 139–146.
- Zainuddin, Z. (2017). Efisiensi Operasional dan Keterpaduan Pasar dalam Tataniaga Karet Rakyat di Provinsi Jambi. *Jurnal Ilmiah*