

**LAPORAN TAHUNAN  
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**



**Pusat Logistik Terpadu-Bawang Merah (PUSLOGDU-BM): Sebagai Model  
Revitalisasi Fungsi dan Peran Pasar Bawang Merah Untuk Meningkatkan  
Profitabilitas Usahatani Bawang Merah di Kab. Brebes**

Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

IMRON ROSYADI, SE, M.Si. NIDN. 06-1302-7001  
AHMAD MARDALIS, SE, M.B.A. NIDN. 06-0607-6701  
Dr. NOER SASONGKO, M.Si. Ak. NIDN. 06-1205-6501

Dibiayai oleh Koordinasi Perguruan Tinggi Wilayah VI, Kementerian Pendidikan  
dan Kebudayaan RI, Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah Penelitian  
Nomor: 007/K6/KI/SP/PENELITIAN/2014, tanggal 8 Mei 2014

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
NOVEMBER 2014**

**LAPORAN TAHUNAN  
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**



**Pusat Logistik Terpadu-Bawang Merah (PUSLOGDU-BM): Sebagai Model  
Revitalisasi Fungsi dan Peran Pasar Bawang Merah Untuk Meningkatkan  
Profitabilitas Usahatani Bawang Merah di Kab. Brebes**

Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

**IMRON ROSYADI, SE, M.Si. NIDN. 06-1302-7001  
AHMAD MARDALIS, SE, M.B.A. NIDN. 06-0607-6701  
Dr. NOER SASONGKO, M.Si. Ak. NIDN. 06-1205-6501**

Dibiayai oleh Koordinasi Perguruan Tinggi Wilayah VI, Kementerian Pendidikan  
dan Kebudayaan RI, Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah Penelitian  
Nomor: 007/K6/KI/SP/PENELITIAN/2014, tanggal 8 Mei 2014

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
NOVEMBER 2014**



## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Kegiatan** : Pusat Logistik Terpadu-Bawang Merah (PUSLOGDU-BM): Sebagai Model Revitalisasi Fungsi dan Peran Pasar Bawang Merah Untuk Meningkatkan Profitabilitas Usahatani Bawang Merah di Kab. Brebes

**Peneliti / Pelaksana**

**Nama Lengkap** : IMRON  
**NIDN** : 0613027001  
**Jabatan Fungsional** :  
**Program Studi** : Akuntansi  
**Nomor HP** : 081393159787  
**Surel (e-mail)** : shofiyah.imron@gmail.com

**Anggota Peneliti (1)**

**Nama Lengkap** : Dr. NOER SASONGKO S.E, M.Si  
**NIDN** : 0612056501  
**Perguruan Tinggi** : Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Anggota Peneliti (2)**

**Nama Lengkap** : AHMAD MARDALIS S.E., MBA  
**NIDN** : 0606076701  
**Perguruan Tinggi** : Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Institusi Mitra (jika ada)** :  
**Nama Institusi Mitra** :  
**Alamat** :  
**Penanggung Jawab** :  
**Tahap Pelaksanaan** : Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun  
**Biaya Tahap Berjalan** : Rp. 42.750.000,00  
**Biaya Keseluruhan** : Rp. 125.000.000,00

Mengetahui  
Dekan FEB UMS



*(Signature)*  
**(Dr. Triyono, M.Si.)**  
NIP/NIK 642

Surakarta, 7 - 11 - 2014,  
Ketua Peneliti,

*(Signature)*  
**(IMRON)**  
NIP/NIK

Menyetujui,  
Ketua LPPM UMS



*(Signature)*  
**(Agus Ulinuha, Ph.D.)**  
NIK. 656

## RINGKASAN

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis profitabilitas dan kinerja margin pemasaran usahatani bawang merah; menganalisis dan mengetahui bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) dan menganalisis efisiensi usahatani bawang merah di Kabupaten Brebes. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 30 petani bawang merah di Kabupaten Brebes, yang bermukim di enam (6) Desa, masing-masing Desa diambil 5 petani sebagai sampel penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usahatani bawang merah dilokasi penelitian tidak memberikan keuntungan yang signifikan (*unprofitable*) terhadap ekonomi rumah tangga petani. Tingginya harga jual di tingkat pengecer dan supermarket tidak berdampak signifikan terhadap tingkat keuntungan usahatani di lokasi penelitian. Usahatani yang dilakukan oleh petani di lokasi penelitian tidak efisien. Rantai pemasaran bawang merah di daerah penelitian relatif panjang, yaitu terdiri dari 4 jalur pemasaran: (i) petani, pedagang pengumpul, pedagang eceran di Brebes, konsumen akhir di Brebes; (ii) petani, pedagang besar, pedagang di pasar induk Kramat Jati, pasar pengecer di luar Jakarta, konsumen akhir di Jakarta dan luar Jakarta; (iii) petani, pedagang di pasar induk Kramat Jati, pasar pengecer di luar Jakarta, konsumen akhir di Jakarta dan luar Jakarta; dan (iv) petani, pedagang besar, pedagang antar pulau, pedagang luar jawa, dan konsumen akhir luar jawa



## PRAKATA

*Assalamua'laikum Wr. Wb*

*Alhamdulillah*, penelitian yang kami beri judul “Pusat Logistik Terpadu-Bawang Merah (PUSLOGDU-BM): Sebagai Model Revitalisasi Fungsi dan Peran Pasar Bawang Merah Untuk Meningkatkan Profitabilitas Usahatani Bawang Merah di Kab. Brebes” untuk tahun pertama (2014) sudah bisa kami laporkan kepada Dit.Litabmas Ditjen Dikti-Kemdiknas yang telah mendanai penelitian ini sampai akhir. Sebagaimana diketahui oleh masyarakat akademik, bahwa salah satu tugas pokok Dosen adalah melakukan penelitian, sebagai media untuk penguatan pengalaman akademik dibidang keahlian-nya masing-masing, serta sebagai salah satu metode untuk membuktikan ‘kebenaran relatif’ yang telah diajarkan di kelas. Menyadari hal ini, kami tertarik untuk melakukan penelitian sesuai dengan bidang yang kami kuasai yaitu profitabilitas dan efisiensi usahatani bawang merah.

Berbicara mengenai profitabilitas dan efisiensi usahatani berarti terkait dengan berapakah laba yang diperoleh petani dalam dua kali tanam setahun. Lalu, dikaitkan dengan apakah usahatani yang dilakukan selama ini sudah efisien, dengan mempertimbangkan input (biaya produksi) dan output (hasil produksi). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh petani belum bisa menutup kebutuhan keluarga petani, karena meskipun untung tetapi terhitung sangat kecil. Hasil pengujian menggunakan *DEA* menunjukkan bahwa usahatani bawang merah yang dilakukan di daerah penelitian tidak efisien, karena skor efisiensi-nya kurang dari 100 persen

Akhirnya..., tidaklah mungkin menuntut kesempurnaan manusia secara mutlak. Tiada gading yang retak. Segala kritik dan saran untuk perbaikan dan penyempurnaan penulisan laporan penelitian ini, dimasa-masa yang akan datang sangat diharapkan. Selamat membaca

*Assalamua'laikum Wr. Wb*

Surakarta, 03 November 2014

**Imron Rosyadi**

## DAFTAR ISI

### Halaman

HALAMAN SAMPUL.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	
RINGKASAN.....	2
PRAKATA.....	
DAFTAR ISI .....	3
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>4</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	4
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Khusus Penelitian.....	8
1.4. Urgensi (Keutamaan) Penelitian.....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1. Kelembagaan Pemasaran.....	9
2.2. Hambatan Pemasaran Produk Pertanian.....	11
2.3. Perkembangan Produksi Sayuran Indonesia.....	16
2.4. <i>Roadmap</i> Penelitian.....	18
<b>BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1. Tujuan Khusus Penelitian.....	20
3.2. Manfaat Penelitian.....	21



<b>BAB 4 METODE PENELITIAN</b>	23
4.1. Bagan Alir Penelitian.....	24
4.2. Cakupan Penelitian.....	24
4.3. Populasi dan Sampel.....	22
4.4. Jenis dan Sumber Data.....	23
4.5. Metode Analisis.....	22
4.6. Definisi Variabel.....	20
4.7. Rancangan Model.....	20
<b>BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	25
5.1. Deskripsi Penelitian.....	28
5.2. Profitabilitas Usahatani.....	
5.3. <i>Farmer's Share</i> .....	
5.4. Efisiensi Usahatani.....	
5.5. Rantai Pemasaran.....	
<b>BAB 6 RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA</b>	
<b>BAB 7 SIMPULAN DAN SARAN</b>	
7.1. Simpulan.....	
7.2. Implikasi Manajerial.....	
7.3. Keterbatasan Penelitian.....	
7.4. Saran.....	
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	
<b>LAMPIRAN</b> .....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Perkembangan produksi sayuran menurut jenis di Indonesia tahun 1986-2002 (ton).....	22
Tabel 5.1.	Analisis profitabilitas usahatani bawang merah di Kabupaten Brebes.....	35
Tabel 5.2.	<i>Farmer's Share</i> .....	37
Tabel 5.3.	Margin pemasaran.....	38
Tabel 5.4.	Skor efisiensi usahatani bawang merah, 2014.....	39
Tabel 5.5.	Potensi pengembangan usahatani bawang merah.....	40



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	<i>Roadmap</i> Penelitian.....	25
Gambar 3.2.	Bagan Alir Penelitian.....	30
Gambar 5.1.	Rantai Pemasaran.....	42

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kapupaten Brebes merupakan sentra produksi bawang merah terbesar di Indonesia. Bawang merah bagi Kabupaten Brebes merupakan *trademark* mengingat posisinya sebagai penghasil terbesar komoditi tersebut di tataran nasional serta memiliki *brand image* yang baik bagi konsumen bawang merah di Indonesia. Bawang merah Brebes terkenal dengan kualitas yang lebih daripada bawang merah yang berasal dari daerah lain di Indonesia atau luar negeri seperti, Thailand dan China. Bawang merah asli Brebes memiliki cita rasa tinggi, yaitu lebih menyengat dan harum serta produk jadi (bawang 'goreng')-nya lebih enak dan 'gurih'. Bawang merah merupakan salah satu produk andalan dan unggulan sektor industri Kabupaten Brebes. Hal ini ditegaskan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Brebes Nomor 8 tahun 1986 bahwa lambang daerah dalam bentuk bulat telur serta gambar bawang merah melambangkan bahwa telur asin dan bawang merah merupakan hasil spesifik daerah Brebes (Pemkab Brebes, 2008)

Produksi bawang merah di Kabupaten Brebes dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2010 sebesar 159.342, 6 ton, awal tahun 2011 meningkat menjadi 179.227, 8 ton (Bappeda Brebes, 2012). Sementara harga bawang merah di pasaran atau di tingkat konsumen akhir cenderung berfluktuatif, pada awal 2010 harga bawang merah sebesar 8.500/kg, pada awal tahun 2011 turun menjadi 7.000/kg, pada awal tahun 2013 naik sangat tajam menjadi 45.000/kg (BPS Brebes, 2013). Fluktuasi harga bawang merah menjadi salah satu penyebab berkurangnya keuntungan petani bawang merah di Kabupaten



Brebes. Fluktuasi harga bawang merah disebabkan terjadinya *over supply* akibat panen raya atau masuknya bawang merah impor (Agustian et al., 2008). Penyebab yang lain secara berurutan adalah fluktuasi harga pupuk, fluktuasi harga obat-obatan, fluktuasi harga bibit, produksi turun akibat iklim dan produksi turun karena HPT (Nurasa dan Darwis, 2007; Agustian et al., 2008; Saptana, et al., 2009).

Permasalahan lain yang dihadapi oleh petani bawang merah adalah struktur organisasi pemasaran yang tersekat-sekat dan kurang memiliki daya saing yang disebabkan oleh beberapa faktor yaitu: (Irawan et al., 2011) (i) tidak ada keterkaitan fungsional yang harmonis antara setiap kegiatan atau pelaku agribisnis, (ii) terbentuknya margin ganda sehingga ongkos produksi, pengolahan dan pemasaran hasil yang harus dibayar konsumen menjadi lebih mahal, sehingga sistem agribisnis berjalan tidak efisien, (iii) tidak adanya kesetaraan posisi tawar antara petani dengan pelaku agribisnis lainnya, sehingga petani sulit mendapatkan harga pasar yang wajar.

Dalam agribisnis hortikultura ada beberapa kekhasan yang dimiliki antara lain (i) usahatani yang dilakukan lebih berorientasi pasar (tidak konsisten), (ii) bersifat padat modal, (iii) resiko harga relatif besar karena sifat komoditas yang cepat rusak dan (iii) dalam jangka pendek harga relatif berfluktuasi (Hadi et al., 2010; Irawan, 2011). Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Sudaryanto et al. (2009) yang mengemukakan bahwa petani sayuran unggulan di sentra produksi pada saat panen raya berada pada posisi lemah. Lebih lanjut Rachman (2010) mengungkapkan rata-rata perubahan harga ditingkat produsen lebih rendah dari

rata-rata perubahan harga ditingkat pengecer, sehingga dapat dikatakan bahwa efek transmisi harga berjalan tidak sempurna (*imperfect price transmission*).

## 1.2. Perumusan Masalah

Kelembagaan pemasaran yang berperan dalam memasarkan komoditas pertanian hortikultura dapat mencakup petani, pedagang pengumpul, pedagang perantara/grosir dan pedagang pengecer (Kuma'at, 1992). Permasalahan yang timbul dalam sistem pemasaran hortikultura antara lain, kegiatan pemasaran yang belum berjalan efisien (Mubyarto, 1989), dalam artian belum mampu menyampaikan hasil pertanian dari produsen kepada konsumen dengan biaya yang murah dan belum mampu mengadakan pembagian balas jasa yang adil dari keseluruhan harga konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran komoditas pertanian tersebut. Pembagian yang adil dalam konteks tersebut adalah pembagian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai kontribusi masing-masing kelembagaan pemasaran yang berperan.

Hasil penelitian Gonarsyah (2010), menemukan bahwa yang menerima margin keuntungan terbesar dalam pemasaran hortikultura dari pusat produksi ke pusat konsumsi DKI Jakarta adalah pedagang grosir. Juga ditemukan bahwa, margin keuntungan pemasaran yang diterima pedagang yang memasukkan sayurannya ke PIKJ (Pasar Induk Kramat Jati) lebih rendah dari pedagang yang memasarkan langsung sayurannya ke pasar-pasar eceran.

Sistem produksi pertanian (padi, palawija, dan hortikultura) di Indonesia umumnya dicirikan oleh kondisi sebagai berikut: (i) skala usaha kecil dan



penggunaan modal kecil, (ii) penerapan teknologi usahatani belum optimal, baik teknologi pembibitan, budidaya, maupun pasca panen, (iii) bibit bermutu kurang tersedia sehingga tingkat produktivitas dan mutu hasil rendah; (iv) belum adanya sistem pewilayahan komoditas yang memenuhi azas-azas pengembangan usaha agribisnis (sentralitas, efisiensi, keterpaduan, dan berkelanjutan); (v) penataan produksi belum berdasarkan pada keseimbangan antara pasokan dan permintaan, sehingga harga jatuh pada saat panen; (vi) penanganan pascapanen dan pemasaran hasil belum efisien dan harga lebih banyak ditentukan oleh pedagang. Akibat dari sistem produksi seperti itu adalah produktivitas dan produksi belum optimal, bersifat musiman, dan harga sangat fluktuatif. Konsekuensinya adalah keunggulan komparatif yang sebagian besar dimiliki komoditas pertanian sulit diwujudkan menjadi keunggulan kompetitif, khususnya untuk tujuan pasar ekspor (P3SEP, 2009)

Hasil analisis usahatani bawang merah di Kabupaten Brebes oleh Nurasa dan Darwis (2008) dan Rosyadi (2009) menunjukkan bahwa produksi yang dihasilkan dari usahatani bawang merah cukup tinggi yaitu mencapai 11,1 ton/ha dalam satu tahun dengan nilai yang diperoleh sebesar Rp 70.892.000. Sementara keuntungan yang diperoleh dalam satu tahun atau dua kali tanam hanya sebesar Rp. 6.831.000, dengan R/C rasio sebesar 1,1. Selanjutnya Nurasa dan Darwis (2008) memberikan kesimpulan bahwa berusahatani bawang merah telah dapat memberikan keuntungan, akan tetapi menurut para petani tingkat keuntungan yang diperoleh belum cukup untuk dapat memenuhi kebutuhan ekonomi rumah tangga petani.

Perolehan keuntungan yang kecil oleh petani disebabkan tingginya biaya produksi (input) yaitu 90% dari total pendapatan serta disebabkan oleh fluktuasi harga output sebesar 33,33%, fluktuasi harga pupuk sebesar 28,57%, flutuasi harga obat-obatan 55,56%, fluktuasi harga bibit, iklim dan hama pasca tanam (Nurasa dan Darwis, 2008; Agustian et al., 2009; Saptana, et al., 2010). Sehingga dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana profitabilitas, kinerja margin pemasaran dan bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) usahatani bawang merah di daerah penelitian;
2. Bagaimana efisiensi usahatani bawang merah di daerah penelitian;
3. Seberapa panjang rantai pemasaran bawang merah di daerah penelitian; dan
4. Bagaimana desain model revitalisasi fungsi dan peran pasar bawang merah sebagai upaya memperpendek rantai pemasaran serta upaya meningkatkan profitabilitas usahatani bawang merah sehingga pada giliran-nya dapat menjamin ketersediaan dan pasokan bawang merah sesuai dengan kebutuhan bawang merah di pasaran.



## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Kelembagaan Pemasaran

Kelembagaan pemasaran menguraikan bentuk-bentuk aturan main, fungsi pihak-pihak yang terlibat dan sistem pemberian penghargaan. Aturan main disusun berdasarkan bentuk-bentuk ketergantungan antar pihak yang terlibat. Dalam aturan main ini juga akan diuraikan fungsi masing-masing pihak dalam kelembagaan tersebut. Sedangkan fungsi dari masing-masing pihak yang terlibat mencerminkan gambaran kerja (tugas dan tanggungjawab) tiap pihak. Pemberian penghargaan diberikan kepada masing-masing pihak berdasarkan apa yang telah dilakukannya (jasa) pada kelembagaan suatu komoditas. Hal-hal yang terkait dengan kelembagaan pemasaran ini dibentuk dan disusun berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Sedangkan besarnya manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing pihak akan tergantung pada kekuatan posisi tawar-menawar antara pihak yang satu dengan pihak yang lain (Gonarsyah, 1992; Kurniawan, 2003). Limbong dan Sitorus (1987); Agustian et al, (2005) menyatakan bahwa lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat di dalam proses penyaluran barang dari produsen sampai konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat cara, yaitu :

- (1) Penggolongan menurut fungsi yang dilakukan. Berdasarkan fungsi yang dijalankan, lembaga-lembaga pemasaran dapat dikelompokkan menjadi: (i) lembaga pemasaran yang melakukan kegiatan pertukaran, seperti pedagang pengecer, grosir dan lembaga-lembaga perantara lainnya; (ii) lembaga

pemasaran yang melakukan kegiatan fisik pemasaran, seperti lembaga pengolahan, lembaga pengangkutan dan pergudangan; (iii) lembaga pemasaran yang menyediakan fasilitas pemasaran, seperti Bank Unit Desa, Kredit Desa, KUD, lembaga yang menyediakan informasi pasar, lembaga yang melakukan pengujian kualitas (mutu barang) dan lain-lain.

- (2) Penggolongan berdasarkan penguasaan terhadap barang. Berdasarkan penguasaan terhadap barang, lembaga-lembaga pemasaran dapat dikelompokkan menjadi: (i) lembaga yang menguasai dan memiliki barang yang dipasarkan, seperti pengecer, grosir, pedagang pengumpul, tengkulak dan lain-lain; (ii) lembaga yang menguasai tetapi tidak memiliki barang yang dipasarkan, seperti agen, broker, lembaga pelelangan dan lain-lain; dan (iii) lembaga yang tidak memiliki dan tidak menguasai barang yang dipasarkan, seperti lembaga pengangkutan, pengolahan, perkreditan dan lain-lain.
- (3) Penggolongan berdasarkan kedudukan dalam struktur pasar. Berdasarkan kedudukan dalam struktur pasar, lembaga-lembaga pemasaran dapat dikelompokkan menjadi: (i) lembaga pemasaran yang bersaing sempurna, seperti pedagang pengecer bawang merah, pengecer beras dan lain-lain; (ii) lembaga persaingan bersaing monopolistik, seperti pedagang asinan, pedagang benih, pedagang bibit, pedagang ubin dan lain-lain; (iii) lembaga pemasaran oligopolis, seperti perusahaan semen (pabrik semen Gresik, pabrik semen Cibinong, pabrik semen Padang), importir cengkeh dan lain-lain; (iv) lembaga pemasaran monopolis, seperti perusahaan kereta api, perusahaan pos dan giro dan lain-lain.



- (4) Penggolongan berdasarkan bentuk usahanya. Berdasarkan bentuk usahanya, lembaga-lembaga pemasaran dapat dikelompokkan menjadi: (i) berbadan hukum, seperti Perseroan Terbatas, Firma, Koperasi dan lain-lain, (ii) tidak berbadan hukum, seperti perusahaan perorangan, pedagang pengecer, tengkulak dan lain-lain.

## 2.2. Hambatan Pemasaran Produk Pertanian

Pemasaran dalam kegiatan pertanian dianggap memainkan peran ganda. Peran pertama merupakan peralihan harga antara produsen dengan konsumen. Peran kedua adalah transmisi fisik dari titik produksi (petani atau produsen) ke tempat pembelian (konsumen). Namun untuk memainkan kedua peran tersebut petani menghadapi berbagai kendala untuk memasarkan produk pertanian, khususnya bagi petani berskala kecil. Masalah utama yang dihadapi pada pemasaran produk pertanian meliputi, antara lain: (Rosyadi, 2009); (Agustian et al, 2005); (Syahza, 2010); (Gonarsyah, 1992)

- (i) Kesenambungan produksi. Salah satu penyebab timbulnya berbagai masalah pemasaran hasil pertanian berhubungan dengan sifat dan ciri khas produk pertanian, yaitu: Pertama, volume produksi yang kecil karena diusahakan dengan skala usaha kecil (*small scale farming*). Pada umumnya petani melakukan kegiatan usahatani dengan luas lahan yang sempit, yaitu kurang dari 0,5 ha. Di samping itu, teknologi yang digunakan masih sederhana dan belum dikelola secara intensif, sehingga produksinya belum optimal; Kedua, produksi bersifat musiman sehingga hanya tersedia pada waktu-waktu tertentu. Kondisi tersebut mengakibatkan pada saat musim produksi yang

dihasilkan melimpah sehingga harga jual produk tersebut cenderung menurun. Sebaliknya pada saat tidak musim produk yang tersedia terbatas dan harga jual melambung tinggi, sehingga pedagang-pedagang pengumpul harus menyediakan modal yang cukup besar untuk membeli produk tersebut. Bahkan pada saat-saat tertentu produk tersebut tidak tersedia sehingga perlu didatangkan dari daerah lain; Ketiga, lokasi usaha tani yang terpencar-pencar sehingga menyulitkan dalam proses pengumpulan produksi. Hal ini disebabkan karena letak lokasi usahatani antara satu petani dengan petani lain berjauhan dan mereka selalu berusaha untuk mencari lokasi penanaman yang sesuai dengan keadaan tanah dan iklim yang cocok untuk tanaman yang diusahakan. Kondisi tersebut menyulitkan pedagang pengumpul dalam hal pengumpulan dan pengangkutan, sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mengumpulkan produk yang dihasilkan petani. Kondisi tersebut akan memperbesar biaya pemasaran; Keempat, sifat produk pertanian yang mudah rusak, berat dan memerlukan banyak tempat. Hal ini menyebabkan ada pedagang-pedagang tertentu yang tidak mampu menjual produk pertanian, karena secara ekonomis lebih menguntungkan menjual produk industri (agroindustri).

○ Pasar yang kurang memadai. Kurang memadainya pasar yang dimaksud berhubungan dengan cara penetapan harga dan pembayaran. Ada tiga cara penetapan harga jual produk pertanian yaitu: sesuai dengan harga yang berlaku; tawar-menawar; dan borongan. Pemasaran sesuai dengan harga yang berlaku tergantung pada penawaran dan permintaan yang mengikuti



mekanisme pasar. Penetapan harga melalui tawar-menawar lebih bersifat kekeluargaan, apabila tercapai kesepakatan antara penjual dan pembeli maka transaksi terlaksana. Praktek pemasaran dengan cara borongan terjadi karena keadaan keuangan petani yang masih lemah. Cara ini terjadi melalui pedagang perantara. Pedagang perantara ini membeli produk dengan jalan memberikan uang muka kepada petani. Hal ini dilakukan sebagai jaminan terhadap produk yang diinginkan pedagang bersangkutan, sehingga petani tidak berkesempatan untuk menjualnya kepada pedagang lain.

- (3) Saluran pemasaran yang panjang. Panjangnya saluran pemasaran menyebabkan besarnya biaya yang dikeluarkan (margin pemasaran yang tinggi) serta ada bagian yang dikeluarkan sebagai keuntungan pedagang. Hal tersebut cenderung memperkecil bagian yang diterima petani dan memperbesar biaya yang dibayarkan konsumen. Panjang pendeknya saluran pemasaran ditandai dengan jumlah pedagang perantara yang harus dilalui mulai dari petani sampai ke konsumen akhir.
- (4) Kemampuan tawar-menawar yang rendah. Kemampuan petani dalam penawaran produk yang dihasilkan masih terbatas karena keterbatasan modal yang dimiliki, sehingga ada kecenderungan produk-produk yang dihasilkan dijual dengan harga yang rendah. Berdasarkan keadaan tersebut, maka yang meraih keuntungan besar pada umumnya adalah pihak pedagang. Keterbatasan modal tersebut berhubungan dengan: Pertama, sikap mental petani yang suka mendapatkan pinjaman kepada tengkulak dan pedagang perantara. Hal ini menyebabkan tingkat ketergantungan petani yang tinggi

pada pedagang perantara, sehingga petani selalu berada dalam posisi yang lemah; Kedua, fasilitas perkreditan yang disediakan pemerintah belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Ada beberapa faktor yang menyebabkannya antara lain belum tahu tentang prosedur pinjaman, letak lembaga perkreditan yang jauh dari tempat tinggal, tidak mampu memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan. Di samping itu khawatir terhadap risiko dan ketidakpastian selama proses produksi sehingga pada waktunya tidak mampu mengembalikan kredit. Ini menunjukkan pengetahuan dan pemahaman petani tentang masalah perkreditan masih terbatas, serta tingkat kepercayaan petani yang masih rendah.

- (5) Fluktuasi harga. Harga produksi hasil pertanian yang selalu berfluktuasi tergantung dari perubahan yang terjadi pada permintaan dan penawaran. Naik turunnya harga dapat terjadi dalam jangka pendek yaitu per bulan, per minggu bahkan per hari atau dapat pula terjadi dalam jangka panjang. Untuk komoditas pertanian yang cepat rusak seperti sayur-sayuran dan buah-buahan pengaruh perubahan permintaan pasar kadang-kadang sangat menyolok sekali sehingga harga yang berlaku berubah dengan cepat. Hal ini dapat diamati perubahan harga pasar yang berbeda pada pagi, siang dan sore hari. Pada saat musim produk melimpah harga rendah, sebaliknya pada saat tidak musim harga meningkat drastis. Keadaan tersebut menyebabkan petani sulit dalam melakukan perencanaan produksi, begitu juga dengan pedagang sulit dalam memperkirakan permintaan



- (6) Kurang tersedianya informasi pasar. Informasi pasar merupakan faktor yang menentukan apa yang diproduksi, di mana, mengapa, bagaimana dan untuk siapa produk dijual dengan keuntungan terbaik. Oleh sebab itu informasi pasar yang tepat dapat mengurangi resiko usaha sehingga pedagang dapat beroperasi dengan margin pemasaran yang rendah dan memberikan keuntungan bagi pedagang itu sendiri, produsen dan konsumen. Keterbatasan informasi pasar terkait dengan letak lokasi usaha tani yang terpencil, pengetahuan dan kemampuan dalam menganalisis data yang masih kurang dan lain sebagainya. Di samping itu, dengan pendidikan formal masyarakat khususnya petani masih sangat rendah menyebabkan kemampuan untuk mencerna atau menganalisis sumber informasi sangat terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan usaha tani dilakukan tanpa melalui perencanaan yang matang. Begitu pula pedagang tidak mengetahui kondisi pasar dengan baik, terutama kondisi makro.
- (7) Kurang jelasnya jaringan pemasaran. Produsen dan/atau pedagang dari daerah sulit untuk menembus jaringan pemasaran yang ada di daerah lain karena pihak-pihak yang terlibat dalam jaringan pemasaran tersebut dan tempat kegiatan berlangsung tidak diketahui. Di samping itu, tidak diketahui pula aturan-aturan yang berlaku dalam sistem tersebut. Hal ini menyebabkan produksi yang dihasilkan mengalami hambatan dalam hal perluasan jaringan pemasaran. Pada umumnya suatu jaringan pemasaran yang ada antara produsen dan pedagang memiliki suatu kesepakatan yang membentuk suatu

ikatan yang kuat. Kesepakatan tersebut merupakan suatu rahasia tidak tertulis yang sulit untuk diketahui oleh pihak lain.

- (8) Kualitas produksi yang rendah. Rendahnya kualitas produk yang dihasilkan karena penanganan yang dilakukan belum intensif. Masalah mutu ini timbul karena penanganan kegiatan mulai dari pra panen sampai dengan panen yang belum dilakukan dengan baik. Masalah mutu produk yang dihasilkan juga ditentukan pada kegiatan pasca panen, seperti melalui standarisasi dan grading. Standarisasi dapat memperlancar proses muat-bongkar dan menghemat ruangan. Grading dapat menghilangkan keperluan inspeksi, memudahkan perbandingan harga, mengurangi praktek kecurangan, dan mempercepat terjadinya proses jual beli. Dengan demikian kedua kegiatan tersebut dapat melindungi barang dari kerusakan, di samping itu juga mengurangi biaya angkut dan biaya penyimpanan. Namun demikian kedua kegiatan tersebut sulit dilakukan untuk produksi hasil pertanian yang cepat rusak. Kemungkinan-kemungkinan yang dapat terjadi antara lain mutu produk dapat berubah setelah berada di tempat tujuan, susut dan/atau rusak karena pengangkutan, penanganan dan penyimpanan. Hal ini menyebabkan produk yang sebelumnya telah diklasifikasikan berdasarkan mutu tertentu sesuai dengan permintaan dapat berubah sehingga dapat saja ditolak atau dibeli dengan harga yang lebih murah.
- (9) Rendahnya kualitas sumberdaya manusia. Masalah pemasaran yang tak kalah pentingnya adalah rendahnya mutu sumberdaya manusia, khususnya di daerah pedesaan. Rendahnya kualitas sumberdaya manusia ini tidak pula didukung



oleh fasilitas pelatihan yang memadai, sehingga penanganan produk mulai dari pra panen sampai ke pasca panen dan pemasaran tidak dilakukan dengan baik. Di samping itu, pembinaan petani selama ini lebih banyak kepada praktek budidaya dan belum mengarah kepada praktek pemasaran. Hal ini menyebabkan pengetahuan petani tentang pemasaran tetap saja kuarang, sehingga subsistem pemasaran menjadi yang paling lemah dan perlu dibangun dalam sistem agribisnis. Kondisi yang hampir sama juga terjadi perkotaan, yaitu kemampuan para pedagang perantara juga masih terbatas. Hal ini dapat diamati dari kemampuan melakukan negosiasi dengan mitra dagang dan mitra usaha yang bertaraf modern (swalayan, supermarket, restoran, hotel) masih langka. Padahal pasar modern merupakan peluang produk pertanian yang sangat bagus karena memberikan nilai tambah yang tinggi.

### **2.3. Perkembangan Produksi Sayuran Indonesia**

Perkembangan produksi beberapa komoditas sayuran ditampilkan pada Tabel 2.1, yang memberikan beberapa gambaran sebagai berikut: (i) Pada periode sebelum krisis ekonomi (1986-1997), semua komoditas sayuran unggulan, yaitu bawang merah, kentang, kubis, tomat dan cabe merah, mengalami pertumbuhan produksi positif yang cukup tinggi, yaitu masing-masing tumbuh 7,82 persen, 0,82 persen, 7,98 persen, 17,69 persen dan 34,11 persen per tahun; (ii) Pada periode setelah krisis ekonomi (1997-1999), semua komoditas sayuran unggulan, yaitu bawang merah, kentang, kubis, tomat dan cabe merah, juga masih tetap tumbuh cukup cepat yaitu masing-masing 22,75 persen, 7,65 persen, 4,34 persen, 10,8

persen dan 12,29 persen per tahun; dan (iii) Pada periode 2000-2002, semua komoditas sayuran unggulan, yaitu bawang merah, kentang, kubis, tomat dan cabe merah menunjukkan kinerja yang berbeda antar komoditas. Komoditas yang tetap tumbuh positif cukup tinggi adalah kubis yaitu 6,23 persen per tahun. Komoditas yang mengalami stagnasi adalah bawang merah, tomat dan cabe merah yang tumbuh sekitar 0-0,56 persen per tahun, sedangkan komoditas yang mengalami penurunan produksi adalah wortel (-5,56%/tahun).

Hasil kajian Saptana et al., (2001) di Kabupaten Karo dan Simalungun mengungkapkan bahwa penurunan produksi pada periode terakhir ini lebih disebabkan oleh faktor eksternal (di luar petani), seperti ketidakstabilan sosial politik dan keamanan dalam negeri, yang menyebabkan tersumbatnya ekspor ke Singapura dan Malaysia sebagai akibat dari kehilangan kepercayaan pembeli di negara-negara tersebut. Hal tersebut terkait erat dengan dayabeli masyarakat dan cakupan tujuan pasarnya. Komoditas kubis tetap tumbuh positif karena harganya yang relatif terjangkau pembeli dan memiliki tujuan pasar yang luas, sedangkan harga cabe merah dan tomat sangat mahal dan jangkauan pasarnya terbatas pada pasar lokal dan regional.

Hal ini diperkuat oleh hasil kajian Saptana et al., (2001) di Jawa Tengah, yang menunjukkan penurunan produktivitas pada cabe merah dan tomat disebabkan antara lain oleh: (1) Menurunnya penggunaan bibit berkualitas, khususnya kentang; (2) Perluasan areal lahan dengan merambah areal hutan sejak terjadinya krisis ekonomi; (3) Terjadinya penurunan kesuburan tanah karena erosi berat pada lapisan *top soil* yang disebabkan oleh banjir, sebagai akibat



perambahan hutan di Pegunungan Dieng; dan (4) Degradasi tingkat kesuburan lahan, karena tidak diterapkannya sistem usahatani konservasi, dimana baris tanaman tidak mengikuti garis kontur tetapi mengikuti garis lereng.

**Tabel 2.1. Perkembangan Produksi Sayuran Menurut Jenis di Indonesia, Tahun 1986-2002 (Ton)**

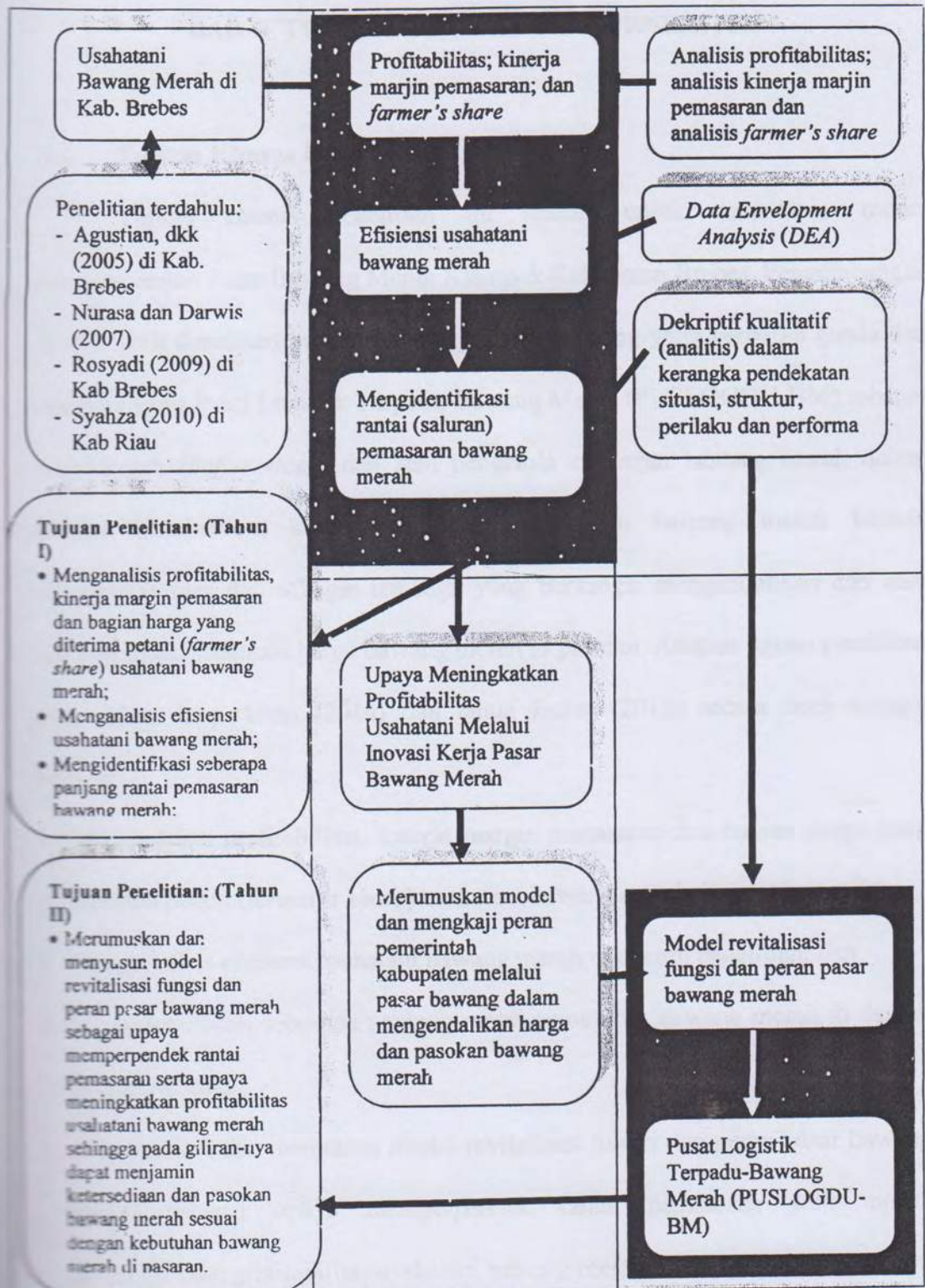
Tahun	Bawang merah	Cabe	Kentang	Kubis	Tomat	Wortel	Ketimun
1986	382.117	439.000	446.295	949.357	165.000	108.408	293.000
1987	412.522	436.189	368.961	978.514	187.430	132.229	267.976
1988	379.380	449.000	418.154	771.273	192.200	132.387	307.000
1989	399.488	518.000	559.396	925.110	238.202	192.559	324.386
1990	495.183	417.000	628.727	1.071.756	207.546	172.200	255.156
1991	509.013	425.000	525.839	974.553	235.285	172.727	268.201
1992	528.311	440.000	702.584	1.213.360	228.726	233.470	268.436
1993	561.267	350.000	809.457	1.266.040	226.208	192.482	418.000
1994	636.864	316.915	877.146	1.417.980	301.723	234.178	530.000
1995	592.544	1.589.978	1.035.260	1.904.207	652.045	247.179	631.326
1996	768.560	1.043.792	1.109.560	1.829.121	591.597	269.837	614.381
Trend (%)	7,82	34,11	10,82	7,98	17,69	11,13	9,45
1997	605.736	801.832	813.368	1527101	460542	227322	489.595
1998	599.304	848.524	998.032	1660379	547257	332846	506.889
1999	938.293	1.007.726	924.058	1659507	562406	286536	431.950
Trend(%)	22,75	12,29	7,65	4,34	10,8	16,25	-5,63
2000	772.880	727.747	977.349	1.336.410	593.392	326.693	423.282
2001	774.562	580.464	831.140	1.205.404	483.991	300.648	431.921
2002	766.572	635.089	893.824	1.232.843	573.517	282.248	406.141
2003	762.795	1.066.722	1.009.979	1.348.433	657.459	355.802	514.210
2004	757.399	1.100.514	1.072.040	1.432.814	626.872	423.722	477.716
Trend (%)	-0,56	14,98	3,85	2,56	4,10	5,21	3,89

Sumber: Dirjen Hortikultura (2005)

#### 2.4. Roadmap Penelitian

Gambar 2.1. di bawah ini menjelaskan tentang tahapan yang dilakukan peneliti untuk mencapai tujuan penelitian (1), (2), (3) dan (4) tersebut. Tahap pertama, menentukan objek dan setting penelitian, yaitu pemkab, pemdes, perkec dan masyarakat atau rumah tangga yang menjalankan usahatani bawang merah yang berdomisili tetap di 17 kecamatan di Kabupaten Brebes. Tahap ke-dua mengumpulkan data melalui teknik observasi lapangan dan wawancara mendalam sampai menemukan data mentah mengenai tingkat pengeluaran (input/biaya) dan penerimaan selama 2 kali tanam. Tahap ke-tiga, mengumpulkan dan menganalisis data sampai menemukan efisien atau tidak-nya efisien-nya usahatani bawang merah, serta menemukan peta rantai pemasaran di daerah penelitian. Tahap ke-empat berdasarkan temuan atas jawaban tujuan penelitian (1), (2) dan (3) pada tahun pertama (2014) dirumuskan model dan mengkaji peran pemerintah kabupaten melalui pasar bawang dalam pengelolaan stok (cadangan) bawang merah, serta mendesain model revitalisasi fungsi dan peran pasar bawang merah, yang mengarah pada kebijakan pemerintah Kabupaten Brebes untuk mendirikan Pusat Logistik Terpadu-Bawang Merah (PUSLOGDU-BM) yang berperan ganda dan strategis yaitu sebagai penyanggah (*buffer stock*) dan atau pengelola cadangan bawang merah dalam rangka memberikan kemudahan akses kebutuhan bawang kepada masyarakat luas dan sebagai lembaga yang berfungsi mengendalikan dan atau menstabilisasi fluktuasi harga bawang merah.





Gambar 2.1. Roadmap Penelitian

## BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

### 3.1. Tujuan Khusus Penelitian

Tujuan khusus penelitian ini adalah untuk mendesain model pengembangan Pasar Bawang Merah Klampok Kabupaten Brebes. Pengembangan model lebih diarahkan pada tercapai-nya pasar bawang yang berperan ganda dan strategis yaitu Pusat Logistik Terpadu-Bawang Merah (PUSLOGDU-BM) sebagai penyanggah (*buffer stock*) dan atau pengelola cadangan bawang merah dalam rangka memberikan kemudahan akses kebutuhan bawang merah kepada masyarakat luas dan sebagai lembaga yang berfungsi mengendalikan dan atau menstabilisasi fluktuasi harga bawang merah di pasaran. Adapun tujuan penelitian pada tahun ke-pertama (2014) dan tahun kedua (2015) secara rinci sebagai berikut:

1. Menganalisis profitabilitas, kinerja margin pemasaran dan bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) usahatani bawang merah di daerah penelitian;
2. Menganalisis efisiensi usahatani bawang merah di daerah penelitian; dan
3. Mengidentifikasi seberapa panjang rantai pemasaran bawang merah di daerah penelitian; dan
4. Merumuskan dan menyusun model revitalisasi fungsi dan peran pasar bawang merah sebagai upaya memperpendek rantai pemasaran serta upaya meningkatkan profitabilitas usahatani bawang merah sehingga pada giliran-nya dapat menjamin ketersediaan dan pasokan bawang merah sesuai dengan kebutuhan bawang merah di pasaran.



### 3.2. Manfaat Penelitian

Harga bawang merah yang melonjak di pasaran atau cenderung tidak stabil, bukan semata-mata disebabkan oleh kurangnya produksi atau pasokan bawang merah di pasaran, tetapi lebih pada penataan kelembagaan pasar yang kurang efisien dan efektif. Rantai pemasaran bawang merah yang terlalu panjang menunjukkan ketidakefisienan pemasaran bawang merah, sementara profitabilitas usahatani bawang yang rendah mengindikasikan ketidakefektifan pemasaran bawang merah. Oleh karena itu studi tentang manajemen pasar bawang merah diharapkan:

1. Dapat memberikan pengetahuan dan informasi serta masukan bagi pemerintah kabupaten dalam mengelola pasar bawang merah; dan
2. Dapat dijadikan sebagai *prototype* kebijakan pengelolaan pasar bawang bagi kabupaten-kabupaten lain di Indonesia.

Adapun luaran yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Model (kebijakan) revitalisasi fungsi dan peran pasar bawang merah sebagai upaya memperpendek rantai pemasaran serta upaya meningkatkan profitabilitas usahatani bawang merah sehingga pada gilirannya dapat menjamin ketersediaan dan pasokan bawang merah sesuai dengan kebutuhan bawang merah di pasaran.
2. Artikel ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal terakreditasi nasional dan laporan penelitian
3. Bahan ajar yang dapat dijadikan sebagai referensi pendukung Mata Kuliah Manajemen Pengantar dan Riset Pemasaran

## BAB 4. METODE PENELITIAN

### 4.1. Bagan Alir Penelitian

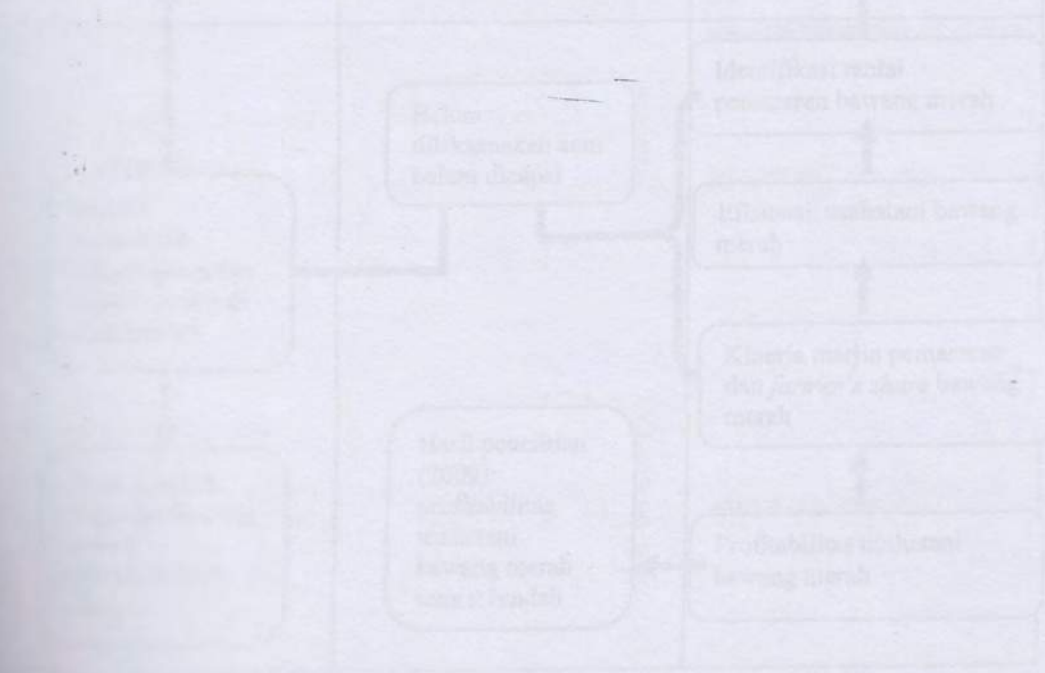
Penguatan organisasi (*capacity building*) dan tata kelola organisasi merupakan isu strategis yang terdapat dalam Rencana Induk Penelitian (RIP-UMS) 2012-2017. Isu tersebut sengaja dipilih oleh peneliti sebagai bentuk partisipasi aktif dan atau ikut berkontribusi dalam menyelesaikan masalah yang terkait dengan produk pertanian yang bersifat strategis dan kelembagaan pasar bawang merah di Kabupaten Brebes yaitu mendesaian model revitalisasi fungsi dan peran pasar bawang merah untuk meningkatkan profitabilitas (kesejahteraan) petani bawang merah, sehingga pada giliran-nya dapat menjamin ketersediaan dan pasokan bawang merah sesuai dengan kebutuhan bawang merah di pasaran. Untuk mencapai isu strategis tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mencapai dua tujuan penelitian, yaitu tujuan penelitian tahun pertama yang akan dicapai pada tahun 2014 dan tujuan penelitian tahun ke-dua yang akan dicapai tahun 2015.

Tujuan penelitian tahun pertama dicapai dengan cara menganalisis profitabilitas usahatani bawang merah; mengidentifikasi margin pemasaran dan *farmer's share*; menganalisis efisiensi usahatani bawang merah dan mengidentifikasi (*mapping*) rantai pemasaran bawang merah yang ada di lapangan. Hasil capaian penelitian tahun pertama akan di gunakan sebagai bahan masukan dan kajian mendalam lanjutan untuk membuat model revitalisasi fungsi dan peran pasar bawang merah (tujuan penelitian tahun ke-dua). Hasil akhir penelitian ini adalah mendesain eksistensi Pusat Logistik Terpadu-Bawang Merah

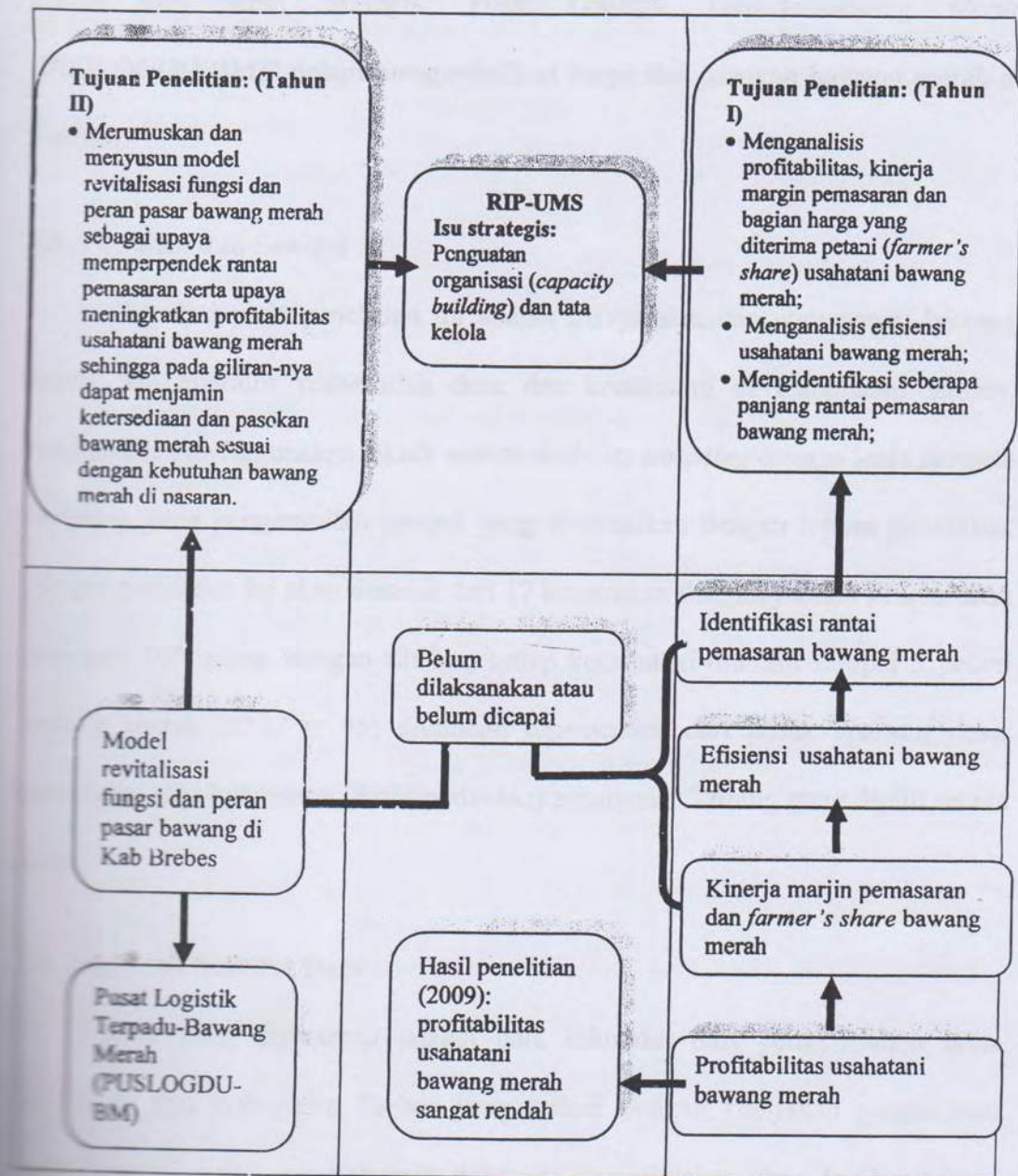


(PUSLOGDU-BM) yang berperan ganda dan strategis yaitu sebagai penyanggah (*buffer stock*) dan atau pengelola cadangan bawang merah dalam rangka memberikan kemudahan akses kebutuhan bawang kepada masyarakat luas dan sebagai lembaga yang berfungsi mengendalikan dan atau menstabilisasi fluktuasi harga bawang merah.

Gambar 4.1. merupakan bagan alir penelitian yang menunjukkan bagaimana proses penelitian ini dilaksanakan dan disesuaikan dengan peta jalan penelitian Universitas Muhammaadiyah Surakarta (RIP-UMS).



Gambar 4.1. Bagan Alir Penelitian



Gambar 3.2. Bagan Alir Penelitian

### Cakupan Penelitian

Mengingat cakupan kelembagaan pasar sangat luas, maka untuk memfokuskan penelitian, kelembagaan pasar dibatasi pada pasar bawang merah. Isu-  
 utama yang akan menjadi kajian utama dalam penelitian ini adalah tentang  
 kebijakan pemerintahan kabupaten terhadap pengelolaan stok (cadangan) bawang



merah dan peran strategis “Pusat Logistik Terpadu-Bawang Merah (PUSLOGDU-BM)” dalam mengendalikan harga dan pasokan bawang merah di pasaran.

#### 4.3. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat dan atau petani bawang merah dan aparatur pemerintah desa dan kecamatan di Kabupaten Brebes. Pengambilan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purpose sampling* yang pengambilannya sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Sampel penelitian ini akan diambil dari 17 kecamatan dengan jumlah keseluruhan sebanyak 100 orang, dengan rincian, setiap kecamatan diambil sampel 5 petani bawang merah ( $5 \times 17 = 85$ ) ditambah representasi dari pihak aparatur desa, kecamatan, dan kabupaten (dinas pertanian) sebanyak 15 orang yang dipilih secara acak.

#### 4.4. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan adalah data sekunder dari pemerintahan desa, kecamatan dan Kabupaten Brebes yang terkait dengan kebijakan pengelolaan pasar bawang merah dan dokumen-dokumen pemerintahan desa dan kecamatan yang terkait dengan penelitian ini, serta data primer yang dikumpulkan di lokasi penelitian dengan metode *purposive sampling* yaitu: (1) kuesioner kinerja usahatani bawang merah, meliputi: (i) penerimaan dan pengeluaran usahatani bawang merah, (ii) margin pemasaran dan *farmer's share*; dan (iii) rantai pemasaran bawang merah (2) wawancara mendalam kepada masyarakat (petani)

dan pemerintah tentang pemasaran dan kelembagaan pasar bawang merah. Informasi kualitatif akan diperoleh dari informan kunci dari aparaturnya pemerintahan desa, dinas terkait tingkat Kabupaten lokasi penelitian dan tokoh masyarakat di daerah penelitian.

#### 4.5. Metode Analisis

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif (analitis) dalam kerangka pendekatan situasi, struktur, perilaku dan performa (SSPP). Analisis deskriptif memberikan gambaran pola-pola yang konsisten dalam data, sehingga hasilnya dapat dipelajari dan ditafsirkan secara singkat dan penuh makna (Kuncoro, 2009). Penggunaan pendekatan ini didasarkan atas pertimbangan performa seperti, belum terwujudnya manajemen cadangan bawang merah di daerah penelitian; belum eksisnya pusat logistik terpadu-bawang merah di daerah penelitian; serta adanya dugaan bahwa pasar bawang merah belum dikelola dengan *managable* untuk menunjang kebutuhan bawang merah di pasaran.

#### 4.6. Definisi Variabel

Variabel-variabel yang terlibat dalam *roadmap* penelitian, dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a. PUSLOGDU-BM adalah suatu lembaga pemasaran khusus bawang merah yang berfungsi menyalurkan harga dan pasokan bawang merah di pasaran.
- b. Profitabilitas adalah keuntungan bersih yang diterima oleh petani bawang merah dalam dua kali panen.



- c. Marjin pemasaran adalah selisih harga jual ditingkat petani dengan harga jual di tingkat berbagai tujuan pemasaran
- d. *Farmer's share* adalah bagian harga yang diterima petani bawang merah
- e. Efisiensi usahatani bawang merah adalah mengukur tingkat input dan output usahatani bawang merah.

#### 4.7. Rancangan Model

Rancangan model revitalisasi fungsi dan peran pasar bawang merah diarahkan untuk mendesain ulang saluran pemasaran produk bawang merah yang dipusatkan pada lembaga yang disebut sebagai Pusat Logistik Terpadu-Bawang Merah (PUSLOGDU-BM). Pihak-pihak yang dilibatkan dalam rancangan model ini adalah: (i) produsen (petani bawang merah); (ii) tengkulak; (iii) pedagang besar; (iv) pemborong; (v) pengecer; dan (vi) konsumen akhir

## BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Deskripsi Penelitian

Kegiatan penelitian ini bermula dari observasi terhadap petani bawang merah yang bertempat tinggal menetap di enam (6) desa yang berada dalam wilayah kecamatan Bulakamba Kabupaten Brebes, yaitu desa Luwungragi, Siwuluh, Banjaratma, Petunjungan, Tegalglagah dan Sitanggal.

Setelah data-data tersebut diperoleh atau dikumpulkan, langkah selanjutnya dilakukan pengelohan data untuk mengetahui jumlah penerimaan, pengeluaran, dan keuntungan usahatani. Langkah berikutnya adalah menganalisis hasil pengelohan data dengan metode analisis profitabilitas untuk mengetahui tingkat keuntungan riil yang diperoleh usahatani bawang merah  $ha^{-1}$  dalam satu tahun (dua kali musim tanam) serta diharapkan hasil analisis ini dapat mengetahui secara mendalam struktur pendapatan (kinerja profitabilitas) dan kinerja margin pemasaran usahatani bawang merah, struktur bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*). Kemudian dilanjutkan dengan mengolah data *input* yaitu: (i) bibit, (ii) pupuk buatan, (iii) pupuk lain-nya, (iv) pestisida, (v) obat lain-nya, tenaga kerja. Data *output* yaitu (i) produksi bawang merah  $ha^{-1}$  dalam setahun dan (ii) jumlah penerimaan (Rp) produksi bawang merah  $ha^{-1}$  dalam setahun. Pengelohan data dilakukan dengan metode *Data Envelopment Analysis (DEA)* dengan alat Bantu analisis menggunakan *banxia frontier analysis* untuk mengetahui tingkat skor efisiensi usahatani bawang merah. Berdasarkan skor efisiensi tersebut dapat diketahui efisiensi tidak-nya usahatani bawang merah di lokasi penelitian.



## 5.2. Profitabilitas Usahatani

Tabel 5.1. menunjukkan hasil analisis profitabilitas usahatani bawang merah dilokasi penelitian. Produksi bawang merah  $ha^{-1}$  dalam dua kali tanam dalam setahun cukup besar yaitu 11,13564 ton (11.135,64 kg) dengan nilai penerimaan (*revenue*) produksi sebesar Rp.69.976.500. Sedangkan keuntungan bersih setelah dikurangi berbagai pengeluaran (biaya produksi) sebesar Rp.4.670.114, dengan R/C rasio sebesar 1,1.

**Tabel 5.1. Analisis Profitabilitas Usahatani Bawang Merah di Kabupaten Brebes, 2014**

Uraian	Nilai (Rp.)
<b>A. Penerimaan</b>	
(1) Produksi (kg)	11.135,64
(2) Nilai (Rp)	69.976.500
<b>B. Pengeluaran</b>	
(1) Bibit	14.894.776
(2) Pupuk buatan	4.165.750
(3) Pupuk lain-nya	2.420.550
(4) Pestisida	4.650.224
(5) Obat lain-nya	1.894.450
(6) Tenaga kerja	
(i) Dalam keluarga	5.865.400
(ii) Luar Keluarga	28.266.136
(7) Biaya lain-nya	3.149.100
Total Pengeluaran	65.306.386
<b>C. Keuntungan</b>	4.670.114
<b>D. R/C</b>	1,1

Sumber: Data Diolah

Rp.9.390) dan pasar induk Klampok, pedagang besar, serta pasar induk Kramatjati (Rp.7.275 – Rp.8.340). Sedangkan *farmer's share* terhadap berbagai tingkat lembaga pemasaran diperoleh *share* secara berurutan yaitu: pedagang pengumpul 81,63 persen, pasar induk Klampok Brebes 75,83 persen, pedagang besar 66,06 persen, pedagang pasar induk Kramatjati 63,09 persen, pedagang pengecer pasar induk Kramatjati 56,62 persen, pasar eceran 54,13 persen dan supermarket 38,10 persen. Berdasarkan *share* ini dapat disimpulkan bahwa harga jual yang cukup tinggi di tingkat pengecer dan supermarket tidak diteruskan dengan baik ke tingkat petani, sehingga petani tetap memperoleh *farmer's share* yang kecil dan berfluktuasi. Atau dengan kata lain, tingginya harga jual di tingkat pengecer dan supermarket tidak berdampak signifikan terhadap tingkat keuntungan usahatani di lokasi penelitian.

**Tabel 5.2. *Farmer's share* oleh berbagai kelembagaan pemasaran bawang merah, 2014**

Tujuan Pemasaran	Harga (Rp kg <sup>-1</sup> )	Persen
1. Harga jual di tingkat petani	6.000	-
2. Harga jual di pedagang pengumpul	6.900	81,63
3. Harga jual di pasar induk Klampok-Brebes	7.275	75,83
4. Harga jual di pedagang besar	8.055	66,06
5. Harga jual di pedagang pasar induk Kramatjati	8.340	63,09
6. Harga jual di pedagang pengecer pasar induk (Kramatjati)	9.065	56,62
7. Harga jual di pasar eceran	9.390	54,13
8. Supermarket	12.500	38,10

Sumber: Data Diolah

Tabel 4.3. menunjukkan hasil analisis margin pemasaran bawang merah pada petani untuk berbagai tujuan pemasaran. Perolehan margin pemasaran komoditas bawang merah pada petani terendah diperoleh untuk tujuan pedagang



pengumpul dengan margin yang diperoleh sebesar Rp.900, kemudian untuk tujuan pemasaran pedagang pasar induk Klampok dan pedagang besar secara berurutan marjinya sebesar Rp.1.275 dan Rp.2.055.

**Tabel 5.3. Margin pemasaran bawang merah pada petani untuk berbagai tujuan pemasaran, 2014**

Tujuan Pemasaran	Harga Jual (Rp kg <sup>-1</sup> )	Margin Pemasaran (Rp kg <sup>-1</sup> )
1. Pedagang pengumpul	6.900	900
2. Pedagang pasar induk (Klampok)	7.275	1.275
3. Harga jual di pedagang besar	8.055	2.055

Sumber: Data Diolah

#### 5.4. Efisiensi Usahatani

Tabel 5.4. Menunjukkan hasil analisis efisiensi dengan indikator skor efisiensi untuk masing-masing Desa yang diobservasi. Berdasarkan hasil estimasi dengan menggunakan alat bantu analisis *Banxia Frontier Analysis* dapat ditemukan skor efisiensi untuk masing-masing desa yang terpilih sebagai lokasi observasi (penelitian). Skor efisiensi untuk Desa Luwunragi 65,54 persen; Desa Siwuluh 64,63 persen; Desa Banjaratma 63,76 persen; Desa Petunjungan 64,05 persen; Tegalglagah 66,06 persen dan Desa Sitanggal 65,00 persen, sehingga rata-rata skor efisiensi dari ke-enam Desa tersebut sebesar 64,84 persen. Berdasarkan skor rata-rata efisiensi dapat disimpulkan bahwa usahatani yang dilakukan oleh petani diokasi penelitian tidak efisien, karena skor efisiensi-nya kurang dari 100 persen.

**Tabel 5.4. Skor Efisiensi Usahatani, 2014**

No	Usahatani di Desa	Skor Efisiensi (Persen)	Keterangan
1	Luwungragi	65,54	inefisien
2	Siwuluh	64,63	inefisien
3	Banjaratma	63,76	inefisien
4	Peturjungan	64,05	inefisien
5	Tegalglagah	66,06	inefisien
6	Sitanggal	65,00	inefisien

Sumber: Perhitungan DEA dengan *Banxia Frontier Analysis*, 2014

Tabel 5.5. menunjukkan potensi peningkatan efisiensi usahatani bawang merah di lokasi penelitian. Potensi pengembangan (*potential improvement*) input dilihat secara negatif sedangkan untuk output dilihat secara positif. Untuk meningkatkan efisiensi sampai batas *efficient frontier* secara teoritis usahatani bawang merah di lokasi penelitian cukup dengan membelanjakan pupuk buatan sebesar Rp.2.905.194 atau 30,26 persen lebih kecil dari belanja pupuk buatan sebenarnya, demikian juga dengan pupuk lain-nya dikurangi menjadi sebesar 1.925.548 atau 20,45 persen dari belanja pupuk lain-nya yang aktual. Sedangkan untuk belanja pestisida dikurangi menjadi sebesar Rp.2.319.532 atau 50,12 persen lebih sedikit dari belanja pestisida yang aktual atau dengan kalimat lain, pembelanjaan pestisida yang dilakukan oleh petani selama ini sudah terlalu tinggi atau terjadi pemborosan penggunaan pestisida sehingga perlu rasionalisasikan sebesar 50,12 persen, demikian juga dengan obat lain-nya perlu rasionalisasikan sebesar 40,25 persen. Sementara untuk tenaga kerja untuk mencapai batas *efficient frontier* diperlukan pengurangan tenaga kerja luar keluarga, sehingga pembiayaan untuk tenaga kerja cukup dengan pengeluaran sebesar Rp.25.905.914 atau 8,35



persen lebih kecil dari pembiayaan tenaga kerja dalam sesungguhnya. Atau dengan kalimat lain, tenaga kerja yang selama ini dipekerjakan oleh petani terlalu banyak sehingga perlu untuk dirasionalisasikan sebesar 8,35 persen, demikian juga dengan tenaga kerja dalam perlu dirasionalisasikan sebesar 6,45 persen. Sementara untuk biaya lain-nya juga perlu dikurangi sebesar 15,45 persen.

**Tabel 5.5. Potensi pengembangan usahatani bawang merah dilihat dari input atau output**

Input/Output	Uraian	Nilai Aktual (Rp)	Nilai Target (Rp)	Potential Improvement
Input	(1) Bibit	14.894.776	14.894.776	00,00%
	(2) Pupuk buatan	4.165.750	2.905.194	-30,26%
	(3) Pupuk lain-nya	2.420.550	1.925.548	-20,45%
	(4) Pestisida	4.650.224	2.319.532	-50,12%
	(5) Obat lain-nya	1.894.450	1.131.934	-40,25%
	(6) Tenaga kerja			
	(i) Dalam keluarga	5.865.400	5.487.082	-6,45%
(ii) Luar keluarga	28.266.136	25.905.914	-8,35%	
	(7) Biaya lain-nya	3.149.100	2.662.564	-15,45%
Output	(1) Produksi (kg)	11.135,64	17.260,242	55%
	(2) Nilai (Rp)	69.976.500	108.463.575	55%

Sumber: Perhitungan DEA dengan *Banxia Frontier Analysis*, 2008

Di sisi lain untuk output, agar mencapai batas *efficient frontier* diperlukan peningkatan produksi bawang merah menjadi 17.260,242 kg (17,260 ton) ha<sup>-1</sup> dengan nilai penerimaan sebesar Rp.108.463.5751 dalam dua kali tanam atau 55 persen lebih besar dari produksi sudah yang terjadi.

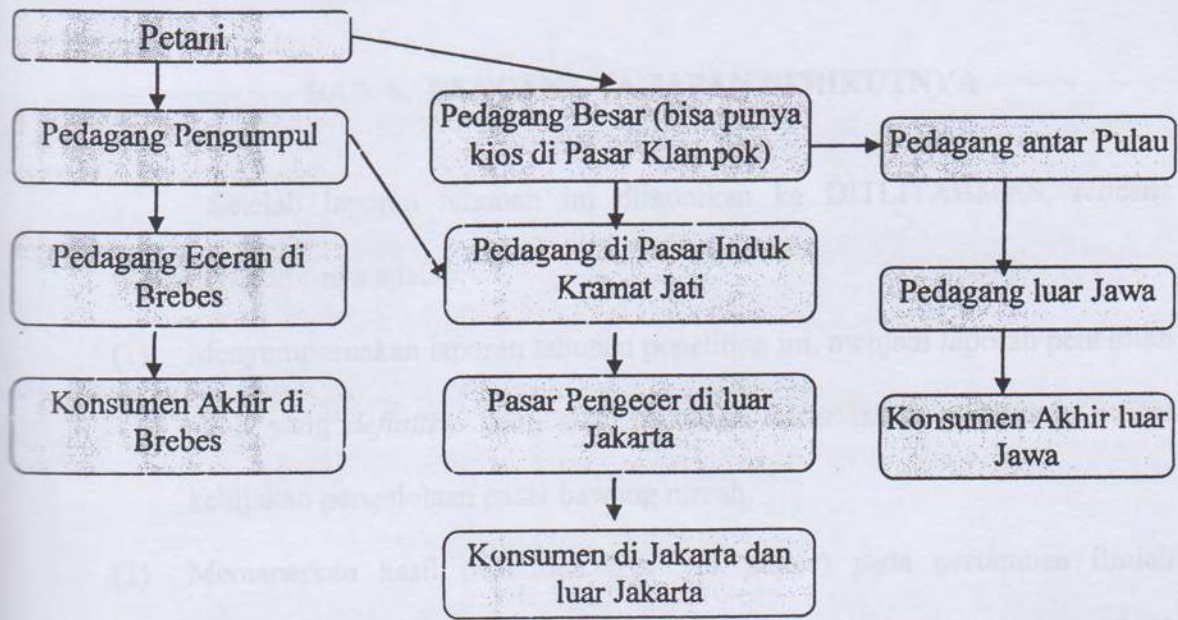
Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurasa dan Darwis (2007) yang menyatakan bahwa menurut petani, pendapatan usahatani bawang merah yang diterimanya selalu berfluktuasi. Hal ini antara lain

dipengaruhi oleh penurunan perolehan produksi yang diakibatkan oleh fluktuasi harga obat-obatan (55,56 persen) karena petani terbiasa banyak melakukan penyemprotan dengan menggunakan obat-obatan kimia yang harganya dirasa semakin mahal dan juga adanya obat-obatan yang dirasakan tidak efektif karena kemungkinan palsu. Pengaruh terbesar kedua adalah karena pengaruh keadaan iklim terutama disaat musim kemarau/kering (50 persen) dimana kita ketahui tanaman bawang merah sangat ketergantungan akan kecukupan air. Penyebab lainnya berkurangnya keuntungan yang diterima disebabkan oleh fluktuasi harga output, harga bibit, dan harga pupuk (masing-masing 33,3, 33,33, dan 28,57 persen).

#### **5.5. Rantai Pemasaran**

Rantai pemasaran bawang merah di daerah penelitian relatif panjang, yaitu terdiri dari 4 jalur pemasaran: (i) petani, pedagang pengumpul, pedagang eceran di Brebes, konsumen akhir di Brebes; (ii) petani, pedagang besar, pedagang di pasar induk Kramat Jati, pasar pengecer di luar Jakarta, konsumen akhir di Jakarta dan luar Jakarta; (iii) petani, pedagang di pasar induk Kramat Jati, pasar pengecer di luar Jakarta, konsumen akhir di Jakarta dan luar Jakarta; dan (iv) petani, pedagang besar, pedagang antar pulau, pedagang luar jawa, dan konsumen akhir luar jawa. Gambar 5.1. menunjukkan rantai pemasaran bawang merah di Kabupaten Brebes.





**Gambar 5.1. Rantai Pemasaran bawang merah di Kabupaten Brebes**

## BAB 6. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Setelah laporan tahunan ini dilaporkan ke DITLITABMAS, rencana tahapan berikut-nya adalah:

- (1) Menyempurnakan laporan tahunan penelitian ini, menjadi laporan penelitian akhir yang *definitive* yang akan dijadikan dasar untuk mendesain model kebijakan pengelolaan pasar bawang merah.
- (2) Memaparkan hasil penelitian (*call for paper*) pada pertemuan ilmiah Seminar Nasional dan Call Paper. Yang diselenggarakan pada tanggal 25 Juni 2014 (bukti *letter of acceptance* dan sertifikat terlampir)
- (3) Mengajukan proposal Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi untuk tahun ke-dua (*on-going*).
- (4) Mempublikasikan hasil penelitian pada jurnal ilmiah "Jurnal Ekonomi Pembangunan" yang akan diterbitkan pada bulan Desember 2014.



## BAB 7. SIMPULAN DAN SARAN

### 7.1. Simpulan

Untuk mencapai tujuan yang sudah dipaparkan dalam penelitian ini, diperlukan langkah-langkah strategis yaitu mendesain (menyusun) metode penelitian, mengolah data dan menganalisis hasil serta pembahasannya, sehingga sampai pada beberapa poin simpulan sebagai berikut:

1. Ber-usahatani bawang merah di lokasi penelitian telah dapat memberikan keuntungan bagi petani, namun keuntungan yang diperoleh terhitung sangat kecil jika dibandingkan dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan. Atau dengan dengan kalimat lain, usahatani bawang merah dilokasi penelitian tidak memberikan keuntungan yang signifikan (*unprofitable*) terhadap ekonomi rumah tangga petani. Keuntungan yang kecil itu disebabkan oleh tingkat biaya produksi yang terlalu tinggi, yaitu mencapai 90 persen dari total *revenue*. Biaya produksi tertinggi dikeluarkan untuk upah tenaga kerja yang mencapai 52,26 persen, kemudian diikuti secara ber-urutan yaitu bibit 22,81 persen, pupuk 10,01 persen, pestisida 10,00 persen dan biaya lain-nya 4,82 persen.
2. Harga jual yang cukup tinggi di tingkat pengecer dan supermarket tidak tertransmisikan dengan baik ke tingkat petani, sehingga petani tetap memperoleh *farmer's share* yang kecil dan berfluktuasi. Atau dengan dengan kalimat lain, tingginya harga jual di tingkat pengecer dan supermarket tidak berdampak signifikan terhadap tingkat keuntungan usahatani di lokasi penelitian.
3. Perolehan margin pemasaran komoditas bawang merah pada petani terendah

diperoleh untuk tujuan pedagang pengumpul dengan margin yang diperoleh sebesar Rp.900, kemudian untuk tujuan pemasaran pedagang pasar induk Klampok dan pedagang besar secara berurutan marjinnya sebesar Rp.1.275 dan Rp.2.055.

4. Skor efisiensi untuk Desa Luwunragi 65,54 persen; Desa Siwuluh 64,63 persen; Desa Banjaratma 63,76 persen; Desa Petunjungan 64,05 persen; Tegalglagah 66,06 persen dan Desa Sitanggal 65,00 persen, sehingga rata-rata skor efisiensi dari ke-enam Desa tersebut sebesar 64,84 persen. Berdasarkan skor rata-rata efisiensi dapat disimpulkan bahwa usahatani yang dilakukan oleh petani diokasi penelitian tidak efisien, karena skor efisiensinya kurang dari 100 persen. Untuk meningkatkan efisiensi sampai batas *efficient frontier* secara teoritis usahatani bawang merah di lokasi penelitian cukup dengan membelanjakan pupuk buatan sebesar Rp.2.905.194 atau 30,26 persen lebih kecil dari belanja pupuk buatan sebenarnya, demikian juga dengan pupuk lain-nya dikurangi menjadi sebesar 1.925.548 atau 20,45 persen dari belanja pupuk lain-nya yang aktual. Sedangkan untuk belanja pestisida dikurangi menjadi sebesar Rp.2.319.532 atau 50,12 persen lebih sedikit dari belanja pestisida yang aktual atau dengan kalimat lain, pembelanjaan pestisida yang dilakukan oleh petani selama ini sudah terlalu tinggi atau terjadi pemborosan penggunaan pestisida sehingga perlu rasionalisasikan sebesar 50,12 persen, demikian juga dengan obat lain-nya perlu rasionalisasikan sebesar 40,25 persen. Sementara untuk tenaga kerja untuk mencapai batas *efficient frontier* diperlukan pengurangan tenaga kerja luar keluarga, sehingga



pembiayaan untuk tenaga kerja cukup dengan pengeluaran sebesar Rp.25.905.914 atau 8,35 persen lebih kecil dari pembiayaan tenaga kerja dalam sesungguhnya. Atau dengan kalimat lain, tenaga kerja yang selama ini dipekerjakan oleh petani terlalu banyak sehingga perlu untuk dirasionalisasikan sebesar 8,35 persen, demikian juga dengan tenaga kerja dalam perlu dirasionalisasikan sebesar 6,45 persen. Sementara untuk biaya lain-nya juga perlu dikurangi sebesar 15,45 persen.

## **7.2. Implikasi Manajerial**

Dalam rangka meningkatkan daya saing produk bawang merah sekaligus meningkatkan pendapatan petani di daerah sentra produksi, diperlukan beberapa hal penting yang harus dilakukan sebagai berikut:

- (1) Pemerintah Kabupaten disarankan untuk melakukan kebijakan-kebijakan yang mengarah pada penguatan kelembagaan kemitraan usaha komoditas bawang merah dengan visi "Mencapai Indonesia Sebagai Eksportir Bawang Merah";
- (2) Pemerintah Kabupaten dapat mewujudkan: (a) tersedianya varietas baru yang produktif, adaptif dan tahan terhadap hama/penyakit, (b) tersedianya teknologi produksi dan pengelolaan benih bermutu, konsep jaminan dan standarisasi mutu sebagai langkah awal untuk membangun industri benih nasional yang tangguh dan mandiri; (c) Tersedianya teknologi budidaya yang ramah lingkungan dan efisien dengan memanfaatkan sumberdaya lokal secara optimal dan berkelanjutan untuk menghasilkan produk hortikultura modern dan efisien sekaligus membuka peluang munculnya industri sarana penunjang di berbagai daerah; (d) Tersedianya teknologi pengendalian hama/penyakit

yang berbasis pada penggunaan musuh alami dan pengurangan pestisida sintetis serendah mungkin; (e) Tersedianya teknologi pasca panen untuk efisiensi pengemasan, konservasi mutu segar, diversifikasi produk yang berkaitan dengan peningkatan nilai tambah industri hortikultura.

- (3) Peng-usahatani, melakukan langkah-langkah efisiensi terhadap penggunaan pestisida, pupuk, dan tenaga kerja serta melakukan langkah-langkah untuk meningkatkan produksi bawang merah dengan cara penggunaan bibit unggul dan tahan terhadap hama, serta penggunaan teknologi produksi dan pengelolaan benih yang bermutu tinggi.

### **7.3. Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan dalam metode penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lama pengamatan (*observasi*) dilakukan hanya dalam satu periode yaitu tahun 2014;
2. Pengamatan dilakukan hanya pada enam lokasi penelitian, yaitu desa yang dipandang sebagai penghasil bawang merah terbesar di Kabupaten Brebes;
3. Hasil analisis profitabilitas tidak memasukkan kemungkinan biaya sewa lahan bagi petani yang menyewa lahan garapan bawang merah dan
4. Analisis efisiensi dalam penelitian ini lebih menitikberatkan pada konsep efisiensi harga (*allocative or price efficiency*).

### **7.4. Saran**

Saran yang bisa dilakukan untuk penyempurnaan penelitian ini, bagi peneliti berikutnya adalah:



1. Untuk mendapatkan hasil penelitian dengan tingkat keakurasian yang lebih tinggi diperlukan penambahan lama periode pengamatan, misalnya lima tahun terakhir;
2. Untuk menghindari adanya pembiasan hasil pengolahan data, diperlukan penambahan lokasi pengamatan;
3. Dalam Usahatani bawang merah, banyak petani yang tidak menggunakan tanah sawah-nya sendiri, tetapi menyewa tanah orang lain, sehingga perlu di masukan unsur biaya sewa tanah dalam analisis profitabilitas dan efisiensi
4. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik perlu dipertimbangkan penambahan analisis efisiensi teknik (*technical analysis*)

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W. (2000). Perkembangan Ekspor-Impor dan Ketidakstabilan Penerimaan Ekspor Komoditas Sayuran di Indonesia. *Jurnal Hortikultura*. Vol 10 (1) : 70-81.
- Agustian, A., Zulham, A., Syahyuti, Tarigan, H., Supriatna, A., Supriyatna, Y., Nurasa, T. (2005), Analisis Berbagai Bentuk Kelembagaan Pemasaran dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Usaha Komoditas Pertanian. Laporan Akhir Penelitian. PSEKP-Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Jakarta: Departemen Pertanian
- Andersen, P., & Petersen, N. C. (1993). A procedure for ranking efficient units in data envelopment analysis. *Management Science*, 39(10), 1261-1264.
- Banker, R. D., Charnes, A., & Cooper, W. W. (1984). Some models for estimating technical and scale inefficiencies in data envelopment analysis. *Management Science*, 30(9), 1078-1092.
- Budiarto, Joko. Dukungan Teknologi Bagi Pengembangan Hortikultura Tahun 2003. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Bappeda Brebes (2005), Produk Unggulan Pertanian Di Kabupaten Brebes. [www.brebeskab.go.id](http://www.brebeskab.go.id)
- BPS Brebes (2008) *Kabupaten Brebes Dalam Angka Tahun 2008*. Brebes: Badan Pusat Statistik Kabupaten Brebes.
- Bhat, R., Bharat, B., dan Elan Reuben (1998), Methodology Note: Data Envelopment Analysis (DEA). India: IIM Ahmedabad
- Bowlir, WF. (1996), Measuring Performance: An Introduction to Data Envelopment Analysis (DEA), *Journal of Cost Analysis*, 3-7
- Cooper, W.W., Seiford, L.M. and Kaoru Tone (2002), *Data Envelopment Analysis: a Comprehensive Text with Models, Applications, References and DEA-Solver Software*, 3<sup>rd</sup> ed., Boston: Kluwer Academic.
- Daft, L.D (2007), *Manajemen*. Jilid 1, Edisi 6: Terjemahan, Jakarta: Salemba Empat,
- Griffin R. W. (2004), *Manajemen*. Jilid 1, Edisi 7: Terjemahan, Jakarta: Erlangga
- Gonarsyah, Isang (1992), Peranan pasar Induk Kramat Jati sebagai barometer harga sayur mayur di wilayah DKI Jakarta. *Mimbar Sosek*, Bogor: Institut Pertanian Bogor. (5):43-48.
- Hadi, P.U., H. Mayrowari, Supriyati dan Sumedi (2000). *Review and Outlook Pengembangan Komoditas Hortikultura. Seminar Nasional Perspektif Pembangunan Pertanian dan Kehutanan Tahun 2001 ke Depan*. Bogor Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian,
- Irawan, B., Simatupang P, Sugiarto, Supadi, Agustin, NK., Sinuraya, JF. (2006), Panel Petani Nasional (PATANAS): Analisis Indikator Pembangunan Pertanian dan Pedesaan. Laporan Akhir Penelitian. PSEKP-Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Jakarta: Departemen Pertanian



- Kuma'at, R. (1992). Sistem pemasaran sayuran dataran tinggi di provinsi Sulawesi Utara. Thesis MS - FPS IPB, Bogor.
- Mubyarto. (1989). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES
- Rachman, H.P.S. 1997. Aspek permintaan, penawaran dan tataniaga hortikultura di Indonesia. Forum Agro Ekonomi 15 (1 dan 2) : 44-56. Laporan Akhir Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Bogor.
- Nopirin (1997), *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*. Yogyakarta: BPFE-UGM
- Nurasa, T., dan Darwis, V. (2007), Analisis Usahatani dan Keragaan Marjin Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Brebes". *Jurnal Akta Agrosia*, Vol. 10 No.1 h. 40-48
- Saptana, Indraningsih, K.C. dan Hastuti, E.L. (2006), Analisis Kelembagaan Kemitraan Usaha di Sentra-Sentra Produksi Sayuran". Bogor: Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Sudaryanto T., Y. Yusdja, A. Purwoto, K.M. Noekman, A.Bwariyadi, dan W.H. Limbang. (1993). Agribisnis Komoditas Hortikultura. Laporan Akhir Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial
- Talluri, S. (2000), Data Envelopment Analysis: Models and Extensions. *International Journal of Flexible Manufacturing System*
- Thamrin, M., Ramlan, Armiati, Ruchjaningsih dan Wahdania (2003), Pengkajian Sistem Usahatani Bawang Merah Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian* Vol. 6, No. 2: 141-153



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
PANITIA SEMINAR NASIONAL DAN *CALL FOR PAPER*  
Jalan A. Yani, Tromol Pos 1, Pabelan, Kartasura, Surakarta, Telp (0271) 717417 ext 228

Nomor: 222/C/VIH/FEB/V/2014

Surakarta, 21 Mei 2014

Hal: *Letter of Acceptance*

Kepada Yth. **Imron Rosyadi**

Universitas Muhammadiyah Surakarta

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*


Panitia Seminar Nasional dan *Call for Paper* Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta mengucapkan terima kasih atas peran serta Bapak/Ibu dengan mengirimkan abstrak melalui surat elektronik. Berdasarkan keputusan dari tim *reviewer*, maka panitia menyatakan bahwa abstrak Bapak/Ibu dengan judul "PROFITABILITAS DAN EFISIENSI USAHATANI BAWANG MERAH DI KABUPATEN BREBES" diterima dan dapat dipresentasikan pada acara Seminar Nasional dan *Call for Paper* dengan tema "Menjadikan Tata Kelola Keuangan Organisasi yang Efektif, Efisien dan Ekonomis Sesuai Dengan Syariah" yang akan diselenggarakan pada hari Rabu Tanggal 25 Juni 2014 di Ruang Seminar Gedung G Lantai II, FEB-UMS.

Seumpunya Bapak/Ibu dimohon kesediaannya untuk mengirimkan *full paper* sesuai dengan format dan *template* yang terkirim melalui surat elektronik Bapak/Ibu. *Full paper* dapat dikirim ke alamat surat elektronik panitia akuntansi.feb@ums.ac.id paling lambat tanggal 3 Juni 2014. Formulir pendaftaran dan bukti transfer dapat dikirim melalui surat elektronik paling lambat tanggal 3 Juni 2014.

Demikian surat ini disampaikan. Atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wa'alaikum'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Ketua Panitia,

  
Dr. Zulfikar, S.E., M.S.

NIK 716





# Sertifikat

Diberikan kepada :

**Imron Rosyadi, SE., M.Si.**

Atas peran sertanya sebagai :

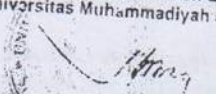
**Pemakalah**

**SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS  
(SYARIAH PAPERS 2014)**

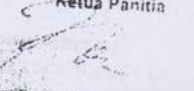
**"Mewujudkan Tata Kelola Keuangan Organisasi  
Yang Efektif, Efisien Dan Ekonomis Sesuai Syariah"**

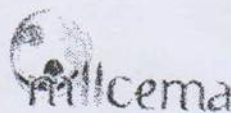
*Diselenggarakan oleh Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta*

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

  
Dr. Triyono, SE., MS.

Surakarta, 25 Juni 2014  
Ketua Panitia

  
Dr. Zulfikar, SE., MS.



**Malaysia-Indonesia International Conference on Economics, Management and Accounting 2014 -  
Management**

MIICEMA 2014 Secretariat Faculty of Economics and Management Universiti Kebangsaan Malaysia 43600 UKM Bangi Selangor, Malaysia. tel. +603 8921 5769 / 3450 / 5360 / 4926, fax: +603 8921 5049

Name : Mr. Imron Rosyadi  
Institution : Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Address : FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta Jl. Ahmad Yani Tironol  
Pos 1 Pabelan Kartasura Surakarta 57102  
Indonesia/Jawa Tengah 57102 Indonesia  
Paper ID : MIICEMA2014\_MGT-42  
Author : Imron Rosyadi (shofiyah.imron@gmail.com)  
Co Author :  
Paper Title : PROFITABILITY AND EFFICIENCY OF ONION FARMING IN  
REGENCY OF BREBES  
Date : June 30<sup>th</sup>, 2014

**NOTIFICATION OF ABSTRACT ACCEPTANCE**

Dear Mr. Imron Rosyadi,

On behalf of MIICEMA 2014 MGT Committee, we are pleased to inform you that your submitted abstract (MIICEMA2014\_MGT-42) entitled "PROFITABILITY AND EFFICIENCY OF ONION FARMING IN REGENCY OF BREBES", has been reviewed and accepted for this conference. You are therefore requested to submit the full paper for Reviewing process before Tuesday, July 15<sup>th</sup>, 2014.

Submit full paper (.doc)

You are strictly advised to adhere to the conference template which can be downloaded from the conference website.

We look forward to receive your full paper very soon.

Again, thank you very much for your submission.

Yours sincerely,

MIICEMA2014\_MGT Secretariat

Tel: +603 8921 5769 / 3450 / 5360 / 4926

Fax: +603 8921 5049

Email: [miicema2014@co.umsu.com](mailto:miicema2014@co.umsu.com)

Website: <http://www.ukm.my/miicema>