

Analisis Perilaku Pedagang Antar Pulau Dalam Sistem Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Woha Kabupaten Bima

Efendy^{1*}, I Ketut Budastra¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Kota Mataram, Indonesia

Email: efendyefendy9@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui perilaku Pedagang Antar Pulau dalam sistem pemasaran bawang merah, dan (2) Untuk mengetahui kendala-kendala dalam pemasaran bawang merah di Kecamatan Woha Kabupaten Bima. Penelitian menggunakan metode deskriptif. Unit analisis adalah pemasaran bawang merah yang dijalankan oleh pedagang Antar Pulau di Kecamatan Woha, Kabupaten Bima. Lokasi penelitian di Desa Risa dan Desa Kalampa ditentukan secara purposive sampling, atas pertimbangan bahwa kedua desa tersebut memiliki luas garapan yang lebih tinggi dibandingkan desa-desa lainnya. Penentuan responden petani secara accidental sampling sebanyak 30 responden dengan rincian masing-masing 15 reponden per desa. Analisis data mencakup: Analisis margin pemasaran, analisis elastisitas transmisi harga, dan analisis kendala-kendala dalam pemasaran bawang merah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Woha Kabupaten Bima dengan perilaku pemasaran yang baik, di tunjukkan oleh perubahan harga di tingkat konsumen ditransmisikan secara sempurna ke level petani dengan margin saluran pemasaran Rp 6.951/kg (24,95%) dan share petani Rp 21.229/kg (76,27%). (2) Kendala-kendala yang dihadapi oleh petani dan pedagang dalam pemasaran bawang merah yaitu, pada tingkat petani adalah harga yang tidak pasti, dan cuaca yang tidak menentu yang mengakibatkan bawang merah banyak mengalami kerusakan. Sedangkan tingkat pedagang adalah cuaca yang tidak menentu mengakibatkan pedagang sulit pada saat pengangkutan (membawa) barang ke tempat tujuan ke luar kota, dan transportasi berlayar yang sulit dilaksanakan ketika tingkat curah hujan tidak menentu.

Katakunci: Pedagang Antar Pulau, Petani, Margin Pemasaran, Elastisitas Transmisi Harga, Kendala Usaha Bawang Merah

ABSTRACT

This study aims: (1) To find out of Inter Island traders' Conduct on onion marketing, and (2) To find out the constraints in marketing onion in Woha District, Bima Regency. The method used is descriptive method. The unit of analysis is shallot marketing by farmers and traders in Woha District, Bima Regency. The location of this research is in Risa and Kalampa Villages, Woha District, Bima Regency. The selection of the research location was carried out using a purposive sampling method, so Risa and Kalampa Villages were selected with the consideration that higher average arable area compared to other villages. The handling of respondents in this study was carried out by accidental sampling of 30 respondents with details of 15 each Villages. The analysis used is: Marketing Margin Analysis, Price Transmission Elasticity Analysis, and Constraints Analysis in Onion Marketing. The results of the study are indicated that: (1) The marketing channel for onion in Woha District, Bima Regency has good marketing conduct, shows by price changes at the consumer level being perfectly transmitted to the farmer level with

a marketing margin of IDR 6,951/kg (24.95%) and farmer share of IDR 21,229/kg (76.27%). (2) The constraints faced by farmers and traders in marketing onion, namely, at the farm level are uncertain prices, and erratic weather which causes shallots to suffer a lot of damage. While the level of traders is that the weather is erratic making it difficult for traders to transport (carry) goods to destinations outside the city, and sailing transportation is difficult to carry out when the level of rainfall is erratic.

Keywords: *Inter-Island Traders, Farmers, Marketing Margins, Price Transmission Elasticity, Onion Business Constraints*

PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai keunggulan komparatif sebagai negara agraris. Selama ini, kegiatan ekonomi yang memanfaatkan keunggulan komperatif telah berkembang di Indonesia yang merupakan salah satu subsistem agribisnis. Pengalaman masa lalu yang membuktikan bahwa pembangunan pertanian saja yang tidak disertai dengan pengembangan industri hulu pertanian, industri hilir pertanian, serta jasa pendukung secara harmonis tidak mampu mendayagunakan keunggulan komparatif menjadi keunggulan bersaing di pasar internasional (Firdaus, 2008).

Indonesia adalah Negara yang sangat kaya akan sumber daya alam dan beriklim tropis sehingga dapat menghasilkan produk pertanian, adapun produk pertaniannya antara lain yaitu komoditas hortikultura seperti sayuran dan buah-buahan. Hortikultura merupakan subsektor pertanian yang dapat meningkatkan devisa Negara dalam mendorong pertumbuhan sektor pertanian dan memiliki peran penting dimasa yang akan datang.

Tanaman bawang merah merupakan salah satu dari tiga anggota genus *allium* yang paling dikenal oleh masyarakat dan mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Bawang merah termasuk golongan tanaman semusim yang membentuk rumpun, berupa tanaman ternak rendah yang tumbuh tegak dengan tinggi sekitar 20-40cm (Bina Karya Tani, 2008; Herman Supridi dan Wahyuning K.Sejati, 2018).

Bawang merah adalah komoditas hortikultura yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia. Meningkatnya permintaan pasar akan bawang merah serta tingginya nilai ekonomi yang memiliki sayuran ini, membuat para petani di berbagai daerah tertarik memproduksinya untuk mendapatkan keuntungan.

Masyarakat Indonesia mengenal bawang merah sebagai salah satu bahan yang tidak dapat dipisahkan dari masakan makanan sehari-hari, selalu menggunakan bumbu bawang merah atau pun bawang putih. Pada saat ini usahatani bawang merah di Indonesia diarahkan pada peningkatan hasil dan mutu produksi serta meningkatkan pendapatan dan taraf hidup para petani. Budidaya bawang merah memang memberikan keuntungan cukup besar bagi para petaninya. Mengingat saat ini kebutuhan pasar akan bawang merah semakin meningkat tajam, seiring dengan meningkatnya jumlah pelaku bisnis makanan yang tersebar di berbagai daerah (Ahmad Syahrir, et al., 2022; Anonim, 2011).

Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu propinsi penghasil bawang merah yang berpotensi sangat menjanjikan jika bawang merah dikembangkan dengan baik. Produksi bawang merah di NTB mengalami fluktuasi tiap tahunnya dan harga yang berubah tiap panennya (BPS NTB, 2015).

Kabupaten Bima adalah merupakan salah satu yang membudidayakan bawang merah, karena bawang merah merupakan salah satu komoditas unggulan di Kabupaten Bima yang memiliki prospek yang cukup baik serta permintaan pasar pada komoditas tersebut yang cenderung meningkat. Potensi area tanam bawang merah di Daerah Kabupaten Bima mencapai 12.404 hektar namun yang baru dimanfaatkan sebesar 7.000 hektar lebih (Dinas Pertanian Pangan dan Hortikultura, 2015).

Besarnya produksi bawang merah di Kabupaten Bima tidak terlepas dari peran daerah yang menghasilkan bawang merah, salah satunya adalah Kecamatan Wohu. Produksi bawang merah pada tahun terakhir ini tahun 2017-2018, pada tahun 2017 produksi bawang merah yang di hasilkan oleh petani di Kecamatan Wohu meningkat yaitu 206.339.00 ton dengan luas lahan panen yaitu 1.727.00 ha dibandingkan pada tahun 2018 yaitu hanya memproduksinya sebesar 153.682.00 ton (BPS Mataram, 2018).

Di Kecamatan Wohu fluktuasi harga biasanya terjadi pada musim kering atau musim kemarau. Musim kemarau terdapat pada bulan Mei sampai bulan September. Pada musim kering atau kemarau adalah bulan yang baik untuk menghasilkan bawang merah, jadi kebanyakan petani menanam bawang merah pada bulan Mei sampai bulan September. Hal ini dapat mengakibatkan harga bawang merah mengalami kenaikan dan penurunan harga. Lain halnya dengan musim hujan yang hanya pada bulan Desember sampai bulan Februari, pada bulan tersebut kurang baik untuk memproduksi bawang merah karena bawang merah biasanya kecil-kecil.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dilakukan penelitian tentang; Analisis Kinerja Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Wohu Kabupaten Bima dengan tujuan: (1) Untuk mengetahui perilaku pedagang antar pulau dalam sistem pemasaran bawang merah, dan (2) Untuk mengetahui kendala-kendala dalam pemasaran bawang merah di Kecamatan Wohu Kabupaten Bima.

METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemasaran bawang merah yang dijalankan oleh petani dan pedagang di Kecamatan Wohu Kabupaten Bima. Penelitian ini dilakukan di Desa Risa dan Desa Kalampa yang ditentukan dengan cara "*Purposive Sampling*". Penentu jumlah responden dilakukan dengan metode "*Quota Sampling*" sebanyak 30 responden, untuk penentuan responden di masing-masing desa menggunakan teknik *Accidental Random Sampling* yaitu masing-masing 15 responden per desa. Penentuan responden pedagang dilakukannya secara *Snowball Sampling*.

Analisis Data

Untuk mengetahui perilaku pedagang antar pulau dalam sistem pemasaran bawang merah di Kecamatan Wohu Kabupaten Bima dilakukan analisis margin pemasaran, share petani dan analisis elastisitas transmisi harga.

Analisis Margin Pemasaran

Untuk menganalisis margin pemasaran dapat di analisis menggunakan rumus:

$$MP = Pr - Pf$$

$$MP = \sum C + \sum \pi$$

Dimana:

MP = Margin Pemasaran

C = Jumlah biaya

Pr = Harga ditingkat konsumen

π = Keuntungan

Pf = Harga ditingkat petani

Share petani atau produsen dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

X : Share harga yang diterima petani produsen

Pf : Harga ditingkat petani atau produsen

Pr : Harga ditingkat konsumen akhir

Analisis Elastisitas Transmisi Harga

Untuk melihat respon harga ditingkat produsen jika terjadi perubahan harga dikonsumen lewat pedagang dengan menggunakan model.

$$Pf = b_0 Pr^{b_1}$$

Kemudian model tersebut dapat diubah menjadi bentuk linear sebagai berikut:

$$\ln Pf = \ln b_0 + b_1 \ln Pr$$

Keterangan:

Pf = Harga tingkat produsen (Rp/Kg)

Pr = Harga tingkat konsumen (Rp/kg)

b_0 = Konstan

b_1 = Koefisien elastisitas transmisi harga

Hipotesis:

H₀ : $b_1=1$, harga ditingkat konsumen ditransmisikan dengan sempurna ke tingkat petani.

H_i : $b_1 \neq 1$, harga ditingkat konsumen tidak ditransmisikan dengan sempurna ke tingkat petani.

Penguji hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel dengan rumus sebagai berikut :

$$t\text{-hitung} = \frac{b_i - 1}{se(b_i)}$$

$$t\text{-tabel} = t_{\alpha/2} (n-k-1)$$

Kriteria keputusan:

1. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka, H₀ ditolak berarti, harga ditingkat konsumen tidak ditransmisikan dengan sempurna ke-tingkat petani atau pemasaran bawang merah tidak efisien.

2. Jika $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$ maka, H_0 diterima berarti, perubahan ditingkat konsumen ditransmisikan dengan baik ke-tingkat petani dan pemasaran bawang merah efisien.

Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi petani dan pedagang dalam memasarkan bawang merah dilakukan analisis tabulasi sederhana dari aspek harga, cuaca, modal, dan transportasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada Tabel 1, menunjukkan bahwa umur responden petani paling banyak pada kisaran 20-35 tahun yaitu sebanyak 15 orang atau sebanyak 50% dan untuk responden pedagang paling banyak pada kisaran 36-50 tahun yaitu sebanyak 4 orang atau sebanyak 57,14%. Usia produktif sudah menunjukkan terhadap petani maupun pedagang dalam pemasaran bawang merah karena sebagian besar petani dan pedagang ikut terlibat langsung dalam melakukan penjualan atau pembelian bawang merah.

Tabel 1. Umur Responden Petani dan Pedagang Bawang Merah di Kecamatan Woha tahun 2023

No.	Umur (Tahun)	Petani Bawang Merah		Pedagang	
		Orang	%	Orang	%
1.	20-35	15	50,0	1	14,29
2.	36-50	11	36,7	4	57,14
3.	>50	4	13,3	2	28,57
		30	100,0	7	100,00

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa responden petani dan pedagang memiliki latar belakang pendidikan yang beragam-ragam yaitu dari tidak sekolah (TS) sampai dengan tingkat Akademi (PT). Untuk tingkat pendidikan responden petani didominasi dengan tingkat pendidikan tidak sekolah (TS) 8 orang yaitu sebanyak 26,67%, diikuti tamat sekolah dasar (SD) 8 orang yaitu sebanyak 26,67%, diikuti tamat sekolah menengah atas (SMA) 8 orang yaitu sebanyak 26,67%. Pendidikan pedagang bawang merah lebih dominan pada SMA sebanyak 7 orang yaitu sebanyak 100%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa petani bawang merah yang ada di Kecamatan Woha kurang mampu untuk membaca tapi memiliki kemampuan untuk menghitung keuntungan maupun kerugian yang di dapat selama menjalankan usaha bawang merah. Sedangkan pedagang dapat disimpulkan bahwa pedagang sudah cukup pintar dalam mengelola usahanya.

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Responden Petani dan Pedagang Bawang Merah Di Kecamatan Woha Tahun 2023

No.	Tingkat Pendidikan	Petani Bawang Merah		Pedagang	
		Orang	%	Orang	%
1.	Tidak Sekolah	8	26,67	0	0
2.	Tamat SD	8	26,67	0	0
3.	Tamat SLTP	4	13,33	0	0
4.	Tamat SLTA	8	26,67	7	100
5.	Akademi/PT	2	6,66	0	0
		30	100	7	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa jumlah anggota tanggungan petani dan pedagang bawang merah berkisar dari 1 sampai 10 orang. Untuk jumlah anggota tanggungan responden petani didominasi pada kisaran 1-5 orang dengan persentase yaitu sebesar 86,67%, dan yang paling rendah yaitu kisaran 6-10 orang dengan persentase yaitu sebesar 13,33%. Dan jumlah tanggungan responden pedagang bawang merah lebih dominan pada kisaran 1-5 orang dengan persentase 71,43% dan yang paling rendah yaitu kisaran 6-10 orang dengan persentase 28,57%. Dengan demikian dapat disimpulkan selain mempengaruhi biaya hidup, jumlah tanggungan keluarga juga akan mempengaruhi tingkat kesejahteraan keluarga. Namun jumlah tanggungan juga akan berpengaruh baik jika setiap anggota keluarga yang ditanggung dapat membantu dalam kegiatan usahatani bawang merah.

Tabel 3. Jumlah Anggota Keluarga Responden Petani dan Pedagang Bawang Merah Di Kecamatan Woha Tahun 2023

No.	Jumlah Anggota	Petani Bawang Merah		Pedagang	
		Orang	%	Orang	%
1.	1-5	26	86,67	5	71,43
2.	6-10	4	13,33	2	28,57
3.	>10	0	0,00	0	0,00
		30	100,00	7	100,00

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berusaha Bawang Merah

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa pengalaman berusaha paling banyak responden petani berada pada kisaran 1-20 tahun yaitu sebanyak 23 orang dengan persentase yaitu sebesar 76,67% dan responden pedagang pada kisaran 1-20 orang dengan persentase yaitu sebesar 100%. Hal ini menunjukkan kisaran pengalaman responden petani dan pedagang sudah memiliki pengalaman yang baik. Dengan pengalaman tersebut petani dan pedagang mampu mengambil keputusan dan menentukan langkah-langkah yang tepat dalam berusahatani dan berdagang untuk memperoleh keuntungan yang maksimal.

Tabel 4. Pengalaman Responden Berusaha Petani dan Pedagang Bawang Merah Di Kecamatan Woha Tahun 2023

No.	Pengalaman Berusaha	Petani Bawang Merah		Pedagang	
		Orang	%	Orang	%
1.	1-20	23	76,67	7	100
2.	21-40	7	23,33	0	0
3.	>40	0	0,00	0	0
		30	100,00	7	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

Pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa luas lahan responden petani bawang merah yang paling dominan yaitu luas lahan sebesar <0,50 are, sebanyak 16 orang dengan persentase yaitu sebesar 53,33%, dan diikuti luas lahan sebesar 0,50-1,00 are sebanyak 14 orang dengan persentase yaitu sebesar 46,67%. Sehingga hal ini mempengaruhi biaya dan keuntungan usahatani bawang merah dan juga mempengaruhi kesibukan para petani itu sendiri.

Tabel 5. Luas Lahan Responden Petani Bawang Merah Di Kecamatan Woha tahun 2023

No.	Luas Lahan	Petani Bawang Merah	
		Orang	%
1.	<0,50	16	53,33
2.	0,50-1,00	14	46,67
3.	>1,00	0	0,00
		30	100,00

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Analisis Perilaku Pemasaran Bawang Merah

Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga jual di tingkat produsen dengan harga yang diterima oleh konsumen. Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa pada margin pemasaran petani masih menerima harga sebesar 76,27% dan pedagang antar pulau menikmati margin 100% dengan biaya Rp 1.186/kg dan keuntungan Rp 5.765/kg. Jadi pedagang antar pulau menikmati margin yang lebih besar yaitu 100% artinya pemasaran bawang merah efisien.

Tabel 6. Hasil Analisis Margin Pemasaran Pada Satu Saluran Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Woha Kabupaten Bima Tahun 2023

No.	Pelaku Pasar	Rp/Kg	Harga Kastamer (%)
1.	Petani		
	Harga Jual	21.229	76,27
2.	Pedagang Antar Pulau		
	Harga Beli	21.229	
	Harga jual	27.857	100
	Biaya:		
	- Transportasi	1.000	
	- Buruh	146,66	
	- Karung	40,00	
	B/C Rasio	4,86	
	Total Biaya	1.186 (17,06%)	4,26
	Total Keuntungan	5.765 (82,94%)	20,69
	Total Margin	6.951	24,95

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Analisis Elastisitas Transmisi Harga

Hasil analisis regresi model Cobb Douglas didapatkan:

$$Pf = b_0 P_r^{b_1} \longrightarrow \ln Pf = \ln b_0 + b_1 \ln P_r$$

$$Pf = 0,513 P_r^{0,855} \longrightarrow \ln Pf = 0,513 + 0,85$$

$$Se = (0.969) \quad (0.217)$$

$$R^2 = (0.355)$$

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t\text{-hitung} &= \frac{b_i - 1}{se(b_i)} & t\text{-tabel} &= (t_{\alpha/2 : n-2}) \\ &= \frac{0,855 - 1}{0,217} & &= (0,025 : 30-2) \\ &= -0,668 & &= 2,048 \end{aligned}$$

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Transmisi Harga Bawang Merah Di Kecamatan Woha Kabupaten Bima Tahun 2023

No.	Uraian	Nilai
1.	Coeffisients	0,855
2.	t-hitung	-0,668
3.	t-tabel	2,048
4.	Standar Error	0,217
5.	Hipotesis	H ₀ Diterima

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Pada Tabel 7 dapat dilihat bahwa setelah dilakukan pengujian maka didapatkan hasil bawang merah yang dipasarkan memiliki t-hitung $|-0,668| = 0,668$ lebih kecil dari t-tabel 2,048 pada taraf nyata 5%. Maka H₀ diterima, H₀ : b = 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa perubahan harga di tingkat konsumen dapat ditransmisikan secara sempurna ke tingkat petani. Artinya yaitu apabila terjadi perubahan harga Rp 1 pada tingkat konsumen maka akan ditransmisikan sebesar Rp 0,855 ke level petani.

Kendala-Kendala Pemasaran Bawang Merah di Tingkat Petani

Pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa kendala yang dialami oleh petani dalam memasarkan bawang merah yaitu harga dan cuaca. Ada sebanyak 30 petani yang mengatakan bahwa mengalami kendala terhadap harga yang tidak pasti pada setiap musimnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa produsen/petani memiliki keterbatasan dalam menentukan atau mempengaruhi harga pasar, karena harga lebih banyak ditentukan oleh mekanisme pasar yang bersifat kompetitif (Lestary, et al., 2023). Dalam situasi ini, pelaku usaha bertindak sebagai penerima harga (price taker), sehingga mereka harus mengikuti harga yang berlaku di pasar. Sebanyak 15 petani yang mengatakan bahwa mengalami kendala cuaca yang tidak menentu sehingga dapat menyebabkan bawang merah itu sendiri busuk.

Tabel 8. Kendala-Kendala Petani Dalam Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Woha Kabupaten Bima Tahun 2023

No.	Kendala	Ya (Orang)	Tidak (Orang)	Jumlah
1.	Harga	30	-	30
2.	Cuaca	15	15	30
3.	Modal	-	30	30
4.	Transportasi	-	30	30

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Kendala-Kendala Pemasaran Bawang Merah di Tingkat Pedagang

Pada tabel 9 dapat dilihat bahwa kendala yang dialami oleh pedagang dalam memasarkan bawang merah yaitu cuaca dan transportasi. Ada sebanyak 7 orang pedagang yang mengatakan bahwa mengalami kendala cuaca pada saat melakukan pengangkutan bawang merah keluar kota terjadi curah hujan yang tinggi maka akan menyebabkan bawang merah mengalami pembusukan akibat terkena oleh air hujan. Selain itu, ada sebanyak 7 orang pedagang yang mengatakan bahwa mengalami kendala transportasi karena pada saat akan melakukan penyebrangan akibat curah hujan yang tinggi kapal barang tidak dapat untuk melakukan berlayar sehingga akan menyebabkan proses pemasaran bawang merah terhambat dan tidak efisien datangnya bawang merah dengan waktu pesanan yang dijanjikan. Ketepatan waktu pengiriman produk menjadi salah satu indikator penting dalam pelayanan pemasaran, karena berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen (Suparyana, et al., 2020).

Tabel 9. Kendala-Kendala Pedagang Dalam Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Woha Kabupaten Bima Tahun 2023

No.	Kendala	Ya (Orang)	Tidak (Orang)	Jumlah
1.	Harga	-	7	7
2.	Cuaca	7	-	7
3.	Modal	-	7	7
4.	Transportasi	7	-	7

Sumber: Data Primer Diolah 2023

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku Pedagang Antar pulau dalam pemasaran bawang merah di Kecamatan Woha Kabupaten Bima menunjukkan bahwa perubahan harga di tingkat konsumen ditransmisikan secara baik ke level petani produsen dengan margin pemasaran yaitu Rp 6.951/kg atau 24,95% dan share petani Rp 21.229/kg atau 76,27%.
2. Kendala-kendala yang dihadapi oleh petani dan Pedagang Antar Pulau dalam pemasaran bawang merah yaitu :
 - Pada tingkat petani adalah harga yang tidak pasti, dan cuaca yang tidak menentu yang mengakibatkan bawang merah banyak mengalami kerusakan.
 - Pada tingkat pedagang adalah cuaca yang tidak menentu mengakibatkan pedagang sulit pada saat pengangkutan (membawa) barang ke tempat tujuan ke luar pulau, dan transportasi berlayar yang sulit dilaksanakan ketika tingkat curah hujan tidak menentu.

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka ada beberapa saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Kepada petani diharapkan untuk mempertahankan kualitas bawang merah dan menjalin kerjasama secara baik dengan pihak pedagang, sehingga petani dapat menjaga kestabilan harga komoditi bawang merahnya.
2. Diharapkan bantuan dari pihak lembaga pemerintah dalam meningkatkan kinerja pemasaran di daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiati, D.R. 2011. Prospek Pengembangan Usahatani Bawang Merah di Kabupaten Anonim. 2011. Potensi Bisnis Budidaya Bawang Merah.
- Arnanto, Sri Hartoyo dan Wiwiek Rindayati, 2014. Analisis Integrasi Pasar Spasial Komoditi Pangan Antar Propinsi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*. FEM IPB. Bogor. 136 – 157 p.
- Astuti, et al, (2016). Fungsi-Fungsi Pemasaran Jagung Manis di Desa Rindan Permai Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar. *Jom Faperta*, 3(2), 1-9.
- Azzaino, Z. 1981. *Tataniaga Hasil Pertanian*. Institut Pertanian Bogor.
- Bima. Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram.
- BPS Mataram, 2018. *Kabupaten Bima Dalam Angka*. Mataram.
- BPS NTB, 2015. *NTB Dalam Angka*. Propinsi Nusa Tenggara Barat.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura, 2015. *Prospek Pengembang Bawang merah di kabupaten Bima-NTB*. Dinas Pertanian Pangan dan Hortikultura Bima.
- Firdaus, M. 2008. *Manejemen agribisnis*. PT. Bumi Aksara.
- Fuad Hasan dan R.Y. Kun Haribowo P., 2007. *Analisis Keterpaduan Pasar Gula Pasir Domestik dan Internatinal*. Embriyo Vol.4 No.2. desember 2007.
- Herman Supridi dan Wahyuning K.Sejati, 2018. *Perdagangan Antar Pulau Komoditas Cabai Indonesia: Dinamika Produksi dan Stabilitas Harga*. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor. <http://bisnisukm.com/potensi-bisnis-budidaya-bawang-merah.html> [7 juli 2016].
- Kamal, A. (2021). *Relasi Kuasa Punggawa Sawi Dalam Arena Politik (Studi pada Komunitas Pedagang Antar Pulau di Desa Turasu Kecamatan Kajuara Kabupaten Bone)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta.
- Lestary, W. P., Tajidan, T., & Suparyana, P. K. (2023). Analisis Struktur Pasar Tanaman Hias di Kecamatan Ampenan dan Selaparang Kota Mataram. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 4(1), 134–147. <https://doi.org/10.35706/agrimanex.v4i1.9987>
- Muhammad Firdaus dan Ariyoso, 2010. Keterpaduan pasar dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga kakao Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 3(1) p 69 – 79.
- Mulyana, W., dan Syaifullah, E., 1996. *Pemasaran dan Integrasi Pasar Minyak Goreng*. Dalam *Ekonomi Minyak Goreng di Indonesia*. IPB Press. Bogor.
- Nailufar, Madina, 2018. *Analisis Integrasi Pasar Beras di Provinsi Jawa Timur*, Tesis. Universitas Brawijaya. Malang.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Purwasih, R. et al, 2017. Transmisis Harga Jagung di Provinsi Gorontalo- *Jurnal Agribisnis Indonesia* 5(1), 75-88 <https://doi.org/100422/jai.2022.5.1.75-88>.
- Rahardja, P. Manurung, M, 2008. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Inonesia. Jakarta.
- Ratna Winandi Asmarantaka, 2008. Analisis Rumahtangga Petani dan Keterpaduan Pasar Kopi di Indonesia. *Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian*. Volume 2 No. 1. Juni 2008. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB. Bogor.
- Ravallion, M., 1989. *Testing Market Integration*. *Journal Of Agricultural Economis (AJAE)* 68

(1) 102 – 109.

- Ridwansyah, M., Ashar, R., Muchlis, F., Mon, M. D., Aldino, S., & Syukron, M. (2022). Analisis rantai pasok dan rantai nilai komoditas cabai Provinsi Jambi menuju perdagangan antar pulau dan eskpor. *e-Jurnal Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan*, 11(3), 133-142.
- Rukmana R. 1997. *Usahatani Jagung*. Edisi 1. Cetakan Kelima. Kanisius. Yogyakarta.
- Sjah Taslim, 2010. *Ekonomi Pertanian*. Mataram University Press. Mataram NTB.
- Soekartawi, 1995. *Analisis Usahatani*. UI-Press. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhamadyah Malang.
- Sunarjono. H dan Soedomo. P. 1985. *Agribisnis Bawang Merah*. Sinar Baru Algensindo. Bandung.
- Suparyana, P. K., Nabilah, S., & Sukanteri, N. P. (2020). Faktor Internal Eksternal Dalam Bauran Pemasaran Produk UKM Kopi Dadong. *DwijenAGRO*, 10(2), 109-116. <https://doi.org/10.46650/dwijenagro.10.2.1030.109-116>
- Stefany Cindy Sugiyanto dan Robiyanto, 2020. Integrasi Dinamis Pasar Modal Indonesia dengan Pasar modal International pada masa Pandemi Covid-19. *AFRE Accounting and Financial Review*, 3(2): 143 – 151.
- Swastha. B dan Sukotjo. I, 2007. *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Syahrir, A., Rifal, R., Rahman, A., & Ahmadin, A. (2022). Strategi Ekonomi Pedagang Antar Pulau di Pesisir Pantai Timur Sulawesi. *Jurnal Penelitian Sejarah dan Budaya*, 8(1), 479221.
- Tim Bina Karya Tani, 2008. *Pedoman Bertanam Bawang Merah*. Yrama Widya. Bandung.<http://agumangulo.blogspot.com/2012/10/pemasaran-hasil-Pertanian.html>.