

**MARGIN PEMASARAN BAWANG MERAH SISTEM
BUDIDAYA RAMAH LINGKUNGAN DAN KONVENSIONAL
DI KABUPATEN BANTUL**

Skripsi



Disusun oleh:

Yoga Prasetya

20170220135

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**MARGIN PEMASARAN BAWANG MERAH SISTEM BUDIDAYA
RAMAH LINGKUNGAN DAN KONVENSIIONAL DI KABUPATEN
BANTUL**

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Sebagai bagian dari persyaratan yang dipersiapkan guna memperoleh
Derajat Sarjana Pertanian



Disusun oleh:

Yoga Prasetya

20170220135

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali Tim Pembimbing.
3. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian saya setelah mendapatkan arahan dan saran dari Tim Pembimbing. Oleh karena itu, saya menyetujui pemanfaatan karya tulis ini dalam berbagai forum ilmiah maupun pengembangan dalam bentuk karya ilmiah lain oleh Tim Pembimbing.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis dan dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini serta sanksi lainnya sesuai dengan nama yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 27 April 2020

Surat Pernyataan



r oga Prasetya
20170220135

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Rabb semesta alam yang selalu memberikan kenikmatan kepada setiap hambaNya. Maha suci Allah yang telah memudahkan penulis dalam segala urusan hingga penyusunan skripsi dapat selesai dengan tepat waktu. Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya yang setia sampai akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini bukan hanya karena kerja keras dan usaha penulis sendiri, akan tetapi karena adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis berterimakasih kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Subianto dan Ibu Narti Sri Utami yang doanya tak pernah terputus dan selalu memberikan dukungan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
2. Agung Saputra selaku kakak yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
3. Ir. Diah Rina Kmardiani, M.P., selaku Dosen Pembimbing pertama yang selalu membimbing hingga penulisan skripsi ini selesai.
4. Dr. Ir. Sriyadi, M.P., selaku Dosen Pembimbing kedua sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
5. Dr. Susanawati, S.P., M.P., selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis.
6. Fanindya Apriani, Ikhsan Adi Pratama, Hesti Ernawati, dan Krisman Septa Riansyah selaku tim dari penelitian ini, yang selalu kebersamai penulis hingga selesai menyelesaikan skripsi.
7. Kelompok Tani Lestari Mulyo, Sido Rukun, Ngudi Makmur dan Sigodir yang telah menyambut penulis dengan baik, memberikan informasi dan membantu dalam proses penyusunan skripsi.

8. Teman-teman Agribisnis C 2017 yang selalu kebersamai dari awal masuk kuliah sampai selesai.
9. Teman-teman pengurus Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Pertanian tahun 2017 yang sudah penulis anggap sebagai keluarga, karena sudah mendidik dan menjadikan penulis seperti saat ini.
10. Teman-teman pengurus Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian periode 2018-2019, tempat penulis mengembangkan potensi diri.
11. Teman-teman pengurus Perhimpunan Organisasi Profesi Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian Indonesia periode 2018-2020.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila pembaca kurang berkenan dengan skripsi ini. Namun, penulis selalu berusaha memberikan yang terbaik. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat kepada pembaca.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat

Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 27 April 2021



Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
INTISARI.....	xii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan.....	5
C. Kegunaan.....	6
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI.....	8
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Bawang merah	8
2. Sistem Budidaya.....	8
a. Pertanian Konvensional	8
b. Pertanian organik	9
3. Pemasaran.....	12
a. Lembaga dan Saluran Pemasaran	15
b. Biaya pemasaran	18
c. Keuntungan pemasaran.....	20
d. Margin Pemasaran	22
B. Kerangka Pemikiran	26
C. Hipotesis.....	28
III. METODE PENELITIAN.....	30
A. Pengambilan Sampel Daerah dan Responden	30
B. Teknik Pengumpulan Data	34
1. Observasi	34

2.	Wawancara	35
C.	Pembatasan Masalah	35
D.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
E.	Analisis Data	38
1.	Biaya Pemasaran	38
2.	Margin Pemasaran	38
3.	Keuntungan Pemasaran	38
4.	Uji asumsi klasik	39
5.	Faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran	40
IV.	KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	30
A.	Keadaan Geografis	30
B.	Keadaan Penduduk	46
1.	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	46
2.	Struktur Penduduk Berdasarkan Usia.....	47
3.	Struktur penduduk berdasarkan tingkat pendidikan	49
4.	Struktur penduduk menurut Mata Pencaharian	50
C.	Keadaan Sarana dan Prasarana Perekonomian	52
1.	Sarana Perekonomian Desa Selopamioro.....	52
2.	Sarana Perekonomian Desa Parangtritis.....	53
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A.	Identitas Responden	44
a.	Identitas Petani	44
b.	Identitas Lembaga Pemasaran	62
1.	Penebas Lokal Dusun.....	63
2.	Penebas Kabupaten	65
3.	Pedagang Pengepul	68
4.	Pedagang Lokal.....	69
5.	Pedagang Pengumpul.....	70
6.	Pedagang Pengumpul Kabupaten	70
7.	PUPM Kelompok Tani Ngudi Makmur.....	71
8.	Makelar	71
9.	Pedagang Besar Lokal	72

10.	Bandar	72
11.	Pedagang Grosir	73
12.	Pedagang pengecer	75
B.	Saluran Pemasaran	77
C.	Fungsi dan Biaya Pemasaran	89
1.	Fungsi-fungsi pemasaran	89
2.	Biaya Pemasaran	116
D.	Harga, Margin dan Keuntungan Pemasaran	145
1.	Harga Bawang Merah	145
2.	Margin Pemasaran	149
3.	Keuntungan Pemasaran	152
E.	Hasil Uji Asumsi Klasik	156
F.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Margin Pemasaran	158
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	165
A.	Kesimpulan	165
B.	Saran	166
	DAFTAR PUSTAKA	167
	LAMPIRAN	172

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Produksi Bawang Merah di Daerah Istimewa Yogyakarta 2018	3
Tabel 2. Produksi bawang merah di Kabupaten Bantul tahun 2018	3
Tabel 3. Luas lahan bawang merah di Kecamatan Imogiri dan Kecamatan Kretek berdasarkan desa	31
Tabel 4. Sebaran kelompok tani di Desa Parangtritis dan Desa Selopamioro	32
Tabel 5. Data Populasi Petani Bawang Merah Ramah Lingkungan di Desa Selopamioro dan Konvensional di Desa Parangtritis.....	33
Tabel 6. Sampel pedagang bawang merah ramah lingkungan dan konvensional	34
Tabel 7. Profil dan Luas Kecamatan di Kabupaten Bantul	44
Tabel 8. Struktur penduduk Desa Selopamioro dan Desa Parangtritis berdasarkan jenis kelamin	47
Tabel 9. Struktur penduduk berdasarkan usia produktif di Desa Selopamioro	48
Tabel10. Struktur penduduk penduduk berdasarkan usia produktif di Desa Parangtritis.....	49
Tabel 11. Struktur penduduk berdasarkan tingkatan pendidikan.....	50
Tabel 12. Struktur Penduduk Menurut mata pencaharian.....	51
Tabel 13. Sarana perekonomian Desa Selopamioro	53
Tabel 14. Sarana perekonomian Desa Parangtritis	54
Tabel15. Profil petani bawang merah ramah lingkungan dan konvensional di Kabupaten Bantul berdasarkan usia	56
Tabel 16. Profil petani bawang merah ramah lingkungan dan konvensional di Kabupaten Bantul berdasarkan jenis kelamin	57
Tabel 17. Profil petani bawang merah ramah lingkungan dan konvensional di Kabupaten Bantul berdasarkan tingkat pendidikan	58

Tabel 18. Profil petani bawang merah ramah lingkungan dan konvensional di Kabupaten Bantul berdasarkan pengalaman bertani	59
Tabel 19. Profil petani bawang merah ramah lingkungan dan konvensional di Kabupaten Bantul berdasarkan luas lahan.....	60
Tabel 20. Profil petani bawang merah ramah lingkungan dan konvensional di Kabupaten Bantul berdasarkan pekerjaan	61
Tabel 21. Profil petani bawang merah ramah lingkungan dan konvensional di Kabupaten Bantul berdasarkan jumlah anggota keluarga	62
Tabel 22 Profil penebas lokal dusun bawang merah ramah lingkungan dan konvensional di Kabupaten Bantul.....	64
Tabel 23 Profil penebas kabupaten bawang merah ramah lingkungan dan konvensional di Kabupaten Bantul.....	66
Tabel 24 Profil pedagang pengepul bawang merah ramah lingkungan dan konvensional di Kabupaten Bantul.....	68
Tabel 25 Distribusi pedagang grosir bawang merah ramah lingkungan dan konvensional.....	74
Tabel 26 Distribusi pedagang pengecer bawang merah ramah lingkungan dan konvensional.....	75
Tabel 27 Fungsi pemasaran yang dilakukan produsen dan lembaga pemasaran bawang merah ramah lingkungan.....	90
Tabel 28 Fungsi pemasaran yang dilakukan produsen dan lembaga pemasaran bawang merah konvensional	103
Tabel 29. Total biaya pemasaran bawang merah ramah lingkungan masing-masing saluran (Rp/kg)	116
Tabel 30. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran I (Rp/kg).....	117
Tabel 31. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran II (Rp/kg)	118

Tabel 32. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran III (Rp/kg).....	120
Tabel 33. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran IV (Rp/kg).....	121
Tabel 34. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran V (Rp/kg)	123
Tabel 35. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran VI (Rp/kg).....	125
Tabel 36. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran VII (Rp/kg).....	127
Tabel 37. Total biaya pemasaran bawang merah konvensional masing-masing saluran (Rp/kg)	129
Tabel 38. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran I (Rp/kg).....	130
Tabel 39. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran II (Rp/kg)	131
Tabel 40. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran III (Rp/kg)	132
Tabel 41. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran IV (Rp/kg).....	134
Tabel 42. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran V (Rp/kg)	135
Tabel 43. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran VI (Rp/kg).....	137
Tabel 44. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran VII (Rp/kg).....	139
Tabel 45. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran VIII (Rp/kg)	141

Tabel 46. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pada saluran IX (Rp/kg)	143
Tabel 47. Rata-rata harga jual bawang merah ramah lingkungan masing-masing saluran pemasaran (Rp/kg)	145
Tabel 48. Rata-rata harga jual bawang merah konvensional pada masing-masing saluran pemasaran (Rp/kg)	147
Tabel 49 Margin pemasaran pada masing-masing pedagang bawang merah ramah lingkungan (Rp/kg).....	149
Tabel 50 Margin pemasaran pada masing-masing pedagang bawang merah ramah konvensional (Rp/kg)	150
Tabel 51 Keuntungan pemasaran pada masing-masing pedagang bawang merah ramah lingkungan (Rp/kg).....	152
Tabel 52 Keuntungan pemasaran pada masing-masing pedagang bawang merah konvensional (Rp/kg)	154
Tabel 53 Hasil uji multikoleniaritas bawang merah di Kabupaten Bantul	156
Tabel 54 Hasil analisis regresi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap margin pemasaran bawang merah di Kabupaten Bantul.....	158

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kurva Margin Pemasaran.....	22
Gambar 2. Perubahan kurva margin pemasaran	23
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4. Saluran pemasaran bawang merah ramah lingkungan	79
Gambar 5. Saluran pemasaran bawang merah konvensional.....	83
Gambar 6. Grafik scatterplot uji heteroskedastisitas.....	157

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil regresi linear berganda faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran bawang merah di Kabupaten Bantul.....	172
Lampiran 3. Dokumentasi di Pasar Beringharjo	173
Lampiran 4. Dokumentasi di Pasar Kroya	173
Lampiran 5. Dokumentasi di Pasar Cibitung.....	173
Lampiran 6. Dokumentasi di Pasar Induk Kramat Jati	174
Lampiran 7. Dokumentasi di Pasar Caringin	175