

**PEMASARAN BAWANG MERAH RAMAH LINGKUNGAN
KULON PROGO BERDASARKAN SISTEM PENJUALAN**

Skripsi



Disusun oleh:

Nia Elvi Yana

20200220060

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

**PEMASARAN BAWANG MERAH RAMAH LINGKUNGAN
KULON PROGO BERDASARKAN SISTEM PENJUALAN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta untuk memenuhi syarat memperoleh Derajat Sarjana Pertanian**



**Oleh:
Nia Elvi Yana
20200220060**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya yang berjudul "Pemasaran Bawang Merah Ramahi Lingkungan Kulon Progo Berdasarkan Sistem Penjualan", 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 setelah mendapatkan arahan dan saran dari Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagian acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran data dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh berkat karya tulis ini. Serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 20 Juli 2024



Nia Elvi Yana

20200220060

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, berkah, dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan Kulon Progo Berdasarkan Sistem Penjualan” dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam tidak lupa kami sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW serta para sahabatnya yang sudah memberikan teladan yang baik, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memperoleh Derajat Sarjana Pertanian Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Ir. Diah Rina Kamardiani, M.P., selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu, memberikan arahan dan nasehat dalam membimbing proses penulisan skripsi. Terimakasih atas pelukan tulus dari ibu saat akhir sidang skripsi saya.
2. Bapak Subani dan Ibu Siti Rusdiana selaku kedua orang tua saya dan adik saya M. Faiz Sya’ban dan Zulfa Nur Aisyah. Sumber inspirasi dan motivasi terbesar dalam hidup saya untuk dapat bertahan dalam setiap proses yang saya jalani selama perkuliahan. Skripsi ini sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan serta atas cinta dan kasih sayang yang tulus ikhlas membesarkan, merawat dan memberikan dukungan moral dan material. Semoga skripsi ini dapat menjadi awal yang baik untuk langkah-langkah saya selanjutnya dalam menggapai cita-cita dan membanggakan kalian.
3. Ucapan terima kasih yang tulus juga saya sampaikan kepada teman-teman sepenelitian saya Faiq, Tabah, Damar, Inna, Selvy, dan Ghifri, yang telah bersama-sama berjuang dalam proses penelitian ini. Terima kasih atas kerja sama, dukungan, serta semangat yang kita bagikan satu sama lain. Kalian telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi saya selama menyelesaikan skripsi ini. Semoga persahabatan dan kerja sama kita terus terjaga dan membawa keberhasilan bagi kita semua di masa depan.

4. Teman-teman dan sahabat, khususnya Munna Azizah, yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, keceriaan, serta semangat yang diberikan. Kehadiranmu sangat berarti bagi penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa studi.
5. Seluruh teman-teman Agribisnis A angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku kuliah ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini lebih baik dari sebelumnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi pembaca. Aamiin.

Yogyakarta, 20 Juli 2024



Nia Elvi Yana

20200220060

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan	7
C. Kegunaan.....	7
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Bawang Merah.....	9
2. Sistem Budidaya Bawang Merah	10
a. Fungsi Pemasaran	12
b. Lembaga Pemasaran.....	17
c. Saluran Pemasaran	18
d. Biaya Pemasaran	19
e. Marjin pemasaran.....	21
f. Keuntungan pemasaran	23
g. <i>Farmer's share</i>	24
B. Kerangka Pemikiran.....	26
III. METODE PENELITIAN.....	28
A. Penentuan Lokasi dan Teknik Pengambilan Sampel	28
1. Penentuan Lokasi	28
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
B. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	33
C. Asumsi dan Pembatasan Masalah	34
1. Asumsi.....	34

2.	Pembatasan masalah.....	34
D.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
E.	Teknik Analisis Data.....	37
1.	Biaya pemasaran.....	37
2.	Marjin pemasaran	37
3.	Keuntungan pemasaran	37
4.	<i>Farmer's Share</i>	38
IV.	KEADAAN UMUM WILAYAH PENELITIAN	39
A.	Letak Geografis.....	39
B.	Keadaan Penduduk.....	40
C.	Keadaan Perekonomian.....	41
D.	Keadaan Pertanian.....	42
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A.	Identitas Petani	45
1.	Usia.....	45
2.	Pendidikan	46
3.	Luas lahan.....	48
4.	Pengalaman Usahatani	49
5.	Jumlah anggota keluarga	50
B.	Identitas Lembaga Pemasaran.....	51
1.	Penebas	51
2.	Pengepul	53
3.	Pengumpul.....	53
4.	Pedagang Besar	55
5.	Bandar	56
6.	Sales.....	57
7.	Grosir.....	58
8.	Pengecer	59
C.	Saluran Pemasaran	60
1.	Saluran Pemasaran Sistem Tebasan	60
2.	Saluran pemasaran Sistem Non Tebasan.....	62

D. Fungsi-fungsi dan Biaya Pemasaran	66
1. Fungsi-fungsi pemasaran.....	66
2. Biaya Pemasaran	77
a. Biaya pemasaran saluran I	78
b. Biaya pemasaran saluran II	80
c. Biaya pemasaran saluran III.....	82
d. Biaya pemasaran saluran IV	84
e. Biaya pemasaran saluran V	86
f. Biaya pemasaran saluran VI	87
g. Biaya pemasaran saluran VII.....	88
E. Harga Bawang Merah	89
F. Marjin Pemasaran.....	91
G. Keuntungan Pemasaran.....	93
H. <i>Farmer's share</i>	96
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Produksi Bawang Merah Indonesia berdasarkan provinsi tahun 2020-2022.	2
Tabel 2. Data Produksi Bawang Merah Di Daerah Istimewa Yogyakarta 2021.....	3
Tabel 3. Produksi bawang merah di Kabupaten Kulon Progo berdasarkan kecamatan tahun 2021.....	4
Tabel 4. Jumlah Kelompok Tani Bawang Merah Ramah Lingkungan di Kapanewon Sentolo	29
Tabel 5. Pembagian Jumlah Sampel Petani di Tiap Kelompok Tani.....	30
Tabel 6. Sampel petani bawang merah ramah lingkungan berdasarkan sistem penjualan	31
Tabel 7. Jumlah Responden Lembaga Pemasaran Bawang Merah.....	32
Tabel 8. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kapanewon Sentolo	40
Tabel 9. Jumlah penduduk berdasarkan usia di Kapanewon Sentolo	40
Tabel 10. Luas panen dan produksi tanaman pangan di Kapanewon Sentolo tahun 2022.....	42
Tabel 11. Luas panen dan produksi tanaman hortikultura di Kapanewon Sentolo tahun 2022.....	43
Tabel 12. Produksi tanaman buah-buahan di Kapanewon Sentolo tahun 2022.....	43
Tabel 13. Luas panen dan produksi tanaman biofarmaka di Kapanewon Sentolo tahun 2022.....	44
Tabel 14. Distribusi Penebas Bawang Merah	52
Tabel 15. Distribusi Pedagang Pengumpul Bawang Merah.....	54
Tabel 16. Distribusi Pedagang besar Bawang Merah	55
Tabel 17. Distribusi Bandar Bawang Merah	56
Tabel 18. Distribusi Grosir Bawang Merah	58
Tabel 19. Distribusi Pengecer Bawang Merah.....	59
Tabel 20. Fungsi Pemasaran yang Dilakukan Lembaga Pemasaran Terhadap Bawang Merah Ramah Lingkungan Berdasarkan Sistem Penjualan	66

Tabel 21. Rata-rata Total Biaya Pemasaran bawang Merah Ramah Lingkungan Berdasarkan Sistem Penjualan	77
Tabel 22. Rata-Rata Biaya Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan dengan Sistem Tebasan pada Saluran I	78
Tabel 23. Rata-Rata Biaya Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan dengan Sistem Non Tebasan pada Saluran I	79
Tabel 24. Rata-Rata Biaya Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan dengan Sistem Tebasan pada Saluran II.....	80
Tabel 25. Rata-Rata Biaya Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan dengan Sistem Non Tebasan pada Saluran II	81
Tabel 26. Rata-Rata Biaya Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan dengan Sistem Tebasan pada Saluran III.....	82
Tabel 27. Rata-Rata Biaya Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan dengan Sistem Non Tebasan pada Saluran III.....	83
Tabel 28. Rata-Rata Biaya Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan dengan Sistem Tebasan pada Saluran IV	84
Tabel 29. Rata-Rata Biaya Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan dengan Sistem Non Tebasan pada Saluran IV	85
Tabel 30. Rata-Rata Biaya Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan dengan Sistem Non Tebasan pada Saluran V	86
Tabel 31. Rata-Rata Biaya Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan dengan Sistem Non Tebasan pada Saluran VI	87
Tabel 32. Rata-Rata Biaya Pemasaran Bawang Merah Ramah Lingkungan dengan Sistem Non Tebasan pada Saluran VII	88
Tabel 33. Rata-rata harga jual berdasarkan sistem penjualan	89
Tabel 34. Harga jual bawang merah dengan sistem tebasan pada masing-masing saluran pemasaran(Rp/kg)	90
Tabel 35. Harga jual bawang merah dengan sistem non tebasan pada masing-masing saluran pemasaran(Rp/kg)	90
Tabel 36. Rata-rata margin setiap lembaga berdasarkan sistem penjualan.....	91
Tabel 37. Margin pemasaran bawang merah dengan sistem tebasan tiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran(Rp/Kg).....	92

Tabel 38. Marjin pemasaran bawang merah dengan sistem non tebasan tiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran(Rp/Kg).....	93
Tabel 39. Rata-rata keuntungan pemasaran setiap lembaga berdasarkan sistem penjualan	94
Tabel 40. Keuntungan pemasaran bawang merah dengan sistem tebasan tiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran (Rp/kg).....	95
Tabel 41. Keuntungan pemasaran bawang merah dengan sistem non tebasan tiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran (Rp/kg).....	96
Tabel 42. Farmer's share pemasaran bawang merah dengan sistem penjualan tebasan pada setiap saluran (%)	97
Tabel 43. Farmer's share pemasaran bawang merah dengan sistem penjualan non tebasan pada setiap saluran (%)	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Komponen marjin pemasaran.....	22
Gambar 2. Bagan Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3. Peta Kapanewon Sentolo, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta	39
Gambar 4. Distribusi petani berdasarkan usia berdasarkan sistem penjualan	46
Gambar 5. Distribusi petani berdasarkan tingkat pendidikan berdasarkan sistem penjualan	47
Gambar 6. Distribusi petani berdasarkan luas lahan berdasarkan sistem penjualan	48
Gambar 7. Distribusi petani berdasarkan pengalaman usahatani berdasarkan sistem penjualan.....	49
Gambar 8. Distribusi petani berdasarkan jumlah anggota keluarga berdasarkan sistem penjualan	50
Gambar 9. Saluran Pemasaran Bawang Merah Berdasarkan Sistem Penjualan ...	65
Gambar 12. Kemasan Karung Waring	106
Gambar 10. Bongkar Muat.....	106
Gambar 11. Proses Pemanenan	106
Gambar 13. Grading Bawang Merah (Sedang dan besar).....	107
Gambar 14. Lapak Lembaga Pemasaran.....	108