

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat diambil suatu simpulan sebagai berikut:

1. Sistem pemasaran bawang merah di Desa Bonto Lojong, Kecamatan Uluere, Kabupaten Bantaeng, melalui 2 saluran pemasaran yaitu saluran I (Petani - Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Konsumen), dan saluran II (Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen). Dari kedua saluran diatas menghasilkan 3 fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas.
2. Efisiensi pemasaran bawang merah dari kedua saluran tersebut mempunyai kriteria efisiensi yang memiliki tingkat nilai efisiensi terkecil dan terbesar. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran 2 karena biaya yang dikeluarkan lebih sedikit dibanding saluran pemasaran 1.

4.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai bahan pertimbangan yaitu disarankan kepada petani bawang merah di Desa Bonto Lojong, Kecamatan Uluere, Kabupaten Bantaeng untuk mengorganisir diri dalam bentuk kelompok tani, koperasi atau organisasi lain agar memudahkan dalam berusaha tani dan pemasaran bawang merah terutama dalam hal pembinaan tentang budidaya yang menguntungkan, informasi pasar dan lain-lain, serta untuk memperoleh keuntungan yang maksimal.

Bagi para pedagang perantara disarankan agar saling mengadakan interaksi terutama dalam hal menentukan keseragaman harga, baik harga pembelian maupun harga penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhar, E., Isyaturriyadhah, & Fikriman. (2018). Analisis Pemasaran Kentang di Desa Pulau Tengah Kecamatan Jangkat Kabupaten Merangin. *Jurna Agrisains (JAS)*, 2(01), 1–9.
- Achike, A., & Anzaku, T. A. (2010). *Economic Analysis of The Marketing Margin of Benniseed in Nasarawa State, Nigeria. Agro-Science*, 9(1), 47–55.
- Ali E, Talumingan C, Pangemanan PA, Kumaat RM. 2015. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Desa Tonsewer Kecamatan Tompasso Barat Kabupaten Minahasa. *Agri Sosioekonomi*. 11(2A): 21-32.
- Apriliani TL, Fahmi A. (2016). Analisis Efisiensi Pemasran Bawang Merah di Kecamatan Gerung Kabupaten Lombok Barat. *Ganec Swara*. 10(2): 26-33.
- Ansar, M. (2012). Pertumbuhan dan hasil bawang merah pada keragaman ketinggian tempat. Disertasi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Baladina, N. (2012). Pemasaran Pertanian. Muhammadiyah Malang. Malang: UMM Press.
- BPS. (2019). Hasil Produksi Tanaman Hortikultura di Kabupaten Bantaeng 2019.
- BPS. (2021). Produksi Bawang Merah Sulawesi Selatan..
- Daniel, Irawan. (2010). *Bawang Merah dan Pestisida. Badan Ketahanan Pangan*. Sumatera Utara. Medan.
- Devie, Puspitasari. (2021). Dasar dasar Pemasaran, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan Riset dan Teknologi. Jakarta.
- Fahrurrozi, Kusri, N., & Komariyah. (2012). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Bahan Olahan Karet Rakyat (Bokar) Lump Mangkok dari Desa Kompas Raya Kecamatan Pinoh Utara Kabupaten Melawai. *AGRISE*, XII (2), 1412–1425.
- Gitosudarmo. (2011). Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Mandalle, Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkep. *Jurnal Agribisnis*. X (3): 38-48.
- Hasanah, L., Suryadi, U., & Widhijanto, W. (2017). Analisis Saluran Distribusi dan Margin Pemasaran Telur Itik di Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilmu Peternakan Terapan*, 1(1), 25–30.
- Husain Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Hendriani, Riva. (2018). Analisis Pendapatan Petani Padi Pengguna Pupuk Organik dan Anorganik di Kecamatan Harau. *Jurnal Lumbung* Vol. 17 No. 2 Juli 2018.
- Irawan, B. (2017). Fluktuasi Harga, Transmisi Harga, dan Marjin Pemasaran Sayuran dan Buah. *Analisis Kebijakan Pertanian*. 5(4): 358-373.

- J. Moleong Lexy. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Hortikultura, (2016). “Statistik Produksi Hortikultura 2015”. Jakarta : Direktorat Jenderal Hortikultura, Kementerian Pertanian.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsiples of Marketing (seventeenth)*. United Kingdom: Pearson.
- Low, S. A., Adalja, A., Beaulieu, E., Key, N., Martinez, S., Melton, A., Jablonski, B. B. R. (2015). *Trends in U. S. Local and Regional Food Systems Report to Congress*
- Mariyono, J., Waskito, J., Kuntariningsih, A., Gunistiyo, & Sumarno. (2019). *Distribution Channels of Vegetable Industry in Indonesia: Impact on Business Performance*. *International Journal of Productivity and Performance Management*, ahead-of-p (ahead-of-print).
- Matin, M. A., Zakaria, A., Hossain, D., & Majid, A. (2017). *Rural Marketing and sales (1st ed.)*. *Bogra, Bangladesh: Director General Rural Development Academy (RDA)*.
- Muslim C, Darwin V. (2012). *Keragaan Kedelai Nasional dan Analisis Farmer Share serta Efisiensi Saluran Pemasaran Kedelai di Kabupaten Cianjur*. *SEPA*. 9(1): 1-11.
- Nurida Arafah. 2017. *Analisis Pemasaran Bawang Merah Di Desa Lam Manyang Kecamatan Peukan Bada Kabupaten Aceh Besar*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah (Vol.2)*.
- Nurmilasari. (2020). *Analisis Pemasaran Bawang Merah Varietas Lembah Palu Di Desa Wombo Induk Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala*. *J. Agrotekbis* 8 (1): 113 – 118.
- Prayitno AB, Hasyim AI, Situmorang S. (2013). *Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung*. *JIIA*. 1(1): 53-59.
- Perreault, W. D., Cannon, J. P., & Mccarthy, E. J. (2012). *Essentials of Marketing (13th ed)*. New York: McGraw-Hill.
- Purnomo, M., Otten, F., & Faust, H. (2018). *Indonesian Traditional Market Flexibility Amidst Atate Promoted Market Competition*. *Social Sciences*, 7(11), 1–17.
- Roesmawaty, H. (2011). *Analisa Efisiensi Pemasaran Pisang Lengkiti di Kabupaten Ogan Komering Ulu*. *Jurnal Agribisnis*. 3(5) : 1-9.
- Rasoki T, Fariyanti A, Rifin A. (2016). *Pembandingan Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Konsumsi dan Benih di Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah*. *Jurnal Agro Ekonomi*. 34(2): 145-160.

- Sanusi, Anwar. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sazmi, R. M., Haryono, D., & Suryani, A. (2018). Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Ikan Patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah. *JURNAL ILMU-ILMU AGRIBISNIS (Journal of Agribusiness Sciences)*, 6(1), 133–141.
- SIFISIA. (2011). *Marketing Cost of Margin*. Sudan.
- Silvana, Arman. 2016. Analisis Pemasaran Bawang Merah did Desa Oloboju Kecamatan Sigi. *Skripsi*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Universitas tadulako. Palu.
- Soe, W. P. P., Moritaka, M., & Fukuda, S. (2015). *An Analysis of The Factors Influencing Marketing Channel Choice by Paddy Rice Farmers in Myanmar*. *Journal of the Faculty of Agriculture, Kyushu University*, 60(2), 535– 542.
- Sudiyono, A. 2012. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah. Malang.
- Sudev, A., & Raghunandan, M. (2018). *A Research on Significance and Dependence of Marketing Channels; A Study Based on FMGC Industry*. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*, 9(11), 1051–1060.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaiyah S, Subari S, Ariyani AHM. (2013). Analisis Integrasi Pasar Bawang Merah di Kabupaten Pamekasan. *Agroekonomika*. 2(1): 77-94.
- Sutrisno, A., Efendy, & Husni, S. (2015). Analisis Ekonomi dan Pemasaran Agroindustri Telur Asin di Kota Mataram. *Agrimansion*, 16(1), 16–31.
- Triana Lidona Apriliani. (2016). Analisis Efisieni Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Gerung Kabupaten Lombok Barat. *Ganec Swara* Vol. 10 No.2.
- Tuffour, M., & Dokurugu, M. T. (2015). *Margins and Efficiency Analysis of Watermelonmarketing in Rural Northern Ghana*. *IOSR Journal of Business and Management* Ver. I, 17(2), 2319–7668.
- Vercammen, J. (2011). *Structural Models for Price Analysis*. New York: Rotledge.
- Widiastuti N, Harisudin M. (2013). Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung di Kabupaten Grobogan. *SEPA*. 9(2): 231-240.