

**ANALISIS PEMASARAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
USAHATANI BAWANG DAUN (*Allium fistulosum* L.)
DI KECAMATAN SIRAMPOG, KABUPATEN BREBES**

*MARKETING ANALYSIS AND DEVELOPMENT STRATEGIES OF SPRING ONION
(Allium Fistulosum L.) FARMING IN SIRAMPOG DISTRICT, BREBES DISTRICT*

Maeli Ma'lufatul Maula¹, Intan Kirana^{2*}, Affiatin Rahmah³

^{1,2,3}) Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Peradaban
Jl. Raya Pagojengan KM. 3 Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes

*Sur-el: intanxkirana@gmail.com

ABSTRAK

Kecamatan Sirampog merupakan daerah sentra produksi bawang daun di Kabupaten Brebes. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola saluran pemasaran bawang daun, efisiensi saluran pemasaran bawang daun, strategi pengembangan usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog. Metode yang digunakan adalah metode gabungan dari metode deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Sedangkan strategi pengembangan usahatani bawang daun menggunakan rumus matriks IFE dan EFE, matriks IE, dan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Kecamatan Sirampog memiliki tiga saluran pemasaran bawang daun yaitu saluran satu tingkat (petani-tengkulak-konsumen), saluran dua tingkat (petani-tengkulak-konsumen), dan saluran tiga tingkat (petani-tengkulak-konsumen). Pemasaran bawang daun pada satu tingkat yaitu lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya. Usahatani bawang daun menempati posisi sel V. Sel V ini menggambarkan bahwa posisi usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog berada pada posisi *hold and maintain strategies* (mempertahankan dan memelihara).

Kata kunci: Margin Pemasaran, Efisiensi, Analisis SWOT

ABSTRACT

Sirampog District is the center of spring onion production in Brebes Regency. This research aims to determine the pattern of leek marketing channels, the efficiency of leek marketing channels, and strategies for developing leek farming in Sirampog District. The method used is a combined method of qualitative descriptive and quantitative descriptive methods. Meanwhile, the leek farming development strategy uses the IFE and EFE matrix formula, IE matrix, and SWOT analysis. The results of this research show that Sirampog District has three marketing channels for spring onions, namely a one-level channel (farmer-middleman-consumer), a two-level channel (farmer-middleman-consumer), and a three-level channel (farmer-middleman-consumer). Leek marketing is at one level more efficient than other marketing channels. The leek farming business occupies the position of cell V. Cell V illustrates that the position of the leek farming business in Sirampog District is in the hold and maintain strategies position.

Keywords: Marketing Margin, Efficiency, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang pembangunannya dititikberatkan pada sektor pertanian. Salah satu subsektor pertanian yang memiliki peranan penting dalam menunjang pembangunan dan perekonomian nasional adalah subsektor hortikultura. Usahatani pada komoditas hortikultura saat ini banyak diminati yaitu

sayuran, sebab tumbuhnya lebih cepat daripada tanaman lainnya.

Salah satu sayuran yang sering dikonsumsi masyarakat yaitu bawang daun. Bawang daun (*Allium fistulosum* L.) ialah salah satu tanaman hortikultura yang mempunyai prospek yang baik untuk dikembangkan. Bawang daun merupakan

tanaman sayuran daun semusim dengan habitus seperti rumput. Bagian daun yang masih muda, yang biasanya sering dikonsumsi. Pangkal daunnya membentuk batang semu dan sifatnya merumpun (Anni *et al.*, 2013).

Kabupaten Brebes memiliki 17 kecamatan di mana dua diantaranya merupakan daerah sentra produksi bawang daun, yaitu Kecamatan Sirampog dan

Kecamatan Paguyangan. Kecamatan Sirampog (Desa Dawuhan) terletak di ketinggian 1.486 mdpl dengan curah hujan rata-rata 2.000 mm/tahun dan suhu rata-rata harian 17°C. Sedangkan Kecamatan Paguyangan (Desa Pandansari) memiliki ketinggian antara 1.453 mdpl dengan curah hujan 2.003 mm/tahun dan suhu rata-rata harian 16°C (Khatimah dan Febriyono, 2021).

Tabel 1. Luas Panen dan Produksi Bawang Daun di Kabupaten Brebes Tahun 2020-2021

Nama Kecamatan	Luas Panen (ha)		Jumlah Produksi (ton)	
	2020	2021	2020	2021
Sirampog	1.514	1.491	175.570	172.690
Paguyangan	680	596	121.436	94.421
TOTAL	2.194	2.087	297.006	267.111

Sumber: Badan Pusat Statistik, Kecamatan Sirampog, 2023

Tabel 1 menjelaskan bahwa luas panen dan produksi bawang daun di Kecamatan Sirampog lebih besar daripada Kecamatan Paguyangan. Hal ini dikarenakan Kecamatan Sirampog memiliki lahan pertanian yang cocok karena tanah yang digunakan untuk budidaya bawang daun subur dan gembur serta Kecamatan Sirampog memiliki luas lahan yang lebih luas untuk budidaya bawang daun. Kecamatan Sirampog merupakan salah satu kecamatan yang berada di wilayah selatan Kabupaten Brebes. Kondisi geografisnya sebagian besar pegunungan dan berbukit bukit, sehingga mata pencaharian sebagian penduduknya adalah di bidang pertanian hortikultura seperti kentang, bawang daun, sawi, dan sebagainya (BPS, 2020).

Menurut Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Sirampog (2023), di Kecamatan Sirampog terdiri dari empat desa yang membudidayakan bawang daun, yaitu Desa Dawuhan, Desa Batusari, Desa Igirklanceng, dan Desa Wanareja. Bawang daun yang dihasilkan Kecamatan Sirampog dipasarkan di dalam kota meliputi Bumiayu dan Ajibarang, serta di luar kota meliputi Cibitung dan Cikopo.

Terdapat permasalahan yang dihadapi dalam usahatani bawang daun. Permasalahan pertama adalah rendahnya harga bawang daun yang disebabkan oleh: (1) rendahnya harga

pada saat panen raya tiba, (2) rendahnya posisi tawar petani dalam menentukan harga bawang daun, saluran pemasaran bawang daun yang cukup panjang (petani-tengkulak-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen). Permasalahan kedua adalah terbatasnya kemampuan petani dalam mengakses informasi pasar dan ketergantungan petani terhadap tengkulak yang masih cukup banyak. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran bawang daun, menganalisis efisiensi pemasaran bawang daun, dan menganalisis strategi pengembangan usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes.

Pengembangan usahatani bawang daun merupakan konsep yang menjadi pendorong dalam meningkatkan produksi dengan kondisi lahan yang ada, serta dapat meningkatkan pendapatan petani pada umumnya. Berdasarkan konsep tersebut, usahatani mampu memberdayakan ekonomi pedesaan melalui persaingan pasar ataupun pendapatan petani. Usahatani bawang daun sendiri memiliki peluang pasar cukup besar yang didukung oleh kondisi alamnya. Atas dasar hal tersebut, penulis menganalisis saluran pemasaran yang terjadi, serta menganalisis tentang faktor internal dan eksternal yang mendukung usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog guna merumuskan

strategi yang tepat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes pada bulan Mei sampai bulan Agustus 2023. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) atas pertimbangan bahwa Kecamatan Sirampog merupakan penghasil bawang daun terbesar di Kabupaten Brebes.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *proportional random sampling*. Jumlah sampel untuk masing-masing desa dengan jumlah sampel sebanyak 75 orang petani. Selain responden petani ditentukan pula responden pedagang dan konsumen menggunakan metode *snowball sampling* untuk dapat mengikuti arah pergerakan komoditas. Responden tersebut digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ke-1 yaitu mengidentifikasi saluran pemasaran bawang daun dan tujuan ke-2 yaitu menganalisis efisiensi pemasaran bawang daun. Responden yang dijadikan sampel pada tujuan ke-3 yaitu menganalisis strategi pengembangan usahatani bawang daun adalah 75 orang petani. Selain itu, ditambahkan pula beberapa informan kunci yang dipilih secara *purposive* meliputi satu orang BPP, satu orang kepala desa setempat, dan satu orang pedagang pengumpul.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data *mixed methods* yang terdiri dari analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk tujuan pertama yaitu mengetahui saluran pemasaran bawang daun yang terjadi di Kecamatan Sirampog. Analisis deskriptif kuantitatif pada penelitian ini untuk tujuan ke dua yaitu mengetahui nilai efisiensi pemasaran bawang daun, serta untuk tujuan ke tiga yaitu mengetahui strategi pengembangan usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog.

Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran dapat dihitung dengan rumus (Indriani *et al.*, 2019):

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M = Margin pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat Pengecer (Rp/kg)

Pf = Harga di tingkat Petani (Rp/kg)

Share biaya dan share keuntungan

$$Skj = \left(\frac{ij}{Pr - Pf} \right) \times 100\%$$

$$ij = Hj - Hb - cij$$

Keterangan :

Sbij = Bagian biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (*share biaya*)

Cij = Biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

Pr = Harga ditingkat pengecer

Pf = Harga ditingkat petani

Hjj = Harga jual bawang daun oleh lembaga pemasaran ke-j

Hbj = Harga beli bawang daun oleh lembaga pemasaran ke-j

Skj = Bagian keuntungan lembaga pemasaran ke-j (*share keuntungan*)

Ij = Keuntungan lembaga pemasaran ke-i

Efisiensi pemasaran

Tingkat efisien pemasaran adalah hasil total biaya pemasaran bawang daun dengan total produksi bawang daun yang dipasarkan dapat dihitung dengan rumus (Soekartawi, 2002) :

$$EPs = \left(\frac{TBP}{TNP} \right) \times 100\%$$

Keterangan :

EPs = Efisiensi pemasaran (%)

TB = Total biaya pemasaran (Rp)

TNP = Total nilai produk yang dijual (Rp)

Kriteria menurut Soekartawi (2002) yaitu:

$Eps \leq 50\%$ = Efisien

$Eps \geq 50\%$ = Tidak efisien

Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) digunakan untuk menjawab tujuan ke tiga mengenai strategi pengembangan usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes yang

dirumuskan dalam matriks IFE dan EFE, matriks IE, dan Analisis SWOT.

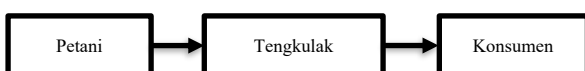
HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Bawang Daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes

Pemasaran merupakan proses akhir dari suatu kegiatan usahatani di mana petani atau produsen menyampaikan hasil produksinya kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran melibatkan beberapa lembaga pemasaran, setiap lembaga pemasaran akan berhubungan dengan lebih dari satu lembaga pemasaran lainnya. Saluran pemasaran selalu mengalami pola pemasaran yang berbeda-beda. Saluran pemasaran bawang daun merupakan alur perpindahan bawang daun dari petani ke konsumen akhir melalui beberapa lembaga perantara.

Berdasarkan hasil dari penelitian, pemasaran bawang daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes memiliki beberapa saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran satu tingkat, saluran pemasaran dua tingkat, dan saluran pemasaran tiga tingkat. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

Saluran Pemasaran Satu Tingkat

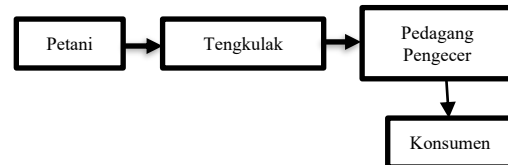


Gambar 1. Saluran Pemasaran Satu Tingkat

Saluran pemasaran satu tingkat merupakan saluran pemasaran yang hanya melibatkan satu lembaga pemasaran saja yaitu tengkulak (Ratnasari *et al.* 2016). Tengkulak berperan untuk menampung hasil produksi bawang daun dari petani kemudian disalurkan ke konsumen yang berada di wilayah Kecamatan Sirampog. Saluran pemasaran ini dimulai dari petani ke tengkulak lalu disalurkan ke konsumen akhir (rumah tangga) di daerah sekitar Kecamatan Sirampog. Saat panen tiba, tengkulak langsung mendatangi petani untuk membeli bawang daun sebanyak 3 ton tergantung hasil produksi petani dengan harga Rp2.620/kg. Harga bawang daun itu sendiri ditentukan oleh tengkulak, petani

bukan sebagai penentu harga. Tengkulak memasarkan bawang daun dari petani ke konsumen dengan menggunakan mobil *pick up*, ada juga konsumen yang mendatangi langsung ke tengkulak untuk membeli bawang daun. Harga jual bawang daun dari tengkulak ke konsumen Rp4.240/kg.

Saluran Pemasaran Dua Tingkat

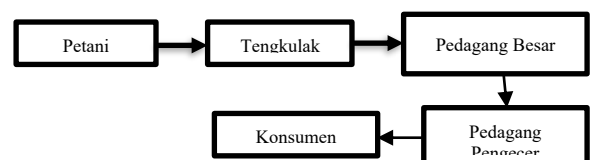


Gambar 2. Saluran Pemasaran Dua Tingkat

Saluran pemasaran dua tingkat merupakan saluran pemasaran yang melibatkan dua lembaga yaitu tengkulak dan pedagang pengecer (Ratnasari *et al.*, 2016). Tengkulak membeli hasil produksi bawang daun langsung mendatangi petani pada saat panen tiba. Satu petani terkadang dapat mencapai 3-4 ton tergantung hasil produksi yang diperoleh. Harga bawang daun Rp2.620/kg di mana harga tersebut ditentukan bukan dari petani, melainkan tengkulak.

Biaya-biaya pemasaran dan pemanenan ditanggung semua oleh tengkulak, yang meliputi biaya transportasi Rp110/kg, biaya bongkar muat Rp33/kg, biaya timbang Rp25/kg, serta biaya tenaga angkut 50/kg. Selanjutnya bawang daun disalurkan ke pedagang pengecer sebanyak 2 ton dengan harga Rp4.240/kg bawang daun. Pedagang pengecer mengangkut bawang daun dari tengkulak dengan menggunakan mobil *pick up*. Pedagang pengecer yang terlibat yaitu berada di daerah sekitar seperti Pasar Bumiayu dan Pasar Ajibarang. Harga bawang daun yang dijual dari pedagang pengecer ke konsumen akhir (pembeli akhir dari suatu produk) yaitu Rp8.000/kg bawang daun.

Saluran Pemasaran Tiga Tingkat



Gambar 3. Saluran Pemasaran Tiga Tingkat

Menurut Ratnasari *et al.* (2016) saluran pemasaran tiga tingkat merupakan saluran pemasaran yang melibatkan tiga lembaga pemasaran antara lain yaitu tengkulak, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Modal yang digunakan dalam usahatani bawang daun merupakan modal pribadi dan terkadang juga ada petani yang mendapatkan modal dari tengkulak dengan perjanjian harus menjual bawang daun tersebut ke tengkulak. Tengkulak biasanya membeli hasil panen sebanyak 3-4 ton untuk satu petani, harga bawang daun ditentukan oleh tengkulak yaitu Rp2.620/kg.

Selanjutnya, tengkulak mendistribusikan bawang daun ke pedagang besar yang berada di wilayah Cikopo dan Cibitung sebanyak 10 ton bawang daun menggunakan alat pengangkut truk. Harga bawang daun dari tengkulak ke pedagang besar yaitu Rp4.800/kg. Setelah tengkulak mendistribusikan bawang daun ke pedagang besar, kemudian pedagang besar mendistribusikan ke pedagang pengecer sebanyak 2-3 ton bawang daun dengan harga Rp6.000/kg. Proses pendistribusian tersebut memerlukan biaya, biaya-biaya tersebut antara lain biaya transportasi Rp150/kg dan biaya bongkar muat Rp30/kg. Kemudian, pedagang pengecer langsung menjual bawang daun kepada konsumen akhir dengan harga Rp8.000/kg.

Ketiga saluran pemasaran tersebut melibatkan 75 petani di mana setiap petani memiliki pola saluran pemasaran yang berbeda. Adapun jumlah responden petani pada pola saluran pemasaran bawang daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Jumlah responden petani bawang daun di Kecamatan Sirampog

Pola Saluran	Jumlah Responden Petani	Persentase (%)
Satu Tingkat	15	20
Dua Tingkat	25	33,3
Tiga Tingkat	35	46,7
Jumlah	75	100

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Tabel 2 menunjukkan jumlah responden

petani pada saluran tiga tingkat (petani-tengkulak-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen) yaitu 35 petani atau 66,7%. Hal ini menunjukkan bahwa, pola saluran pemasaran bawang daun di Kecamatan Sirampog paling banyak digunakan oleh petani yaitu pola saluran pemasaran tiga tingkat (petani-tengkulak-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen).

Hal ini disebabkan karena petani ingin menjangkau lebih banyak pasar, dengan begitu petani akan lebih mudah mendapat banyak pelanggan untuk menyalurkan bawang daun tersebut. Oleh karena itu, pada saluran pemasaran ini terdapat banyaknya lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran bawang daun, sehingga menyebabkan pemasaran kurang efisien. Menurut Indriyo (dalam penelitian Lasahru *et al.*, 2020) menyatakan bahwa semakin panjang dan semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran akan semakin besar total *margin* dan laba bersih yang didapat oleh pelaku pemasaran. Sebaliknya, semakin pendek dan sedikit lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran semakin kecil total *margin* dan laba bersih yang didapat oleh lembaga pemasaran.

Analisis *Margin* Pemasaran Bawang Daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes

Saluran pemasaran satu tingkat (petani-tengkulak-konsumen) merupakan saluran yang melibatkan satu lembaga perantara yaitu tengkulak (Ratnasari *et al.* 2016). Proses saluran pemasaran satu tingkat yaitu tengkulak mendatangi petani langsung untuk membeli hasil panennya. Tengkulak mengeluarkan biaya-biaya pemasaran seperti biaya transportasi, bongkar muat, ongkos timbang, dan biaya tenaga angkut. Selengkapny dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Margin pemasaran satu tingkat bawang daun di Kecamatan Sirampog

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/kg)	Share (%)	
			Ski	Sbi
1.	Petani			
	a. Harga Jual	2.620	62	
2.	Tengkulak			
	a. Harga Beli	2.620		
	b. Biaya Transportasi	110		2,5
	c. Biaya Bongkar	20		0,4
	d. Ongkos Timbang	13		0,3
	e. Biaya Tenaga Angkut	33		0,8
	f. Harga jual	4.240		
	g. Keuntungan	1.444	34	
3.	Konsumen			
	a. Harga beli	4.240		
	Margin Pemasaran	1.620		
	Total		96	4

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Keterangan:

Ski = *Share* keuntunganSbi = *Share* biaya

Saluran pemasaran dua tingkat (petani-tengkulak-pedagang pengecer-konsumen) merupakan saluran yang melibatkan dua lembaga perantara yaitu tengkulak dan pedagang pengecer (Ratnasari *et al.* 2016). Proses saluran pemasaran dua tingkat ini yaitu tengkulak mendatangi petani langsung untuk membeli hasil panennya. Harga bawang daun ditentukan oleh tengkulak atas perjanjian

keduanya. Tengkulak mengeluarkan biaya-biaya pemasaran seperti biaya transportasi, bongkar muat, ongkos timbang, dan biaya tenaga angkut. Pedagang pengecer juga mengeluarkan biaya pemasaran yaitu biaya transportasi dan biaya bongkar muat. Selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Margin pemasaran dua tingkat bawang daun di Kecamatan Sirampog

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/kg)	Share (%)	
			Ski	Sbi
1.	Petani			
	a. Harga jual	2.620	48	
2.	Tengkulak			
	a. Harga beli	2.620		
	b. Biaya transportasi	137,5		2,5
	c. Biaya bongkar muat	20		0,4
	d. Ongkos timbang	15		0,2
	e. Biaya tenaga angkut	37,5		0,7
	f. Harga jual	4.240		
	g. Keuntungan	1.410	26	
3.	Pedagang pengecer			
	a. Harga beli	4.240		
	b. Biaya transportasi	150		2,8
	c. Biaya bongkar muat	20		0,4
	d. Harga jual	5.436		
	e. Keuntungan	1.026	19	
4.	Konsumen			
	a. Harga beli	5.436		
	Margin Pemasaran	2.816		
	Total		93	7

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Keterangan:

Ski = *Share* keuntungan

Sbi = *Share* biaya

Saluran pemasaran tiga tingkat (petani-tengkulak-pedagang pengecer-pedagang besar-konsumen) merupakan saluran yang melibatkan tiga lembaga perantara (Ratnasari *et al.* 2016). Proses saluran pemasaran tiga tingkat ini yaitu tengkulak mendatangi petani langsung untuk membeli hasil panennya. Tengkulak mengeluarkan biaya-biaya pemasaran seperti biaya transportasi, bongkar

muat, ongkos timbang, dan biaya tenaga angkut. Pedagang besar dan pedagang pengecer juga mengeluarkan biaya pemasaran yaitu biaya transportasi dan biaya bongkar muat. Konsumen pada saluran pemasaran bawang daun ini yaitu konsumen pengguna akhir (pengguna rumah tangga). Selengkapnya harga dan biaya pemasaran yang dikeluarkan dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Margin pemasaran tiga tingkat bawang daun di Kecamatan Sirampog

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/kg)	Share (%)	
			Ski	Sbi
1.	Petani			
	a. Harga jual	2.620	32,8	
2.	Tengkulak			
	a. Harga beli	2.620		
	b. Biaya transportasi	250		3,1
	c. Biaya bongkar	50		0,6
	d. Ongkos timbang	35		0,4
	e. Biaya tenaga angkut	60		0,8
	f. Harga jual	4.240		
	g. Keuntungan	1.225	15	
3.	Pedagang besar			
	a. Harga beli	4.240		
	b. Biaya transportasi	150		1,9
	c. Biaya bongkar	30		0,4
	d. Harga jual	6.000		
	e. Keuntungan	1.580	20	
4.	Pedagang pengecer			
	a. Harga beli	6.000		
	b. Biaya transportasi	35		0,4
	c. Biaya bongkar	10		0,1
	d. Harga jual	8.000		
	e. Keuntungan	1.955	24	
5.	Konsumen			
	a. Harga beli	8.000		
	Margin Pemasaran	5.380		
	Total		92,3	7,7

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Keterangan:

Ski = *Share* keuntungan

Sbi = *Share* biaya

Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes

Cara untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu saluran pemasaran yaitu dengan cara mengetahui efisiensi pemasaran.

Saluran pemasaran bawang daun yang terjadi di Kecamatan Sirampog terdiri dari tiga pola saluran pemasaran. Efisiensi pemasaran digunakan untuk melihat seberapa besar tingkat presentase efisiensi dimasing-masing saluran pemasaran bawang daun. Semakin panjang rantai pemasaran, maka semakin tidak

efisien pemasaran bawang daun (Saragih *et al.*, 2022). Efisiensi dari tiga saluran pemasaran

bawang daun dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Efisiensi pemasaran bawang daun di Kecamatan Sirampog

Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Total Nilai Produk (Rp/kg)	Efisiensi Pemasaran (%)	Keterangan
Satu Tingkat	176	4.240	4,15	Efisien
Dua Tingkat	380	5.436	6,99	Tidak efisien
Tiga Tingkat	620	8.000	7,75	Tidak efisien

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Tabel 6 menjelaskan bahwa pemasaran bawang daun pada satu tingkat yaitu lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya dengan nilai efisiensi persentase sebesar 4,15%. Hal tersebut terjadi karena saluran pemasaran satu tingkat hanya melibatkan satu lembaga pemasaran saja dalam proses pemasaran yaitu tengkulak. Hal ini sesuai dengan pernyataan menurut Soekartawi (2002) yaitu saluran pemasaran dikatakan efisien jika nilai $Eps \leq 50\%$ dan $Eps \geq 50\%$ dinyatakan tidak efisien. Saluran pemasaran pada dua tingkat nilai efisiensi persentase yaitu 6,99%, maka saluran pemasaran dua tingkat tidak efisien. Hal ini disebabkan karena melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Saluran pemasaran tiga tingkat menghasilkan nilai efisiensi persentase yaitu 7,75%, maka saluran pemasaran tiga tingkat tidak efisien. Hal ini disebabkan oleh banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat yang menyebabkan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran lebih banyak dan petani mendapatkan keuntungan yang sedikit.

Strategi Pengembangan Usahatani Bawang Daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes

Kecamatan Sirampog merupakan

wilayah yang berada di Kabupaten Brebes. Penduduk di Kecamatan Sirampog sebagian berprofesi sebagai petani. Usahatani Bawang daun di Kecamatan Sirampog merupakan salah satu usaha yang dapat meningkatkan pendapatan para petani. Salah satu aspek penting yang dilakukan untuk menunjang pendapatan petani yaitu dengan cara peningkatan usahatani bawang daun itu sendiri, sehingga perlu adanya strategi dalam pengembangannya.

Analisis Matriks IFE Usahatani Bawang Daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes

Matriks IFE disusun dari faktor-faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Matriks IFE dalam SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes. Hasil analisis matriks IFE pada usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog dapat dilihat pada Tabel matriks IFE pada usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Perhitungan Analisis Matriks IFE bawang daun di Kecamatan Sirampog

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN			
*Kecamatan Sirampog memiliki sumber daya lahan untuk dikembangkan	0,243	3,3	0,802
Bawang daun yang dijual memiliki kualitas yang baik	0,211	2,8	0,591
Pengalaman para petani	0,203	2,9	0,588

KELEMAHAN			
Jumlah produksi bawang daun tidak menentu	0,139	1,9	0,264
*Modal terbatas	0,093	1,3	0,120
Kurangnya informasi pasar	0,111	1,5	0,167
TOTAL	1		2,532

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan Matriks IFE pada Tabel 7, dapat diketahui bahwa faktor kekuatan yang menduduki peringkat pertama dengan skor 0,802 yaitu bawang daun yang dijual memiliki kualitas yang baik. Faktor ini adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam pengembangan usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes. Jenis bawang daun yang berada di Kecamatan Sirampog merupakan jenis bawang daun varietas *Spring Onion*. Bibit yang dipilih oleh petani merupakan bibit unggul, sehingga kualitas bawang daun yang dihasilkan baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Kriteria bawang daun yang diinginkan konsumen yaitu memiliki aroma yang sedap, memiliki ketebalan 3-5 mm, panjang 18-40 cm, dan lebar 2-3 cm. Peningkatan penggunaan bibit harus diimbangi dengan kualitas mutu bibit yang baik (Kusumadewi *et al.*, 2021).

Faktor kelemahan utama yang ada di Kecamatan Sirampog yaitu, modal terbatas dengan skor tertimbang yaitu 0,120. Permodalan di bidang agribisnis memiliki peran penting dalam pengembangan dan mendorong tumbuh kembangnya perekonomian (Mariati *et al.*, 2022). Modal yang dimiliki oleh petani bawang daun yaitu sangat terbatas, sehingga petani tidak dapat memaksimalkan usahatani bawang daun. Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata luas lahan yang dimiliki oleh petani bawang daun adalah 0,75 ha di mana rata-rata modal yang dibutuhkan dalam usahatani yaitu antara Rp3.000.000 sampai Rp5.000.000. Modal yang digunakan dalam usahatani bawang daun

merupakan modal pribadi dan terkadang juga ada petani yang mendapatkan modal dari tengkulak dengan perjanjian harus menjual bawang daun tersebut ke tengkulak. Hal ini berdampak negatif terhadap petani sebab petani hanya memperoleh harga yang ditentukan tengkulak dan tidak mampu menentukan posisi tawar sehingga harga yang diperoleh petani rendah. Harga yang terlalu rendah membuat petani merugi (Furqon, 2018).

Bobot skor total hasil perhitungan matriks IFE yang diperoleh sebesar 2,532. Berdasarkan matriks internal eksternal (IE), bobot tersebut berada di antara *range* 2,0 – 2,99. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog memiliki posisi internal rata-rata (Yunaida, 2017). Usahatani bawang daun ini memiliki peluang baik untuk berkembang, hanya saja kekuatan yang ada belum dapat digunakan secara optimum untuk mengatasi kelemahan.

Analisis Matriks EFE Usahatani Bawang Daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes

Matriks EFE disusun dari faktor-faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman. Matriks EFE dalam SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor eksternal di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes. Hasil analisis matriks EFE pada usahatani di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Perhitungan Matriks EFE bawang daun di Kecamatan Sirampog

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG			
Permintaan pasar meningkat	0,302	3,2	0,966
Perdagangan antar wilayah	0,237	2,7	0,640
ANCAMAN			
Harga bawang daun yang berfluktuasi	0,173	2	0,346
Serangan hama dan penyakit	0,132	1,5	0,198
Perubahan cuaca dan iklim yang tidak menentu	0,156	1,7	0,265
TOTAL	1		2,415

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

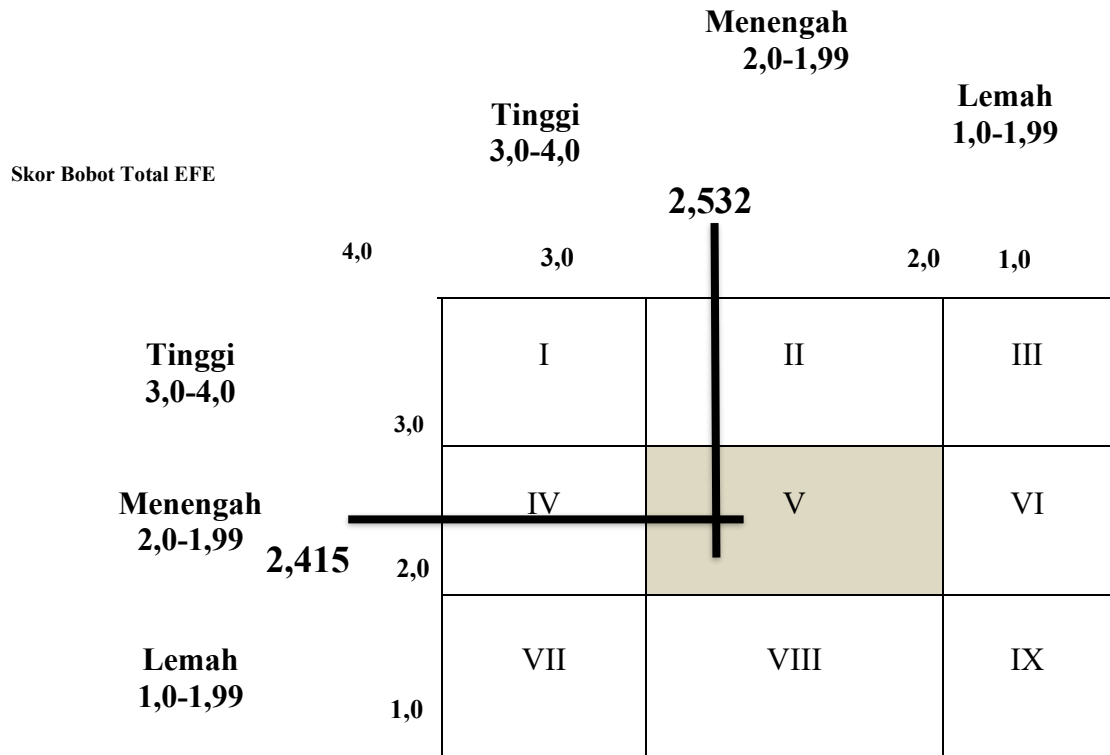
Tabel 8 menjelaskan bahwa faktor peluang yang menduduki peringkat pertama dengan skor 0,966 adalah permintaan pasar meningkat. Faktor strategis ini yang merupakan peluang terbesar yang berpengaruh terhadap pemasaran bawang daun. Bawang daun merupakan jenis sayuran dengan kebutuhan produksi yang sangat tinggi (Faradiyah, 2023). Hal ini dapat diketahui dari banyaknya jumlah permintaan bawang daun setiap kali memasuki musim panen. Berdasarkan penelitian, permintaan bawang daun akan semakin meningkat seiring dengan meningkatnya laju pertumbuhan penduduk.

Pada faktor ancaman, serangan hama dan penyakit menjadi faktor peringkat pertama dengan skor 0,198. Serangan dari Organisme Pengganggu Tanaman (OPT) menjadi ancaman besar usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes. Bawang daun memerlukan perawatan yang intensif karena bawang daun merupakan jenis tanaman yang mudah diserang oleh (OPT). Hama yang menyerang bawang daun diantaranya yaitu ulat grayak, ulat daun, dan kutu loncat. Kasus OPT terbesar yang pernah terjadi di Kecamatan Sirampog berada di Desa Dawuhan. Serangan hama yang menyerang berupa ulat daun yang menyebabkan daun berlubang dan rusak. Ulat daun menyerang tanaman bawang daun mulai dari fase vegetatif sampai saat panen, dan bisa mengakibatkan

kehilangan hasil 100% apabila tidak dikendalikan (Putrasamedja *et al.*, 2012). Hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap pendapatan produksi bawang daun. Masalah hama dan penyakit dapat menimbulkan keresahan bagi para petani karena dapat mengurangi dan menurunkan hasil pertanian (Paparang *et al.*, 2016). Bobot total skor diperoleh adalah 2,415, hal ini menunjukkan usahatani bawang daun memiliki posisi eksternal rata-rata. Usahatani bawang daun dalam merespon peluang yang ada tergolong cukup, namun belum secara optimum menggunakan peluang yang ada untuk meminimalisir terjadinya ancaman.

Analisis Matriks IE Usahatani Bawang Daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes

Matriks IE merupakan matrik yang menggabungkan bobot skor pada Matriks IFE dan Matriks EFE untuk melihat posisi sel usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog. Jika posisi sel telah diketahui, maka diketahui pula strategi apa yang harus dilakukan untuk pengembangan usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog dari perhitungan Matriks IFE didapatkan bobot skor 2,532 dan dari Matriks EFE didapatkan bobot skor 2,415. Hasil pemetaan matriks IE dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Perhitungan Analisis Matriks IE Bawang Daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes

Berdasarkan Gambar 4, dapat diketahui bahwa usahatani bawang daun menempati posisi sel V. Sel V ini menggambarkan bahwa posisi usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog berada pada posisi *hold and maintain strategies* (mempertahankan dan memelihara). Strategi yang layak digunakan adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk (David, 2010). Strategi ini sesuai dengan kondisi usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog karena Kecamatan Sirampog sebagai sentra produksi bawang daun yang sudah lama berjalan. Hal ini menyebabkan usahatani saat ini tepat dengan strategi yang dilakukan yaitu mempertahankan dan memelihara.

Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT disusun dari hasil analisis matriks IFE dan EFE yang telah dilakukan sebelumnya. Matriks SWOT memiliki tujuan untuk merumuskan strategi-strategi berdasarkan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah teridentifikasi dari kondisi usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes. Pada matriks

SWOT perumusan strategi terdiri dari empat (4) kombinasi faktor, yaitu strategi Kekuatan–Peluang (S–O), strategi Kekuatan–Ancaman (S–T), strategi Kelemahan–Peluang (W–O) dan strategi Kelemahan–Ancaman (W–T).

Berdasarkan Gambar 5, dapat diketahui bahwa hasil kombinasi dari faktor internal dan faktor eksternal diperoleh tujuh rumusan alternatif strategi yang terbagi kedalam empat kelompok yaitu:

<div style="text-align: center;">IFAS</div> <div style="text-align: center;">EFAS</div>	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	1. Kecamatan Sirampog memiliki sumber daya lahan untuk dikembangkan 2. Bawang daun yang dijual memiliki kualitas yang baik 3. Pengalaman para petani	1. Jumlah produksi bawang daun tidak menentu 2. Kurangnya informasi pasar 3. Modal terbatas
Peluang (O) 1. Permintaan pasar meningkat 2. Perdagangan antar wilayah	Strategi S-O 1. Penggunaan lahan secara optimal (S1, S2, S3, O1) 2. Memperbesar skala produksi (S1, S2, S3, O1, O2) 3. Menjaga dan meningkatkan kualitas produksi (S2, O1, O2)	Strategi W-O 1. Menekan adanya biaya produksi seminimal mungkin (W1, W3, O1, O2) 2. Meningkatkan informasi pasar (W3, W4, O4,)
Ancaman (T) 1. Harga bawang daun yang berfluktuasi 2. Perubahan cuaca dan iklim yang tidak menentu 3. Serangan hama dan penyakit	Strategi S-T 1. Penggunaan bibit unggul (S2, S3, T1, T2, T3) 2. Menjaga tanaman secara intensif agar terhindar dari serangan hama dan penyakit (S2, S3, T2, T3) 3. Memperkuat posisi tawar (S2, T1)	Strategi W-T 1. Menyediakan lembaga informasi pasar (W2, T1) 2. Menyediakan Lembaga Keuangan atau Koperasi (T1, W3) 3. Perlu adanya pembinaan untuk memaksimalkan produksi bawang daun (W1, T1, T2, T3)

Gambar 5. Hasil Perumusan Strategi Pengembangan Matriks SWOT Usahatani Bawang Daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes
 Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Strategi S-O

Strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*) adalah strategi yang dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Siregar dan Pangestu, 2020).

Penggunaan lahan secara optimal (S1, S2, S3, O1)

Bentuk dari strategi ini berupa pemanfaatan secara optimal dengan adanya ketersediaan lahan yang berada di Kecamatan Sirampog sebagai tempat untuk membudidayakan bawang daun agar jumlah Brebes, sehingga bisa menjadikan Kabupaten Brebes sebagai sentra penghasil bawang daun terbesar di Provinsi Jawa Tengah.

Memperbesar skala produksi (S1, S2, S3, O1, O2)

Strategi ini merupakan strategi yang dilakukan dengan cara memperluas lahan untuk membudidayakan bawang daun. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah produksi bawang daun, dengan meningkatkan jumlah produksi maka pendapatan petani pun akan meningkat (Pradnyawati dan Cipta, 2021). Berdasarkan hasil wawancara, satu petani mempunyai lahan dengan luas 1 ha dengan produksi bawang daun yaitu mencapai 4 ton dan pendapatan yang diperoleh \geq Rp10.000.000. Berdasarkan hal tersebut, apabila luas lahan ditambah maka akan menghasilkan skala produksi yang tinggi.

Menjaga dan meningkatkan kualitas produksi (S2, O1, O2)

Bentuk dari strategi ini yaitu dengan menjaga kualitas bawang daun agar tetap berkualitas baik. Kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya (Kotler dan Armstrong, 2012). Menurut Lestari (2016), kualitas bawang daun yang baik yaitu memiliki batang yang kokoh dan memiliki daun yang berwarna hijau terang. Berdasarkan penelitian, bawang daun di Kecamatan Sirampog memiliki kualitas bawang daun yang baik, dilihat dari bawang daun yang segar, aromanya sedap, warna daun hijau terang dan batang yang kokoh. Menjaga dan meningkatkan kualitas bawang daun akan menaikkan harga jual itu sendiri. Strategi ini dilakukan dengan cara memperhatikan kualitas benih bawang daun dan cara membudidayakan dengan benar, sehingga dapat menghasilkan kualitas bawang daun yang baik. dengan produksi 165,568 ton. Hal ini sesuai dengan pendapat menurut Saputra (2021) pemanfaatan lahan pertanian dapat menghasilkan keuntungan maksimal dengan mengalokasikan luas lahan yang ada secara optimal. Oleh karena itu, pemanfaatan lahan secara optimal dapat meningkatkan jumlah produksi bawang daun yang berada di Kecamatan Sirampog, Kabupaten produksi yang dihasilkan maksimal. Menurut Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Sirampog (2023), luas lahan yang digunakan untuk budidaya bawang daun di Kecamatan Sirampog pada tahun 2022 yaitu 1.519 ha

Strategi W – O

Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*) adalah strategi yang memusatkan pada kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman (Siregar dan Pangestu, 2020).

Menekan adanya biaya produksi seminimal mungkin (W1, W3, O1, O2)

Bentuk dari strategi ini yaitu dilakukan dengan cara meminimalkan biaya produksi. Biaya dalam membudidayakan bawang daun membutuhkan biaya yang cukup besar, seperti biaya perawatan bawang daun. Hal ini disebabkan karena harga pupuk naik, harga

obat-obatan naik dan harga benih mahal. Petani hanya memiliki modal yang tidak begitu besar karena petani hanya mengandalkan tengkulak saja. Oleh karena itu, petani harus bisa meminimalkan biaya produksi atau bisa juga dilakukan dengan menggunakan pupuk dan pestisida organik. Meminimalkan biaya produksi dapat dilakukan melalui adanya kebijakan subsidi, bantuan input (benih, pupuk, dan obat-obatan) dan infrastruktur (Shodiq, 2022).

Meningkatkan informasi pasar (W3, W4, O2)

Bentuk dari strategi ini yaitu dilakukan dengan cara petani harus meningkatkan informasi pasar, sehingga petani tidak akan bergantung mengenai harga bawang daun ke tengkulak. Informasi pasar merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk mencari informasi mengenai kondisi pasar (Andiyanto *et al.*, 2017). Selama ini petani tidak pernah mengetahui informasi pasar sehingga mereka selalu menjual bawang daun kepada tengkulak dengan harga yang ditentukan oleh tengkulak. Adanya informasi pasar petani dapat mengetahui berapa harga bawang daun yang di jual, dan petani bisa melakukan posisi tawar kepada tengkulak.

Strategi S – T

Strategi S-T (*Strengths-Threats*) adalah strategi yang diterapkan pada kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman (Siregar dan Pangestu, 2020).

Penggunaan bibit unggul (S2, S3, T1, T2, T3)

Bentuk dari strategi ini yaitu dilakukan dengan cara penggunaan bibit unggul. Penggunaan bibit unggul perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan kualitas dari bawang daun. Kualitas bawang daun yang baik menyebabkan jumlah permintaan akan naik sehingga dapat menambah pendapatan petani. Peningkatan penggunaan bibit harus diimbangi dengan kualitas mutu bibit yang baik (Kusumadewi *et al.*, 2021). Bibit bawang daun yang digunakan petani di Kecamatan Sirampog sudah termasuk unggul kualitas bawang daun juga baik seperti aromanya yang sedap, batang yang kokoh dan daunnya berwarna hijau terang. Akan tetapi, bibit

bawang daun di Kecamatan Sirampog perlu ditingkatkan lagi perawatannya agar tahan terhadap serangan OPT.

Menjaga tanaman secara intensif agar terhindar dari serangan hama dan penyakit (S2, S3, T2, T3)

Bentuk dari strategi ini yaitu dengan melakukan perawatan tanaman bawang daun secara intensif. Tanaman bawang daun merupakan jenis tanaman yang mudah diserang oleh hama yang dapat memperngaruhi kualitas dari bawang daun itu sendiri (Dewi, 2022). Kasus OPT yang pernah terjadi di Kecamatan Sirampog berada di desa Dawuhan. Serangan hama yang menyerang berupa ulat daun yang menyebabkan daun berlubang dan rusak. Ulat daun menyerang tanaman bawang daun mulai dari fase vegetative sampai saat panen, dan bisa mengakibatkan kehilangan hasil 100% apabila tidak dikendalikan (Putrasamedja *et al.*, 2012). Hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap pendapatan produksi bawang daun. Masalah hama dan penyakit dapat menimbulkan keresahan bagi para petani karena dapat mengurangi dan menurunkan hasil pertanian (Paparang *et al.*, 2016). Solusi dalam masalah ini yaitu perlu adanya kegiatan intensif yang harus dilakukan oleh petani yaitu dengan cara pengontrolan tanaman secara rutin dan pembasmian hama-hama yang menyerang tanaman bawang daun.

Memperkuat posisi tawar (S2, T1)

Bentuk dari strategi ini yaitu harus menyesuaikan kualitas produk dengan harga jual. Menurut Holle (2022) lemahnya posisi tawar yang diterima petani terlihat pada rendahnya aksesibilitas petani terhadap sumberdaya pertanian seperti akses pasar, informasi pasar, dan modal usaha. Posisi petani yang hanya menerima harga tidak memiliki wewenang untuk menentukan harga. Cara yang harus dilakukan oleh petani yaitu dengan cara memperkuat posisi tawar dengan cara menyesuaikan dengan kualitas produk yang dihasilkan. Cara ini dilakukan agar harga bawang daun yang berkualitas baik dengan yang berkualitas buruk mampu dibedakan harga jualnya. Sehingga petani tidak akan rugi

dalam memasarkan atau menjual bawang daun tersebut.

Strategi W – T

Strategi W-T (*Weaknesess-Threats*) adalah strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Siregar dan Pangestu, 2020).

Menyediakan lembaga infomasi pasar (W2, T1)

Bentuk strategi ini yaitu dilakukan dengan cara menyediakan lembaga informasi pasar. Kebutuhan akan lembaga informasi pasar disebabkan oleh keterbatasan informasi petani tentang pemasaran dan harga bawang daun. Keterbatasan informasi pasar menyebabkan petani menerima harga yang selalu diberikan oleh tengkulak, sehingga dengan adanya lembaga informasi pasar petani akan mengetahui berapa harga bawang daun sehingga petani bisa menaikkan posisi tawar kepada tengkulak.

Menyediakan Lembaga Keuangan atau Koperasi (W3, T1)

Bentuk dari strategi ini yaitu dilakukan dengan cara mendirikan lembaga keuangan bagi para petani yang membutuhkan modal. Modal yang digunakan dalam proses budidaya sangatlah besar. Lembaga keuangan berfungsi sebagai media penghimpun dana dari masyarakat untuk kemudian dikelola bagi kemaslahatan anggotanya (Mahmud, 2019). Lembaga keuangan berfungsi untuk memberikan pinjaman bagi para petani yang kekurangan modal dalam membudidayakan usahatani bawang daun. Kendala dalam proses pembudidayaan sangatlah dipengaruhi oleh modal karena tanaman bawang daun merupakan tanaman yang membutuhkan modal yang cukup besar sehingga, dengan adanya lembaga keuangan dapat memberikan pinjaman modal kepada petani. Hal ini, dapat berpengaruh terhadap pengembangan usahatani yang dilakukan oleh petani, sehingga petani akan lebih mudah berusahatani tanpa harus kesulitan dalam mencari modal.

Perlu adanya pembinaan untuk memaksimalkan produksi bawang daun (W1, T1, T2, T3)

Bentuk dari strategi ini yaitu petani membutuhkan adanya pembinaan seperti penyuluhan dari pemerintah atau dari Dinas Pertanian. Penyuluhan pertanian merupakan sistem pendidikan luar sekolah guna menumbuhkembangkan kemampuan (pengetahuan, sikap, dan keterampilan) petani. Menurut Dewi (2022) tanaman bawang daun merupakan jenis tanaman yang rentang dan mudah diserang oleh hama, sehingga adanya penyuluhan dapat membantu petani bawang daun dalam menanggulangi serangan OPT. Selain itu, penyuluhan juga memberikan informasi dan pengetahuan terkait dengan budidaya bawang daun yang baik agar mendapatkan produksi bawang daun yang berkualitas.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian analisis pemasaran dan strategi pengembangan usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog yaitu:

1. Saluran pemasaran bawang daun di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes terdiri dari tiga pola saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran satu tingkat (petani-tengkulak-konsumen), saluran pemasaran dua tingkat (petani-tengkulak-pedagang pengecer-konsumen), dan saluran pemasaran tiga tingkat (petani-tengkulak-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen).
2. Saluran pemasaran bawang daun yang paling efisien di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes adalah saluran satu tingkat (petani-tengkulak-konsumen) karena saluran pemasaran tersebut memiliki total biaya pemasaran dan total nilai produk terendah yang menghasilkan nilai persentase efisiensi terendah dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya.
3. Strategi pengembangan dalam mengembangkan usahatani bawang daun di Kecamatan Sirampog yaitu: (a) penggunaan lahan secara optimal, (b) memperbesar skala produksi, (c) menjaga dan

meningkatkan kualitas produksi (d) menekan adanya biaya produksi seminimal mungkin, (e) meningkatkan informasi pasar, (f) penggunaan bibit unggul, (g) menjaga tanaman secara intensif agar terhindar dari serangan hama dan penyakit, (h) memperkuat posisi tawar, (i) menyediakan lembaga keuangan atau koperasi, (j) perlu adanya pembinaan untuk memaksimalkan produksi bawang daun.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiyanto, F., M. Miyasto, dan S. Sufian. 2017. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Empiris pada Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kabupaten Kudus). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Anni, I. A., E. Saptiningsih, dan S. Haryanti. 2013. Pengaruh Naungan Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Bawang Daun (*Allium fistulosum* L.) di Bandung, Jawa Tengah. *Jurnal Akademika Biologi*. 2(3): 31–40.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Brebes dalam Angka 2020. BPS Kabupaten Brebes.
- _____. 2023. Brebes dalam Angka 2023. BPS Kabupaten Brebes.
- David, F. R. 2004. *Manajemen Strategis Konsep-Konsep*. PT Indeks Kelompok. Gramedia.
- Dewi, R. K. 2022. Pengaruh Dosis Pupuk Kandang Ayam dan Pupuk Growmore Terhadap Pertumbuhan Serta Hasil Tanaman Bawang Daun (*Allium Fistulosum* L.). *Skripsi*. Universitas Islam Riau.
- Faradiyah, Z., T. L. Hajiriah, dan S. Armiani. 2023. Pengaruh Komposisi Media Tanam terhadap Pertumbuhan Bawang Prei (*Allium Porrum* L.). *Jurnal Ilmiah*

- Biologi*. 11(1): 292-301.
<https://doi.org/10.33394/bioscientist.v11i1.7288>
- Furqon, A. 2018. Pengaruh Kebijakan Harga Gabah Berdasarkan Kualitas Terhadap Pendapatan Petani di Provinsi Banten Tahun 2013-2015. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin. Banten.
- Holle, Y. 2022. Penguatan Kelembagaan Kelompok Tani Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Petani. *Sosio Agri Papua*. 11(01): 35-40.
- Indriani, R., R. Darman, dan Mahyuddin. 2019. *Rantai Pasok Aplikasi pada Komoditas Cabe Rawit di provinsi Gorontalo*. Ideas Publishing. Gorontalo.
- Khatimah, K., dan W. Febriyono. 2021. Strategi Pengembangan Agribisnis Kentang (*Solanum tuberosum L.*) di Kabupaten Brebes. *Jurnal Agrica*. 14(2). 150-151.
- Kotler dan G. Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kusumadewi, S., D. Kusnaman, dan I. K. E. Wijayanti. 2021. Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi dan Pendapatan Usahatani Tumpang Sari Stroberi-Bawang Daun di Desa Serang Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*. 14(1): 57-66.
- Lasaharu, N. A., dan Y. Boekoesoe. 2020. Analisis Pemasaran Sapi Potong. *Jambura Journal of Animal Science*. 2(2): 62-75.
- Lestari. 2016. Respons Tanaman Bawang Daun (*Allium fistulosum L.*) Terhadap Aplikasi Pupuk Daun pada Berbagai Jarak Tanam. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Pertanian, Lampung.
- Mahmud, A. 2019. Pelaksanaan Bagi Hasil Syirkah Kelompok Usaha Bersama (Kube) Dengan Petani Udang Perspektif Ekonomi Syariah (Desa Bumi Dipasena Jaya kecamatan Rawajitu Timur). *Skripsi*. IAIN. Lampung.
- Mariati, R., M. Mariyah dan C. N. Irawan, C. N. 2022. Analisis Kebutuhan Modal dan Sumber Permodalan Usahatani Padi Sawah di Desa Jembayan Dalam (*Capital Needs Analysis and Capital Resources of Rice Paddy (Oryza sativa L.) Farming in Jembayan Village in Loa Kulu District of Kutai Kartanegara Regency*). *Jurnal Agribisnis dan Komunikasi Pertanian (Journal of Agribusiness and Agricultural Communication)*, 5(1), 50-59.
- Paparang, M., V. V. Memah, dan J. B. Kaligis. 2016. Populasi dan Persentase Serangan Larva Spodoptera Exigua Hubner Pada Tanaman Bawang Daun dan Bawang Merah Di Desa Ampreng Kecamatan Langowan Barat. *Jurnal Cocos*. 7(7): 45-47.
- Pradnyawati, I. G. A. B., dan W. Cipta. 2021. Pengaruh luas lahan, modal dan jumlah produksi terhadap pendapatan petani sayur di kecamatan Baturiti. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 93-100.
- Putrasamedja, S., W. Setiawati, L. Lukman, dan A. Hasyim,. 2012. *Penampilan Beberapa Klon Bawang Merah dan Hubungannya dengan Intensitas Serangan Organisme Pengganggu Tumbuhan*. Alfabeta. Bandung.
- Ratnasari, M., R. Hartadi dan J. A. Ridjal. 2016. Analisis Pemasaran dan Strategi Pengembangan Usahatani Kubis di Desa Sumberjo Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. *Agritrop: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian (Journal of Agricultural Science)*, 14(1).
- Saputra, R. 2021. Analisis Pemasaran dan

Strategi Pengembangan Usahatani Ubi Kayu di Kelurahan Balai Raja Kecamatan Pinggir Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau. *Jurnal Dinamika Pertanian*. 37(3): 273–284. [https://doi.org/10.25299/dp.2021.vol37\(3\).8937](https://doi.org/10.25299/dp.2021.vol37(3).8937)

Saragih, M., K. Budiraharjo, dan T. Ekowati. 2022. Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Daun (*Allium fistulosum*. L) di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*. 29(3): 251-266. <https://doi.org/10.22487/agrolandnasional.v0i0.1291>

Shodiq, W. M. 2022. Model CPRV (*Cost, Productivity, Risk* dan *Value-Added*) dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Indonesia: A Review. *Jurnal Hexagro*, 6(2), 115-127.

Siregar, S., dan P. Pengestu. 2020. Development Strategy Certified Rice Seed Breeder Group Mitra Jaya Melati Village Perbaungan District Serdang Bedagai Regency. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 3(2), 69-76.

Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Edisi Revisi. Raja Grafindo. Jakarta.

Yunaida, E. 2017. Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan Produk Surat dan Paket Kantor Pos Langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan*. 6(1): 688-69.