

ABSTRACT

Strategi Pengembangan Agribisnis Bawang Merah di Desa Genengadal Kecamatan

Toroh Kabupaten Grobogan

Fitra Nanda Dewi¹, Winarsih²

Background : Central Java is the highest shallot producing province and Grobogan Regency, Central Java Province is one of the areas where the majority of the population makes a living as farmers and is one of the shallot production areas. This shallot production area is often found in Genengadal Village in Toroh District. Almost all residents plant shallots when the planting season arrives, making it a superior product and there is great hope of earning a decent income from the cultivation of shallots. Marketing that confronts farmers in Genengadal Village is related to problems with the shallot system. Shallot marketing is the activity of delivering shallot commodities from farmers to consumers with the aim of obtaining monetary value as compensation for the results of the commodity. So the strategy for developing shallot commodities is important because apart from the limited amount of research, it is also to find strategies on how to encourage the competitiveness of local onion commodities to seize local market opportunities in order to improve farmers' welfare.

Methods : This research aims to determine what internal, external factors and development strategies are carried out by shallot farmers in Genengadal Village, Toroh District, Grobogan Regency. This research is qualitative research involving 5 farmer sources from Genengadal Village, Toroh District, Grobogan Regency. Data analysis uses observation, interviews, questionnaires, documentation.

Results : The research results show that the opportunity for market demand is increasing, promising selling prices and machine support from the government are external factors that influence production, then farmer experience, cultivation techniques, land area and capital are internal factors that influence shallot production in Genengadal Village.

Conclusion : The most influential factor is that if there is an increase in market prices then land expansion becomes the main factor for sources in meeting market needs.

Keywords: Shallots, Agribusiness Strategy, Internal and External Factors

Authors

1) Universitas An Nuur

fitranandadewi@gmail.com

2) Universitas An Nuur

winarsih.winarwiwin@gmail.com

doi: -

Correspondence to:

Name: Fitra Nanda Dewi

Institusi: Universitas An Nuur

Address: Jl. Gajahmada No.7 Purwodadi,

Grobogan, Jawa Tengah

Email: fitranandadewi@gmail.com

Phone: 0882-0062-80663

Published Online on April 20, 2024

This online publication has been corrected

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara tropis yang kaya akan berbagai jenis produk pertanian. Pertumbuhan perekonomian di Indonesia tidak terlepas dari pertumbuhan produktivitas di bidang pertanian. Sebagian besar penerimaan negara berasal dari sektor pertanian. Sektor pertanian terdiri dari tanaman pangan, hortikultura, florikultura, perikanan dan kehutanan. Sebagai negara yang memiliki kekayaan sumber daya (*resource endowment*) dan beriklim tropis sehingga kondisi alam memberikan kesempatan untuk menghasilkan berbagai produk pertanian, diantaranya sayuran dan buah-buahan.

Bawang merah (*Allium ascalonicum*) merupakan salah satu komoditas sayuran yang sejak lama diusahakan oleh petani secara intensif. Komoditas ini berfungsi sebagai bumbu penyedap atau bahan baku berbagai jenis makanan olahan (Mutiarasari et al., 2019). Komoditas ini juga sebagai ladang usaha menghasilkan pendapatan dan kesempatan kerja yang berkontribusi tinggi terhadap ekonomi wilayah (Kementerian Pertanian, 2020). Sehingga komoditas ini perlu mendapatkan prioritas dalam program pengembangan pertanian berkelanjutan (Nursan & Wathoni, 2021).

Jawa tengah merupakan provinsi penghasil bawang merah tertinggi dan Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah adalah salah satu daerah yang sebagian mayoritas penduduknya adalah bermata pencaharian sebagai petani dan merupakan salah satu daerah produksi bawang merah. Area produksi bawang merah ini banyak ditemukan di Desa Genengadal di Kecamatan Toroh. Hampir seluruh penduduknya menanam bawang merah ketika musim tanam tiba, menjadikannya sebagai produk unggulan dan harapan besar untuk mendapatkan penghasilan yang layak dari hasil budidaya bawang merah.

Produksi bawang merah di Provinsi Jawa Tengah, khususnya di Kabupaten Grobogan tahun 2015 sebanyak 563 (ha), dengan produksi 5.330 ton. Kemudian pada tahun 2019 luas panennya mencapai 1.325 (ha), dengan produksi 12.680 ton. Untuk tahun selanjutnya di tahun 2020 sampai dengan bulan september kemarin, luas panen telah mencapai 1.283 (ha), dengan produksi sebanyak 12.830 ton. Sehingga terjadi kenaikan luas panen 235 persen dan produksi 238 persen (BPS Kabupaten Grobogan, Dinas Pertanian Kabupaten Grobogan, 2021).

Pada umumnya petani bawang merah di Kabupaten Grobogan, khususnya Desa Genengadal, Kecamatan Toroh Kabupaten Grobogan menanam bawang merah varietas benih bibit brebes dan bibit bauci yang sangat cocok untuk ditanam di dataran rendah tempat bawang merah ditanam dengan intensitas tanam 4 kali dalam setahun, pada budidaya bawang merah di Desa Genengadal mencapai 8-12 ton per (ha) yang dihasilkan pada waktu panen akan tiba. Bibit diproduksi langsung dari membeli agen bibit bawang merah yang kemudian digantang beberapa bulan sehingga siap untuk ditanam.

Mengenai nilai jual beli yang tidak stabil dan terkadang fluktuatif, yang kemudian akan didistribusikan ke seluruh penjuru pasar tanah air atau di daerah lain maupun ekspor. Akan tetapi hasil yang diperoleh sebagian besar petani bawang merah di Desa Genengadal Kecamatan Toroh masih belum sesuai harapan. Kejadian ini sering terjadi karena munculnya pengaruh dan permasalahan internal maupun eksternal dalam sistem pemasarannya.

Pemasaran merupakan suatu parameter untuk menilai berhasil tidaknya suatu usaha, karena tujuan akhir dari proses produksi adalah penjualan dengan harapan mendapatkan keuntungan. Proses pemasaran memerlukan pihak lain yang disebut dengan lembaga

pemasaran, dimana peran lembaga pemasaran sangat mempengaruhi rantai pemasaran. Saat ini banyak petani bawang merah yang tertarik untuk berusaha menanam bawang merah, karena memiliki prospek yang menjanjikan dalam hal peningkatan pendapatan usahatani sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidup para petani. Ditinjau dari aspek ekonomi wilayah, bawang merah merupakan sumber mata pencaharian oleh sebagian masyarakat karena nilai ekonomi tinggi. Bawang merah merupakan salah satu komoditas harganya yang fluktuatif 6.000 - 10.000 kg.

Oleh karena itu bawang merah menjadi komoditas penting dan strategis. Adapun fluktuasi harga bawang merah dari 6.000-10.000 kg disebabkan terjadinya oversupply akibat panen raya. Penyebab yang lain di tingkat produksi adalah fluktuasi harga pupuk, harga obat-obatan, harga bibit dan pengaruh iklim sehingga dapat disimpulkan bahwa penyebab fluktuasi harga bawang merah terbagi menjadi dua yaitu di tingkat hulu yang mempengaruhi produksi (pupuk, iklim, obat dan lain-lain) dan di tingkat hilir yang mempengaruhi pemasaran adalah faktor musim dan peran tengkulak. Dan minimnya pengetahuan mereka mengenai cara budidaya bawang merah yang berorientasi pada pasar, kurangnya akses sistem pemasaran modern, tingginya biaya produksi, minimnya infrastruktur dan masih kebiasaan sarana dan prasarana pertanian yang mereka gunakan, adalah penyebab sulitnya petani untuk mencapai kemajuan.

Mengingat modal yang cukup besar dan merupakan komoditas produk unggulan petani yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi di Desa Genengadal, Kecamatan Toroh perlu adanya strategi pengembangan bawang merah yang tepat untuk memiliki nilai ekonomis yang tinggi, maka perlu menyelesaikan persoalan tersebut dengan menggunakan strategi pengembangan kelompok usahatani bawang merah yang sesuai dan tepat dengan harapan supaya meningkatkan pendapatan yang diharapkan oleh para petani.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Agribisnis Bawang Merah di Desa Genengadal Kecamatan Toroh Kabupaten Grobogan”.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif (studi kasus). Menurut Sugiyono, (2012) penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post positivism* digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bertumpu pada latar belakang alamiah secara *holistic*, memposisikan manusia sebagai alat penelitian, melakukan analisis data secara induktif, lebih mementingkan proses daripada hasil serta hasil penelitian yang dilakukan disepakati oleh peneliti dan subjek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

beberapa strategi dari narasumber yang telah dilakukan selama berbudi daya bawang merah ;

1. Memperluas Lahan Produksi

Lahan pertanian merupakan penentu dari pengaruh komoditas pertanian. Secara umum dikatakan, semakin luas lahan yang digarap/ditanami, semakin besar jumlah produksi yang dihasilkan oleh lahan tersebut. (Abd Rahim, 2007). Pengaruh luas lahan tidak hanya pada tingkat efisiensi usaha tani saja, tetapi juga mempunyai dampak pada upaya transfer dan teknologi dalam pembangunan pertanian.

2. Menggunakan Benih yang Berkualitas

Sebelum memproduksi benih, petani harus kenal terlebih dulu dengan varietas bawang yang akan dikembangkan tersebut. Hal ini dimaksudkan agar perlakuan yang diberikan tepat sasaran.

3. Strategi Pola Pemasaran

Saluran pemasaran adalah suatu jalur yang dilalui produk dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen. Pada penelitian yang dilakukan di Desa Genangadal terdapat 3 pola saluran pemasaran yang melibatkan 3 lembaga pemasaran yaitu petani sebagai produsen, pedagang pengepul desa, dan pedagang pengecer.

4. Strategi Promosi Memanfaatkan Media Sosial

Jarak merupakan penentu dari kelancaran pemasaran suatu produk. Untuk menempuh jalan raya dari Desa Genangadal menuju jalan raya cukup jauh dan memakan waktu 15 menit dalam perjalanan sehingga upaya pemasaran produksi bawang merah petani di Desa Genangadal pada saat ini melakukan 2 jenis pemasaran yaitu secara *online* dan *offline* sehingga memiliki fungsi dan strategi yang berbeda.

Sebuah usaha terdiri dari beberapa faktor yang bisa memengaruhinya. Ada dari eksternal, ada juga yang berasal dari internal. Berikut beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha bawang merah di Genangadal.

1. Faktor Internal

A. Pengalaman Petani

faktor internal pengalaman petani dianggap penting dalam usahatani dan dapat menjadi salah satu faktor untuk pengembangan agribisnis di daerah penelitian, karena dari pengalaman yang dimiliki petani, petani dapat belajar dan menambah kemampuan dalam usahatani bawang merah. Pengalaman bertani merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi produksi suatu usaha tani. Semakin tinggi tingkat pengalaman bertani, maka semakin baik pula pengelolaan usaha taninya.

B. Teknik Budidaya

Tekhnologi merupakan salah satu faktor produksi yang digunakan dalam melakukan proses produksi tanaman pertanian bawang merah.

C. Luas lahan

Tempat merupakan aspek yang sangat penting dalam suatu usaha. Strategi pengembangan Bawang Merah di Genangadal Kecamatan Toroh Kabupaten Grobogan mudah ditemukan dan terletak di lokasi yang strategis akan sangat membantu dalam kegiatan pemasaran dan memudahkan pengepul dalam menjangkau lokasi usaha tersebut.

D. Modal

Modal untuk usaha bawang merah yang dimiliki petani di Desa Genangadal Kecamatan Toroh Kabupaten Grobogan rata-rata berjumlah kecil. Karena itu ketika musim tanam tiba banyak petani yang kekurangan dana untuk persiapan bercocok tanam.

2. Faktor Eksternal

A. Peluang Permintaan Semakin Meningkat

Upaya dalam meningkatkan volume penjualan sangat mempengaruhi saluran pemasaran yang digunakan, dengan melihat potensi bawang merah yang banyak dibutuhkan dalam pengolahan ragam makanan maka perlu saluran pemasaran yang memadai guna mencegah kelangkaan bawang merah sehingga masyarakat mudah untuk memperoleh bawang merah.

B. Harga Jual Tinggi

Kebutuhan pasar yang meningkat dan harga jual yang tinggi merupakan faktor yang dapat merangsang petani untuk dapat meningkatkan hasil produksi pertanian utamanya pada komoditi bawang merah Harga yaitu sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen agar bisa mendapatkan suatu produk yang diinginkannya.

C. Peran dan Dukungan Pemerintah

Dalam pertanian bawang merah, memerlukan factor-faktor produksi yang menunjang. Faktor produksi yang menunjang tersebut adalah lahan, luas modal, tenaga kerja dan teknologi (mesin)

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan maka dapat didefinisikan bahwa memperluas lahan, memanfaatkan media sosial sebagai promosi, menggunakan benih berkualitas dan bekerjasama dengan pengepul merupakan strategi pemasaran bawang merah yang selama ini dilakukan oleh narasumber.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi bawang merah dari hasil penelitian yang telah dianalisa adalah peluang permintaan pasar semakin meningkat, harga jual yang menjanjikan dan dukungan asintan dari pemerintah merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi produksi kemudian pengalaman petani, teknik budidaya, luas lahan dan modal merupakan faktor internal yang mempengaruhi produksi bawang merah di Desa Genangadal. Faktor yang paling berpengaruh yaitu jika terjadi peningkatan harga pasar maka perluasan lahan menjadi faktor utama narasumber dalam mencukupi kebutuhan pasar.
3. Melalui strategi yang telah dilaksanakan dan beberapa faktor internal dan eksternal terbukti menguntungkan narasumber di antaranya perluasan lahan yang menghasilkan bobot produksi lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan pasar. Tercipta jaringan yang lebih luas dalam proses pemasaran produksi bawang merah baik dalam kota maupun luar kota.

SARAN DAN KETERBATASAN

Beberapa saran dalam metode penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. sebuah resiko yang tidak dapat ditangani petani bawang merah ialah perbedaan harga dipasaran ketika terjadi panen massal sehingga dalam hal ini peneliti memberikan saran adanya komunikasi antar petani bahkan anrar kelompok tani untuk saling bekerja sama sehingga permasalahan mereka dapat disampaikan kepada pihak yang berwenang. Dan untuk pemerintah diharapkan lebih bijak dalam mengambil keputusan baik dalam pemberian subsidi kegiatan produksi bawang merah hingga pemasaran agar petani mendapat harga yang layak dan tidak merugi.
2. Dengan diketahui resiko yang telah dialami petani selama produksi bawang merah diharapkan petani lebih pro aktif dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mampu memperkecil kerugian.

Beberapa keterbatasan dalam metode penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lama pengamatan (observasi) dilakukan hanya dalam satu periode yaitu tahun 2023,

2. Pengamatan dilakukan hanya pada 5 responden yaitu petani yang dipandang sebagai penghasil bawang merah terbesar di Desa Genangadal,
3. Hasil analisis profitabilitas tidak memasukan kemungkinan biaya sewa lahan bagi petani yang menyewa lahan garapan bawang merah dan
4. Analisis strategi dalam penelitian ini lebih menitikberatkan pada konsep produksi dan pemasaran saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Tamrin dan Francis Tantri. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Andri, K. B., & Alfa Tumbuan, W . J . F. (2016). Analisa UsahaTani Dan Pemasaran Petani Hortikultura Di Bojonegoro. *Jurnal LPPM Bidang EkoSodBudKum*. rtikultura sa pandemic covid-19rlangsung lama pula lam merancang model bisnis yang dapat bertahan dengan lama, sehingga berdamp
- Aneswari, Y., Ibrahim, & Nursan, M. (2022). Profitability and Feasibility Analysis of Sand Lobster (*Panulirus homarus*) Farming in Jerowaru District East Lombok Regency. *Biologi Tropis*, 22(2), 619–628.
- Apriliani TL, Fahmi A. (2016). Analisis Efisiensi Pemasran Bawang Merah di Kecamatan Gerung Kabupaten Lombok Barat. *Ganec Swara*.
- Apriliani TL, Fahmi A. (2016). Analisis Efisiensi Pemasran Bawang Merah di Kecamatan Gerung Kabupaten Lombok Barat. *Ganec Swara*.
- Blanchard O, Johnson DR. (2017). Makro ekonomi, Edisi Keenam. Erlangga,Indonesia
- BPS. (2021). Statistik Pertanian Indonesia. Badan Pusat Statistik.
- Darmawan, Didit. 2018. Strategi Pengembangan USAHATANI Bawang Merah di Desa Sajen, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Agrimas*. 2 (1): 13-22.
- Darmawan, Didit. 2018. Strategi Pengembangan USAHATANI Bawang Merah di Desa Sajen, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Agrimas*. 2 (1): 13-22.
- Darmawan, Didit. 2018. Strategi Pengembangan USAHATANI Bawang Merahdi Desa Sajen, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Agrimas*. 2(1):13-22.
- Dinas Pertanian Provinsi Jawa Tengah. (2021). Laporan Tahunan Tahun 2021. Dinas Pertanian Provinsi Jawa Tengah.

- Habiburrahman. 2023. Analisis Strategi Marketing dalam Menarik Minat Konsumen pada Perumahan Griya Perembun Asri Tahun 2022. UIN Mataram. Mataram.
[https://repository.stkipcaitan.ac.id/id.NininLailatulChasanah_BAB III.\(2021\)](https://repository.stkipcaitan.ac.id/id.NininLailatulChasanah_BAB III.(2021)).
- Salamun Muhammad. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Usaha Keripik Pisang Boychis di Desa Glagahwero Kecamatan Panti Kabupaten Jember. UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember. Jember,
- Sudarmanto. 2017. Pemasaran Bawang Merah. Delta Media. Surakarta
- Sumiati. 2015. Strategi Pengembangan Usahatani Bawang Merah di Desa Bonto Tangnga Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.