

Analysis of the Red Onion Trade System in Air Dingin Village, Lembah Gumanti District, Solok Regency, West Sumatra

Kevin Rizaldi^{1,*}, Adipo Rahman²,

¹ Program Studi Agrobisnis Fakultas Sians
Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Barat

Article Info

Article history:

Published: May 30, 2026

Keywords:

Shallot marketing
Marketing channel
Marketing margin
Farmer's share
Nagari Air Dingin

ABSTRACT

Shallots (*Allium cepa* L. *Aggregatum*) are a vital horticultural commodity in Indonesia's economy, serving as both a culinary staple and a major income source for farmers. However, long and inefficient marketing chains often cause significant price disparities, lowering the returns received by local producers. This study aimed to identify the marketing channels, analyze the marketing margins, and determine the farmer's share within the shallot supply chain in Nagari Air Dingin, Solok Regency. Utilizing a quantitative descriptive survey method, data were gathered from 30 respondents through direct observations and interviews. The results revealed three distinct marketing channels operating in the region. The largest marketing margin was found in Channel III at IDR 5,000/kg, followed by Channel II at IDR 3,500/kg, while Channel I (direct farmer-to-consumer sales) exhibited no margin. Concurrently, the farmer's share was computed at 100% for Channel I, 89.71% for Channel II, and 85.29% for Channel III. These findings indicate that shorter marketing channels optimize the price received by farmers, suggesting a need for policy support to shorten supply chains and improve local agricultural efficiency.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Kevin Rizaldi
Program Studi Agrobisnis Fakultas Sians
Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Barat
Email: kevinrizaldi30@gmail.com

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil bawang merah (*Allium cepa* L. *Aggregatum*) terbesar di Asia Tenggara. Potensi subsektor hortikultura Indonesia mempunyai peran yang cukup besar dalam pembangunan perekonomian dengan faktor pendukung dasar yaitu kondisi agroklimat dan agroekosistem Indonesia yang sesuai untuk pengembangan produksi hortikultura. Bawang merah adalah salah satu komoditas hortikultura yang memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia. Selain digunakan sebagai bahan baku dalam berbagai masakan, bawang merah juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan menjadi salah satu sumber pendapatan bagi petani. Kabupaten Solok, khususnya daerah Air Dingin Alahan Panjang, dikenal sebagai salah satu pusat produksi bawang merah utama di Sumatera Barat yang menghasilkan produk berkualitas tinggi. Sebagai komoditas strategis, pasokan bawang merah sering kali mengalami fluktuasi musiman yang tajam, sehingga memicu ketidakstabilan harga baik di tingkat produsen maupun konsumen akhir (Piraorn Suvanbenjakule & Ignowski, 2025). Ketidakpastian pasokan ini diperparah oleh karakteristik komoditas pertanian yang cepat rusak (*perishable*) dan membutuhkan penanganan

pascapanen yang cepat (Kühne Logistics University, Germany et al., 2024). Oleh karena itu, kelancaran arus distribusi dari sentra produksi menuju wilayah konsumsi menjadi prasyarat mutlak dalam menjaga stabilitas wilayah.

Isu mengenai rantai tata niaga bawang merah yang panjang dan tidak efisien merupakan permasalahan yang banyak diteliti. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa panjangnya rantai pemasaran sering kali menyebabkan selisih harga yang besar antara tingkat petani dan konsumen. Hal ini membuat harga yang diterima petani menjadi rendah, sementara harga jual di pasar melonjak tinggi. Kondisi tersebut menyebabkan nilai *farmer's share* atau persentase harga yang diterima petani menjadi kecil. Nilai *farmer's share* yang rendah menunjukkan ketidakadilan dalam pembagian keuntungan, sehingga berdampak negatif pada pendapatan petani. Fenomena ini diperkuat oleh (Melinda Selfi Erdina Putri & Marsono Marsono, 2025) yang menyatakan ketergantungan petani pada perantara lokal memperlemah posisi tawar produsen tradisional. Hal ini pada gilirannya dapat memengaruhi motivasi petani untuk melanjutkan usahatani bawang merah, karena mereka merasa tidak mendapatkan imbalan yang sepadan dengan kerja keras mereka. Selain itu, margin tataniaga bawang merah menjadi salah satu aspek penting yang perlu dianalisis. Margin yang tidak adil antara petani dan pedagang perantara menunjukkan adanya ketimpangan dalam distribusi keuntungan. Dalam banyak kasus, petani hanya memperoleh sebagian kecil dari harga jual yang dibayarkan oleh konsumen. Ketidakadilan ini tidak hanya merugikan petani, tetapi juga menghambat pengembangan sektor pertanian secara keseluruhan.

Salah satu perbedaan harga di tingkat petani dan pengecer adalah terlalu banyaknya lembaga yang terlibat sehingga saluran tataniaga menjadi panjang. Setiap lembaga tataniaga akan melakukan berbagai fungsi, sehingga dengan fungsi-fungsi tersebut kegunaan barang akan meningkat. Untuk melaksanakan berbagai fungsi itu, lembaga tataniaga harus mengeluarkan biaya. Lembaga tataniaga akan mengambil imbalan dengan cara menaikkan harga di tingkat konsumen dan menekan harga beli di tingkat petani. Menurut (Bonatti et al., 2023), asimetri informasi pasar menjadi pemicu utama di mana pedagang besar dapat mendikte harga karena memiliki akses data jaringan distribusi yang lebih luas dibandingkan petani.

Rumusan Masalah

Dalam analisis tataniaga bawang merah di Nagari Air Dingin Alahan Panjang, terdapat tiga permasalahan utama yang perlu diidentifikasi dan dianalisis. Pertama, mengenai rantai tata niaga bawang merah, yang mencakup proses distribusi dari petani hingga konsumen. Rantai ini sering kali melibatkan beberapa aktor, seperti tengkulak, pedagang besar, dan pengecer. Masalah yang muncul adalah panjangnya rantai pemasaran yang dapat menyebabkan tingginya biaya distribusi, sehingga harga yang diterima oleh petani menjadi rendah. Selain itu, petani sering kali mengalami ketidakpastian harga akibat fluktuasi pasar dan kurangnya akses informasi yang memadai, yang mengakibatkan mereka tidak dapat membuat keputusan yang optimal terkait waktu dan cara penjualan bawang merah mereka.

Kedua, permasalahan margin yang diterima oleh petani sering kali sangat kecil dibandingkan dengan margin yang diperoleh oleh pedagang perantara. Hal ini disebabkan oleh tingginya biaya pemasaran dan kurangnya saluran pemasaran yang efisien, seperti penjualan langsung dari petani ke konsumen. Dalam banyak kasus, petani hanya menerima sebagian kecil dari harga jual yang dibayarkan oleh konsumen, yang menunjukkan bahwa sistem pemasaran yang ada belum sepenuhnya menguntungkan bagi mereka. Rendahnya efisiensi operasional pada fungsi transportasi dan pengemasan tradisional di tingkat lokal juga dituding sebagai komponen yang memperbesar margin biaya tak terduga (Pesta Gultom et al., 2025).

Ketiga, rendahnya *farmer's share* adalah masalah yang konsisten di banyak sentra produksi pertanian. Sebagai contoh, studi yang dilakukan oleh (MD Abdul Kader Jilane et al., 2024) menemukan bahwa panjangnya rantai pasok dan dominasi perantara menjadi penyebab utama tergerusnya bagian keuntungan petani. Hal ini menempatkan petani pada posisi tawar yang lemah, sehingga mereka terpaksa menjual hasil panennya dengan harga yang ditetapkan oleh pihak lain

tanpa memiliki informasi pasar yang memadai. Ketika *farmer's share* berada di bawah ambang batas efisiensi ideal, maka keberlanjutan ekonomi rumah tangga tani akan terancam (Belay et al., 2022).

Solusi dan Alternatif Solusi

Untuk mengatasi inefisiensi tataniaga tersebut, pendekatan perpendekan rantai pasok (*supply chain shortening*) melalui optimalisasi kelembagaan petani menjadi solusi mendasar yang mendesak (Sujatmiko et al., 2025). Penguatan peran Kelompok Tani (Poktan) atau Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dalam melakukan fungsi pemasaran bersama (*collective marketing*) terbukti mampu memotong rantai distribusi yang tidak perlu (Abdul-Rahaman & Abdulai, 2020). Alternatif solusi lainnya adalah adopsi teknologi digital pertanian atau *e-commerce* berbasis agribisnis, yang memungkinkan petani melakukan penetrasi pasar langsung kepada pengecer atau konsumen akhir di kawasan perkotaan (Rosidin et al., 2023). Digitalisasi rantai pasok ini meminimalkan distorsi informasi harga dan mentransformasi struktur pasar konvensional yang oligopsonistik menjadi lebih kompetitif dan terbuka (Wang et al., 2025). Selain itu, penyediaan infrastruktur penyimpanan komoditas yang memadai, seperti teknologi *Cold Storage* skala komunitas, dapat menjadi solusi alternatif bagi petani agar tidak terikat kewajiban menjual cepat dengan harga murah saat panen raya tiba (Nindi et al., 2024).

Ringkasan Studi Teoretis dan Hasil Kajian Terkini

Secara teoretis, analisis tataniaga berakar pada teori struktur, perilaku, dan penampilan pasar (*Structure, Conduct, and Performance* - SCP). Margin tataniaga dan *farmer's share* merupakan indikator utama performa pasar yang mencerminkan tingkat efisiensi alokatif sistem ekonomi (- & Wahyuni, 2020). Kajian terkini oleh (Suaedinet al., 2024) menegaskan bahwa keterlibatan lembaga pemasaran yang terlalu dominan tanpa adanya nilai tambah fisik yang signifikan hanya akan mendistribusikan margin secara timpang. Penelitian sejenis pada komoditas sayuran unggulan memperlihatkan pola serupa, di mana saluran pemasaran langsung atau kemitraan kontrak mencatat tingkat *farmer's share* tertinggi dan distribusi profitabilitas yang paling adil (Salapudin et al., 2025). Sebaliknya, keterlibatan berlapis agen lokal (seperti *anak randai*) cenderung menaikkan biaya transaksi tanpa memberikan perlindungan harga bagi produsen utama (Alawi et al., 2024).

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tiga tujuan utama, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan memetakan jumlah serta saluran rantai tata niaga bawang merah di Nagari Air Dingin Alahan Panjang.
2. Untuk menganalisis besaran margin tataniaga pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam rantai tataniaga bawang merah di Nagari Air Dingin Alahan Panjang.
3. Untuk menganalisis proporsi bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) pada masing-masing rantai tataniaga bawang merah di Nagari Air Dingin Alahan Panjang.

Tinjauan Pustaka

Margin Tataniaga

Secara konseptual, margin tataniaga merepresentasikan selisih nominal antara nilai moneter yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga aktual yang diterima oleh petani produsen di tingkat hulu. Komponen margin ini tidak sekadar menunjukkan keuntungan bersih pelaku pasar, melainkan mencerminkan akumulasi biaya fungsional yang timbul selama proses distribusi, termasuk ongkos transportasi, risiko penyusutan fisik komoditas, pengemasan, hingga biaya penyimpanan. Menurut (Irmayanti et al., 2025), besaran margin pemasaran sering kali berkorelasi positif dengan kompleksitas jaringan distribusi; semakin banyak keterlibatan perantara yang tidak memberikan nilai tambah nyata, maka semakin besar pula inefisiensi alokatif yang terbentuk di dalam sistem pasar hortikultura.

Lebih lanjut, analisis margin digunakan untuk mengevaluasi perilaku pasar (*market conduct*) serta mendeteksi adanya asimetri kekuatan pasar yang cenderung memojokkan posisi tawar produsen berskala kecil (Mardesci et al., 2024). Dalam kondisi pasar yang mengarah pada struktur oligopsoni, kelompok pencari untung (*intermediary traders*) memiliki kapasitas lebih besar untuk

mendikte harga beli di tingkat petani sekaligus melambungkan harga jual di tingkat eceran demi memperbesar profit margin mereka sendiri (Hidayati & Zuhriyah, 2020).

Bagian yang Diterima Petani (*Farmer's Share*)

Farmer's share merupakan indikator matematis berupa persentase yang membandingkan harga jual di tingkat usaha tani dengan harga tebus yang berlaku di pasar retail atau konsumen akhir. Parameter ini menjadi acuan krusial dalam mengukur tingkat keadilan distributif serta efisiensi ekonomi dari suatu sistem tataniaga agribisnis. Hubungan antara margin pemasaran dan *farmer's share* berbanding terbalik; tingginya nilai margin yang dikuasai oleh lembaga perantara secara otomatis akan menekan persentase keuntungan yang berhak diterima oleh petani produsen (Rusdiansyah, 2025).

Secara empiris, tingkat efisiensi tataniaga dinilai ideal apabila angka *farmer's share* berada di atas ambang batas tertentu (umumnya >40-50%), yang menandakan bahwa produsen utama menikmati bagian terbesar dari nilai ekonomi komoditas yang mereka budidayakan. Ketika porsi yang diterima petani tergerus hingga ke tingkat ekstrem akibat rantai pasok yang terlalu panjang, motivasi petani untuk melakukan investasi teknologi budidaya akan menurun, yang pada jangka panjang berisiko mengancam stabilitas pasokan pangan regional (Simatupang et al., 2025).

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Garis Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Nagari Air Dingin, Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Dasar pertimbangan pemilihan kawasan ini adalah kedudukannya sebagai salah satu wilayah sentra produksi (*center of production*) komoditas bawang merah terbesar di Kabupaten Solok yang memiliki potensi ekonomi spasial yang signifikan. Pengumpulan data lapangan dan observasi komprehensif dijadwalkan secara terstruktur guna menangkap fenomena pergerakan harga pada rantai pasok komoditas hortikultura secara riil.

Desain Penelitian dan Instrumen Data

Pendekatan kuantitatif deskriptif dengan mengandalkan metode survei diaplikasikan sebagai arsitektur utama dalam riset ini. Penggunaan metode survei dinilai paling relevan karena memfasilitasi peneliti untuk melakukan investigasi, peninjauan, dan verifikasi faktual secara langsung di tempat kejadian demi memperoleh basis data primer yang akurat. Data yang diintegrasikan dalam analisis ini mencakup dua lapis data, yakni data primer dan data sekunder. Data primer dihimpun secara langsung dari para pelaku rantai pasok melalui teknik wawancara semi-terstruktur dibantu instrumen kuesioner, serta observasi partisipatif di lapangan. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi, penelusuran literatur ilmiah, serta kompilasi data publikasi resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan instansi kedinasan terkait.

Populasi dan Strategi Penarikan Sampel

Sektor populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh petani yang aktif mengusahakan budidaya bawang merah di wilayah Nagari Air Dingin, Kecamatan Lembah Gumanti. Mengingat keterbatasan sumber daya dan luasnya sebaran populasi, penarikan sampel dilakukan dengan menetapkan proporsi sebesar 30% dari total populasi yang tersedia. Penetapan ukuran sampel ini didasarkan pada kriteria empirik metodologi penulisan menurut (Alsya Salwa Fadhillah et al., 2024), yang menegaskan bahwa batas minimum representativitas sampel untuk desain penelitian survei berkisar antara 10% hingga 30% dari populasi, atau sekurang-kurangnya menyentuh ambang batas 30 unit observasi agar memenuhi syarat inferensi statistik non-parametrik. Untuk melacak pelaku tataniaga di tingkat hilir (pedagang pengumpul dan pengecer), penelitian ini menerapkan metode penelusuran rantai (*snowball sampling*) dengan mengikuti alur pergerakan fisik komoditas dari tangan petani sampel hingga ke konsumen akhir (Asadikah & Sultan, 2023).

Teknik Analisis Data

Untuk mengurai struktur, pola pergerakan, dan mekanisme operasional dari model kelembagaan yang terlibat dalam pemasaran bawang merah di Nagari Air Dingin, digunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif. Selanjutnya, analisis kuantitatif diterapkan guna membedah tingkat efisiensi alokatif melalui perhitungan dua parameter utama:

1. Margin Pemasaran (Tataniaga)

Margin tataniaga dihitung untuk melihat disparitas nilai nominal produk pada setiap eselon distribusi. Berdasarkan formulasi standar dalam (Abiyoga Pradiptyaa et al., 2025), nilai margin diidentifikasi menggunakan rumus matematis berikut:

$$M = He - Hp$$

Dimana:

M = Margin pemasaran (Rp)

Hp = Harga jual di tingkat produsen (Rp/kg)

He = Harga jual di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

2. Bagian yang Diterima Petani (*Farmer's Share*)

Farmer's share (Fs) digunakan sebagai proksi untuk mengukur keadilan distributif margin yang dinikmati oleh produsen utama terhadap harga retail yang terbentuk di pasar. Nilai persentase ini dievaluasi menggunakan rumus berikut

$$fs = \frac{pf \times 100\%}{pr}$$

Fs = Farmer's Share

Pr = harga ditingkat pengecer

Pf = harga ditingkat produsen (petani)

- a. Presentase keuntungan masing-masing lembaga tataniaga

$$\text{Presentase keuntungan} = \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Harga jual}} \times 100\%$$

Keuntungan = Harga jual - biaya taniaga

- b. presentase biaya masing-masing lembaga tataniaga

$$\text{Presentase biaya} = \frac{\text{biaya tataniaga}}{\text{Harga jual}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Secara geografis, Nagari Air Dingin berada di wilayah administrasi Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat. Kawasan ini secara astronomis terletak pada bentangan koordinat 0°57'18" hingga 01°13'32" Lintang Selatan serta 100°44'48" dan 100°55'45" Bujur Timur. Berdasarkan posisi spasialnya, Nagari Air Dingin berjarak kurang lebih 10 km dari pusat pemerintahan kecamatan, 38 km dari ibu kota kabupaten, dan sekitar 80 km dari ibu kota provinsi. Kecamatan Lembah Gumanti sendiri menguasai total luas wilayah mencapai 459,72 Km², atau setara dengan 11,74% dari keseluruhan luas daratan Kabupaten Solok. Secara administratif, kecamatan ini memayungi empat wilayah nagari, yang meliputi Nagari Sungai Nanam, Nagari Alahan Panjang, Nagari Salimpek, dan Nagari Air Dingin. Kondisi agroklimatologi wilayah ini yang cenderung sejuk menjadikannya sebagai kawasan yang sangat ideal bagi pertumbuhan dan pengembangan budidaya hortikultura secara intensif, khususnya komoditas bawang merah.



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

Analisis Saluran Tataniaga Bawang Merah

Berdasarkan hasil investigasi lapangan, struktur kelembagaan yang terlibat dalam proses penyaluran bawang merah dari sektor hulu hingga ke hilir di Nagari Air Dingin melibatkan empat pelaku utama, yaitu petani produsen, pedagang pengumpul lokal (dikenal secara komersial sebagai *Anak Randai*), pedagang pengecer, dan konsumen akhir. Keempat aktor tersebut membentuk tiga variasi saluran tataniaga yang berbeda dalam mendistribusikan hasil panen:

- **Saluran I (Model Pemasaran Langsung):** Petani ke Konsumen Akhir. Pada rantai ini, petani bertindak sebagai pemasar langsung yang menjual bawang merah tanpa melibatkan perantara niaga.
- **Saluran II (Model Pemasaran Semi-Langsung):** Petani ke Pedagang Pengecer ke Konsumen Akhir. Alur ini memotong peran pengumpul lokal, di mana pengecer langsung mendatangi sentra produksi.
- **Saluran III (Model Pemasaran Konvensional):** Petani ke Pedagang Pengumpul (*Anak Randai*) ke Pedagang Pengecer ke Konsumen Akhir. Saluran ini merupakan jalur distribusi terpanjang dan paling jamak ditemui di lokasi penelitian.

Analisis Margin Tataniaga

Margin pemasaran merepresentasikan total selisih harga yang terbentuk dari akumulasi biaya fungsional dan margin keuntungan di setiap level lembaga distribusi. Data komparatif mengenai dinamika harga jual dan margin tataniaga pada masing-masing saluran disajikan pada Tabel 1.

No	Saluran Tataniaga	Harga Jual Petani (Rp/Kg)	Harga Jual Pedagang Pengumpul (Rp/Kg)	Harga Jual Pedagang Pengecer (Rp/Kg)	Margin Tataniaga (Rp/Kg)
1.	Saluran 1	34.000	-	-	0
2.	Saluran 2	30.500	-	34.000	3.500
3.	Saluran 3	29.000	31.000	34.000	5.000

Sumber, Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan data Tabel 1, nilai margin tataniaga terbesar dijumpai pada Saluran III, yaitu mencapai Rp 5.000/kg. Tingginya margin ini disebabkan oleh keterlibatan berlapis agen perantara, di mana harga di tingkat petani ditekan hingga menyentuh titik terendah (Rp 29.000/kg). Sebaliknya, pada Saluran I tidak terbentuk margin tataniaga (nol) karena transaksi dilakukan secara langsung antara petani dan konsumen pada tingkat harga Rp 34.000/kg. Temuan ini sejalan dengan teori ekonomi pasar yang menyatakan bahwa perluasan struktur saluran pemasaran secara linier memicu pembengkakan total margin akibat adanya akumulasi keuntungan fungsional yang diambil oleh setiap perantara pedagang (Syahputra, 2022).

Analisis Bagian yang Diterima Petani (*Farmer's Share*)

Indikator *farmer's share* digunakan sebagai parameter untuk mengevaluasi tingkat keadilan harga yang dinikmati oleh petani produsen terhadap harga eceran yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Estimasi nilai proporsi tersebut dirangkum dalam Tabel 2.

No	Saluran Tataniaga	Harga di tingkat Produsen (Rp./kg)	Harga ditingkat Konsumen (Rp./kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1.	Petani – Konsumen Akhir	34.000	34.000	100%
2.	Petani – Pedagang Pengecer - Konsumen Akhir	30.500	34.000	89,71%
3.	Petani – Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir	29.000	34.000	85,29%

Sumber, Data Primer Diolah 2025

Analisis pada Tabel 2 membuktikan adanya korelasi negatif yang nyata antara panjangnya saluran pemasaran dengan porsi keuntungan petani. Nilai *farmer's share* tertinggi dicapai pada Saluran I sebesar 100%. Pada Saluran II, bagian yang diterima petani menyusut menjadi 89,71%, dan mencapai titik terendah pada Saluran III sebesar 85,29%. Meskipun persentase *farmer's share* pada Saluran III merupakan yang terendah dalam penelitian ini, angka tersebut secara teoretis masih tergolong efisien karena berada di atas ambang batas 40%. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pasar hortikultura di Nagari Air Dingin masih memberikan insentif ekonomi yang cukup baik bagi petani, meskipun posisinya tetap rentan tergerus apabila mata rantai pasok kembali diperpanjang oleh spekulasi pasokan lokal (Ngabalin et al., 2025).

Analisis Distribusi Persentase Biaya dan Keuntungan Lembaga Tataniaga

Efisiensi operasional suatu jaringan pemasaran dapat dinilai dari proporsionalitas sebaran biaya operasional terhadap margin keuntungan yang dikantongi oleh masing-masing pelaku niaga. Distribusi persentase tersebut dijabarkan pada Tabel 3

No	Saluran Tataniaga	Biaya yang dikeluarkan lembaga (%)			Keuntungan yang diterima lembaga (%)		
		Petani	Pedagang pengumpul	Pedagang pengecer	Petani	Pedagang pengumpul	Pedagang pengecer
1.	Saluran I	100%	-	-	100%	-	-
2.	Saluran II	0	-	100%	89,71	-	10,29
3.	Saluran III	0	5,77%	94,33%	85,29	5,88	8,83

Sumber, Data Primer Diolah 2025

Hasil olah data pada Tabel 3 menunjukkan bahwa pada Saluran I, petani menanggung seluruh beban biaya pemasaran sekaligus menguasai 100% total keuntungan distribusi karena tiadanya keterlibatan pihak ketiga. Pada Saluran II, seluruh beban biaya tataniaga ditanggung oleh pengecer, dengan pembagian margin keuntungan sebesar 89,71% dinikmati petani dan 10,29% dikuasai pengecer.

Pada Saluran III, fenomena menarik terlihat di mana pedagang pengumpul menanggung beban biaya sebesar 5,77% dari total biaya tataniaga namun hanya memperoleh keuntungan terkecil, yaitu sebesar 5,88%. Sebaliknya, alokasi biaya terbesar pada saluran ini digeser ke pedagang pengecer sebesar 94,33% dengan perolehan margin profit senilai 8,83%. Hal ini menunjukkan adanya transfer risiko biaya fisik komoditas—seperti penyusutan berat, kerusakan kemasan, dan ongkos angkut retail—yang sebagian besar dialihkan ke tingkat pengecer hilir guna mempertahankan stabilitas margin keuntungan agen pengumpul tingkat tengah (*Anak Randai*).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai kinerja tataniaga bawang merah di Nagari Air Dingin, Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. **Struktur Saluran Tataniaga:** Sistem distribusi bawang merah di lokasi penelitian terbentuk ke dalam tiga variasi saluran pemasaran yang melibatkan kombinasi peran dari petani, pedagang pengumpul lokal (*Anak Randai*), pedagang pengecer, hingga konsumen akhir.

Saluran I merupakan bentuk pemasaran langsung, Saluran II melibatkan pengecer tanpa perantara tingkat tengah, sedangkan Saluran III merupakan rantai pasok konvensional yang paling panjang sekaligus paling mendominasi pergerakan komoditas di lapangan.

2. **Besaran Margin Pemasaran:** Nilai margin tataniaga berkorelasi linier dengan kompleksitas urutan distribusi komoditas. Selisih harga terbesar dijumpai pada Saluran III, yaitu mencapai Rp 5.000/kg akibat adanya keterlibatan berlapis dari agen pengumpul dan pengecer. Selanjutnya, Saluran II mencatat nilai margin sebesar Rp 3.500/kg. Sementara itu, pada Saluran I tidak terbentuk margin pemasaran (nol) karena komoditas ditransaksikan secara langsung tanpa melalui perantara niaga.
3. **Proporsi Bagian yang Diterima Petani (*Farmer's Share*):** Panjangnya mata rantai distribusi terbukti memberikan pengaruh yang berbanding terbalik terhadap porsi pendapatan ekonomis yang dikantongi oleh produsen utama. Tingkat *farmer's share* tertinggi diperoleh pada Saluran I sebesar 100%, diikuti oleh Saluran II sebesar 89,71%, dan mencapai proporsi terendah pada Saluran III sebesar 85,29%. Meskipun demikian, performa seluruh saluran pemasaran bawang merah di Nagari Air Dingin secara teoretis dinilai tetap efisien karena nilai bagian yang diterima petani secara konsisten berada jauh di atas ambang batas kritis efisiensi pasar pertanian (yaitu >40%).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Rektor, jajaran pimpinan Fakultas Sains, dan segenap civitas akademika Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Barat atas segala dukungan institusional dan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan riset ini. Penghargaan yang tulus juga penulis tujukan kepada Wali Nagari beserta perangkat Nagari Air Dingin, Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok atas izin dan bantuan data dinas di lapangan, serta kepada seluruh petani bawang merah dan lembaga mitra tataniaga selaku responden yang telah bersikap kooperatif selama proses pengumpulan data. Tidak lupa, ungkapan terima kasih terdalam penulis persembahkan untuk keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa dan motivasi hingga artikel ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- , P., & Wahyuni, S. (2020). Potato Trading Based on Structure Conduct Performance (SCP) in the Centre of Vegetable Production at Central Java Indonesia. *Research in World Economy*, 11(1), 171. <https://doi.org/10.5430/rwe.v11n1p171>
- Abdul-Rahaman, A., & Abdulai, A. (2020). Farmer groups, collective marketing and smallholder farm performance in rural Ghana. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 10(5), 511–527. <https://doi.org/10.1108/JADEE-07-2019-0095>
- Abiyoga Pradiptyaa, Putri Aulia Rahim, & Nova Hermina Melinia. (2025). Analisis Penentuan Gross Margin Dengan Metode Process Costing Pada PT Sukun Niaga Utama. *MUARA EKONOMI : Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, Manajemen & Bisnis*, 1(3), 63–84. <https://doi.org/10.64365/muanomi.v1i3.22>
- Alawi, M. R., Souw, A., Puteri, A. F., Salsabila, D. A., & Maritza, A. C. (2024). ANALISIS BIAYA TRANSAKSI PADA DISTRIBUSI DAN PENJUALAN PUPUK BERSUBSIDI (NPK DAN UREA) DI KECAMATAN JATINANGOR. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 9(1), 28–40. <https://doi.org/10.24198/agricore.v9i1.54089>
- Alsya Salwa Fadhillah, Mustika Rahmaniah, Syalsa Dania Putri, Muhammad Dirga Febrian, Muhammad Cahyo Prakoso, & Nurlaela, R. S. (2024). Sistem Pengambilan Contoh dalam

- Metode Penelitian. *Karimah Tauhid*, 3(6), 7228–7237. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i6.14047>
- Asadikah, N., & Sultan, H. (2023). ANALISIS RANTAI PASOK BERAS PADA PENGILANGAN “USAHA TANI” DI DESA MINTI MAKMUR KECAMATAN RIO PAKAVA KABUPATEN DONGGALA. *AGROTEKBIS: E-JURNAL ILMU PERTANIAN*, 11(5), 1143–1150. <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v11i5.1835>
- Belay, A., Simane, B., & Teferi, E. (2022). Technical efficiency indicator for economic sustainability in Koga Irrigation and Watershed Project: Ethiopia. *Development Studies Research*, 9(1), 95–116. <https://doi.org/10.1080/21665095.2022.2057345>
- Bonatti, A., Dahleh, M., Horel, T., & Roozbehani, M. (2023). Information Asymmetry and Contract Design with Applications to Agriculture. *2023 62nd IEEE Conference on Decision and Control (CDC)*, 3257–3261. <https://doi.org/10.1109/CDC49753.2023.10384060>
- Hidayati, U. N., & Zuhriyah, A. (2020). STRUKTUR, PERILAKU DAN PENAMPILAN PASAR BERAS ORGANIK DI DESA SUMBERNGEPOH. *AGRISCIENCE*, 1(1), 339–351. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8016>
- Irmayanti, I., Hada, H., & Laksmayani, M. K. (2025). ANALISIS PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA TANDAIGI KECAMATAN SINIU KABUPATEN PARIGI MOUTONG. *Jurnal Pembangunan Agribisnis (Journal of Agribusiness Development)*, 4(2), 199–205. <https://doi.org/10.22487/jpa.v4i2.2657>
- Kühne Logistics University, Germany, Cramer, F., Transchel, S., & Kühne Logistics University, Germany. (2024). Planning and control in agri-food supply chains. In R. Akkerman, Wageningen University, The Netherlands, R. Romero-Silva, & Wageningen University, The Netherlands, *Burleigh Dodds Series in Agricultural Science* (pp. 209–252). Burleigh Dodds Science Publishing. <https://doi.org/10.19103/AS.2023.0122.11>
- Mardesci, H., Novitasari, R., Yulianti, Y., Ninsix, R., Marlina, M., Apriyanto, M., Ilyas, I., & Widyawati, W. (2024). PERILAKU PASAR KELAPA TINGKAT PETANI. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 10(1), 26–30. <https://doi.org/10.47521/selodangmayang.v10i1.369>
- MD Abdul Kader Jilane, Shiam Ibn Shoharab, Md. Mehedi Hasan, Azmain Hossain Sabbir, & Siyam. (2024). *Dissecting the Poultry Supply Chain: The Economic Influence of Middlemen on Distribution and Pricing*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.13865734>
- Melinda Selfi Erdina Putri & Marsono Marsono. (2025). Analisis Peran Perantara terhadap Efisiensi Distribusi Tebu: Studi Kasus Petani Desa Kedungmakam. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 3(4), 226–237. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v3i4.1974>
- Ngabalin, R., Siwalette, J. D., & Sopamena, J. F. (2025). Jaringan Sosial Pedagang Pengumpul dan Petani Multikultural di Desa Tawiri Kecamatan Teluk Ambon, Kota Ambon Social Network of Traders, Collectors and Farmers in Tawiri Village, Teluk Ambon District, Ambon City. *Action Research Literate*, 9(6), 1110–1123. <https://doi.org/10.46799/ar.v9i6.2975>
- Nindi, T., Ricker-Gilbert, J., & Bauchet, J. (2024). Incentive mechanisms to exploit intraseasonal price arbitrage opportunities for smallholder farmers: Experimental evidence from Malawi. *American Journal of Agricultural Economics*, 106(1), 330–353. <https://doi.org/10.1111/ajae.12376>
- Pesta Gultom, Fery Wahyudi, Almunawar Almunawar, Firdan Hidayat, & Okta Feryanus Tarigan. (2025). Tantangan dan Solusi dalam Transfortasi Tak Seimbang Menuju Efisiensi Logistik. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(3), 249–262. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i3.1961>
- Piraorn Suvanbenjakule, & Ignowski, L. (2025). *Development of a market supply and price variability calendar to identify periods of over- and undersupply* (p. 1.0 MB, P1-17) [Pdf]. World Vegetable Center. <https://doi.org/10.22001/WVC.76257>
- Rosidin, M., Sumpena, D., & Aliyudin, A. (2023). Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN) Memiliki Peran Dalam Memajukan Ekonomi Masyarakat. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 7(1). <https://doi.org/10.15575/tamkin.v7i1.24414>

- Rusdiansyah, M. (2025). ANALISIS MARGIN PADA LEMBAGA-LEMBAGA PEMASARAN KOMODITAS CABAI RAWIT (*Capsicum frutescens* L.) DI DESA SUKAMAJU KECAMATAN KADUDAMPIT KABUPATEN SUKABUMI. *AGROSCIENCE (AGSCI)*, 15(2), 141–152. <https://doi.org/10.35194/agsci.v15i2.5686>
- Salapudin, A. S., Rochdiani, D., & Azis, S. (2025). ANALISIS SALURAN PEMASARAN SELADA HIDROPONIK (Studi Kasus pada Kelompok Tani Arurang Farm di Desa Sukasetia Kecamatan Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 12(1), 143. <https://doi.org/10.25157/jimag.v12i1.16143>
- Simatupang, D. O., Redu, S. T., & Ginting, N. M. (2025). Controlling potential risks of the strategic rice agriculture industry in the lowland region of Merauke Regency: Glocal (Global and Local) agricultural supply chain adaptation approach strategy. *AGRICOLA*, 15(2), 250–257. <https://doi.org/10.35724/ag.v15i2.7084>
- Suaedin, H. A., Lukman Yunus, Munirwan Zani, & M Arhim. (2024). Analisis Pemasaran Tembakau di Desa Lempang Kecamatan Tanete Riaja Kabupaten Barru: Analysis Marketing of Tobacco in Lempang Village Tanete Riaja Subdistrict Barru Regency. *Perbal: Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 12(1), 114–127. <https://doi.org/10.30605/perbal.v12i1.3064>
- Sujatmiko, S., Budiarto, B., & Lakasana, D. H. (2025). Innovative Model of Agricultural Supply Chain Distribution to Strengthen Vegetable Farmers' Income: A Case Study of Tarubatang Village. *RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences*, 5(2), 580–586. <https://doi.org/10.31098/bmss.v5i2.1079>
- Syahputra, S. (2022). Analisis Pemasaran Tembakau (*Nicotiana Tabacum*,L) Petani Ilenial Di Kecamatan Bintang Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Sosiologi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(1), 36–42. <https://doi.org/10.55542/juspa.v4i1.155>
- Wang, W., Li, Z., & Meng, Q. (2025). Digital Transformation Drivers, Technologies, and Pathways in Agricultural Product Supply Chains: A Comprehensive Literature Review. *Applied Sciences*, 15(19), 10487. <https://doi.org/10.3390/app151910487>