

ANALISIS PASAR DAN STRATEGI PENJUALAN BAWANG MERAH DI PEDURUNGAN ASRI

Givan Mauzarima Fortuna¹, Agus Arwani², Ina Mutmainah³

^{1,2,3} UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: mozarimagivan@gmail.com¹, agus.arwani@uingusdur.ac.id²,
ina.mutmainah@uingusdur.ac.id³

Abstrak: Penelitian ini membahas analisis pasar dan strategi penjualan bawang merah di Pedurungan asri dengan tujuan memahami dinamika pasar serta merancang strategi penjualan yang efektif. Pendekatan analisis meliputi identifikasi profil pasar, perilaku konsumen, dan kebijakan perdagangan terkait yang mempengaruhi industri bawang merah di wilayah tersebut. Data dari survei lapangan, wawancara dengan pemangku kepentingan, dan penelusuran literatur menjadi landasan analisis yang komprehensif. Hasil analisis pasar menyoroti tingginya permintaan bawang merah dalam wilayah ini, didorong oleh preferensi konsumen terhadap masakan tradisional yang mengandalkan bawang merah sebagai bahan pokok. Strategi penjualan yang direkomendasikan meliputi optimalisasi rantai pasokan, perbaikan kualitas produk, dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi distribusi. Pemasaran digital diidentifikasi sebagai sarana efektif untuk meningkatkan visibilitas produk, dengan memanfaatkan platform daring dan jejaring social. Kemitraan dengan pedagang lokal dan restoran dijelaskan sebagai strategi kolaboratif yang dapat memperluas jangkauan pasar dan membangun kepercayaan konsumen. Penting untuk dicatat bahwa keberhasilan strategi penjualan ini memerlukan koordinasi antara produsen, distributor, dan pengecer, serta pemahaman mendalam tentang dinamika pasar lokal dan tingkat kualitas yang diinginkan oleh konsumen. Studi ini berharap dapat memberikan panduan bagi para pelaku industri bawang merah dalam meningkatkan penetrasi pasar dan memaksimalkan potensi penjualan di lokasi ini.

Kata kunci: Penelitian, pedagang, strategi, pasar, konsumen

ABSTRACT: This research discusses market analysis and sales strategies for shallots in certain locations, with the aim of understanding local market dynamics and designing effective sales strategies. The analytical approach includes identifying market profiles, consumer behavior, and related trade policies that influence the onion industry in the region. Data from field surveys, interviews with stakeholders, and literature searches form the basis for a comprehensive analysis. The results of the market analysis highlight the high demand for shallots in this region, driven by consumer preferences for traditional dishes that rely on shallots as a staple ingredient. Recommended sales strategies include optimizing the supply chain, improving product quality, and utilizing technology to increase distribution efficiency. Digital marketing was identified as an effective means of increasing product visibility, by leveraging online platforms and social networks. Partnerships with local merchants and restaurants are described as a collaborative strategy that can expand market reach and build consumer trust. It is important to note that the success of this sales strategy requires coordination between manufacturers, distributors, and retailers, as well as a deep understanding of local market dynamics and the level of quality desired by consumers. This study hopes to provide guidance for shallot industry players in increasing market penetration and maximizing sales potential in this location.

Keywords: Research, traders, strategy, market, consumer

1. PENDAHULUAN

Indonesia dengan kekayaan sumber daya alam dan iklim tropisnya menghasilkan berbagai produk pertanian terutama hortikultura seperti sayuran dan buah-buahan. Salah satu produk pertanian sayurannya adalah bawang merah, Meskipun tidak menjadi makanan pokok bawang merah memiliki peran penting bagi kesehatan tubuh. bawang

merah diakui memiliki manfaat kesehatan termasuk kemampuannya menurunkan kolesterol. Oleh karena itu bawang merah selalu diminati oleh masyarakat sekitar. Pemasaran adalah parameter kunci untuk menilai kesuksesan atau kegagalan suatu bisnis karena tujuan utama produksi adalah untuk menjual dan menghasilkan keuntungan. Proses pemasaran melibatkan lembaga pemasaran yang mempengaruhi rantai pemasaran. Banyak petani kini beralih ke budidaya bawang merah karena prospeknya yang menjanjikan untuk meningkatkan pendapatan pertanian dan memenuhi kebutuhan petani. Pemasaran bawang merah melibatkan penyediaan bawang merah dari petani ke konsumen dengan tujuan memperoleh nilai finansial dari komoditas ini.

Masalah umum yang dihadapi oleh petani bawang merah adalah fluktuasi harga yang tidak dapat diprediksi, menyebabkan kerugian bagi mereka. Ketika harga bawang merah stabil, petani akan mendapatkan keuntungan yang stabil juga. Sebaliknya ketika harga bawang merah naik maka petani dapat mendapatkan keuntungan tambahan, terutama masa panen bawang merah hanya berlangsung selama 2 bulan. Sayangnya harga bawang merah tidak selalu stabil, bahkan cenderung turun menyebabkan kerugian bagi petani. Kualitas dan pasokan yang berlimpah juga menurunkan harga bawang merah lokal, terutama dengan adanya bawang merah impor dari negara tetangga. Penelitian sebelumnya tentang analisis efisiensi pemasaran tanaman hortikultura, seperti cabai merah, tomat, dan bawang merah, menunjukkan adanya kelalaian dalam saluran pemasaran, mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut guna menilai efektivitas pemasaran bawang merah.

Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka semakin meningkat persaingan harga yang dihadapi konsumen, dan sebaliknya, harga yang ditawarkan kepada konsumen menjadi lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh pertanyaan biaya pengiriman Bawang Merah yang diajukan oleh setiap agen pemasaran yang terlibat untuk memastikan cepatnya sampai ke tangan konsumen. Panjang dan pendeknya saluran distribusi memiliki dampak langsung terhadap bagian dari harga yang diterima oleh petani. Dalam konteks ini, semakin panjang saluran pemasaran, semakin kecil harga yang diterima oleh petani.

Pada periode 2015-2019, salah satu rencana pengembangan di bidang pertanian adalah fokus pada peningkatan budidaya bawang merah dengan mengutamakan penanganan dan pengolahan setelah panen guna meningkatkan nilai tambahan. Mirip dengan tanaman bawang lainnya, bawang merah tidak tumbuh optimal di daerah dengan curah hujan tinggi, sehingga sebaiknya ditanam saat musim kemarau dengan memastikan penyediaan air yang cukup. Tanaman ini tidak menyukai daerah yang anginnya kencang atau berkabut, namun lebih baik tumbuh di daerah dengan angin yang berhembus secara stabil dengan kecepatan sedang hingga lambat. Budidaya bawang merah saat musim hujan dapat meningkatkan risiko serangan penyakit yang parah dan berdampak pada penurunan kualitas dan bahkan kegagalan panen.

Rencana pengembangan potensi bawang merah di Kabupaten Pematang Jaya bertujuan untuk memperluas luas lahan yang digunakan untuk bercocok tanam dan mendorong penggunaan teknologi perbanyakan benih modern. Upaya untuk memperluas area penanaman difokuskan pada lahan kering agar dapat ditanami sepanjang tahun, termasuk pada musim hujan untuk menghasilkan bawang merah dan mengatasi keterbatasan pasokan selama musim hujan. Selain itu perbaikan tarif pupuk dianggap sebagai dukungan untuk meningkatkan produktivitas bawang merah. Dalam rangka meningkatkan pasokan benih berkualitas perlu dilakukan pengembangan sentra produksi benih dengan penekanan pada penanaman tiga kali setahun untuk menjaga ketersediaan benih yang berkelanjutan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Meneliti dampak subsidi pemerintah terhadap produktivitas pertanian, khususnya di Pedurungan Asri, merupakan penelitian kualitatif sesuai dengan karakteristiknya. Data diungkapkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen terkait kebijakan subsidi pemerintah. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (field research) yang dilakukan di lapangan atau lokasi penelitian, menggunakan data primer dari wawancara peneliti dengan narasumber terkait, dan data sekunder dari berbagai sumber seperti laman web, jurnal ilmiah, berita surat kabar, dan internet. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, yaitu menjelaskan, menggambarkan, dan merangkum berbagai data terkait topik penelitian. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana subsidi pemerintah mempengaruhi praktik pertanian di Pedurungan Asri dan dampaknya terhadap produktivitas pertanian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Petani Responden

Karakteristik individu petani dapat diidentifikasi melalui beberapa aspek, seperti usia petani, jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan, tingkat pendidikan, pengalaman bertani, ukuran lahan yang mereka kelola, metode penyiraman yang digunakan, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan petani dalam mengelola usaha pertanian mereka.

Rentang usia petani bawang merah di Desa Pedurungan Asri berkisar antara 22 hingga 52 tahun. Semakin muda usia petani, semakin besar minat mereka untuk mempelajari hal-hal baru, mendorong mereka untuk cepat mengadopsi walaupun kurangnya pengalaman terkait. Dalam mengelompokkan usia, terdapat tiga kategori: usia muda (17-34 tahun), usia setengah tua (35-50 tahun), dan usia tua (di atas 50 tahun). Diketahui, petani usia muda (17-34 tahun) berjumlah 4 orang atau 10%, sementara petani usia setengah tua (35-50 tahun) berjumlah 21 orang atau 70%. Sedangkan petani usia tua hanya berjumlah 6 orang atau 20%. Pada wilayah penelitian ini, usia setengah tua merupakan kelompok mayoritas dalam mengembangkan usahatani. Kelompok ini dianggap produktif karena memiliki kemampuan fisik yang cukup untuk mengelola lahan dan mengembangkan usaha pertanian, terutama dalam hal budidaya bawang merah.

Tingkat Pendidikan yang telah dicapai oleh petani memiliki dampak pada pola pikir dan penguasaan teknologi yang dimilikinya. Mayoritas dari responden memiliki tingkat pendidikan formal yang terbatas, dengan sekitar 3.173 orang atau 23,5% hanya menempuh pendidikan hingga sekolah dasar (SD). Sementara 2.433 orang atau 18% telah menyelesaikan sekolah menengah pertama (SMP), dan 1.380 orang atau 13,2% menyelesaikan sekolah menengah atas (SMA). Keterbatasan tingkat pendidikan formal yang dimiliki oleh petani mengakibatkan pengelolaan usaha pertanian bawang merah dilakukan secara sederhana, mengikuti kebiasaan dan pengetahuan yang telah diperoleh selama ini. Selain tingkat pendidikan formal, petani juga mendapatkan edukasi informal melalui penyuluhan yang diselenggarakan oleh Petugas Penyuluh Lapangan Kecamatan Taman, Kabupaten Pematang. Hal ini menjadi faktor penting dalam meningkatkan pengetahuan dan informasi bagi petani terkait pengelolaan usaha pertanian bawang merah. Pengalaman Bertani mempengaruhi keputusan petani dalam mengembangkan usaha pertanian bawang putih. Rentang pengalaman bertani responden berkisar antara 1 hingga 20 tahun. Terdapat 5 orang atau 16,6% petani dengan pengalaman bertani 0-5 tahun, 10 orang atau 33,3% dengan pengalaman bertani 6-10 tahun, 12 orang atau 40% dengan pengalaman bertani 11-15 tahun, dan hanya 3 orang atau 10% memiliki pengalaman bertani 16-20 tahun. Luas Lahan adalah

area tanah yang dikelola oleh petani dalam usahatani bawang merah. Lahan ini dibagi menjadi tiga kategori, yaitu lebih dari 0,8 hektar untuk kategori lahan luas, 0,5-0,8 hektar untuk kategori lahan sedang, dan kurang dari 0,5 hektar untuk kategori lahan sempit. Produktivitas pertanian dipengaruhi oleh luas lahan, di mana lahan sempit memudahkan petani dalam mengelola usahatani bawang merah dan lebih dapat terkontrol dibandingkan dengan lahan yang lebih luas yang membutuhkan pengawasan tambahan. (Aprianto et al., 2022)

B. Analisis Pasar Dan Strategi Penjualan Bawang Merah Di Pedurungan Asri

Analisis pasar merupakan penelitian yang dilakukan untuk memahami kondisi dan karakteristik pasar di suatu wilayah tertentu. Dalam konteks penjualan bawang merah di Pedurungan Asri, analisis pasar akan melibatkan pengumpulan data terkait permintaan dan preferensi konsumen, harga pasar, persaingan, serta tren pasar lokal. Ini dapat meliputi survei, wawancara, observasi, dan studi literatur.

Penting untuk memahami perilaku konsumen di Pedurungan Asri, seperti preferensi kemasan, kualitas, dan harga bawang merah. Selain itu, penelitian juga harus mencakup penilaian harga pasar saat ini, termasuk fluktuasi harga dan faktor-faktor yang mempengaruhi harga tersebut. Setelah analisis pasar dilakukan, langkah selanjutnya adalah merumuskan strategi penjualan yang efektif. Strategi penjualan harus mempertimbangkan hasil dari analisis pasar, dan mungkin termasuk penetapan harga yang kompetitif, promosi lokal yang sesuai dengan budaya dan kebiasaan masyarakat Pedurungan Asri, kerjasama dengan pengecer lokal, serta peningkatan kualitas dan kemasan produk bawang merah.

Dalam hal ini, kerjasama dengan pengecer lokal dapat memungkinkan akses yang lebih baik ke pasar lokal. Peningkatan kualitas produk dapat mencakup pemilihan dan pemrosesan bawang merah yang berkualitas tinggi serta inovasi dalam kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk. Kesimpulannya, analisis pasar adalah langkah awal yang krusial dalam merumuskan strategi penjualan yang tepat untuk bawang merah di Pedurungan Asri. Hal ini memungkinkan pengambilan keputusan berdasarkan pemahaman mendalam tentang pasar lokal, membantu mendapatkan keunggulan kompetitif, dan mengoptimalkan penetrasi pasar. (Ardiansyah et al., 2022)

C. Gambaran Umum Pemasaran Tanaman

Pemasaran akhir dari hasil panen bawang merah oleh petani di Desa Pedurungan Asri, Kecamatan Taman, Kabupaten Pemalang merupakan tahap akhir dalam penanganan paska panen. Dalam teori, terdapat empat jenis kategori peningkatan kegunaan yang bisa diterapkan pada proses niaga yang efisien, yaitu sebagai berikut:

1) Kegunaan Bentuk

Peningkatan kegunaan bentuk ini meliputi pengolahan tanaman bawang merah menjadi bentuk lain yang memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen yang beragam, seperti bawang goreng, kentang goreng bawang merah, atau bumbu siap saji. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik produsen dan harga jual dalam berbagai format, meningkatkan pendapatan.

2) Kegunaan Tempat

Lokasi penanaman bawang merah yang tersebar membutuhkan sumber daya transportasi untuk menghubungkan produsen ke pusat pemasaran yang juga tersebar di wilayah yang berbeda. Selain itu, penggunaan kemasan yang tepat dapat melindungi bawang merah selama proses pemasaran, mempengaruhi kualitas konsumen.

3) Kegunaan Waktu

Kebutuhan konsumen terhadap bawang merah selalu ada dan meningkat dari tahun ke tahun. Namun, produksi bawang merah tidak selalu stabil sepanjang tahun. Oleh karena itu, perencanaan persediaan dan penyimpanan yang baik diperlukan untuk menjaga ketersediaan bawang merah sepanjang tahun.

4) Kegunaan Hak Milik

Proses pemasaran melibatkan transfer kepemilikan dari produsen kepada konsumen melalui pihak lain. Hal ini melibatkan pertukaran yang dapat meningkatkan nilai dan harus mempertimbangkan harga serta kualitas bawang merah. Pengiriman produk hasil olahan bawang merah dari petani produsen dapat mencapai konsumen melalui rantai pemasaran dan distribusi yang pendek atau panjang. Rantai pemasaran yang pendek dapat meningkatkan daya beli konsumen dengan harga yang lebih wajar, serta meningkatkan pendapatan pendek dapat meningkatkan daya beli konsumen dengan harga yang lebih wajar, serta meningkatkan pendapatan petani. Pemasaran juga bisa dilakukan secara online untuk memperluas akses pasar. Petani di Desa Pedurungan Asri, Kecamatan Taman, Kabupaten Pemalang menjalankan pemasaran dengan mitra pedagang besar. Namun, sistem penjualan masih manual dan mengandalkan agen pemasaran. Beberapa petani menjual langsung ke konsumen, namun hal ini bisa sulit saat jumlah bawang merah yang besar harus diatasi.

D. Analisis Deskriptif Usahatani

Dalam konteks produksi pertanian maupun produksi lainnya, biaya memiliki peranan yang sangat penting. Biaya produksi selalu muncul dalam setiap aktivitas ekonomi yang melibatkan pengeluaran untuk mendapatkan input atau faktor-faktor produksi yang diperlukan dalam proses produksi. Biaya produksi mencakup pengeluaran uang untuk membeli atau membayar input yang diperlukan agar proses produksi dapat berjalan.

Biaya tetap (Fixed cost)

Pengeluaran untuk membiayai input atau faktor-faktor produksi yang jumlahnya tetap meskipun jumlah produk atau output yang dihasilkan berubah Pada usaha tani bawang merah. biaya tetap ada tiga yaitu: pajak, bunga modal, dan sewa lahan. Meskipun produksi bawang merah bervariasi, biaya tetap tersebut tidak berubah dalam jumlah tertentu. Sebagai contoh: biaya tetap yang dibutuhkan dalam satu kali tanam bawang merah per hektar adalah Rp 2.620.700.

Biaya tidak tetap (Variable cost)

Pengeluaran yang diperlukan untuk membiayai input atau faktor-faktor produksi yang berubah-ubah atau mempengaruhi jumlah output yang dihasilkan. Faktor-faktor produksi ini meliputi bibit, pupuk, pestisida, dan tenaga kerja selain luas lahan. Pada usaha tani bawang merah, biaya tidak tetap ini mencakup berbagai elemen seperti bibit, pupuk, dan pestisida. Meskipun jenis bibit sama, harga pupuk dan pestisida bisa bervariasi antara petani.

Rata-rata biaya yang dikeluarkan petani bawang merah untuk penggunaan faktor-faktor produksi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Bibit: 123 kg/ha dengan harga Rp 19.000 per kg
- Pupuk: Total 1.176 kg/ha terdiri dari ZA 520 kg/ha (Rp 2.000/kg), SP 36 531 kg/ha (Rp 2.000/kg), NPK 52 kg/ha (Rp 5.000/kg), dan KCL 73 kg/ha (Rp 7.000/kg)
- Pestisida: Total biaya Rp 1.928.000/ha untuk pestisida cair dan Rp 1.441.000/ha untuk pestisida berbentuk padat (dalam rupiah)

- Tenaga kerja: Rata-rata 219 HKSP/ha, terdiri dari tenaga pria 145 HKSP/ha dan tenaga wanita 74 HKSP/ha. Biaya tenaga kerja pria adalah Rp 85.000 dan tenaga wanita adalah Rp 65.000. (SARI, 2022)

E. Analisis Lembaga Pemasaran

Penelitian analisis pemasaran bawang merah di Desa Pedurungan Asri melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang membentuk saluran distribusi. Lembaga-lembaga tersebut mencakup penangkar bibit, BULOG, pasar modern, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer lokal.

Penakaran bibit oleh perusahaan yang memenangkan lelang yang diadakan oleh Kementerian Pertanian melalui sistem pengadaan elektronik untuk memperoleh bibit bawang merah. Perusahaan ini menjadi responden dalam penelitian ini dengan tugas memenuhi kontrak yang telah diberikan. Penangkar bibit mencari petani yang melakukan pembibitan bawang merah dalam skala besar. Setelah itu bibit yang telah dibeli dari petani dibawa oleh penangkar bibit ke Dinas Pertanian, Perkebunan, dan Kehutanan. Bibit ini akan dibagikan kepada masyarakat Kabupaten Pematang Jaya sebagai bantuan dari Kementerian Pertanian. BULOG adalah perusahaan publik di sektor logistik pangan yang memainkan peran sebagai lembaga pemasaran di saluran pemasaran bawang merah di wilayah studi. Perusahaan ini membeli bawang merah dari petani di Kecamatan Taman, Kabupaten Pematang Jaya, untuk menjaga harga bawang merah tetap stabil secara nasional. Meskipun BULOG memiliki kontrak dengan petani untuk membeli hasil panen mereka, banyak petani enggan menjual ke BULOG karena harga yang ditawarkan tidak selalu mencerminkan harga pasar. Pasar Modern petani menjual bawang merah mereka ke pasar modern, yang beroperasi sebagai organisasi pemasaran dan menjual bawang merah ke konsumen. Pasar Lottemart, yang terletak di Jalan Soekarno Hatta 646, Pematang Jaya, adalah salah satu pasar kontemporer yang diteliti. Pembelian bawang merah oleh Lottemart diatur oleh mekanisme kontrak yang disesuaikan dengan pasokan yang ada. Petani memulai transaksi dengan memberikan sampel tanaman bawang merahnya kepada Lottemart. Petani menggunakan mobil pick-up keesokan harinya untuk mengirimkan hasil panennya jika Lottemart telah memastikan kuantitas dan kualitas bawang merah yang diberikan petani. Karena gudang tempat Lottemart menyimpan bawang merah memiliki risiko penurunan kualitas akibat penyimpanan, Lottemart membatasi jumlah bawang merah yang dibeli dari petani. Pedagang Pengumpul perantara yang membeli bawang merah dari petani dan kemudian menjualnya ke pedagang grosir lokal. Stok bawang merah umumnya disimpan di rumah atau di gudang sebelum diangkut dengan truk ke pasar induk. Pengepul tidak menjual langsung ke konsumen atau pengecer karena tidak memiliki kios di pasar induk. Oleh karena itu, penjualan di pasar induk dilakukan melalui pedagang besar dan di pasar induk lokal seperti Pasar Induk Pedurungan Asri. Pedagang Besar Lokal Pedagang pengumpul lokal merupakan pedagang besar yang beroperasi atau memiliki kios di pasar-pasar induk di daerah Bandung, terutama di pasar induk Caringin. Mereka biasanya membeli bawang merah dalam jumlah besar, minimal satu ton, dari pedagang pengumpul. Setelah itu, bawang merah disimpan di gudang penyimpanan. Jika pasokan bawang merah di pasar induk melimpah, harga cenderung turun, sehingga beberapa pedagang besar akan menahan stok hingga harga kembali naik. Penjualan oleh pedagang besar dilakukan dalam jumlah besar, minimal 20 kilogram, sehingga pembeli utamanya adalah pedagang eceran lokal yang membeli untuk dijual kembali di warung atau toko mereka. Pedagang Besar Non-lokal terdapat pedagang besar yang beroperasi di luar Kabupaten Bandung seperti Pasar Induk Keramatjati. Mereka membeli bawang merah dalam jumlah banyak, minimal satu ton. Kolektor. Bawang merah yang dibeli disimpan di lapaknya. Ketika bawang merah berlimpah di pasar induk, harga cenderung turun sehingga sebagian pedagang

besar menyimpannya hingga harga naik di pasar. Namun analisis mendalam mengenai pendirian pasar grosir non-lokal tidak dapat dilakukan dalam penelitian ini karena terbatasnya ruang lingkup penelitian. (Setyowati, 2022)

F. Identifikasi Lingkungan Internal dan Eksternal Petani Bawang Merah di Desa Pedurungan Asri

Lingkungan internal bagi petani mencakup kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Ini mencakup aspek operasional, sumber daya manusia, pemasaran, dan keuangan. Petani bawang merah di Desa Pedurungan Asri, Kecamatan Taman, memiliki kekuatan dalam pengalaman budidaya selama 8 tahun, khususnya dalam kualitas produk dan ketepatan waktu distribusi. Kemitraan dengan pedagang pengepul dan pedagang besar juga menjadi kekuatan, memungkinkan penentuan harga yang kompetitif.

Namun, masih ada kelemahan terkait modal yang sebagian besar mengandalkan pinjaman, menghambat pengembangan usaha. Penyediaan tempat penyimpanan yang memadai dan pengadaan bawang merah masih menjadi kendala. Promosi juga perlu ditingkatkan untuk mencapai pasar lebih luas. Kesimpulannya, terdapat faktor-faktor kekuatan dan kelemahan terkait pemasaran bawang merah di lingkungan petani Desa Pedurungan Asri, Kecamatan Taman. (Annisa, 2017)

Identifikasi Lingkungan Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi petani adalah peluang yang ada pada dapur dan ancaman yang dihadapi. Pertumbuhan penduduk dan tingginya tingkat pendidikan mempengaruhi peningkatan demografi konsumsi bawang merah sebagai bagian dari kebutuhan masyarakat. Petani Bawang Merah di Desa Pedurungan Asri, Kecamatan Taman mempunyai tujuan pemasaran yang jelas dan menjadi peluang untuk meningkatkan produksi seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk.

Namun, ada ancaman seperti adanya sentra petani bawang merah di Kabupaten Pemalang, khususnya di Kecamatan Pemalang dan Kecamatan Taman, yang dapat mempengaruhi penjualan dan pendapatan petani di Desa Pedurungan Asri. Selain itu, kenaikan harga BBM dan inflasi tinggi menjadi ancaman bagi petani karena mempengaruhi biaya produksi dan harga jual bawang merah. Perubahan iklim, musim kemarau yang tidak terduga, dan hama serta penyakit juga menjadi ancaman, mempengaruhi sistem budidaya bawang merah. Hasil identifikasi faktor eksternal tersebut antara lain wawancara dengan petani. memberikan gambaran mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi petani bawang merah desa pedurungan asri. (Ardiansyah et al., 2022)

4. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian analisis pasar dan strategi penjualan Podunungan Asti meliputi budidaya, Karakteristik masing-masing petani, Analisis deskriptif pertanian, Gambaran umum persebaran tanaman bawang merah, Analisis lembaga distribusi, Penanaman benih, BULOGO, Pasar modern, pengepul, grosir non-komersial lokal. Identifikasi lingkungan internal dan eksternal petani bawang merah desa Pedurungan Asri, identifikasi lingkungan eksternal.

5. DAFTAR PUSTAKA

Annisa, I. (2017). *Analisis Pemasaran Bawang Merah di Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat* (pp. 1–67).

<https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/88228/H17ian1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Aprianto, A., Samual, S. H., & ... (2022). STRATEGI PEMASARAN BAWANG MERAH (Studi Kasus Kampung Klaru Distrik Mariat Kabupaten Sorong). ... " *Agribisnis, Media Usaha* <https://unimuda.e-journal.id/agrimudajournal/article/view/3684%0Ahttps://unimuda.e-journal.id/agrimudajournal/article/download/3684/1330>
- Ardiansyah, J., Baihaqi, A., & Hakim, L. (2022). Analisis Pemasaran Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) di Kecamatan Simpang Tiga Kabupaten Pidie (Marketing Analysis of Shallot (*Allium ascalonicum* L.) in Simpang Tiga District, Pidie Regency). *JFP Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7(4), 617–636. www.jim.unsyiah.ac.id/JFP
- SARI, N. I. (2022). *Analisis Saluran Pemasaran Bawang Merah Di Desa Singki Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang*. Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Setyowati, D. (2022). *BAB II KAJIAN TEORI A. Kajian Teori Terkait Judul 1. Strategi Pemasaran* [IAIN KUDUS]. [http://digilib.uinsby.ac.id/1534/5/Bab 2.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/1534/5/Bab%202.pdf)