

ANALISIS PEMASARAN KANGKUNG DAN BAYAM DI KELURAHAN LANDASAN ULIN UTARA KECAMATAN LIANG ANGGANG KOTA BANJARBARU

Marketing Analysis of Kale and Spinach in Landasan Ulin Utara Village, Liang Anggang sub-District, Banjarbaru Municipality

Siti Rahmah*, Mira Yulianti, Luki Anjardiani

Prodi Agribisnis/Jurusan SEP, Fak. Pertanian – Univ. Lambung Mangkurat, Banjarbaru – Kalimantan Selatan

*Corresponding author: rahmah.rachmahsiti@gmail.com

Abstrak. Kangkung dan bayam merupakan sayuran yang biasa dibudidayakan di Indonesia. Hasil dari budidaya tersebut kemudian dipasarkan melalui saluran pemasaran yang beranekaragam. Saluran pemasaran ini akan menimbulkan bagian harga (*share*) dari setiap tingkatan salurannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, besar biaya, margin, keuntungan pemasaran dan *share* yang diterima produsen atau petani, dan masalah yang dihadapi oleh lembaga pemasaran yang terlibat. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Landasan Ulin Utara Kecamatan Liang Anggang Kota Banjarbaru pada bulan April-Juli 2019. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive sampling*. Metode dalam pengambilan sampel petani yaitu *simple random sampling* dari 215 populasi petani diambil 30 orang. Pedagang pengumpul dan pengecer dipilih secara *snowball sampling*. Berdasarkan hasil penelitian terdapat dua saluran pemasaran. Besarnya biaya, margin dan keuntungan pada saluran I sayur kangkung wilayah pemasaran Ulin Raya adalah sebesar Rp 255,10/kg, Rp 920,00/kg dan Rp 664,90/kg, sedangkan untuk sayur bayam adalah sebesar Rp 259,10/kg, Rp 1.000,00/kg dan Rp 740,90/kg. Besarnya biaya, margin, keuntungan pada saluran II wilayah pemasaran Bauntung Banjarbaru adalah sebesar Rp 485,74/kg, Rp 4.000,00/kg dan Rp 3.514,26/kg untuk sayur kangkung, sedangkan untuk sayur bayam adalah sebesar Rp 466,40/kg, Rp 5.000,00/kg dan Rp 4.533,60/kg. *Share* yang diterima petani pada saluran I adalah 71,25%, pedagang pengecer 28,75% untuk sayur kangkung, sedangkan sayur bayam *share* yang diterima petani 83,33%, pedagang pengecer 16,67%. *Share* yang diterima petani pada saluran II adalah 33,33%, pedagang pengumpul 33,33%, pedagang pengecer 33,33% untuk sayur kangkung, sedangkan sayur bayam *share* yang diterima petani 50%, pedagang pengumpul 30%, pedagang pengecer 20%. Permasalahan yang dihadapi petani adalah petani kurang mengetahui informasi harga pasar. Permasalahan pedagang pengumpul adalah kualitas dan kerusakan sayuran. Permasalahan pedagang pengecer adalah penanganan sebelum laku terjual.

Kata kunci: analisis pemasaran, margin pemasaran, Landasan Ulin Utara, kangkung, bayam

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor yang potensial dalam menyerap tenaga kerja dan mengalami peningkatan pada tahun 2013-2018 pada Produk Domestik Bruto (PDB) sehingga diharapkan selalu berkontribusi dalam pendapatan dan pembangunan nasional. Selain itu, sektor pertanian merupakan sektor yang menyumbang dalam pemenuhan kebutuhan pokok dan bahan baku industri.

Lembaga pemasaran adalah individu atau badan usaha yang mengadakan suatu pemasaran pada proses penyaluran jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan individu atau badan usaha lainnya. Lembaga pemasaran ada dikarenakan adanya kehendak konsumen dalam memerlukan untuk waktu dan bentuk sesuai permintaan, sehingga daintara fungsi lembaga

pemasaran adalah untuk memenuhi permintaan konsumen tersebut. (Sudiyono, 2004: 79).

Sayuran kangkung darat dan bayam merupakan jenis tanaman hortikultura. Sayuran ini merupakan salah satu sayuran yang bermanfaat untuk kesehatan karena sama-sama mengandung diantaranya vitamin A, B, C protein, lemak, dan karbohidrat serta serat (Pracaya, 2009: 27 dan Rukmana, 2010: 48).

Salah satu kabupaten/kota di provinsi Kalimantan Selatan sebagai sentra penghasil sayur mayur adalah Kota Banjarbaru. Sayuran tersebut antara lain kangkung dan bayam. Komoditi ini berperan penting dalam sektor perekonomian yang di fokuskan pada peningkatan produksi, kualitas dan mutu produk dan peningkatan pendapatan masyarakat terutama bagi petani, karena Kota Banjarbaru sebagai salah satu daerah yang memiliki produktivitas sayur kangkung dan bayam tertinggi di wilayah Provinsi Kalimantan Selatan

Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini mempunyai tujuan: (1) untuk mengetahui saluran pemasaran kangkung dan bayam di Kelurahan Landasan Ulin Utara Kecamatan Liang Anggang Kota Banjarbaru (2) untuk mengetahui besar biaya, margin, keuntungan pemasaran dan bagian harga (*share*) yang diterima produsen atau petani dari masing-masing lembaga pemasaran (3) untuk mengetahui masalah-masalah yang dihadapi oleh masing-masing lembaga pemasaran dalam menyalurkan kangkung dan bayam.

Kegunaan penelitian ini adalah: (1) diharapkan mampu memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terkait utamanya petani dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran komoditas kangkung dan bayam terutama di Kelurahan Landasan Ulin Utara Kecamatan Liang Anggang Kota Banjarbaru (2) sebagai bahan informasi bagi pihak yang membutuhkan.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Landasan Ulin Utara Kecamatan Liang Anggang Kota Banjarbaru. Kelurahan ini

merupakan sentra penghasil sayuran yang terbesar di Kecamatan Liang Anggang Kota Banjarbaru. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan April 2019 sampai dengan bulan Juli 2019.

Jenis dan Sumber Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas data primer yang dikumpulkan dengan wawancara langsung terhadap petani sayur kangkung dan bayam, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan, kemudian data sekunder dihimpun dari Dinas Pertanian Kota Banjarbaru, BP3 Liang Anggang, perpustakaan dan beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode Penarikan Contoh

Metode penarikan contoh yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini adalah sbb: (1) Menetapkan lokasi penelitian dilakukan pengambilan sampel secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu memilih Kelurahan Landasan Ulin Utara yang memproduksi sayur kangkung dan bayam (2) metode yang digunakan dalam penetapan sampel petani dengan menggunakan metode acak sederhana/*simple random sampling* yaitu dari 215 populasi petani yang memproduksi sayur kangkung dan bayam di ambil 30 petani sayur kangkung dan bayam yang ada di Kelurahan Landasan Ulin Utara (3) Pemilihan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer yang bergerak pada pemasaran sayur kangkung dan bayam dengan metode *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan data dari petani contoh yang kemudian menjadi sumber informasi tentang pedagang pengumpul yang dapat dijadikan contoh, prosedur ini dilanjutkan sampai mendapatkan pedagang pengecer yang juga dijadikan contoh.

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama adalah dengan mengamati saluran pemasaran di Kelurahan Landasan Ulin Utara berdasarkan survei dan pengamatan yang dilakukan di daerah penelitian dalam pendekatan kelembagaan.

Untuk menjawab tujuan kedua yaitu mengetahui besar biaya, margin, keuntungan dan *share* dari

setiap saluran pemasaran yang dilakukan maka digunakan rumus biaya pemasaran

$$C = \sum_{i=1}^n ci \quad (1)$$

dengan: C total biaya pemasaran kangkung dan bayam (Rp)

ci biaya pemasaran ke I (Rp/kg)

Menurut Sudiyono (2004: 93), Margin pemasaran adalah selisih harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat petani/produsen. Untuk melihat besarnya margin pemasaran digunakan rumus:

$$M_i = H_{ci} - H_{pi} \quad (2)$$

dengan: M_i margin pemasaran

H_{ci} harga di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

H_{pi} harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Menurut Sudiyono (2004: 104), untuk menghitung keuntungan pemasaran kangkung dan bayam yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran, yaitu selisih antara margin pemasaran (M) dengan biaya pemasaran (C) digunakan rumus:

$$\pi = M - C \quad (3)$$

dengan: π keuntungan dari kegiatan pemasaran kangkung dan bayam (Rp/kg)

M margin pemasaran kangkung dan bayam (Rp/kg)

C biaya pemasaran (Rp/kg)

Untuk menghitung berapa *share* yang diterima produsen/petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer digunakan rumus:

$$Spr = \frac{H_{pr}}{H_{pc}} \times 100\% \quad (4)$$

$$Spl = \frac{H_{pc} - H_{pl}}{H_{pc}} \times 100\% \quad (5)$$

$$Spc = \frac{H_{pc} - H_{pl}}{H_{pc}} \times 100\% \quad (6)$$

dengan: Spr *share* yang diterima oleh produsen kangkung dan bayam (%)

Spl *share* yang diterima oleh pedagang pengumpul kangkung dan bayam

Spc *share* yang diterima oleh pedagang pengecer kangkung dan bayam

Hpr harga kangkung dan bayam di tingkat petani (Rp)

Hpl harga kangkung dan bayam di tingkat pedagang pengumpul (Rp)

Hpc harga kangkung dan bayam di tingkat pedagang pengecer (Rp)

Untuk menjawab tujuan ketiga, yaitu mengenai permasalahan pemasaran yang dihadapi sistem pemasaran di Kelurahan Landasan Ulin Utara digunakan analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

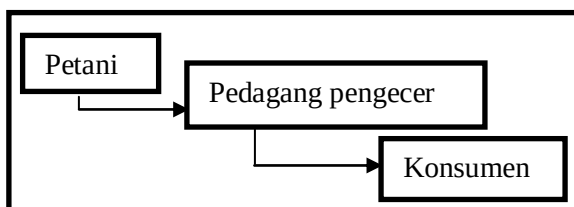
Jalur yang terlibat dari antar lembaga dalam penyaluran barang dari produsen ke konsumen disebut dengan saluran pemasaran. Besaran biaya pemasaran serta besaran harga yang dibayarkan oleh konsumen dipengaruhi oleh pola saluran pemasaran yang ada. Pola saluran kangkung dan bayam dapat diketahui dengan cara mengikuti alur pemasaran dimulai dari petani hingga sampai kepada konsumen. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan di lapangan ada dua saluran pemasaran kangkung dan bayam yang ada di Kelurahan Landasan Ulin Utara. Saluran-saluran pemasaran tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.

Saluran I. Pada pola saluran pemasaran I tujuan akhir produk adalah Pasar Ulin Raya. Pada pola saluran I ini hanya terdapat satu lembaga perantara yaitu pedagang pengecer. Jumlah pedagang pengecer yaitu sebanyak 5 orang. Pedagang pengecer pada saluran I hanya memasarkan sayurannya ke Pasar Ulin Raya tidak ke Pasar Bauntung Banjarbaru, karena jarak antara tempat tinggal pedagang pengecer dan Pasar Ulin Raya tidak begitu jauh yaitu berjarak ± 3 km. Para petani biasanya langsung menjual sayur kangkung dan bayam kepada pedagang pengecer yang mendatangi langsung ke kebun petani, dimana jarak antara rumah petani dengan rumah pedagang pengecer tidak begitu jauh. Pedagang pengecer biasanya membeli sayur kangkung dan bayam kepada petani pada sore hari, kemudian sayur kangkung dan bayam diangkut dengan menggunakan

sepeda/sepeda motor dan diturunkan dari sepeda/sepeda motor agar tidak rusak akibat terikat. Selanjutnya sayur kangkung dan bayam diberi tindakan fungsi sortasi yaitu diikat dengan tali rafia dan ditempatkan pada teras rumah/di luar rumah yang aman agar selalu segar terkena angin malam dan embun tanpa ada tindakan fungsi penyimpanan khusus sebelum dipasarkan.

Sebelum berangkat ke Pasar Ulin Raya, sayur kangkung dan bayam diberi tindakan fungsi pengepakan yaitu sayur kangkung dan bayam disusun dengan hati-hati kedalam karung. Untuk mengangkut sayur kangkung dan bayam ke Pasar Ulin Raya, para pedagang pengecer biasanya naik sepeda motor. Para pedagang pengecer tersebut berangkat ke pasar sekitar pukul 03.00 dinihari dan tiba di pasar kira-kira antara pukul 03.15 dinihari, kemudian mereka menyusun atau mengatur dagangannya untuk menjual kepada konsumen akhir.

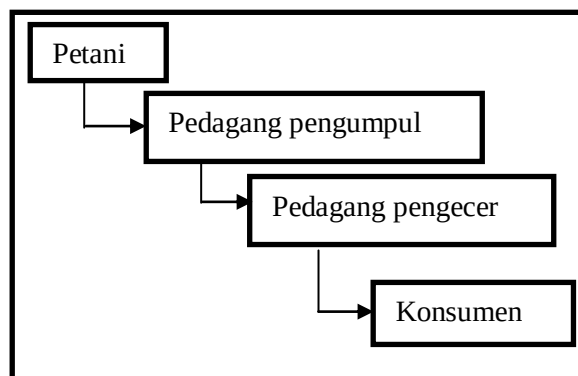
Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran sayur kangkung dan bayam pada saluran I pada tingkat pedagang pengecer adalah biaya penanggung resiko, biaya transportasi, biaya sortasi, pengepakan (karung), retribusi pasar, retribusi sampah, kantong plastik



Gambar 1. Pola saluran pemasaran pertama sayur kangkung dan bayam

Saluran II. Pada pola saluran pemasaran II tujuan akhir produk adalah Pasar Bauntung Banjarbaru. Pada pola saluran II terdapat dua lembaga perantara yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul berjumlah 3 orang yang berasal dari Kelurahan Landasan Ulin Utara. Pedagang pengumpul hanya memasarkan sayurannya ke Pasar Bauntung Banjarbaru, dimana jarak antara tempat tinggal pedagang pengumpul dengan Pasar Bauntung Banjarbaru yaitu berjarak $\pm$ 9 km. Pedagang pengumpul biasanya langsung ketempat produsen (petani), terdapat pula petani yang membawa langsung ke tempat pedagang pengumpul/tengkulak. Pedagang pengumpul biasanya membeli sayur kangkung dan bayam

pada sore hari, kemudian sayur kangkung dan bayam diangkut dengan menggunakan mobil *pickup*. Pembayaran dilakukan dengan membayar tunai atau juga bisa dibayar setelah barang laku terjual, tetapi harga sudah ditetapkan terlebih dulu atau terjadi kesepakatan pedagang pengumpul antara petani, akan dibayar seluruhnya oleh pedagang pengumpul untuk seberapa banyak jumlah atau volume sayur kangkung dan bayam yang dijual oleh petani kepada pedagang pengumpul tersebut yang nantinya akan dibayar setelah pulang dari pasar. Harga sayuran tersebut sangat dipengaruhi oleh keadaan pasar, jika di pasar jumlah kangkung dan bayam yang dijual banyak, maka pedagang pengumpul akan menurunkan harga, tetapi apabila di pasar jumlah kangkung dan bayam yang dijual sedikit maka pedagang pengumpul akan menaikkan harga. Hal tersebut tentu juga akan dirasakan oleh petani karena biasanya pedagang pengumpul membayar harga sayurannya kepada petani disesuaikan dengan situasi pasar. Para petani biasanya menjual sayur kangkung dan bayam kepada pedagang pengumpul yang merupakan langganannya. Sehingga petani tidak mempermasalahkan jika sayurannya yang dijual kepada pedagang pengumpul yang setelah pulang dari pasar tersebut baru dibayarnya, karena diantara kedua belah pihak yaitu petani beserta pedagang pengumpul adanya kepercayaan.



Gambar 2. Pola saluran pemasaran kedua sayur kangkung dan bayam

Pada pedagang pengecer biasanya sudah menunggu di Pasar Bauntung Banjarbaru pada pagi hari. Pedagang pengecer di Pasar Bauntung Banjarbaru yang berjualan di lapak berjumlah 5 orang yang menjual sayur kangkung dan bayam. Tempat tinggal pedagang pengecer tidak begitu jauh dengan Pasar Bauntung Banjarbaru. Untuk

pedagang pengecer hubungan pembeliannya dengan pedagang pengumpul ada yang berlangganan dan ada juga yang bebas. Pembayaran secara tunai merupakan cara yang dilakukan oleh pedagang pengumpul kepada pengecer.

Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran sayur kangkung dan bayam pada saluran II pada tingkat pedagang pengumpul adalah biaya penanggung resiko, biaya transportasi, biaya sortasi, pengangkutan, pengepakan (karung), retribusi pasar, retribusi sampah, sedangkan untuk pedagang pengecer meliputi biaya penanggung resiko, pengepakan (karung), retribusi pasar, retribusi sampah dan kantong plastik.

Kegiatan Fungsi-fungsi Pemasaran

Kegiatan pemasaran umumnya kebanyakan berorientasi dengan *utility*, yaitu proses menjadikan barang dan jasa bermanfaat. Sebagai contoh dalam penelitian ini para pedagang perantara seperti pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dalam hal ini melaksanakan kegiatan penambahan kegunaan dari tempat (*place utility*), karena sayur kangkung dan bayam yang dihasilkan di Kelurahan Landasan Ulin Utara ini akan dibawa ke pasar Ulin Raya dan pasar Bauntung Banjarbaru. Sementara itu para petani sebagai produsen yang menjual sayur kangkung dan bayam kepada pedagang pengumpul atau pedagang pengecer yang selanjutnya akan menjualnya kepada konsumen, artinya mereka telah melakukan suatu kegiatan yang menciptakan kegunaan kepemilikan (*owner utility*).

Fungsi pemasaran adalah semua jasa-jasa yang dilakukan dalam kegiatan distribusi barang dan jasa dari produsen sampai tingkat akhir yaitu konsumen. Pendalaman pemasaran pertanian terhadap fungsi berarti kegiatan tersebut ditelaah, dipelajari dan akhirnya dianalisis dalam kegiatan saling terhubung dalam pemasaran. Fungsi pemasaran kangkung dan bayam yaitu fungsi pengangkutan, fungsi sortasi, fungsi pengepakan, dan fungsi pembiayaan.

Biaya, Margin, Keuntungan Pemasaran dan Share Sayur Kangkung

Saluran I. Kegiatan pemasaran pada saluran I dilakukan oleh dua lembaga yakni petani dan

pedagang pengecer. Adapun rata-rata biaya, margin, keuntungan pemasaran dan *share* yang diterima petani dan pedagang pengecer sayur kangkung dapat dilihat pada Tabel 1. Pada Tabel 1 harga jual rata-rata pada saluran I ditingkat petani sayur kangkung adalah sebesar Rp 2.280,00/kg, sedangkan harga jual rata-rata ditingkat pedagang pengecer adalah Rp 3.200,00/kg.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer terdiri dari biaya penanggung resiko sebesar Rp 32,00/kg, transportasi Rp 52,33/kg, sortasi Rp 26,00/kg, pengepakan (karung) Rp 9,70/kg, retribusi pasar Rp 38,60/kg, retribusi sampah Rp 13,08/kg dan kantong plastik Rp 83,33/kg. Biaya pemasaran terbesar yang dikeluarkan pedagang pengecer sayur kangkung adalah biaya kantong plastik yaitu sebesar Rp 83,33/kg, sedangkan biaya pemasaran terkecil adalah biaya pengepakan (karung) yaitu sebesar Rp 9,70/kg.

Tabel 1. Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan *share* pada saluran I sayur kangkung di Pasar Ulin Raya

Uraian Kegiatan	Nilai (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Share (%)
1. Petani			71,25
Harga jual	2.280,00		
2. Pedagang pengecer		920,00	28,75
Harga beli	2.280,00		
Biaya pemasaran	255,10		
Penanggung resiko	32,00		
Transportasi	52,33		
Sortasi	26,00		
Pengepakan (karung)	9,70		
Retribusi pasar	38,60		
Retribusi sampah	13,08		
Kantong plastik	83,33		
Harga jual	3.200,00		
Keuntungan	664,90		
Margin Total		920,00	

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Adapun margin pemasaran ditingkat pedagang pengecer pada saluran I untuk sayur kangkung adalah sebesar Rp 920,00/kg. Pada saluran I, margin pemasaran didapatkan dengan mengurangi harga jual ditingkat pedagang pengecer dengan harga jual yang ada ditingkat petani. Besarnya nilai margin pemasaran tersebut sangat dipengaruhi oleh harga jual.

Margin pemasaran dikurang biaya pemasaran maka akan diperoleh keuntungan pemasaran. Adapun keuntungan pemasaran untuk pedagang pengecer sayur kangkung dengan biaya yang dikeluarkan pada saluran I adalah senilai Rp 664,90/kg. Bagian harga (*share*) diperoleh dengan cara harga sayur kangkung ditingkat produsen dibagi dengan harga sayur kangkung ditingkat pedagang pengecer dikalikan dengan 100%, maka *share* yang diterima oleh petani di saluran I adalah 71,25% dan bagian harga (*share*) yang diterima pedagang pengecer adalah 28,75%.

Saluran II. Kegiatan pemasaran pada saluran II ini lembaganya ada tiga yang berperan. Lembaga tersebut adalah petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Adapun rata-rata biaya, margin, keuntungan pemasaran dan *share* yang diterima petani hingga ke pedagang pengecer sayur kangkung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan *share* pada saluran II sayur kangkung di Pasar Bauntung Banjarbaru

Uraian Kegiatan	Nilai (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Share (%)
1. Petani			
Harga jual	2.000,00		33,33
2. Pedagang pengumpul		2.000,00	33,33
Harga beli	2.000,00		
Biaya pemasaran	217,22		
Penanggung resiko	42,22		
Transportasi	88,88		
Sortasi	26,00		
Pengangkutan	22,58		
Pengepakan (karung)	12,00		
Retribusi pasar	20,73		
Retribusi sampah	4,81		
Harga jual	4.000,00		
Keuntungan	1.782,78		
3. Pedagang pengecer		2.000,00	33,33
Harga beli	4.000,00		
Biaya pemasaran	268,52		
Penanggung resiko	108,00		
Pengepakan (karung)	15,06		
Retribusi pasar	56,98		
Retribusi sampah	28,49		
Kantong plastik	59,99		
Harga jual	6.000,00		
Keuntungan	1.731,48		
Margin total		4.000,00	

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Pada Tabel 2 harga jual rata-rata pada saluran II untuk sayur kangkung ditingkat petani adalah sebesar Rp 2.000,00/kg, harga jual rata-rata untuk sayur kangkung ditingkat pedagang pengumpul adalah sebesar Rp 4.000,00/kg, sedangkan harga jual rata-rata untuk sayur kangkung ditingkat pedagang pengecer adalah sebesar Rp 6.000,00/kg.

Biaya pemasaran sayur kangkung pada saluran II untuk pedagang pengumpul meliputi biaya penanggung resiko Rp 42,22/kg, transportasi Rp 88,88/kg, sortasi Rp 26,00/kg, pengangkutan Rp 22,58/kg, pengepakan (karung) Rp 12,00/kg, retribusi pasar Rp 20,73/kg dan retribusi sampah Rp 4,81/kg. Biaya paling besar yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah biaya transportasi yaitu sebesar Rp 88,88/kg, sedangkan biaya terkecil adalah retribusi sampah yaitu Rp 4,81/kg. Untuk pedagang pengecer meliputi biaya penanggung resiko Rp 108,00/kg, karung Rp 15,06/kg, retribusi pasar Rp 56,98/kg, retribusi sampah Rp 28,49/kg dan kantong plastik Rp 59,99/kg. Biaya paling besar yang dikeluarkan pedagang pengecer adalah biaya penanggung resiko yaitu senilai Rp 108,00/kg, sedangkan biaya terkecil adalah karung yaitu sebesar Rp 15,06/kg.

Adapun margin dan keuntungan masing-masing pada pemasaran sayur kangkung pada saluran II ditingkat pedagang pengumpul adalah Rp 2.000,00/kg, dan keuntungan Rp 1.782,78/kg. Selanjutnya untuk pedagang pengecer margin dan keuntungan Rp 2.000,00/kg dan Rp 1.731,48/kg. *Share* yang diterima petani pada saluran II untuk sayur kangkung adalah 33,33%, *share* yang diterima pedagang pengumpul adalah 33,33% dan *share* yang diterima pedagang pengecer adalah 33,33%.

Biaya, Margin, Keuntungan Pemasaran dan *Share* Sayur Bayam

Saluran I. Kegiatan pemasaran pada saluran I dilakukan oleh dua lembaga pemasaran yaitu petani dan pedagang pengecer. Adapun rata-rata biaya, margin, keuntungan pemasaran dan *share* yang diterima petani dan pedagang pengecer sayur bayam dapat dilihat pada Tabel 3.

Pada Tabel 3 harga jual rata-rata pada saluran I ditingkat petani sayur bayam adalah sebesar Rp 4.800,00/kg, sedangkan harga jual rata-rata ditingkat pedagang pengecer adalah Rp 5.800,00/kg. Adapun biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer

terdiri dari biaya penanggung resiko, transportasi, pengepakan, retribusi pasar, retribusi sampah dan kantong plastik, lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan *share* pada saluran I sayur bayam di Pasar Ulin Raya

Uraian Kegiatan	Nilai (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Share (%)
1. Petani			
Harga jual	5.000,00		83,33
2. Pedagang pengecer		1.000,00	16,67
Harga beli	5.000,00		
Biaya pemasaran	259,10		
Penanggung Resiko	36,00		
Transportasi	52,33		
Sortasi	26,00		
Pengepakan (karung)	9,70		
Retribusi pasar	38,66		
Retribusi sampah	13,08		
Kantong plastik	83,33		
Harga jual	6.000,00		
Keuntungan	740,90		
Margin Total		1.000,00	

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer terdiri dari biaya penanggung resiko sebesar Rp 36,00/kg, transportasi Rp 52,33/kg, sortasi Rp 26,00/kg, pengepakan (karung) Rp 9,70/kg, retribusi pasar Rp 38,66/kg, retribusi sampah Rp 13,08/kg dan kantong plastik Rp 83,33/kg. Biaya kantong plastik merupakan biaya yang paling besar yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sayur bayam saat memasarkan dengan nilai Rp 83,33/kg, sedangkan komponen biaya pemasaran terkecil adalah biaya pengepakan (karung) yaitu sebesar Rp 9,70/kg.

Adapun margin pemasaran yang terjadi ditingkat pedagang pengecer pada saluran I untuk sayur bayam adalah sebesar Rp 1.000,00/kg. Keuntungan pemasaran untuk pedagang pengecer sayur bayam dengan biaya yang dikeluarkan pada saluran I adalah sebesar Rp 740,90/kg. Bagian harga (*share*) yang diterima petani pada saluran I adalah 83,33% dan bagian harga (*share*) yang diterima pedagang pengecer adalah 16,67%.

Saluran II. Kegiatan pemasaran pada saluran II ini terdapat tiga lembaga yang berperan di

dalamnya yaitu petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Adapun rata-rata biaya, margin, keuntungan pemasaran dan *share* yang diterima petani hingga ke pengecer sayur bayam dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan *share* pada saluran II sayur bayam di Pasar Bauntung Banjarbaru

Uraian Kegiatan	Nilai (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Share (%)
1. Petani			
Harga jual	5.000,00		50
2. Pedagang pengumpul		3.000,00	30
Harga beli	5.000,00		
Biaya pemasaran	255,88		
Penanggung resiko	80,88		
Transportasi	88,88		
Sortasi	26,00		
Pengkangkutan	22,58		
Pengepakan (karung)	12,00		
Retribusi pasar	20,73		
Retribusi sampah	4,81		
Harga jual	8.000,00		
Keuntungan	2.744,12		
3. Pedagang pengecer		2.000,00	20
Harga beli	8.000,00		
Biaya pemasaran	210,52		
Penanggung resiko	50,00		
Pengepakan (karung)	15,06		
Retribusi pasar	56,98		
Retribusi sampah	28,49		
Kantong plastik	59,99		
Harga jual	10.000,00		
Keuntungan	1.789,48		
Margin total		5.000,00	

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Pada Tabel 4 harga jual rata-rata pada saluran II untuk sayur bayam ditingkat petani adalah sebesar Rp 5.000,00/kg, harga jual rata-rata untuk sayur bayam ditingkat pedagang pengumpul adalah sebesar Rp 8.000,00/kg, sedangkan harga jual rata-rata ditingkat pedagang pengecer adalah sebesar Rp 10.000,00/kg.

Biaya pemasaran sayur bayam pada saluran II untuk pedagang pengumpul meliputi biaya penanggung resiko Rp 80,88/kg, transportasi Rp 88,88/kg, sortasi Rp 26,00/kg, pengangkutan Rp 22,58/kg, pengepakan (karung) Rp 12,00/kg, retribusi pasar Rp 20,73/kg dan retribusi sampah Rp 4,81/kg. Biaya transportasi merupakan biaya yang paling besar dikeluarkan oleh pedagang

pengumpul senilai Rp 88,88/kg, sedangkan biaya terkecil adalah retribusi sampah yaitu sebesar Rp 4,81/kg. Untuk pedagang pengecer meliputi biaya penanggung resiko Rp 50,00/kg, pengepakan (karung) Rp 15,06/kg, retribusi pasar Rp 56,98/kg, retribusi sampah Rp 28,49/kg dan kantong plastik Rp 59,99/kg. Biaya terbesar yang dikeluarkan pedagang pengecer adalah biaya kantong plastik yaitu sebesar Rp 59,99/kg, sedangkan biaya terkecil adalah biaya pengepakan (karung) yaitu sebesar Rp 15,06/kg.

Komponen biaya pemasaran ditingkat pedagang pengecer terdiri atas biaya penanggung resiko, pengepakan (karung), retribusi pasar, retribusi sampah, dan kantong plastik. Biaya pemasaran sayur bayam pada saluran II untuk pedagang pengecer sebesar Rp 210,52/kg yang terdiri dari biaya penanggung resiko sebesar Rp 50,00/kg merupakan biaya akibat sayur-sayuran yang tidak habis dalam satu hari penjualan sehingga mutu dan kualitasnya berkurang, biaya pengepakan (karung) adalah sebesar Rp 15,06/kg merupakan biaya untuk menyusun sayur-sayuran kedalam karung, biaya retribusi pasar sebesar Rp 56,98/kg merupakan biaya yang dikeluarkan untuk biaya lapak, biaya retribusi sampah adalah sebesar Rp 28,49/kg merupakan biaya untuk kebersihan di lokasi penjualan, dan biaya kantong plastik adalah sebesar Rp 59,99/kg merupakan biaya yang dikeluarkan pada setiap penjualan sayur-sayuran untuk mengemas sayur-sayuran yang sudah dibeli konsumen. Dari komponen biaya terbesar yang dikeluarkan pedagang pengecer adalah biaya kantong plastik yaitu sebesar Rp 59,99/kg, sedangkan biaya terkecil adalah biaya pengepakan (karung) yaitu sebesar Rp 15,06/kg.

Adapun margin dan keuntungan masing-masing pada pemasaran sayur bayam pada saluran II di tingkat pedagang pengumpul adalah Rp 3.000,00/kg dan keuntungan Rp 2.744,12/kg. Untuk pedagang pengecer margin dan keuntungan Rp 2.000,00/kg dan Rp 1.789,48/kg. Bagian harga (*share*) yang diterima petani pada saluran II untuk sayur bayam adalah 50%, bagian harga (*share*) yang diterima pedagang pengumpul adalah 30% dan bagian harga (*share*) yang diterima pedagang pengecer adalah 20%.

Berdasarkan uraian kedua tipe saluran tersebut bahwa total margin pemasaran pada saluran I lebih rendah daripada dengan total margin

pemasaran pada saluran II, hal ini disebabkan karena adanya perbedaan panjang saluran pemasaran, dimana saluran II ada tambahan lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya yaitu pedagang pengumpul.

Adapun keuntungan pada pemasaran sayur kangkung dan bayam pada saluran I dan saluran II dapat dilihat bahwa keuntungan sayur bayam lebih besar dibanding sayur kangkung, hal ini karena harga sayur bayam lebih tinggi dibanding harga sayur kangkung, karena dalam pemeliharaan pada saat musim hujan sayur bayam sangat rentan terhadap serangan hama dan penyakit, dimana pada kondisi musim hujan beberapa jenis hama dan penyakit berkembang biak dengan cepat, sehingga penawaran sayur bayam lebih rendah dibandingkan permintaannya. Sedangkan sayur kangkung pada saat musim hujan sangat tahan terhadap hama dan penyakit, sehingga harga sayur kangkung di pasar relatif stabil.

Adapun pada kedua saluran pemasaran tersebut penerimaan *share* tertinggi adalah pada tingkat petani. *Share* pemasaran digunakan sebagai salah satu kriteria dalam menentukan baik tidaknya suatu saluran. Baiknya saluran pemasaran adalah berbanding lurus dengan *share* penerimaan yang didapat petani. Hasil saluran pemasaran terbaik yang didapat untuk sayur kangkung dan bayam terdapat pada saluran I dengan *share* yang diterima petani berturut-turut sebesar 71,25% dan 83,33%.

Permasalahan Pemasaran Sayur Kangkung dan Bayam

Petani. Permasalahan yang dihadapi petani sayur kangkung dan bayam khususnya di daerah penelitian adalah petani kurang mengetahui informasi harga pasar, sehingga petani menerima setiap harga yang ditetapkan oleh pedagang. Akibatnya mereka tetap menjual walaupun dengan harga yang serendah-rendahnya agar hasil panen mereka tetap terjual dan tidak sempat busuk.

Pedagang Pengumpul. Permasalahan yang banyak dihadapi pedagang pengumpul adalah kualitas dan kerusakan sayur kangkung dan bayam pada saat pengangkutan yang tidak hati-hati. Hal ini terkait dengan fungsi pemasaran yaitu fungsi fisik. Penempatan sayur yang kurang tertata rapi membuat sayuran lain khususnya sayur kangkung dan bayam cepat rusak akibat terjadinya gesekan dan

penumpukan sayuran diatasnya, sehingga kualitas sayur kangkung dan bayam menurun.

Pedagang Pengecer. Permasalahan yang banyak dihadapi pedagang pengecer dalam penjualan ke konsumen akhir adalah dalam hal penanganan sayur kangkung dan bayam sebelum laku terjual, karena biasanya sayur kangkung dan bayam yang sampai ke pedagang pengecer merupakan sayur yang kesegarannya sudah berkurang akibat panjangnya rantai pemasaran. Hal ini berkaitan dengan fungsi pemasaran yaitu fungsi fasilitas (fungsi pasar). Jika sayur kangkung dan bayam tidak laku maka sayur tersebut hanya dibawa pulang ke rumah dan tidak bisa dijual lagi untuk keesokan harinya. Tentu saja hal itu akan merugikan mereka. Adapun penanganan yang dilakukan pedagang pengecer selama ini adalah dengan menyiram sayur kangkung dan bayam yang akan dijual agar sayur tetap segar, namun hal itu masih kurang efektif oleh pedagang pengecer.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Saluran pemasaran sayur kangkung dan bayam di Kelurahan Landasan Ulin Utara Kecamatan Liang Anggang terdapat dua saluran pemasaran yaitu:
 - a. Saluran I terdiri dari petani sebagai produsen kemudian pedagang pengecer dan yang terakhir ke konsumen.
 - b. Saluran II terdiri dari petani sebagai produsen, kemudian ke pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan yang terakhir ke konsumen.
2. Rincian biaya, margin, dan keuntungan, serta *share* pada saluran pemasaran sayur kangkung dan bayam adalah sebagai berikut:
 - a. Pada saluran I sayur kangkung biaya terbesar terdapat pada biaya kantong plastik sebesar Rp 83,33/kg dengan margin Rp 920,00/kg dan keuntungan yang diperoleh Rp 664,90/kg serta *share* terbesar yaitu pada tingkat petani sebesar 71,25%.
 - b. Pada saluran II sayur kangkung biaya terbesar pengumpul pada tingkat pedagang pengumpul yaitu biaya transportasi sebesar Rp 88,88/kg dengan margin Rp 2.000,00/kg dan keuntungan

yang diperoleh Rp 1.782,78/kg. Sedangkan pada tingkat pedagang pengecer biaya terbesar terdapat pada biaya penanggung resiko sebesar Rp 108,00/kg dengan margin Rp 2.000,00/kg dan keuntungan yang diperoleh Rp 1.731,48/kg. Sehingga total margin yang didapat sebesar Rp 4.000,00/kg. Pada saluran ini *share* yang diterima lembaga pemasaran sama besarnya yaitu 33,33%.

- c. Pada saluran I sayur bayam biaya terbesar terdapat pembelian kantong plastik yaitu Rp 83,33/kg dengan besar margin Rp 1.000,00/kg dan keuntungan yang diperoleh Rp 740,90/kg serta *share* terbesar yaitu pada tingkat petani sebesar 83,33%.
- d. Pada saluran II sayur bayam biaya terbesar pada tingkat pedagang pengumpul yaitu biaya transportasi sebesar Rp 88,88/kg dengan margin Rp 3.000,00/kg dan keuntungan yang diperoleh Rp 2.744,12/kg. Sedangkan pada tingkat pedagang pengecer biaya terbesar terdapat pada biaya pembelian kantong plastik sebesar Rp 59,99/kg dengan margin Rp 2.000,00/kg dan keuntungan yang diperoleh Rp 1.789,48/kg. Sehingga total margin yang didapat sebesar Rp 5.000,00/kg. Pada saluran ini *share* terbesar diterima oleh petani yaitu 50%.
- e. Hasil saluran pemasaran terbaik yang didapat untuk sayur kangkung dan bayam terdapat pada saluran I dengan *share* yang diterima petani berturut-turut sebesar 71,25% dan 83,33%.
3. Permasalahan yang dihadapi petani dalam memasarkan sayur kangkung dan bayam adalah petani kurang mengetahui informasi harga pasar, sehingga petani menerima setiap harga yang ditetapkan oleh pedagang, permasalahan pedagang pengumpul adalah kualitas dan kerusakan sayur kangkung dan bayam, sedangkan permasalahan pedagang pengecer dalam memasarkan sayur kangkung dan bayam adalah penanganan sayur kangkung dan bayam sebelum sayur kangkung dan bayam laku terjual.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Petani diharapkan lebih aktif dalam mengikuti atau mengetahui informasi mengenai perkembangan harga seperti membaca informasi harga di koran, menanyakan kepada penyuluh dan mengakses berita-berita *online*, kemudian diharapkan dapat memaksimalkan dalam menggunakan saluran pemasaran I untuk memasarkan sayur kangkung dan bayam karena memiliki *share* yang tinggi terhadap mereka sehingga diharapkan keuntungan yang didapat lebih besar dari saluran pemasaran II.
2. Pedagang pengumpul sebaiknya lebih memperhatikan dalam penataan sayur agar sayuran tidak mudah rusak, diantaranya dengan memberikan sekat seperti pemberian *box* atau kotak untuk memudahkan memilah sayuran.
3. Pedagang pengecer memperbaiki tampilan dagangan agar membuat pembeli lebih tertarik sehingga sayur dapat laku terjual sebelum rusak, dengan menyusun sayuran lebih rapi dan membuang bagian sayur yang sudah busuk.
4. Sebaiknya pemerintah dapat memberikan informasi pasar yang mudah diakses petani, mengadakan pelatihan inovasi pengolahan produk pertanian serta menjaga kestabilan harga pasar agar petani dapat mengembangkan produknya dan menerima kepastian harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Pracaya. 2009. *Hama dan Penyakit Tanaman*. Penebar Swadaya, Jakarta
- Rahardi, F, R. Palungkuan, dan A. Budiarti. 2001. *Agribisnis Tanaman Sayur*. Penebar Swadaya, Jakarta
- Rukmana, R. 2010. *Bayam*. Penebar Swadaya, Jakarta
- Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. UMM Press, Malang