

ANALISIS PEMASARAN SAWI DI KECAMATAN LABUAN AMAS SELATAN KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH

Analysis of Mustard Marketing in Labuan Amas Selatan Sub-District, Hulu Sungai Tengah District

Radiatul Husna*, Rifiana, Muhammad Fauzi

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

*Corresponding author: husnaradiatul038@gmail.com

Abstrak. Adanya fluktuasi harga, perbedaan margin yang terlalu jauh antara produsen dengan konsumen akhir dan informasi harga adalah beberapa hal penting yang dapat menimbulkan permasalahan pemasaran sawi yang terjadi di Kecamatan Labuan Amas Selatan. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi saluran pemasaran sawi, lembaga pemasaran, menganalisis biaya, margin, keuntungan, efisiensi saluran pemasaran sawi serta menganalisis keadaan margin pemasaran apakah menyebar normal antar saluran pemasaran. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Labuan Amas Selatan yang dimulai pada bulan September 2016 - Januari 2018. Jumlah sampel 20 petani sayur sawi dengan menggunakan metode *proporsional random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Labuan Amas Selatan memiliki empat pola. Besarnya biaya, margin dan keuntungan untuk saluran I adalah Rp731,61/kg, Rp1.603,8/kg dan Rp872,19/kg. Besarnya biaya, margin dan keuntungan untuk saluran II adalah Rp659,54/kg, Rp1.906,33/kg, dan Rp1.246,79/kg. Besarnya biaya, margin dan keuntungan untuk saluran III (Tanjung) adalah Rp1.289,73/kg, Rp9.900/kg, dan Rp8.610,27/kg, untuk saluran III (Buntok) adalah Rp1.386,39/kg, Rp12.900/kg, Rp11.513,61. Besarnya biaya, margin dan keuntungan pada saluran IV (Tanjung) adalah Rp744,78/kg, Rp9.125/kg, dan Rp8.335,22, untuk saluran IV (Buntok) adalah Rp701,44/kg, Rp12.125/kg, dan Rp11.238,56/kg. Saluran pemasaran yang paling efisien yaitu saluran I dan II. Margin total pemasaran pada saluran II, III, dan IV memiliki distribusi margin pemasaran yang terdistribusi secara merata pada setiap lembaga pemasaran.

Kata kunci: analisis pemasaran, sawi, labuan amas selatan.

PENDAHULUAN

Produktivitas sawi di Kabupaten Hulu Sungai Tengah menempati posisi kelima dari 13 kabupaten yang ada di Kalimantan Selatan yaitu sebanyak 24,9 kw/ha. Walaupun produktivitas sawi di Kabupaten Hulu Sungai Tengah tidak menempati posisi tertinggi tetapi memiliki potensi pasar yang bagus, bahkan dipasarkan sampai keluar provinsi yaitu Kalimantan Tengah dan Kalimantan Timur (BPS Kalsel, 2014:270).

Jenis sayuran yang diproduksi oleh petani di Kecamatan Labuan Amas Selatan adalah sayuran sawi dengan produktivitas tertinggi yaitu 24,9 kw/ha dan dengan luas lahan terluas kedua setelah bayam yaitu 9 ha (DTPH Kab. HST, 2014:56). Berdasarkan informasi dari Balai Penyuluh Pertanian (BPP) Kecamatan

Labuan Amas Selatan (2015:47) hanya ada dua desa yang membudidayakan sawi yaitu Desa Guhadan Desa Bangkal dari 17 desa.

Berdasarkan informasi, permasalahan yang dihadapi petani sawi yaitu fluktuasi harga yang menimbulkan risiko dan ketidakpastian pada posisi tawar petani. Adanya fluktuasi harga, perbedaan margin yang terlalu jauh antara produsen dengan konsumen akhir dan informasi harga adalah beberapa hal penting yang dapat menimbulkan permasalahan pemasaran komoditas sawi yang terjadi di Kecamatan Labuan Amas Selatan.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian: (1) mengidentifikasi saluran pemasaran dan lembaga pemasaran sawi; (2)

menganalisis biaya pemasaran, margin, dan keuntungan pemasaran sawi; (3) menganalisis efisiensi saluran pemasaran sawi; (4) menganalisis keadaan margin pemasaran apakah menyebar normal antar saluran pemasaran.

Kegunaan penelitian diharapkan memberi masukan untuk membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat dan peningkatan pemasaran sawi di Kecamatan Labuan Amas Selatan.

METODE

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Labuan Amas Selatan. Penelitian dimulai dari bulan September 2016 - Januari 2018.

Metode Pengambilan Sampel

Jumlah sampel 20 petani sayur sawi dari populasi 75 petani dengan menggunakan teknik *Proportionate Random Sampling*. Untuk memilih pedagang pengumpul dan pedagang pengecer yang bergerak pada tataniaga sawi dengan metode *snowball sampling*.

Analisis Data

Untuk mengetahui tujuan pertama, yaitu mengidentifikasi saluran pemasaran dan lembaga pemasaran menggunakan metode observasi langsung kemudian dianalisis secara deskriptif.

Untuk menganalisis tujuan pertama, yakni besar biaya, margin, dan keuntungan dari setiap saluran pemasaran yang dilakukan maka digunakan rumus sebagai berikut:

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

dengan : C total biaya pemasaran sawi (Rp)
C_i biaya pemasaran ke-i (Rp/kg)

Besar margin pemasaran (Soekartawi *dalam* Zuraida, 2015 : 24):

$$M_i = H_{c_i} - H_{p_i} \quad (2)$$

dengan : M_i margin pemasaran (Rp/kg)
H_{c_i} harga di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)
H_{p_i} Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Besar keuntungan pemasaran (Adi Wilaga *dalam* Harifuddin *et al*, 2011:34):

$$\pi_i = M_i - C_i \quad (3)$$

dengan : π_i keuntungan pemasaran pada lembaga ke-i (Rp/kg)

M_i margin pemasaran sawi (Rp/kg)

C_i biaya pemasaran (Rp/kg)

Untuk menganalisis tujuan ketiga, yaitu efisiensi pemasaran sawi (A'yun *dalam* Ratih, 2016:26):

$$f' s' sha = \frac{P}{P} \times 100\% \quad (4)$$

dengan : P_f harga sawi pada tingkat produsen (Rp/kg)

P_r harga sawi pada tingkat konsumen (Rp/kg)

Besar rasio keuntungan terhadap biaya digunakan rumus (A'yun *dalam* Ratih, 2016:26):

$$\text{Rasio keuntungan terhadap biaya} = \frac{\pi_i}{C_i} \times 100\% \quad (5)$$

dengan : π keuntungan pemasaran pada lembaga ke-i (Rp/kg)

C_i biaya pemasaran pada lembaga ke-i (Rp/kg)

Rasio margin pemasaran dengan rumus :

$$\text{PMR} = \frac{M}{P - P} \times 100\% \quad (6)$$

$$M_i = P_{s_i} - (P_{b_i} + C_i) \quad (7)$$

dengan : PMR pemasaran margin rasio (%)

M_i margin lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/kg)

P_{s_i} harga jual lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/kg)

P_{b_i} harga beli lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/kg)

C_j biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/kg)

P_{r_i} harga jual di tingkat pengecer (Rp/kg)

P_{f_i} harga jual di tingkat produsen (Rp/Kg)

Untuk menganalisis tujuan keempat, yaitu keadaan margin pemasaran apakah menyebar normal antar saluran pemasaran menggunakan analisis rasio skewness dan kurtosis dengan rumusan (Aritonang *dalam* Ratih, 2016:28):

$$\text{Kemiringan} = \frac{3-M}{S} \text{ atau}$$

$$\text{Kemiringan} = \frac{3(3-M)}{S} \quad (8)$$

dengan : $\bar{x}$ rata – rata margin pemasaran (Rp/kg)
 Mo modus margin pemasaran (Rp/kg)
 Med median margin pemasaran (Rp/kg)
 Sd deviasi standar (Rp/kg)

$$K = \frac{\frac{1}{2}(Q_3 - Q_1)}{P_{75} - P_{25}} \quad (9)$$

dengan : Q_1 kuartil pertama margin pemasaran (Rp/kg)
 Q_3 kuartil ketiga margin pemasaran (Rp/kg)
 P_{10} persentil ke-10 margin pemasaran (Rp/kg)
 P_{90} persentil ke-90 margin pemasaran (Rp/kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Sawi di Kecamatan Labuan Amas Selatan

Berdasarkan hasil penelitian, ada empat saluran pemasaran sawi di Kecamatan Labuan Amas Selatan, yaitu :

1. Saluran I
Petani → konsumen
2. Saluran II
Petani → pedagang pengecer pasar barabai → konsumen
3. Saluran III
Petani → pedagang pengumpul pasar barabai → pedagang besar (Tanjung & Buntok) → pedagang pengecer (Tanjung & Buntok) → konsumen (Tanjung & Buntok)
4. Saluran IV
Petani → pedagang pengumpul kecamatan → pedagang besar (Tanjung & Buntok) → pedagang pengecer (Tanjung & Buntok) → konsumen (Tanjung & Buntok)

Biaya, Margin dan Keuntungan

Saluran I. Biaya pada saluran I, yakni biaya penanggungan resiko/penyusutan Rp23,45/kg, pengangkutan Rp87,05/kg, sortasi Rp327,30/kg, pengepakan (karung) Rp54,41/kg, retribusi pasar Rp21,76/kg, retribusi sampah Rp21,76/kg, sewa tempat Rp43,53/kg, retribusi parkir Rp43,53/kg dan kantong plastik Rp108,82/kg. Komponen biaya pemasaran terbesar yang dikeluarkan adalah biaya pengemasan yaitu

sebesar Rp327,30/kg, sedangkan komponen biaya pemasaran terkecil adalah biaya retribusi pasar dan biaya retribusi sampah yaitu sebesar Rp21,76/kg.

Harga jual rata-rata sayur sawi ditingkat petani sebagai pedagang pengecer pada saluran I adalah Rp4.103,80/kg dengan margin pemasaran Rp1.603,80/kg. Besarnya nilai margin pemasaran tersebut sangat dipengaruhi oleh harga jual. Adapun keuntungan pemasaran pada saluran I adalah Rp872,19/kg.

Saluran II. Berdasarkan hasil penelitian, harga jual di tingkat petani Rp2.800,00/kg, sedangkan harga jual di tingkat pedagang pengecer Rp4.706,33/kg. Biaya pemasaran sayur sawi pada saluran II untuk pedagang pengecer meliputi biaya penanggungan resiko/penyusutan Rp29,54/kg, pengangkutan Rp69,19/kg, sortasi Rp327,30/kg, pengepakan (karung) Rp43,24/kg, retribusi pasar Rp17,30/kg, retribusi sampah Rp17,30/kg, sewa tempat Rp34,59/kg, retribusi parkir Rp34,59/kg dan kantong plastik Rp86,49/kg. Biaya terbesar yang dikeluarkan pedagang pengecer adalah biaya sortasi yaitu Rp327,30/kg, sedangkan biaya terkecil adalah retribusi pasar dan retribusi sampah yaitu sebesar Rp17,30/kg. Adapun margin pemasaran di tingkat pedagang pengecer pada saluran II adalah Rp1.906,33/kg. Keuntungan yang diterima pedagang pengecer adalah sebesar Rp1.246,79/kg.

Saluran III. Saluran III ini ada dua tujuan akhir produk yaitu daerah Tanjung dan Buntok. Harga jual di tingkat petani Rp4.200,00/kg, harga jual di tingkat pedagang pengumpul pasar dengan tujuan akhir produk daerah Tanjung adalah Rp8.000,00/kg, harga jual di tingkat pedagang besar adalah Rp10.000,00/kg dan harga jual di tingkat pedagang pengecer adalah Rp12.000,00/kg.

Adapun margin pemasaran di tingkat petani Rp1.700,00/kg. Biaya pemasaran untuk petani: biaya penanggungan resiko/penyusutan Rp34,70/kg, pengangkutan Rp89,52/kg, pengemasan Rp327,30/kg, pengepakan (karung) Rp55,95/kg dan retribusi parkir Rp44,76/kg.

Adapun margin pemasaran di tingkat pedagang besar pada saluran III adalah Rp2.000,00/kg. Biaya pemasaran untuk pedagang besar: biaya penanggungan resiko/penyusutan Rp75,00/kg, pengangkutan Rp62,50/kg, bongkar muat Rp125,00/kg, retribusi pasar Rp7,50/kg,

retribusi sampah Rp5,00/kg dan retribusi parkir Rp12,50/kg.

Adapun margin pemasaran di tingkat pedagang pengecer pada saluran III adalah Rp2.000,00/kg. Biaya pemasaran untuk pedagang pengecer meliputi biaya retribusi pasar Rp20,00/kg, retribusi sampah Rp10,00/kg, sewa tempat Rp30,00/kg, retribusi parkir Rp20,00/kg dan kantong plastik Rp50,00/kg. Untuk margin total pada saluran III dengan tujuan akhir produk daerah Tanjung adalah sebesar Rp9.900,00. Keuntungan petani Rp1.147,77/kg, keuntungan pedagang pengumpul pasar Rp3.480,00/kg, keuntungan pedagang besar Rp1.712,5/kg dan keuntungan pedagang pengecer 1.870,00/kg.

Adapun Saluran III untuk tujuan akhir yaitu daerah Buntok. Harga jual di tingkat petani Rp4.200,00/kg, harga jual di tingkat pedagang pengumpul pasar Rp8.000,00/kg, harga jual di tingkat pedagang besar Rp12.000,00/kg dan harga jual di tingkat pedagang pengecer Rp15.000,00/kg.

Adapun margin pemasaran di tingkat petani dengan harga pada saluran lainnya Rp2.500,00/kg adalah Rp1.700,00/kg. Biaya pemasaran sawi untuk petani: biaya penanggungan resiko/penyusutan Rp34,70/kg, pengangkutan Rp89,52/kg, pengemasan Rp327,30/kg, pengepakan (karung) Rp55,95/kg dan retribusi parkir Rp44,76/kg.

Adapun margin pemasaran di tingkat pedagang pengumpul pasar Rp3.800,00/kg. Biaya pemasaran sawi untuk pedagang pengumpul pasar: biaya bongkar muat Rp250,00/kg, retribusi parkir Rp10,00/kg dan kantong plastik Rp60,00/kg.

Adapun margin pemasaran di tingkat pedagang besar Rp4.000,00/kg. Biaya pemasaran sawi untuk pedagang besar: biaya penanggungan resiko/penyusutan Rp 90,00/kg, pengangkutan Rp187,50/kg, bongkar muat Rp125,00/kg, retribusi pasar Rp7,50/kg, retribusi sampah Rp5,00/kg dan retribusi parkir Rp12,50/kg.

Adapun margin pemasaran di tingkat pedagang pengecer adalah Rp3.000,00/kg. Biaya pemasaran untuk pedagang pengecer: biaya retribusi pasar Rp13,33/kg, retribusi sampah Rp6,67/kg, sewa tempat Rp20,00/kg, retribusi parkir Rp13,33/kg dan kantong plastik Rp33,33/kg. Untuk margin total pada saluran III dengan tujuan akhir produk daerah Buntok adalah sebesar Rp12.900,00. Keuntungan petani

Rp1.147,77/kg, keuntungan pedagang pengumpul pasar Rp3.480,00/kg, keuntungan pedagang besar Rp3.572,50/kg dan keuntungan pedagang pengecer Rp2.913,34/kg.

Saluran IV. Berdasarkan hasil penelitian, harga jual di tingkat petani Rp2.875,00/kg, harga jual di tingkat pedagang pengumpul Kecamatan dengan tujuan akhir produk daerah Tanjung Rp8.000,00/kg, harga jual di tingkat pedagang besar Rp10.000,00/kg dan harga jual di tingkat pedagang pengecer Rp12.000,00/kg.

Adapun margin pemasaran di tingkat pedagang pengumpul Kecamatan Rp5.125,00/kg. Biaya pemasaran sawi untuk petani: biaya penanggungan resiko/penyusutan Rp23,73/kg, pengangkutan Rp10,00/kg, pengemasan Rp327,30/kg, pengepakan (karung) Rp6,25/kg dan retribusi parkir Rp5,00/kg.

Adapun margin pemasaran di tingkat pedagang besar Rp2.000,00/kg. Biaya pemasaran sawi untuk pedagang besar: biaya penanggungan resiko/penyusutan Rp75,00/kg, pengangkutan Rp62,50/kg, bongkar muat Rp125,00/kg, retribusi pasar Rp7,50/kg, retribusi sampah Rp5,00/kg dan retribusi parkir Rp12,50/kg.

Adapun margin pemasaran di tingkat pedagang pengecer Rp3.000,00/kg. Biaya pemasaran pedagang pengecer: biaya retribusi pasar Rp20,00/kg, retribusi sampah Rp10,00/kg, sewa tempat Rp30,00/kg, retribusi parkir Rp20,00/kg dan kantong plastik Rp50,00/kg. Untuk margin total pada saluran IV dengan tujuan akhir produk daerah Tanjung adalah sebesar Rp9.125,00. Keuntungan petani Rp4.752,72/kg, keuntungan pedagang besar Rp1.712,50/kg dan keuntungan pedagang pengecer Rp1.870,00/kg.

Adapun saluran IV dengan tujuan akhir yaitu daerah Buntok. Berdasarkan hasil penelitian, harga jual di tingkat petani pada saluran IV untuk tujuan akhir yaitu daerah Buntok adalah Rp2.875,00/kg, harga jual di tingkat pedagang pengumpul Kecamatan dengan tujuan akhir produk daerah Tanjung Rp8.000,00/kg, harga jual di tingkat pedagang besar Rp12.000,00/kg dan harga jual di tingkat pedagang pengecer Rp15.000,00/kg.

Adapun margin pemasaran pedagang pengumpul kecamatan pada saluran IV adalah Rp5.125,00/kg. Biaya pemasaran sawi untuk petani : biaya penanggungan resiko/penyusutan Rp23,73/kg, pengangkutan Rp10,00/kg, pengemasan Rp327,30 per kg, pengepakan

(karung) Rp6,25/kg dan retribusi parkir Rp5,00/kg.

Adapun margin pemasaran pedagang besar Rp4.000,00/kg. Biaya pemasaran sawi untuk pedagang besar: biaya penanggungan resiko/penyusutan Rp75,00/kg, pengangkutan Rp62,50/kg, bongkar muat Rp125,00/kg, retribusi pasar Rp7,50/kg, retribusi sampah Rp5,00/kg dan retribusi parkir Rp12,50/kg.

Adapun margin pemasaran pedagang pengecer Rp3.000,00/kg. Biaya pemasaran untuk pedagang pengecer: biaya retribusi pasar Rp13,33/kg, retribusi sampah Rp6,67/kg, sewa tempat Rp20,00/kg, retribusi parkir Rp13,33/kg dan kantong plastik Rp33,33/kg. Untuk margin total pada saluran III dengan tujuan akhir produk daerah Tanjung adalah sebesar Rp12.125,00. Keuntungan petani Rp4.752,72/kg, keuntungan pedagang besar Rp3.572,50/kg dan keuntungan pedagang pengecer Rp2.913,34/kg.

Efisiensi Pemasaran

Farmer's Share. Perhitungan *farmer's share* pada penelitian ini adalah harga sawi tingkat produsen dibagi harga sawi tingkat konsumen akhir dikali 100%. Berdasarkan hasil penelitian, *farmer's share* tertinggi terletak pada saluran I 60,92%. Hal ini karena pada saluran I, semua perhitungan berhenti pada saat petani langsung menjual/memasarkan sawi ke konsumen akhir di pasar. Sedangkan *farmer's share* terendah terletak pada saluran III untuk produk tujuan akhir daerah Butok yaitu sebesar 16,67%. Hal ini karena perhitungan berhenti pada saat pedagang pengecer menjual/memasarkan sawi ke konsumen akhir di pasar.

Farmer's share pada saluran II, saluran III untuk produk tujuan akhir daerah Tanjung, saluran IV untuk produk tujuan akhir daerah Tanjung dan saluran IV untuk produk tujuan akhir daerah Butok masing-masing sebesar 59,49%, 20,83%, 23,96 dan 19,17. Hal ini karena harga akhir yang dipakai adalah harga ketika pedagang pengecer menjual/ memasarkan sawi ke konsumen akhir di pasar tersebut.

Berdasarkan teori, dikatakan bahwa apabila nilai dari *share* harga atau bisa disebut sebagai *farmer's share* > 50,00%, maka sudah bisa untuk dianggap efisien. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa untuk saluran I dan II pemasaran sawi dianggap efisien. Karena untuk

pemasaran sawi, nilai *farmer's share* untuk saluran I dan II > 50,00%.

Rasio Keuntungan dan Rasio Margin Pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian, rasio keuntungan pada saluran III untuk produk tujuan akhir daerah Tanjung dengan saluran IV untuk produk tujuan akhir daerah Tanjung tingkat pedagang pengumpul besar memiliki nilai yang sama dikarenakan nilai keuntungan, harga jual dari pedagang besar dan biaya pemasaran memiliki nilai yang sama. Harga jual sawi pedagang besar untuk saluran III dan IV memiliki nilai yang sama pada pedagang pengecer untuk tujuan akhir produk daerah Tanjung. Biaya pemasaran saluran III dan IV untuk produk tujuan akhir daerah Tanjung memiliki nilai yang sama. Untuk biaya pemasaran saluran III dan IV untuk produk tujuan akhir daerah Tanjung pedagang pengecer memiliki nilai yang sama.

Selain itu, rasio keuntungan tingkat pedagang pengecer saluran III dan IV untuk produk tujuan akhir daerah Buntok juga memiliki nilai yang sama dikarenakan nilai keuntungan, harga jual dari pedagang pengecer dan biaya pemasaran memiliki nilai yang sama. Harga jual sawi pedagang pengecer untuk saluran III dan IV juga memiliki nilai yang sama ke konsumen akhir. Biaya pemasaran saluran III dan IV untuk produk tujuan akhir daerah Tanjung pedagang pengecer memiliki nilai yang sama.

Berdasarkan hasil penelitian rasio margin pemasaran tertinggi terletak pada tingkat pedagang pengecer saluran II yaitu sebesar 65,40%. Hal ini dikarenakan nilai dari marginnya sebesar Rp1.246,79/kg bagi Rp1.906,33/kg (selisih harga jual di tingkat pengecer dengan produsen). Hal ini berbeda dengan rasio margin pemasaran terendah terletak pada tingkat pedagang besar saluran III untuk produk tujuan akhir daerah Tanjung yaitu sebesar 18,03%. Hal ini disebabkan nilai dari marginnya sebesar Rp1.712,50/kg bagi Rp9.500/kg (selisih harga jual di tingkat pengecer dengan produsen).

Sebaran Margin Pemasaran antara Saluran Pemasaran

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan maka didapatkan nilai skewness pada saluran II Sebesar 0,609. Pada perhitungan nilai skewness dengan menggunakan rumus pearson maka pada saluran II kemiringan data mengarah ke kanan

(kemiringan positif) dimana nilai mean lebih besar dari nilai modus. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien kemiringan sebesar 2,191 atau 0,730 dimana nilai margin pemasaran saluran II terdapat nilai yang agak besar sehingga menaikkan nilai hitung rata-rata margin pada saluran pemasaran II. Pada pengukuran Z-Skewness di tingkat signifikan (alpha) 5% didapat nilai Z kritis 1,96 diketahui bahwa data margin memiliki nilai $-1,96 < Z\text{-Skewness} = 0,556 < 1,96$ yang berarti data mendekati simetris. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data pemasaran normal yang artinya nilai margin pemasaran pada tingkat petani ke pedagang pengecer menyebar secara merata dan tidak ada pengaruh terhadap nilai rata-rata margin.

Nilai kurtosis pada saluran II sebesar -3,333. Pada saluran III dan saluran IV (produk akhir ke daerah Tanjung dan Buntok) nilai skewness dan nilai kurtosis tidak dapat dihitung karena data yang ada kurang dari tiga poin, atau deviasi standar sampel nol. Dengan demikian pada tingkat signifikan (alpha) 5% didapat nilai Z kritis 1,96 yang berarti keruncingan data adalah simetris dan berdistribusi normal. Dimana pada saluran III dan saluran IV (produk akhir ke daerah Tanjung dan Buntok) nilai $-1,96 < Z\text{-Kurtosis} = 0 < 1,96$. Begitu pula pada perhitungan nilai kurtosis dimana nilai kurtosis pada saluran II yaitu $Z\text{-Kurtosis} = -3,333 < 1,96$ (Lampiran 38). Nilai kurtosis pada saluran III dan saluran IV (produk akhir ke daerah Tanjung dan Buntok) yaitu $-1,96 < Z\text{-Kurtosis} = 0 < 1,96$. Berarti keruncingan data pada saluran I, II, III, dan IV adalah mesokurtik. Atau memiliki distribusi normal. Dengan demikian dapat diketahui bahwa margin total pemasaran pada saluran I, II, III, dan IV memiliki pemasaran margin yang secara merata pada setiap lembaga pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapat beberapa kesimpulan yaitu :

1. Saluran pemasaran sawi di Kecamatan Labuan Amas Selatan ada empat saluran yaitu (a) petani → konsumen; (b) petani → pedagang pengecer pasar barabai → konsumen; (c) petani → pedagang

pengumpul pasar barabai → pedagang besar (Tanjung & Buntok) → pedagang pengecer (Tanjung & Buntok) → konsumen (Tanjung & Buntok); (d) petani → pedagang pengumpul kecamatan → pedagang besar (Tanjung & Buntok) → pedagang pengecer (Tanjung & Buntok) → konsumen (Tanjung & Buntok)

2. Besar biaya, margin dan keuntungan pada saluran I adalah Rp731,61/kg, Rp1.603,8/kg dan Rp872,19/kg. Besarnya biaya, margin dan keuntungan pada saluran II adalah Rp659,54/kg, Rp1.906,33/kg, dan Rp1.246,79/kg. Besarnya biaya, margin dan keuntungan pada saluran III (Tanjung) adalah Rp1.289,73/kg, Rp9.900/kg, dan Rp8.610,27/kg. Besarnya biaya, margin, keuntungan pada saluran III (Buntok) adalah Rp1.386,39/kg, Rp12.900/kg, Rp11.513,61. Besarnya biaya, margin dan keuntungan pada saluran IV (Tanjung) adalah Rp 744,78/kg, Rp9.125/kg, dan Rp8.335,22. Besarnya biaya, margin, dan keuntungan pada saluran IV (Buntok) adalah Rp701,44/kg, Rp12.125/kg, dan Rp11.238,56/kg.
3. Saluran pemasaran yang paling efisien yaitu dilihat dari margin pemasaran, *Farmer's share* dan rasio keuntungan pada saluran I dan II.
4. Sebaran data margin pemasaran pada tingkat signifikan (alpha) 5% untuk saluran II, III dan IV pada pengujian skewness dan kurtosis dikatakan berdistribusi normal. Keruncingan data pada saluran II, III dan IV adalah mesokurtik. Jadi, margin total pemasaran saluran II, III, dan IV menyebar normal antar saluran pemasaran.

Saran

1. Para petani diharapkan untuk lebih aktif dalam mengikuti ataupun mengetahui informasi mengenai harga pasar agar pada saat menjual bawang daun petani dapat memiliki acuan dalam menentukan harga.
2. Perlunya ditingkatkan kembali kerjasama antar petani dalam kelompok tani untuk dapat membuat suatu saluran tataniaga yang terkoordinasi dengan jalur distribusi yang jelas, sehingga saluran tataniaga yang terjadi dapat meningkatkan efisiensi tataniaga. Dengan demikian, posisi tawar-menawar petani dapat lebih kuat dalam proses tataniaga bawang daun, daripada tataniaga yang dilakukan secara individu.

3. Diharapkan adanya dukungan dari pemerintah dalam hal peningkatan pengetahuan dan keterampilan petani misalnya dengan pelatihan mengenai inovasi fungsi-fungsi pemasaran. Serta memberikan peningkatan modal bagi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2014. *Kalimantan Selatan dalam Angka*. BPS. Kalsel
- Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Labuan Amas Selatan. 2014. *Rencana Kerja Penyuluhan Pertanian*. Barabai.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Hulu Sungai Tengah Provinsi Kalimantan Selatan. 2014. *Keadaan Pertanaman dan Produksi Sayuran Kabupaten HST*. Barabai
- Harifuddin, Aisyah, Budiman. 2011. *Analisis Margin Dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut Di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkep*. Jurnal Agribisnis Vol. X (3) September.
- Ratih, R. S. 2016. *Analisis Tataniaga Bawang Daun (Allium fistulosum L.) Di Kecamatan Landasan Ulin*. Kota Banjarbaru. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat.
- Zuraida, Yayuk Minta. 2015. *Efisiensi Pemasaran Kacang Tanah (Arachis Hypogaeae L) Di Kelurahan Landasan Ulin Tengah Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan*. Jurnal Ziraah. UNISKA Banjarmasin. Volume 40 Nomor 3, Oktober.