

ANALISIS PEMASARAN KEDELAI (*Glycine max*) DI KECAMATAN KARANG INTAN KABUPATEN BANJAR PROVINSI KALIMANTAN SELATAN

Marketing Analysis of Soy (*Glycine max*) in Karang Intan District, Banjar Regency, South Borneo Province

Abdur Rahim*, Husaini, Mira Yulianti

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

*Corresponding author: abdurrahiim8@gmail.com

Abstrak. Sektor primer pertanian menjadi peran penting dalam strategi pengembangan pertanian karena prospek cerah yang dimiliki usaha dalam bidang agribisnis memiliki kesempatan yang besar untuk dikembangkan bagi pelaku usaha bisnis. Perpindahan hasil kedelai dimulai dari tangan petani kedelai sampai dengan konsumen akhir disebut juga pemasaran kedelai. Tujuan akhir dari berusahatani adalah memasarkan hasil produksi oleh karena itu pemasaran menjadi hal yang penting dalam berusahatani. Perkembangan produksi kedelai di Kabupaten Banjar terus mengalami peningkatan. Penelitian ini bertujuan agar saluran pemasaran kedelai dapat diketahui, besarnya biaya, margin, *farmer's share*, tingkat efisiensi serta keuntungan yang diterima produsen atau petani di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. *Simple random sampling* adalah metode yang digunakan dalam menentukan sampel. Responden yang diambil didalam penelitian ini berjumlah 30 orang. Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran komoditas kedelai yang ada di Kecamatan Karang Intan memiliki dua pola yaitu saluran pemasaran I (petani - pedagang tengkulak - pabrik pengolahan tahu dan tempe) yang diikuti petani sebanyak 70%. Saluran pemasaran II (petani - pedagang tengkulak - pedagang pengecer - konsumen akhir) sebanyak 30%. Biaya pemasaran yang tertinggi diantara dua saluran adalah biaya pada saluran II yaitu sebesar Rp 169,56/kg. Saluran II menjadi margin terbesar yaitu sebesar Rp 1.680/kg. Keuntungan yang diterima terbesar berada pada saluran II adalah sebesar Rp 1.510,44/kg, Saluran I menjadi *farmer's share* petani tertinggi yaitu sebesar 73,33%. Saluran distribusi yang efisien adalah di saluran II karena keuntungannya merata kepada seluruh pihak yang terlibat.

Kata kunci: analisis pemasaran, kedelai, saluran pemasaran

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian yang ada di Indonesia menjadi sektor yang terpenting dalam sektor pembangunan ekonomi. Sektor ini cukup bagus peningkatannya. Sektor lain mengalami pertumbuhan negatif sementara sektor pertanian peningkatannya positif (Sukino, 2013).

Komoditi pangan paling utama setelah padi dan jagung adalah kedelai. Kandungan protein nabati dan nilai gizi yang terdapat pada kedelai jumlahnya sangat tinggi. Selain itu kandungan zat anti oksidan yang tinggi sehingga dapat bermanfaat untuk kesehatan yang baik dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia (Adisarwanto, 2008).

Kedelai merupakan salah satu komoditas unggulan bagi masyarakat dan sebagai tambahan penghasilan bagi sebagian masyarakat Kabupaten Banjar. Produksi kedelai yang dihasilkan di Kabupaten Banjar pada tahun 2017 mencapai 3.867,52 urutan ketiga terbesar di Kalimantan Selatan setelah Kabupaten Kotabaru dan Kabupaten Balangan. Kedelai biasa diproses kembali sehingga memiliki nilai tambah. Misalnya dijadikan olahan tempe, kecap, susu kedelai dan lain-lain.

Dibandingkan protein nabati lainnya seperti kacang tanah dan kacang hijau, kedelai menjadi sumber protein memiliki harga relatif lebih murah (Badan Litbang Pertanian, 2015).

Pemasaran kedelai di Kecamatan Karang Intan secara umum menarik untuk dikaji. Hal ini dikarenakan sebagian besar penjualan kedelai dari petani adalah ke pabrik-pabrik pengolahan kedelai dan juga langsung dijual sendiri. Dengan keterbatasan pasokan kedelai yang dimiliki, pelaku usahatani kedelai memiliki saluran pemasaran serta skala produksi yang bervariasi. Selama ini pemasaran kedelai sebagai salah satu produk pertanian dianggap masih kurang efisien dilihat dari hasil bagi keuntungan yang didapat oleh petani dengan lembaga pemasaran. Hal ini bisa dilihat dari rendahnya harga jual kedelai pada tingkat produsen terutama pada petani skala kecil. Justru harga relatif mahal harus dibayarkan oleh konsumen akhir.

Pemasaran kedelai terhadap pendapatan petani mempunyai pengaruh karena berkaitan dengan tingkat harga kedelai yang diterima petani. Permasalahan dalam pemasaran seperti bentuk pasar yang tidak bersaing, pemasarannya sendiri yang tidak efisien, saluran pemasaran yang panjang, sistem kelembagaan pemasaran tidak sehat, sarana dan juga prasarana transportasi yang tidak mencukupi menjadi faktor yang mempengaruhi harga ditingkat petani. Kondisi inilah yang menyebabkan perlu diadakan penelitian.

Pemasaran kedelai di Kecamatan Karang Intan secara umum menarik untuk dikaji. Hal ini dikarenakan sebagian besar penjualan kedelai dari petani adalah ke pabrik-pabrik pengolahan dan juga langsung dijual sendiri. Sehingga dengan variasi skala produksi kedelai yang berbeda-beda, saluran pemasaran pelaku usaha kedelai menjadi berbeda-beda sesuai dengan pasokan yang dimilikinya. Selama ini pemasaran kedelai sebagai salah satu produk pertanian dianggap kurang efisien terlihat dari hasil bagi keuntungan yang diterima petani dengan lembaga pemasaran.

Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini bertujuan untuk (1): Saluran pemasaran kedelai yang ada di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan selatan dapat diketahui; (2) mengetahui besarnya biaya, margin, *farmer's share*, tingkat efisiensi serta keuntungan yang diterima produsen/petani kedelai yang berada di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan.

Kegunaan penelitian ini adalah (1): bagi ULM penelitian ini bisa sebagai alat ukur berhasilnya proses belajar mengajar dan sebagai wujud abdi untuk masyarakat; (2) bagi pemerintah bisa digunakan sebagai informasi tentang apa kebutuhan petani; (3) bagi peneliti bisa dijadikan sebagai sumber ilmu pengetahuan; (4) bagi petani sebagai informasi dalam rangka menyalurkan hasil usahatannya dan mendapatkan keuntungan dengan cara yang efisien.

METODE

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar pada Agustus 2018 sampai Desember 2019, mulai dari tahap penyiapan proposal, pengumpulan data hingga tahap penyusunan laporan hasil.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara membagikan angket atau kuesioner yang telah disediakan sebelumnya secara langsung. Sedangkan itu untuk data sekunder didapatkan dari instansi dan lembaga-lembaga yang terkait seperti Dinas Pertanian dan Balai Penyuluhan Pertanian (BPP), kepustakaan untuk mendukung penelitian ini.

Metode Penarikan Contoh

Penarikan contoh dilakukan pada tiga lokasi yaitu dengan memilih Desa Kiram, Desa Biih dan Desa Balau. Jumlah responden yang diperlukan adalah sebanyak 30 orang petani kedelai. Untuk menentukan sampel dilakukan dengan teknik pemilihan sampel secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Hal ini bertujuan agar jumlah sampel tersebut dapat digeneralisasikan sebagai yang dapat mewakili populasi.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang digunakan pada penelitian ini meliputi:

1. Luas lahan adalah lahan garapan yang digunakan oleh petani agar bisa melakukan usahatani kedelai yang satuannya adalah hektar.

2. Produktivitas adalah hasil produksi kedelai yang telah dibagi ke dalam satuan luas lahan dan diukur dalam satuan kilogram per hektar.
3. Besarnya nilai tunai yang digunakan petani sebagai modal untuk membeli benih kedelai, upah tenaga kerja luar keluarga, pupuk, sewa lahan, dan pajak lahan merupakan pengertian dari biaya tunai
4. Biaya total adalah hasil jumlah biaya non tunai dengan biaya tunai atau biaya yang diperhitungkan.
5. Saluran pemasaran merupakan rangkaian organisasi yang terkait dan yang terlibat didalam proses pengolahan produk atau jasa yang siap digunakan dan dikonsumsi.
6. Lembaga pemasaran adalah badan usaha untuk menjalankan fungsi tataniaga, bergerak dari produsen kepada konsumen.
7. Biaya pemasaran yaitu biaya yang digunakan sebagai keperluan pemasaran, biaya ini juga mencakup biaya pengangkutan, biaya bongkar muat, biaya sortir, biaya pengemasan, serta biaya tenaga kerja yang digunakan dengan satuan rupiah (Rp).
8. Beda antara harga suatu produk yang diterima produsen dengan harga yang dibayar konsumen dengan satuan rupiah (Rp) disebut margin pemasaran.
9. Keuntungan pemasaran adalah perbedaan antara harga yang dibayar kepada produsen dengan harga yang diberikan konsumen dengan satuan rupiah (Rp).
10. *Farmer's share* adalah harga yang betul-betul didapat petani, lalu kemudian dibagi harga yang dibayarkan konsumen akhir dikalikan 100% (%).
11. Produsen adalah badan usaha atau seseorang yang menghasilkan output yang berbentuk barang dan jasa.

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama, yaitu saluran pemasaran kedelai yang berada di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan dengan cara melakukan pendekatan kelembagaan (*Institutional approach*). Sedangkan untuk mengetahui lembaga yang terlibat dalam proses saluran pemasaran yaitu dengan mempelajari lembaga-lembaga apa saja yang ikut serta didalam penyampaian hasil kedelai dari produsen yaitu adalah petani hingga sampai ke konsumen..

Saluran pemasaran kedelai yang terdapat di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan adalah dengan menelusuri saluran yang dilalui oleh kedelai yang bergerak dari petani hingga ke tangan konsumen. Dari hasil penelusuran tersebut kemudian digolongkan ke dalam beberapa kelompok yang berbeda berdasarkan pola yang terbentuk.

Untuk menjawab tujuan kedua adalah agar dapat diketahui besarnya biaya, margin, *farmer's share*, tingkat efisiensi serta keuntungan yang diterima petani kedelai di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan maka akan dilakukan pengujian sebagai berikut. Biaya pemasaran dihitung berdasarkan rumus:

$$C_i = A_i \times P_i \quad (1)$$

dengan: C biaya pemasaran (Rp)

A kegiatan-kegiatan pengangkutan (tenaga kerja)

P harga yang dikeluarkan pada kegiatan pengangkutan (tenaga kerja) (Rp/kg)

i tingkat petani, tingkat pedagang pengumpul ataupun tingkat pedagang

Margin pemasaran adalah selisih diantara harga ditingkat petani (P_f) dengan harga ditingkat konsumen akhir (P_r). Margin total didapat berasal dari perbedaan diantara harga jual di petani produsen (P_f) dengan harga jual yang terdapat pada pedagang pengecer (P_r). Margin pemasaran dapat dirumuskan secara matematis sebagai berikut (Asmarantaka, 2012).

$$M = P_r - P_f \quad (2)$$

dengan: MT margin pemasaran

P_r harga tingkat konsumen akhir

P_f harga tingkat petani produsen

Farmer's share digunakan sebagai perbandingan antara besarnya bagian hasil yang diterima petani dengan harga yang dibayar konsumen akhir yang berbentuk persentase. Oleh karena itu besar kecil *farmer's share* dengan margin sangat berbanding terbalik. Semakin besar margin pemasaran, nilai *farmer's share* akan berkurang. Semakin kecil margin pemasaran, maka nilai *farmer's share* akan meningkat. *Farmer's share* dapat dirumuskan yaitu.

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \quad (3)$$

dengan: F_s *farmer's share*.

P_f harga ditingkat petani.

P_r harga ditingkat konsumen.

Efisiensi tataniaga dalam proses pemasaran kedelai di Kecamatan Karang Intan dapat dilihat dari indikator. Indikator tersebut antara lain harga ditingkat petani, margin, *farmer's share*, dan juga rasio keuntungan atas biaya. Efisiensi tataniaga berdasarkan analisis margin yaitu melihat saluran pemasaran mana yang memiliki margin terendah. Efisiensi terlihat dari analisis keuntungan rasio atas biaya yaitu apabila rasio keuntungan dan biaya dalam sistem merata disetiap. lembaga. Berdasarkan analisis *farmer's share* efisiensi pemasaran yaitu dilihat dari saluran pemasaran mana yang memiliki nilai *farmer's share* paling besar.

Rasio keuntungan terhadap biaya adalah jumlah persentase dari keuntungan yang didapatkan pada saat pemasaran terhadap jumlah biaya pemasaran. Hasil rasio keuntungan terhadap biaya memperlihatkan berapa besarnya disetiap satuan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran. Sistem pemasaran akan efisien apabila π_i/c_i positif sedangkan apabila π_i/c_i negatif menyebabkan sistem pemasaran tidak efisien. Rasio keuntungan terhadap biaya dapat dihitung dan dirumuskan yaitu.

$$\text{Rasio keuntungan} = \frac{\pi_i}{C_i} \quad (3)$$

dengan: π_i keuntungan lembaga pemasaran ke-i.

C_i biaya pemasaran ke-i.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani Responden

Dari hasil pengumpulan data, diperoleh informasi mengenai data petani kedelai responden yang berisi umur, tingkat pendidikan petani, pekerjaan, pengalaman dalam berusahatani, tanggungan keluarga petani responden.

Umur. Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa kisaran umur para petani responden 30-65 tahun. Dengan kata lain dapat diketahui bahwa petani masih tergolong didalam usia yang sangat produktif, dimana dalam usia tersebut petani masih sangat mampu untuk bekerja sebagai upaya agar kebutuhan perekonomian keluarga

dapat terpenuhi. Fisik yang mereka miliki masih mempunyai kemampuan yang masih sangat optimal dan dapat menerima respon yang sangat baik dalam upaya menerima hal-hal baru yang berguna yang sebelumnya belum diketahui sebagai perbaikan usahatani yang dijalankan dan memaksimalkan usahatani tersebut. Selain itu, di umur yang masih tergolong produktif ini petani masih sangat aktif untuk melakukan kegiatan lain selain usahatani. Hal ini bisa dilihat sebagian petani responden usaha yang dilakukannya ada terdapat usaha sampingan lainnya.

Tingkat Pendidikan. Tingkat pendidikan petani kedelai di Kecamatan Karang Intan dapat diketahui bahwa mayoritas pendidikan adalah berpendidikan SD/ sederajat yaitu sebesar 53%, pendidikan SLTP/ sederajat yaitu sebesar 27% dan petani responden berpendidikan SLTA/ sederajat yaitu sebesar 20%.

Tabel 1. Tingkat pendidikan petani kedelai

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah.	Persentase (%)
1	SD/ Sederajat	16	53
2	SLTP/ Sederajat	8	27
3	SLTA/ Sederajat	6	20
Jumlah		30	100

Sumber: Pengolahan data primer, 2020

Menurut data tersebut menunjukkan bahwa pendidikan petani memang masih tergolong rendah tetapi pada umumnya mempunyai kemampuan untuk membaca dan menulis. Kondisi ini tentunya sangat mendukung untuk aktivitas usahatani petani pada saat sekarang ini hingga masa mendatang.

Pekerjaan. Selain bertani, petani umumnya memiliki pekerjaan lain diluar pertanian sebagai pekerjaan utama serta pekerjaan sampingan, yaitu pedagang dan peternak. Pekerjaan sampingan tersebut untuk menambah pendapatan rumah tangga. Dari hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa petani kedelai di Kecamatan Karang Intan yang pekerjaan utamanya sebagai petani sumber pendapatannya sebesar 90%, sedangkan yang terendah adalah memiliki pekerjaan utama petani dan sampingan peternak sebesar 3% dan petani yang mempunyai sampingan sebagai pedagang sebesar 7%.. Berikut data jumlah dan persentase petani responden menurut pekerjaan bias terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah dan persentase menurut pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
	Utama	Sampingan		
1	Petani		27	90
2	Petani	Pedagang	2	7
3	Petani	Peternak	1	3
Jumlah.			30	100

Sumber: Pengolahan data primer, 2020

Pengalaman Berusahatani. Dari hasil data yang disajikan di Tabel 3 diketahui bahwa pengalaman berusahatani petani responden kedelai yaitu 27-33 tahun sebesar 40%, sedangkan yang terendah yaitu antara 41-48 tahun sebesar 3%. Dengan kata lain diketahui bahwa hampir semua petani kedelai di Kecamatan Karang Intan memiliki pengalaman berusahatani yang cukup lama dan menghasilkan produksi kedelai yang maksimal. Selain itu pengalaman yang dimiliki oleh petani sangat membantu untuk peningkatan hasil produksi kedelai. Data jumlah dan persentase responden menurut lama berusahatani kedelai dapat dilihat di Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Jumlah petani dan persentase berdasarkan pengalaman berusahatani kedelai

No	Pengalaman (Tahun).	Jumlah (orang).	Persentase (%)
1	20-26	9	30
2	27-33	12	40
3	34-40	8	27
4	41-48	1	3
Jumlah		30	100

Sumber: Pengolahan data primer, 2020

Tanggungan Keluarga. Umumnya tanggungan keluarga adalah anak, istri dan juga anggota keluarga lain. Petani responden memiliki tanggungan keluarga dengan kisaran 1-6 orang. Diketahui bahwa banyaknya jumlah tanggungan keluarga yang paling banyak adalah 1-2 orang menjadikan jumlah tanggungan ini menjadi yang terbesar yaitu sebesar 67% dan paling sedikit jumlah tanggungan keluarganya adalah 5-6 orang sebesar 3%. Dengan kata lain bahwa jumlah tanggungan keluarga petani menunjukkan petani masih berperan sangat penting dalam menanggung biaya hidup keluarga petani itu sendiri. Berikut data jumlah persentase responden menurut tanggungan keluarga bisa dilihat di Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah dan persentase responden menurut tanggungan keluarga

No	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1-2	20	67
2	3-4	9	30
3	5-6	1	3
Jumlah.		30	100

Sumber: Pengolahan data primer, 2020

Karakteristik Pedagang Tengkulak

Pedagang tengkulak membeli kedelai di Kecamatan Karang Intan berjumlah 2 orang yang berumur 47 dan 50 tahun. Pendidikan terakhir kedua pedagang tersebut adalah SLTA/ sederajat. Pedagang tengkulak memiliki pengalaman berdagang 10 dan 12 tahun.

Karakteristik Pedagang Pengecer

Umur. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa pedagang pengecer berumur berkisar antara 35-57 tahun yang artinya masuk didalam kategori usia produktif yang artinya dalam usia tersebut pedagang pengecer masih sangat mampu bekerja, kemampuan fisik pedagang pengecer punya juga masih sangat optimal sehingga memiliki respon yang baik dalam menerima suatu hal baru yang sangat berguna sebagai upaya memaksimalkan usaha yang dijalannya.

Tingkat Pendidikan. Tingkat pendidikan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pola pikir yang dimiliki pedagang dalam melakukan aktivitas pemasaran. Mayoritas tingkat pendidikan pedagang pengecer sebesar 40% adalah berpendidikan SLTP/ sederajat. Pendidikan tertinggi pedagang pengecer adalah pada tingkat pendidikan SLTA/ sederajat yaitu sebanyak 60%. Berikut data dan jumlah persentase pedagang pengecer berdasarkan tingkat pendidikan.

Tabel 5. Jumlah dan persentase pedagang pengecer berdasarkan tingkat pendidikan

No	Tingkat Pendidikan.	Jumlah. (orang)	Persentase. (%)
1	SLTP/ Sederajat	2	40
2	SLTA/ Sederajat	3	60
Jumlah		5	100

Sumber: Pengolahan data primer, 2020

Pengalaman Berdagang. Pedagang pengecer memiliki pengalaman berdagang berkisar antara 10-27 tahun. Pengalaman berdagang pengecer yang tertinggi yaitu 10-15 yaitu sebesar 60%, sedangkan yang terendah yaitu antara 21-27 tahun sebesar 40%. Pada pedagang pengecer tidak memiliki usaha atau pekerjaan lain. Berikut jumlah dan persentase pedagang pengecer berdasarkan pengalaman berdagang

Tabel 6. Jumlah dan persentase pedagang pengecer berdasarkan pengalaman berdagang

No.	Pengalaman (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	10-15	3	60
2	16-20	0	0
3	21-27	2	40
Jumlah		5	100

Sumber: Pengolahan data primer, 2020

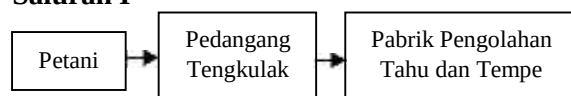
Saluran Pemasaran Kedelai

Berdasarkan hasil penelitian, lembaga-lembaga pemasaran berikut adalah ikut terlibat didalam saluran pemasaran.

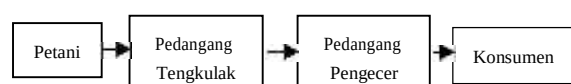
1. Pedagang tengkulak melakukan kegiatan pemasaran dengan cara membeli kedelai dari petani dan menjualnya kepada pabrik pengolahan tahu dan tempe maupun pedagang pengecer.
2. Pedagang pengecer melakukan kegiatan pemasaran dengan membeli kedelai dari petani dan menjualnya kepada konsumen.

Saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Karang Intan seperti gambar berikut.

Saluran I



Saluran II



Berdasarkan gambar yang diketahui di atas dapat diketahui bahwa terdapat dua saluran pemasaran kedelai yang ada di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar yaitu saluran I dan saluran II.

Saluran I. Saluran I dimulai dari aktivitas pendistribusian kedelai di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar adalah kedelai dari

petani didistribusikan ke pedagang tengkulak selanjutnya didistribusikan ke pabrik pengolahan tahu dan tempe sebagai konsumen akhir. Jumlah lembaga yang terlibat didalam peindustrian kedelai dari petani responden hingga sampai ke konsumen akhir diantaranya adalah pedagang tengkulak dan pabrik pengolahan tahu dan tempe. Harga jual kedelai per kilogram ditingkat petani adalah Rp 5.500, harga jual ditingkat pedagang tengkulak adalah Rp 6.500.

Volume total penjualan kedelai di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar pada saluran I adalah sebesar 13.600 kg, dengan volume penjualan rata-rata yaitu 647,62 kg.

Saluran II. Saluran ini terdiri dari petani kedelai, pedagang tengkulak, pedagang pengecer dan konsumen akhir. Sistem pemasaran yang terdapat di saluran ini, petani menjual hasil produksinya kepada pedagang tengkulak. Kedelai yang dikemas dalam karung selanjutnya ditawarkan kepada pedagang pengecer, setelah ini pedagang pengecer yang berada di pasar menjual kembali ke pasar Banjarbaru atau pasar Martapura.

Volume total penjualan di tingkat pedagang pengecer adalah 5.930 kg dengan volume rata-rata sebesar 659 kg. Dengan persentase jumlah petani yang ada per salurannya dapat dilihat di Tabel 7.

Dapat diketahui berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 7 bahwa saluran I petani yang menjual kedelai kepada pedagang tengkulak sebesar 70%. Untuk saluran II petani yang menjual kedelai kepada pedagang tengkulak lainnya sebesar 30%.

Tabel 7. Persentase petani per saluran pemasaran

No.	Saluran Pemasaran	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Saluran I	21	70
2	Saluran II	9	30.
Jumlah.		30	100

Sumber: Pengolahan data primer, 2020

Biaya, Margin, *Farmer's share*, Efisiensi dan Keuntungan

Berdasarkan sistem pemasaran pada saluran I yang terdiri beberapa komponen yaitu petani dan pedagang tengkulak. Yang terdiri atas harga jual, harga beli, biaya-biaya, margin, keuntungan yang

terdapat di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar secara rinci bisa dilihat di Tabel 8.

Tabel 8. Analisis margin pemasaran kedelai di Kecamatan Karang Intan pada saluran I

No	Komponen	Nilai (Rp/kg)	Distribusi Margin (%)	Share (%)
1	Petani			
	Harga Jual	5.500		73,33
2	Pedagang Tengkulak			
	Harga beli	6.500		
	Biaya-biaya	154,55		
	Karung	27,28	2.73	0,36
	Transportasi	109,09	10.91	1,45
	Bongkar muat	18,18	1.82	0,24
	Harga jual	7.500		100.00
	Margin	1.000		
	Keuntungan pemasaran	845.45		
	Margin Total	1000		

Sumber: Pengolahan data primer, 2020

Biaya Pemasaran. Segala hal biaya yang dikeluarkan sebagai keperluan pemasaran adalah biaya pemasaran, berikut ini adalah biaya yang termasuk dalam biaya pemasaran yaitu biaya transportasi, biaya pengangkutan, biaya pengemasan, dan juga biaya retribusi. Semakin kecil biaya pemasaran yang dikeluarkan maka oleh sebab itu yang terjadi adalah makin efisien pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 2002).

Berdasarkan dari data yang disajikan pada Tabel 8. biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran I dapat diketahui ditingkat pedagang tengkulak terdapat biaya pemasaran yaitu biaya karung, biaya transportasi yang digunakan untuk mengangkut hasil produksi, dan biaya bongkar muat. Biaya pemasaran yang dikeluarkan yaitu untuk biaya karung sejumlah Rp 27,28/kg, biaya transportasi yang digunakan untuk mengangkut hasil produksi sebesar Rp 109,09/kg, dan biaya yang digunakan untuk bongkar muat sebesar Rp 18,18/kg. Sehingga jumlah total biaya yang dikeluarkan pada saluran I yaitu Rp 154,55/kg.

Berdasarkan sistem pemasaran yang terdapat pada saluran II yang terdiri beberapa komponen yaitu petani, pedagang tengkulak dan pengecer. Yang terdiri atas harga jual, harga beli, biaya-

biaya, margin, keuntungan di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar secara rinci bisa dilihat di Tabel 9.

Tabel 9. Analisis margin pemasaran kedelai di Kecamatan Karang Intan pada saluran II

No	Komponen	Nilai (Rp/kg).	Distribusi Margin (%)	Share (%)
1	Petani			
	Harga Jual	5500		67.24
2	Pedagang Tengkulak			
	Harga beli	6500		
	Biaya-biaya	154.55		
	Karung	27.28	1.62	0.33
	Transportasi	109.09	6.49	1.33
	Bongkar muat	18.18	1.08	0.22
	Harga jual	7500		91.69
	Margin	1000		
	Keuntungan pemasaran	845.45		
3	Pedagang. Pengecer			
	Harga beli	7500		
	Biaya-biaya	15.01		
	Retribusi	15.01	0.89	0.18
	Harga jual	8180		100.00
	Margin	680		
	Keuntungan pemasaran	664.99		
	Margin Total	1680		

Sumber: Pengolahan data primer, 2020

Diketahui berdasarkan data di atas yaitu data pada Tabel 9 bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran II adalah ditingkat pedagang tengkulak terdapat biaya produksi yaitu biaya untuk karung, biaya transportasi dan juga biaya bongkar muat. Biaya pemasaran yang dikeluarkan yaitu untuk biaya karung sebesar Rp 27,28/kg, biaya transportasi sebesar Rp 109,09/kg, dan untuk biaya bongkar muat sebesar Rp 18,18/kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pada tingkat pedagang pengecer adalah berupa biaya retribusi pasar sebesar Rp 15,01/kg. sehingga total keseluruhan biaya pemasaran yang terdapat di saluran II adalah sebesar Rp 169,56/kg.

Dilihat pada saluran I dan II terjadi persamaan dan perbedaan harga dan biaya-biaya yang terjadi dalam proses distribusi kedelai yang ada di

Kecamatan Karang Intan, persamaan biaya berada pada biaya proses produksi kedelai yaitu pada biaya karung, transportasi dan bongkar muat. Sementara perbedaan biaya pemasaran yaitu biaya retribusi. Untuk biaya retribusi pasar berbeda antara pasar Martapura dan Banjarbaru sehingga biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer setiap pasar berbeda tergantung dengan pasar berbeda tergantung dengan pasar tempat berjualan kedelai tersebut.

Margin Pemasaran. Selisih harga dari salah satu barang yang didapatkan produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen disebut juga margin pemasaran. Perbedaan harga yang terdapat ditingkat lembaga yang ada dalam sistem pemasaran dapat ditunjukkan oleh margin pemasaran. Hal ini membuat margin pemasaran dapat juga diartikan sebagai beda antara yang dibayar oleh konsumen dengan apa yang diterima oleh produsen untuk salah satu produk pertanian (Anindita, 2003).

Berdasarkan data yang disajikan di Tabel 8, bahwa dapat diketahui pada saluran I harga kedelai ditingkat petani rata-rata adalah sebesar Rp 5.500/kg, sementara harga jual kedelai ditingkat pedagang tengkulak adalah Rp 6.500/kg. Dari berbagai harga jual tersebut dapat diketahui bahwa nilai margin yang ada disetiap lembaga pemasaran. Margin pemasaran adalah sebesar Rp 1.000/kg. Margin pemasaran yang tinggi inilah yang menyebabkan harga jual ditingkat petani rendah, karena masing-masing lembaga pemasaran atau pedagang ingin mengambil keuntungan yang banyak dari harga jual kedelai tersebut.

Diketahui harga jual kedelai rata-rata ditingkat petani berdasarkan data yang disajikan di Tabel 9 adalah Rp 5.500/kg, harga jual kedelai ditingkat pedagang tengkulak adalah Rp 6.500/kg, adapun harga jual rata-rata kedelai ditingkat pedagang pengecer adalah Rp 8.180/kg. Dari berbagai harga jual tersebut dapat diketahui bahwa nilai margin yang ada disetiap lembaga pemasaran. Adapun margin pemasaran padi ditingkat petani pada saluran II adalah Rp 1.000/kg ditingkat tengkulak dan Rp 680/kg ditingkat pedagang pengecer, sehingga margin totalnya adalah sebesar Rp 1.680/kg.

Farmer's Share. *Farmer's share* diperoleh dalam bentuk persentase merupakan hasil perbandingan diantara harga ditingkat petani

dengan harga ditingkat konsumen akhir. Hasil penghitungan *farmer's share* berdasarkan Tabel 8 dan Tabel 9 menunjukkan saluran I adalah sebesar 73,33% dan saluran II sebesar 67,24%. Berdasarkan hasil yang didapat tersebut bisa diambil kesimpulan saluran I nilai *farmer's share*nya yang paling besar.

Rasio Keuntungan. Setiap lembaga pemasaran dalam satu saluran pemasaran rasio keuntungannya terhadap biaya dapat dihitung, pada semua saluran pemasaran yang terjadi pada Tabel 10 memperlihatkan rasio keuntungan terhadap biaya disetiap lembaga pemasaran memiliki rasio keuntungan terhadap biaya yang berbeda. Total rasio keuntungan yang diperoleh saluran I sebesar Rp 5,47/kg dan total rasio keuntungan yang didapat pada saluran II adalah sebesar Rp 49,77/kg. Tabel rasio keuntungan terhadap biaya pada setiap lembaga pemasaran kedelai di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 10. Rasio keuntungan terhadap biaya setiap lembaga pemasaran kedelai di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar

Produsen dan Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran	
	I	II
1 Pedagang Tengkulak.		
Biaya (c) (Rp/Kg)	154,55	154,55
Keuntungan (π) (Rp/Kg)	845,55	845,55
Rasio π/c	5,47	5,47
2 Pedagang Pengecer		
Biaya (c) (Rp/Kg)		15,01
Keuntungan (π) (Rp/Kg)		664,99
Rasio π/c		44,30
Total Rasio	5,47	49,77

Sumber: Pengolahan data primer, 2020

Tabel 10 menunjukkan rasio keuntungan terhadap biaya kedelai di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa saluran I yang menyalurkan kedelai memiliki rasio keuntungan terhadap biaya yaitu sebesar 5,47 artinya setiap satu rupiah yang digunakan untuk biayatataniaga kedelai maka dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp 5,47/kg. sedangkan saluran II memiliki rasio keuntungan terhadap biaya lebih besar yaitu 49,77 yang berarti setiap satu rupiah yang digunakan sebagai biaya tataniaga kedelai dapat menghasilkan keuntungan sebesar Rp

49,77/kg. Pada tabel 10 keuntungan rasio yang ada di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar dapat dilihat secara rinci.

Efisiensi Pemasaran. Margin pemasaran, *farmer's share*, dan juga rasio keuntungan terhadap biaya dapat menjadi indikator kepuasan terhadap setiap pelaku pemasaran. Efisiensi dari sudut pedagang tengkulak dapat dilihat dari indikator *farmer's share*. Pada saluran pemasaran I menjadi saluran yang paling efisien jika dilihat dari sudut pandang tengkulak karena mempunyai nilai *farmer's share* yang paling besar yakni 73,33%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa keuntungan penjualan kedelai diterima oleh pedagang tengkulak.

Berdasarkan nilai margin pemasaran, maka saluran pemasaran II dengan nilai margin tertinggi tidak efisien. Karen menurunakan *farmer's share* sehingga petani tidak terpuaskan. Saluran pemasaran I adalah yang paling efisien karena nilai marginnya terkecil sehingga biaya pemasarannya relative efisien, akibatnya *share* ke pedagang tengkulak lebih besar dan pedagang tengkulak merasa puas.

Menurut indikator rasio keuntungan terhadap biaya, saluran II keuntungan terhadap biayanya 49,77 adalah saluran yang paling efisien karena sebaran keuntungannya merata pada seluruh pihak yang terlibat, baik dari sudut pandang petani, pedagang tengkulak dan pedagang pengecer. Saluran pemasaran II mempunyai kelebihan, yaitu memiliki hubungan kerjasama antara pedagang tengkulak dengan lembaga pemasaran yang terlibat didalam suatu saluran untuk mendapatkan harga jual dan keuntungan yang memuaskan seluruh pihak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Sistem distribusi komoditas kedelai yang ada di Kecamatan Karang Intan memiliki dua pola yaitu yang pertama dari petani - pedagang tengkulak - pabrik pengolahan tahu dan tempe. Kedua dari petani - pedagangtengkulak - pedagang pengecer - konsumen akhir yang diikuti petani masing-masing sebesar 70% dan 30%.
2. Biaya pemasaran yang tertinggi diantara dua saluran adalah biaya saluran II yaitu berjumlah sebesar Rp 169,56/kg. Margin

terbesar pada saluran II yaitu sebesar Rp 1.680/kg. Keuntungan pemasaran terbesar berada pada saluran II yaitu sebesar Rp 1.510,44/kg. Saluran I menjadi nilai *farmer's share* paling tinggi yaitu sebesar 73,33%. Saluran distribusi yang efisien adalah pada saluran II karena keuntungannya merata kepada seluruh pihak yang terlibat.

Saran

Dari hasil penelitian maka dapat diberikan saran:

1. Para petani diharapkan untuk lebih aktif dalam mengikuti ataupun mengetahui informasi mengenai perkembangan harga pasar dan harus ada peningkatan pengetahuan dan keterampilan fungsi-fungsi pemasaran. Sebaiknya petani dalam memasarkan hasil usahataniya memakai saluran pemasaran II karena merupakan saluran yang efisien jika membandingkan dengan saluran pemasaran I.
2. Pemerintah diharapkan adanya dukungan dalam hal peningkatan pengetahuan dan keterampilan dengan pelatihan mengenai inovasi fungsi-fungsi pemasaran serta memberikan peningkatan modal bagi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisarwanto, T. 2008. *Budidaya Kedelai Tropika*. Jakarta: Penerbit Swadaya.
- Anindita, R. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran Hasil Pertanian*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Asmarantaka RW. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor (ID): Departemen Agribisnis FEM-IPB.
- Badan Litbang Pertanian. 2005. *Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Kedelai*. Bogor. Departemen Pertanian.
- Sukino. 2013. *Pembangunan Pertanian dengan Pemberdayaan Masyarakat Tani*. Yogyakarta (ID): Pustaka Baru Press.