PEMASARAN SAYUR-SAYURAN DI PASAR TAPANDANG BERSERI PELAIHARI, KABUPATEN TANAH LAUT PROVINSI KALIMANTAN SELATAN

The Marketing of Vegetables in Tapandang Berseri Market, Pelaihari Tanah Laut District, Province of South Kalimantan

Noorhamida [*], Sadik Ikhsan, Nurmelati septiana
Prodi Agribisnis/Jurusan SEP, Fak. Pertanian – Univ. Lambung Mangkurat, Banjarbaru – Kalimantan Selatan

*Corresponding author: noorhamida1@gmail.com

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui aktivitas pemasaran sayur-sayuran, mengetahui besarnya biaya, margin, dan keuntungan dari pemasaran sayur-sayuran di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari dan mengetahui permasalahan apa saja yang dihadapi pedagang pada pemasaran sayur-sayuran. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode survey menggunakan teknik wawancara langsung dan kuisioner sebagai alat bantu dan dianalisis secara deskriptif. Pengambilan contoh dilakukan berdasarkan teknik *snowball sampling*. Jumlah sampel responden yang diambil berjumlah 15 sampel, terdiri dari 5 pedagang pengecer dan 10 pedagang besar. Saluran pemasaran yang digunakan adalah saluran dua tingkat yang melibatkan petani, pedagang besar dan pedagang pengecer. Berdasarkan hasil penelitian pada pedagang besar sayur-sayuran yang paling banyak memerlukan biaya pemasaran adalah kangkung dan yang paling sedikit memerlukan biaya pemasaran adalah kacang panjang. Pada pedagang pengecer sayur-sayuran yang paling banyak memerlukan biaya pemasaran ialah kacang panjang dan yang paling sedikit memerlukan biaya pemasaran adalah terong dan kangkung. Besarnya margin rata-rata yang diterima oleh pedagang besar dari tiga jenis sayuran tersebut berkisar antara Rp 876/kg atau 45% sampai dengan Rp 1.450/kg atau 35%, dan besarnya margin rata-rata yang diterima oleh pedagang pengecer dari tiga jenis sayuran tersebut berkisar antara Rp 1.333/kg atau 24% sampai dengan Rp 2.067/kg atau 52%. Keuntungan rata-rata yang diperoleh dalam pemasaran sayur-sayuran pada pedagang besar berkisar antara pada sayuran terong Rp 1272.31/kg, sayuran kangkung Rp 500.38/kg dan untuk sayuran kacang panjang Rp 1027.33/kg. Keuntungan rata-rata yang diperoleh dalam pemasaran sayur-sayuran pada pedagang pengecer berkisar antara pada sayuran terong Rp 1153.70/kg, sayuran kangkung Rp 1887.03/ kg dan untuk sayuran kacang panjang Rp 1187.03/kg.

Kata kunci: pemasaran sayuran, saluran pemasarn, biaya, margin, keuntungan

PENDAHULUAN

Indonesia negara yang mempunyai sumberdaya alam yang begitu mendukung untuk perkembangan agribisnis berbasis sayuran. Ketersediaan lahan yang luas dan beragam kondisi juga petani yang mempunyai keahlian dibidang budidaya merupakan salah satu faktor pendorong berhasilnya usaha agribisnis yang berkembang hampir diseluruh pelosok tanah air (Aryanto, 2008: 1).

Pasar secara sempit didefinisikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi faktor produksi, barang dan jasa. Secara umum pemasaran dianggap sebagai proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Di dalam pemasaran ini barang yang mengalir dari produsen sampai ke konsumen akhir yang disertai penambahan guna bentuk melalui proses pengolahan, guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan (Sudiyono, 2002: 2-5).

Didalam pemasaran sayuran terdapat tiga pendukung yang sangat berperan penting dalam sistem pendistribusian sayur-sayuran. Ketiganya ialah petani/produsen, konsumen dan lembaga pemasaran. Kegiatan perdagangan besar dan eceran sangat penting dalam proses penyaluran barang dan jasa. Tanpa usaha perdagangan besar dan eceran, sangat sulit bagi produsen untuk menyalurkan barangnya, walaupun beberapa produsen dapat langsung menyalurkan barang kepada konsumen atau kepada pedagang pengecer, tapi kegiatan tersebut tidak efisien (Sudiyono, 2002: 79-81).

Untuk memenuhi permintaan sayuran petani harus didukung dengan lembaga pemasaran yang terlibat agar produk yang diinginkan oleh pasar bisa sampai tepat waktu dan sesuai kebutuhan, umumnya petani tidak menjual hasil produksinya langsung kepada konsumen, tetapi cenderung menjual kepada pedagang perantara yang nantinya akan menjualnya kembali di pasar. Hal ini menyebabkan munculnya pelaku-pelaku pemasaran yang berpengaruh dalam proses penyampaian produk pertanian kepada konsumen akhir.

Kabupaten Tanah Laut merupakan salah satu kabupaten penghasil sayur-sayuran yang ketersediaan sayurannya dipasarkan di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari. Kecamatan yang menghasilkan sayur-sayuran di Kabuten Tanah Laut yaitu Panyipatan, Takisung, Kurau, Bumi makmur, Bati-bati, Tambang ulang, Pelaihari, Bajuin, Batu ampar, Jorong dan Kintap. Jenis komoditas sayuran yang hasilkan di Kabupaten Tanah Laut diantaranya bawang merah, kacang panjang, cabe, tomat, terong, buncis, ketimun, kangkung dan bayam. Sedangkan sayuran yang kebutuhannya tidak bisa dipenuhi sendiri maka harus mengambil dari daerah lain untuk memenuhi kebutuhan yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian ialah sebagai berikut: (1) mengetahui aktivitas pemasaran sayur-sayuran; (2) mengetahui besarnya biaya, margin, dan keuntungan dari pemasaran sayur dan (3) mengetahui permasalahan apa saja yang dihadapi pedagang pada pemasaran sayur-sayuran di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari.

Kegunaan penelitian ini adalah (1) bagi penulis, dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama kuliah untuk terjun kelapangan sebagai aplikasinya; (2) bagi pedagang sayuran, sebagai bahan informasi dalam melaksanakan pemasaran dan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh para pedagang serta biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran; (3) bagi Universitas Lambung Mangkurat (ULM) Banjarbaru, dapat dijadikan sumbangan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran sayur-sayuran padang pedagang yang ada dipasar, dan bahan informasi bagi mahasiswa yang mungkin melakukan penelitian lanjutan dimasa yang akan datang dan bagi semua kalangan yang berkepentingan; dan (4) bagi pemerintah, agar menjadi acuan untuk mengembangkan pemasaran sayur-sayuran di masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari. Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal Februari 2019 s.d September 2020, mulai dari persiapan, pengumpulan data, pengolahan data sampai dengan tahapan penyusunan laporan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada para pedagang sayur-sayuran yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari dalam periode 2 minggu. Komoditas sayuran yang diteliti adalah komoditas yang umum dan paling banyak diperdagangkan yaitu terong, kangkung dan kacang panjang. Data sekunder diperoleh dari dinas dan instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik Tanah Laut, UPTP Pengelola Pasar serta literatur yang berkaitan dengan penelitian.

Metode Penarikan Contoh

Penelitian dilakukan berbasis pada populasi pedagang yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari. Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan secara sengaja dari suatu populasi dengan menggunakan wawancara dan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utamanya. Pengambilan contoh dilakukan berdasarkan teknik *snowball sampling*, yang awalnya hanya dalam jumlah kecil sampel kemudian membesar dan mengikuti alur sampel.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 15 orang, 10 orang pedagang besar dan 5 orang pedagang pengecer yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari.

Pembatasan Masalah

Mengingat beragamnya jenis sayuran yang ditawarkan oleh pedagang sayuran, maka yang menjadi batasan:

(1) Untuk jenis sayuran buah adalah terong
(2) Untuk jenis sayuran daun adalah kangkung
(3) Untuk jenis sayuran kacang-kacangan adalah kacang panjang

Aktivitas pemasaran sayur-sayuran pada malam sampai siang hari ciri-ciri pedagang sayuran yang berjualan pada malam hari umumnya adalah pedagang besar yang mendistribusikan hasil pertaniannya kepada pedagang pengecer maupun langsung kepada konsumen akhir yang membeli dengan jumlah besar, sedangkan pedagang sayuran yang berjualan siang hari adalah pedagang eceran. Pedagang sayuran yang dijadikan penelitian adalah pedagang yang menjual sayur-sayuran di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari.

Metode Analisis Data

Data yang terkumpul selanjutnya diolah secara tabulasi dan dianalisis. Guna memahami tujuan penelitian yang pertama yaitu aktivitas pemasaran pada pedagang sayur-sayuran maka dilakukan metode deskriptif untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan keadaan dari objek penelitian yaitu Pasar Tapandang Berseri Kota Pelihari mengenai aktivitas pemasaran sayur-sayuran yang ada dipasar tersebut.

Untuk mengetahui tujuan penelitian yang kedua yaitu mengetahui biaya, margin dan keuntungan dalam pemasaran sayur-sayuran.

Margin pemasaran

Besarnya margin yang diterima pedagang atas pemasaran sayuran

Mo = Harga penjualan–Harga pembelian (1)

dengan: Mo = margin pemasaran yang diterima pedagang (Rp/kg)

Sedangkan dalam persentase margin pemasaran adalah (Anindita, 2016: 125-126).

$$M = \frac{H_p - H_p}{H_p} \times 100\% \quad (2)$$

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang ditawarkan produsen dengan harga yang dibayar konsumen akhir. Dengan demikian keuntungan suatu pemasaran dapat dilihat dengan rumus (Sudiyono, 2002: 94-95).

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

dengan: K = keuntungan (Rp/kg)
M = margin (Rp/kg)
C = biaya pemasaran (Rp/kg)

Sedangkan dalam persentase keuntungan pemasaran adalah (Anindita, 2016: 22-23).

$$K = \frac{M-C}{H_p} \times 100\% \quad (4)$$

Untuk mengetahui tujuan yang ketiga yaitu menelaah permasalahan apa saja yang dihadapi oleh pedagang sayur-sayuran yang ada di Pasar Tapandang Berseri Kota Pelaihari dianalisis secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pedagang yang dijadikan sebagai responden adalah pedagang besar dan pedagang pengecer terdiri dari 10 pedagang besar dan 5 pedagang pengecer. Berikut beberapa karakteristik pedagang besar dan pengecer sayur-sayuran di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari.

Berikut beberapa karakteristik pedagang besar dan pengecer sayur-sayuran di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari.

Umur. Berdasarkan karakteristik umur pedagang besar memiliki umur yang bervariasi usia pedagang besar bisa dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kelompok usia pedagang besar sayur-sayuran di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari

No	Kelompok umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase
1	20-30	5	50%
2	31-40	3	30%
3	41-50	2	20%
	Total	10	100%

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Rata-rata umur dari 10 orang responden pedagang besar yang menjual ketiga jenis komoditas sayuran tahun 2019 relatif berbeda-beda dan relatif masih muda. Umur termuda

pedagang besar sayur-sayuran di Pasar Tapandan Berseri ialah 25 tahun dan usia tertua ialah 45 tahun. Pedagang besar sayur-sayuran laki-laki sebanyak 9 pedagang dan sebnyak 1 pedagang dengan umur 30 tahun.

Berdasarkan karakteristik umur pedagang pengecer memiliki usia yang bervariasi usia pedagang besar dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kelompok usia pedagang pengecer sayur-sayuran di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari

No	Kelompok umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase
1	20-30	1	20%
2	31-40	1	20%
3	41-50	3	60%
	Total	5	100%

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Rata-rata umur dari 5 orang responden pedagang pengecer yang menjual ketiga jenis sayuran tahun 2019 relatif berbeda-beda namun masih dalam batas usia produktif yaitu dibawah usia 65 tahun. Umur termuda pedagang pengecer sayur-sayuran di Pasar Tapandan Berseri ialah 26 tahun dan usia tertua adalah 50 tahun. Pedagang pengecer sayur-sayuran semuanya berjenis kelamin perempuan.

Pekerjaan Utama atau Sampingan. Rata-rata pekerjaan sebagai pedagang besar sayur-sayuran di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari yaitu menjadikannya sebagai pekerjaan utama. Lima orang memiliki pekerjaan sampingan sebagai petani dan peternak. Pekerjaan sebagai pedagang pengecer ternyata merupakan pekerjaan utama mereka dan ada dua orang memiliki pekerjaan sampingan sebagai petani padi dan petani sayuran.

Tingkat Pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu penentu atau penunjang bagi pedagang dalam proses pemasaran. Berikut ini uraian tingkat pendidikan pedagang responden dapat dilihat pada Tabel 3.

Rata-rata tingkat pendidikan formal pedagang sangat penting dalam pelaksanaan pemasaran sayur-sayuran karena berkaitan dengan kapasitas pedagang dalam menghitung, menilai dan selanjutnya menganalisis suatu pemasaran yang telah dilaksanakannya (Wahyuni, 2013).

Tabel 3. Tingkat pendidikan pedagang besar di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari

No	Tingkat pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
1	SD	3	30%
2	SMP	3	30%
3	SMA	4	40%
	Total	10	100%

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Hasil analisis data primer, rata-rata tingkat pendidikan formal pedagang besar responden Pasar Tapandang Berseri Pelaihari tahun 2019 relatif tinggi. Paling banyak pendidikan formal pedagang responden tamat Sekolah Menengah Atas.

Tabel 4. Tingkat pendidikan pedagang pengecer di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari

No	Tingkat pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
1	SD	4	80%
2	SMP	1	20%
3	SMA	-	-
	Total	5	100%

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Hasil analisis data primer, rata-rata tingkat pendidikan formal pedagang pengecer responden Pasar Tapandang Berseri Pelaihari tahun 2019 relatif rendah. Paling banyak pendidikan formal pedagang responden tamat Sekolah Dasar.

Pengalaman Berdagang. Berikut ini adalah lama usaha atau pengalaman berdagang pedagang besar dan pedagang pengecer yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Pengalaman berdagang pedagang besar di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari

No	Lama usaha (bulan)	Jumlah (orang)	Persentase
1	1-10	-	-
2	11-20	4	40%
3	21-30	6	60%
	Total	10	100%

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Dari Tabel 5 bisa dilihat rata-rata pengalaman pedagang besar dalam berdagang sayuran di Pasar Tapandang Berseri ini relatif baru yaitu paling lama 3 tahun.

Tabel 6. Pengalaman pedagang pengecer di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari

No	Lama usaha (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase
1	1-5	3	60%
2	6-10	1	20%
3	11-15	1	20%
	Total	5	100%

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Tabel 6 memperlihatkan rata-rata pengalaman pedagang pengecer dalam berdagang sayuran di Pasar Tapandang Berseri ini relatif beragam karena ada beberapa pedagang yang sudah berdagang cukup lama dan ada juga yang baru berdagang.

Dikerjakan Sendiri atau Sistem Upah

Sistem pemasaran sayur-sayuran yang dilakukan oleh pedagang besar di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari dikerjakan sendiri atau tidak menggunakan sistem upah karena mereka tidak ingin mengeluarkan biaya tambahan dalam proses pemasaran sayur-sayuran tersebut dan mereka mampu mengerjakannya sendiri. Begitupun dengan pedagang pengecer yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari yang mengerjakannya sendiri.

Sumber Modal

Sumber modal yang dimiliki oleh pedagang besar dan pedagang pengecer yang dipergunakan yaitu berasal dari modal pedagang itu sendiri dan tidak berasal dari pinjaman pihak lainnya.

Asal Komoditas Sayuran

Asal komoditas yang diperoleh oleh pedagang besar yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari berasal dari daerah-daerah yang ada di Kabupaten Tanah Laut seperti Kecamatan Tambang Ulang, Kecamatan Panyipatan, Kecamatan Bajuin dan Kecamatan Takisung. Pedagang besar memperoleh komoditas sayuran dari petani yang datang langsung kepada pedagang pengumpul. Sedangkan para pedagang pengecer memperoleh komoditas sayuran di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari yang dibawa oleh para pedagang besar.

Aktivitas Pemasaran Sayur-Sayuran

Aktivitas pemasaran sayur-sayuran dilakukan pedagang sayur-sayuran setiap hari, mulai pukul 19:00 sampai subuh dan untuk pedagang pengecer biasanya dimulai pada pagi sampai sore hari dan ada juga beberapa pedagang yang mulai berjualan pada malam hari.

Saluran pemasaran yang digunakan oleh pedagang adalah saluran pemasaran dua tingkat. Pedagang sayuran yang diteliti disini ialah pedagang besar dan pedagang pengecer. Pedagang besar mengambil sayur-sayuran dari petani langsung, yang ada di daerah Kabupaten Tanah Laut. Setiap pedagang besar membeli sayuran dengan jumlah yang berbeda-beda setiap harinya tergantung jumlah hasil produksi petani tiap harinya, untuk sayuran terong berkisar antara 100-150kg/hari, sedangkan untuk sayuran kangkung sekali pembelian berkisar 100-150kg/hari dan untuk sayuran kacang panjang berkisar antara 200-500kg/hari begitu seterusnya setiap hari.

Pedagang pengecer membeli sayur-sayuran dari pedagang besar yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari. Setiap pedagang pengecer membeli sayuran pada pedagang besar yang ada di Pasar Tapandang Berseri dengan jumlah yang berbeda-beda, untuk sayuran terong sekali pembelian 10-20kg/hari, sedangkan sayuran kangkung sekali pembelian berkisar10-13kg/hari dan untuk sayuran kacang panjang 10-30kg/hari begitu seterusnya setiap hari.

Biaya Pemasaran Sayur-Sayuran

Biaya pemasaran ialah semua biaya yang dikeluarkan pedagang untuk memperlancar kegiatan dalam pemasaran yang dilakukan untuk keperluan pemasaran. Komponen biaya pemasaran yang ditanggung adalah:

(1) Biaya retribusi, Biaya retribusi yang dikeluarkan pedagang besar setiap hari sebesar Rp 10.000/hari tanpa memandang dari banyak komoditas yang ditawarkan dan jumlah sayuran yang ditawarkan oleh pedagang besar yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari.

(2) Biaya transportasi, Biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang besar setiap harinya tidak sama karena perbedaan jarak yang ditempuh oleh setiap pedagang besar. Alat transportasi yang digunakan oleh pedagang besar umumnya adalah mobil pick up. Semakin jauh jarak yang ditempuh oleh pedagang maka semakin tinggi biaya transportasi yang dikeluarkan oleh

pedagang. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer setiap harinya juga berbeda-beda setiap pedagang dikarenakan perbedaan jarak yang ditempuh oleh setiap pedagang pengecer, alat transportasi yang digunakan oleh pedagang pengecer umumnya dalah sepeda motor.

(3) Biaya pembungkus Biaya pembungkus atau pengemasan yang dikeluarkan pedagang besar dalam pemasaran sayur-sayuran untuk membeli karung Rp 3000/lembar, tali raffia Rp 5000/bungkus dan karet gelang Rp 10000/bungkus yang digunakan untuk membungkus sayuran yang akan dibeli oleh pedagang pengecer. Dan biaya pembungkus atau pengemasan yang dikeluarkan pedagang pengecer dalam pemasaran sayur-sayuran untuk membeli kantong plastik yang digunakan untuk membungkus sayuran yang telah dibeli oleh konsumen dengan harga sebesar Rp 5000/bungkus dengan isi 50 buah dan karet gelang dengan harga Rp 10000/bungkus dengan isi 100 buah.

(5) Biaya penanggungan resiko, dalam pemasaran sayur-sayuran yang dilakukan oleh pedagang besar dan pengecer tidak memerlukan biaya penanggungan resiko kaerena sayur-sayurannya habis terjual dalam satu hari dan dalam keadaan masih segar tidak ada yang rusak.

Tabel 7. Rata-rata biaya pemasaran sayur sayuran pada pedagang besar

Komponen biaya (Rp/kg)	Rincian komoditas		
	Terong	Kangkung	Kacang panjang
Biaya retribusi	15.66	19.48	15.66
Biaya transportasi	57.68	96.99	66.82
Biaya pembungkus	104.35	259.81	73.53
Biaya kerusakan	0	0	0
Jumlah	177.69	376.29	156.01

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Pada pedagang besar sayur-sayuran yang paling banyak memerlukan biaya pemasaran adalah sayur kangkung dan yang paling sedikit memerlukan biaya pemasaran adalah sayur kacang panjang, karena sayuran kangkung merupakan sayuran yang cukup banyak memerkulan biaya pada proses pengemasan atau pembungkusan.

Tabel 8. Rata-rata biaya pemasaran sayur-sayuran pada pedagang pengecer

Komponen Biaya (Rp/Kg)	Rincian Komoditas		
	Terong	Kangkung	Kacang Panjang
Biaya retribusi	39.82	39.82	42.33
Biaya transportasi	39.82	39.82	42.33
Biaya pembungkus	100.00	100.00	200.00
Biaya kerusakan	0	0	0
Jumlah	179.64	179.64	284.66

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Pada pedagang pengecer sayur-sayuran yang banyak memerlukan biaya pemasaran ialah sayur kacang panjang dan yang paling sedikit memerlukan biaya pemasaran adalah sayur terong dan kangkung, Karena pada pedagang pengecer kacang panjang merupakan sayuran yang cukup banyak memerlukan biaya pada proses pengemasan atau pembungkusan.

Margin Pemasaran Sayur-Sayuran

Margin pemasaran adalah besarnya selisih harga penjualan dan pembelian yang diketahui dari masing-masing jenis sayuran (Sudiyono, 2002: 94-95). Berikut ini adalah margin pemasaran pedagang besar dan pedagang pengecer yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari disajikan.

Tabel 9. Rata-rata margin pemasaran sayuran pada pedagang besar

Komoditas	Harga pembelian (Rp/kg)	Harga penjualan (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Persentase
Terong	2667	4117	1450	35%
Kangkung	1057	1933	876	45%
Kacang panjang	2367	3550	1183	33%

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Besarnya margin rata-rata yang diterima oleh pedagang besar dari tiga jenis sayuran tersebut berkisar antara Rp 876/kg atau dalam persentase sebesar 45% sampai dengan Rp 1.450/kg atau dalam persentase sebesar 35%. Margin tertinggi adalah pada sayuran terong sebesar Rp 1.450/kg atau dalam persentase sebesar 35%. Hal ini dikarenakan harga jual untuk sayuran terong tinggi sehingga memperoleh margin yang lebih besar. Sedangkan untuk sayuran dengan margin

terendah adalah sayuran kangkung sebesar Rp 876/kg atau dalam persentase sebesar 45%.

Tabel 10. Rata-rata margin pemasaran sayuran pada pedagang pengecer

Komoditas	Harga pembelian (Rp/kg)	Harga penjualan (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Persentase
Terong	4117	5450	1333	24%
Kangkung	1933	4000	2067	52%
Kacang panjang	3550	5017	1467	29%

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Besarnya margin rata-rata yang diterima oleh pedagang pengecer dari tiga jenis sayuran tersebut berkisar antara Rp 1.333/kg atau dalam persentase sebesar 24% sampai dengan Rp 2.067/kg atau dalam persentase sebesar 52%. Margin tertinggi adalah pada sayuran kangkung sebesar Rp 2.067/kg atau dalam persentase sebesar 52%, hal ini dikarenakan harga jual untuk sayuran kangkung tinggi sehingga memperoleh margin yang lebih besar. Sedangkan untuk sayuran dengan margin terendah adalah sayuran kacang panjang sebesar Rp 1.333/kg atau dalam persentase sebesar 24%.

Keuntungan Pemasaran Sayur-Sayuran

Keuntungan yang diperoleh dalam pemasaran sayur-sayuran di Pasar Tapandan Berseri Pelaihari yaitu dari selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap pedagang besar dan pengecer. Biaya yang dikeluarkan adalah biaya retribusi, biaya pengemasan, biaya transportasi dan biaya penanggungan risiko.

Keuntungan rata-rata yang diperoleh dalam pemasaran sayur-sayuran pada pedagang besar berkisar antara pada sayuran terong Rp 1272.31/kg, sayuran kangkung Rp 500.38/kg dan untuk sayuran kacang panjang Rp 1027.33/kg. Keuntungan tertinggi pada sayura terong, hal ini dikarenakan margin pada sayuran terong lebih tinggi sedangkan total biaya pemasaran yang ditanggung oleh sayuran terong sebesar Rp 177.69/kg yang menyebebkan keuntungan pada sayuran terong lebih tinggi dari sayuran lainnya seperti kangkung dan kacang panjang.

Berikut ini adalah rata-rata keuntungan pedagang besar dan pedagang pengecer yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari disajikan pada Tabel 11 dan 12.

Tabel 11. Rata-rata keuntungan pemasaran sayur-sayuran pada pedagang besar

Rincian komoditas	Margin (Rp/kg)	Total biaya (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)
Terong	1450.00	177.69	1272.31
Kangkung	876.67	376.29	500.38
Kacang panjang	1183.33	156.01	1027.33

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Tabel 12. Rata-rata keuntungan pemasaran sayur-sayuran pada pedagang pengecer

Rincian komoditas	Margin (Rp/kg)	Total biaya (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)
Terong	1333.33	179.64	1153.70
Kangkung	2066.67	179.64	1887.03
Kacang panjang	1466.67	279.64	1187.03

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Keuntungan rata-rata yang diperoleh dalam pemasaran sayur-sayuran pada pedagang pengecer berkisar antara pada sayuran terong Rp 1153.70/kg, sayuran kangkung Rp 1887.03/ kg dan untuk sayuran kacang panjang Rp 1187.03/kg. Keuntungan tertinggi pada sayura kangkung, karena margin pada sayuran kangkung lebih tinggi sedangkan total biaya pemasaran yang ditanggung oleh sayuran kangkung sebesar Rp 179.64/kg yang menyebebkan keuntungan pada sayuran kangkung lebih tinggi dari sayuran lainnya seperti terong dan kacang panjang.

Permasalahan yang Dihadapi oleh Pedagang Sayuran di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari

Dalam pemasaran sayur-sayuran yang ada di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari pedagang mengalami beberapa permasalahan.

Pada pedagang besar adanya ketidakstabilan permintaan pedagang pengecer ini dikarenakan permintaan dari konsumen juga berbeda setiap harinya, setiap pedagang besar menjual sayuran dengan jumlah yang berbeda-beda setiap harinya dikarenakan jumlah produksi yang dihasilkan oleh petani, dengan adanya

ketidakstabilan permintaan akan sayur-sayuran, maka setiap harinya terjadi perbedaan jumlah sayuran yang dibeli pedagang pengecer dan konsumen akhir.

Keterbatasan modal yang dimiliki pedagang besar dan pedagang pengecer juga merupakan permasalahan yang dihadapi. Sumber modal yang dimiliki pedagang besar dan pedagang pengecer yang dipergunakan yaitu berasal dari modal pedagang itu sendiri dan tidak berasal dari pinjaman pihak lainnya, besarnya modal yang dimiliki pedagang akan mempengaruhi banyak sayuran yang dibeli. Semakin banyak sayuran yang bisa dipasarkan pedagang maka akan semakin banyak pula keuntungan yang akan diperoleh.

Jarak juga menjadi permasalahan yang dihadapi pedagang besar. Jauhnya jarak yang ditempuh pedagang besar akan mempengaruhi besarnya biaya yang dikeluarkan. Dan sayuran memiliki sifat yang mudah busuk dan tidak tahan lama sehingga pedagang besar selalu berusaha menjual habis sayuran dalam waktu sehari.

Perbandingan Biaya, Margin dan Keuntungan Antara Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer

Pada pedagang besar yang paling banyak mengeluarkan biaya pada proses pemasarannya adalah sayuran kangkung itu karena pada sayuran kangkung banyak memerlukan biaya dalam proses pengemasannya yang mana membutuhkan karung, tali raffia dan gelang karet untuk membungkus sayuran tersebut. Sedangkan sayuran terong hanya membutuhkan karung dan tali raffia saja dan kacang panjang hanya membutuhkan tali raffia saja untuk proses pengemasannya.

Tabel 13. Perbandingan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar dan pedagang pengecer

No	Komoditas	Pedagang Besar (Rp/kg)	Pedagang Pengecer (Rp/kg)
1	Terong	177.69	179.64
2	Kangkung	376.29	179.64
3	Kacang Panjang	156.01	279.64

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Pada pedagang pengecer sayuran yang paling banyak mengeluarkan biaya dalam proses pemasarannya yaitu sayuran kacang panjang itu karena pada sayuran kacang panjang banyak memerlukan biaya dalam proses pengemasannya yang mana pedagang pengecer harus membeli gelang karet lagi untuk mengikatnya sebelum menjual kembali kepada konsumen akhir.

Tabel 14. Perbandingan margin yang diperoleh oleh pedagang besar dan pedagang pengecer

No	Komoditas	Pedagang Besar (Rp/kg)	Pedagang Pengecer (Rp/kg)
1	Terong	1450	1333.33
2	Kangkung	876.67	2066.67
3	Kacang Panjang	1183.33	1466.67

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Pada pedagang besar margin tertinggi pada proses pemasaran sayur-sayuran pada 3 komoditas sayuran ini adalah sayuran terong itu karena sayuran terong memiliki harga jual yang lebih tinggi dari sayuran kangkung dan kacang panjang sehingga memperoleh margin yang tinggi juga. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga jual tinggi pada sayuran terong ini adalah tingginya produksi petani dan permintaan dari pedagang pengecer.

Pada pedagang pengecer margin tertinggi pada proses pemasaran sayur-sayuran pada tiga komoditas sayuran ini adalah sayuran kangkung, karena sayuran kangkung memiliki harga jual yang lebih tinggi dari sayuran terong dan kacang panjang sehingga memperoleh margin yang tinggi. Sama seperti pedagang besar yang mempengaruhi tingginya margin pada sayuran kangkung ini adalah besarnya tingkat permintaan pada konsumen akhir.

Pada pedagang besar yang paling banyak memperoleh keuntungan pada proses pemasarannya adalah sayuran terong, karena sayuran terong merupakan sayuran yang tidak terlalu banyak memerlukan biaya dalam proses pemasarannya dan sayuran terong merupakan sayuran yang harga jualnya paling tinggi daripada sayuran kangkung dan kacang panjang.

Tabel 16. Perbandingan keuntungan yang diperoleh oleh pedagang besar dan pedagang pengecer

No	Komoditas	Pedagang Besar (Rp/kg)	Pedagang Pengecer (Rp/kg)
1	Terong	1272.31	1153.7
2	Kangkung	500.38	1887.03
3	Kacang Panjang	1027.33	1187.03

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Sedangkan pada pedagang pengecer yang paling banyak memperoleh keuntungan pada proses pemasarannya adalah sayuran kangkung, karena sayuran kangkung merupakan sayuran yang tidak terlalu banyak memerlukan biaya dalam proses pemasarannya dan sayuran kangkung merupakan sayuran yang harga jualnya paling tinggi daripada sayuran terong dan kacang panjang pada pedagang pengecer.

Setelah mengetahui biaya, margin dan keuntungan yang diperoleh pedagang besar dan pedagang pengecer yang ada di Pasar Tapandang berseri pelaihari maka pedagang dapat mengetahui apa saja biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran tiga komoditas sayuran ini, dapat mengetahui margin atau selisih harga jual dan harga beli dari tiga jenis sayuran ini dan dapat mengetahui berapa keuntungan bersih yang diperoleh dalam pemasaran sayur-sayuran ini dalam dua minggu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aktivitas pemasaran sayur-sayuran pada pedagang besar di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari dilakukan setiap hari mulai pukul 19:00 sampai subuh dan untuk pedagang pengecer biasanya dimulai pada pagi sampai sore hari dan ada juga beberapa pedagang yang mulai berjualan pada malam hari.
2. Pada pedagang besar yang paling banyak mengeluarkan biaya pada proses pemasarannya adalah sayuran kangkung, sedangkan sayuran terong, sedangkan pada pedagang pengecer sayuran yang paling banyak mengeluarkan biaya dalam proses pemasarannya yaitu sayuran kacang panjang. Pada pedagang besar margin tertinggi pada proses pemasaran sayuran terong. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga jual tinggi pada sayuran terong ini adalah tingginya produksi petani dan permintaan dari pedagang pengecer. Sedangkan pada pedagang pengecer margin tertinggi pada proses pemasaran sayuran kangkung. Pada pedagang besar yang paling banyak memperoleh keuntungan pada proses pemasarannya adalah sayuran terong, sedangkan pada pedagang pengecer yang paling banyak memperoleh keuntungan pada proses pemasarannya sayuran kangkung.
3. Permasalahan yang dihadapi pedagang, pada pedagang besar adanya ketidakstabilan permintaan pedagang pengecer, keterbatasan modal yang dimiliki oleh pedagang besar dan pedagang pengecer dan jarak.

Saran

Dari hasil penelitian pemasaran sayur-sayuran pada pedagang besar dan pedagang pengecer di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari, maka berikut hal yang dapat diajukan sebagai saran, bagi pedagang yang mempunyai kendala modal, disarankan dapat meminjam modal pada bank atau koperasi.

DAFTAR PUSTAKA

Anindita, R. & N. Baladina. 2016. *Pemasaran Produk Pertanian*. Penerbit Andi. Yogyakarta

Aryanto. 2008. *Analisis Tataniaga Sayuran.* Institut Pertanian Bogor, Bogor

Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Laut. 2018. *Kabupaten Tanah Laut Dalam Angka Tahun 2018*. BPS. Tanah Laut

Sudiyono, A 2002. *Pemasaran Pertani-an.*Universitas Muhammadiyah Malang Press, Malang

Wahyuni, DR. 2013. *Pemasaran Sayur-Sayuran Pada Pedagang Pengecer Di Pasar Bauntung Kota Banjarbaru*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru. Banjarbaru