



**Analisis Usaha Pemasaran Produk Pertanian  
(Studi Kasus di Toko Botani Market)**

**Analysis of Agricultural Products Marketing Business  
(Case Study on Toko Botani Market)**

**Lingga Ciha Putra, Hairi Firmansyah dan Rifiana**

\*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat  
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

**ABSTRAK**

**Kata Kunci**

Produk Pertanian; Toko Botani Market; Penerimaan; Biaya; Keuntungan; Margin.

**Korespondensi**

Corresponding author  
E-mail : [Linggaciha@gmail.com](mailto:Linggaciha@gmail.com)

Diterima: Mei 2023,

Disetujui: 16 Mei 2023,

Diterbitkan on-line : 30 Juni 2023)

Perkembangan usaha pertanian yang menerapkan media online dalam pemasaran dan penjualan produknya mulai banyak berkembang salah satunya Toko botani market yang sudah berjalan 4 tahun 8 bulan sejak Februari tahun 2018. Pengelolaan Toko Botani Market dilakukan di tempat tinggal milik pribadi dan dipasarkan melalui media sosial. Berbagai macam produk segar dijual di Toko Botani Market dari jenis saayuran hingga produk bumbu dapur. Upaya pengembangan usaha dan memaksimalkan pengelolaan Toko botani market maka dilakukanlah penelitian untuk dapat menganalisis secara umum finansial dan permasalahan serta solusi yang dilakukan untuk dapat mempertahankan dan memperbaiki strategi untuk menunjang Toko Botani Market. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menjawab gambaran umum dan permasalahan usaha serta analisis finansial untuk menjawab permasalahan penerimaan, biaya, keuntungan dan pemasaran. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan data skunder dimana data primer diperoleh melalui wawancara langsung menggunakan daftar pernyataan yang sudah disediakan sedangkan data sekunder diperoleh melalui instansi atau lembaga terkait. Penerimaan yang diperoleh Toko Botani Market dalam waktu satu tahun adalah senilai Rp 1.526.160.800. Jumlah biaya yang dikeluarkan oleh Toko Botani Market selama satu tahun adalah senilai Rp 1.436.035.380 dengan biaya rata-rata perbulan adalah senilai Rp 119.671.240. Biaya tetap menyumbang sebanyak 8.9% atau senilai Rp 128,887,500 per tahun sedangkan biaya variabel menyumbang sebanyak 91.1% atau senilai Rp 1.307.147.880 per tahun. keuntungan yang diperoleh oleh Toko Botani Market adalah senilai Rp 90,125,420 per tahunnya dengan keuntungan rata-rata per bulan senilai Rp 7,508,827 .Persentase kenaikan harga atau margin produk rata-rata senilai 20% dari harga jualnya. Permasalahan yang dialami oleh Toko Botani Market dalam menjalankan usahanya diantaranya produk sayuran dan buah yang mudah busuk dan harga sayuran dan buah yang berfluktuatif pada saat hari besar keagamaan dan hari libur Nasional.

## PENDAHULUAN

Di Indonesia, penderita gizi lebih juga menunjukkan kecenderungan peningkatan yang membawa kita pada beban gizi ganda, yaitu masalah gizi buruk masih tinggi dan masalah kelebihan gizi mulai meningkat. Untuk mencegah terjadinya masalah gizi tersebut perlu adanya pedoman gizi seimbang yang dapat dijadikan pedoman makan, aktivitas fisik, kebersihan dan menjaga berat badan normal (Muchtar, *et al.*, 2015).

Menanggapi permasalahan terkait konsumsi pangan sayur dan buah-buahan kegiatan usaha dibidang pertanian selalu mengalami peningkatan dan upaya perbaikan, hal ini diiringi dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk dan pola pikir penduduk yang mulai sadar terhadap pentingnya menjaga pola makan, pemenuhan gizi seimbang menerapkan konsep hidup sehat dan upaya-upaya pelestarian alam serta adanya program pemerintah yang berorientasi pada pengurangan angka stunting dan obesitas.

Melihat perkembangan pola pikir ini maka merambahlah upaya pengembangan usaha pertanian tidak hanya dalam bentuk konvensional namun sudah mencapai usaha modern secara online. Beberapa produk pertanian yang dipamerkan melalui media online, antara lain alat mesin pertanian, pupuk, benih, hasil pertanian baik produk mentah maupun olahan, dan lain sebagainya. Produk-produk tersebut dipasarkan melalui sebuah wadah khusus di media online berupa Instagram, Facebook, Website atau Blog dan sebagainya (Putra, 2018).

Merambahnya pemasaran pertanian menggunakan media online sudah banyak di temukan di Indonesia salah satunya, Toko Online Agrowing adalah e-commerce agribisnis yang ditemukan di Indonesia. Toko Online Agrowing adalah e-commerce agribisnis yang ditemukan di Indonesia. Toko Online Agrowing menyediakan berbagai macam barang untuk kebutuhan keluarga khususnya produk pertanian. Toko Online Agrowing memberikan barang-barang baru dan berkualitas yang telah melalui proses konfirmasi. Berbagai item pengembangan agribisnis juga diberikan oleh Toko Online Agrowing. Inti dari Agrowing Online Store adalah untuk membantu memutus mata rantai panjang penyebaran barang dari petani ke konsumen. Pelanggan seolah-olah

harus duduk santai dan berbelanja dengan sekali tekan (Putra, 2018).

Penawaran melalui toko online dapat dijadikan sebagai pilihan yang tepat untuk mendapatkan suatu barang atau item. Namun dalam pelaksanaannya masih terdapat kendala atau kendala yang sering terjadi, baik dari pihak pembeli maupun pihak pembuat. Permasalahan yang sering terjadi antara lain kepercayaan pelanggan terhadap pembuat dalam hal benar atau tidaknya keberadaan pembuat dan produk yang dijual, banyaknya pesaing bagi produsen, hingga persiapan pengiriman. Penentuan barang yang tepat harus dilakukan oleh pemilik toko online, khususnya toko online dalam jual beli pertanian (Putra, 2018).

Di Kota Banjarbaru terdapat salah usaha pertanian yang juga menerapkan media online dalam pemasaran dan penjualan produknya yakni Toko Botani Market. Toko Botani Market adalah tempat penyedia kebutuhan pangan sayur dan buah segar, baik buah lokal maupun impor, serta kebutuhan lainnya seperti bumbu-bumbu masakan dan produk siap saji lainnya. Toko Botani Market melakukan pemasaran produk secara offline yang berlokasi di Jalan golf Landasan Ulin Banjarbaru dan secara online melalui whatsapp bisnis serta melakukan *supplier* ke toko retail di Kota Banjarbaru. yang dalam hal ini mampu mempermudah pembeli dalam bertransaksi tanpa harus keluar rumah. Omzet di Toko Botani Market selalu berfluktuasi, kenaikan dan penurunan tergantung dengan kondisi permintaan konsumen dan dipengaruhi oleh hari-hari besar keagamaan (HBKN).

Dalam upaya pengembangan usaha dan memaksimalkan tujuan usaha dari Toko Botani Market maka dilakukanlah penilitan menganalisis bisnis Toko Botani Market melalui analisis finansial dan permasalahan yang dihadapi untuk mengetahui solusi untuk mempertahankan dan yang perlu diperbaiki serta strategi apa yang terbaik digunakan untuk menunjang Toko Botani Market lebih berkembang dan dapat mempertahankan daya saing usaha.

### Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran umum dari usaha Toko Botani Market di kota Banjarbaru.
2. Untuk menganalisis penerimaan, biaya, keuntungan penjualan dan margin pemasaran dari produk-produk pada Toko Botani Market di kota Banjarbaru.
3. Untuk mengidentifikasi permasalahan pemasaran produk pertanian pada Toko Botani Market di Kota Banjarbaru

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah, diharapkan dapat di jadikan pertimbangan untuk menyusun kebijakan yang tepat sasaran.
2. Bagi para pelaku usaha, dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan.
3. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai refrensi atau rujukan untuk penelitian selanjutnya.
4. Bagi peneliti, memberikan tambahan ilmu pengetahuan baru dan kesempatan untuk belajar lebih banyak lagi.

## METODE

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Botani Market yang bertempat di Kelurahan Landasan Ulin, Kota Banjarbaru. Adapun pembuatan rancangan proposal penelitian ini hingga pengolahan data dilakukan pada Februari 2022 sampai Februari 2023 mulai persiapan, pengumpulan data, pengolahan data sampai dengan tahap penyusunan laporan.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari pelaku usahatani yaitu pemilik Usaha oleh dengan cara mengumpulkan data-data dari instansi-instansi terkait atau dinas-dinas terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi-instansi terkait dan beberapa sumber yang berhubungan dengan penelitian guna memenuhi kebutuhan untuk informasi mengenai penelitian yang akan dilaksanakan seperti penelitian terdahulu, media yang terkait dengan

penelitian, jurnal, buku-buku dan kepastakaan lainnya.

### Batasan Masalah

Untuk memperjelas penelitian ini, maka dibuat batasan-batasan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Data yang di analisis melalui tahapan observasi, wawancara, dan pengisian kuesioner. Observasi dilakukan untuk mengamati kondisi objek penelitian. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari responden dan pengisian kuesioner merupakan data produk pertanian pada Toko Botani Market yang di lihat selama satu periode (12 bulan) penjualan secara online tahun 2021-2022.
2. Subjek data atau informan pada penelitian ini adalah Pemilik dan karyawan Toko Botani Market yang mana mereka merupakan orang yang mengerti dan memahami tujuan perusahaan jangka panjang serta kondisi pengelolaan dan capaian-capaian perusahaan sehingga dapat diketahui seberapa jauh usaha yang telah dilakukan oleh perusahaan.

### Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama dan ketiga menggunakan metode analisis deskriptif. Penggunaan metode deskriptif yaitu untuk memberikan gambaran secara sistematis, aktual dan akurat dari data yang telah terkumpul dan dapat disusun menjadi gambaran umum usaha Toko Botani Market dan permasalahan yang ada dalam pengelolaan Toko Botani Market.

Untuk menjawab tujuan kedua menggunakan analisis finansial yaitu untuk menganalisis penerimaan, biaya, keuntungan penjualan, dan margin pemasaran dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

Untuk menghitung besarnya penerimaan pada produk-produk di Toko Botani Market digunakan rumus (Soekartawi,2002):

$$TR = P \times Q \quad (1)$$

Dengan:

TR = Penerimaan (Rp/Kg/unit)

P = Harga / Price (Rp/Kg/unit)

Q = Jumlah / Quantity (Rp/Kg/unit)

Untuk menghitung besarnya biaya yang dikeluarkan untuk produk-produk di Toko Botani Market diperhitungkan menggunakan rumus (Soekartawi,2002):

$$TC = VC + FC \quad (2)$$

Dengan:

VC = Variabel cost / Biaya variabel  
(Rp/Kg/unit)

FC = Fixed Cost / Biaya tetap (Rp/Kg/unit)

Untuk menghitung besarnya margin pemasaran di Toko Botani Market diperhitungkan menggunakan rumus (Sudiyono, 2004):

$$M = Hc - Hp \quad (3)$$

Dengan:

M = Margin pemasaran (Rp/Kg/unit)

Hc = Harga di tingkat konsumen akhir  
(Rp/Kg/unit)

Hp = Harga di tingkat produsen (Rp/Kg/unit)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sejarah Usaha.

Berdirinya Toko Botani Market berawal dari ketertarikan Bapak Aqso pada bidang pertanian. Usaha ini bergerak di bidang agribisnis melalui upaya peningkatan nilai tambah sayuran. Toko Botani Market merupakan supplier sayuran dan buah yang melayani *cafe*, resto, hotel dan rumah tangga area Kota Banjarbaru dan Daerah lainnya di Kalimantan Selatan. Usaha ini didirikan pada tahun 2018 oleh Bapak Aqso Adi Ginanjar yang berusia 32 Tahun. Usaha ini beliau didirikan perseorangan dan masih belum memiliki izin usaha. Pengelolaan Toko Botani Market dilakukan di tempat tinggal milik pribadi.

Berbagai macam produk segar dijual di Toko Botani Market dari jenis sayuran hingga produk bumbu dapur. Stok produk yang dijual kembali diambil langsung dari berbagai macam petani sayur di sekitar Kota Banjarbaru yang telah bermitra dengan Toko Botani Market dan untuk komoditas yang tidak dapat diperoleh disekitar lokasi seperti brokoli, paprika, kol, kentang, sawi putih dan lain-lain, akan di suplai dari Luar Pulau yakni Pulau Jawa khususnya Kota Malang Provinsi Jawa Timur yang dikirimkan melalui kapal atau pesawat udara.

### Lokasi Usaha

Toko botani market memasarkan produk secara offline dan online. Toko offline berada di Jl. Golf, Gg. Pelita 1, Blok F, No.38, Landasan Ulin Utara, Liang Anggang, kota Banjarbaru,

Kalimantan Selatan 70724 (lampiran 1). Toko botani market buka dari pukul 08.00 – 12.00 WITA, pemesanan dapat dilakukan setiap senin-kamis dan sabtu-minggu. Sedangkan untuk penjualan online dipasarkan melalui instagram [@botanimarket](https://www.instagram.com/botanimarket), website [www.botanimarket.com](http://www.botanimarket.com) dan WhatsApp Bisnis

### Modal

Modal dalam pengelolaan Toko Botani Market ini diperoleh dari model milik pribadi dengan total nilai Rp. 15.000.000 yang mencakup modal produk dan aset pada tahun 2018. Dari modal tersebut senilai Rp. 10.000.000 merupakan barang aset dan peralatan usaha seperti 1 set komputer, freezer, kulkas, lemari, alat press sealer dan lainnya. Sedangkan Rp. 5.000.000 merupakan modal untuk pembelian produk.

### Peralatan

Toko botani market menggunakan peralatan yang sudah cukup baik untuk sebuah usaha penjualan sayuran dan buah-buahan segar. Terdapat lemari pendingin berupa kulkas dan freezer, alat *press sealer*, timbangan, seperangkat komputer, dan perlengkapan pengemasan produk.

### Tenaga Kerja

Sejak awal Toko botani market tidak memiliki struktur yang tersusun secara resmi untuk tenaga kerja. Toko Botani memiliki 3 pekerja dari luar keluarga yakni Supatma, Dian dan Andi. Pekerja ini bersifat harian dengan durasi waktu kerja 6 jam perhari. Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan dalam sebulan Rp. 3.300.000 / orang. Ketiga pekerja ini memiliki wewenang yakni sebagai tenaga pengemasan, tenaga pembelian produk, dan tenaga pengantar produk sedangkan Bapak Aqso selaku pemilik Toko Botani Market melakukan kegiatan administrasi di Toko Botani Market.

### Produk di Toko Botani Market

Toko Botani Market menyediakan sayuran dan buah segar dengan kualitas yang baik. Produk-Produk yang dijual di Toko Botani Market seperti: cabe paprika hijau, cabe paprika merah, cabe besar mix merah+hijau, cabe merah keriting, cabe rawit mix merah & hijau, sayur asem fresh, sayur lodeh, sayur sop, brokoly, buncis baby, daun bawang seledri, jagung acar, jagung manis kupas, kacang panjang, kacang tanah kulit mentah, kembang kol potong, kol

putih, labu siam, sawi putih, terong ungu, timun besar, tomat, wortel brastagi, sayur bayam hijau, sayur caisim, sayur kangkung, sayur packhoy, selada keriting, bumbu dapur aneka, jahe gajah, jahe merah, jeruk nipis, sereh, bumbu, dan kentang.

### Proses Pengelolaan Toko Botani Market

Terdapat beberapa tahapan pengelolaan di Toko Botani Market yang dijabarkan sebagai berikut:

Proses Pembelian Produk, yakni proses pengisian stok yang diambil langsung dari berbagai macam petani sayur di sekitar Kota Banjarbaru yang telah bermitra dengan Toko Botani Market dan untuk komoditas yang tidak dapat diperoleh disekitar lokasi seperti brokoli, paprika, kol, kentang, sawi putih dan lain-lain, akan di suplai dari Luar Pulau yakni Pulau Jawa khususnya Kota Malang Provinsi Jawa Timur yang dikirimkan melalui kapal atau pesawat udara.

Proses Pencucian dan Pengeringan, yakni proses pencucian dilakukan dengan tujuan menghilangkan kontaminasi kotoran baik secara fisik, kimia, ataupun biologi. Pencucian tidak dilakukan pada sayuran yang teksturnya lunak dan mudah rusak seperti komoditas cabai, brokoli, daun bawang, seledri, kembang kol, dan tomat. Pencucian dilakukan dengan menggunakan air mengalir. Seluruh produk yang telah dicuci akan ditiriskan hingga kering dan siap untuk di kemas.

Proses pemisahan produk dan Pengemasan produk, yakni proses kegiatan memisahkan sayuran yang berkualitas baik dan bentuknya tidak normal dari sayuran yang berkualitas baik, kemudian dilakukan pengemasan produk yang sebelumnya telah dilakukan penimbangan produk sesuai dengan berat timbangan sesuai prosedur Toko Botani Market.

Proses Penyimpanan, yakni proses penyimpanan sayur dan buah dalam kulkas dan freezer dilakukan untuk menjaga bahan makanan tetap segar dan untuk mencegah masalah penurunan gizi karena kandungan vitamin dan mineralnya tidak terurai. Beberapa jenis enzim pun tidak aktif ketika diberada pada suhu dingin, sehingga perubahan-perubahan enzimatik akan terhenti.

Proses Pemasaran, yakni proses memperjual belikan dan menawarkan produk-produk Toko

Botani Market kepada konsumen yakni rumah makan, swalayan, perusahaan dan konsumen rumah tangga.

Proses Pengantaran Produk yakni proses yang dilakukan untuk mengantarkan produk yang telah dipesan untuk sampai kepada konsumen berdasarkan waktu yang telah disepekat bersama.

### Penerimaan

Jumlah penerimaan Toko Botani Market dalam satu Tahun terakhir dapat dilihat di tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Penerimaan Toko Botani Market Oktober 2021 – September 2022

Tahun	Bulan	Penerimaan (Rp)
2021	Oktober	45,551,000
2021	November	80,940,000
2021	Desember	81,490,000
2022	Januari	87,259,000
2022	Februari	91,242,000
2022	Maret	112,348,000
2022	April	172,487,000
2022	Mei	124,316,500
2022	Juni	173,105,000
2022	Juli	200,696,800
2022	Agustus	180,584,300
2022	September	176,141,200
<b>TOTAL</b>		<b>1,526,160,800</b>

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

Pada Tabel 1 dapat dilihat bulan April terjadi peningkatan penerimaan usaha hal ini terjadi karena bulan tersebut merupakan bulan perayaan hari besar keagamaan yakni Hari Raya Idul Fitri 1443 H, diikuti peningkatan penerimaan yang juga terjadi pada bulan Juli dikarenakan Hari Raya Idul Adha 1143 H. Perbedaan penerimaan yang terjadi setiap bulannya dipengaruhi oleh tingkat permintaan konsumen. Kondisi covid 19 juga mempengaruhi permintaan sayuran diawal tahun 2021 namun pada pertengahan hingga akhir bulan mengalami peningkatan permintaan dari konsumen hal ini terjadi karena pelaku usaha industri seperti rumah makan mulai kembali mengajukan pemesanan, hal ini tentunya menjadi dampak perbaikan ekonomi dan awal mula adaptasi dengan kondisi yang baru.

### Biaya Tetap

Biaya Tetap merupakan pengeluaran oleh Toko Botani Market yang tidak berubah jumlahnya meskipun ada atau tidaknya kegiatan pengelolaan usaha. Biaya tetap yang dibayarkan dan selalu dikeluarkan adalah senilai Rp 10.740.000 per bulannya atau senilai Rp 128.887.500,- per-tahunnya rincian biaya tetap yang dibayarkan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Biaya Tetap Toko Botani Market Oktober 2021 - September 2022

Biaya Tetap	Bulan (Rp)	Tahun (Rp)
Biaya Tenaga Kerja	9,900,000	118,800,000
Penyusutan Peralatan	336,458	4,037,500
Pajak	4,167	50,000
Biaya Sewa Tempat	500,000	6,000,000
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>10,740,000</b>	<b>128,887,500</b>

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 2, biaya tetap yang harus dikeluarkan Toko Botani Market adalah senilai Rp.10.740.000,- per-bulannya atau senilai Rp.128.887.500,- per-tahunnya. Biaya tenaga kerja menyumbang persentase tertinggi yakni senilai 92,18% dari seluruh biaya tetap perbulannya.

### Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan tergantung dari besar kecilnya produk yang di stok di Toko Botani Market. Dengan kata lain, semakin besarnya stok produk maka semakin besar juga biaya variabel yang dikeluarkan dan sebaliknya. Komponen biaya variabel adalah biaya produk, biaya pengemasan dan biaya pengiriman Tabel biaya yang dikeluarkan oleh Toko Botani Market dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Biaya Variabel Toko Botani Market Oktober 2021-September 2022

Biaya	Bulan (Rp)	Tahun (Rp)
Pembelian Produk	102,717,240	1,232,606,880
Pengemasan	314,000	3,768,000
Pengiriman	5,000,000	60,000,000

Biaya Listrik	300,000	3,600,000
Biaya Air	600,000	7,200,000
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>108,931,240</b>	<b>1,307,147,880</b>

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 3, rata-rata biaya variabel yang harus dikeluarkan Toko Botani Market adalah senilai Rp 108.931.240 per bulannya atau senilai Rp 1.307.147.880 per tahunnya. Biaya pembelian produk menyumbang persentase tertinggi yakni senilai 94,29 % dari seluruh biaya tetap perbulannya.

### Biaya Total

Biaya total merupakan perhitungan dari semua pengeluaran biaya produksi. Jumlah biaya yang dikeluarkan oleh Toko Botani Market selama satu tahun adalah senilai Rp 1.436.035.380 dengan biaya rata-rata perbulan adalah senilai Rp 119.671.240. Biaya tetap menyumbang sebanyak 8.9% atau senilai Rp 128,887,500 per tahun sedangkan biaya variabel menyumbang sebanyak 91.1% atau senilai Rp 1.307.147.880 per tahun. Perhitungan biaya yang dikeluarkan oleh Toko Botani Market dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Biaya Toko Botani Market Oktober 2021-September 2022

Biaya	Bulan (Rp)	Tahun (Rp)
Total Biaya Tetap	10,740,000	128,887,500
Total Biaya Variabel	108,931,240	1,307,147,880
<b>Total Biaya</b>	<b>119,671,240</b>	<b>1,436,035,380</b>

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

### Keuntungan

Keuntungan adalah hasil penerimaan bersih yang diterima oleh pelaku usaha. Keuntungan diperoleh dari hasil pengurangan diantara penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan. Jumlah keuntungan yang diperoleh Toko Botani Market dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Keuntungan Toko Botani Market Oktober 2021 – September 2022

	Bulan (Rp)	Tahun (Rp)
Penerimaan	127,180,067	1,526,160,800
Total Biaya	119,671,240	1,436,035,380
<b>Keuntungan</b>	<b>7,508,827</b>	<b>90,125,420</b>

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa keuntungan yang diperoleh oleh Toko Botani Market adalah senilai Rp. 90,125,420,- pertahunnya dengan keuntungan rata-rata per bulan senilai Rp. 7,508,827,-. Jumlah penerimaan yang diperoleh Toko Botani Market lebih besar dari total biaya yang dikeluarkannya makan menunjukkan bahwa Toko Botani Market tidak mengalami kerugian dengan nilai kelayakan usaha 1,06 maka dapat disimpulkan Toko Botani Market menunjukkan setiap Rp.1 yang dikeluarkan untuk kegiatan usaha maka akan memperoleh penerimaan senilai Rp.1,06.

### Margin

Margin pemasaran adalah perbedaan harga antara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran atau perbedaan antara jumlah yang dibayar konsumen dan jumlah yang diterima produsen atas produk pertanian yang diperjualbelikan. Margin pemasaran merupakan istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli akhir (konsumen). Perhitungan margin menggunakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang dibayarkan oleh produsen. Besaran margin antar Toko Botani Market dengan konsumen dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Margin Produk di Toko Botani Market Oktober 2021 – September 2022

Komoditas	Harga di Tingkat Konsumen (Rp)	Harga di Tingkat Produsen (Rp)	Margin (Rp)
Cabe Paprika Hijau	13,000	10,400	2,600
Cabe Paprika Merah	14,500	11,600	2,900
Cabe, Besar Mix Merah+Hijau	12,500	10,000	2,500
Cabe, Merah Keriting	14,500	11,600	2,900
Cabe, Rawit Mix Merah & Hijau	22,000	17,600	4,400
Sayur, Asem Fresh	14,000	11,200	2,800
Sayur, Lodeh Fresh	14,000	11,200	2,800
Sayur, Sop Fresh	14,000	11,200	2,800
Brokoly, Fresh	34,200	27,360	6,840
Buncis, Baby	8,300	6,640	1,660
Daun, Bawang Seledri	8,200	6,560	1,640
Jagung, Acar	10,500	8,400	2,100

Komoditas	Harga di Tingkat Konsumen (Rp)	Harga di Tingkat Produsen (Rp)	Margin (Rp)
Jagung, Manis Kupas	7,000	5,600	1,400
Kacang, Panjang Fresh	3,500	2,800	700
Kacang, Tanah Kulit Mentah Kembang	16,300	13,040	3,260
Kol, Potong Fresh	21,500	17,200	4,300
Kol, Putih	8,500	6,800	1,700
Labu, Siam	4,800	3,840	960
Sawi, Putih	9,500	7,600	1,900
Terong, Ungu	5,000	4,000	1,000
Timun, Besar	4,500	3,600	900
Tomat, Fresh	13,500	10,800	2,700
Wortel, Brastagi	8,000	6,400	1,600
Sayur, Bayam Hijau Fresh	6,500	5,200	1,300
Sayur, Caisim Fresh	6,500	5,200	1,300
Sayur, Kangkung Fresh	3,000	2,400	600
Sayur, Packhoy Fresh	6,000	4,800	1,200
Selada, Keriting Fresh	10,500	8,400	2,100
Bumbu, Dapur Aneka Mix	5,200	4,160	1,040
Jahe Gajah, Bumbu Fresh	5,500	4,400	1,100
Jahe Merah, Bumbu Fresh	5,500	4,400	1,100
Jeruk Nipis, Bumbu Fresh	4,700	3,760	940
Sereh, Bumbu Fresh	5,200	4,160	1,040
Kentang, Lokal	10,800	8,640	2,160

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 6, semua produk yang ada di Toko Botani Market merupakan produk yang langsung diterima dari pihak pertama atau produsen sehingga hanya terdapat satu saluran pemasaran. Persentase kenaikan harga rata-rata senilai 20% dari harga jualnya. Margin tertinggi terdapat pada komoditas brokoly yakni kenaikan harga senilai Rp.6.840,- sedangkan margin terendah yakni pada komoditas kacang panjang yakni senilai Rp. 700,-.

### Permasalahan di Toko Botani Market

Dalam menjalankan usahatani, tentunya tidak terlepas dari permasalahan-permasalahan yang

dihadapi oleh pelaku usaha dan hendaknya permasalahan ini dengan cepat diatasi sehingga penyelenggaraan kegiatan usaha dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan target yang ingin dicapai. Pada Toko Botani Market terdapat permasalahan utama yang dibagi berdasarkan proses pengelolaan usaha sebagai berikut:

**Proses Pembelian Produk.** Pada proses ini permasalahan yang terjadi adalah pengaruh cuaca yang mempengaruhi ketersediaan produk yang diminta oleh konsumen maka dari itu hal yang biasanya dilakukan Toko Botani Market adalah mencari supplier baru yang dapat menyediakan produk sesuai yang diminta oleh konsumen namun apabila produk cenderung langka karena keterbatasan hasil produksi maka produk tidak dipasarkan untuk sementara waktu.

**Proses Penyimpanan produk.** Pada proses ini permasalahan yang terjadi adalah mudah busuknya sayuran dan buah hal ini dikarenakan proses pengiriman yang cukup lama, penyimpanan yang dilakukan tidak tepat dan beberapa sayuran tidak tahan disimpan dalam waktu yang lama, dalam mengatasi hal ini yang dilakukan oleh Toko Botani Market adalah membiarkan saja produk yang busuk, pemesanan produk hanya dilakukan secukupnya dengan pertimbangan penjualan yang telah dilakukan bulan sebelumnya, serta apabila terdapat produk yang berlebihan dan hampir membusuk Toko Botani Market biasanya memberikan produk sebelum kondisi tidak layak konsumsi kepada tetangga sekitar.

**Proses Penjualan Produk.** Pada proses ini permasalahan yang terjadi yakni fluktuasi harga sayur yang menjadi kendala di beberapa hari besar keagamaan dan hari libur Nasional hal yang dilakukan untuk mengatasi hal ini diantaranya tetap menjual produk sebagaimana ukuran beratnya, jika kenaikan harga tidak begitu tinggi masih dapat ditutupi oleh produk lainnya maka tidak dilakukan peningkatan harga jual.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari permasalahan penelitian maka kesimpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Toko Botani Market merupakan supplier sayuran dan buah yang melayani *cafe*, resto,

hotel dan rumah tangga area Kota Banjarbaru dan Daerah lainnya di Kalimantan Selatan. Berbagai macam produk segar dijual di Toko Botani Market dari jenis sayuran hingga produk bumbu dapur. Stok produk yang dijual kembali diambil langsung dari berbagai macam petani sayur di sekitar Kota Banjarbaru yang telah bermitra dengan Toko Botani Market dan untuk komoditas yang tidak dapat diperoleh disekitar lokasi seperti brokoli, paprika, kol, kentang, sawi putih dan lain-lain, akan di suplai dari Luar Pulau yakni Pulau Jawa khususnya Kota Malang Provinsi Jawa Timur yang dikirimkan melalui kapal atau pesawat udara.

2. Penerimaan yang diperoleh Toko Botani Market dalam waktu satu tahun adalah senilai Rp 1.526.160.800. Jumlah biaya yang dikeluarkan oleh Toko Botani Market selama satu tahun adalah Rp 1.436.035.380 dengan biaya rata-rata perbulan adalah senilai Rp 119.671.240. Biaya tetap menyumbangkan sebanyak 8.9% atau senilai Rp 128,887,500 per tahun sedangkan biaya variabel menyumbangkan sebanyak 91.1% atau senilai Rp 1.307.147.880 per tahun. Keuntungan yang diperoleh oleh Toko Botani Market adalah senilai Rp 90,125,420 per tahunnya dengan keuntungan rata-rata per bulan senilai Rp 7,508,827. Persentase kenaikan harga atau margin produk rata-rata senilai 20% dari harga jualnya.
3. Permasalahan yang dialami oleh Toko Botani Market dalam menjalankan usahanya diantaranya produk sayuran dan buah yang mudah busuk dan harga sayuran dan buah yang berfluktuatif pada saat hari besar keagamaan dan hari libur Nasional.

### Saran

Adapun saran yang dapat diberikan terhadap penelitian ini berdasarkan permasalahan yang ada adalah sebagai berikut:

1. Pemilik usaha hendaknya lebih memperhatikan jadwal dan jumlah pembelian produk sayuran dan buah untuk menghindari kerugian karena pembusukan produk
2. Pemilik usaha hendaknya dapat membuat variasi produk yang dijual melalui label *grade* pada setiap produk yang akan dijual agar terdapat berbagai hargadengan kualitas yang berbeda hal ini juga dapat meningkatkan keuntungan usaha



## DAFTAR PUSTAKA

- Muchtar, Nurhaya., N. Jafar., dan Aminuddin Syam. 2015. Gambaran Pengetahuan, sikap gizi seimbang dan pola konsumsi sayur dan buah pada mahasiswa obesitas. Jurnal publikasi: repository.unhas.ac.id
- Putra, Martin Priyono. 2018. Analisis Pemasaran produk pertanian secara online dan konvensional (studi kasus di Toko Online Agrowing) [Skripsi]. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya
- Soekartawi.2002. Analisis Usahatani. UI Press: Jakarta
- Sudiyono. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah, Malang. UMM Press, Malang.