



**PEMASARAN WORTEL DI DESA BATURITI, KECAMATAN BATURITI
KABUPATEN TABANAN**

Martina Anye, Cening Kardi*, I Made Tamba, Ni Putu Anglila Amaral

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

*Corresponding Author: lovelycening@unmas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research is to:(1) Analyze the product marketing channel system carrots in Baturiti Village, Baturiti District, Tabanan Regency, (2) Analyzesis cost profit and marketing margin of carrot products in Baturiti Village Baturiti Subdistrict Tabanan Regency(3) Analyzing farmer share and efficiency carrot product marketing Baturiti Village Baturiti District Tabanan. Determination of carrot trader respondents using snowball sampling, and determining the respondents of carrot farmers using the sensus method with the total number of respondents in this study amounting to 69 people. Data were analyzed using marketing margin analysis, revenue merchant, merchant profit. Janner Share, and marketing efficiency Based on the research results, the marketing channel in the research area consists of three marketing channels, namely Channel I: PetanI-Gatherers-Retailers-Consumers Farmer-Retailer-Consumer Channel and Farmer-Consumer Channel. Carrot marketing benefits channel I with a profit of IDR 459000. Meanwhile, the profit of channel I marketing is profit of IDR 84000. farmer share channel I is 64.20, Farmer share on channel il is 1.4, farmer share on channel III is 10000 Channel I marketing efficiency is U293 and efficiency1 for marketing channel I is 0432

Keyword : *Marketing Channel, Marketing Margin, Farmer Share, Efficiency*

PENDAHULUAN

Secara umum pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja, dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha. Untuk itu sektor industri sebagai leading sektor di harapkan mampu meningkatkan produktivitas faktor produksi secara efisien. Sektor pertanian juga merupakan salah satu sektor yang penting bagi perekonomian Indonesia yang harus di kembangkan. Pengembangan sektor pertanian dapat dilakukan dengan memberdayakan perekonomian rakyat melalui pendekatan agribisnis yang akan menciptakan pertanian yang maju, efisien, dan tangguh (Mubyarto dalam Nyoto, 2016).

Aspek lain dari mekanisme produksi pertanian adalah aspek distribusi. Distribusi memegang peran penting dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan wortel yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tanpa ada distribusi produsen akan kesulitan untuk memasarkan wortelnya dan konsumenpun harus bersusah paya mengejar produsen. Saluran distribusi adalah suatu jalur perantara pemasaran baik transportasi maupun penyimpanan suatu produk barang dan jasa dari tangan produsen ketangan konsumen. Distribusi wortel akan menghubungkan petani dengan konsumen yang membutuhkan wortel tersebut. Proses pendistribusian tersebut terangkai dalam sistem pemasaran. Pemasaran pada prinsipnya adalah

aliran barang dari produsen kepada konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Peranan lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku sarat karakteristik aliran barang yang digunakan. Oleh karena itu dikenal istilah saluran pemasaran. Fungsi saluran pemasaran ini sangat penting, khususnya untuk melihat tingkat harga masing-masing lembaga pemasaran.

Permasalahan yang sering dialami di lokasi penelitian adalah pada saat memperoleh pendapatan, posisi tawar, penerimaan share yang rendah, dan perbedaan saluran pemasaran. Share yang rendah ini disebabkan adanya saluran pemasaran yang panjang sehingga biaya pemasaran cenderung besar, adanya perubahan harga di tingkat konsumen adakalanya tidak segera diisyaratkan dengan cepat kepada petani. Dalam pemasaran komoditi pertanian juga sering dijumpai saluran pemasaran panjang, sehingga lembaga pemasaran yang terlibat akan cenderung mengakibatkan margin pemasaran terlalu tinggi hingga menyebabkan bagian yang diterima petani kecil, disamping itu, perbedaan saluran pemasaran juga menyebabkan perbedaan biaya yang dikeluarkan sehingga berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh petani dan juga dapat berpengaruh terhadap harga serta keuntungan yang diperoleh. Permasalahan tersebut menunjukkan petani berada pada posisi yang lemah dan kurang menguntungkan. Faktor yang mempengaruhi pendapatan petani juga adalah kurangnya pengetahuan petani mengenai pemasaran hasil wortel, seperti saluran pemasaran yang memberikan keuntungan yang maksimal pada petani. Pendapatan petani sangat dipengaruhi oleh pemasaran hasil produksinya dan harga yang berlaku, dimana pemasaran yang kurang efisien adalah kecilnya bagian yang diterima petani dari harga yang dibayar konsumen akhir. Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana saluran pemasaran wortel di Desa Baturiti, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, seberapa besarkah keuntungan pemasaran wortel yang diperoleh masing masing lembaga pemasaran, seberapa besar *farmes share* dan efisiensi pemasaran wortel pada masing masing saluran pemasaran

wortel. Untuk menganalisis saluran pemasaran wortel di Desa Baturiti, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, untuk menganalisis keuntungan pemasaran wortel yang diperoleh masing masing lembaga pemasaran, untuk menganalisis *farmes share* dan efisiensi pemasaran wortel pada masing masing saluran pemasaran wortel.

METODOLOGI PENELITIAN

Pengambilan Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *snowball sampling*, dan penentuan responden petani wortel menggunakan metode sensus dengan jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 69 orang.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara (1) observasi, (2) wawancara, (3) kuisioner, (4) dokumentasi.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Dan penelitian menggunakan data primer dan data skunder.

Metode Analisis Data

Dalam menganalisis bagaimana saluran pemasaran wortel di Desa Baturiti, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, seberapa besarkah keuntungan pemasaran wortel yang diperoleh masing masing lembaga pemasaran, seberapa besar *farmes share* dan efisiensi pemasaran wortel pada masing masing saluran pemasaran wortel dilakukan beberapa tahap yaitu:

Saluran Pemasaran Wortel

Saluran pemasaran wortel dianalisis secara deskriptif.

Margin Pemasaran

$$M_p = P_r - P_f$$

Dimana:

M_p = Margin pemasaran

P_r = Harga jual wortel di tingkat lembaga pemasaran

Pf = Harga beli wortel di tingkat lembaga pemasaran

Pendapatan Pedagang

$$I = Q \times Mp$$

Dimana:

I = Pendapatan Pedagang

Q = Volume transaksi wortel yang dilakukan

Mp = Marjin pemasaran

Keuntungan Pedagang

$$\pi = I - TC$$

Dimana:

π = Keuntungan Pedagang

I = Pendapatan Pedagang

TC = Total Biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang

Farmer's share

$$FS = \frac{pr}{Pf} \times 100\%$$

Dimana:

FS : Farmer Share

Pr : Harga di tingkat petani

Pf : Harga di tingkat konsumen

Efisiensi Saluran Pemasaran

$$EP = TS/TI$$

Dimana:

EP : Efisiensi Saluran Pemasaran

TS : Total biaya yang terjadi pada saluran pemasaran

TI : Total pendapatan yang diperoleh dalam saluran pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri 43 orang petani dan 26 orang pedagang wortel (22 orang pengecer dan 4 orang pengepul), sehingga total responden 69 orang. Karakteristik responden baik petani maupun pedagang diuraikan berdasarkan umur, pendidikan, pengalaman berusaha tani ataupun dagang, dan tanggungan keluarga.

Responden Berdasarkan Umur

Umur responden menunjukkan bahwa semua responden 100% berada pada usia produktif (Analisi data primer, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian menyatakan jenjang usia responden merupakan usia potensial. Petani/pedagang yang lebih muda mempunyai kemampuan fisik yang lebih besar dari pada yang tua. Juga lebih cenderung lebih mudah menerima hal-hal yang baru dianjurkan untuk menambah pengalaman, sehingga cepat mendapat pengalaman-pengalaman baru yang berharga dalam berusaha bisnis pertanian.

Tingkat Pendidikan

Menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden petani/pedagang wortel sangat dominan berpendidikan SLTA, yaitu 72,5%. Serta sarjana sebanyak 13,0%. Sehingga tingkat pendidikan pelaku usaha bisnis wortel ini tergolong tinggi, yang dapat meningkatkan kapasitas dan nilai agribisnis wortel di Desa Baturiti.

Pengalaman Berusahatani Ataupun Dagang

Menunjukkan bahwa rata-rata pengalaman berusaha responden adalah 16 tahun. Mayoritas petani/pedagang wortel memiliki pengalaman berusaha 20 tahun ke atas, sehingga akan semakin bagus usaha agribisnis wortel yang digelar.

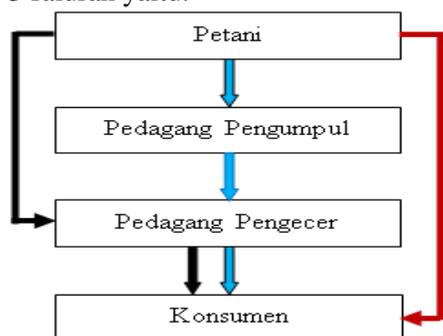
Jumlah Tanggungan Keluarga

Sebagian besar petani dapat menggunakan tenaga kerja dari anggota keluarga sendiri yang secara tidak langsung merupakan tanggung jawab kepala keluarga untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Adapun jumlah tanggungan keluarga responden dapat dilihat pada Tabel 5.4. Sangat dominan jumlah anggota keluarga petani/pedagang wortel pada tingkat sedang 3 – 4 orang dengan komposisi 69,6%.

Saluran Pemasaran Wortel

Saluran pemasaran wortel di Desa Baturiti kecamatan Baturiti terkait dengan beberapa lembaga pemasaran meliputi pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Saluran

pemasaran wortel di Desa Baturiti ini terdiri atas 3 saluran yaitu:



Gambar 1. Saluran Pemasaran Wortel di Desa Baturiti

Keterangan

- Saluran I : Petani-Pengumpul-Pengecer-Konsumen
- Saluran II : Petani-Pengecer-Konsumen
- Saluran III : Petani-Konsumen

Saluran pemasaran 1 (Petani-Pengumpul-Pengecer-Konsumen) merupakan saluran pemasaran yang sebagian besar digunakan petani wortel di Desa Baturiti.

Jumlah Petani Yang Menjual Wortel Serta Volume Wortel Terjual Pada Masing-Masing Saluran Pemasaran

Jumlah pedagang pengecer yang terlibat dalam Saluran II adalah 12 orang dengan volume transaksi 3000 kg atau rata-rata 250 kg per orang dan jumlah petani yang menjual hasil wortel langsung ke konsumen sebanyak 8 orang dengan volume transaksi sebesar 800 kg atau rata-rata 100 kg per orang

Tabel 1. Jumlah petani yang menjual wortel serta volume wortel terjual pada masing-masing saluran pemasaran

Jenis Saluran	Jumlah Petani (orang)	Volume Transaksi (kg)	Jumlah Pedagang Pengumpul (orang)	Jumlah Pedagang Pengecer (orang)
Saluran I	20	4600	4	10
Saluran II	15	3000	-	12
Saluran III	8	800	-	-

Marjin Pemasaran Wortel dan *Farmer Share*

Tabel 2. Marjin pemasaran dan *farmer share* pada masing masing saluran pemasaran wortel

Jenis Saluran	Harga Petani (Rp/Kg)	Lembaga Pemasaran	Harga Bel (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Konsumen (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran	Margin Pemasaran	Keuntungan	Farmer Share
Saluran I	4.500	Pengepul	4.500	5.500	7.000	785.000	1.000	365.000	46,2
Saluran II	5.000	Pengecer	5.500	7.000	7.000	231.000	1.500	459.000	71,4
Saluran III	6.000	Pengecer	5.000	7.000	6.000	216.000	2.000	284.000	100

Pada Saluran I marjin pemasaran pedagang pengumpul adalah sebesar Rp 1000/kg, dan pedagang pengecer sebesar Rp 1500/kg. Pada Saluran II marjin pemasaran pedagang pengecer sebesar Rp 2000/kg. Pada Saluran III tidak ada marjin pemasaran, karena petani menjual langsung ke konsumen dengan harga wortel di tingkat konsumen Rp 6000/kg. Sementara harga wortel di tingkat kosumen pada Saluran I sama dengan harga pada Saluran II, yaitu Rp 7000/kg.

Harga wortel di tingkat petani pada Saluran I Rp 4500/kg lebih rendah dari harga di tingkat petani pada Saluran II, yakni sebesar Rp 5000/kg. Marjin pemasaran paling tinggi diperoleh pedagang pengecer pada Saluran II, yaitu Rp 2000/kg. *Farmer share* tertinggi terjadi pada saluran III, yaitu 100% karena petani menjual langsung wortelnya. *Farmer share* terendah terjadi pada saluran I sebesar 64,2%. *Farmer share* pada saluran II adalah sebesar 71,4%.

Omzet Penjualan

Tabel 3. Rata Rata Volume Transaksi, Harga dan Omzet Harian Lembaga Pemasaran wortel di Desa Baturiti

Jenis Saluran	Volume Transaksi (kg)	Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer	
		Harga Jual (Rp/kg)	Penerimaan (Rp)	Harga Jual (Rp/kg)	Penerimaan (Rp)
Saluran I	4600	5500	25300000	7000	32200000
Saluran II	3000	-	-	7000	21000000
Saluran III	-	-	-	-	-

Penerimaan pedagang pengumpul pada Saluran I adalah Rp 25,300,000 atau rata rata penerimaan per orangnya Rp 6,325,000. Penerimaan pedagang pengecer pada Saluran I adalah Rp 32,200,000 atau rata rata penerimaan per orangnya Rp 3,220,000. Penerimaan pedagang pengecer pada Saluran II adalah Rp 21,000,000 atau rata rata penerimaan per orangnya Rp 1,750,000

Biaya, Pendapatan, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran Wortel

Tabel 4. Rata rata biaya pemasaran masing masing lembaga pemasaran wortel per orang di Desa Baturiti.

No	Jenis Biaya	Pedagang Pengumpul Saluran I (Rp)	Pedagang Pengecer Saluran I (Rp)	Pedagang Pengecer Saluran II (Rp)
		1	Trasportasi	280.000
2	Bongkar dan pengepakan	240.000	90.000	40.000
3	Pengangkutan/kuli panggul	150.000	60.000	75.000
4	Timbangan	60.000	18.000	6.000
5	Keranjang	45.000	20.000	16.000
6	Tali raffia	1.0000	3.000	4.000
Total		785.000	231.000	216.000

Biaya pemasaran wortel tertinggi terjadi pada pedagang pengumpul dengan besarnya biaya pemasaran per orang sebesar Rp 785000. Sedangkan biaya pemasaran terendah terjadi pada pedagang pengecer Saluran II dengan besarnya biaya pemasaran per orang Rp 216000. Pendapatan pemasaran wortel tertinggi terjadi pada pedagang pengumpul, dengan besarnya pendapatan pemasaran per orang sebesar Rp 1150000.

Tabel 5. Rata rata pendapatan masing masing lembaga pemasaran wortel per orang di Desa Baturiti

Lembaga Pemasaran	Volume transaksi (kg)	Marjin Pemasaran (Rp/kg)	Pendapatan (Rp)
Pedagang Pengumpul Saluran I	1150	1000	1150000
Pedagang Pengecer Saluran I	460	15000	690000
Pedagang Pengecer Saluran II	250	2000	500000

Sedangkan pendapatan pemasaran terendah terjadi pada pedagang pengecer Saluran II dengan besarnya pendapatan pemasaran per orang sebesar Rp 500000.

Tabel 6. Rata rata keuntungan masing masing lembaga pemasaran wortel per orang di Desa Baturiti

Lembaga Pemasaran	Pendapatan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)	Keuntungan (Rp)
Pedagang Pengumpul Saluran I	1150000	785000	365000
Pedagang Pengecer Saluran I	690000	231000	459000
Pedagang Pengecer Saluran II	500000	216000	284000

Keuntungan pemasaran wortel tertinggi terjadi pada pedagang pengecer Saluran II dengan besarnya keuntungan pemasaran per orang sebesar Rp 459000. Sedangkan keuntungan

pemasaran terendah terjadi pada pedagang pengecer Saluran II dengan besarnya keuntungan pemasaran per orang sebesar Rp 284000.

Tabel 7. Efisiensi Pemasaran Wortel di Desa Baturiti

Jenis Salurann	Total Pendapatan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Efisiensi Pemasaran
Saluran I	11500000	3371010	0,293
Saluran II	6000000	2592000	0,432

Efisiensi pemasaran pada masing masing saluran pemasaran dihitung berdasarkan rasio total biaya dengan total pendapatan pada masing masing saluran pemasaran. terlihat bahwa saluran pemasaran I (yang melibatkan pedagang pengumpul dan pengecer) lebih efisien dari pada saluran pemasaran II (yang melibatkan pedagang pengecer saja), walaupun saluran pemasaran I lebih panjang dari saluran pemasaran II.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pemasaran wortel di daerah penelitian maka dapat disimpulkan adalah Saluran pemasaran didaerah penelitian terdiri dari tiga saluran pemasaran, yaitu Saluran I: Petani-Pengumpul-Pengecer-Konsumen; Saluran II: Petani- Pengecer-Konsumen; dan Saluran III: Petani-Konsumen; Keuntungan pemasaran wortel tertinggi terjadi pada pedagang pengecer Saluran II dengan besarnya keuntungan pemasaran per pedagang sebesar Rp 459000. Sedangkan keuntungan pemasaran terendah terjadi pada pedagang pengecer Saluran II dengan besarnya keuntungan pemasaran per pedagang sebesar Rp 284000; Farmer share tertinggi terjadi pada saluran III, yaitu 100% karena petani menjual langsung produk wortelnya. Farmer share terendah terjadi pada saluran I sebesar 64,2%. Farmer share pada saluran II adalah sebesar 71,4%; Efisiensi pemasaran I adalah 0,293 dan efisiensi untuk saluran pemasaran II adalah 0,432. Terlihat bahwa saluran pemasaran I (yang melibatkan pedagang pengumpul dan pengecer) lebih efisien dari pada saluran pemasaran II (yang melibatkan pedagang pengecer saja), walaupun saluran pemasaran I lebih panjang dari saluran

pemasaran II. Saran yang dapat diberikan untuk petani wortel di Desa Baturiti, yaitu: Untuk saluran pemasaran sebaiknya petani menjual langsung wortelnya kepada konsumen karena dengan menjual langsung ke konsumen petani tidak terlalu banyak mengeluarkan biaya. Keuntungan pemasaran wortel:Sebaiknya petani wortel menggunakan saluran pemasaran pada pedagang pengecer saluran I. Karena keuntungannya lebih besar dari pada pedagang pengecer saluran II dan pedagang pengumpul saluran I. Farmer share: Sebaiknya petani menggunakan saluran pemasarn III. Karena farmer share pada saluran III lebih tinggi dari pada saluran II, dan saluran I. Efisiensi pemasaran: Sebaiknya petani wortel di Desa Baturiti menggunakan saluran pemasaran I (yang melibatkan pedagang pengumpul dan pengecer) karena saluran pemasaran I lebih efisien dari pada saluran pemasaran II.

REFERENSI

- Bintang Dian P, Pujiharti dan Waetemin. 2016. Pemasaran Jagung (*Zee mays L*) Di Desa Karangmalang Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Tegal. *Jurnal AGRITEACH*. Vol. XVIII No.2.ISSN: 1411-1063.
- Karisma Chairunisa, Rini Rochdiniani, Budi Setia. (2021). Aalisis Saluran Pemasaran Rengginang Alit. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. 8 (1),184-192.
- Muhamad Ansori., Sri Mulyani. (2014). Mempelajari Jalur Distribusi Paprika (*Capsicum annuum* Var. *Grossum*) Serta Margin Pemasaran Dan Keuntungannya Dari Kecamatan Baturiti Ke Kota Denpasar. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri* ISSN: 2503-488X, Vol.2. No. 1. (39-48).
- Noviyanti, N. (2020). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jeruk Pamelon di Desa Panteen Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. *Jurnal Sain Ekonomi Dan Edukasi (JSSE)* , 7 (2)
- Praswati, A. N., T. Prijanto , B. d. Aji. (2018) Saluran Distribusi Dan Margin Pemasaran Kubis Tomat Wortel (Studi Kasus Di Area Boyolali Jawa Tengah). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan*. 9 (9): 1-18