

**ANALISIS PEMASARAN KUBIS DI DESA NETPALA KECAMATAN MOLLO
UTARA KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN**

Kornelia Adelinda Ngamal¹⁾³⁾, Maria Bano²⁾, Serman Nikolaus²⁾

Korespondensi melalui e-mail: indahngamal1@gmail.com, Telp(+62)82144081185

ABSTRACT

The study was conducted in Netpala Village, North Mollo District, Timor Tengah Selatan District in May 2018. This study aimed to determine marketing channels, marketing functions, marketing costs, marketing margins, farmer's marketing benefits and integration / integration of cabbage vegetable markets. The research respondents were 75 people from 301 farmers and 13 retailers. The results showed that there were three marketing channels that followed, namely channel I: farmers - When did consumers (15 farmers), channel II: farmers - Soe end consumers (10 farmers), and channel III: Farmers - Retailers - Kupang end Consumers (50 farmers). The marketing function that applies in marketing cabbage in the research area is the exchange, physical and facility functions. The highest marketing costs incurred by farmers are in channel II, which is Rp. 183.86 / kg, marketing margins are in channels I and II, Rp. 500 and channel III at retailers, Rp. 4,500 / kg, the highest marketing channel profits on channel III Rp. 5,486 , 90 / kg, and the highest share received by farmers is in channel I and channel II, which is 91%. (4) Market integration that occurs in the cabbage marketing channel in Netpala Village is an inefficient marketing system because the correlation coefficient value is <1 or not equal to 1, but the two markets (market at retailer and market level at farmer level) have a very high relationship or strong with a correlation value of 0.95 (according to Guilford criteria 1956) which is near perfect can be said if the price at the retailer level changes by 1% then the price at the farmer level will change by 0.95%.

Keywords: Marketing, Cabbage, Market Integration, Farmer's Share

ABSTRAK

Penelitian dilaksanakan di Desa Netpala Kecamatan Mollo Utara Kabupaten Timor Tengah Selatan pada bulan Mei 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran farmer's share dan integrasi/keterpaduan pasar sayuran kubis. Responden penelitian sebanyak 75 orang dari 301 petani dan 13 orang pedagang pengecer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya tiga saluran pemasaran yang diikuti yakni saluran I : petani – konsumen akhir Kapan (15 petani), saluran II: Petani – Konsumen Akhir Soe (10 Petani), Dan Saluran Iii : Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir Kupang (50 petani). Fungsi pemasaran yang berlaku dalam pemasaran kubis di daerah penelitian adalah fungsi pertukaran, fisik, dan fasilitas. Biaya pemasaran tertinggi yang dikeluarkan petani terdapat pada saluran II yaitu Rp 183,86/kg, margin pemasaran terdapat pada saluran I dan II yaitu Rp 500 dan saluran III ditingkat pedagang pengecer yaitu Rp 4.500/kg, keuntungan saluran pemasaran tertinggi pada saluran III Rp 5.486,90/kg, dan *share* tertinggi yang diterima petani terdapat pada saluran I dan saluran II yaitu sebesar 91%. (4) Integrasi pasar yang terjadi pada saluran pemasaran kubis di Desa Netpala sistem pemasarannya tidak efisien karena nilai koefien korelasinya < 1 atau tidak sama dengan 1, namun kedua pasar ini (pasar ditingkat pengecer dan pasar ditingkat petani) mempunyai hubungan/keeratan yang sangat tinggi atau kuat dengan nilai korelasi sebesar 0,95 (sesuai kriteria *Guilford 1956*) yang mendekati sempurna dapat dikatakan jika harga ditingkat pengecer berubah sebesar 1% maka harga ditingkat petani akan berubah sebesar 0,95%.

Kata kunci : Pemasaran, Kubis, Integrasi Pasar, Farmer's Share

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi untuk mengembangkan beragam produk dari tanaman hortikultura. Kondisi agroklimat yang baik serta ketersediaan sumber daya sangat mendukung tumbuh kembangnya tanaman hortikultura. Dari berbagai jenis tanaman hortikultura, terdapat beberapa jenis tanaman yang banyak dikembangkan di Indonesia, salah satunya adalah tanaman kubis. Tanaman kubis merupakan salah satu sayuran yang banyak diusahakan para petani di daerah pegunungan (dataran tinggi) disamping karena mudah pembudidayaannya, juga karena kubis banyak mengandung vitamin A,B, dan C. Vitamin-vitamin ini sangat berperan dalam memenuhi kebutuhan manusia.

Nusa Tenggara Timur merupakan daerah yang beriklim kering yang mempunyai bulan kering berkisar antara 6-7 bulan, sedangkan bulan basah hanya berkisar antara 3-4 bulan. Keadaan ini diperburuk dengan distribusi curah hujan yang tidak merata sepanjang tahun, padahal air merupakan komponen yang sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan tanaman. Kondisi alam yang seperti ini sering menyebabkan terjadinya gagal panen dari kegiatan usahatani hortikultura. Oleh karena itu alternatif usahatani lainnya yang diusahakan oleh petani harus disesuaikan dengan kondisi dan keadaan alam. Di Nusa Tenggara Timur daerah yang cocok untuk ditanami tanaman kubis sesuai dengan syarat tumbuh tanaman kubis adalah Kabupaten Timor Tengah Selatan tepatnya di desa Netpala. (*Laporan Akhir TTP, 2016*)

Desa Netpala adalah Desa yang tergolong sebagai Desa dataran tinggi dimana titik tertingginya adalah 1078 mdpl, sementara kondisi topografinya hampir semua tempatnya berlereng, karena merupakan bagian dari pegunungan di

wilayah kawasan Mollo pada umumnya. Aneka usahatani sayuran yang diusahakan oleh masyarakat di Desa Netpala adalah sawi putih, sawi, wortel, terung, cabe, buncis, pitcay, tomat dan kubis. dari ke sembilan jenis sayur tersebut yang paling tinggi diminati untuk diusahakan adalah kubis, karena kubis dalam pembudidayaannya sangat mudah secara teknis dan cukup mudah (laku) dipasarkan walaupun soal harga tidak stabil. Hasil dari produksi sayuran kubis yang diusahakan oleh petani di Desa Netpala tidak hanya dijual ke pasar Netpala saja tapi di pasarkan juga ke kota Kupang. Oleh karena itu usahatani aneka sayuran dari Desa Netpala tergolong sebagai usahatani sayuran *off-season*/ tanpa mengenal musim. Kondisi ini yang merupakan salah satu kekuatan ekonomi dari desa ini (*Laporan Akhir TTP, 2016*)

Berdasarkan data produksi kubis untuk 3 tahun terakhir di Kabupaten Timor Tengah Selatan pada tahun 2014 produksinya sebanyak 6.200 ton, pada tahun 2015 sebanyak 4.800 ton dan pada tahun 2016 sebanyak 6.000 ton. Dari data tersebut memberikan indikasi bahwa produksi kubis cenderung berfluktuasi. Kabupaten Timor Tengah Selatan di Kecamatan Mollo Utara produksi kubis selama tiga tahun berturut-turut mengalami penurunan, dimana pada tahun 2014 produksi sebesar 2.600 kw, pada tahun 2015 produksi kubis menurun menjadi 1.500 kw, dan pada tahun 2016 menurun lagi menjadi 750 kw. Sebagai daerah penghasil kubis, produksi kubis yang dihasilkan tidak hanya untuk dikonsumsi saja, tetapi juga untuk dijual. (*BPS TTS, 2017*)

Dalam penjualan, tentunya pelaku pasar sangat berperan penting dalam melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran agar produk yang disalurkan dari produsen sampai ke tangan konsumen. Terdapat tiga fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran,

fungsi fisik, dan fungsi penyediaan sarana. Dalam proses pemasaran, petani biasanya melakukan saluran pendek dan saluran panjang. Saluran pemasaran pendek terjadi dari produsen ke konsumen secara langsung, sedangkan saluran pemasaran panjang terjadi dari produsen, pedagang pengumpul, dan konsumen, dan tentunya dalam campuran tangan lembaga-lembaga pemasaran. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan saluran pemasaran yang menyebabkan perbedaan biaya yang dikeluarkan sehingga berpengaruh terhadap harga serta keuntungan yang diperoleh. Berdasarkan gambaran diatas, maka perlu dilakukan penelitian tentang analisis pemasaran kubis di Desa Netpala Kecamatan Mollo Utara Kabupaten Timor Tengah Selatan.

METODE PENELITIAN

TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Netpala Kecamatan Mollo Utara Kabupaten Timor Tengah Selatan pada bulan Mei sampai Juni 2018.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey yaitu data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden berdasarkan daftar pertanyaan yang telah telah disiapkan dan observasi lapangan dan data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti kantor desa, Badan Pusat Statistik, sumber kepustakaan, dan internet.

Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian yaitu petani di desa netpala yang berada dalam kelompok tani yaitu sebanyak 16 kelompok tani dengan jumlah anggota 301 orang. Proses penentuan sampel menggunakan proses penarikan sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Untuk menentukan sampel yang ditetapkan dengan rumus yang dikemukakan oleh (*Slovin, 1960*) dan

memperoleh jumlah sebanyak 75 orang responden.

Model dan Analisis Data

Untuk mengetahui saluran pemasaran kubis, fungsi-fungsi dan biaya pemasaran digunakan analisis deskriptif. Untuk mengetahui margin pemasaran, keuntungan, dan *farmer's share* digunakan analisis ekonomi yaitu:

Margin pemasaran dapat dihitung dengan rumus :

$$MP = Pr - Pf$$

Keuntungan pemasaran menurut *Azzaino (1983)* dapat dihitung dengan rumus :

$$Mp = M - C$$

Farmer's share dapat dihitung dengan rumus:

$$FS = \left[\frac{Pf}{Pr} \right] \times 100 \%$$

Menganalisis integrasi pasar menggunakan alat analisis, yaitu menggunakan konsep korelasi

$$r_{PrPf} = \frac{n \sum PrPf - (\sum Pr)(\sum Pf)}{\sqrt{(n \sum Pr^2 - (\sum Pr)^2)} \sqrt{(n \sum Pf^2 - (\sum Pf)^2)}} \quad (1)$$

Jika koefisien korelasi sama dengan satu (1), artinya terjadi integrasi sempurna antara pasar ditingkat petani dengan harga di tingkat pedagang yang berarti pasarnya persaingan sempurna. Dengan demikian, dikatakan bahwa sistem pemasaran tersebut efisien. Sebaliknya, jika koefisien korelasi tidak sama dengan satu, berarti tidak terjadi integrasi (keterpaduan) harga secara sempurna antara pasar di tingkat petani dengan pasar di tingkat pengecer (konsumen) sehingga dikatakan bahwa sistem pemasarannya tidak efisien. Untuk menentukan keeratan hubungan digunakan kriteria *Guilford (1956)* dirumuskan sebagai berikut:

1. = 0,20 : hubungan rendah sekali

2. $> 0,20 - 0,40$: hubungan rendah tapi pasti
3. $> 0,40 - 0,70$: hubungan yang berarti
4. $> 0,70 - 0,90$: hubungan yang kuat
5. $> 0,90$: hubungan yang sangat tinggi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Umur Responden

Menurut Suhardjo dan Patong (1984), bahwa penduduk yang berusia produktif adalah penduduk dengan usia 15-55 tahun, karena pada tingkatan usia ini, kondisi fisik seseorang (petani) masih cukup kuat dan memiliki kematangan berfikir serta bertindak. Data dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah Petani (KK)	Persentase (%)
1	15-55	58	77,33
2	>55	17	22,66
	Jumlah	75	100,00

Sumber :Data primer diolah 2018 (Lampiran 1)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 1, diketahui bahwa umur responden dengan usia produktif berjumlah 58 orang (77,33%) dan umur responden yang tidak produktif berjumlah 17 orang (22,66%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah petani dengan umur produktif lebih besar dibandingkan dengan jumlah petani dengan umur tidak produktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani yang memiliki umur tidak produktif masih terus bertani untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga.

Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang dapat berpengaruh pada tingkat pemahaman yang dimiliki tentang fenomena sosial yang ada

disekitar dan juga terhadap aktifitas yang dilakukan. Semakin tinggi pendidikan seseorang semakin tinggi pemahaman terhadap tindakan atau kegiatan yang dilakukannya (Khoirom, 2010). Data dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	33	44
2	SMP	20	26,67
3	SMA	18	24
4	Tidak Sekolah	4	5,33
	Jumlah	75	100

Sumber :Data primer diolah 2018 (Lampiran 1)

Berdasarkan data Tabel 2. tingkat pendidikan formal yang paling dominan adalah petani yang berpendidikan SD berjumlah 33 orang atau 44%, petani yang berpendidikan SMP berjumlah 20 orang atau 26,67 %, petani yang berpendidikan SMA berjumlah 18 orang atau 24%, dan petani yang tidak berpendidikan atau tidak sekolah berjumlah 4 orang atau 5,33%. Dilihat dari data tersebut diketahui bahwa petani yang tingkat pendidikan SD yang dominan. Hasil penelitian menunjukkan hal ini dikarenakan kurangnya biaya. Untuk pendidikan non-formal dari 75 petani mengikuti kegiatan penyuluhan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh BPTP Provinsi NTT dan TTP yang berada di Desa Netpala.

Jumlah Tanggungan Keluarga

Menurut Siagian (2008) menyatakan bahwa jumlah tanggungan adalah seluruh jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan seseorang. Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi keputusan petani dalam berusahatani (Soekartawi, 2003).

Tabel 3 menunjukkan jumlah responden terbanyak 42 orang atau 56% dengan jumlah tanggungan keluarga 1-3, kemudian terdapat 29 orang atau 38,67% responden dengan jumlah tanggungan keluarga 4-6 dan juga

terdapat 4 orang atau 5,33% yang tidak mempunyai jumlah tanggungan keluarga. Responden dengan jumlah tanggungan yang banyak dapat memberi kontribusi waktu dan tenaga untuk meminimalisirkan pengeluaran biaya dalam usaha tani.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

No	Jumlah Tanggungan Keluarga	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
1	1-3	42	56
2	4-6	29	38,67
3	Tidak ada	4	5,33
	Jumlah	75	100,00

Sumber: Data primer diolah 2018 (Lampiran 1)

Pengalaman Berusahatani

Pengalaman petani dalam melakukan usahatani kubis perlu diketahui, karena lamanya pengalaman usahatani kubis yang dialami oleh petani mempengaruhi pemahaman sistem budidaya kubis dan bagaimana pemasaran kubis tersebut (Soeharjo dan Patong 199). Data dapat dilihat pada tabel 4:

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Berusahatani

No.	Pengalaman Berusahatani (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	1-20	64	85,33
2	21-30	9	12
3	>30	2	2,67
	Jumlah	75	100,00

Sumber : Data primer diolah 2018 (Lampiran 1)

Berdasarkan data Tabel 4 diketahui bahwa pengalaman berusahatani dari rentang 1– 20 tahun berjumlah 64 orang atau 85,33%, pengalaman berusahatani dari rentang 21 – 30 tahun berjumlah 9 orang atau 12% dan >30 tahun berjumlah 2 orang. dari data di atas dapat disimpulkan bahwa usahatani kubis ini sudah lama diusahakan oleh para petani.

Luas Lahan

Luas lahan yang diusahakan untuk kegiatan usahatani tentunya mempengaruhi tingkat produksi yang dihasilkan. Dari hasil analisis data luas lahan keseluruhan yang dimiliki petani berkisar antara 0,04 – 2 Ha, tetapi luas lahan yang digarap untuk sayuran kubis berkisar antara 0,02 – 0,3 Ha dikarenakan lahan yang lain digarap untuk menanam sayuran lain seperti sawi, wortel, pakcoy, tomat, cabai dan beberapa tanaman lain seperti pisang, jeruk, dan lain sebagainya. Data dapat dilihat pada tabel 5 :

Tabel 5 Distribusi Responden Berdasarkan Luas Lahan

No.	Luas Lahan (Ha)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	0,02 – 0,1	56	74,67
2	0,2 – 0,3	19	25,33
	Jumlah	75	100,00

Sumber: Data primer diolah 2018 (Lampiran 11)

Berdasarkan data tabel 5 di atas diketahui bahwa jumlah petani responden yang memiliki luas lahan 0,02 - 0,1 Ha berjumlah 56 orang atau 74,67% sedangkan jumlah petani responden yang memiliki luas lahan 0,2 - 0,3 Ha berjumlah 19 atau 25,33%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa luas lahan yang paling banyak digarap berkisar antara 0,02 – 0,1 Ha.

Status Kepemilikan lahan

Status kepemilikan lahan memberi dampak terhadap tingkat pendapatan petani di daerah penelitian. Hal ini disebabkan jika petani memiliki lahan yang bukan milik sendiri maka petani harus membayar biaya sewa lahan atau membagi hasil panen dengan pemilik lahan. Status kepemilikan lahan dapat dilihat pada tabel 6:

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Lahan

No	Status Kepemilikan Lahan	Jumlah	Persentase (%)
1	Milik sendiri	75	100
	Jumlah	75	100

Sumber :Data primer diolah 2018 (Lampiran 1)

Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa status kepemilikan lahan Kubis di daerah penelitian merupakan lahan dengan status sebagai milik sendiri. Hal ini tidak akan berpengaruh pada hasil Kubis yang diperoleh, karena jika petani memiliki lahan sendiri maka petani dapat menguasai hasil panen Kubis mereka sendiri, tanpa harus membagi hasil panen dengan orang lain.

Sistem Pemasaran Kubis Di Desa Netpala

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saluran pemasaran komoditi kubis ada tiga saluran yaitu :

1. Saluran I:petani → konsumen akhir Kapan (15 atau 20% petani).
2. Saluran II : petani → konsumen akhir Soe (10 atau 13,33% petani).
3. Saluran III: petani → pengecer → konsumen akhir Kupang (50 atau 66,67% petani).

Saluran pertama terdapat 15 atau 20 %petani yang menjual hasil kubisnya ke konsumen akhir Kapan. Volume jual kubis yang melewati saluran ini adalah sebesar 4.855Kg. Pada saluran kedua terdapat 10 atau 13,33% petani yang menjual hasil kubisnya ke konsumen akhir Soe. Volume jual kubis yang melewati saluran ini adalah sebesar 1.690Kg harga jual saluran 1 dan saluran II sama yaitu Rp 5.500/Kg. Pada saluran III sebanyak 50 atau 66,67% petani yang menjual kubisnya Ke pedagang pengecer yang ada dikota Kupang volume jual kubis yang melewati saluran ke III ini sebesar 38.700Kg. Harga jual Rp.5.500/Kg. Alasan petani memilih saluran ke III ini

karena didalam saluran ini pedagang pengecer membeli langsung kubis dilahan petani, sehingga petani tidak mengeluarkan biaya transport dan biaya pengepakan dan tidak membuang-buang waktu.

Fungsi-Fungsi Pemasaran Kubis

Fungsi pertukaran

Hasil penelitian cara penjualan kubis yang ada di desa Netpala yaitu petani menjual hasil kubis tersebut ke pedagang pengecer dimana para pedagang pengecer membeli kubis tersebut langsung dilahan milik petani alasannya agar petani tidak mengeluarkan biaya dan menghemat waktu dalam proses pemasaran kubis tersebut dan petani menjual sendiri hasil produksi kubis dipasar.

Fungsi Fisik

Hasil penelitian yang dilakukan, untuk pengangkutan petani memindahkan kubis dari lahan ke dalam pick-up yang telah disediakan. Untuk Fungsi penyimpanan petani menyimpan kubis kedalam karung.

Fungsi Fasilitas

Hasil penelitian yang dilakukan, untuk fungsi standarisasi dan grading yaitu petani pertama – tama petani memilih kubis yang ukurannya besar atau yang sudah siap dipanen kemudian dibersihkan dari kotoran tanah yang menempel. Untuk fungsi penanggung resiko dalam proses penjualan petani memasarkan kubisnya sendiri, resiko yang sering dialami petani yaitu tidak laku terjual dan harus menjual dengan harga lebih murah agar kubis tersebut habis terjual dan resiko yang sering dialami petani dilahan yaitu hama pada kubis yang menyebabkan kubis rusak dan ketersediaan air yang berkurang. Untuk fungsi biaya petani mengeluarkan biaya transport Rp 15.000 – Rp 20.000 dan biaya pengepakan untuk karung berkisar antara Rp 5.000 – Rp 10.000/karung (harga tersebut tergantung besarnya karung), dan biaya tenaga kerja

yang mengangkut kubis dari lahan ke pick-up sebesar Rp 2.500/karung. Untuk fungsi informasi pasar, petani biasanya mendapatkan informasi dari sesama petani dan pedagang tentang harga jual kubis dan tempat untuk menjual kubis.

Analisis Biaya Pemasaran, Marjin, Keuntungan, dan Farmer's Share

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga ditingkat konsumen untuk produk dengan harga ditingkat petani produsen untuk produk yang sama/ selisih harga produk yang dipasarkan ke produsen dan harga produk yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran. Jarak yang mengantarkan produksi pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran. Sedangkan Farmer's share merupakan perbandingan antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Untuk lebih jelas mengetahui biaya, marjin, keuntungan, dan farmer's share pada petani di Desa Netpala dapat dilihat pada tabel 7:

Tabel 7. Biaya Pemasaran, Marjin, Keuntungan, dan Farmer's Share

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)
I	Petani	5000	94,80
	Konsumen Kapan	5.500	-
II	Petani	5.000	183,86
	Konsumen Soe	5.500	-
III	Petani	5.500	13,10
	Pengecer	10.000	194,68
	Konsumen Kupang	10.000	-

Sumber : Data primer, diolah 2018

Berdasarkan hasil analisis data pada Tabel 2. diketahui bahwa pada saluran I

petani menjual kubis di tingkat petani harga Rp 5.000/Kg dan setelah petani membawahkan hasil kubisnya sendiri kepasar, petani menjadi lembaga pemasaran atau pedagang maka harga yang di tingkat konsumen pasar Kapan yaitu Rp 5.500 dengan pengeluaran biaya rata – rata sebesar 94,80/Kg, dengan besarnya keuntungan yang diterima oleh petani sebesar Rp 405,2/Kg dan farmer's share atau harga yang diterima petani yaitu 91% marjin atau perbedaan harga di tingkat petani dan konsumen akhir yaitu Rp 500.

Saluran II petani menjual kubis di pasar Soe dengan harga ditingkat petani Rp 5.000/Kg dan setelah petani membawahkan hasil kubisnya sendiri kepasar, petani menjadi lembaga pemasaran atau pedagang maka harga yang di tingkat konsumen pasar Soe yaitu Rp 5.500 dengan pengeluaran biaya rata – rata sebesar 183,86/Kg, marjin atau selisih harga Rp 500/Kg dengan keuntungan yang diterima oleh petani adalah Rp 316,64/Kg dan farmer's share atau harga yang diterima petani yaitu 91%. Petani di Desa Netpala menjual kubis di Soe karena konsumen di pasar Kapan sedikit dari penjualnya (banyak) sehingga membawa kubis tersebut untuk jual ke pasar Soe. Harga jual sama dengan harga di pasar Kapan karena banyaknya penjual kubis yang datang dari berbagai Desa sehingga harga jual di pasar Soe sama dengan harga jual di pasar Kapan.

Saluran III petani hanya mengeluarkan Marjin tenaga kerja sebesar Rp 13,10/Kg dan biaya tenaga kerja sebesar Rp 13,10/Kg dan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sebesar Rp 194,68/Kg yang meliputi biaya transportasi, pengepakan, dan retribusi. Harga jual ditingkat petani Rp 5.500/Kg, dan harga jual ditingkat pengecer Rp 10.000/Kg. Pada saluran III marjin untuk petani tidak ada karena marjin terjadi ketika pengecer membeli kubis di petani dengan harga Rp 5.500/Kg dan menjual ke konsumen dengan harga Rp 10.000/Kg, disinilah terjadi selisih harga sebesar Rp 4.500/Kg untuk pengecer. Pada

saluran III keuntungan yang diperoleh petani sebesar Rp 5.486,90/Kg sedangkan keuntungan yang diperoleh pengecer adalah Rp 4.305,32/Kg. Pada saluran III nilai farmer's share petani sebesar 55%, sedangkan untuk pengecer nilai farmer's sharenya sebesar 100%.

Marjin pada saluran I dan II sebesar Rp 500 karena harga yang dibayarkan oleh konsumen Rp 5.500 dan harga ditingkat petani Rp 5.000 disitulah terjadi selisih harga antara petani dan konsumen. Pada saluran III marjin terdapat ditingkat pengecer sebesar Rp 4.500/Kg.

Farmer's Share yang diperoleh petani Pada saluran I dan II yaitu 91% karena harga yang diterima petani produsen yaitu sebesar Rp.5.000,/Kg dari harga ditingkat konsumen sebesar Rp.5.500./Kg. Pada saluran III *share* harga yang diterima oleh petani sebesar 55% karena harga yang diterima petani sebesar Rp 5.500 dan harga yang diterima konsumen sebesar Rp 10.000/Kg, sedangkan *share* yang diterima pengecer sebesar 100% karena harga jual pengecer Rp 10.000/Kg merupakan harga pada konsumen akhir maka pedagang pengecerlah yang merupakan lembaga pemasaran terakhir yang menyalurkan produk, sehingga *Share* pada pedagang pengecer adalah 100% dari harga konsumen.

Integrasi Pasar

Integrasi pasar merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh perubahan harga yang terjadi di pasar acuan (pasar pada tingkat yang lebih tinggi seperti pedagang eceran) akan menyebabkan terjadinya perubahan pada pasar pengikutnya (misalnya pasar di tingkat petani) (Asmarantaka, R.W. 2009). Jika koefisien korelasi sama dengan satu (1), artinya terjadi integrasi sempurna antara pasar ditingkat petani dengan harga di tingkat pedagang yang berarti pasarnya persaingan sempurna. Dengan demikian, dikatakan bahwa sistem pemasaran tersebut

efisien. Sebaliknya, jika koefisien korelasi tidak sama dengan satu, berarti tidak terjadi integrasi (keterpaduan) harga secara sempurna antara pasar di tingkat petani dengan pasar di tingkat pengecer (konsumen) sehingga dikatakan bahwa sistem pemasarannya tidak efisien. Data dapat dilihat pada tabel 8 :

Tabel 8. Analisis Integrasi Korelasi Harga Kubis (Data Dua Titik Waktu)

Komponen	<i>Pf</i> (petani)	<i>Pr</i> (pengecer)
Pf (petani)	1	0,95
Pr (pengecer)	0,95	1

Sumber :Data primer, diolah 2018

Berdasarkan Tabel 8 data di atas, analisis korelasi harga menunjukkan bahwa saluran pemasaran kubis di desa Netpala, antara perubahan harga di tingkat petani dan di tingkat pengecer mempunyai hubungan yang sangat tinggi atau kuat yakni 0,95 (sesuai kriteria *Guilford 1956*) yang mendekati sempurna ($r=1$). Dapat dikatakan bahwa jika harga ditingkat pengecer berubah sebesar 1% maka harga ditingkat petani akan berubah sebesar 0,95%.

Sistem pemasaran kubis yang terjadi di Desa Netpala dikatakan tidak efisien karena, hargatidak terintegrasi (keterpaduan) secara sempurna antara pasar di tingkat petani dengan pasar di tingkat pengecer (nilai koefisien korelasinya < 1), namun memiliki hubungan yang sangat tinggi atau kuat. Terdapat beberapa masalah yang menyebabkan pemasaran di desa Netpala tidak terintegrasi sempurna yaitu (a) hasil produksi kubis yang sedikit yang diakibatkan oleh hama dan kurangnya air sehingga volume jual kubis cenderung sedikit tiap kebun, (b) akses jalan di desa Netpala menuju pasaryang kurang memadai, (c) terbatasnya informasi harga pasar oleh petani, hanya dapat diketahui melalui sesama petani dan pedagang pengecer yang datang membeli kubis langsung di petani

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- Berdasarkan hasil dari pembahasan dapat disimpulkan saluran yang digunakan oleh petani di desa Netpala yaitu menggunakan tiga saluran:
 - Saluran I: petani \longrightarrow konsumen akhir Kapan (15 petani)
 - Saluran II: petani \longrightarrow konsumen akhir Soe (10 petani)
 - Saluran III: petani \longrightarrow pengecer konsumenakhir Kupang (50 petani)
- Pada saluran I besarnya keuntungan yang diterima oleh petani sebesar Rp 405,2/Kg dan farmer's share atau harga yang diterima petani yaitu 91% dan margin Rp 500. Pada saluran II besarnya keuntungan yang diterima oleh petani sebesar Rp 316,64/Kg, margin sebesar Rp 500, dan farmer's share atau harga yang diterima petani yaitu 91%, Sedangkan pada saluran III margin tersebut hanya ada di tingkat pengecer sebesar Rp 4.500/Kg, keuntungan yang diterima petani sebesar Rp 5.486,90/Kg dan farmer's sharenya sebesar 55%, sedangkan keuntungan yang diterima oleh pengecer yaitu Rp 4.305,32/Kg dan sharenya sebesar 100%. Biaya tertinggi yang dikeluarkan petani terdapat pada saluran II yaitu Rp 183,86/Kg. Dari ketiga saluran ini keuntungan terbesar yang diterima oleh petani pada saluran III.
- Fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani pada saluran I meliputi fungsi pertukaran, fasilitas, dan fisik sama halnya dengan fungsi pemasaran pada saluran II, hanya saja pada saluran ke III pada fungsi fisik seperti sortir dan grading tidak dilakukan oleh pengecer karena telah dilakukan oleh petani.
- Integrasi pasar yang terjadi pada saluran pemasaran kubis di Desa Netpala sistem pemasarannya tidak efisien karena nilai koefien korelasinya < 1 atau tidak sama

dengan 1, namun kedua pasar ini (pasar ditingkat pengecer dan pasar ditingkat petani) mempunyai hubungan/keeratan yang sangat tinggi atau kuat dengan nilai korelasi sebesar 0,95 (sesuai kriteria *Guilford 1956*) yang mendekati sempurna dapat dikatakan jika harga ditingkat pengecer berubah sebesar 1% maka harga ditingkat petani akan berubah sebesar 0,95%.

Saran

- Untuk petani di Desa Netpala lebih baik menggunakan saluran III karena saluran ketiga membantu petani untuk menghemat waktu kerja dan biaya.
- Pemerintah lebih memperhatikan lagi infrastruktur jalan yang ada didesa netpala, dengan infrastruktur jalan yang baik maka hasil pertanian akan tersalurkan juga dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino, Z, (1983). Pengantar Pemasaran Pertanian Bogor. Departemen Ilmu Sosial Ekonomi IPB Bogor
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Timor Tengah Selatan. Kabupaten Timor Tengah Selatan Dalam Angka 2014, 2015, 2016, 2017 BPS. Nusa Tenggara Timur. Kupang
- Guilford, J. P. (1956). *Fundamental Statistic in Psychology and Education*.
- Laporan Akhir Pembangunan Taman Teknologi Pertanian (TTP) Mollo TA. 2016
- Slovin. (1960). Dalam Pengambilan Sampel, Populasi, Sampling, Buku Metologi Penelitian
- Weke, A.(2016). Analisis Integrasi Pasar dan Elastisitas Transmisi Harga Komoditi Kacang Hijau di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur. Skripsi Fakultas Pertanian