

ANALISIS PEMASARAN AGRIBISNIS WORTEL DI DESA FATUNENO KECAMATAN MIOMAFFO BARAT KABUPATEN TIMOR TENGAH UTARA
(Analysis Of Carrot Agribusiness Marketing In Fatuneno Village West Miomaffo Sub District North Central Timor Regency)

Florensia Lake, Maria Bano, Lika Bernadina

Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Nusa Cendana

Penulis korespondensi: 081236877755., E-mail: bano61maria@gmail.com

Diterima : 8 Nopember 2018

Disetujui: 22 Nopember 2018

ABSTRAK

Wortel merupakan sayuran yang bergizi tinggi, dan dapat mencegah berbagai penyakit. Wortel yang diusahakan oleh masyarakat di Desa Fatuneno memiliki prospek perkembangan yang cukup baik. Oleh karena itu perlu dikaji pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) saluran pemasaran, (2) fungsi pemasaran, (3) margin, biaya,keuntungan dan *farmer's share*, (4) elastisitas transmisi harga. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Maret-April 2018. Metode penelitian adalah survei dan wawancara. Jumlah sampel sebanyak 55 responden dan 20 orang lembaga pemasaran. Penentuan sampel dilakukan secara acak sederhana atau *simple random sampling*, dan lembaga pemasaran dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Data yang kumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Data hasil penelitian dianalisis secara kualitatif, kuantitatif, dan deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1)pola saluran pemasaran yaitu : Petani-pedagang Pengumpul-Pedagang Pengecer, (2) fungsi-fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas,(3) Margin pada petani Rp5.000/kg, pedagang pengumpul desa Rp10.000/kg, dan pedagang pengecer Rp15.000/kg. Biaya pada petani Rp225,41, pada pedagang pengumpul desa Rp1.056,33, dan pedagang pengecerRp1.138,5. Keuntungan pada petani Rp5.000, pedagang pengumpul desa Rp10.000, dan pedagang pengecer Rp15.000. *Farmer's share* pada petani 66,67%, pedagang pengumpul desa 60%, dan pedagang pengecer 100%, (4) elastisitas transmisi harga sama dengan satu (=1) dan merupakan pasar persaingan yang sempurna.

Kata Kunci : Wortel, Pemasaran, Analisis Pemasaran

ABSTRACT

Carrots is high nutritious vegetables and can prevent various diseases. Carrot which was cultivated by the community in the Village of Fatuneno had good prospects to develop. Therefore, it is necessary to review its marketing. The purpose of this research are to know: (1) marketing channel, (2) marketing function, (3) margin, cost, profit, and *farmer's share*, (4) price transition elasticity. This research had been conducted in March-April 2018. The method of this research was survey and interview. The number of samples was 55 respondents and 20 marketing institutions. Sample determination was done by simple random sampling, and marketing institution was chosen by accidental sampling. The data which were collected were primary and secondary data. Data of study were analysed as qualitative, quantitative and descriptively.

The results of resarch showed that (1) marketing channel pattern was: nemely farmer-collect trader-Retail trader , (2) marketing functions, namely the function of exchange, physical function and function of the facility, (3) Margin on farmers was Rp5.000/kg, village collectors was Rp.10,000/kg, and retail merchants was Rp.15.000/kg. Farmer's cost was Rp.225,41, margin of village collectors was Rp1.056, 33, and the retailer was Rp.1.138, 5.5. Profit on farmer was Rp.5.000, village collector was Rp.10.000, and retailer was Rp.15.000. Farmer's share in farmers was 66.67%, village collecting trader was 60%, and 100% on retailers, (4) price transmission elasticity equaled to 1 (= 1) and it was a perfect competiOtion market.

Keywords: Carrot, Marketing, Marketing Analysis

PENDAHULUAN

Sektor pertanian dinilai berperan penting bagi perekonomian Indonesia. Kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2017 mencapai 13,6 %. Ini merupakan tertinggi kedua setelah sektor industri pengolahan yang berkontribusi terhadap PDB Indonesia sebesar 20,8 %. Untuk triwulan II-2017 sektor pertanian dalam arti luas menyumbang sebanyak 13,92%, sementara pada triwulan-I 2017 kontribusinya 13,59%. Kontribusi peningkatan sektor pertanian terhadap pertumbuhan ekonomi nasional tentu tidak terlepas dari upaya pemerintah. Upaya yang telah dilakukan pemerintah antara lain melalui peningkatan luas tanam, serta memberikan berbagai bantuan sarana dan prasarana.

Hortikultura merupakan salah satu sumber pertumbuhan baru sektor pertanian yang sangat diharapkan peranannya dalam menunjang peranan ekonomi nasional. Dari beberapa jenis komoditas hortikultura, sayuran mempunyai nilai komersial yang cukup tinggi karena sayuran adalah produk pertanian yang dikonsumsi setiap saat. Salah satu komoditas hortikultura dari jenis sayur-sayuran adalah wortel. Wortel merupakan sayuran yang bergizi tinggi, dapat digunakan untuk mencegah berbagai penyakit seperti kanker, ginjal, dan mudah dikonsumsi. Wortel selain kaya akan vitamin A, juga mengandung gizi yang tinggi dan lengkap. Produktivitas wortel di provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan produktivitas wortel nasional maupun beberapa Negara lain. Produktivitas wortel pada tahun 2012 mengalami penurunan yaitu 3,23 ton dan pada tahun 2016 mengalami fluktuasi peningkatan yaitu 5,83 ton. Produksi wortel di Kabupaten Timor Tengah Utara pada tahun 2015 mengalami peningkatan produksi sebesar 1,4 (BPS Kab.TTU 2017), sedangkan pada tahun 2016 dan 2017 mengalami penurunan produksi sebesar 1,1 ton (BPS Kab.TTU, 2017).

Faktor penyebab utama penurunan produksi wortel antara lain yaitu keadaan iklim khususnya curah hujan yang tidak menentu mengakibatkan pengaruh terhadap luas area tanam, luas panen maupun produksi secara keseluruhan untuk menjamin tingkat produksi wortel maka harus dibandingkan oleh faktor-faktor seperti ketersediaan sarana produksi, kegiatan usahatani yang meliputi kegiatan pengolahan dan distribusi. Selain itu petani

perlu mengevaluasi arus pendapatan pemasaran dari petani serta kemampuan melihat peluang dari tantangan usaha tersebut. Kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa terdapat beberapa kendala yang dihadapi petani dalam mengusaha wortel di TTU, diantaranya adalah curah hujan yang tidak menentu, modal petani kecil dan harga wortel tidak stabil sedangkan harga input semakin meningkat.

Permasalahan yang sering dialami petani pada umumnya 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 ditingkat konsumen adakalanya tidak segera diisyaratkan dengan cepat kepada petani. 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 berada pada posisi yang lemah dan kurang menguntungkan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengkaji bagaimana "Analisis Pemasaran Agribisnis Wortel di desa Fatuneno Kecamatan Miomafo Barat, Kabupaten Timor Tengah Utara (TTU)".

METODE

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Fatuneno Kecamatan Miomafo Barat selama 1 bulan (Maret-April) 2018.

Penentuan Lokasi Penelitian dan Sampel Lokasi Penelitian

Wilayah penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut memiliki lahan basah yang cocok untuk komoditi tanaman hortikultura dan merupakan sentral produksi tanaman wortel. Jumlah Desa di Kecamatan Miomafo Barat Kabupaten Timor Tengah Utara adalah 11 Desa dan yang mengusahakan tanaman wortel adalah Desa Fatuneno.

Lembaga-lembaga selanjutnya dilakukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu dengan menelusuri saluran

pemasaran wortel di desa penelitian melalui siapa saja yang secara kebetulan ada/dijumpai.

Penentuan Sampel Petani

Penentuan responden dilakukan secara *proporsional random sampling*. Jumlah petani di Desa Fatuneno adalah 125 orang. Jumlah populasi dalam penelitian ini 125 orang. Untuk menentukan jumlah sampel yang diinginkan akan ditentukan berdasarkan rumus Slovin (1990) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana :

n: Besar sampel yang diinginkan

N: Besar populasi

e^2 : Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir

Dari rumus diatas maka penentuan sampel petani dapat diketahui dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{125}{1 + 125 0,1^2} = \frac{125}{2,25} = 55 \text{ orang}$$

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dengan metode wawancara secara langsung yang berpedoman pada kuisioner. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan dan instansi terkait.

Pengamatan dan Konsep Pengukuran

Hal-hal yang diukur dalam penelitian adalah :

- Karakteristik responden meliputi : nama, umur, jenis kelamin, status kepemilikan lahan pendidikan formal dan nonformal.
- Volume penjualan wortel yang terjual (Kg).
- Harga jual yaitu harga yang sudah ditentukan oleh kelompok untuk menjual produknya (Rp/Kg).
- Penerimaan yaitu sejumlah uang yang diterima dari hasil penjualan (Rp/Kg).
- Saluran pemasaran yaitu saluran yang dipakai oleh produsen untuk menyalurkan wortel dari kelompok sebagai produsen hingga ke konsumen.
- Biaya pemasaran yaitu seluruh biaya yang digunakan dalam kegiatan pemasaran wortel (Rp/Kg).

g. Pemasaran wortel dihitung berdasarkan pertahap, yaitu tiga bulan dalam satu kali panen.

Model dan Analisis Data

Data yang dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Analisis meliputi saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, besar biaya, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share*, dan elastisitas transmisi harga. Untuk menjawab tujuan 1 mengenai saluran pemasaran, dapat digunakan tiga pola saluran pemasaran, yaitu :

I : Petani - Pedagang pengumpul Kecamatan - Pedagang Luar Kota

II : Petani - Pedagang Pengumpul Desa - Pedagang Luar Kota

III: Petani - Pedagang Pengumpul Desa - Pedagang Pengecer - Konsumen

Untuk menjawab tujuan 2 mengenai fungsi-fungsi pemasaran, dapat digunakan 3 golongan (Azzaino 1982) yaitu, Fungsi pertukaran (*Exchange function*), Fungsi Fisik (*Physical Function*), Fungsi Fasilitas (*Facilitating Function*).

Untuk menjawab tujuan 3 mengenai besar biaya, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan farmer share, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

➤ Besar Biaya Total (TC) = Biaya Tetap Total (TFC) + Biaya Berubah Total (TVC).

➤ Margin Pemasaran MP = Pr – Pf

➤ Keuntungan pemasaran : $\pi = TR - TC$

➤ *Farmer's Share* : $Fs_i : Pf/Pr \times 100\%$

Untuk menjawab tujuan 4 mengenai elastisitas transmisi harga, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

➤ Elastisitas Transmisi Harga : $Et = \Delta X.y / \Delta Y.x$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran wortel di Desa Fatuneno terjadi melalui 3 pola pemasaran, yaitu:

Petani - Pedagang Pengumpul Desa - Pedagang Pengecer - Konsumen.

Fungsi-fungsi Pemasaran

Tabel 1. Fungsi-Fungsi Pemasaran

Saluran dan Lembaga Pemasaran	Fungsi-Fungsi Pemasaran							
	Pertukaran		Fisik			Fasilitas		
	Jual	Beli	Angkut	Simpan	Sortir	Resiko	Biaya	Informasi Pasar
Petani	√	-	√	√	-	√	-	√
Pedagang Pengumpul Desa	√	√	√	-	-	-	√	√
Pengecer	√	√	√	-	-	-	√	√
Konsumen	-	-	-	-	-	-	-	-

Sumber : data primer diolah, 2018

Keterangan :

√ = melakukan fungsi pemasaran

- = tidak melakukan fungsi pemasaran.

Berdasarkan data pada Tabel 1. Dapat dilihat bahwa tidak semua lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Tidak dilakukannya fungsi-fungsi pemasaran secara benar dan baik akan berdampak pada

ketiadaannya nilai tambah dari komoditi yang dijual.

Besar biaya, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran dan Farmer's Share

Tabel 2. Biaya pemasaran, Keuntungan pemasaran, Farmer's Share dan Margin Pemasaran.

Saluran Pemasaran	Petani	Pedagang Desa	Pengumpul	Pedagang Pengecer
Harga(Rp/Kg)	10.000		15.000	25.000
	Transportasi	119,18	558,33	769,17
	Pengepakan	106,23	498	177,86
Jenis Biaya (Rp/Kg)	Retribusi	-	-	85,10
	Keamanan	-	-	106,37
	Total	225,41	1.056,33	1.138,50
MP (Rp/Kg)	5.000		10.000	15.000
Keuntungan (Rp/Kg)	4.774,59		8.943,67	13.861,5
Farmer's Share (%)	66,67		60	100

Sumber : data primer diolah, 2018

Pada saluran pemasaran, petani menjual wortel dengan harga Rp10.000/kg dan mengeluarkan biaya sebesar Rp225,41/kg dengan rincian biaya yang dikeluarkan adalah biaya transportasi sebesar Rp119,18/kg dan biaya pengepakan sebesar Rp106,23/kg. Petani menerima keuntungan sebesar Rp4.774,59/kg dengan memperoleh selisih harga sebesar Rp5.000/kg dan nilai *farmer's share* yang diterima pada saluran petani adalah sebesar 66,67%.

Pedagang pengumpul desa menjual wortel dengan harga Rp15.000 dan mengeluarkan biaya sebesar Rp1.056,33/kg dengan rincian adalah biaya transportasi sebesar Rp.558,33/kg dan biaya pengepakan sebesar Rp498/kg. Pedagang pengumpul desa menerima keuntungan sebesar Rp8.943,67/kg

dengan memperoleh margin pemasaran sebesar Rp10.000/kg dan *farmer's share* yang diperoleh sebesar 60%.

Sedangkan untuk pedagang pengecer menjual wortel dengan harga Rp25.000/kg dan total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp1.138,5/kg dengan rincian adalah biaya transportasi sebesar Rp769,17/kg, biaya pengepakan sebesar Rp177,86/kg, biaya retribusi sebesar Rp85,1/kg, dan biaya keamanan sebesar Rp106,37/kg. pedagang pengecer menerima keuntungan sebesar Rp23.861,5/dan t memperoleh selisih harga sebesar Rp.15.000 dan *farmer's share* yang diperoleh sebesar 100%,

Margin yang tertinggi diperoleh dari pedagang pengecer yaitu sebesar Rp15.000/kg, sedangkan margin terendah di peroleh dari

petani yaitu Rp5.000/kg. *Farmer's share* yang diperoleh petani adalah 66,67%, ini merupakan harga yang di terima petani produsen yaitu sebesar Rp10.000/kg dari harga di tingkat konsumen sebesar Rp25.000/kg. Begitupun *share* yang di terima pedagang pengumpul desa sebesar 60% dari harga di tingkat konsumen Rp25.000/kg. Sedangkan *share* yang di terima oleh pedagang pengecer adalah 100% karena harga jual pengecer Rp25.000/kg merupakan harga konsumen akhir atau sebelum produk sampai pada konsumen akhir maka pedagang pengecerlah yang merupakan lembaga pemasaran terakhir yang menyalurkan produk. Sehingga *share* pada pedagang pengecer adalah 100% dari harga konsumen. Perbedaan nilai *Farmer's share* terjadi karena panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui petani, dimana makin panjang saluran maka bagian yang diterima petani semakin kecil.

Elastisitas Transmisi Harga

Nilai elastisitas transmisi harga pada saluran pemasaran diatas adalah 1, yang berarti perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 1% di tingkat petani dan merupakan pasar persaingan.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Saluran pemasaran wortel di Desa Fatuneno terjadi melalui 3 pola pemasaran, yaitu Petani - Pedagang Pengumpul Desa - Pedagang Pengecer - Konsumen.
2. Fungsi pemasaran di Desa Fatuneno adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas.
3. Pada saluran pemasaran wortel di desa Fatuneno, nilai margin yang diperoleh sebesar Rp5000/kg dan memperoleh keuntungan sebesar Rp4.77.59 dan menerima nilai *farmer's share* sebesar 66.67%. Pada saluran pedagang pengumpul desa memperoleh nilai margin sebesar Rp10.000/kg dan memperoleh keuntungan sebesar Rp8.943,67/kg dan menerima nilai *farmer's share* sebesar 60%. Pada saluran pedagang pengecer memperoleh nilai margin pemasaran sebesar Rp15.000/kg dan memperoleh keuntungan sebesar

Rp13.861,5/kg dan menerima nilai *farmer's share* sebesar 100%.

4. Elastisitas transmisi harga di Desa Fatuneno adalah 1, yang berarti perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 1% di tingkat petani dan merupakan pasar persaingan sempurna.

Saran

1. Kepada pemerintah atau dinas terkait supaya mensosialisasikan kepada petani di Desa Fatuneno mengenai pola tanam wortel yang menghasilkan produksi yang baik dalam kondisi cuaca yang tidak stabil (dalam hal ini musim kemarau yang berkepanjangan atau musim hujan yang berlebihan) atau tahan terhadap stress kekeringan.
2. Kepada petani supaya melakukan usahatani wortel dengan sebaik-baiknya setelah mendapat informasi yang diperoleh dari penelitian ini.
3. Kepada pihak lain atau peneliti lanjutan untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai Faktor-Faktor Produksi dan Analisis Finansial di Desa Fatuneno, Kecamatan Miomaffo Barat, Kabupaten Timor Tengah Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrasul, A. 2013. *Ekonomi Mikro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Budi Santoso, A. 2008. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Petani Wortel Memilih Sistem Pertanian Organik di Desa Tugu Selatan, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Indria Sari, Y. 2006. *Analisis Sistem Pemasaran Wortel dan Bawang Daun (Studi kasus Desa Sukatani, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat)*. Skripsi. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Kabupaten Timor Tengah Utara Dalam Angka 2017. Badan Pusat Statistik. 2017.
- Kecamatan Miomaffo Barat Dalam Angka 2017. Badan Pusat Statistik. 2017.

- Khairina, Yulia. 2006. *Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Wortel dengan Budidaya Organik*. Skripsi. Program Studi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Insitut Pertanian Bogor.
- Mulyahati, A. 2005. *Saluran Pemasaran Wortel di Kawasan Agropolitan Cianjur*. Skripsi. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Permata, A. 2008. *Strategi Pengembangan Agribisnis Wortel (Daucus carota L.) di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Provinsi Nusa Tenggara Timur dalam Angka 2017. Badan Pusat Statistik 2017.
- Susanti, D. 2000. *Analisis Usahatani dan Efisiensi Pemasaran Wortel (Kasus di Desa Cipendawa, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur)*. Skripsi. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Andi : Yogyakarta Oktober 2000 (Tidak diterbitkan). MKKS SLTP Negeri Kabupaten Sidoarjo