

ECONOMIC DIVERSITY AND MARKETING PATTERN OF VEGETABLE FARM BUSINESS
IN DISTRICT OF MEDAN MARELAN

KERAGAAN EKONOMI DAN POLA PEMASARAN USAHA TANI SAYUR
DI KECAMATAN MEDAN MARELAN

Sri Endang Rahayu dan MailinaHarahap
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UMSU Medan Indonesia
ummi_ahsan@yahoo.co.id

ABSTRACT

Economic development is increasingly pushing human necessities of life so that agricultural development is directed to agribusiness activities. As the Government of the city of Medan set area agribusiness and one of them is Medan Marelan flagship commodities with vegetable soup. The study aimed to find out how the economic diversity and marketing pattern of vegetable farmer. Sample research are farmers vegetable soup in Medan Marelan taken in purposive sampling. Note the average age of respondents 57 years of age, educational level or equivalent to 8 years class II middle school (Junior High School), the number of members of the family of 4 people, the experience of the farmer of 12.8 years, extensive farm farmer 800 m² as for the respondent's own tenure with 26 respondents and land annual rent 14 respondents. Types of vegetables planted are spinach, Kale, mustard greens, sweet Pakchoy, Kai-and long beans. Financially is known to the average farmer cost IDR 4,957,750 average total acceptance of farmer respondents from all commodity vegetable is IDR 13,472,102 and the average profit earned farmers at one time production of vegetables is IDR 8,514,352 Vegetable marketing agencies in the know:a). Farmers directly as traders retailer – Consumer, b).Farmers – Traders collecting sub – Central Market – Traders Retailer-consumer, c).Farmers – Traders collecting sub – Super market-consumer

Keyword: vegetable farmer, economic diversity, the pattern of marketing

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi semakin mendorong kebutuhan hidup manusia sehingga pembangunan pertanian diarahkan pada kegiatan agribisnis. Sebagaimana pemerintah Kota Medan menetapkan kawasan agribisnis dan salah satunya adalah Kecamatan Medan Marelan dengan komoditi unggulan sayur mayur. Penelitian ditujukan untuk mengetahui bagaimana keragaan ekonomi dan pola pemasaran usahatani sayur. Sampel penelitian adalah petani sayur mayur di Kecamatan Medan Marelan yang diambil secara purposive sampling. Diketahui rata-rata umur responden 57 tahun, tingkat pendidikan 8 tahun atau setara dengan kelas II Sekolah Menengah Pertama (SMP), jumlah anggota keluarga 4 orang, pengalaman usaha tani 12,8 tahun, luas lahan usaha tani 8 rante adapun responden dengan kepemilikan lahan sendiri 26 responden dan lahan sewa tahunan 14responden. Jenis sayuran yang ditanam adalah Bayam, Kangkung, Pakchoy, Sawi manis, Kailan dan Kacang panjang.Secara finansial diketahui rata-rata biaya usaha tani Rp.4.957.750,00, rata-rata total penerimaan usaha tani responden dari seluruh komoditi sayuran adalah Rp.13.472.102,43danrata-rata keuntungan yang diperoleh petanjpi pada satu kali produksi sayuran adalah Rp.8.514.352,43. Lembaga pemasaran sayur di ketahui: a).Petani secara langsung sebagai pedagang pengecer- Konsumen, b).Petani – Pedagang pengumpul kecamatan – Pusat Pasar – Pedagang Pengecer – Konsumen, c)Petani – Pedagang pengumpul kecamatan — Super market - Konsumen.

Kata kunci: petani sayur, keragaaneкономи, polapemasaran.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi yang semakin mendorong kebutuhan hidup manusia menempatkan pembangunan pertanian diarahkan pada kegiatan agribisnis. Hakekatnya agribisnis merupakan kegiatan keseluruhan operasional dalam kaitannya dengan industri pertanian dengan penekanan pada aspek bisnisnya. Agribisnis adalah kegiatan yang utuh dan tidak terpisah satu kegiatan dengan kegiatan lain mulai dari proses produksi, pengolahan sampai pada proses pemasaran [1]. Kegiatan agribisnis mencakup kegiatan

pertanian dalam bentuk pertanian dengan skala besar maupun skala kecil. Dengan demikian petani yang mengelola usaha tani berskala kecil yang berorientasi pasar secara langsung telah melakukan kegiatan agribisnis. Untuk mengembangkan usaha agribisnis skala kecil perlu dibentuk koperasi. Tanpa koperasi tidak mungkin agribisnis kecil dapat berkembang. Koperasi inilah yang akan berhubungan dengan pengusaha besar [2].

Biaya menurut prinsip ekonomi dapat diartikan dengan apa yang dikorbankan untuk mendapatkan sesuatu Konsep biaya dapat

digolongkan pada biaya eksplisit (*explicit cost*) dan biaya implisit (*implicit cost*). Biaya eksplisit adalah biaya yang terlihat secara fisik, misalnya berupa uang yang dikeluarkan maupun melalui laporan keuangan. Biaya Implisit adalah biaya yang tidak terlihat secara langsung, misalnya biaya kesempatan dan penyusutan barang modal. Menurut jangka waktunya, biaya dapat dikelompokkan pada;

Biaya Produksi Jangka Pendek

a. Biaya Total (*Total Cost*) / TC

Biaya total merupakan jumlah keseluruhan biaya produksi yang dikeluarkan, yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

b. Biaya Variabel (*Variabel Cost*) / VC

Biaya variabel merupakan biaya yang besarnya tergantung pada tingkat produksi.

c. Biaya Tetap (*Fixed Cost*) / FC

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang besarnya tidak tergantung pada jumlah produksi.

d. Biaya Rata-rata

Biaya rata-rata adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi satu unit *output*, besarnya biaya rata-rata adalah biaya total dibagi jumlah *output*.

e. Biaya Marginal

Biaya marginal (*marginal cost*) adalah tambahan biaya karena menambah produksi sebanyak satu unit *output* [3].

Penerimaan adalah konsep yang menghubungkan antara jumlah barang yang diproduksi dengan harga jual per unitnya. Keuntungan atau profit merupakan tujuan dari kegiatan produksi. Keuntungan dapat diperoleh dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka panjang keuntungan dibutuhkan untuk menambah dan memperbesar kapasitas produksi. Sedangkan jangka pendek, keuntungan diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan usaha dan berhubungan dengan tingkat produksi yang memiliki unsur biaya dan penerimaan. Selisih antara penerimaan dan biaya disebut dengan keuntungan (*profit*) [4].

Kegiatan agribisnis dalam perkembangannya dihadapkan pada kendala-kendala produksiantara lain; skala usaha yang kecil, lemahnya permodalan, terbatasnya teknologi yang digunakan dan sederhananya manajemen yang digunakan. Manajemen yang lemah tersebut dapat dilihat dari kegiatan usaha petani sayuran yang masih sederhana. Demikian juga dalam pemasaran komoditi pertanian yang masih sederhana dan bahkan sebagian petani tidak memiliki *power* dalam pasar [5].

Setiap kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa untuk sampai ke konsumen dilakukan dengan pemasaran. Lembaga pemasaran sebagai badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran,

menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lain [6]. Pada lembaga pemasaran terdapat pedagang perantara yaitu individu-individu atau pengusaha yang melaksanakan berbagai fungsi pemasaran dalam pembelian dan penjualan barang serta ikut memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Pedagang perantara melaksanakan kegiatan perdagangan sebagai *proprietor* (pemilik), *partnership* (mitra) atau perusahaan koperas/nonkoperasi. Dengan demikian lembaga pemasaran memberikan peran aktif dalam penyaluran barang ataupun jasa untuk sampai ke konsumen akhir. Lembaga pemasaran menyebabkan harga produk dari produsen sampai ke konsumen akhir akan berbeda. Efisiensi pemasaran dapat dilihat dari struktur pasar yang terbentuk. Struktur pasar mempengaruhi perilaku produsen dan pedagang dalam pembentukan harga [7].

B. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kasus dengan mengambil lokasi penelitian di Kecamatan Medan Marelan Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Adapun penentuan lokasi didasarkan pada bahwa kecamatan Medan Marelan memiliki potensi cukup besar sebagai penghasil sayur mayur di Kota Medan.

Jenis Data Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan metode wawancara (*interview guide*) dan dilakukan juga wawancara mendalam (*indepth interview*) terhadap responden. Sementara data sekunder diperoleh dari instansi-instansi dan referensi terkait dengan penelitian.

Sampel Penelitian dan Teknik pengambilan sampel

Populasi penelitian adalah petani sayur yang terdapat di Kecamatan Medan Marelan Kota Medan. Adapun sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian berjumlah 40 orang petani sayur. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* yang merupakan metode pengambilan sampel dimana peneliti memiliki kriteria atau tujuan tertentu terhadap sampel yang akan diteliti.

Metode Analisis:

Adapun analisis yang digunakan pada penelitian adalah;

Untuk mengetahui keragaman ekonomi usaha tani petani sayur yang dijadikan responden pada penelitian digunakan analisis deskriptif. Dengan analisis deskriptif akan menghasilkan gambaran kondisi awal dari penelitian. Data-data yang diperoleh dari wawancara akan disajikan dalam bentuk angka dan penjelasan secara deskriptif. Selanjutnya dilakukan analisis:

a. Analisis Biayausahatan

$$TC = FC + VC$$

Di mana : $TC =$ Biaya total (*Total Cost*)

$FC =$ Biaya tetap (*Fixed Cost*)

$VC =$ Biaya Variabel (*Variable Cost*)

b. Analisis Penerimaan dan Keuntungan Usahatan

Penerimaan petani sayur dihitung dengan rumus :

$$TR = Q \times P$$

Keterangan :

TR : *Total Revenue* (Total Penerimaan)

Q : Jumlah Sayur yang diusahakan pada satu kali panen

P : Harga Jual Sayur

Keuntungan dihitung dengan rumus :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π : Keuntungan

TR : *Total Revenue* (total penerimaan)

TC : *Total Cost* (total biaya yang dikeluarkan oleh petani)

c. Pola dan Lembaga Pemasaran

Untuk mengetahui pola pemasaran usaha tani sayur di Kecamatan Medan Marelan, pengambilan sampel dilakukan dengan *snow ball sampling* yaitu menelusuri pedagang perantara yang terlibat dengan bertanya langsung kepada petani yang selanjutnya dilakukan penelusuran.

d. Marjin Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran

Marjin Pemasaran dihitung dengan rumus :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M : Marjin Tataniaga

Pr : Harga Ditingkat Petani

Pf : Harga Ditingkat Pedagangperantara

Keuntungan lembaga tataniaga dihitung dengan rumus :

$$\pi = M - B$$

Keterangan :

π : Keuntungan Tataniaga

M : Marjin Tataniaga

B : Biaya Tataniaga

Definisi Operasional Penelitian

1. Petani sayur pada penelitian adalah kegiatan pertanian dengan komoditi sayuran yang dilakukan seseorang sebagai

sumber mata pencaharian untuk memenuhi kabutuhan hidup keluarga.

2. Biaya Total adalah keseluruhan biaya yang digunakan dalam usaha pertanian responden yang terdiri dari biaya tetap dan biaya berubah dalam satuan Rupiah pada setiap satu kali masa panen.
3. Pendapatan petani sayur adalah seluruh penerimaan yang diperoleh petani dari sejumlah komoditi sayur yang dipanen pada tingkat harga tertentu dalam satuan Rupiah untuk setiap satu kali masa panen.
4. Keuntungan petani sayur adalah keseluruhan pendapatan yang diterima petani sayur setelah dikurangi dengan seluruh biaya total dalam satuan rupiah untuk setiap satu kali masa panen.
5. Lembaga pemasaran adalah lembaga pemasaran yang beraktivitas menyalurkan hasil panen petani sayur dari petani sehingga sampai pada konsumen.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden penelitian antara lain; umur responden, pendidikan formal responden, jumlah anggota keluarga, luas lahan dan pengalaman usaha tani.

1. Umur responden

Rata-rata umur responden diketahui adalah 57 tahun. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa secara umum umur responden masih termasuk pada usia produktif. Hal ini menunjukkan bahwa dengan usia yang masih tergolong produktif tersebut, responden masih memiliki semangat dan kemauan besar untuk meningkatkan produktivitas usaha tani mereka. Disamping itu juga dari tingkat usia tersebut menunjukkan bahwa pengalaman hidup responden sudah cukup banyak.

2. Pendidikan responden

Pendidikan menjadi salah satu hal mendasar seseorang untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik. Tingkat pendidikan seseorang akan menggambarkan cara berfikir dan bertindak seseorang. Dari hasil penelitian diketahui bahwa rata-rata tingkat pendidikan responden adalah delapan (8) tahun. Dengan tingkat pendidikan tersebut dapat dikatakan bahwa rata-rata tingkat pendidikan responden adalah Kelas II tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP). Dengan demikian rata-rata responden penelitian tidak tamat SMP.

Adapun untuk pendidikan non formal seperti pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan kegiatan usaha tani, belum ada responden yang pernah mengikutinya. Responden penelitian dalam melakukan usaha

tani sayur-mayur pada umumnya hanya berdasarkan pengalaman dan belajar dari orang tua.

3. Pengalaman usaha tani

Kegiatan usaha tani sayur mayur yang diusahakan responden adalah turun temurun. Dimana lahan usaha tani merupakan warisan dari orang tua. Dari hasil wawancara dengan responden, diketahui bahwa pada umumnya mata pencaharian sebagai petani sayur dilakukan setelah mereka memperoleh lahan usaha tani sebagai warisan. Sebelum bermatapencaharian sebagai petani, pada umumnya responden adalah buruh pabrik. Adapun rata-rata pengalaman usaha tani responden adalah 12,8 tahun. Dengan pengalaman usaha tani tersebut menunjukkan bahwa usaha tani yang dilakukan responden sudah cukup lama.

4. Jumlah anggota keluarga

Rata-rata jumlah anggota keluarga responden penelitian adalah empat (4) orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh responden penelitian sudah menikah. Terdapat juga dua orang responden yang sudah janda. Anggota keluarga pada waktu-waktu tertentu ikut membantu kegiatan usaha tani. Meskipun demikian tenaga kerja di luar anggota keluarga merupakan sumberdaya manusia utama yang diperlukan mulai dari pengolahan lahan, pembibitan, penanaman, perawatan dan pemanenan.

5. Luas lahan

Luas lahan petani di lokasi penelitian ditentukan dalam satuan ukur Rante. Adapun satu hektar tanah sama luasnya dengan 25 Rante. Rata-rata luas lahan usahatani sayur mayur responden adalah 8 Rante. Berdasarkan kepemilikan lahan usaha tani responden yang memiliki lahan sendiri²⁶ respondendanyang menyewa lahan 14 responden.

Jenis Sayuran Yang di Tanam

Dari hasil penelitian diketahui jenis sayuran yang ditanam responden adalah Bayam, Kangkung, Pakchoy, Sawi manis, Kailan dan Kacang panjang. Adapun jenis sayuran yang paling banyak ditanam responden adalah Bayam selanjutnya Sawi manis dan Kangkung. Ketiga jenis sayuran tersebut ditanam karena tidak begitu membutuhkan air yang banyak dan perawatan yang tidak sulit. Disamping itu juga permintaan pasar untuk ketiga jenis sayuran tersebut cukup stabil. Dengan kata lain, permintaan konsumen terhadap sayur Bayam, Sawi manis dan Kangkung tidak pernah mengalami penurunan. Sedangkan untuk sayur

Kacang panjang permintaan konsumen tidak tinggi.

Jenis sayuran yang memiliki nilai harga jual tinggi terdapat pada sayur Pakchoy dan Kailan. Tetapi tidak semua responden yang menanam Pakchoy dan Kailan. Terdapat 18 responden yang menanam sayur Pakchoy, sedangkan sayur Kailan hanya 14 responden saja. Sebagian besar responden kurang mengetahui dan memahami teknik berusaha tani sayur Pakchoy dan Kailan. Disamping itu juga dibutuhkan ketelitian yang tinggi dalam perawatan sayur tersebut. Tetapi apabila di perhatikan dari aspek sumberdaya alam, lahan petani Kecamatan Medan Marelan memiliki potensi untuk pertanian sayur jenis Pakchoy dan Kailan. Hal ini memperhatikan hasil panen petani yang mengelola usaha tani sayur Pakchoy dan Kailan.

Pendidikan Non Formal dan Pengetahuan Bertani responden

Dari hasil wawancara dengan responden diketahui bahwa mereka belum ada yang pernah mengikuti pendidikan non formal seperti pelatihan atau sebagainya. Adapun pengetahuan bertani responden diperoleh secara turun temurun dari orang tua yaitu 32 petani (80%). Dengan memperhatikan potensi usaha tani responden, maka diperlukan adanya kegiatan peningkatan pengetahuan petani. Dengan adanya tambahan pengetahuan petani dalam mengelola usaha tani maka produk sayur mayur yang diusahakan akan memiliki daya saing.

Biaya Usaha Tani

Kegiatan produksi pertanian menggunakan sejumlah biaya. Biaya usaha tani merupakan sejumlah pengeluaran yang digunakan petani untuk memperoleh faktor-faktor produksi dalam mengelola kegiatan usaha tani. Biaya yang dikeluarkan oleh petani mulai dari proses penyediaan lahan, pembibitan, penanaman, perawatan dan pemanenan serta pemasaran. Pada penelitian biaya usaha tani adalah rata-rata keseluruhan pengeluaran yang digunakan responden dalam satu kali produksi sayuran. Adapun rata-rata keseluruhan biaya usaha tani petani adalah Rp. 4.957.750,00.

Penerimaan Usaha Tani

Penerimaan usaha tani responden adalah rata-rata keseluruhan penerimaan yang diperoleh responden pada satu kali produksi sayuran. Penerimaan ditentukan oleh jumlah produksi dan harga produksi per unit. Adapun rata-rata penerimaan petani dari setiap jenis sayuran yang diusahakan dapat ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

No.	Uraian	Jumlah rata-rata
1	Umur responden	57,03 tahun
2	Pendidikan responden	8 tahun
3	Jumlah anggota keluarga	4 orang
4	Luas Lahan	8 rante
5	Pengalaman usaha tani	12,8 tahun

Sumber: Data primer penelitian

Tabel 2. Jenis sayuran yang ditanam responden

No.	Jenis sayuran	Jumlah responden
1	Bayam	37
2	Kangkung	29
3	Pakchoy	18
4	Sawi manis	33
5	Kailan	14
6	Kacang panjang	16

Sumber: Data primer penelitian

Tabel 3. Pengetahuan Bertani Responden

No.	Pengetahuan Bertani	Jumlah Petani	persentase
1	Bimbingan dari Cina	1	2.5
2	Orang tua	32	80
3	Saudara	4	10
4	Tetangga	3	7.5
Jumlah		40	100

Sumber: Data primer penelitian

Tabel 4. Total Penerimaan Usaha Tani

No.	Jenis Sayuran	Total harga (Rp)
1	Bayam	778.716,00
2	Kangkung	325.534,00
3	Pakchoy	5.625.000,00
4	Sawi manis	1.025.500,00
5	Kailan	5.408.571,43
6	Kacang panjang	308.781,00
Total penerimaan		13.472.102,43

Sumber: Data primer penelitian

Tabel 4. menunjukkan bahwa penerimaan petani sayur yang paling besar adalah dari hasil produksi Pakchoy yaitu sebesar Rp. 5.625.000. Harga Pakchoy Rp. 15.944,4/Kg. Adapun jumlah penerimaan yang kecil diperoleh dari hasil produksi Kacang panjang yaitu Rp. 308.781,00. Rata-rata jumlah penerimaan responden adalah Rp. 13.472.102,43.

Keuntungan Usaha Tani

Keuntungan Usaha tani diperoleh dari hasil selisih rata-rata keseluruhan biaya usaha tani dengan penerimaan yang diperoleh petani

dalam satu kali produksi sayur mayur. Adapun rata-rata keuntungan yang diperoleh petani responden penelitian adalah Rp. 8.514.352,43. Apabila diperhatikan dari keuntungan yang diperoleh petani tersebut maka dapat dikatakan bahwa kegiatan usaha tani sayur tersebut memiliki potensi untuk lebih dikembangkan. Dengan demikian diperlukan adanya upaya untuk meningkatkan daya saing petani yang lebih produktif.

Dari hasil *Focus Group Discussion* – *FGD* petani dengan skala besar pada umumnya mengemukakan bahwa hasil keuntungan yang mereka peroleh kurang sebanding dengan rata-

rata keseluruhan biaya yang sudah mereka keluarkan. Petani dengan skala besar tidak jarang mengeluarkan biaya keseluruhan produksi Rp.10.000.000 – Rp.15.000.000,00. Tingginya tingkat biaya usaha tani tersebut, merupakan salah satu pendorong petani yang menjual lahan usaha taninya. Sehingga sudah mulai ada lahan-lahan usaha tani yang tidak diolah hanya dibiarkan saja.

Posisi tawar petani yang rendah menjadi salah satu aspek yang menjadikan daya saing petani juga menjadi rendah. Apabila diperhatikan lokasi pertanian sayur mayur yang tidak begitu jauh dari pusat kota, merupakan peluang petani untuk mampu bertahan dengan produktivitas tinggi. Petani menyadari bahwa hasil produksi apabila diperhatikan sudah mampu untuk ke pasar luar negeri. Tetapi petani tidak memiliki *power* untuk bisa mengetahui informasi pasar tersebut.

Lembaga Pemasaran Usaha Tani Sayur

Kegiatan usaha tani responden dapat dikatakan pada usaha tani yang sudah berorientasi pada pasar. Untuk memasarkan hasil panen petani sampai ke konsumen akhir diperlukan pedagang perantara atau disebut juga dengan lembaga pemasaran. Dengan adanya lembaga pemasaran maka hasil panen sayuran petani dapat di pasarkan pada pasar tradisional bahkan beberapa jenis sayur di pasarkan pada pasar modern. Tetapi ada juga petani yang terkadang menjual langsung hasil panen ke Pasar Marelan yang tidak begitu jauh dari tempat usaha tani mereka. Adapun yang menjual hasil panen sendiri adalah petani yang memiliki skala usaha tani kecil dan hanya mengusahakan sayur Kangkung dan Bayam.

Pedagang perantara atau lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran sayur di Kecamatan Marelan adalah pedagang pengumpul yang datang ke lokasi usaha tani sayuran atau disebut Pedagang Pengumpul Kecamatan dan Pedagang Pengumpul di Pusat Pasar. Apabila menjualnya secara sendiri petani akan mengeluarkan biaya transportasi. Tetapi jika hasil panen di jual kepada pedagang pengumpul, petani tidak mengeluarkan biaya transportasi. Disamping itu petani juga tidak mengalami resiko kerugian dari hasil panen yang tidak terjual di pasar. Adapun lembaga pemasaran yang berperan dalam pemasaran sayur dari petani sampai ke konsumen akhir dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pedagang Pengumpul Kecamatan

Pedagang Pengumpul Kecamatan adalah pedagang pengumpul yang datang ke lokasi usaha tani sayur petani secara langsung. Pedagang pengumpul Kecamatan akan membeli hasil panen sayur petani di lokasi

usaha tani. Biasanya sekitar jam 16.00 WIB mobil pedagang pengumpul sudah banyak yang mendatangi lahan usaha tani petani. Transportasi yang digunakan untuk mengangkut hasil panen sayur petani adalah mobil *pick up*. Adapun sistem pembelian sayuran yang dilakukan pedagang pengumpul adalah dalam bentuk tunai. Sayuran yang sudah di panen di kemas dan ketika pedagang pengumpul datang, sayur-sayuran tersebut langsung di muat ke dalam mobil *pick up*.

2. Pedagang Pengumpul di Pusat Pasar

Pedagang pengumpul di pusat pasar adalah pedagang pengumpul yang membeli sayuran dari pedagang pengumpul kecamatan. Pedagang pengumpul kecamatan dengan pedagang pengumpul pusat pasar bertemu secara langsung di pusat pasar. Sayur-sayuran yang telah di kemas diterima oleh pedagang pengumpul pusat pasar. Biasanya kegiatan pasar di pusat pasar berlangsung pada malam hari. Adapun pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul pusat pasar adalah secara tunai. Selanjutnya sayuran tersebut akan di jual lagi oleh pedagang pengumpul pusat pasar kepada pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional. Selanjutnya sayur-sayur tersebut dari pedagang pengecer sampai ke konsumen.

3. Supermarket

Supermarket menerima sayuran dari pedagang pengumpul kecamatan. Untuk perkembangannya sayuran petani Kecamatan Medan Marelan yang masuk ke supermarket adalah Pakchoy dan Kailan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat beberapa pedagang pengumpul kecamatan yang memiliki akses ke supermarket tertentu. Tetapi untuk menelusuri saluran tersebut, peneliti mengalami hambatan. Informasi yang diberikan oleh pedagang pengumpul kecamatan yang memiliki akses ke beberapa supermarket juga sangat terbatas.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pola pemasaran dari hasil panen petani sayuran di Kecamatan Marelan adalah:

- a. Petani yang secara langsung sebagai pedagang pengecer – Konsumen
- b. Petani – Pedagang pengumpul kecamatan – Pusat Pasar – Pedagang Pengecer - Konsumen
- c. Petani – Pedagang pengumpul kecamatan — Super market - Konsumen

Dengan mengetahui saluran pemasaran dan tingkat harga sayur pada setiap lembaga

pemasaran dapat diketahui margin pemasaran dari lembaga pemasaran tersebut.

Pada Tabel 5. tersebut dapat diketahui bahwa petani yang secara langsung sebagai pedagang pengecer di pasar Marelan memiliki keuntungan yang lebih banyak daari pada petani yang menjual hasil panen kepada pedagang pengumpul kecamatan. Adapun keuntungan yang diperoleh petani adalah Rp.1300,00. Tetapi petani yang menjual hasil panen secara langsung tidak terlepas dari resiko kerugian jika dagangan mereka di pasar tidak terjual habis. Dan kegiatan yang menjual secara langsung ini memberikan kegiatan usaha tani petani kurang efesien dan efektif. Tetapi petani dengan skala usaha yang kecil tersebut tidakmemiliki pilihan lain karena keterbatasan modal yang mereka miliki. Dengan memperhatikan kondisi demikian maka sangat dibutuhkan adanya koperasi agribisnis yang mampu memberikan daya saing petani.

Pada Tabel 6 menjelaskan bahwa margin tata niaga yang diperoleh petani dari penjualan sayuran masing-masing Rp.500,00

dan untuk kacang panjang Rp.1000,00. Keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengumpul kecamatan yang paling besar adalah dari penjualan kacang panjang. Adapun tingkat harga di tingkat pedagang pengumpul kecamatan ditentukan oleh tingkat harga di pusat pasar. Tetapi dalam menentukan tingkat harga tersebut tidak jarang petani dalam posisi tawar yang rendah.

Pada Tabel 8 menunjukkan bahwa tingkat harga dari petani sampai pada konsumen akhir, perbedaannya cukup tinggi. Contohnya untuk sayur Bayam, harga ditingkat petani Rp.1200,00 sementara harga di tingkat pedagang pengecer yang mendistribusikan pada konsumen adalah Rp.2500. Adapun harga beli pedagang pengecer kepada pedagang di pusat pasar adalah Rp.2000,00. Margin pemasaran Bayam diketahui Rp.500,00. Adapun sayuran yang memberikan keuntungan besar pada pedagang pengecer adalah sayur Bayam dan Kacang panjang yang masing-masing Rp.500,00.

Tabel 5. Margin tata niaga dan keuntungan lembaga tata niaga pola 1.

No.	Lembaga tata niaga dan komponen margin	Harga per Kg (Rp)		Distribusi margin	
		Bayam	Kangkung	Bayam	Kangkung
1	Petani sekaligus pengecer	1200	400		
	Keuntungan	1300	1100	100	100
	Harga Jual	2500	1500		
2	Konsumen	2500	1500		
	Margin Tata niaga	1300	1100	100,00	100,00

Sumber: Data primer penelitian

Tabel 6. Margin tata niaga dan keuntungan lembaga tata niaga pola 2.

No	Lembaga tata niaga dan komponen margin	Harga per Kg (Rp)				Distribusi margin			
		Bayam	Kang kung	sawi manis	kacang panjang	Ba yam	Kang kung	sawi manis	kacang panjang
1	Petani	1200	400	2500	5500				
2	pedagang pengumpul kecamatan								
	harga beli	1200	400	2500	5500				
	biaya transportasi	83.33	83.33	83.33	83.33	0.17	0.17	0.17	0.08
	bongkar muat	50	50	50	50	0.1	0.1	0.1	0.05
	Keuntungan	366.67	366.67	366.67	866,67	0.73	0.73	0.73	0.87
	harga jual	1700	900	3000	6500				
3	pedagang pusat pasar								
	margin tata niaga	500	500	500	1000	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Data primer penelitian

Tabel 7. Marjin tata niaga dan keuntungan lembaga tata niaga pola 2.

No	Lembaga tata niaga dan komponen marjin	Harga per Kg (Rp)				Distribusi marjin			
		Bayam	Kang kung	sawi manis	kacang panjang	Bayam	Kang kung	sawi manis	kacang panjang
1	Petani	1200	400	2500	5500				
2	pedagang pusat pasar								
	harga beli	1700	900	3000	6500				
	keuntungan	300	300	200	500	100	100	100	100
	harga jual	2000	1200	3200	7000				
3	pedagang pengecer	2000	1200	3200	7000				
	marjin tata niaga	300	300	200	500	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Data primer penelitian

Tabel 8. Marjin tata niaga dan keuntungan lembaga tata niaga pola 2.

No	Lembaga tata niaga dan komponen marjin	Harga per Kg (Rp)				Distribusi marjin			
		Bayam	Kang kung	sawi manis	kacang panjang	Bayam	Kang kung	sawi manis	kacang panjang
1	Petani	1200	400	2500	5500				
2	pedagang pengecer								
	harga beli	2000	1200	3200	7000				
	keuntungan	500	300	300	500	100	100	100	100
	harga jual	2500	1500	3500	7500				
3	konsumen	2500	1500	3500	7500				
	marjin tata niaga	500	300	300	500	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Data primer penelitian

Hasil panen sayuran petani yang dibeli oleh pedagang pengumpul kecamatan tidak semuanya di distribusikan ke pusat pasar. Beberapa pedagang pengumpul kecamatan ada yang mendistribusikan sayuran petani ke supermarket. Adapun jenis sayuran yang masuk ke supermarket adalah Pakchoy dan Kailan. Dengan adanya hasil panen petani yang sudah masuk ke pasar supermarket menunjukkan bahwa produksi pertanian petani berkualitas.

Pada prinsipnya sangat diperlukan adanya peningkatan daya saing petani dengan memperhatikan aspek keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Dalam mencapai hal tersebut dibutuhkan pula peran dan partisipasi petani. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada perkembangannya partisipasi petani pada kelompok tani masih kecil. Hal ini dapat diketahui dari hasil *Focus Group Discussion* – *FGD* yang dilakukan dengan petani. Petani banyak yang kurang memperhatikan dan merasa memiliki kelompok tani. Dengan demikian

diperlukan adanya sebuah wadah yang menguatkan kelembagaan petani sehingga petani memiliki daya saing. Disamping itu juga diperlukan adanya kerjasama dengan instansi terkait dengan agribisnis komoditi usaha tani sayur. Untuk menguatkan kelembagaan petani melalui koperasi pertanian perlu dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mengenali koperasi pertanian dalam realita. Artinya mengkaji koperasi pertanian pada aspek kinerja dan hambatan yang dihadapi dalam pengembangannya.
2. Pemetaan kinerja dan kebutuhan koperasi pertanian. Untuk itu diperlukan adanya data yang riil dan informasi akurat sehingga koperasi pertanian berjalan dengan perencanaan, operasionalisasi dan pengawasan di lapangan.
3. Perlu adanya sinergi kebijakan antara departemen pertanian dengan koperasi serta UKM.
4. Perlu adanya sinergi kebijakan pusat dan daerah [8].

Tabel 9. Marjin tata niaga dan keuntungan lembaga tata niaga pola 3.

No	Lembaga tata niaga dan komponen marjin	Harga per Kg (Rp)		Distribusi marjin	
		Pakchoy	kailan	Pakchoy	Kailan
1	Petani	16000	20000		
2	pedagang pengumpul kecamatan				
	harga beli	16000	20000		
	biaya transportasi	83.33	83.33	0.009	0.01
	bongkar muat	50	50	0.005	0.02
	Keuntungan	2866.67	3866.67	0.318	0.55
	harga jual	19000	24000		
3	Supermarket				
	harga beli	19000	24000		
	akomodasi	1000	1000	0.11	0.14
	keuntungan	8000	6000	0.89	0.86
	harga jual	25000	27000		
4	konsumen				
	marjin tata niaga	9000	7000	100,00	100,00

Sumber: Data primer penelitian

Perlu adanya penekanan bahwa upaya pengembangan koperasi pertanian sebagai upaya penguatan kelembagaan membutuhkan dukungan sektor terkait pertanian. Tabel 9 menunjukkan perbedaan tingkat harga dari petani sampai di supermarket cukup besar. Dan dari hasil FGD dengan petani mereka juga mengeluhkan tingkat harga yang rendah yang mereka terima tersebut. Secara umum apabila di perhatikan tingkat keuntungan dengan biaya usaha tani, mereka masih mengalami posisi tawar yang rendah. Disamping itu juga, petani memiliki keterbatasan untuk mengetahui informasi pasar khususnya antara pedagang pengumpul kecamatan dengan lembaga pemasaran supermarket.

Petani sayur Kecamatan Medan Marelan masih memiliki semangat dalam meningkatkan daya saing mereka. Hal ini dapat diperhatikan dari hasil FGD bahwa untuk kegiatan sarana dan prasarana usaha tani, petani sudah mandiri dan berusaha mengelola pertanian mereka dengan optimal sehingga memberikan hasil panen yang produktif. Meskipun pada umumnya mereka memperoleh pengetahuan berusaha tani hanya dari orang tua dan pengalaman berusaha tani sendiri.

Adapun hal yang menjadi permasalahan petani adalah faktor alam. Sumberdaya lingkungan untuk kegiatan usaha pertanian semakin kurang mendukung, sehingga petani pada umumnya akan mengeluarkan biaya perawatan yang tinggi dalam usaha tani mereka.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan Penelitian

- Karakteristik responden petani Kecamatan Medan Marelan dapat dilihat dari rata-rata umur responden 57 tahun, tingkat pendidikan 8 tahun atau setara dengan kelas II Sekolah Menengah Pertama (SMP), jumlah anggota keluarga 4 orang, pengalaman usaha tani 12,8 tahun, luas lahan usaha tani 8 rante adapun responden dengan kepemilikan lahan sendiri 26 responden dan lahan sewa tahunan 14 responden. Jenis sayuran yang ditanam adalah Bayam, Kangkung, Pakchoy, Sawi manis, Kailan dan Kacang panjang.
- Secara finansial diketahui bahwa rata-rata biaya usaha tani Rp.4.957.750,00. Adapun rata-rata total penerimaan usaha tani responden dari seluruh komoditi sayuran adalah Rp.13.472.102,43. Dengan demikian rata-rata keuntungan yang diperoleh petani pada satu kali produksi sayuran adalah Rp.8.514.352,43.
- Lembaga pemasaran usaha tani sayur responden adalah
 - Petani yang secara langsung sebagai pedagang pengecer – Konsumen.
 - Petani – Pedagang pengumpul kecamatan – Pusat Pasar – Pedagang Pengecer – Konsumen.
 - Petani – Pedagang pengumpul kecamatan — Super market - Konsumen

Saran

- Diperlukan kerjasama dengan instansi terkait untuk peningkatan daya saing petani.

2. Perlu adanya penguatan kelembagaan petani agar petani memiliki *power* dalam mengembangkan usaha tani mereka.

DAFTAR PUSTAKA

1. Soekartawi.2002. Prinsip-prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
2. Syahza. A., 2008. Percepatan Pembangunan Ekonomi Pedesaan Melalui Pemberdayaan Koperasi Berbasis Agribisnis Di Daerah Riau. DP2M Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta.
3. Sukirno, Sadono. 2004. Pengantar Ekonomi Mikro. PT. Raja GrafindoPersada. Jakarta.
4. Putong, Iskandar. 2005. Teori Ekonomi Mikro. Mitra Wacana Mulia. Jakarta
5. Soekartawi.1995. Analisis Usahatani. Universitas Iindonesia Press. Jakarta.
6. Sudiyono.2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang.
7. Widiastuti dan Harisudin. 2013. Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung di Kabupaten Grobogan. Jurnal SEPA Vol.9 No.2. Februari 2013.
8. Hanafie, Rita. 2010. Pengantar ekonomi Pertanian. Andi offset. Yogyakarta.