



JURNAL RESEARCH ILMU PERTANIAN (JRIP)

E-ISSN: 2747-2167
P-ISSN: 2747-2175

EDITORIAL OFFICE: Fakultas Pertanian, LPPM Universitas Ekasakti, Padang, Sumatera Barat, Indonesia. Jl. Veteran No.26B, Purus, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat 25115
Telp. +62-751-32694; Faks. +62-751-32694.
Website: <https://journal.unespadang.ac.id/jrip>

EFISIENSI USAHATANI DAN PEMASARAN WORTEL (*Daucus carota* L) DI KECAMATAN SEPULUH KOTO KABUPATEN TANAH DATAR

Mita Amanda Putri¹, Dang Sri Chaerani², dan Esa Diya Wahyuni³

^{1,2,3}Fakultas Pertanian, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: mitaamanda04@gmail.com¹; dangsrichaerani@yahoo.co.id²; esa_diya@yahoo.co.id³

Corresponding Author: dangsrichaerani@yahoo.co.id

ARTICLE HISTORY:

Received : 10/04/2021
Revised : 24/04/2021
Publish : 05/07/2021

Keywords:

Carrot, Farm Efficiency,
Marketing Efficiency

ABSTRACT

*The purpose of this study is as follows: 1). Analyzing the efficiency of carrot farming (*Daucus carota* L.) in District Ten Koto Tanah Datar District 2). Analyzing marketing efficiency in carrots (*Daucus carota* L.) in Sepuluh Koto District, Tanah Datar District. This research uses descriptive qualitative and quantitative methods with population criteria are (1) Farmers who carry out carrot farming activities in the planting season from April to August 2019, (2) Land area cultivated at least 0.25 Ha, (3) Land under cultivation alone. Based on these criteria there are 53 people so that the entire population that meets the criteria is sampled. Data collected in the form of primary data and secondary data. Data analysis was carried out qualitatively and quantitatively. Qualitative analysis is used to find out the general picture of carrot farming and marketing, while quantitative analysis is carried out to find out about cost structure and revenue analysis and marketing efficiency seen from the marketing margin, farmer's share and the ratio of profits to marketing costs. This research was conducted in July to August 2019. Based on the results of the study it can be concluded that: 1). Carrot farming in the District of Ten Koto is worth the effort, this is evidenced by the R / C value obtained at 2.16. 2). There are 2 patterns of marketing channels with different final destination markets, namely Marketing Channel I (Farmers-PPD-PB-Pasar Raya Padang Retailers and West Pasaman) and Marketing Channel II (Farmers - PB - Long Strait Retailers and Padangsidempuan). The marketing functions performed on the marketing channel in the delivery of carrots to consumers have been effective. The most efficient channels are I.a marketing channels with a marketing margin of Rp.4,000.00; farmer's share of 50.00% , and the profit-to-marketing ratio is 2.48 with a sales volume of 57,895 kg.*

PENDAHULUAN

Komoditas hortikultura mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, sehingga usaha agribisnis hortikultura (buah, sayur, florikultura dan tanaman obat) dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar, karena memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, keragaman jenis, ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi, serta potensi serapan pasar di dalam negeri dan internasional yang terus meningkat (Dektorat Jenderal Holtikultura Kementerian Pertanian, 2014).

Beberapa komoditas sayuran utama Indonesia antara lain bawang merah, kentang, cabai, kubis, wortel dan tomat. Salah satu sayuran utama di Indonesia adalah wortel. Wortel merupakan salah satu sayuran bernilai ekonomis penting di dunia, wortel sangat potensial sebagai bahan pangan untuk mengentaskan masalah kekurangan vitamin A, tumor/kanker, dan

kekurangan gizi. Wortel telah menjadi salah komoditas pertanian antar negara (Wawan Cahyono, 2013).

Kebutuhan akan komoditas wortel semakin meningkat karena dengan adanya teknologi pengolahan wortel. Wortel dapat dijual dalam bentuk umbi segar, umbi beku segar, umbi muda segar, tepung wortel, chip wortel dan sari wortel, wortel juga digunakan sebagai bahan obat untuk penyakit tertentu (Winarno, 1993). Semakin meningkat permintaan dari wortel mengakibatkan kecendrungan peningkatan dalam luas areal penanaman dan disertai produksi yang semakin meningkat.

Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu Provinsi sebagai sentra wortel Indonesia. Hal ini didukung oleh kondisi agroklimatologi wilayah Sumatera Barat yang cocok untuk membudidayakan wortel. Produksi terbesar wortel di Sumatera Barat berasal dari Kabupaten Tanah Datar yaitu dengan luas lahan 662 ha dengan produksi 7.943,9 ton pada tahun 2017 (BPS Provinsi Sumatera Barat dan Kabupaten Tanah Datar, 2018).

Salah satu sentra produksi wortel yang terdapat di Kabupaten Tanah Datar adalah Kecamatan Sepuluh Koto. Kabupaten Tanah Datar memiliki 14 Kecamatan dengan komoditas unggulan masing-masing. Kecamatan X Koto merupakan luas lahan terbesar memproduksi wortel di banding Kecamatan lainnya. Produksi wotel di Kecamatan X Koto mengalami penurunan pada tahun 2014 dan mengalami peningkatan pada tahun 2015, 2016, dan 2017 (BPS Kecamatan X Koto, 2018).

Pengelolaan yang baik sangat membantu terhadap peningkatan produktivitas. Produktivitas yang tinggi harusnya diikuti dengan harga yang baik, sehingga petani dapat memperoleh keuntungan atau pendapatan yang baik juga (Witjaksono, 2006). Selain harga yang fluktuatif, masalah lain dari komoditas hasil pertanian adalah sifatnya yang tidak tahan lama sehingga petani harus segera menjual produknya dengan harga yang berlaku saat itu. Hal ini menyebabkan pendapatan yang diperoleh petani tidak menentu (Soekartawi, 2002).

Pemasaran sebagai suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Peranan pemasaran pada komoditas hasil pertanian memberikan kontribusi penting dalam peningkatan kinerja usahatani. Kurangnya perhatian terhadap permasalahan dalam pemasaran akan menimbulkan efisiensi pemasaran yang rendah (Mubyarto, 1989). Efisiensi pemasaran dapat dilihat dari segi efisiensi operasional dan efisiensi harga. Efisiensi operasional menekankan biaya pada pemasaran dan efisiensi harga menekankan hubungan perubahan harga ditingkat petani dan lembaga pemasaran dalam mengalokasikan suatu komoditas dari produsen ke konsumen. Margin pemasaran dan transmisi harga dari pasar konsumen ke produsen adalah indikator yang sering dan dapat digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran (Suratiyah, 2011).

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1). Bagaimana efisiensi usahatani wortel di Kecamatan Sepuluh Koto Kabupaten Tanah Datar. 2). Bagaimana efisiensi pemasaran wortel di Kecamatan Sepuluh Koto Kabupaten Tanah Datar. Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini sebagai berikut: 1). Menganalisis efisiensi usahatani wortel di Kecamatan Sepuluh Koto Kabupaten Tanah Datar. Menganalisis efisiensi pemasaran wortel di Kecamatan Sepuluh Koto Kabupaten Tanah Datar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan jumlah populasi petani yang menanam wortel ada sebanyak 350 orang dan yang memenuhi kriteria sebagai berikut: (1) Petani yang melakukan kegiatan usahatani wortel pada musim tanam bulan April sampai dengan Agustus 2019, (2) Luas lahan yang diusahakan minimal 0,25 Ha, (3) Lahan garapan milik sendiri. Berdasarkan kriteria tersebut terdapat 53 orang sehingga keseluruhan populasi yang memenuhi kriteria dijadikan sampel. Dengan demikian teknik pengambilan sampel adalah teknik *non probability sampling* yang dipilih yaitu dengan sampling jenuh (sensus) adalah metoda penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel.

Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan studi dokumen. Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui gambaran umum usahatani dan pemasaran wortel di daerah penelitian, sedangkan analisis kuantitatif dilakukan untuk mengetahui tentang struktur biaya dan analisis pendapatan serta efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran, farmer's share dan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juli sampai Agustus 2019.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani Responden

Karakteristik individu adalah sifat-sifat yang ditampilkan seseorang yang berhubungan semua aspek kehidupannya di dunia atau lingkungan sendiri (Reksowardoyo, 1983); bagian dari pribadi dan melekat pada diri seseorang. Karakteristik ini mendasari tingkah laku seseorang dalam situasi kerja maupun situasi yang lainnya (Rogers dan Shoemaker, 1971). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.4.

Berdasarkan Tabel 4.4. tersebut karakteristik petani berdasarkan umur petani ternyata keseluruhan responden 53 orang (100%) berusia produktif. Kondisi ini menggambarkan bahwa sampel dalam penelitian tersebut, mengindikasikan motivasi dalam bekerja cenderung lebih tinggi serta kemampuan dan keterampilannya dalam bekerja pun masih baik.

Bakir dan Manning (1984), mengemukakan bahwa usia produktif untuk bekerja di negara-negara berkembang umumnya adalah 15-55 tahun. Pada usia produktif, motivasi dalam bekerja cenderung lebih tinggi, begitu juga kemampuan dan keterampilannya dalam bekerja pun masih baik. Kemampuan kerja penduduk usia produktif akan terus menurun seiring dengan semakin bertambahnya usia.

Selanjutnya dipertegas lagi oleh (Soekartawi, 2011) menyatakan bahwa petani-petani yang lebih tua cenderung tidak melakukan difusi inovasi pertanian daripada mereka yang lebih muda. Petani yang lebih muda biasanya akan cenderung lebih produktif dan lebih bersemangat dibandingkan dengan petani yang usianya lebih tua. Soeharjo dan Patong (1977), umur petani akan mempengaruhi kemampuan fisik bekerja dan cara berfikir, petani yang berumur muda dan sehat mempunyai kemampuan fisik yang lebih besar dari pada petani yang lebih tua. Demikian juga Kurnianingtyas (2012) berpendapat bahwa pada usia dewasa, seseorang telah memiliki kestabilan dalam mengelola pekerjaan, berkonsentrasi penuh dalam mencari penghasilan dan

juga tergolong pada usia yang produktif.

Dilihat dari tingkat pendidikan petani didominasi oleh SLTP sebanyak 28 orang (52,83%), dan SLTA sebanyak 14 orang (26,42%). Dengan ini maka dapat dilihat bahwa petani responden wortel mempunyai tingkat pendidikan rendah. Petani dengan tingkat pendidikan formalnya rendah cenderung lebih tertutup dalam menerima inovasi baru dan kurang mampu menilai kecocokan inovasi tersebut untuk diterapkan dalam usahatani. Pendidikan rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia.

Petani wortel di Kecamatan Sepuluh Koto semuanya memiliki lahan garapan sendiri. Penggolongan petani tanaman pangan berdasarkan luas lahan yang dimiliki dapat dibagi menjadi tiga yaitu: petani berlahan sempit dengan luas lahan usahatani < 0,5 ha, petani berlahan sedang dengan luas lahan usahatani 0,5-1,0 ha, dan petani berlahan luas dengan luas lahan usahatani >1,0 ha (Hernanto, 1996). Berdasarkan kriteria tersebut petani wortel dengan luas lahan < 0,5 ha sebanyak 35 orang (66,04%) dan luas lahan 0,5 – 1,0 ha sebanyak 18 orang (33,96%). Kondisi ini menggambarkan bahwa petani responden wortel tergolong petani berlahan sempit dalam mengusahakan wortel pada saat penelitian berlangsung karena petani responden di samping mengusahakan wortel, mereka juga mengelola usahatani tomat dan cabai pada lahan garapan yang lain.

Berdasarkan jumlah tanggungan keluarga pada petani responden wortel adalah tanggungan keluarga \leq 4 orang sebanyak 24 orang (45,28%), dan tanggungan keluarga sebanyak 5-6 orang sebanyak 29 orang (54,72%). Kondisi ini menggambarkan bahwa jumlah tanggungan keluarga yang paling banyak berkategori kecil yaitu 5-6 orang. Dengan kelompok sedang jumlah tanggungan keluarga maka petani dapat memenuhi kebutuhan keluarga dan sebaliknya jika tanggungan keluarga petani sampel lebih besar maka biaya kebutuhan rumah tangga yang dikeluarkan lebih besar.

Menurut Syamsiah (2001), jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh terhadap perekonomian keluarga, semakin banyak jumlah tanggungan keluarga maka akan semakin meningkat pula kebutuhan keluarga. Demikian juga yang disampaikan oleh Damsar (2009) jumlah tanggungan keluarga yang berada pada usia produktif merupakan salah satu sumberdaya manusia yang penting dalam kegiatan usahatani. Sedangkan anggota keluarga yang tidak produktif merupakan beban keluarga yang menyebabkan kurangnya pendapatan.

Pengalaman berusahatani menurut Soehardjo dan Patong (1984) ada tiga kategori: (1) kategori kurang berpengalaman apabila menggeluti bidang pekerjaannya kurang dari 5 tahun, (2) cukup berpengalaman apabila menggeluti bidangnya selama 5-10 tahun dan (3) berpengalaman apabila telah menggeluti bidangnya di atas 10 tahun. Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa sebaran pengalaman berusaha petani wortel dengan pengalaman 5-10 tahun sebanyak 19 orang (35,85%) dan lebih dari 10 tahun sebanyak 32 orang (60,38%). Kondisi ini menunjukkan bahwa petani wortel berpengalaman dalam berusahatani wortel sehingga berdasarkan pengalaman tersebut diharapkan petani mampu mengambil keputusan yang efektif dalam manajemen usahatani yang dimilikinya dan lebih terampil dalam mengembangkan usahatani agar lebih produktif.

Tabel 1 Karakteristik Petani Responden Usahatani Wortel di Kecamatan Sepuluh Koto, 2019.

No.	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	Umur petani (Tahun)		
	a. 30-33	10	18,87
	b. 34-37	8	15,09
	c. 38-41	13	24,53
	d. 42-45	11	20,75
	e. 46-49	11	20,75
	Jumlah	53	100,00
2	Pendidikan		
	a. TTSD	3	5,66
	b. SD	8	15,09
	c. SLTP	28	52,83
	d. SLTA	14	26,42
	Jumlah	53	100,00
3	Luas Lahan (Ha)		
	a. < 0,5	35	66,04
	b. 0,50- 1,0	18	33,96
	c. > 1,0	0	0,00
	Jumlah	53	100,00
4	Tanggungjawab keluarga (Orang)		
	a. ≤ 4	24	45,28
	b. 5-6	29	54,72
	c. ≥ 7	0	0,00
	Jumlah	53	100,00
5	Jenis Kelamin		
	a. Laki-laki	34	64,15
	b. Perempuan	19	35,85
	Jumlah	53	100,00
6	Pengalaman berusahatani		
	a. < 5 tahun	2	3,77
	b. 5 – 10 tahun	19	35,85
	c. > 10 tahun	32	60,38
	Jumlah	53	100,00

Sumber: *Data primer diolah, 2018*

Analisis Biaya Produksi

Dalam penelitian ini, biaya produksi terdiri atas 2 bagian yaitu biaya tunai meliputi biaya pupuk, pestisida dan tenaga kerja luar keluarga yang diperlukan dalam usahatani dan biaya non tunai terdiri dari benih, nilai penyusutan alat dan tenaga kerja dalam keluarga yang terlibat dalam usahatani wortel.

Berdasarkan Tabel 2 di bawah (data penelitian yang telah diolah), diperoleh rata-rata biaya tunai yang dikeluarkan oleh petani responden untuk satu hektar lahan garapan adalah sebesar Rp.18.252.038,45; biaya non tunai sebesar Rp.1.809.327,21 sehingga total biaya yang diperlukan adalah Rp.20.061.365,66.

Tabel 2 Struktur Biaya Usahatani Responden Petani Wortel di Kecamatan Sepuluh Koto, 2019.

Komponen Biaya	Wortel		
	Jumlah	Harga (Rp)	Biaya (Rp/Ha/MT)
A. Biaya Tunai			
1. Bibit (kantong)	18,94	110.000,00	2.083.834,45
2. Pestisida (Botol)	1,10	100.000,00	110.090,94
3. Pupuk Kandang (Kg)	10.811,76	500,00	5.405.880,35
4. Pupuk Anorganik			
- ZA (kg)	79,56	3.000,00	238.668,84
- TSP (kg)	125,25	7.000,00	876.780,82
- KCL (kg)	125,25	10.000,00	1.252.544,04
5. Tenaga Kerja Luar Keluarga (HOK)			
- Pengolahan lahan	22,52	100.000,00	2.251.671,20
- Penanaman	12,26	60.000,00	753.324,36
- Pemupukan Dasar	8,93	100.000,00	893.190,61
- Penyiangan + Penjarangan	9,93	60.000,00	595.737,36
- Penyemprotan	0,25	100.000,00	24.926,25
- Panen (Mencabut, Membersihkan, Mencuci, Dan Mengemas)	44,45	60.000,00	2.667.108,29
6. Upah Angkut (Rp)	152,30	4.000,00	609.197,54
7. Tali (Gulung)	6,27	8.000,00	50.184,85
8. Karung (Helai)	152,30	3.000,00	456.898,15
Total Biaya Tunai			18.252.038,45
B. Biaya Non Tunai			
1. NPA			80.830,29
2. Pajak	7,51	10.000,00	55.114,71
2. Tenaga Kerja Dalam Keluarga (HOK)	3,07	100.000,00	307.423,74
- Pengolahan Lahan + Persemaian	3,07	60.000,00	184.454,25
- Penanaman	2,87	60.000,00	171.991,12
- Pemupukan	2,78	60.000,00	167.005,87
- Penyiangan dan Penyulamann	2,99	100.000,00	299.114,99
- Penyemprotan	9,06	60.000,00	543.392,24
- Panen dan Pascapanen			
Total Biaya Tidak Tunai			1.809.327,21
C. Total Biaya			20.061.365,66

Sumber: *Data Primer, (diolah, 2019)*

Analisis Penerimaan

Penerimaan usahatani diartikan sebagai hasil kali antara produksi yang diperoleh dengan harga jual tingkat petani, sehingga penerimaan akan semakin besar jika produksi yang dihasilkan besar dan harga jual tinggi, demikian pula sebaliknya jika produksi rendah dan harga jual rendah maka penerimaan akan kecil. Untuk produksi rata-rata wortel yang diperoleh petani responden di Kecamatan Sepuluh Koto untuk satu kali musim tanam per responden adalah sebesar 5.717,40 Kg dengan harga jual di tingkat petani sebesar Rp.2.613,21/Kg. Sehingga rata-rata penerimaan yang diperoleh petani responden adalah sebesar Rp.19.678.452,83 per musim tanam. Bila dikonversi untuk 1 (satu) hektar lahan garapan tanpa sewa lahan maka produksi sebesar 12.588,67 Kg dengan penerimaan sebesar Rp.43.328.385,47 dengan harga jual Rp.2.613,21/Kg.

Analisis Pendapatan

Analisis pendapatan dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pendapatan yang diperoleh petani responden usahatani wortel di Kecamatan Sepuluh Koto dengan cara menghitung selisih antara total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan selama satu kali musim tanam, maka perlu diketahui terlebih dahulu besarnya tingkat penerimaan yang diperoleh serta biaya-biaya yang dikeluarkan dalam melakukan suatu usahatani tersebut.

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa dengan rata-rata luas lahan garapan petani responden usahatani wortel sebesar 4541,7 m², dengan satu kali musim tanam diperoleh rata-rata penerimaan petani sebesar Rp.19.678.452,83 sedangkan rata-rata biaya total per petani sebesar Rp.9.111.270,44. Setelah dilakukan pengurangan antara rata-rata penerimaan dengan rata-rata total biaya dan diketahui bahwa rata-rata pendapatan (keuntungan) yang diperoleh responden petani wortel adalah sebesar Rp.10.567.182,39. Bila dikonversi untuk 1 Ha lahan garapan, maka hasilnya dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 3 Analisis Pendapatan Usahatani Responden Petani Wortel di Kecamatan Sepuluh Koto, 2019 (Rp/ha/MT).

Uraian	Jumlah Fisik	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1. Penerimaan (kg)	12.588,67	2.613,21	43.328.385,47
1. Total Biaya Tunai			18.252.038,45
2. Total Biaya Tidak Tunai			1.809.327,21
3. Total Biaya			20.061.365,66
4. Pendapatan atas biaya total (Keuntungan)			23.267.019,82

Sumber: *Data primer diolah (2019)*

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa produksi sebesar 12.588,67 kg dengan harga Rp2.613,21 per kg sehingga penerimaan adalah Rp43.328.385,47 per hektar per musim tanam.

Analisis Kelayakan

Agar dapat mengetahui kelayakan pengembangan usahatani wortel di gunakan *Revenue Costof Ratio (R/C)*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh tingkat kelayakan usahatani wortel di Kecamatan Sepuluh Koto dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 R/C &= \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}} \\
 &= \frac{\text{Rp.43.328.385,47}}{\text{Rp.20.061.365,66}} \\
 &= 2,16
 \end{aligned}$$

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai R/C yang diperoleh sebesar 2,16. Ini berarti jika Rp.1.000,00 yang dipakai dalam kegiatan usahatani dapat memberikan Rp2.160,00 penerimaan sebagai manfaat dari usahatani wortel di Kecamatan Sepuluh Koto. Dengan demikian usahatani wortel di daerah peneltian layak diusahakan. Pendapat ini didukung oleh Soekartawi (2006) yang menyatakan bahwa usahatani dapat dikatakan efisien apabila R/C rasio lebih besar dari pada satu. Semakin besar nilai R/C rasio semakin efisien usahatani tersebut.

Karakteristik Pedagang Responden

Kegiatan pendistribusian barang dari produsen ke konsumen terdapat pedagang perantara atau disebut juga sebagai lembaga pemasaran. Lembaga ini mempunyai peran yang penting dalam kegiatan pemasaran. Jika barang yang dihasilkan banyak, maka sia-sia jika pemasarannya berjalan lambat. Pedagang atau lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran wortel di Kecamatan Sepuluh Koto Kabupaten Tanah Datar adalah pedagang pengumpul dan pedagang besar. Dari petani wortel menjual ke pedagang pengumpul atau pedagang besar kemudian ke pengecer sesuai pasar tujuan akhir. Layaknya suatu pengalaman dan pola pikir yang cermat yang dalam hal ini umur, pengalaman, dan pendidikan sangat mempengaruhi keberhasilan dalam berdagang. Identitas responden pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer wortel di Kecamatan Sepuluh Koto dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Pedagang Responden Wortel di Kecamatan Sepuluh Koto Kabupaten Tanah Datar, Tahun 2019

Karakteristik	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Umur (Tahun)		
36-40	14	51,85
41- 45	4	14,81
46- 50	5	18,52
51- 55	2	7,41
56 -60	2	7,41
Jumlah	27	100,00
Pengalaman Berdagang (Tahun)		
1-5	2	7,41
6-10	12	44,44
>10	13	48,15
Jumlah	27	100,00
Tingkat Pendidikan		
SD	2	7,41
SLTP	14	51,85
SLTA	11	40,74
Jumlah	27	100,00

Berdasarkan hasil penelitian di Kecamatan Sepuluh Koto khususnya, membuktikan bahwa pedagang yang berusia 36-60 tahun dalam berdagang wortel, umumnya, orang-orang yang masih berusia produktif memiliki semangat yang tinggi untuk mengembangkan usahanya karena pada usia tersebut terdapat dorongan kebutuhan yang tinggi. Wirosuhardjo (2004) berpendapat bahwa usia produktif berada pada kisaran 15-65 tahun dan usia non produktif yaitu 0-15 tahun dan >65 tahun. Pengalaman berdagang pedagang responden wortel di Kecamatan Sepuluh Koto pada saat penelitian rata-rata berkisar 1-5 tahun yaitu sebanyak 2 orang (7,41%), 6 – 10 tahun sebanyak 12 orang (44,44%) dan besar dari 10 tahun sebanyak 13 orang (48,15%). Jika dilihat dari pengalaman berdagang, mereka sudah cukup lama dalam berdagang.

Hal ini akan mempengaruhi proses pemasaran karena semakin lama pengalaman berusaha semakin cepat bagi pedagang untuk memasarkan produksi wortel karena mereka sudah cukup dikenal oleh konsumen dan mempunyai pelanggan atau pembeli tetap.

Tingkat pendidikan terakhir yang diikuti oleh pedagang responden dalam penelitian ini bervariasi mulai dari tamat SD/ sederajat sampai SLTA sederajat. Ditinjau dari tingkat pendidikan yang pernah diikuti oleh responden maka dapat digolongkan atas beberapa kategori. Berdasarkan tingkat pendidikan yang diperoleh maka proporsi terbesar adalah pedagang wortel yang tamat dari Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) atau sederajat, yaitu 14 orang atau 51,85%. Tingkat pendidikan pada pedagang ini sedikit mengalami peningkatan yakni sampai pada pendidikan tingkat lanjut sehingga akan berdampak besar terhadap cara pandang pedagang dalam menganalisis kebutuhan pasar lebih dalam khususnya yang berkaitan dengan mekanisme pemasaran.

Pemasaran wortel di Kecamatan Sepuluh Koto melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang membentuk saluran pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran wortel di Kecamatan Sepuluh Koto adalah Pedagang Pengumpul Desa (PPD), Pedagang Besar (PB), dan Pedagang Pengecer (PPE). Berdasarkan hasil wawancara terhadap pedagang diperoleh jumlah pedagang sebanyak 27 orang pedagang yang terdiri dari 6 orang Pedagang Pengumpul Desa (PPD), 10 orang Pedagang Besar (PB) dan 11 Pedagang Pengecer (PPE).

Analisis Efisiensi Operasional Saluran Pemasaran

Pemasaran yang efisien merupakan pemasaran yang memberikan kepuasan pada tingkat lembaga pemasaran yang terlibat, sesuai dengan biaya yang dikorbankan masing-masing lembaga tersebut (Asmarantaka 2012). Analisis efisiensi pemasaran dilakukan untuk menentukan saluran pemasaran wortel yang efisien, di mana ukuran efisiensi menggunakan indikator efisiensi operasional. Analisis efisiensi operasional dapat digunakan untuk menentukan efisiensi sistem dari sisi kuantitatif dengan menggunakan analisis margin pemasaran, *farmer's share*, dan biaya pemasaran.

Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran merupakan salah satu indikator kuantitatif untuk menilai efisiensi pemasaran. Margin pemasaran merupakan selisih harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen akhir. Perbedaan harga yang terjadi disebabkan oleh adanya biaya pemasaran yang dikeluarkan serta fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran, serta keuntungan yang diambil sebagai balas jasa atas fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan.

Tabel 4. menunjukkan bahwa nilai margin pada Saluran Pemasaran I.a dengan pasar tujuan Pasar Raya Padang untuk ukuran besar yaitu sebesar Rp4.000,00 per kilogram, di mana nilai tersebut lebih rendah jika dibandingkan dengan Saluran Pemasaran I.b dengan tujuan akhir Pasar Pasaman Barat yaitu sebesar Rp.4.500 per kilogram. Demikian juga dengan saluran II.a pasar Selat Panjang dan II.b pasar Padang simpunan. Hal ini disebabkan karena Saluran Pemasaran I.b; II.a dan II.b memiliki jarak fisik yang lebih jauh dibandingkan saluran I.a, sehingga total margin pada Saluran Pemasaran I.a. lebih rendah. Sehingga jika dilihat berdasarkan nilai margin pemasaran, maka Saluran Pemasaran I.a. lebih efisien dibandingkan Saluran Pemasaran I.b.

Farmer's Share

Farmer's share merupakan perbandingan antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir. *Farmer's share* juga merupakan salah satu alat ukur kuantitatif untuk menilai efisiensi pemasaran selain margin pemasaran. *Farmer's share* merupakan bagian yang diterima petani yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Nilai *farmer's share* yang tinggi tidak mutlak menunjukkan bahwa sistem pemasaran tersebut berjalan dengan efisien. Hal ini berkaitan dengan besar atau kecilnya nilai tambah yang diberikan kepada suatu produk oleh lembaga pemasaran yang terlibat.

Nilai *farmer's share* berbanding terbalik dengan margin pemasaran. Artinya, semakin tinggi nilai *farmer's share* maka nilai margin pemasaran semakin rendah, begitu pula sebaliknya. Pada pemasaran wortel di Kecamatan Sepuluh Koto harga konsumen merupakan harga jual di tingkat lembaga pemasaran terakhir atau ditingkat harga pedagang pengecer. Sama halnya dengan margin pemasaran, analisis *farmer's share* dilakukan pada Saluran Pemasaran I.a dan I.b. Hal ini dimaksudkan agar saluran yang menjadi perbandingan merupakan saluran yang setara. Nilai *farmer's share* pada Saluran Pemasaran I.a. dengan pasar tujuan adalah Pasar Raya Padang yaitu sebesar 50,00 persen, di mana nilai tersebut lebih besar dibandingkan Saluran Pemasaran I.b. (Pasar Pasaman Barat) yaitu sebesar 47,06 persen. Perbedaan nilai *farmer's share* ini disebabkan karena nilai margin yang ditetapkan oleh lembaga pemasaran. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa saluran pemasaran yang efisien berdasarkan analisis *farmer's share* yaitu Saluran Pemasaran I.a. karena bagian yang diterima petani lebih besar jika dibandingkan dengan Saluran Pemasaran I.b. Demikian juga jika dibandingkan dengan saluran II.a dan II.b; ternyata nilai *farmer's share* saluran I.a lebih besar.

Rasio Keuntungan terhadap Biaya Pemasaran

Rasio keuntungan terhadap biaya dapat dilihat sebagai indikator kuantitatif efisiensi pemasaran. Analisis rasio terhadap biaya merupakan besarnya keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran terhadap biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, meratanya penyebaran nilai rasio keuntungan terhadap biaya di setiap lembaga pemasaran, maka secara teknis pemasaran tersebut semakin efisien. Setiap saluran pemasaran memiliki rasio keuntungan terhadap biaya yang berbeda-beda.

Nilai rasio keuntungan terhadap biaya pada Saluran Pemasaran I.a. yaitu sebesar 2,48, artinya bahwa setiap Rp.1.000,00 yang dikeluarkan akan memberikan keuntungan sebesar Rp.2.480,00). Nilai rasio keuntungan pada Saluran Pemasaran I.b. yaitu sebesar 1,53, artinya bahwa setiap Rp.1.000 yang dikeluarkan akan memberikan keuntungan sebesar Rp.1.530,00. Jika dilihat dari besaran nilai rasio keuntungan terhadap biaya pada Saluran Pemasaran I.a. lebih besar jika dibandingkan dengan Saluran Pemasaran I.b. Penentuan saluran pemasaran yang efisien tidak hanya dilihat dari besarnya nilai rasio keuntungan terhadap biaya, melainkan tingkat pemerataan rasio pada tiap saluran. Artinya, tiap lembaga pemasaran yang terlibat merasakan keuntungan yang sama atau adil. Sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang efisien jika dilihat berdasarkan analisis rasio terhadap biaya yaitu Saluran Pemasaran I.a.

Tabel 5. Margin pemasaran, farmer's share, rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran, dan

volume penjualan petani wortel di Kecamatan Sepuluh Koto Tanah Datar, 2019

Saluran Pemasaran	Volume penjualan (ton)	Total biaya pemasaran (Rp/kg)	Efisiensi Pemasaran (%)	Total keuntungan pemasaran (Rp/kg)	Total margin pemasaran (Rp/kg)	Farmer's share (%)	Li/CiC
I.a.Padang							
Besar	57.895	1.149,16	14,36	2.850,84	4.000	50,00	2,48
Menengah	294.29	1.086,66	16,72	2.413,34	3.500	46,15	2,22
Kecil	167.65	836,66	18,59	1.663,34	2.500	44,44	1,99
Ampera	7.314	836,66	27,89	1.163,34	2.000	33,33	1,39
I.b.Pasaman Barat							
Besar	25.409	1.778,33	20,92	2.721,67	4.500	47,06	1,53
Menengah	13.780	1.728,33	23,04	2.771,67	4.500	40,00	1,60
Kecil	6.357	1.428,33	25,97	2.071,67	3.500	36,36	1,45
Ampera	3.114	1.428,33	38,09	1.321,67	2.750	26,67	0,93
II.a.Selat Panjang							
Besar	44.314	2.325,12	22,14	3.674,88	6.000	42,86	1,58
Menengah	23.451	2.250,12	26,47	2.749,88	5.000	41,18	1,22
Kecil	11.994	1.900,12	34,55	1.599,88	3.500	36,36	0,84
Ampera	5.157	1.900,12	42,22	1.599,88	3.500	22,22	0,84
II.b.Padangsidi mpuan							
Besar	30.526	2.019,53	20,20	3.480,47	5.500	45,00	1,72
Menengah	15.865	1.969,53	23,17	3.030,47	5.000	41,18	1,54
Kecil	8.260	1.619,53	29,45	1.880,47	3.500	36,36	1,16
Ampera	3.392	1.619,53	35,99	1.880,47	3.500	22,22	1,16

Sumber: *Data Primer, diolah (2019)*

Indikator kuantitatif dalam efisiensi operasional pemasaran wortel di Kecamatan Sepuluh Koto dapat diukur dengan membandingkan nilai margin pemasaran, *farmer's share*, sebaran nilai rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran, dan volume penjualan petani (Lihat Tabel 5).

Nilai margin pemasaran yang rendah akan berdampak pada *farmer's share* yang lebih tinggi. Nilai *farmer's share* yang tinggi merupakan bentuk insentif bagi petani untuk meningkatkan produksi. Nilai rasio keuntungan terhadap biaya yang tersebar merata di seluruh lembaga pemasaran juga menunjukkan efisiensi pemasaran. Volume penjualan oleh petani pada setiap saluran sebagai penentu apakah saluran tersebut efisien berdasarkan daya serap komoditasnya.

Penentuan efisiensi pemasaran tidak hanya dilihat melalui indikator kuantitatif. Efisiensi pemasaran juga melihat indikator secara kualitatif seperti fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan masing-masing lembaga pemasaran. Analisis ini merupakan efisiensi relatif yang membandingkan tingkat setiap saluran pemasaran yang terbentuk. Nilai margin pemasaran, *farmer's share*, rasio keuntungan terhadap biaya, dan volume penjualan pemasaran wortel di Kecamatan Sepuluh Koto pada tiap saluran pemasaran dapat dilihat pada Tabel 5.

Analisis efisiensi dilakukan dengan membandingkan saluran pemasaran yang setara (equivalent). Sehingga perbandingan dilakukan pada Saluran Pemasaran I.a dan I.b, di mana produk merupakan wortel konsumsi dan konsumen akhir yaitu pasar Raya Padang. Jika

dianalisis secara kuantitatif, saluran pemasaran yang efisien adalah saluran I.a di mana margin pemasaran saluran I.a lebih rendah yaitu sebesar Rp.4.000,-, *farmer's share* lebih tinggi yaitu sebesar 50,00%, dan rasio keuntungan terhadap biaya lebih kecil yaitu sebesar 2,48; serta volume wortel yang dipasarkan melalui saluran I.a lebih banyak jika dibandingkan saluran I.b. Hal ini disebabkan karena petani yang melalui saluran I.a merupakan petani yang mempunyai hubungan kekerabatan terdekat dengan pedagang pengumpul dan jarak fisik yang lebih pendek, sehingga memilih untuk langsung memasarkan wortel ke pedagang besar melalui pedagang pengumpul terlebih dahulu.

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan pada saluran pemasaran dalam penyampaian wortel ke konsumen sudah efektif. Lembaga pemasaran telah melakukan fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas pemasaran. Nilai guna bentuk telah tercipta pada saluran pemasaran tersebut, di mana wortel yang dijual sudah melalui proses pembersihan dan pencucian. Nilai guna tempat juga tercipta di mana konsumen dapat menemukan produk yang diinginkan dengan mudah, baik di pasar tradisional dan warung. Nilai guna waktu tercipta karena wortel telah melalui proses sortir dan grading sehingga wortel yang diterima konsumen sudah bersih dan segar; nilai guna kepemilikan tercipta saat wortel berpindah tangan dari penjual ke pembeli. Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang efisien terdapat pada saluran I.a.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Usahatani Wortel di Kecamatan Sepuluh Koto layak diusahakan, hal ini dibuktikan dengan nilai R/C yang diperoleh sebesar 2,16.
2. Terdapat 2 pola saluran pemasaran dengan pasar tujuan akhir yang berbeda yaitu Saluran Pemasaran I (Petani – PPD – PB – Pengecer Pasar Raya Padang dan Pasaman Barat) dan Saluran Pemasaran II (Petani – PB – Pengecer Selat Panjang dan Padangsidempuan). Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan pada saluran pemasaran dalam penyampaian wortel ke konsumen sudah efektif, fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (pengangkutan dan penyimpanan), fungsi fasilitas (fungsi pembiayaan, pencarian informasi pasar sortir dan grading). Saluran yang paling efisien adalah saluran pemasaran I.a dengan margin pemasaran Rp 4.000,00; *farmer's share* sebesar 50,00%, dan ratio keuntungan terhadap biaya pemasaran adalah 2,48 dengan volume penjualan 57.895 Kg.

Saran

1. Petani wortel diharapkan untuk menerapkan budidaya wortel sesuai anjuran agar dapat meningkatkan pendapatannya dan kepada instansi terkait untuk lebih intensif memberikan penyuluhan tentang pemeliharaan wortel sehingga tingkat ketercapaian teknologi ini dapat diterapkan petani lebih baik lagi.
2. Disarankan kepada petani untuk menjual wortel ukuran kecil dan ampere di lokasi itu saja karena karena *farmer's share* nya rendah (40%) dan biaya pemasaran tinggi.

REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Asmarantaka, R.W. (2012). *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Holtikultura, 2018. *Produksi Wortel Indonesia Tahun 2013-2017*. www.holtikultura.pertanian.go.id.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Datar, 2018. *Kabupaten Tanah Datar Dalam Angka 2018*. www.tanahdatarkab.bps.go.id
- Badan Pusat Statistik Kecamatan X Koto, 2018. *Kabupaten Tanah Datar Dalam Angka 2018*. www.tanahdatarkab.bps.go.id
- [Bakir, S.Z. & Maning, C. \(1984\). *Angkatan Kerja di Indonesia: Partisipasi, Kesempatan dan Pengangguran*. Diterbitkan untuk Pusat Penelitian Kependudukan UGM \[oleh\] Rajawali.](#)
- Bressler, R.G. dan R.A. King. 1970. *Market, Price and Interregional Trade*. New York: John Wiley & Sons.
- Cahyono B, 2002. *Wortel Teknik Budidaya Dan Analisis Usahatani*. Kanisius. Yogyakarta.
- Cahyono. 2006. *Analisis Ekonomi dan Teknik Bercocok Tanam Sayuran*. Kansius. Yogyakarta.
- Dahl Dc, Hammond JW. 1977. *Market and Price Analysis*. Mc. Grawhill Book Company. New York.
- Damsar, 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Kencana. Jakarta.

- Direktorat Jenderal Holtikultura, 2014. *Kinerja Pembangunan Sistem Dan Usaha Agribisnis Holtikultura*. Departemen Pertanian. Direktorat Jenderal Bina Produksi Holtikultura. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Holtikultura, 2018. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Bidang Pangan dan Pertanian 2015-2019*. Bappenas. Jakarta Pusat.
- Downey, W. David dan P. E. Steven. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga. Jakarta.
- Elisabeth. M, R.P. Marthen, Serman. N. 2018. *Analisis Pendapatan Usahatani Wortel di Desa Netpala Kecamatan Mollo Utara Kabupaten Timur Tengah Selatan*. <http://ejurnal.undana.ac.id>. 20(1).
- Hadisapoetra, S. 1977. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hanafiah, H.M. dan A.M. Saefuddin, 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI Press. Jakarta.
- Chairani H(2008). *Teknik Budidaya Tanaman Jilid 2*. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. Jakarta.
- Hasyim, Ali..I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
- Hasyim, Hasman. 2003. *Analisis Hubungan Faktor Sosial Ekonomi Petani Terhadap Program Penyuluhan Pertanian. Laporan Hasil Penelitian*. Universitas Sumatera Utara. Medan
- Hernanto.F. 1996. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Graha Ilmu. Bandung.
- Kartasapoetra, 1987. *Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian*. Bina Aksara. Jakarta.
- Katrina. H.R. 2015. *Analisis Usahatani Wortel (Kasus di Desa Pancasari Kecamatan Sukasada Kabupaten Buleleng*. <http://ejurnal.undwi.ac.id>. 6(2):191.
- Kohls, R.L. and J.N. Uhl. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. A Prentice-Hall Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip, A.B Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kurnianingtyas, I.B. 2012. *Pengaruh Macam Akselerator Terhadap Nilai Nutrisi Silase Rumput Kolonjono (Brachiaria Mutica) Ditinjau Dari Nilai Kecernaan dan Fermentabilitas Silase Dengan Teknik In Vitro*. Skripsi. IPB. Bogor.
- Limbong W.H, Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Mei. T.S. 2011. *Analisis Biaya dan Pendapatan Usahatani Wortel di Kabupaten Karanganyar*. <https://agribisnis.fp.uns.ac.id>. 7(2):119-126.
- Moch.Nazir. (2003). *Metode Penelitian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.

- Pitojo, S. 2006. *Benih Wortel*. Kansius.Yogyakarta.
- Reksowardoyo, 1983.*Hubungan Beberapa Karakteristik Warga Desa Sarampad Kabupaten Cianjur dan Presepsi Mereka Tentang Ternak Kelinci*. [Karya Ilmiah]. Fakultas Pertanian, Institusi Pertanian Bogor. Bogor.
- Rogers, E.M. and Shoemaker, F.F, 1971. *Commuation Of Innovation: A Cross Cultural Approach*. Free Press. New York.
- Rukmana, R., 1995,*Bertanam Wortel*.Kansius.Yogyakarta.
- Said E. Gumbira-dan A. Haritz Intan. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Ghalia Indonesia.Jakarta.
- Syamsiah, 2001.*Peranan Dukungan Suami Istri Dalam Pemilihan Alat Kontrasepsi Pada Peserta KB di Soak Bayu Kabupaten Musi Banyuasin Sumatera Selatan Tahun 2001*.Skripsi. Fakultas Kesehatan Masyarakat. Universitas Indonesia, Depok.