

SKRIPSI

SISTEM PEMASARAN SAYURAN DARI DUSUN KERINJING KELURAHAN AGUNG LAWANGAN KECAMATAN DEMPO UTARA KOTA PAGARALAM KE PASAR INDUK JAKABARING PALEMBANG

***VEGETABLE MARKETING SYSTEM FROM KERINJING
HAMLET AGUNG LAWANGAN VILLAGE DEMPO UTARA
DISTRICT PAGARALAM CITY TO JAKABARING CENTRAL
MARKET PALEMBANG***



**Muhammad Edo Saputra
05011281823048**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SUMMARY

MUHAMMAD EDO SAPUTRA, Vegetable Marketing System From Kerinjing Hamlet Agung Lawangan Village Dempo Utara District Pagaralam City To Jakabaring Central Market Palembang (Supervised by **M. YAMIN**).

The aims of this research are (1) to identify and describe the vegetable marketing channel from Kerinjing Hamlet to the Jakabaring Central Market Palembang (2) to identify the marketing functions performed by the marketing agency from Kerinjing Hamlet to the Jakabaring Central Market Palembang (3) to analyze the efficiency of marketing channels vegetables from Kerinjing Hamlet to Jakabaring Central Market Palembang. Data collection at the research location in November 2021 in Kerinjing Hamlet, Agung Lawangan Village. The research method used is a survey method by conducting interviews with 35 samples of vegetable farmers who cultivate large chili, cabbage and chicory vegetables and using the snowball sampling method for marketing institutions. The marketing agencies interviewed were selected based on the marketing flow of vegetables involved in marketing vegetables from the Kerinjing Hamlet to the Jakabaring Central Market, Palembang. The data taken in this study include primary data and secondary data. The results showed that 1.) In particular, the marketing channel for vegetables with commodities of large chili, cabbage/cabbage and chicory from Kerinjing Hamlet to Jakabaring Central Market Palembang there is only one marketing channel pattern, namely farmers - collectors - wholesalers - retailers - consumers. And in every sales transaction, the market power lies with the wholesaler as the price maker. 2.) The marketing function carried out at the farmer level is the exchange function including the sales function, the physical function includes the transportation function and the marketing function, and the farmer facilities function performs the standardization function and the financing function. At the collector trader level the exchange functions carried out include ; purchase function and sales function, on the physical function which includes the transportation function, storage function and marketing function, on the facility function which includes market information, standardization and financing functions. Meanwhile, for wholesalers, the exchange functions carried out include; purchasing function and sales function, on the physical function which includes marketing and on the facility function which includes market information, standardization and financing functions 3. Although the market structure tends to be monopsony because market power is stronger in wholesalers, marketing of large chili, cabbage/ Cabbage and chicory from Kerinjing Hamlet to Jakabaring Central Market Palembang were declared efficient based on marketing margin, profit margin and farmer's share. The value of marketing efficiency in each marketing agency is < 50 percent, which means that the marketing channel is efficient.

Keywords: marketing channel, marketing system, vegetables.

RINGKASAN

MUHAMMAD EDO SAPUTRA, Sistem Pemasaran Sayuran Dari Dusun Kerinjing Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam Ke Pasar Induk Jakabaring Palembang (Dibimbing oleh **M. YAMIN**).

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi dan mendeskripsikan saluran pemasaran sayuran dari Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabaring Palembang (2) Mengidentifikasi fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dari Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabaring Palembang (3) Menganalisis efisiensi saluran pemasaran sayuran dari Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabaring Palembang. Pengambilan data di lokasi penelitian pada bulan November 2021 di Dusun Kerinjing Kelurahan Agung Lawangan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan melakukan wawancara kepada 35 sampel petani sayuran yang melakukan usahatani sayuran cabai besar, kol dan sawi putih serta menggunakan metode *snowball sampling* untuk lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran yang diwawancara dipilih berdasarkan alur pemasaran sayuran yang terlibat dalam pemasaran sayuran di Dusun Kerinjing hingga ke Pasar Induk Jakabaring Palembang. Data yang diambil dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1.) Khusus saluran pemasaran sayuran komoditi cabai besar, kol/kubis dan sawi putih dari Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabaring Palembang hanya terdapat satu pola saluran pemasaran, yaitu petani - pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen. Dan pada setiap transaksi penjualan kekuatan pasar berada pada pedagang besar sebagai *price maker*. 2.) Fungsi pemasaran yang dilakukan di tingkat petani yaitu pada fungsi pertukaran meliputi fungsi penjualan,pada fungsi fisik meliputi fungsi pengangkutan dan fungsi pemasaran, dan pada fungsi fasilitas petani melakukan fungsi standarisasi dan fungsi pembiayaan.. Di tingkat pedagang pengumpul fungsi pertukaran yang dilakukan meliputi; fungsi pembelian dan fungsi penjualan,pada fungsi fisik yang meliputi fungsi pengangkutan, fungsi penyimpanan dan fungsi pemasaran, pada fungsi fasilitas yang meliputi informasi pasar, fungsi standarisasi dan pembiayaan. Sedangkan pada pedagang besar fungsi pertukaran yang dilakukan meliputi; fungsi pembelian dan fungsi penjualan,pada fungsi fisik yang meliputi pemasaran dan pada fungsi fasilitas yang meliputi informasi pasar, fungsi standarisasi dan pembiayaan 3. Meskipun struktur pasar cenderung monopsoni karena *market power* lebih kuat pada pedagang besar, akan tetapi pemasaran sayuran cabai besar, kol/kubis dan sawi putih dari Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabaring Palembang dinyatakan efisien berdasarkan dari margin pemasaran, margin keuntungan dan bagian yang diterima petani (*farmer's share*). Nilai efisiensi pemasaran pada setiap lembaga pemasaran <50 persen yang berarti saluran pemasaran sudah efisien.

Kata kunci: saluran pemasaran, sistem pemasaran, sayuran.

SKRIPSI

SISTEM PEMASARAN SAYURAN DARI DUSUN KERINJING KELURAHAN AGUNG LAWANGAN KECAMATAN DEMPO UTARA KOTA PAGARALAM KE PASAR INDUK JAKABARING PALEMBANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya



**Muhammad Edo Saputra
05011281823048**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

SISTEM PEMASARAN SAYURAN DARI DUSUN KERINJING KELURAHAN AGUNG LAWANGAN KECAMATAN DEMPO UTARA KOTA PAGARALAM KE PASAR INDUK JAKABARING PALEMBANG

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian pada
Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

Muhammad Edo Saputra
05011281823048

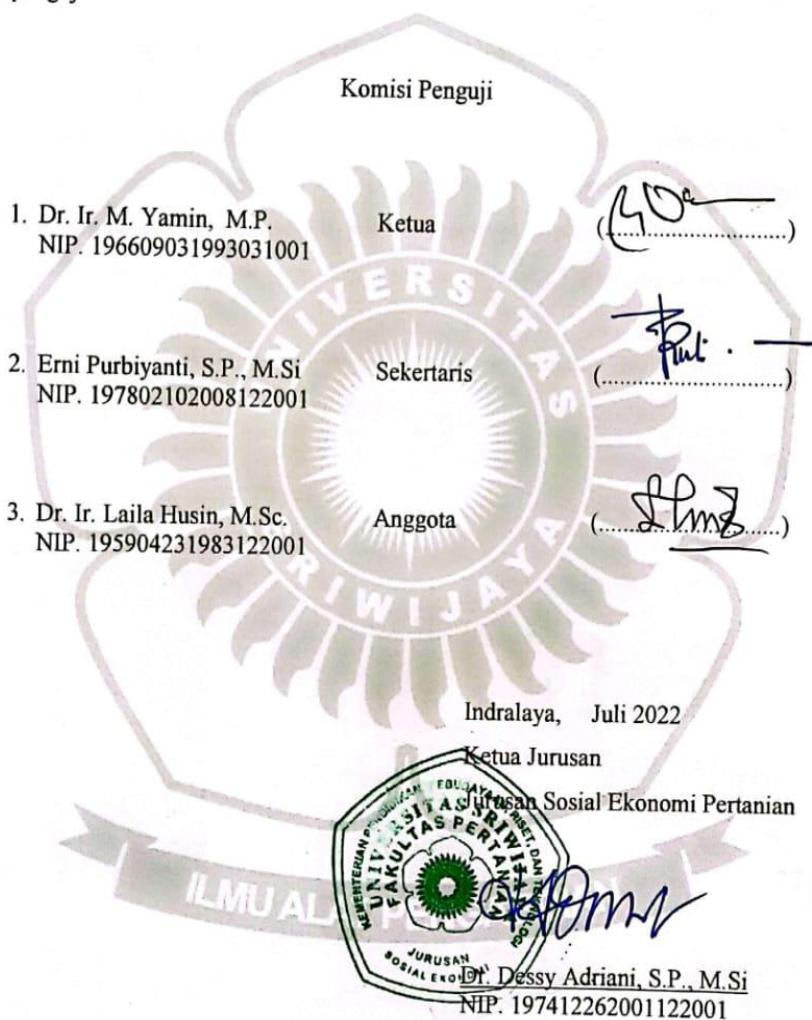
Indralaya, Juli 2022
Pembimbing Skripsi

Dr. Ir. M. Yamin, M.P.
NIP. 196609031993031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian



Skripsi dengan judul “Sistem Pemasaran Sayuran dari Dusun Kerinjing Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam ke Pasar Induk Jakabaring Palembang” oleh Muhammad Edo Saputra telah dipertahankan dihadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada Tanggal 15 Juni 2022 dan telah diperbaiki sesuai aturan dan masukan dari tim penguji.



PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Edo Saputra

NIM : 05011281823048

Judul : Sistem Pemasaran Sayuran Dari Dusun Kerinjing Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam Ke Pasar Induk Jakabaring Palembang.

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat dalam skripsi ini merupakan hasil pengamatan saya sendiri dibawah pengawasan pembimbing kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Juli 2022



Muhammad Edo Saputra

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Yang Maha Kuasa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Sistem Pemasaran Sayuran Dari Dusun Kerinjing Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam Ke Pasar Induk Jakabaring Palembang”. Skripsi ini bertujuan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya dan sebagai bentuk pengabdian kepada pertanian di Indonesia.

Penulis memahami tanpa bantuan doa, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusi kepada:

1. Kedua orang tua Indi Apriadi dan Turisma serta kakak saya Utin Faula yang selalu memberikan doa, semangat, masukan, kasih sayang, perhatian, selalu menemani, dan memberi dukungan dalam hal apapun pada setiap langkah perjalanan hidup penulis.
2. Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si yang telah memberikan izin sehingga penelitian ini dapat terlaksana.
3. Bapak Dr. Ir. M. Yamin, S.P., M.P. sebagai pembimbing yang telah membimbing, mendampingi, mengarahkan, menerangi, dan selalu ada untuk penulis mulai dari awal perkuliahan sampai selesaiannya skripsi ini.
4. Ibu Dr. Ir. Laila Husin, M. Sc. Selaku dosen penelaah pada seminar proposal, seminar hasil dan penguji saat sidang serta memberikan bimbingan, masukan dan saran yang berguna bagi penulis dalam menyempurnakan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen Agribisnis Fakultas Pertanian universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
6. Admin Fakultas Pertanian dan Jurusan Agribisnis yang telah membantu mengurus berkas hingga selesaiannya skripsi ini.
7. Orang terkasih Nery Dayana yang selalu ada, mendoakan, menemani secara virtual, mendukung, membantu, dari awal masuk perkuliahan sampai dengan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman Agribisnis Angkatan 2018 khususnya kelas Agribisnis B Indralaya yang selalu bersama dari awal masuk kuliah hingga selesaiya skripsi ini.

Penulis menyadari mungkin masih ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan penulis agar dapat memperbaiki penulisan pada skripsi ini karena penulis menyadari dalam penyusunan masih terdapat banyak kekurangan yang dimiliki oleh penulis kiranya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, Juli 2022

Muhammad Edo Saputra

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan	6
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Deskripsi Sayuran	7
2.1.2. Konsepsi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran	8
2.1.3. Rantai Pemasaran	11
2.1.4. Margin Pemasaran	12
2.1.5. Lembaga Pemasaran	13
2.1.6. Efisiensi Pemasaran	14
2.2. Studi Terdahulu	15
2.3. Model Pendekatan	18
2.4. Hipotesis	19
2.5. Batasan Operasional	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	22
3.1. Tempat dan Waktu	22
3.2. Metodologi Penelitian	22
3.2.1. Metode Pengumpulan Data	22
3.3. Metode Penarikan Contoh	23
3.4. Metode Pengolahan Data	23
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian	26
4.1.1. Lokasi dan Wilayah Administratif	27

	Halaman
4.1.2. Keadaan Penduduk	28
4.1.2.1. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	28
4.1.2.2. Penduduk Berdasarkan Usia	29
4.1.2.3. Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	29
4.1.2.4. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	30
4.1.3. Sarana dan Prasarana	31
4.2. Keadaan Umum Dusun Kerinjing	33
4.3. Karakteristik Petan	35
4.3.1. Umur	35
4.3.2. Jenis Kelamin	36
4.3.3. Tingkat Pendidikan	36
4.3.4. Jumlah Tanggungan	37
4.3.5. Luas Lahan dan Status Kepemilikan Lahan	38
4.4. Lembaga Pemasaran	39
4.5. Saluran Pemasarn	40
4.6. Fungsi-Fungsi Pemasaran	45
4.6.1. Fungsi Pertukaran	46
4.6.2. Fungsi Fisik	48
4.6.3. Fungsi Fasilitas	50
4.7. Efisiensi Pemasaran	52
4.7.1. Biaya Pemasaran	52
4.7.2. Margin Pemasaran	54
4.7.3. Keuntungan Pemasaran	55
4.7.4. Efisiensi Pemasaran	57
4.7.5. <i>Farmer's Share</i>	58
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Produksi(kuintal) dan Jenis Tanaman Sayur Berdasarkan Kabupaten dan Kota di Sumatera Selatan Tahun 2020	4
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kelurahan Agung Lawangan Tahun 2021	28
Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia di Kelurahan Agung Lawangan Tahun 2021	29
Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Kelurahan Agung Lawangan Tahun 2021	30
Tabel 4.4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Kelurahan Agung Lawangan Tahun 2021	30
Tabel 4.5. Sarana dan prasarana penunjang di Kelurahan Agung Lawangan Tahun 2021	32
Tabel 4.6. Jumlah Penduduk berdasarkan Jenis Kelamin di Dusun Kerinjing Tahun 2021	34
Tabel 4.7. Jumlah Petani Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.8. Jumlah Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	36
Tabel 4.9. Jumlah Tanggungan Petani Contoh	37
Tabel 4.10. Jumlah Petani Berdasarkan Luas Lahan	38
Tabel 4.11. Jumlah Pedagang Besar Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.12. Harga Beli, Harga Jual, volume Pembelian dan Volume Penjualan Sayuran Cabai Besar , November 2021	44
Tabel 4.13. Harga Beli, Harga Jual, volume Pembelian dan Volume Penjualan Sayuran Kol, November 2021	44
Tabel 4.14. Harga Beli, Harga Jual, volume Pembelian dan Volume Penjualan Sayuran Sawi Putih, November 2021	44
Tabel 4.15. Fungsi Pemasaran Sayuran di Masing-Masing Lembaga Pemasaran	45
Tabel 4.16. Fungsi Pertukaran yang Dilakukan Petani dan Lembaga Pemasaran Sayuran,November 2021	46
Tabel 4.17. Fungsi Fisik yang Dilakukan Petani dan lembaga Pemasaran Sayuran, Pemasaran sayuran,November 2021	48
Tabel 4.18. Fungsi Fasilitas yanga Dilakukan Petani dan Lembaga Pemasaran Sayuran, November 2021	50

Halaman

Tabel 4.19. Biaya Pemasaran Sayuran Cabai Besar, Kol, dan Sawi Putih di Tingkat Pedagang Pengumpul di Dusun Kerinjing, November 2021	52
Tabel 4.20. Biaya Pemasaran Sayuran Cabai Besar, Kol, dan Sawi Putih di Tingkat Pedangang Besar di Dusun Kerinjing, November 2021	53
Tabel 4.21. Margin Pemasaran sayuran Cabai Besar, Kol, dan Sawi Putih di Tingkat Pedagang Pengumpul	55
Tabel 4.22. Margin Keuntungan pemasaran Sayuran Cabai Besar, Kol, dan Sawi Putih di Tingkat Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer, November 2021	56
Tabel 4.23. Efisiensi Pemasaran Sayuran cabai besar, Kol, dan Sawi Putih di Tingkat Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer, November 2021	57
Tabel 4.24. Farmer's Share pada Sayuran Cabai Besar, Kol, dan Sawi Putih, November 2021	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Gambar Diagram Model Pendekatan	18
Gambar 4.1. Diagram Saluran Pemasaran Sayuran di Dusun Kerinjing ...	42

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Peta Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam	63
Lampiran 2. Identitas Petani Contoh di Dusun Kerinjing.....	64
Lampiran 3. Fungsi Pemasaran Sayuran di Masing-Masing Lembaga Pemasaran	65
Lampiran 4. Gambar Kegiatan Wawancara Petani Sayuran	66
Lampiran 5. Gambar Kegiatan Wawancara Pedagang Pengumpul	67
Lampiran 6. Gambar Kegiatan Wawancara Pedagang Besar	68
Lampiran 7. Gambar Proses Bongkar Muat Sayuran	69

BIODATA

NAMA/NIM	:Muhammad Edo Saputra/05011281823048
Tempat/tanggal lahir	: Pajar Bulan/06 Oktober 1999
Tanggal Lulus	:
Fakultas	: Pertanian
Judul	: Sistem Pemasaran Sayuran dari Dusun Kerinjing Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam ke Pasar Induk Jakabaring Palembang
Dosen Pembibing Skripsi	: Dr. Ir. M. Yamin, M.P.
Pembimbing Akademik	: Dr. Ir. M. Yamin, M.P.

Sistem Pemasaran Sayuran dari Dusun Kerinjing Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam ke Pasar Induk Jakabaring Palembang

*Vegetable Marketing System From Kerinjing Hamlet Agung Lawangan Village
Dempo Utara District Pagaralam City To Jakabaring Central Market Palembang*

Muhammad Edo Saputra¹, M. Yamin²

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya Jalan Palembang Prabumulih Km. 32, Indralaya Ogan Ilir 30662

Abstract

The purpose of this research was identify and describe the vegetable marketing channel from Kerinjing Hamlet to the Jakabaring Central Market Palembang, to identify the marketing functions performed by the marketing agency from Kerinjing Hamlet to the Jakabaring Central Market Palembang, to analyze the efficiency of marketing channels vegetables from Kerinjing Hamlet to Jakabaring Central Market Palembang. Data collection at the research location in November 2021 in Kerinjing Hamlet, Agung Lawangan Village. The research method used is a survey method by conducting interviews with 35 samples of vegetable farmers who cultivate large chili, cabbage and chicory vegetables and using the snowball sampling method for marketing institutions. The marketing agencies interviewed were selected based on the marketing flow of vegetables involved in marketing vegetables from the Kerinjing Hamlet to the Jakabaring Main Market, Palembang. The data taken in this study include primary data and secondary data. The results showed that 1.) In particular, the marketing channel for vegetables with commodities of large chili, cabbage/cabbage and chicory from Kerinjing Hamlet to Jakabaring Main Market Palembang there is only one marketing channel pattern, namely farmers - collectors - wholesalers - retailers - consumers. And in every sales transaction, the market power lies with the wholesaler as the price maker. 2.) The marketing function carried out at the

farmer level is the exchange function including the sales function, the physical function includes the transportation function and the marketing function, and the farmer facilities function performs the standardization function and the financing function. At the collector trader level the exchange functions carried out include ; purchase function and sales function, on the physical function which includes the transportation function, storage function and marketing function, on the facility function which includes market information, standardization and financing functions. Meanwhile, for wholesalers, the exchange functions carried out include; purchasing function and sales function, on the physical function which includes marketing and on the facility function which includes market information, standardization and financing functions 3. Although the market structure tends to be monopsony because market power is stronger in wholesalers, marketing of large chili, cabbage/ Cabbage and chicory from Kerinjing Hamlet to Jakabaring Main Market Palembang were declared efficient based on marketing margin, profit margin and farmer's share. The value of marketing efficiency in each marketing agency is < 50 percent, which means that the marketing channel is efficient.

Keywords: marketing channel, marketing system, vegetables.

Pembimbing,


Dr. Ir. M. Yamin, M.P.
NIP. 196609031993031001



 Dipindai dengan CamScanner

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara besar yang dikaruniai akan tanah yang sangat subur serta kekayaan alam berlimpah. Lebih terkenal sebagai negara agraris, hampir mayoritas masyarakat di Indonesia bergantung hidup dari sektor pertanian. Selaku negara yang posisi astronomisnya berada pada wilayah garis khatulistiwa menyebabkan kondisi geografis di kawasan Indonesia memiliki iklim tropis yang berpotensi untuk dikembangkannya berbagai jenis pertanian khususnya subsektor hortikultura yang antara lain tanaman sayur-sayuran, tanaman buah, tanaman hias, serta tanaman herbal (Dewi *et al.*, 2017). Sektor pertanian adalah bagian yang amat penting sebagai penyedia kebutuhan bagi umat manusia akan bahan makanan dan sumber tenaga (Simona *et al.*, 2016). Selain itu, sektor pertanian pula begitu pentingnya untuk menunjang kemajuan sektor ekonomi penduduk Indonesia (Anwar, 2011).

Sebagai salah satu negara dengan peradaban yang cukup besar dengan jumlah penduduk lebih dari 270 juta jiwa, salah satu perencanaan pembangunan yang ingin diraih bangsa Indonesia ialah menciptakan kemandirian dan ketahanan pangan. Karena pangan merupakan kebutuhan hidup manusia yang amat penting maka perlu digerakkan upaya untuk menjamin tetap tersedia dalam cukup, mutu yang baik, dan aman untuk dimakan serta tidak sulit untuk didapatkan (Fatimah, 2011).

Sayur merupakan salah satu bahan pangan yang berperan penting sebagai sumber kekuatan yang di dalamnya kaya akan vitamin dan serat yang baik untuk tubuh. Dipercaya merupakan makanan yang sehat, sayur-sayuran dijadikan salah satu bahan makanan penting setelah makanan pokok. Simona *et al.* (2016) mengungkapkan meski sebagai makanan penunjang makanan pokok tanaman sayuran punya peluang pengembangan yang lumayan baik untuk kedepannya. Peluang pengembangan tersebut dikuatkan dengan manfaat akan kekayaan gizi yang tinggi dan harga sayuran yang cukup terjangkau yang menjadikannya sebagai salah satu pilihan utama bahan pelengkap konsumsi sehari-hari.

Dewi *et al.* (2017) menungkapkan jika sayur-sayuran merupakan salah satu sumber energi yang baik untuk tubuh karena didalamnya mengandung banyak vitamin, mineral, dan juga serat yang baik untuk tubuh. Beriringan dengan semakin meningkatnya pendidikan yang lebih maju, ikut menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk memenuhi kebutuhan gizi bagi tubuh yang salah satunya bisa didapat dengan mengkonsumsi sayur-sayuran. Hal tersebut menyebabkan daya beli masyarakat akan sayuran juga mengalami peningkatan. Permintaan jenis sayuran di pasarpun juga beraneka ragam dengan syarat pertumbuhan yang juga beraneka ragam, oleh sebab itu maka pembudidayaan tanaman sayuran juga terpencar di berbagai wilayah dengan kondisi topografi dan agroklimatologi yang berbeda.

Dalam pelaksanaan di lapangan, selain punya peluang pengembangan, agribisnis di bidang hortikultura jenis tanaman sayuran juga menhadapi beberapa hambatan dan permasalahan. Salah satu sifat sayuran yaitu cepat rusak, yang mana durasi waktu penyimpanan sayur terbilang singkat yakni berkisar antara 2 hingga 3 hari sehingga sayuran harus cepat dipasarkan, akan tetapi pada umumnya petani selaku produsen belum mepunyai relasi untuk menyalurkan pemasaran yang cukup memadai. Biasanya pada saat melakukan pemasaran sayuran petani menghadapi beberapa permasalahan seperti fluktuasi harga sayuran yang dapat terjadi dalam jangka waktu yang tidak tentu seperti pada jangka waktu perbulan, perminggu, bahkan perhari, atau dapat juga terjadi untuk jangka waktu yang lebih lama. Perubahan tingkat harga tersebut mempengaruhi pendapatan petani sayuran yang terbilang tidak terlalu tinggi jika dibandingkan dengan biaya ushatani yang dikeluarkan petani sehingga pemasaran sayuran sering dianggap kurang optimal (Syahputri *et al.*, 2019).

Irawan (2007) pada penelitiannya menyatakan jika dari komoditi padi, palawija dan buah, sayuran merupakan komoditi yang tingkat fluktuasi harga terbilang cukup tinggi, yang mana komoditi sayuran ini sering mengalami ketidakseimbangan pada kuantitas hasil panen terhadap permintaan. Pada berbagai macam komoditi pertanian, hubungan antara fluktuasi, harga dan transmisi harga yang didpat konsumen cenderung negatif. Semakin tinggi tingkat perubahan harga maka transmisi harga dari konsumen ke produsen/petani juga akan

bertambah rendah sehingga pendapatan petani juga akan semakin kecil. Dan pada umumnya petani juga hanya bisa menjadi price taker karena menerima harga dari lembaga pemasaran yang mengikuti kondisi pasar. Seperti yang diketahui tingkat harga dipengaruhi oleh banyaknya permintaan konsumen akan suatu barang dan juga dipengaruhi jumlah ketersediaan barang yang ada di pasaran.

Dalam saluran pemasaran komoditi pertanian harga beli dari petani kepada lembaga pemasaran seringkali dikendalikan oleh pihak pedagang karena pedagang mempunyai posisi tawar dan market power yang lebih kuat. Lembaga pemasaran yang mempunyai kekuatan pasar oligopsoni maupun monopsoni dalam hal ini cenderung menentukan harga yang membuat transmisi harga terbilang cukup rendah. Akan tetapi harga beli di tingkat konsumen biasanya tidak terlalu banyak berubah, karena pada umumnya untuk mendapatkan keuntungan yang maksimum lembaga pemasaran seringkali menekan harga beli sayuran dari petani. Begitu pula yang terjadi saat harga di pihak konsumen mengalami kenaikan, maka perubahan tingkat harga itu tidak sepenuhnya diteruskan kepada produsen/petani. Petani tidak seutuhnya mendapat keuntungan dari kenaikan harga yang terjadi di pasaran, oleh karena itu bentuk transmisi ini dianggap tidak memberi keuntungan bagi produsen/petani.

Salah satu Provinsi yang menjadi perhatian utama untuk dilakukannya pengembangan wilayah produksi hortikultura yang meliputi jenis tanaman sayur dan buah serta memiliki kondisi agroklimatologi dan topografi yang baik ialah Provinsi Sumatera Selatan (Wijaya *et al.*, 2012). Di Provinsi Sumatera Selatan terdapat beberapa wilayah yang menjadi sentra produksi komoditi pertanian jenis sayuran dan buah yang cukup besar, salah satunya yaitu Kota Pagaralam.

Mayoritas topografi daerah di Kota Pagaralam dataran tinggi dan berbukit yang berada di ketinggian rata-rata antara 700-1000 mdpl, karena Kota Pagaralam berada tepat di kaki Gunung Dempo yang membuat Pagaralam menjadi daerah tertinggi di Provinsi Sumatera Selatan serta memiliki suhu udara yang sejuk. Hal ini membuat Pagaralam sangat cocok untuk dilakukan budidaya berbagai jenis sayuran. Menurut data yang dihimpun BPS Provinsi Sumatera Selatan tahun 2020 ada 5 jenis komoditas utama tanaman hortikultura sayur, yaitu cabai, bawang merah, kentang, kubis, dan sawi. Produksi tanaman sayuran ini tersebar di

banyak Kabupaten dan Kota dengan peluang produksi beragam. Data hasil produksi tanaman hortikultura di Kabupaten dan Kota di Provinsi Sumatera Selatan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1. Data Produksi (kuintal) dan Jenis Tanaman Sayur Berdasarkan Kabupaten dan Kota di Sumatera Selatan Tahun 2020

No.	Kabupaten/Kota	Bawang Merah	Cabai	Kentang	Kubis	Petsai/Sawi
1.	Ogan Komering Ulu	2.560	10.830	0	0	0
2.	Ogan Komering Ilir	142	135.263	0	0	3.030
3.	Muara Enim	646	33.944	1.950	1.206	18.091
4.	Lahat	35	7.412	0	11.520	11.520
5.	Musi Rawas	236	18.599	0	0	0
6.	Musi Banyuasin	0	17.656	0	0	237
7.	Banyuasin	4	26.034	0	0	41
8.	OKU Selatan	31	21.126	0	1.766	1.312
9.	OKU Timur	807	29.667	0	0	7.875
10.	Ogan Ilir	0	12.361	0	0	0
11.	Empat Lawang	0	1.978	0	0	0
12.	Pali	0	855	0	0	0
13.	Musi Rawas Utara	0	4.200	0	0	0
14.	Palembang	0	999	0	0	686
15.	Prabumulih	0	651	0	0	38
16.	Pagar Alam	3.730	59.755	2.230	23.045	10.871
17.	Lubuk Linggau	0	280	0	0	0
Jumlah Produksi		8.191	381.609	4.180	37.537	43.081

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan 2020

Kota Pagar Alam merupakan produsen utama beberapa jenis sayuran di Provinsi Sumatera Selatan. Ada berbagai macam sayuran yang tumbuh dengan baik kawasan ini didominasi oleh dataran tinggi dengan lahan subur karena berdekatan dengan Gunung Dempo, yang mana diketahui jika kondisi struktur dan kandungan unsur hara tanah di kawasan yang berdekatan dengan gunung sangat baik sehingga sangat berpotensi untuk dilakukan budidaya sayuran (BPS, 2020). Kota Pagaralam punya iklim tropis dan suhu udara sejuk yang amat baik untuk membudidayakan beberapa jenis tanaman sayuran seperti kentang, sawi dan kubis. Dari lima macam komoditi andalan sayur di Sumatera Selatan, produksi sayur yang dihasilkan Kota Pagar Alam pada tahun 2020 tercatat sebanyak 99.631 kuintal atau dengan persentase sebesar 20,9 % dari keseluruhan produksi.

Menurut Lestari (2019), Sudah sejak lama budidaya sayuran di Kota Pagaralam dilakukan. Hambatan dan permasalahan yang kerap melanda petani sayuran di Kota PagarAlam ialah harga sayuran dan hasil produksinya yang berfluktuasi sehingga sangat mempengaruhi tingkat pendapatan yang diterima oleh produsen/petani. Selain itu, hasil produksi terbilang cukup rendah karena usahatani yang dikerjakan belum terlalu efisien mulai dari tenaga kerja maupun teknologi yang digunakan. Selain itu fluktuasi harga juga berpengaruh nyata terhadap pendapatan yang diterima petani.

Septiawan (2018) menyatakan jika, pada bulan Februari 2018 harga beberapa jenis komoditi sayuran di Kota Pagar Alam mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal ini dikarenakan panen serentak yang menyebabkan over supply sehingga harga menjadi turun. Permasalahan lainnya yang juga kerap dialami petani sayuran di Kota PagarAlam ialah pada posisi tawar petani lebih cenderung sebagai price taker.

Budidaya sayuran di Pagar Alam tersebar di lima kecamatan. Menurut Arneta (2019), dan daerah pusat penghasil sayuran terletak di Kecamatan Dempo Utara. Letaknya yang tepat berada di Kaki Gunung Dempo dan dibekali suhu yang sejuk menjadikannya cocok untuk didilakukan usahatani beragam jenis sayuran. Pusat produksi tanaman sayur di Kecamatan Dempo Utara terletak di Kelurahan Agung Lawangan yang terdiri dari 5 dusun yang didominasi oleh usahatani sayuran dan salah satu yang terbesar yaitu Dusun Kerinjing.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola saluran pemasaran sayuran dari Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabaring Palembang?
2. Apa saja fungsi pemasaran yang terjadi dalam proses pemasaran sayuran di Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabring Palembang?
3. Apakah sudah efisien saluran pemasaran sayuran dari Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabaring Palembang?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan saluran pemasaran sayuran dari Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabaring Palembang.
2. Mengidentifikasi fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran sayuran dari Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabaring Palembang.
3. Menganalisis efisiensi saluran pemasaran sayuran dari Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabaring Palembang.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan ilmu dan wawasan bagi peneliti dan pembaca, serta sebagai bahan pustaka bagi peneliti selanjutnya.
2. Memberikan informasi serta gambaran mengenai analisis pemasaran sayuran dari Dusun Kerinjing ke Pasar Induk Jakabaring Palembang.
3. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi permasalahan petani sayur di Indonesia khususnya Kota Pagar Alam dan menjadi acuan bagi pemerintah daerah dalam membuat program yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, C., 2011. Kajian Efisiensi Tataniaga Cabai Merah Pada Pedagang Pengecer di Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. In Prosiding Seminar Nasional Budidaya Pertanian. Bengkulu, pp. 170–179. Available at: <https://repository.unib.ac.id/id/eprint/126> [Diakses 17 September 2021].
- Arneta, R.J., 2019. Studi Agribisnis Dan Tingkat Keuntungan Usahatani Wortel (Daucus Carota L) Di Kelurahan Muara Siban Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Palembang. Available at: <https://repository.um-palembang.ac.id> [Diakses 20 September 2021].
- BPS, 2021. Provinsi Sumatera Selatan dalam Angka 2021, Kota Palembang: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan. Available at: <https://sumsel.bps.go.id> [Diakses 24 September 2021].
- Dewi, N.N.T., Ustriyana, I.N.G. dan Djelantik, A.A.A.W.S., 2017. Strategi Pemasaran Cabai Merah Pada Sub Terminal Agribisnis Manik Mekar Nadi. E-jurnal Agribisnis dan Agrowisata [online], 6(2), 190–199.
- Downey, David W., dan Steven P. Ericson. 2007. Manajemen Agribisnis Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Handoko, D., 2017. Petani Sayur Pagaralam Menjerit Bahkan Menangis. RMOL Sumsel [online], 7 Desember 2017. Available at: <https://rmolsumsel.com> [Diakses 23 September 2021].
- Irawan, B., 2007. Fluktuasi Harga, Transmisi Harga dan Marjin Pemasaran Sayuran dan Buah. Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian [online], 5(4), 358–373.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lestari, O.F., 2019. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Produksi Usahatani Sayuran di Kota Pagar Alam Provinsi Sumatera Selatan. Skripsi. Universitas Lampung. Available at: <https://digilib.unila.ac.id> [Diakses 20 September 2021].
- Mussry, Jacky, Iwan Setiawan, Waizly Darwin. 2011. Perjalanan Pemikiran Konsep Hermawan Kartajaya. Erlangga. Jakarta.
- Prihatin, A., 2012. Analisis Tataniaga Kubis (Studi Kasus: Kelurahan Agung Lawangan, Kecamatan Dempo Utara, Kota Pagar Alam, Provinsi Sumatera Selatan). Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Available at: <https://repository.ipb.ac.id> [Diakses 20 September 2021].
- Santoso, A.2011. Serat Pangan (*Dietary Fiber*) dan Manfaatnya Bagi Kesehatan. Magistra N0.75. Tahun XXIII, Maret.

- Septiawan, W., 2018. Harga Beberapa Jenis Komoditi Sayur di Pagaralam Sumatera Selatan Anjlok. Tribun News [online], 18 Februari 2018. Available at: <https://palembang.tribunnews.com> [Diakses 20 September 2021].
- Simona, L.F., Kakisina, L.O. dan Luhukay, J.M., 2016. Sistem Pemasaran Sayur Daun di Pasar Modern (Hypermart) dan Pasar Tradisional. *Jurnal Agribisnis Kepulauan* [online], 4(1), 46–56.
- Siti Clarisa Delia, 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Usaha Pengolahan Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran Kota. Bandar Lampung. Departemen Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen (IPB).
- Soekartawi, 2002. Panduan Membuat Usaha Proyek Pertanian dan Pedesaan. Yogyakarta : PT. Bumi Aksara.
- Syahputri, A.A.J., Mukhtar dan Geo, L.O., 2019. Analisis Pemasaran Sayur Mayur di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan. *Jurnal Ilmiah Agribisnis* [online], 4(1), 22–28.
- Tim Penulis Penebar Swadaya. 2010. Agribisnis Tanaman Sayuran. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Wijaya, D., Utama, S.P., dan Cahyadinata I., 2012. Analisis Pendapatan dan Pemasaran Usahatani Brokoli (*Brassica Oleracea* L.) di Desa Muara Perikan Kecamatan Pagaralam Selatan Kotamadya Pagaralam. *Jurnal Agrisep* [online], 11(2), 173-186.
- Zulkarnain. 2009. Dasar-Dasar Hortikultura. Bumi Aksara. Jakarta.