

DMI

**ANALISIS PEMASARAN SAYURAN  
DI PASAR INDUK JAKABARING KOTA PALEMBANG**

**Oleh  
TATANG SETIADY**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2006**

.1

8  
330.170 F  
Set  
a  
2006

**ANALISIS PEMASARAN SAYURAN  
DI PASAR INDUK JAKABARING KOTA PALEMBANG**



**Oleh  
TATANG SETIADY**



R.14416  
R.14778

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2006**

## SUMMARY

**TATANG SETIADY.** Vegetables Marketing Analysis in Jakabaring Main Market Palembang City (Supervised by **MIRZA ANTONI** and **LIFIANTHI**)

The purposes of this research are to identify marketing functions at each marketing institutions, to analyze margin and profit that obtained by each marketing institutions that involved in vegetables marketing in Jakabaring main market and to identify vegetables distribution from Jakabaring main market to consumer.

This research was conducted in Jakabaring main market and Jakabaring retail market in Palembang city during May 2006 by using survey method. Sample taking was done purposively, which sample sellers in Jakabaring main market were two wholesalers that represented 20 wholesalers population in vegetables marketing, one distributor and three retailers from Jakabaring retail market. Observed vegetables were cabbages, Chinese cabbage, chilies, potatoes and carrots.

Marketing functions that were done by wholesalers were barter function (buying and selling), physical function (storing and transportating), and facility function (grading and market information). Distributor did barter function (buying and selling), physical function (storing and transportating), and facility function (grading). Meanwhile retailers did barter function (buying and selling), physical function (transportating), and facility function (grading)

The result showed that the highest marketing margin and profit margin were obtained by retailers in Jakabaring retail market and value as Rp 5.601,11 per kilograms and Rp 3.714,15 per kilograms, meanwhile the lowest marketing margin

and profit margin were obtained by wholesalers in Jakabaring main market and value as Rp 2.093,32 and Rp 874,28 per kilograms. The distributor's marketing margin was Rp 3.795,01 per kilograms and profit margin was Rp 2.678,20 per kilograms.

Vegetables distribution in Jakabaring main market could be done by three ways namely : 1) from wholesaler directly to consumer, 2) from wholesaler to distributor and continue to retailers and to consumer, 3) from wholesaler to big retailers and continue to consumer

## RINGKASAN

TATANG SETIADY. Analisis Pemasaran Sayuran di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang (Dibimbing oleh MIRZA ANTONI dan LIFIANTHI).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi fungsi pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran, menganalisis margin pemasaran dan keuntungan pemasaran yang diterima tiap-tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan sayuran di Pasar Induk Jakabaring dan mengidentifikasi jalur distribusi dari Pasar Induk Jakabaring ke konsumen.

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang pada bulan Mei 2006 dengan metode survei. Penarikan contoh dilakukan secara sengaja, dimana contoh pedagang di Pasar Induk Jakabaring adalah dua pedagang besar yang dapat mewakili dalam penjualan komoditi sayuran yang mewakili 20 jumlah pedagang besar, satu orang pedagang penyalur dan tiga orang pedagang pengecer dari Pasar Retail Jakabaring. Sayuran yang diteliti adalah kubis, sawi, cabe, kentang dan wortel.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu tiap lembaga pemasaran dalam aktivitasnya telah melakukan fungsi pemasaran, dimana fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang besar berupa fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi Fisik (penyimpanan dan pengangkutan), fungsi fasilitas (grading dan informasi pasar). Pedagang penyalur melakukan fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (penyimpanan dan pengangkutan), serta fungsi fasilitas

(grading). Sedangkan pedagang pengecer melakukan fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), dan fungsi fasilitas berupa grading.

Marjin pemasaran dan keuntungan yang tertinggi terdapat pada pedagang pengecer Pasar *Retail* Jakabaring yaitu Rp 5.601,11 dan Rp 3.714,15 per kilogram, sedangkan marjin pemasaran dan marjin keuntungan yang terendah terdapat pada pedagang besar Pasar Induk Jakabaring yaitu Rp 2.093,32 dan Rp 874,28 per kilogram. Pada pedagang penyalur marjin pemasaran yang didapat sebesar Rp 3.795,01 per kilogram dan marjin keuntungan sebesar Rp 2.678,20 per kilogram sayuran dominan.

Terdapat tiga saluran pemasaran sayuran dominan, yaitu saluran-nol-tingkat, saluran-dua-tingkat dan saluran-tiga-tingkat yang melibatkan perantara lembaga pemasaran, yaitu pedagang besar, pedagang penyalur, pedagang pengecer besar dan pedagang pengecer untuk menyalurkan sayuran sampai ke tangan konsumen.

**ANALISIS PEMASARAN SAYURAN  
DI PASAR INDUK JAKABARING KOTA PALEMBANG**

**Oleh  
TATANG SETIADY**

**SKRIPSI**  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian

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


**INDRALAYA  
2006**

Skripsi  
**ANALISIS PEMASARAN SAYURAN DOMINAN  
DI PASAR INDUK JAKABARING KOTA PALEMBANG**

Oleh  
**TATANG SETIADY**  
**05993104038**

telah diterima sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar  
sarjana pertanian

**Pembimbing I**

  
**Ir. Mirza Antoni, M.Si.**

**Pembimbing II**

  
**Ir. Lilianthi, M.Si.**

**Indralaya, 31 Juli 2006**

**Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya**





  
**Dekan,**

**Dr. Ir. Imron Zahri, M.S.**  
**NIP 130 516 530**



Skripsi Berjudul “Analisis Pemasaran Sayuran di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang” oleh Tatang Setiady telah dipertahankan didepan Komisi Penguji pada tanggal 19 Juli 2006.

Komisi Penguji

|                               |            |   |
|-------------------------------|------------|---|
| 1. Ir. Mirza Antoni, M.Si.    | Ketua      | (  )   |
| 2. Ir. Lifianthi, M.Si.       | Sekretaris | (  )   |
| 3. Ir. Elisa Wildayana, M.Si. | Anggota    | (  )  |
| 4. Riswani, S.P., M.Si.       | Anggota    | (  ) |

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

  
Ir. Maryati Mustofa, M.Si.  
NIP 131 269 263

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Agribisnis

  
Ir. Elisa Wildayana, M.Si.  
NIP 131 691 050

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya adalah hasil penelitian atau investigasi saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar kesarjanaan yang sama di tempat lain.

Indralaya, 31 Juli 2006

Yang membuat pernyataan,

Tatang Setiady

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Cirebon Provinsi Jawa Barat pada tanggal 28 April 1981, merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, putera dari Maman Usman dan Emy.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 12 Cempaka Baru Jakarta pada tahun 1993, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 119 Jakarta pada tahun 1996 dan Sekolah Menengah Umum di SMU Negeri 1 Jakarta pada tahun 1999. Penulis diterima sebagai mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tahun 1999 melalui jalur Ujian Masuk Perguruan Tinggi Negeri (UMPTN) dengan mengambil jurusan Sosial Ekonomi Pertanian pada Program Studi Agribisnis.

Penulis telah menyelesaikan laporan Praktik Lapangan pada bulan Mei 2006 yang dilaksanakan di Lahan Klinik Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya Inderalaya dengan judul “Teknik Pembibitan Salam (*Syzygium polyanthum*) di Lahan Klinik Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya Inderalaya”.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT Sang Pemberi Nikmat karena berkat rahmat dan hidayahnya-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pemasaran Sayuran di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Ir. Lifianthi dan Bapak Ir Mirza Antoni, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan gagasan, pengarahan, bantuan, saran dan dukungannya selama penelitian berlangsung hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ir. Elisa Wildayana, M.Si dan Ibu Riswani, S.P., M.Si. selaku dosen penguji dalam ujian komprehensif.
2. Maryati Mustofa H, M.Si selaku dosen penasihat akademik.
3. Mama dan Bapak yang selalu senantiasa berdoa kepada Allah untuk keberhasilan ku serta bantuan secara moril dan materi serta kasih sayang yang tiada terkira. Serta kedua adik ku Elis dan Yogi yang sangat aku sayangi. Dan semua keluarga besar ku di Jakarta, Cirebon dan Kuningan.
4. Keluarga besar H. Sudirman, S.H. dan Ir. Ferry yang sudah banyak membantu ku, Om dan tante sudah aku anggap seperti orang tua ku sendiri, Jasa Om sekeluarga

(Yu' Oci, K' Een n Yu Lia, K' Yanda, Ongky n Yudi serta adik kecil ku yang canti Nadia) tiada taranya.

5. Teman-teman seperjuanganku di Sosek '99: Ongky, Indra, Basim, Tito (J Lo, Eed n Neny, Nova, Irma, Iwa "My Best Friend". tak lupa juga Yayan, Erwin + Kak Muslim + Yuk Yati, dan Adekku Celi (terimakasih atas bantuannya).
6. Semua kerabat dan sahabat yang tak bisa disebutkan satu persatu namanya "Terima kasih untuk semuanya".

Penulis yakin bahwa skripsi ini belum bisa disebut sempurna. Namun penulis tetap mengharapkan hasil penelitian dalam skripsi ini dapat berguna bagi kita semua.

Indralaya, 31 Juli 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| DAFTAR TABEL .....   | xv      |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xvii    |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                      | xviii   |
| <br>   |         |
| I. PENDAHULUAN   |         |
| A. Latar Belakang .....                                    | 1       |
| B. Rumusan Masalah .....                                   | 5       |
| C. Tujuan dan Kegunaan .....                               | 6       |
| <br>   |         |
| II. KERANGKA PEMIKIRAN                                     |         |
| A. Tinjauan Pustaka .....                                  | 7       |
| 1. Konsepsi Pasar .....                                    | 7       |
| 2. Konsepsi Pemasaran .....                                | 8       |
| 3. Konsepsi Lembaga Pemasaran .....                        | 9       |
| 4. Konsepsi Fungsi Pemasaran .....                         | 10      |
| 5. Konsepsi Margin Pemasaran .....                         | 13      |
| 6. Konsepsi Harga .....                                    | 16      |
| 7. Konsepsi Biaya Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran ..... | 19      |
| B. Model Pendekatan .....                                  | 21      |
| C. Batasan-batasan .....                                   | 22      |
| <br>   |         |
| III. PELAKSANAAN PENELITIAN                                |         |
| A. Tempat dan Waktu .....                                  | 25      |



|   | Halaman   |
|---|-----------|
| B. Metode Penelitian .....                        | 25        |
| C. Metode Penarikan Contoh .....                  | 25        |
| D. Metode Pengumpulan Data .....                  | 26        |
| E. Metode Pengolahan Data .....                   | 26        |
| <b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                   |           |
| A. Keadaan Umum Daerah Penelitian .....           | 30        |
| B. Identitas Pedagang .....                       | 33        |
| C. Analisis Fungsi Pemasaran .....                | 34        |
| D. Analisis Marjin dan Keuntungan Pemasaran ..... | 40        |
| E. Jalur Distribusi Sayuran .....                 | 57        |
| <b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>                    |           |
| A. Kesimpulan .....                               | 61        |
| B. Saran .....                                    | 62        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                       | <b>63</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                             | <b>65</b> |

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| 1. Produksi (ton) sayuran di Sumatera Selatan Menurut jenisnya, 2004 .....  | 3       |
| 2. Fungsi Pemasaran Tiap Lembaga Pemasaran di Pasar Induk Jakabaring, Mei 2006 .....  | 35      |
| 3. Jumlah Volume Pembelian Sayuran Pada Tingkat Pedagang Besar di Pasar Induk Jakabaring, Mei 2006 .....  | 36      |
| 4. Jumlah Volume Pembelian Sayuran Pada Tingkat Pedagang Penyalur di Pasar Induk Jakabaring, Mei 2006 .....                                     | 38      |
| 5. Jumlah Volume Pembelian Sayuran Pada Tingkat Pedagang Pengecer di Pasar Retail Jakabaring, Mei 2006 .....                                    | 39      |
| 6. Rata-rata Harga Jual dan Harga Beli Sayuran Pada Tingkat Lembaga Pemasaran, Mei 2006 .....   | 41      |
| 7. Komponen Rata-rata Biaya Pemasaran Sayuran Pada Tingkat Pedagang Besar di Pasar Induk Jakabaring, Mei 2006 .....                             | 45      |
| 8. Rata-rata Marjin Pemasaran, Biaya Pemasaran, dan Marjin Keuntungan Pada Tingkat Pedagang Besar di Pasar Induk Jakabaring, Mei 2006 .....     | 46      |
| 9. Komponen Rata-rata Biaya Pemasaran Sayuran Pada Tingkat Pedagang Penyalur di Pasar Induk Jakabaring, Mei 2006 .....                          | 48      |
| 10. Rata-rata Marjin Pemasaran, Biaya Pemasaran, dan Marjin Keuntungan Pada Tingkat Pedagang Penyalur di Pasar Induk Jakabaring, Mei 2006 ..... | 49      |
| 11. Komponen Rata-rata Biaya Pemasaran Sayuran Pada Tingkat Pedagang Pengecer di Pasar Induk Jakabaring, Mei 2006 .....                         | 51      |
| 12. Rata-rata Marjin Pemasaran, Biaya Pemasaran, dan Marjin Keuntungan Pada Tingkat Pedagang Pengecer di Pasar Induk Jakabaring, Mei 2006 ..... | 52      |



|  | Halaman |
|--|---------|
| 13. Rata-rata Marjin Pemasaran, Biaya Pemasaran, dan Marjin Keuntungan Pemasaran Sayuran dari Pedagang Besar ke Pedagang Penyalur di Pasar Induk Jakabaring kemudian ke Pedagang Pengecer di Pasar Retail Jakabaring, Mei 2006 ..... | 53      |
| 14. Keuntungan Pemasaran Pada Tingkat Lembaga Pemasaran, Mei 2006 .....  | 56      |
| 15. Komposisi Jalur Distribusi Sayuran di Pasar Induk Jakabaring, Mei 2006 .....   | 60      |

## DAFTAR GAMBAR

|  | Halaman |
|--|---------|
| 1. Model Pendekatan Secara Diagramatik .....                 | 21      |
| 2. Saluran Pemasaran Untuk Barang Konsumsi .....             | 29      |
| 3. Saluran Pemasaran Sayuran di Pasar Induk Jakabaring ..... | 58      |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  | Halaman |
|--|---------|
| 1. Denah Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang .....   | 65      |
| 2. Identitas Pedagang pada Tingkat Lembaga Pemasaran, Mei 2006 .....   | 66      |
| 3. Volume Pembelian, Harga Beli, Harga Jual dan Marjin Pemasaran Sayuran pada Tingkat Pedagang Besar di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang, Mei 2006 .....      | 67      |
| 4. Volume Pembelian, Harga Beli, Harga Jual dan Marjin Pemasaran Sayuran pada Tingkat Pedagang Penyalur di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang, Mei 2006 .....   | 68      |
| 5. Volume Pembelian, Harga Beli, Harga Jual dan Marjin Pemasaran Sayuran pada Tingkat Pedagang Pengecer-1 di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang, Mei 2006 ..... | 69      |
| 6. Volume Pembelian, Harga Beli, Harga Jual dan Marjin Pemasaran Sayuran pada Tingkat Pedagang Pengecer-2 di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang, Mei 2006 ..... | 70      |
| 7. Volume Pembelian, Harga Beli, Harga Jual dan Marjin Pemasaran Sayuran pada Tingkat Pedagang Pengecer-3 di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang, Mei 2006 ..... | 71      |
| 8. Volume Pembelian dan Biaya Susut pada Tingkat Pedagang Besar di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang, Mei 2006 .....   | 72      |
| 9. Komponen Biaya Pemasaran pada Tingkat Pedagang Besar di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang, Mei 2006 .....   | 73      |
| 10. Volume Pembelian dan Biaya Susut pada Tingkat Pedagang Penyalur di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang, Mei 2006 .....                                       | 74      |
| 11. Komponen Biaya Pemasaran pada Tingkat Pedagang Penyalur di Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang, Mei 2006 .....   | 75      |

|   | Halaman |
|---|---------|
| 12. Volume Pembelian dan Biaya Susut pada Tingkat Pedagang Pengecer di Pasar Retail Jakabaring, Mei 2006 .....                            | 76      |
| 13. Rata-rata Volume Pembelian dan Biaya Susut pada Tingkat Pedagang Pengecer di Pasar Retail Jakabaring Kota Palembang, Mei 2006 .....   | 77      |
| 14. Komponen Biaya Pemasaran pada Tingkat Pedagang Pengecer di Pasar Retail Jakabaring Kota Palembang, Mei 2006 .....                     | 78      |
| 15. Rata-rata Marjin Pemasaran, Biaya Pemasaran, dan Marjin Keuntungan Sayuran pada Tingkat Lembaga Pemasaran, Mei 2006 .....             | 79      |
| 16. Rata-rata Volume Pembelian, Volume Susut, dan Volume Penjualan pada Tingkat Lembaga Pemasaran, Mei 2006 .....                         | 80      |
| 17. Rata-rata Volume Penjualan, Harga Jual, Biaya Total Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran pada Tingkat Lembaga Pemasaran, Mei 2006 ..... | 81      |

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pembangunan pertanian sangat erat hubungannya dengan kualitas manusia, dan faktor yang mempengaruhi kualitas manusia tersebut antara lain adalah masalah tersedianya pangan dan gizi yang dikonsumsi. Masalah gizi yang paling pokok dijumpai di Indonesia antara lain adalah rendahnya konsumsi protein, karbohidrat dan mineral serta kekurangan vitamin. Salah satu cara untuk mengatasinya yaitu dengan meningkatkan konsumsi sayuran (Rahardi *et.al.*, 2000).

Sebagai penduduk Indonesia sepatutnya kita bersyukur karena alam Indonesia dapat ditanami berbagai sayuran. Sayuran tersebut tidak hanya asli Indonesia, tapi juga ada yang berasal dari negeri lain. Aneka sayuran itu dapat digolongkan pada jenis sayuran yang komersil dan non komersil. Komersial disini berarti sayuran tersebut mempunyai banyak peminat (memasyarakat) meskipun harganya relatif rendah atau sayuran tersebut diminati kalangan tertentu dengan harga tinggi atau mempunyai peluang bagus untuk komoditi ekspor.

Idealnya seseorang mengkonsumsi sayuran sekitar 200 gram perhari. Berarti penduduk Indonesia yang berjumlah sekitar 200 juta jiwa memerlukan 40.000 ton sayuran perhari (Rahardi *et.al.*, 2000). Apabila hanya kira-kira 50% yang membeli sayuran, jumlah total kebutuhan sayuran tetap merupakan potensi yang besar bagi pasar sayuran.

Kesadaran masyarakat tentang pentingnya mutu makanan, termasuk sayuran, semakin meningkat seiring dengan meningkatnya pendidikan dan pengetahuan

masyarakat. Hal ini jelas terlihat pada masyarakat kota yang sebagian besar memang mampu membelinya. Dengan demikian jelaslah bahwa mutu dan kesegaran sayuran sangat menentukan harganya. Padahal seperti produk hortikultura yang lain, sayuran sangat mudah rusak dan membusuk dalam waktu yang relatif singkat, sehingga mutunya menurun atau bahkan tidak dapat dikonsumsi sama sekali. Hal ini berarti pasar harus selalu dipasok sayuran segar setiap hari. Dari sini bisa ditarik kesimpulan, peluang bisnis sayuran cukup besar dan menarik.

Untuk menghasilkan sayuran komersial yang segar dan bermutu tinggi dengan harga yang layak dan keuntungan yang memadai diperlukan suatu penanganan yang baik mulai dari perencanaan tanam hingga pemasarannya ke konsumen. Sumatera Selatan merupakan salah satu wilayah Indonesia yang banyak memproduksi serta memasarkan sayuran. Daerah penghasil sayuran di Sumatera Selatan terdapat di beberapa daerah, yaitu Muara Enim, Lahat, Pagar Alam, Musi Banyu Asin, Musi Rawas, Ogan Komering Ilir, Ogan Ilir, dan Ogan Komering Ulu. Hal ini menyebabkan sayuran menjadi sangat penting bagi seluruh penduduk Sumatera Selatan.

Berdasarkan sensus penduduk 2004, berarti penduduk Sumatera Selatan yang berjumlah 6.628.416 jiwa tersebut memerlukan 1.325 ton sayuran per hari, sedangkan dalam hal produksinya pada tahun 2004 produksi tanaman sayur-sayuran di Sumatera Selatan hanya sebesar 257.971 ton. Dengan demikian jelaslah bahwa jumlah total kebutuhan sayuran tetap merupakan potensi yang besar bagi pasar sayuran untuk memenuhi kebutuhan penduduk Sumatera Selatan akan sayuran. Produksi sayuran di Sumatera Selatan menurut jenisnya pada tahun 2004 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi (ton) sayuran di Sumatera Selatan menurut jenisnya, 2004

| No    | Jenis Sayuran  | Produksi |
|-------|----------------|----------|
| 01.   | Bawang Merah   | 82       |
| 02.   | Bawang Putih   | -        |
| 03.   | Bawang Daun    | 4.474    |
| 04.   | Kentang        | 647      |
| 05.   | Kubis          | 4.846    |
| 06.   | Petsai/Sawi    | 5.356    |
| 07.   | Wortel         | 1.645    |
| 08.   | Lobak          | 116      |
| 09.   | Kacang Merah   | 582      |
| 10.   | Kembang Kol    | 65       |
| 11.   | Jamur          | -        |
| 12.   | Kacang Panjang | 16.382   |
| 13.   | Cabe Besar     | 41.859   |
| 14.   | Cabe Rawit     | 16.823   |
| 15.   | Tomat          | 34.101   |
| 16.   | Terung         | 23.218   |
| 17.   | Buncis         | 14.092   |
| 18.   | Timun          | 64.267   |
| 19.   | Labu Siam      | 3.388    |
| 20.   | Kangkung       | 18.797   |
| 21.   | Bayam          | 3.529    |
| 22.   | Melinjo        | 1.765    |
| 23.   | Petai          | 1.937    |
| Total |                | 257.971  |

Sumber : Biro Pusat Statistik, 2004.

Sayuran yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan penduduk di Sumatera Selatan khususnya Palembang, berasal dari berbagai daerah seperti Pagar Alam (Lahat), Curup (Bengkulu), Ogan Ilir, Bandung, Padang dan daerah lainnya. Sayuran tersebut terdiri dari kubis, sawi, kacang panjang, tomat, wortel, buncis, timun, terung, cabai, labu siam, kentang dan lain-lain. Sayuran tersebut sebagian besarnya masuk ke Palembang melalui Pasar Induk Jakabaring, karena pasar Induk Jakabaring merupakan pasar grosir sayuran terbesar yang ada di Kota Palembang.

Pasar Induk Jakabaring pada awalnya merupakan pindahan dari pasar 16 Ilir. Pemandahan ini merupakan kebijakan dari pemerintah Kota Palembang untuk

mengadakan pembenahan terhadap Kota Palembang. Pemindahan pedagang ke pasar Induk Jakabaring diharapkan pemerintah dapat menjadi pasar utama yang akan memenuhi kebutuhan sayuran daerah Palembang dan meningkatkan pendapatan para pedagang. Pembangunan dan penanggung jawab harian pasar tersebut berada dibawah PT. Swarnadwipa Selaras Adiguna.

Keberadaan Pasar Induk Jakabaring saat ini sangat penting peranannya dalam pemasaran sayuran di Kota Palembang, karena Pasar Induk Jakabaring merupakan pemasok sayuran yang sangat dibutuhkan oleh penduduk di Kota Palembang dan sekitarnya bahkan sampai ke provinsi Bangka Belitung. Komoditi sayuran yang diperjualbelikan juga beragam seperti kubis, sawi, kacang panjang, tomat, wortel, buncis, timun, terung, cabai, labu siam, kentang dan lain-lain.

Mengingat sifat sayuran yang *bulky* (tidak tahan lama) dan selera konsumen yang selalu menuntut sayuran dalam keadaan segar, pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran menjadi sangat penting artinya. Semakin lama sayuran berada pada lembaga pemasaran (dalam hal ini pedagang) atau semakin panjang jalur pemasaran, risiko kerusakan sayuran semakin tinggi, hal ini dapat menyebabkan kurangnya pendapatan pedagang sayuran. Idealnya pemasaran sayuran yang dilakukan memakai jalur yang terpendek, sehingga mutu sayuran dapat terjaga dengan baik dan pendapatan pedagang juga menjadi maksimal.

Sehubungan dengan itu, penelitian yang dilakukan lebih difokuskan pada pemasaran sayuran pada masing-masing lembaga pemasaran, keuntungan yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran dari pedagang besar sampai ke pedagang pengecer, jalur distribusi sayuran dari Pasar Induk Jakabaring sampai ke konsumen.



## **B. Rumusan Masalah**

Kesadaran masyarakat tentang pentingnya mutu makanan, termasuk sayuran, semakin meningkat seiring dengan meningkatnya pendidikan dan pengetahuan masyarakat. Sayuran yang dibutuhkan untuk dikonsumsi masyarakat juga semakin banyak. Peningkatan sayur-mayur ini harus diimbangi dengan penyediaan sayuran, baik melalui peningkatan produksi sayuran lokal yang bervariasi yang dapat diproduksi oleh beberapa daerah pusat produksi maupun dengan cara mengimpor.

Sayuran yang didatangkan dari berbagai daerah di Sumatera Selatan dan bahkan dari provinsi lain sangat mempengaruhi potensi pasar dalam memasok beraneka ragam jenis sayuran. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam hal ini juga akan cenderung lebih banyak sehingga berdampak pada tingginya biaya pemasaran yang ditanggung oleh pasar, dan akan mempengaruhi efisiensi pemasaran.

Berdasarkan uraian di atas, maka timbul permasalahan yang menarik untuk diteliti, yaitu:

1. Fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang dilakukan masing-masing lembaga pemasaran sayuran di Pasar Induk Jakabaring ?
2. Berapa besar margin pemasaran dan keuntungan pemasaran yang diterima tiap-tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan sayuran yang dominan di Pasar Induk Jakabaring Palembang ?
3. Bagaimana jalur distribusi sayuran dari Pasar Induk Jakabaring ke konsumen ?

## **C. Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan permasalahan yang ada maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengidentifikasi fungsi pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran.

2. Menganalisis margin pemasaran dan keuntungan pemasaran yang diterima tiap-tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan sayuran yang dominan di Pasar Induk Jakabaring Palembang.
3. Mengidentifikasi jalur distribusi sayuran dari Pasar Induk Jakabaring ke konsumen.

Sejalan dengan tujuan di atas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang saluran pemasaran sayuran sampai ke tangan konsumen akhir, margin dan keuntungan yang diterima bagi yang berkepentingan dalam mengetahui komoditi sayuran khususnya di lokasi penelitian, bagi lembaga-lembaga pemasaran, masyarakat dan instansi yang terkait, serta diharapkan dapat memperkaya bahan acuan dalam rangka penelitian lanjutan atau penelitian yang sejenis, sehingga dapat mengembangkan potensi sayuran di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora. 1999. Dasar-dasar Pemasaran. Penerbit Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Cahyono, B. 1996. Budidaya Intensif Tanaman Kentang : Teknik Pengembangan Analisis Kelayakan Potensi Pasar. CV. Aneka. Solo.
- Biro Pusat Statistik. 2004. Sumatera Selatan Dalam Angka.
- Djojodipura. M. 1994. Pengantar Ekonomi Untuk Perencanaan. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Ibrahim, Y. 1998. Studi Kelayakan Bisnis. Rineka Cipta. Jakarta.
- Irawan, Wijaya, F., Sudjoni. 1996. Pemasaran; Prinsip dan Kasus Edisi-2. BPFE. Yogyakarta.
- Indriani, Y. H. 1993. Pemilihan Tanaman dan Lahan Sesuai Kondisi Lingkungan dan Pasar. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Masyroffie. 1994. Diktat Kuliah Pemasaran Hasil Pertanian Pascasarjana Universitas Brawijaya. Malang.
- Mubyarto. 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Perencanaan Ekonomi dan Sosial. Jakarta.
- Mursid, M. 1993. Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Perencanaan Ekonomi dan Sosial. Jakarta.
- Rahardi, F, Palungkun, R, dan Budiarti, A. 2000. Agribisnis Tanaman Sayur. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rosyidi, S. 2000. Pengantar Teori Ekonomi, Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sari, Ratna. 2005. Analisis Pemasaran dan Strategi Pengembangan Pemasaran Minyak Goreng Kelapa Sawit PT. Sinar Alam Permai di Kecamatan Banyuasin I Kabupaten Banyuasin. Skripsi S1. Universitas Sriwijaya Palembang. (tidak dipublikasikan).

- Sibuea, Risma. 2005. Analisis Pendapatan Pedagang Sayuran Pindahan Pasar 16 Ilir ke Pasar Induk Jakabaring Kota Palembang. Skripsi S1. Universitas Sriwijaya Palembang. (tidak dipublikasikan).
- Soekartawi. 1993a. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasinya. Rajawali Pers. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 1993b. Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern. Sinar Harapan. Jakarta.
- Soemarso, S.R. 1990. Penetapan Harga Pokok dalam Penentuan Harga Jual. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sukirno. 1997. Pengantar Teori Mikro Ekonomi. Ghalia. Jakarta.
- Swastha, B., Sukotjo, I. 1995. Pengantar Bisnis Modern. Liberty. Yogyakarta.
- Triana, Sekar. 2003. Analisis Peluang Pasar Sayuran di Pasar Cinde. Skripsi S1. Universitas Sriwijaya Palembang. (tidak dipublikasikan).
- Umar, H. 1997. Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Winardi. 1992. Aspek-aspek Manajemen Pemasaran (Pasar – Strategi Pemasaran – Segmentasi Pasar – Diferensiasi Produk – Sistem Informasi Pemasaran). CV. Mandiri Maju. Bandung.