

**ANALISIS PERBANDINGAN SISTEM PEMASARAN PRODUK
PERTANIAN PETANI YANG IKUT KEGIATAN PASAR TANI
DAN PETANI YANG TIDAK IKUT KEGIATAN
PASAR TANI DI KOTA PALEMBANG**

Oleh

SERLI NOVITA



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

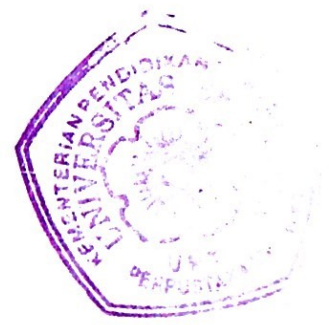
**INDRALAYA
2013**

K: 26019 / 26635

**ANALISIS PERBANDINGAN SISTEM PEMASARAN PRODUK
PERTANIAN PETANI YANG IKUT KEGIATAN PASAR TANI
DAN PETANI YANG TIDAK IKUT KEGIATAN
PASAR TANI DI KOTA PALEMBANG**

Oleh

SERLI NOVITA



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA
2013**

S
658.800.7.
Ser.
9
2013.

SUMMARY

SERLI NOVITA The Comparative Analysis of Agricultural Products Marketing System of Farmers Who Participated and Did Not Participate The Farmers Market In The City of Palembang (Guided by **IMRON ZAHRI** and **SARNUBI ABUASIR**).

The purposes of this research were to determine the reason of farmers to participated and did not participate the farmers market, to compare the efficiency of the marketing activities of farmers who participated and di not participate the farmers market, to measuring the difference in the income level of farmers who participated and did not participate the farmers market in the city Palembang.

The research was conducted in the city of Palembang from February to April 2013. The method used in this research was a survey method in which the methods just take a sample of the population because the sample taken was representative of the population deemed necessary. The sampling method used was a disproportionate stratified random sampling by taking as many as 15 samples of farmers who participated in the farmers market and 15 samples of farmers who did not participate the farmers market activities.

The data collected in this research consist of primary data and secondary data. Primary data include direct interviews of the sample farmers using a questionnaire that has been prepared, while the secondary data obtained from the relevant authorities. Data obtained from the field further processed statistically and descriptively.

The reasons of farmers did not participate to the farmers market because they did not aware of any farmers market, know about the farmers market but did not interest in joining, and know the farmers market and never offered to join but now there is no chance to join. The reasons of farmers kept in apart in the activities of farmers market because they could had a great benefit and the activities carried out just two days a week and they could take apart in the exhibition of agricultural activities locally and nationally.

The marketing channels which did not distribute the agricultural products to the farmers market such as producers - traders - large retailers - small retailers - consumers. While for the marketing channels which distributed the agricultural products to farmers markets are from manufacturers directly to consumers. For the efficiency of marketing, both marketing channels are equally efficient because there is no value in exceed of 33 percent.

The comparisons of farmers income who participated and did not participate in farmers market using the Mann-Whitney test of two independent samples, the results of the signifikansi probability value of 0.221 (probability > 0.05) then the decision is received H_0 where it means the income of farmers who participated and did not participate in the farmers market per month wer not significantly different.

RINGKASAN

SERLI NOVITA. “Analisis Perbandingan Sistem Pemasaran Produk Pertanian Petani yang Ikut Kegiatan Pasar Tani dan Petani yang Tidak Ikut Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang” (Dibimbing oleh **IMRON ZAHRI** dan **SARNUBI ABUASIR**).

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui alasan petani dalam mengikuti kegiatan pasar tani dan alasan petani tidak mengikuti kegiatan pasar tani, mengetahui perbandingan efisiensi pemasaran petani yang ikut kegiatan pasar tani dan petani yang tidak ikut kegiatan pasar tani, mengukur tingkat perbedaan pendapatan petani yang ikut kegiatan pasar tani dan petani yang tidak ikut kegiatan pasar tani di Kota Palembang.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Palembang pada bulan Februari-April 2013. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dimana metode yang hanya mengambil sampel dari populasi karena sampel yang diambil dianggap telah mewakili populasi yang dibutuhkan. Metode penarikan contoh yang digunakan pada penelitian ini adalah metode sampel acak berlapis tidak berimbang (*disproportionate stratified random sampling*) dengan mengambil sebanyak 15 sampel petani yang mengikuti kegiatan pasar tani dan 15 sampel petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer meliputi wawancara langsung terhadap petani sampel dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah disiapkan, sedangkan data

sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait. Data yang diperoleh dari lapangan selanjutnya diolah secara statistik dan deskriptif.

Alasan petani tidak mengikuti kegiatan pasar tani bermacam-macam yaitu tidak mengetahui adanya pasar tani, tahu dengan pasar tani tetapi belum ada ketertarikan untuk bergabung, dan tahu dengan pasar tani serta pernah ditawarkan untuk bergabung tetapi sekarang tidak ada kesempatan lagi untuk bergabung. Alasan petani masih mengikuti kegiatan pasar tani yaitu keuntungan besar, kegiatan hanya dilakukan dua hari dalam seminggu dan bisa mengikuti kegiatan pameran dalam kegiatan dinas pertanian diacara lokal maupun nasional.

Saluran pemasaran yang tidak memasarkan produk pertaniannya ke pasar tani rata-rata dari produsen – pedagang pengumpul - pedagang pengecer besar - pedagang pengecer kecil - konsumen. Sedangkan untuk saluran pemasaran yang memasarkan produk pertanian ke pasar tani adalah dari produsen langsung ke konsumen. Untuk nilai efisiensi pemasaran, kedua saluran pemasaran sama-sama efisien karena tidak ada yang melebihi nilai 33 persen.

Perbandingan pendapat petani yang mengikuti kegiatan pasar tani dan petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani dengan menggunakan uji Mann-Whitney dua sampel bebas, hasil signifikansi p-value dengan nilai probabilitas 0,221 (probabilitas > 0,05) maka keputusan yang diambil adalah terima H_0 dimana itu berarti pendapatan petani yang mengikuti kegiatan pasar tani dan petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani per bulan adalah tidak berbeda secara nyata.

**ANALISIS PERBANDINGAN SISTEM PEMASARAN PRODUK
PERTANIAN PETANI YANG IKUT KEGIATAN PASAR
TANI DAN PETANI YANG TIDAK IKUT KEGIATAN
PASAR TANI DI KOTA PALEMBANG**

Oleh

SERLI NOVITA

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian**

Pada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA
2013**

Skripsi Berjudul

**ANALISIS PERBANDINGAN SISTEM PEMASARAN PRODUK
PERTANIAN PETANI YANG IKUT KEGIATAN PASAR
TANI DAN PETANI YANG TIDAK IKUT KEGIATAN
PASAR TANI DI KOTA PALEMBANG**

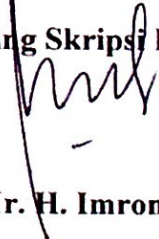
Oleh

SERLI NOVITA

05091001030

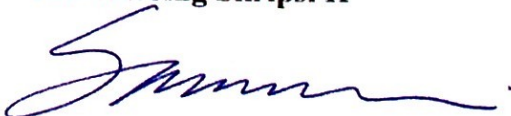
**Telah diterima sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian**

Pembimbing Skripsi I



Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S.

Pembimbing Skripsi II



Ir. H. Sarnubi Abuasir, M.A.

Indralaya, September 2013

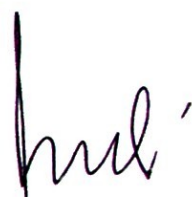

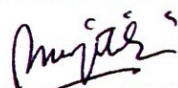

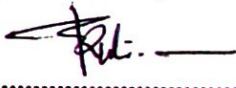
**Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya
Dekan,**



**Dr. Ir. Erizal Sodikin
NIP. 196002111985031002**

Skripsi berjudul “ Analisis Perbandingan Sistem Pemasaran Produk Pertanian Petani yang Ikut Kegiatan Pasar Tani dan Petani yang Tidak Ikut Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang” oleh Serli Novita NIM 05091001030 telah dipertahankan didepan Komisi Penguji pada Tanggal 25 September 2013.

Komisi Penguji

- | | | |
|-----------------------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S. | Ketua | (..... ) |
| 2. Ir. H. Sarnubi Abuasir, M.A. | Sekretaris | (..... ) |
| 3. Dr. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si. | Anggota | (..... ) |
| 4. Elly Rosana, S.P., M.Si. | Anggota | (..... ) |
| 5. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si. | Anggota | (..... ) |

Mengesahkan,

Ketua Program Studi
Agribisnis



Ir. M Yazid, M.Sc., Ph.D.
NIP. 19620510 198803 1 002

PERNYATAAN

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

Indralaya, Oktober 2013

Yang membuat pernyataan,



Serli Novita

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 12 November 1991 di MUBA, yang merupakan anak ketiga dari lima bersaudara. Orang tua bernama Bapak H. Bahctiar dan Ibu Hj. Isni Sudarti.

Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 575 Palembang pada tahun 2003, sekolah menengah pertama di SMP Negeri 33 Palembang pada tahun 2006, dan sekolah menengah atas di SMA Negeri 11 Palembang pada tahun 2009. Pada tahun 2009 penulis berhasil melanjutkan studi di Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Pada semester ganjil 2011/2012 penulis pernah menjadi asisten dosen untuk mata kuliah Sosiologi Pedesaan dan juga semester genap 2011/2012 penulis menjadi asisten dosen untuk mata kuliah Manajemen Produksi. Selain itu, penulis juga pernah tergabung dalam organisasi yang diantaranya Badan Wakaf dan Pengkajian Islam (BWPI) pada tahun 2009-2011 sebagai anggota biro dana dan usaha, Badan Eksekutif Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian (BEMJ-SOSEK) pada tahun 2010/2011 sebagai anggota PPSDM dan tahun 2011-2012 sebagai anggota PENGMAS, dan Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Sriwijaya (BEMU) pada tahun 2011/2012 sebagai anggota kementerian MEDCO.

Penulis melakukan Prakteik Lapangan pada bulan April 2012 dengan judul
“BudidayaTanaman Semangka Hibrida (Non Biji) di Kebun Koleksi dan Percobaan
Tanaman Karet 100 Ha Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya Indralaya”

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Perbandingan Sistem Pemasaran Produk Pertanian Petani yang Ikut Kegiatan Pasar Tani dan Petani yang Tidak Ikut Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang”.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S. yang telah bersedia menjadi pembimbing baik pembimbing akademik dan menjadi pembimbing skripsi I dalam penyusunan skripsi.
2. Bapak Ir. H. Sarnubi Abuasir, M.A. yang telah bersedia menjadi pembimbing skripsi II dalam pembuatan skripsi yang dimulai dari awal pembuatan proposal skripsi hingga selesai penyusunan makalah skripsi.
3. Buya dan Umi yang telah banyak sekali membantu segala hal di dalam hidupku, doa-doa yang selalu ada dalam shalat kalian untuk kami anak-anakmu, semangat dan juga bantuan materi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Yuk Vivin dan yuk Ria yang telah mengingatkan dan selalu menanyakan kabar skripsi agar tidak bersantai dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Kepala Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatra Selatan dan Bu Yen yang telah mengizinkan saya mengambil data mengenai Pasar Tani untuk kepentingan skripsi saya.

6. Kak Horis, Mb Rani dan Mb Gustin yang telah membantu saya dalam mencari ide pembuatan skripsi, dan juga bantuan informasi-informasinya.
7. Kakak, Mb dan Adek-adek tingkat sejurusan terutama Mb Okta, Mb Bahra, Mb Yua, Mb silvi, Mb Anggi, Mb Mitha, dek Mia, dek Robin yang telah mengajarkan, membimbing, membantu dalam hal-hal yang kurang saya mengerti selama dikampus dan memberi semangat dari pertanyaan-pertanyaan kalian.
8. Rekan-rekan diBEMJ SOSEK, BWPI, BEMU, dan lain-lain yang telah banyak mengajarkan cara berorganisasi yang baik untuk membentuk sikap yang lebih disiplin dan dewasa.
9. Rekan-rekan se-angkatan AGB '09 khususnya kepada Keluarga Cemara Dina, Ulfa, Uly, Bayu, Ambal, Jupon, Dona, dan Tomket yang telah melewati hari-hari bersama. Buat Menel, Ebong, Kuncen dan ukhti Pipin atas doa dan kisah-kisah kita. Dan buat Bunda, Teti, Ijan dan Tuvay, terima kasih banyak atas semuanya.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan baik berupa moril maupun materi yang tak bisa saya sebutkan satu per satu.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk kesempurnaan karya ilmiah selanjutnya. Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin.

Indralaya, Oktober 2013

Penulis

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Petan Wilayah Administrasi Kota Palembang	75
2. Identitas Petani Sampel yang Mengikuti Kegiatan Pasar Tani	76
3. Identitas Pembanding Petani yang tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani .	77
4. Biaya Pemasaran Petani 1 yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota	78
5. Harga Jual, Harga Beli, Volume Jual, dan Biaya Pemasaran Lembaga Pemasaran Petani yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	82
6. Harga Jual, Harga Beli, Voluem Jual, dan Biaya Pemasaran Saluran Pemasaran Petani yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	84
7. Harga Jual, Harga Beli, Volume Jual, dan Biaya Pemasaran Saluran Pemasaran Petani yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	85
8. Margin Pemasaran Petani 1 yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani dan Petani 1 yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	86
9. Farmer's Share Petani 1 yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani dan Petani 1 yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	87
10. Efisiensi Pemasaran Petani 1 yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani dan Petani 1 yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	83
11. Biaya Tetap Petani 1 yang Mengikuti Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang	89
12. Biaya Tetap Petani 1 yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Pelembang	104

13. Biaya Tetap Petani 1 yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	108
14. Biaya Variabel Petani 1 yang Mengikuti Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang	110
15. Biaya Variabel Petani 1 yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	116
16. Biaya Variabel Petani 1 yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	127
17. Biaya Tetap Petani 2 yang Tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang	132
18. Biaya Variabel Petani 2 yang Tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang	147
19. Total Biaya Tetap dan Total Biaya Variabel Petani 1 yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani dan Petani 1 yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	159
20. Total Biaya Tetap dan Total Biaya Variabel Petani 2 yang Tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang	160
21. Penerimaan Petani 1 yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	161
22. Penerimaan Petani 1 yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	165
23. Penerimaan Petani 2 yang Tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang	168
24. Penerimaan Total Petani 1 yang Mengikuti Kegiatan Pasar Tani dan Petani 2 yang Tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani	171
25. Pendapatan Petani 1 Yang Memasarkan Produk Pertanian Ke Pasar Tani dan Yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian Ke Pasar Tani	172
26. Pendapatan Total Petani 1 yang Mengikuti Kegiatan Pasar Tani	173
27. Pendapatan Total Petani 2 yang Tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani	174

28. Ujia Mann-Whitney Pendapatan Petani Yang Mengikuti Kegiatan Pasar dan Petani yang Tiadak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani	175
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Model Pendekatan	20
2. Saluran pemasaran 1 petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani di Kota Palembang	46
3. Saluran pemasaran 2 petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani di Kota Palembang	47
4. Saluran pemasaran 3 petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani di Kota Palembang	47
5. Saluran pemasaran 4 petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani di Kota Palembang	48
6. Saluran pemasaran 5 petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani di Kota Palembang	48
7. Saluran pemasaran 6 petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani di Kota Palembang	49
8. Saluran pemasaran 7 petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani di Kota Palembang	49
9. Saluran pemasaran 8 petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani di Kota Palembang	50
10. Saluran pemasaran produsen yang mengikuti kegiatan pasar tani di Kota Palembang	51

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Cara Pengambilan Sampel Petani yang Mengikuti Kegiatan Pasar Tani dan yang Tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang	26
2. Luas Panen Tanaman Padi, Palawija, Sayur-sayuran, dan Buah-buahan di Kota Palembang Tahun 2007-2011 (Ha)	31
3. Jumlah Penduduk menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin pada Pertengahan Tahun 2011	32
4. Komposisi Umur Petani Contoh yang Mengikuti Kegiatan Pasar Tani dan Petani Contohnya yang Tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang	35
5. Tingkat Pendidikan Petani Contoh yang Mengikuti Kegiatan Pasar Tani dan Petani yang Tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang	36
6. Jumlah dan Persentase Alasan Petani Tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang	42
7. Jumlah dan Persentase Alasan Petani Masih Mengikuti Kegiatan Pasar Tani di Kota Palembang	45
8. Biaya Lembaga Pemasaran Petani yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani dan Petani yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	53
9. Penerimaan Lembaga Pemasaran Masing-Masing Komoditi Petani yang Memasarkan Produk Pertanian di Pasar Tani dan yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian Di Pasar Tani di Kota Palembang	55
10. Margin Lembaga Pemasaran Masing-Masing Komoditi Petani yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani dan Petani yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang	57
11. <i>Farmer's Share</i> Lembaga Pemasaran Masing-masing Komoditi Petani yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani dan Petani yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang ..	59

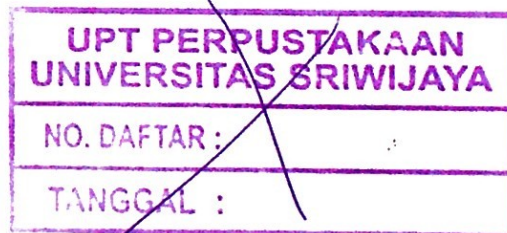
12. Efisiensi Lemabaga Pemasaran Masing-masing Komoditi Petani yang Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani dan Petani yang Tidak Memasarkan Produk Pertanian ke Pasar Tani di Kota Palembang 60
13. Biaya Produksi petani berdasarkan masing-masing produsen per komoditi petani yang mengikuti kegiatan pasar tani dan petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani bulan Februari tahun 2013 di Kota Palembang 62
15. Penerimaan petani berdasarkan masing-masing produsen per komoditi petani yang mengikuti kegiatan pasar tani dan petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani bulan Februari tahun 2013 di Kota Palembang 63
16. Pendapatan petani berdasarkan masing-masing produsen per komoditi petani yang mengikuti kegiatan pasar tani dan petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani bulan Februari tahun 2013 di Kota Palembang 65
17. Analisis Perbandingan Pendapatan petani yang mengikuti kegiatan pasar tani dan petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani bulan Februari tahun 2013 di Kota Palembang 67

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan.....	7
II. KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Konsep Pasar.....	8
2. Konsep Pasar Tani.....	9
3. Konsep Pemasaran.....	11
4. Konsep Efisiensi Pemasaran.....	13
5. Konsep Pendapatan.....	18
B. Model Pendekatan.....	20
C. Hipotesis.....	21
D. Batasan Operasional.....	21
III. PELAKSANAAN PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu.....	25

B. Metode Penelitian	25
C. Metode Penarikan Sampel	25
D. Metode Pengumpulan Data	26
E. Metode Pengolahan data	26
 IV.HASIL DAN PEMASARAN	
A. Keadaan Umum Lokasi	30
1. Lokasi dan Batas Wilayah	30
2. Keadaan Geografi dan Topografi	30
3. Keadaan Penduduk	32
4. Pendidikan	33
5. Kesehatan	33
B. Identitas Petani Sampel	34
C. Wujud Pasar Tani Sriwijaya di Kota Palembang	36
1. Ide Pasar Tani	36
2. Sasaran Pasar Tani	37
3. Operasional Pasar Tani Sriwijaya di Kota Palembang	38
D. Alasan Jalur Pemasaran Produk Pertanian	40
1. Alasan Petani tidak Mengikuti Kegiatan Pasar Tani	41
2. Alasan Petani Mengikuti Kegiatan Pasar Tani	43
E. Pola Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Produk Pertanian	46
1. Saluran Pemasaran Bukan Pasar Tani	46
2. Saluran Pemasaran Pasar Tani	51
3. Biaya Pemasaran Lembaga Pemasaran	52

4. Penerimaan Lembaga Pemasaran	54
5. Margin Pemasaran	56
6. Farmer's Share	57
7. Efisiensi Pemasaran	60
F. Analisa Perbandingan Pendapatan Petani yang Ikut Kegiatan Pasar Tani dan Petani yang Tidak Ikut Kegiatan Pasar Tani	61
1. Biaya Produksi	61
2. Penerimaan	63
3. Pendapatan	64
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	69
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	74





I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang mendapatkan perhatian cukup besar dari pemerintah dikarenakan peranannya yang sangat penting dalam rangka pembangunan ekonomi jangka panjang maupun dalam rangka pemulihan ekonomi bangsa. Peranan sektor pertanian adalah sebagai sumber penghasil bahan kebutuhan pokok, sandang dan papan, menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk, memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional yang tinggi, memberikan devisa bagi Negara dan mempunyai efek pengganda ekonomi yang tinggi dengan rendahnya ketergantungan terhadap impor (*multiplier effect*), yaitu keterkaitan input-output antara industri, konsumsi dan investasi. Dampak penggandaan tersebut relative besar, sehingga sektor pertanian layak dijadikan sebagai sektor andalan dalam pembangunan ekonomi nasional. Sektor pertanian juga dapat menjadi basis dalam mengembangkan kegiatan ekonomi perdesaan melalui pengembangan usaha berbasis pertanian yaitu agribisnis dan agroindustri. Dengan pertumbuhan yang terus positif secara konsisten, sektor pertanian berperan besar dalam menjaga laju pertumbuhan ekonomi nasional (Antara, 2009).

Kabinet Indonesia Bersatu telah menetapkan program pembangunannya dengan menggunakan strategi tiga jalur (*triple track strategy*) sebagai manifestasi dari strategi pembangunan yang lebih *pro-growth, pro-employment, pro-poor*. Operasionalisasi konsep strategi tiga jalur tersebut dirancang melalui hal-hal sebagai berikut:

1. Peningkatan pertumbuhan ekonomi di atas 6,5 persen per tahun melalui percepatan investasi dan ekspor.
2. Pembenahan sektor riil untuk mampu menyerap tambahan angkatan kerja dan menciptakan lapangan kerja baru.
3. Revitalisasi pertanian dan perdesaan untuk berkontribusi pada pengentasan kemiskinan.

Revitalisasi pertanian diartikan sebagai kesadaran untuk menempatkan kembali arti penting sektor pertanian secara proporsional dan kontekstual, melalui peningkatan kinerja sektor pertanian dalam pembangunan nasional dengan tidak mengabaikan sektor lain. Pertanian harus dilihat sebagai sektor yang multi-fungsi dan sumber kehidupan sebagian besar masyarakat Indonesia (Departemen Pertanian,2005).

Kegiatan pembangunan pertanian tahun 2005-2009 dilaksanakan melalui tiga program, yaitu: (1) Program peningkatan ketahanan pangan, (2) Program pengembangan agribisnis, dan (3) Program peningkatan kesejahteraan petani. Operasionalisasi program peningkatan ketahanan pangan dilakukan melalui peningkatan produksi pangan, menjaga ketersediaan pangan yang cukup aman dan halal di setiap daerah setiap saat, danantisipasi agar tidak terkaji kerawanan pangan. Operasionalisasi program pengembangan agribisnis dilakukan melalui pengembangan sentra/kawasan agribisnis komoditas unggulan. Operasionalisasi program peningkatan kesejahteraan petani dilakukan melalui pemberdayaan penyuluhan, pendampingan, penjaminan usaha, perlindungan harga gabah, kebijakan proteksi dan promosi lainnya (Departemen Pertanian,2005).

Upaya mewujudkan pembangunan pertanian tidak terlepas dari berbagai

masalah yang dihadapi, masalah pertama yaitu penurunan kualitas dan kuantitas sumber daya lahan pertanian. Masalah kedua yang dialami saat ini adalah terbatasnya aspek ketersediaan infrastruktur penunjang pertanian yang juga penting namun minim ialah pembangunan dan pengembangan waduk. Ketiga adalah adanya kelemahan dalam sistem alih teknologi. Masalah keempat, muncul dari terbatasnya akses layanan usaha terutama di permodalan. Dan yang kelima yaitu masalah yang juga tidak kalah pentingnya adalah masih panjangnya mata rantai tata niaga pertanian, sehingga menyebabkan petani tidak dapat menikmati harga yang lebih baik, karena pedagang telah mengambil untung terlalu besar dari hasil penjualan (Nugrayasa, 2012).

Seperti yang telah diungkapkan di atas, bahwa sangat banyak masalah yang dihadapi untuk mewujudkan pembangunan pertanian. Semua butuh peran Pemerintah dalam menangani masalah-masalah tersebut, dan masalah yang juga sudah menjadi perbincangan yang cukup lama adalah masalah kelima yaitu panjangnya mata rantai tataniaga pertanian yang menyebabkan petani tidak bisa memperoleh keuntungan yang diinginkan bahkan harga pun bukan petani yang menentukan melainkan pedagang pengumpul desa atau tengkulaklah yang menetapkan harga. Petani tidak bisa berbuat banyak dengan hal itu, banyak faktor yang mempengaruhi seperti yang telah dijelaskan pada lima masalah di atas. Kurangnya informasi, permodalan, infrastruktur penunjang, pendidikan yang rendah dan lain-lain merupakan faktor yang sangat umum yang dimiliki petani. (Wawancara Kepala Bidang Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian).

Apabila pemasaran melibatkan banyak lembaga tataniaga, akan membentuk matarantai yang panjang dari titik produksi sampai ke konsumen. Terbentuknya rantai pemasaran yang panjang ini akan menimbulkan tingginya margin pemasaran, sehingga pemasaran menjadi tidak efisien. Margin pemasaran adalah selisih antara harga di tingkat konsumen (harga eceran) dengan harga di tingkat petani. Rantai pemasaran yang panjang dapat merugikan petani produsen maupun konsumen. Bagi petani produsen, tingkat harga yang diterima menjadi lebih rendah sehingga pendapatannya juga lebih rendah. Sebaliknya bagi konsumen, tingkat harga yang ditawarkan menjadi lebih tinggi sehingga mengurangi daya belinya. Akibatnya, pemasaran menjadi tidak efisien karena daya beli masyarakat menjadi rendah akibat harga yang tidak terjangkau. Untuk mencapai pemasaran yang efisiensi, upayakan agar pemasaran melibatkan hanya sedikit lembaga tataniaga. Bila jumlah lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya sedikit, berarti rantai pemasaran dari titik produsen ke konsumen pendek. Dengan demikian, petani dapat menjual hasil panennya dengan harga lebih tinggi, dan pendapatannya juga meningkat. Disisi lain, tingkat harga yang ditawarkan kepada konsumen lebih rendah dan layak sehingga meningkatkan daya beli. Program pemasaran berjalur pendek dapat mempercepat proses pemasaran dan membuatnya lebih efisien. (Wawancara Kepala Bidang Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian).

Pemerintah peduli dengan masalah-masalah yang dialami oleh petani, oleh karena itu menanggapi hal tersebut pemerintah melakukan salah satu gerakan untuk mengatasi masalah panjangnya mata rantai tataniaga pertanian adalah melalui kegiatan Pasar Tani. Pasar tani merupakan pasar yang menghubungkan langsung

antara petani sebagai produsen dengan pembeli selaku konsumen sehingga mengurangi rantai perdagangan produk pertanian yang panjang. Kegiatan Pasar tani di mulai dari tahun 2008 dan masih berlanjutnya hingga sekarang, pasar tani telah dilaksanakan secara luas di Indonesia dan mendapat respon yang baik dari petani dan konsumen. Secara konseptual Pasar Tani adalah sebuah sarana dan tempat bertemunya pedagang atau petani dengan para konsumen. Pasar Tani berupaya memfasilitasi pedagang/petani untuk dapat secara langsung menjual produknya pada konsumen sehingga memperoleh nilai tambah dan harga yang baik. Program dan kegiatan Pasar Tani digagas dan dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian bekerjasama dengan Pemerintah Daerah dan Asosiasi Pasar Tani (Aspartan). (Direktorat Jendral Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2013).

Pasar Tani merujuk kepada pasar yang khusus menjual barang-barang hasil pertanian seperti sayur-sayuran, buah, hasil olahan pertanian, dan lain sebagainya. Pasar Tani mempunyai konsep dimana petani berpeluang menjual hasil produksi mereka secara langsung kepada orang ramai/konsumen tanpa melalui orang tengah/pemborong/ pedagang pengumpul/ agen. (Kementrian Pertanian, 2012).

Kegiatan Pengembangan Pasar Tani 2012 bertujuan menyediakan sarana pemasaran bagi petani /poktan / gapoktan agar dapat memasarkan hasil pertaniannya secara langsung kepada konsumen, sehingga akan meningkatkan posisi tawar dan membuka akses pasar petani. Pengembangan Pasar Tani dilakukan melalui peningkatan pemanfaatan sarana dan fungsi kelembagaan pemasaran hasil pertanian yaitu Poktan PHP (Poktan Pemasaran Hasil Pertanian / ASPARTAN). Dengan

membangun dan memperluas jaringan pemasaran untuk meningkatkan transaksi hasil pertanian di Pasar Tani (Pedoman Umum Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2012).

Kegiatan pasar tani ini tidak serta merta berlangsung tanpa pengawasan dari pihak pemerintah, pembinaan terhadap pasar tani dilakukan secara berjenjang mulai dari tingkat pusat (Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian cq. Direktorat Pemasaran Domestik), Tingkat Provinsi oleh Dinas Lingkup Pertanian terkait dan Dinas Lingkup Pertanian tingkat Kabupaten/kota. Tidak hanya memberikan pembinaan terhadap kegiatan pasar tani tetapi, dinas Pembina dapat menempatkan satu orang sebagai tenaga pendamping professional non PNS (*site manager*) yang secara intensif membantu manajemen pengurus dan peserta pasar tani (Direktorat Pemasaran Domestik, 2012).

Palembang adalah salah satu daerah yang mengikuti kegiatan pasar tani dengan beranggotakan 25 petani. Kegiatan pasar tani ini sendiri dilakukan di simpang Balai Latihan Kerja (BLK) di setiap hari Rabu dan hari Jumat di Kantor Dinas Pertanian Provinsi Sumatra Selatan dan usahatani dilakukan di beberapa kelurahan yaitu Kelurahan Talang Jambe, Kelurahan Lembang, Kelurahan Borang, Kelurahan Sako Kenten, Kelurahan Lebung Gajah Dan Kelurahan 36 Ilir. Tidak ada perbedaan konsep dari sistem pemasaran antara penjual yang ikut kegiatan pasar tani dengan penjual yang tidak ikut kegiatan pasar tani, tetapi jika kita melihat dengan seksama penjual yang mengikuti kegiatan pasar tani selalu menggunakan pakaian promosi dari Dinas Pertanian dan mereka juga memiliki tenda sendiri dari Dinas Pertanian yang bertuliskan Asosiasi Pasar Tani (Aspartan).

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah yang menjadi alasan petani untuk mengikuti kegiatan pasar tani dan petani yang tidak mengikuti kegiatan pasar tani di Kota Palembang?
2. Bagaimana perbandingan pola pemasaran serta efisiensi pemasaran petani yang ikut kegiatan pasar tani dan yang tidak ikut kegiatan pasar tani di Kota Palembang?
3. Berapa besar tingkat perbedaan pendapatan petani yang ikut kegiatan pasar tani dan petani yang tidak ikut kegiatan pasar tani di Kota Palembang?

C. Tujuan dan Kegunaan

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

- a. Mengetahui alasan petani dalam mengikuti kegiatan pasar tani dan alasan petani tidak mengikuti kegiatan pasar tani di Kota Palembang.
- b. Mengetahui perbandingan pola pemasaran serta efisiensi pemasaran petani yang ikut kegiatan pasar tani dan petani yang tidak ikut kegiatan pasar tani di Kota Palembang.
- c. Mengukur tingkat perbedaan pendapatan petani yang ikut kegiatan pasar tani dan petani yang tidak ikut kegiatan pasar tani di Kota Palembang.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dalam pengembangan Kegiatan Pasar Tani pada peningkatan pendapatan petani yang akan datang dan menjadi masukan bagi instansi atau pihak-pihak yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. 2009. Pembangunan pertanian dengan sistem agribisnis. Jakarta.
- Assuari, S. 2003. Manajemen Pemasaran. Dasar, Konsep, dan Strategi. Rajawali Pers. Jakarta.
- Daniel, M. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Departemen Pertanian. 2005. Rancangan dan strategi pembangunan pertanian. <http://www.damandiri.or.id> (dilihat pukul 9.15 tanggal 18 Maret 2013)
- Direktorat Jendral Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian. 2013. Semarak Pasar Tani Kementrian Pertanian. Jakarta. <http://www.pphp.deptan.go.id>
- Kementrian Pertanian. Direktorat Pemasaran Domestik. 2012. Pedoman teknis pengembangan pasar tani. Jakarta.
- Kotler. 2009. Kajian Sosial Ekonomi. Aditya Media . Yogyakarta.
- Kurt. 2008. Pengantar Teori Ekonomi. Grafindo: Jakarta.
- Limbong, W. H dan P. Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor (Tidak dipublikasikan).
- Mulyati, S.I. 2009. Analisis stok dan distribusi pemasaran beras petani di tiga kabupaten sentra produksi sumsel. Tesis unsri. Palembang (tidak dipublikasikan).
- Nitisemita. 2008. Analisis Usahatani. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Nugrayasa, Oktavia. 2012. 5 masalah yang membelit pembangunan pertanian di Indonesia. Setkab. Jakarta.
- Pedoman Umum Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian. 2012. Pedoman teknis pengembangan pasar tani. Jakarta.
- Sa'id dan Intan. 2001. Prinsip Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian Teori dan Aplikasi. PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Sjarkowi dan Sufri. 2004. Dasar-dasar pemasaran. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

_____. 2007. Teori Ekonomi Produksi. Rajawali Pers. Jakarta.

Sulastri. 2006. Pengantar teori mikroekonomi. Raja grafindo persada. Jakarta.

Suratiah, ken. 2008. Ilmu Usahatani. Jakarta: Penerbit Swadaya.

Triana, S. 2003. Analisis Peluang Pasar Sayuran di Pasar Cinde Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya. (tidak dipublikasikan).