

**ANALISIS EFISIENSI SISTEM PEMASARAN KUBIS DI  
KECAMATAN GISTING KABUPATEN TANGGAMUS**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**Muhammad Fajar Ali**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS EFFICIENCY OF CABBAGE MARKETING SYSTEM IN GISTING SUBDISTRICT, TANGGAMUS REGENCY**

**By**

**MUHAMMAD FAJAR ALI**

This research aims to analyze the efficiency of cabbage marketing system in Gisting Subdistrict. Then, the research is purposively conducted in Gisting Atas and Gisting Permai Villages on April to September 2016. The farmer respondents are chosen randomly, while marketing agency respondents are taken by tracing the marketing channel. The Structure Conduct Performance (S-C-P) method is used for data analysis. The results show that the cabbage marketing system in Gisting Subdistrict is unefficient, with: (a) the market structure faced by farmers is the oligopsony market. (b) the market behavior shows that farmers are still harmed as price takers. (c) there are twelve marketing channels with producer share (PS) is still above 54.49%, high marketing margin, ratio profit margin (RPM) does not spread equally, and price transmission elasticity more than one.

**Keywords:** cabbage, efficiency, marketing, S-C-P method

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS EFISIENSI SISTEM PEMASARAN KUBIS DI KECAMATAN GISTING KABUPATEN TANGGAMUS**

**Oleh**

**MUHAMMAD FAJAR ALI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi sistem pemasaran kubis di Kecamatan Gisting. Penelitian ini dilakukan secara sengaja di Pekon Gisting Atas dan Pekon Gisting Permai pada bulan April-September 2016. Petani responden dipilih secara acak dan lembaga pemasaran responden diambil dengan menelusuri saluran pemasaran. Metode analisis data menggunakan metode S-C-P. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran kubis di Kecamatan Gisting tidak efisien, dimana: (a) struktur pasar yang dihadapi oleh petani adalah struktur pasar oligopsoni. (b) perilaku pasar menunjukkan bahwa petani masih dirugikan dan bertindak sebagai *price taker*. (c) terdapat dua belas saluran pemasaran dengan pangsa produsen (PS) masih di bawah 55%, margin pemasaran tinggi dan rasio margin keuntungan (RPM) tidak menyebar merata, serta elastisitas transmisi harga lebih dari satu.

Kata kunci: efisiensi, kubis, metode S-C-P, pemasaran.

**ANALISIS EFISIENSI SISTEM PEMASARAN KUBIS DI  
KECAMATAN GISTING KABUPATEN TANGGAMUS**

**Oleh**

**MUHAMMAD FAJAR ALI**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA PERTANIAN**

**pada**

**Jurusan Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

Judul Skripsi : **ANALISIS EFISIENSI SISTEM PEMASARAN  
KUBIS DI KECAMATAN GISTING  
KABUPATEN TANGGAMUS**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Fajar Ali**

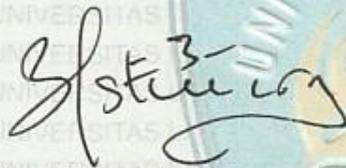
Nomor Pokok Mahasiswa : 1214131064

Jurusan/Program Studi : Agribisnis

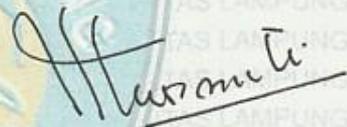
Fakultas : Pertanian

**MENYETUJUI**

1. Komisi Pembimbing

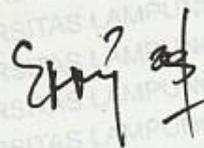


**Ir. Surlaty Situmorang, M.Si.**  
NIP. 19620816 198703 2 002



**Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.**  
NIP. 19621120 198803 2 002

2. Ketua Jurusan/Program Studi

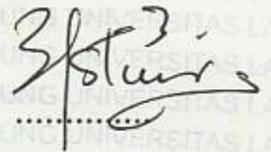


**Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.**  
NIP. 19630203 198902 2 001

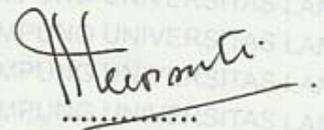
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

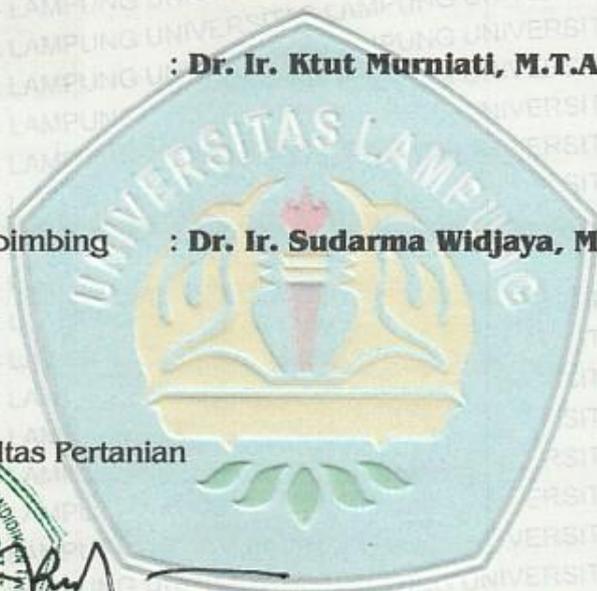
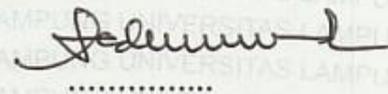
**Ketua : Ir. Surlaty Situmorang, M.Si.**



**Sekretaris : Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.**



**Penguji  
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Sudarma Widjaya, M.S.**



**2. Dekan Fakultas Pertanian**



**Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.S.**  
NIP. 19611020 198603 1 002

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 5 Juni 2017**

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Gisting pada 25 Desember 1994 dari pasangan Bapak Sumarsono dan Ibu Sri Sumi Astaty. Penulis adalah anak ke dua dari empat bersaudara. Penulis menempuh pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Mathla'ul Anwar Landsbaw tahun 2000–2006, Madrasah Tsanawiyah Mathla'ul Anwar Landsbaw tahun 2006-2009, dan Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Sumberejo tahun 2009–2012. Penulis diterima sebagai mahasiswa di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2012 melalui jalur PMPAP dan memperoleh beasiswa Bidik Misi pada semester ke 6.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif di lembaga kemahasiswaan seperti anggota Himpunan Mahasiswa Agribisnis (Himaseperta) yang dilantik pada periode 2013/2014, anggota Duta Fakultas Pertanian Universitas Lampung periode 2014/2015. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata pada bulan Januari-Februari tahun 2015 selama 40 hari di Desa Purwa Negara Kecamatan Negara Batin Kabupaten Way Kanan, dan melaksanakan Praktik Umum pada bulan Juli-Agustus tahun 2015 selama 40 hari di bagian pengadaan input sarana produksi PT. Siger Jaya Abadi Tanjung Bintang Lampung Selatan.

## SANWACANA

Alhamdulillahirobbilalamiin, segalapujisyukurbagi Allah SWT TuhanSemestaAlamkarenaataslimpahanrahmatdankarunia-Nya penulisdapatmenyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Efisiensi Sistem Pemasaran Kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus**”. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan tauladan dalam setiap sisi kehidupan manusia, semoga kelak kita semua akan mendapatkan syafaatnya.

Selama penyelesaian skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, nasihat, dorongan semangat, kritik dan saran yang membangun kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulismengucapkan terima kasih kepada :

1. Ir. Suriaty Situmorang, M.Si., selaku Pembimbing Pertama dan Pembimbing Akademik,atas semua bimbingan, saran,nasihat, dukungan, dan perhatian kepada penulis selama penyelesaian skripsi maupun selama perkuliahan.
2. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A., selaku Pembimbing kedua, atas semua bimbingan, saran, dan nasihat kepada penulis selama penyelesaian skripsi.
3. Dr. Ir. Sudarma Widjaya, M.S., selaku Dosen Pembahas atas masukan, arahan, dan nasihat yang diberikan.

4. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
5. Bang Rio Tantalo (BR/mantan WD 3) yang telah memberikan saya kesempatan untuk mendapatkan beasiswa Bidik Misi.
6. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa.
7. Orang tua tercinta dan keluarga dirumah, yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama menjalani perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini, yaitu Bapak Sumarsono, Ibu Sri Sumi Astaty, Mbah Marmi, Mbah Parmi, Mak Jinem, Mak Suliah, Mbak Putri, Fitri, dan Ibnu
8. Mba Anggun, mas Jojo, mas Agus, Ifo, Pak Siswianto, Pak H. Parman, Ibu Kasinah, atas segala bantuan yang diberikan selama proses penelitian di lapangan.
9. Sahabat-sahabat seperjuangan Agribisnis 2012, yaitu Riki M, Rio K, Hari M, Joule S, Bayu S, Cipta PUS.P., Muher S.P., Bernadus, Ramon, Dolly, Juju, Innaka, Catur, Riki A, Irpan, M. Agung, Imam, Fauzi, Shandy, Yudhi, Tri N, Ade Agung, Nuri, Ryan, Rendi, Erwin, Sofyan, Mamong, Ganefo Valwigo Agus S.P., Pindo, Prima, Arbhi, Andre, Syafri, Zupika, Piqoh, Parastry S.P., Ni Made S.P., Dewi, Dayu, Hardini T, Delia, Lita, Selvi, Khairuni, Maria C.P. S.P., Cherli S.P., Yani, Ulpah, Adel S.P., Ayu O, Ayu Y, Eka, Erni, Febi, Fitri, Mukti S.P., Muin S.P., Octa S.P., Ririn A, Gesa, Ririn P, Yuni, Puspa S.P., Yohana, Yolanda, Yunai S.P., Agnes, Hening, Audina Mutiara S.P., Afsani, Agustia, Desi, Dina, Devi, Yohilda, Etta, Mita, Imung, Nadia, Rahma, Rizka, Santi S.P., Sindy, Meiska, Susi, Tri W, Vanni S.P., Windi S.P., Sheila

S.P., Uli S.P., Ega, Yurlia, Via S.P., Yessi S.P., Yessi L, Dian, Maria M.S, Uce, Nikinius, Yunita Elsa Pane, Wiwit Suryani, Isti, Halimah, Dilla, Arinda, Hesty, Fitri, Ade dan Astuti atas segala kebersamaan, canda tawa, dukungan, nasihat serta saran selama ini. Semoga kelak kesuksesan menyertai kita semua.

10. Alm. Bapak Yufalezi Agus bin H. Agus, atas segala pemberian dan kesempatan yang diberikan kepada saya untuk menjadi orang yang lebih baik.
11. Kanda Yunda 2011, 2010, dan 2009 serta adik-adik 2013, 2014, dan 2015 atas bantuan dan saran kepada penulis selama proses perkuliahan.
12. Seluruh karyawan Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung yaitu Mbak Aik, Mbak Iin, Mbak Fitri, Mas Kardi, dan Mas Bukhori, atas bantuan dan kemudahan selama ini.
13. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis hingga selesai skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang tepat atas segala bantuan yang telah diberikan. Semoga hasil karya ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Akhir kata penulis meminta maaf atas segala kesalahan dan mohon ampun kepada Allah SWT.

Bandar Lampung,

Penulis,

*Muhammad Fajar Ali*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>10</b>
A. Usahatani Kubis .....	10
1. Nilai Ekonomis Kubis .....	10
2. Syarat Tumbuh .....	11
3. Persiapan Benih .....	13
4. Persiapan Lahan.....	14
5. Pemeliharaan Kubis .....	15
6. Hama dan Penyakit.....	17
7. Panen dan Pasca Panen.....	19
B. Teori Pemasaran .....	19
1. Fungsi Pemasaran .....	20
2. Sistem Tataniaga .....	21
3. Efisiensi Pemasaran.....	23
C. Kanjian Penelitian Terdahulu .....	30
D. Kerangka Pemikiran .....	37
E. Hipotesis.....	39
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Metode Dasar Penelitian .....	40
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional .....	40
C. Lokasi, Responden dan Waktu Penelitian.....	45

D. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data .....	47
E. Metode Analisis Data .....	47
1. Struktur pasar.....	48
2. Perilaku pasar .....	48
3. Keragaan pasar .....	49
<b>IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
A. Gambaran Umum Kabupaten Tanggamus .....	53
1. Letak Geografi .....	53
2. Keadaan Demografi .....	54
B. Keadaan Umum Kecamatan Gisting .....	55
1. Letak Geografis.....	55
2. Keadaan Demografi .....	56
3. Keadaan Iklim .....	56
C. Keadaan Umum Pekon Gisting Atas.....	57
1. Letak Geografis.....	57
2. Keadaan Demografi .....	58
3. Keadaan Iklim .....	60
4. Keadaan Pertanian.....	60
D. Keadaan Umum Pekon Gisting Permai.....	61
1. Letak Geografi .....	61
2. Keadaan Demografi .....	62
3. Keadaan Iklim .....	63
4. Keadaan Pertanian.....	63
5. Sarana dan Prasarana .....	64
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
A. Responden Penelitian .....	65
B. Karakteristik Kubis .....	65
C. Karakteristik Lembaga Pemasaran Kubis di Kecamatan Gisting .....	66
1. Petani Kubis (Produsen).....	66
a. Umur petani responden.....	66
b. Tingkat pendidikan .....	67
c. Pengalaman berusahatani .....	68
d. Luas lahan.....	69
2. Pedagang Pengumpul .....	70
3. Tengkulak.....	71
4. Pedagang Besar .....	73
5. Pedagang Pengecer.....	75
a. Pedagang Pengecer Pasar .....	76
b. Pedagang Pengecer Desa.....	77
D. Analisis Efisiensi Pemasaran Kubis .....	79
1. Lembaga dan Fungsi Pemasaran .....	79

a. Petani .....	80
b. Pedagang Pengumpul .....	81
c. Tengkulak .....	81
d. Pedagang Besar .....	82
e. Pedagang Pengecer Pasar .....	83
f. Pedagang Pengecer Desa .....	84
2. Organisasi Pasar .....	85
a. Struktur Pasar .....	85
b. Perilaku Pasar .....	89
c. Keragaan Pasar .....	91
d. Elastisitas Transmisi Harga (Et) .....	100
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>102</b>
A. Kesimpulan .....	102
B. Saran .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>108</b>
Tabel 24 s/d 105 .....	109 s/d 188
Kuesioner penelitian .....	190

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perkembangan jumlah produksi tanaman hortikultura di Indonesia tahun 2011-2014 (Ton) .....	2
2. Perkembangan luas lahan, produksi, dan produktivitas tanaman kubis berdasarkan provinsi di Indonesia tahun 2013-2014 .....	4
3. Luas panen, produksi dan produktivitas tanaman kubis menurut kabupaten/kota di Provinsi Lampung dari tahun 2010 – 2014 .....	5
4. Perkembangan luas panen dan produksi tanaman kubis berdasarkan kecamatan di Kabupaten Tanggamus tahun 2012-2014 .....	6
5. Sebaran penduduk Pekon Gisting Atas berdasarkan umur, 2015 .....	58
6. Jumlah penduduk pekon gisting atas berdasarkan mata pencaharian, 2015 ..	59
7. Jumlah penduduk pekon gisting atas berdasarkan tingkat pendidikan, 2015	60
8. Sebaran penduduk Pekon Gisting Permai berdasarkan dusun, 2015 .....	62
9. Sebaran penduduk Pekon Gisting Permai berdasarkan tingkat pendidikan, 2015.....	62
10. Sebaran responden petani berdasarkan tingkat pendidikannya di kecamatan Gisting, 2016.....	67
11. Sebaran responden petani berdasarkan pengalaman berusahatani di Kecamatan Gisting, 2016.....	68
12. Sebaran responden petani berdasarkan luas lahan, 2016 .....	69
13. Sebaran respondenpedagang pengumpul berdasarkan pendidikan di Kecamatan Gisting, 2016.....	70
14. Sebaran respondenpedagang pengumpul berdasarkan pengalaman usaha (berdagang) di Kecamatan Gisting, 2016 .....	71
15. Sebaran responden tengkulak berdasarkan pendidikan di Kecamatan Gisting, 2016.....	72

16. Sebaran responden tengkulak berdasarkan pengalaman usaha (berdagang) di Kecamatan Gisting, 2016.....	73
17. Sebaran responden pedagang besar berdasarkan pendidikan di Kecamatan Gisting, 2016.....	74
18. Sebaran responden pedagang besar berdasarkan pengalaman usaha (berdagang) di Kecamatan Gisting, 2016 .....	75
19. Sebaran respondenpedagang pengecer pasarberdasarkan tingkat pendidikan di Kecamatan Gisting, 2016.....	76
20. Sebaran respondenpedagang pengecer pasar berdasarkan pengalaman usaha (berdagang) di Kecamatan Gisting, 2016 .....	77
21. Sebaran responden pedagang pengecer desa berdasarkan tingkat pendidikan di Kecamatan Gisting, 2016.....	78
22. Sebaran respondenpedagang pengecer desaberdasarkan pengalaman usaha .....	3
	2
23. Fungsi – fungsi yang dilakukan oleh lembaga pemasaran pemasaran kubis di Kecamatan Gisting, 2016.....	79
24. Sebaran jumlah responden lembaga pemasaran kubis di kecamatan gisting, 2016.....	86
25. Sebaran marjin pemasaran kubis di kecamatan gisting, 2016 (Rp/kg).....	96
26. Sebaran pangsaprodusen kubispada setiap saluran pemasarannya di Kecamatan Gisting, 2016.....	97
27. Rasio keuntungan terhadap biaya (RPM) pada masing-masing saluran pemasaran kubis di Kecamatan Gisting, 2016.....	99
28. Identitas petani responden.....	108
29. Identitas pedagang pengumpul responden .....	110
30. Identitas tengkulak responden.....	111
31. Identitas pedagang besarresponden.....	112
32. Identitas pedagang pengecer pasar responden .....	113
33. Identitas pedagang pengecer desa responden.....	121
34. Volume penjualan serta harga jual kubis petani ke pengecer .....	122
35. Volume penjualan serta harga jual kubis petani ke tengkulak.....	122

36. Volume penjualan serta harga jual kubis petani ke pedagang besar.....	123
37. Volume penjualan serta harga jual kubis petani ke pengumpul.....	123
38. Volume penjualan serta harga jual kubis tengkulak ke pengecer .....	124
39. Volume penjualan serta harga jual kubis tengkulak ke pedagang besar.....	125
40. Volume penjualan serta harga jual kubis pedagang besar ke pengecer .....	126
41. Volume penjualan serta harga jual kubis pedagang besar ke tengkulak.....	128
42. Volume penjualan serta harga jual kubis pengumpul ke pedagang besar.....	128
43. Volume penjualan serta harga jual kubis pengumpul ke pengecer pasar .....	129
44. Volume penjualan serta harga jual kubis pengecer pasar ke pengecerdesa...	129
45. Volume penjualan serta harga jual kubis pedagang besar ke konsumen .....	130
46. Volume penjualan serta harga jual kubis pengecer desa ke konsumen .....	130
47. Volume penjualan serta harga jual kubis pengecer pasar ke konsumen .....	131
48. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 1 .....	136
49. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer pasar pada saluran 1 .....	136
50. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 2 .....	137
51. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis tengkulak pada saluran 2 .....	138
52. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer pasar pada saluran 2 .....	140
53. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 3.....	143
54. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis tengkulak pada saluran 3 .....	143
55. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pedagang besar pada saluran 3 .....	143
56. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 4.....	144

57. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis tengkulak pada saluran 4 .....	145
58. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pedagang besar pada saluran 4 .....	146
59. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer pasar pada saluran 4 .....	149
60. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 5.....	152
61. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis tengkulak pada saluran 5 .....	152
62. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pedagang besar pada saluran 5 .....	152
63. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer pasar pada saluran 5 .....	153
64. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer desa pada saluran 5 .....	153
65. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 6.....	154
66. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis peagang besar pada saluran 6 .....	155
67. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer pasar pada saluran 6 .....	156
68. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 7.....	159
69. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pedagang besar pada saluran 7 .....	159
70. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer pasarpada saluran 7 .....	160
71. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer desapada saluran 7 .....	160
72. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 8.....	161
73. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pedagang besarpada saluran 8 .....	161

74. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis tengkulak pada saluran 8 .....	162	
75. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer pasar pada saluran 8` .....	162	
76. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 9 .....		163
77. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengumpul pada saluran 9 .....	163	
78. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer pasar pada saluran 9 .....	165	
79. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 10 .....		167
80. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengumpul pada saluran 10 .....	167	
81. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer pasar pada saluran 10 .....	167	
82. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer desa pada saluran 10 .....	168	
83. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 11 .....		169
84. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengumpul pada saluran 11 .....	169	
85. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pedagang besar pada saluran 11 .....	170	
86. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer pasar pada saluran 11 .....	171	
87. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis petani pada saluran 12.....	172	
88. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengumpul pada saluran 12 .....	172	
89. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pedagang besar pada saluran 12 .....	172	
90. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer pasar pada saluran 12 .....	173	
91. Volume, tempat penjualan dan biaya pemasaran kubis pengecer desa pada saluran 9 .....	173	

92. Marjin pemasarankubis saluran 1 di Kecamatan Gisting, 2016.....	174
93. Marjin pemasarankubis saluran 2 di Kecamatan Gisting, 2016.....	175
94. Marjin pemasarankubis saluran 3 di Kecamatan Gisting, 2016.....	176
95. Marjin pemasarankubis saluran 4 di Kecamatan Gisting, 2016.....	177
96. Marjin pemasarankubis saluran 5 di Kecamatan Gisting, 2016.....	178
97. Marjin pemasarankubis saluran 6 di Kecamatan Gisting, 2016.....	179
98. Marjin pemasarankubis saluran 7 di Kecamatan Gisting, 2016.....	180
99. Marjin pemasarankubis saluran 8 di Kecamatan Gisting, 2016.....	181
100. Marjin pemasarankubis saluran 9 di Kecamatan Gisting, 2016.....	182
101. Marjin pemasarankubis saluran 10 di Kecamatan Gisting, 2016.....	183
102. Marjin pemasarankubis saluran 11 di Kecamatan Gisting, 2016.....	184
103. Marjin pemasarankubis saluran 12 di Kecamatan Gisting, 2016.....	185
104. Daftar harga di tingkat petani dan konsumen di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus tahun 2015-2016 .....	186
105. Hasil analisis Et kubis di Kecamatan Gisting, 2016.....	188

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Fluktuasi harga kubis di Kabupaten Tanggamus tahun 2013.....	7
2. Fungsi – fungsi tataiaga.....	21
3. Diagram alir penelitian “Analisis Efisiensi Pemasaran Kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus, tahun 2016 .....	39
4. Saluran pemasaran kubis di Kecamatan Gisting .....	94

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor yang berperan besar dalam menyediakan bahan pangan dan mewujudkan ketahanan pangan bagi suatu negara. Pertanian merupakan sektor ekonomi yang mempunyai peran penting di negara berkembang seperti Indonesia, karena sektor pertanian sangat strategis sebagai basis ekonomi rakyat di pedesaan, menguasai hajat hidup sebagian besar penduduk, menyerap tenaga kerja, dan memberikan kontribusi sebesar 6,74% dari PDB nasional (Badan Pusat Statistik, 2014). Sektor pertanian terdiri dari beberapa sub sektor, antara lain tanaman bahan pangan, peternakan, perkebunan, perikanan, kehutanan, dan hortikultura.

Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan beragam produk dari tanaman hortikultura. Kondisi agroklimat yang baik serta ketersediaan sumberdaya sangat mendukung tumbuh kembangnya tanaman hortikultura. Dari berbagai jenis tanaman hortikultura, terdapat beberapa jenis sayuran yang banyak dikembangkan di Indonesia, di antaranya adalah bawang merah, kentang, terung, tomat, dan kubis (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2015). Perkembangan produksi tanaman hortikultura di Indonesia dari tahun 2011-2014 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan jumlah produksi tanaman hortikultura di Indonesia tahun 2011-2014 (Ton)

No	Komoditas	Tahun			
		2011	2012	2013	2014
1.	Bawang Merah	893.124	964.195	1.010.773	1.233.984
2.	Bawang Putih	14.749	17.638	15.766	16.893
3.	Bawang Daun	526.774	596.805	579.973	584.624
4.	Kentang	955.488	1.094.232	1.124.282	1.347.815
5.	Kubis	1.363.741	1.450.037	1.480.625	1.435.833
6.	Kembang Kol	113.491	135.837	151.288	136.508
7.	Petsai/Sawi	580.969	594.911	635.728	602.468
8.	Wortel	526.917	465.527	512.112	495.798
9.	Lobak	27.279	39.054	32.372	31.861
10.	Kacang Merah	9 2,508	93.416	103.376	100.316
11.	Kacang Panjang	458.307	455.615	450.859	450.709
12.	Cabe Besar	888.852	954.360	1.012.879	1.074.602
13.	Cabe Rawit	594.227	702.252	713.502	800.473
14.	Paprika	13.068	8.615	6.833	7.031
15.	Jamur	45.854	40.886	44.565	37.410
16.	Tomat	954.046	893.504	992.780	915.987
17.	Terung	519.481	518.827	545.646	557.040
18.	Buncis	334.659	322.145	327.378	318.214
19.	Ketimun	521.535	511.525	491.636	477.976
20.	Labu Siam	428.197	428.061	387.617	357.552
21.	Kangkung	355.466	320.144	308.477	319.607
22.	Bayam	160.513	155.118	140.980	134.159

Sumber : Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura, 2015

Tabel 1 menunjukkan bahwa tanaman kubis merupakan salah satu tanaman hortikultura yang menempati urutan pertama (1) sebagai komoditi dengan produksi paling tinggi di Indonesia. Tahun 2014, produksi tanaman kubis mencapai 1.435.833 ton atau setara dengan 12,55% dari total produksi tanaman hortikultura di Indonesia. Perkembangan produksi tanaman kubis di Indonesia memberikan kontribusi yang cukup baik untuk produksi tanaman hortikultura nasional.

Penyebaran tanaman kubis di Indonesia telah merata hampir di seluruh provinsi. Terdapat beberapa provinsi yang menjadi sentra produksi tanaman kubis di Indonesia, yaitu : Sumatera Utara, Sumatera Barat, Jambi, Bengkulu, Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Sulawesi Utara dan Sulawesi Selatan. Perkembangan luas lahan, produksi, dan produktivitas tanaman kubis berdasarkan provinsi di Indonesia tahun 2013 - 2014 disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa Provinsi Lampung merupakan provinsi dengan luas panen, produksi, dan produktivitas tanaman kubis paling rendah di Pulau Sumatera. Di Indonesia sendiri, provinsi dengan luas panen tanaman kubis terbesar terletak di Provinsi Jawa Tengah dan Provinsi Jawa Barat, kemudian produktivitas tertinggi terletak di Provinsi Bengkulu. Provinsi Lampung menempati urutan kesebelas (11) dari 33 provinsi di Indonesia dilihat dari luas panen tanaman kubis.

Tahun 2014, Provinsi Lampung mengalami peningkatan produktivitas tanaman kubis yang lebih besar dibandingkan dengan provinsi lainnya. Luas panen kubis di Provinsi Lampung meningkat sebesar 421 ha dari tahun sebelumnya, demikian juga produksinya, meningkat sebesar 11.119 ton dari tahun sebelumnya. Peningkatan luas panen dan produksi tersebut seiring dengan meningkatnya produktivitas kubis yang signifikan, yakni dari 18,52 ton/ha pada tahun 2013 menjadi 21,45 ton/ha pada tahun 2014.

Tabel 2. Perkembangan luas lahan, produksi, dan produktivitas tanaman kubis berdasarkan provinsi di Indonesia tahun 2013-2014

No	Provinsi	Tahun					
		2013			2014		
		Luas panen (ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/ha)	Luas panen (ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/ha)
1	Sumatera Utara	6.958	165.589	23,80	7.163	173.486	24,22
2	Sumatera Barat	3.385	99.811	29,49	2.978	88.693	29,49
3	Jambi	743	15.220	20,48	2.224	51.864	23,32
4	Bengkulu	2.828	102.013	36,07	2.767	98.108	35,46
5	Lampung	715	13.243	18,52	1.136	24.362	21,45
6	Jawa Barat	14.531	319.492	21,99	13.287	296.943	22,35
7	Jawa Tengah	19.258	398.318	20,68	18.031	358.343	19,87
8	Jawa Timur	8.793	197.475	22,46	7.979	201.358	25,24
9	Bali	1.202	35.781	29,77	1.459	42.795	29,33
10	Sulawesi Utara	1.207	30.952	25,64	1.298	23.684	18,25
11	Sulawesi Selatan	2.370	63.627	26,85	1.847	47.675	25,81
Indonesia		65.195	1.477.847	22,67	63.571	1.448.150	22,78

Sumber : Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura, 2015

Kabupaten di Provinsi Lampung yang mengusahakan tanaman kubis hanyalah Kabupaten Tanggamus dan Kabupaten Lampung Barat. Sentra produksi kubis Provinsi Lampung adalah Lampung Barat, seperti disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Luas panen, produksi dan produktivitas tanaman kubis menurut kabupaten/kota di Provinsi Lampung dari tahun 2010 - 2014

Kabupaten	Tahun	Luas Panen (ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/ha)
Tanggamus	2010	396	4.923	12,43
	2011	396	4.950	12,50
	2012	396	4.950	12,50
	2013	246	3.075	12,50
	2014	578	12.344	21,35
Lampung Barat	2010	525	10.568	20,13
	2011	746	11.954	16,02
	2012	483	12.337	25,54
	2013	469	10.168	21,68
	2014	558	12.018	21,53

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2014<sup>b</sup>

Berdasarkan data pada Tabel 3, diketahui bahwa Kabupaten Lampung Barat merupakan sentra produksi kubis di Provinsi Lampung. Luas panen dan produksi kubis di Kabupaten Lampung Barat lebih besar dibandingkan dengan Kabupaten Tanggamus. Tahun 2012, Kabupaten Lampung Barat memiliki Luas panen, produksi, dan produktivitas tanaman kubis tertinggi dan kemudian mengalami fluktuasi pada tahun selanjutnya.

Kabupaten tanggamus merupakan sentra produksi kubis kedua di Provinsi lampung. Pada tahun 2014, Kabupaten Tanggamus mengalami peningkatan yang lebih besar dibandingkan dengan peningkatan yang terjadi pada Kabupaten Lampung Barat, dilihat dari luas panen dan produksi, dimana sebelumnya pada tahun 2013 mengalami penurunan luas panen dan produksi. Sentra produksi

kubis di Kabupaten Tanggamus terdapat pada 5 kecamatan seperti yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Perkembangan luas panen dan produksi tanaman kubis berdasarkan kecamatan di Kabupaten Tanggamus tahun 2012-2014

No.	Kecamatan	Tahun					
		2012		2013		2014	
		Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
1.	Kota Agung	2	25,0	3	37,5	10	213,65
2.	Talang Padang	0	0,0	0	0,0	30	640,95
3.	Wonosobo	0	0,0	0	0,0	16	341,44
4.	Pulau Panggung	0	0,0	0	0,0	23	491,62
5.	Cukuh Balak	0	0,0	0	0,0	50	1.067,00
6.	Pugung	0	0,0	0	0,0	10	213,65
7.	Pematang Sawa	0	0,0	0	0,0	3	64,09
8.	Sumberejo	270	3.375,0	19	237,5	10	213,75
9.	Semaka	0	0,0	30	375,0	184	3.927,48
10.	Ulu Belu	9	112,5	54	675,0	18	384,57
11.	Kelumbayan	0	0,0	0	0,0	17	362,95
12.	Gisting	113	1.412,5	118	1.475,0	21	449,08
13.	Kota Agung Timur	0	0,0	11	137,5	11	235,23
14.	Kota Agung Barat	0	0,0	0	0,0	6	127,92
15.	Gunung Alip	2	25,0	3	37,5	2	42,60
16.	Limau	0	0,0	0	0,0	65	1.387,75
17.	Air Naningan	0	0,0	5	62,5	13	277,87
18.	Bulok	0	0,0	0	0,0	54	1.154,25
19.	Bandar Negeri Semuong	0	0,0	3	37,5	35	748,12
20.	Kelumbayan Barat	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Jumlah		396	4.950,0	246	3.075,0	578	12.344,00

Sumber : Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Tanggamus, 2015

Menurut Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Tanggamus (2015), selama tiga (3) tahun terakhir, 2 kecamatan yang memiliki luas panen dan produksi terbesar yaitu Kecamatan Sumberejo dan Kecamatan Gisting mengalami penurunan tiap tahunnya. Kecamatan Sumberejo mengalami penurunan paling besar di tahun 2013, sedangkan Kecamatan Gisting mengalami penurunan paling besar di tahun 2014.

Tahun 2013 Kecamatan Gisting sempat menempati nomor 1 berdasarkan luas panen, namun tahun 2014 Kecamatan Gisting mengalami penurunan yang drastis, yaitu turun menjadi nomor 8 berdasarkan luas panen. Penurunan luas panen ini terjadi akibat harga rata-rata kubis di tingkat petani pada tahun 2013 sangat rendah, yaitu sebesar Rp.2.568,75/kg. Produksi kubis pada tahun 2014 juga masih tetap rendah, meskipun pada tahun 2014 harga rata-rata kubis di tingkat petani sudah meningkat menjadi Rp.3.833,33/kg. Tingginya produksi kubis yang tidak diimbangi oleh harga yang baik, akan mengakibatkan respon petani menjadi negatif terhadap upaya untuk meningkatkan jumlah produksinya. Fluktuasi harga rata-rata kubis di tingkat petani tahun 2013-2014 dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Fluktuasi harga rata-rata kubis di tingkat petani tahun 2013-2014

Sumber : Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Tanggamus, tahun 2016

Gambar 1 menjelaskan fluktuasi harga yang terjadi sepanjang tahun 2013 – 2014, dimana gejala fluktuasi harga tersebut berkaitan dengan penurunan produksi yang terjadi. Harga tersebut dapat menjadi alasan mengapa terjadi

penurunan produksi pada tahun 2014. Tahun 2013 harga kubis yang diterima petani mengalami fluktuasi, dengan harga yang diterima petani paling tinggi sebesar Rp 3.500,00, dan harga tertinggi yang diperoleh petani pada tahun 2014 sebesar Rp 6.500,00. Peningkatan harga tersebut berbanding terbalik dengan penurunan produksi yang mengalami penurunan dari 1.475 ton pada tahun 2013 menjadi 449,08 ton pada tahun 2014. Gejala tersebut merupakan salah satu indikasi, bahwa terdapat masalah pada pemasaran kubis di Kecamatan Gisting. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan penelitian mengenai efisiensi pemasaran kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah sistem pemasaran kubis di Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus sudah efisien dilihat dari struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar?”

## **C. Tujuan**

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis efisiensi sistem pemasaran kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus dilihat dari struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai :

1. Penambahan informasi bagi pelaku pemasaran kubis di Kecamatan Gisting.
2. Informasi bagi pemerintah dalam menetapkan kebijakan untuk pengembangan sistem pemasaran kubis di Kecamatan Gisting.
3. Sebagai bahan pembandingan dan referensi untuk penelitian sejenis.

## II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

### A. Usahatani Kubis

#### 1. Nilai Ekonomis Kubis

Kubis, dengan nama ilmiah *Brassica oleraceae L*, adalah tanaman yang ditanam di daerah tropik, tepatnya di daerah pegunungan dengan ketinggian di atas 400 m dpl. Kubis merupakan sayuran yang banyak ditanam di dataran tinggi, bahkan di beberapa daerah, tanaman ini sangat dominan, karena lebih mudah perawatannya dibanding kentang yang juga merupakan salah satu sayuran yang ditanam pada dataran tinggi. Kubis segar mengandung banyak vitamin A, B, C, E dan mineral, seperti kalium, kalsium, fosfor, natrium serta besi. Kandungan vitamin C yang cukup tinggi dalam kubis dapat digunakan untuk mencegah *skorbut* (sariawan akut) serta mengandung senyawa yang diperlukan untuk menonaktifkan zat beracun dalam tubuh (Wikipedia, 2015).

Kubis termasuk salah satu di antara 18 jenis sayuran komersil yang dihasilkan Indonesia dan mendapat prioritas pengembangan dalam setiap REPELITA. Tanaman kubis mempunyai nilai ekonomi yang cukup tinggi, karena dijadikan salah satu andalan sumber nafkah para petani dalam

rangka meningkatkan pendapatan dan taraf hidup mereka; juga sebagai komoditas ekspor.

Kubis atau kol dikonsumsi sebagai sayuran daun, di antaranya sebagai lalab (lalap) mentah dan masak, lodeh, campuran bakmi, lotek, pecal, asinan, dan aneka makanan lainnya. Selain enak dan lezat untuk sayur mayur, ternyata kubis juga mempunyai kegunaan sebagai tanaman obat (Rukmana, 1991). Klasifikasi tanaman kubis adalah (Anonim, 2015) :

Kingdom : Plantae (Tumbuhan)  
 Subkingdom : Tracheobionta (Tumbuhan berpembuluh)  
 Super Divisi : Spermatophyta (Menghasilkan biji)  
 Divisi : Magnoliophyta (Tumbuhan berbunga)  
 Kelas : Magnoliopsida (berkeping dua / dikotil)  
 Sub Kelas : Dilleniidae  
 Ordo : Capparales  
 Famili : Brassicaceae (suku sawi-sawian)  
 Genus : Brassica  
 Spesies : *Brassica oleracea* var. *capitata* L.

## 2. Syarat Tumbuh

Kubis merupakan tanaman sayuran yang berasal dari daerah subtropis.

Temperatur untuk pertumbuhan kubis adalah minimum 15.5-18<sup>0</sup>C dan maksimum 24<sup>0</sup>C. Kelembaban optimum bagi tanaman kubis adalah antara 80-90%. Tanah lempung berpasir lebih baik untuk budidaya kubis dari

pada tanah berliat, tetapi tanaman kubis toleran pada tanah berpasir atau liat berpasir. Kemasaman tanah yang baik adalah antara 5,5 - 6,5 dengan pengairan dan drainase yang memadai. Tanah harus subur, gembur dan mengandung banyak bahan organik. Di Indonesia, sebenarnya kubis hanya cocok dibudidayakan di daerah pegunungan berudara sejuk sampai dingin pada ketinggian 1.000 - 2.000 m dpl (Balai Besar Pelatihan Pertanian Lembang, 2012).

Waktu pembibitan memerlukan intensitas cahaya lemah, sedangkan pada stadia pertumbuhan diperlukan intensitas cahaya yang kuat. Tanaman kubis dapat hidup pada suhu udara 10 - 24 °C dengan suhu optimum 17 °C. Kelembaban udara yang baik adalah pada kisaran 60 - 90%. Kelembaban di atas 90% akan mengakibatkan munculnya penyakit busuk lunak berair, penyakit semai rebah, dan penyakit lain yang disebabkan oleh cendawan. Jumlah curah hujan 80% dari jumlah normal (30 cm) memberikan hasil rata-rata 12% di bawah rata-rata normal. Kondisi fisik tanah yang sesuai adalah bertekstur sedang, yaitu liat berpasir, berstruktur remah (gembur), subur, banyak mengandung bahan organik, tetapi masih toleran terhadap tanah yang agak berat. Jenis tanah yang sesuai untuk tanaman kubis adalah *latosol*, *regosol* dan *andosol*, namun kubis masih dapat hidup pada jenis tanah lain, tetapi hasilnya kurang baik. Tanaman kubis dapat tumbuh optimal pada ketinggian 200-2000 m dpl, dan untuk varietas kubis dataran tinggi, tumbuh baik pada ketinggian 1000-2000 m dpl. Laju angin yang tinggi dalam waktu lama (kontinyu), dapat mengakibatkan keseimbangan kandungan air dan udara dalam tanah

terganggu, tanah menjadi kering dan keras, penguraian bahan-bahan organik terhambat, unsur hara berkurang dan menimbulkan racun akibat tidak ada oksidasi gas-gas (Fanis, 2013).

### 3. Persiapan Benih

Benih yang baik harus memenuhi syarat seperti : utuh, bebas hama dan penyakit, murni, diambil dari jenis yang unggul atau stek yang sehat, dan mempunyai daya kecambah 80%, untuk satu hektar kebun diperlukan 100-250 gram tergantung pada ukuran benih. Persemaian dilakukan dalam kotak pembedihan (*tray*), yang dibuat dengan campuran tanah, sekam padi, dan pupuk kandang dengan rasio 1: 1: 1. Benih ditanam ke dalam kotak pembedihan (*tray*) sampai umur 25-30 hari setelah tanam (Balai Besar Pelatihan Pertanian Lembang, 2012).

Cara untuk mempercepat perkecambahan benih dan meningkatkan daya tahan tanaman terhadap serangan penyakit adalah :

- a. Sterilisasi benih, dengan merendam benih dalam larutan fungisida dengan dosis yang dianjurkan atau dengan merendam benih dalam air panas  $55^{\circ}\text{C}$  selama 15-30 menit.
- b. Penyeleksian benih, dengan merendam biji dalam air, dimana benih yang baik akan tenggelam.
- c. Rendam benih selama  $\pm 12$  jam atau sampai benih terlihat pecah agar benih cepat berkecambah.

Kebutuhan benih per hektar tergantung varietas dan jarak tanam, umumnya dibutuhkan 300 gram/ha. Benih harus disemai dan dibumbun sebelum dipindah ke lahan. Penyemaian dapat dilakukan di bedengan atau langsung di bumbung (koker). Bumbung dapat dibuat dari daun pisang, kertas minyak atau *polybag* kecil (Fanis, 2013).

#### 4. Persiapan Lahan

Dua hari sebelum tanam, tanah yang sudah diolah mulai dibedeng-bedengi dengan lebar bedengan 1 m. Bagian yang akan dibuat timbunan ini berguna untuk menutup pupuk kandang yang ditaburkan di atas bedengan. Tanah di atas bedengan harus benar-benar gembur. Untuk itu, tanah harus dicangkul kembali sehingga bongkahan menjadi lebih kecil. Pupuk kandang ditaburkan di atas tanah, kemudian ditutup dengan lapisan tanah setebal 10 cm (Lubis, 2004).

Menurut Balai Besar Pelatihan Pertanian Lembang (2012), pengolahan tanah bertujuan untuk memperbaiki kondisi tanah menjadi lebih gembur, sehingga pertumbuhan akar tanaman maksimal. Pengolahan juga akan memperbaiki tekstur tanah dengan membuat bedengan dengan lebar 1 m, jarak antar bedengan 30 cm dan panjangnya sesuai dengan lahan.

Penggemburan tanah dengan kedalaman 30 - 40 cm. Jarak tanam yang digunakan adalah 50 cm x 50 cm, setelah itu dilakukan penanggulan 2 – 3 cm, pada saat pembuatan bedengan berlangsung, campurkan 12,5 - 17,5 ton/ha pupuk kandang matang, dengan asumsi bahwa populasi tanaman

adalah 25.000 - 35.000 tanaman/ha. Pupuk kandang diberikan sebelum memasang mulsa plastik dan diratakan di atas bedengan

Aplikasi pupuk SP 36, ZA, KCl dengan perbandingan 1: 1: ½ berfungsi untuk penyantaner tanaman vegetative dengan dosis 250 kg dan dicampur dengan tanah di lahan. Metode pemupukan dilakukan dengan meratakan pupuk di atas tanah dengan jarak 1 m dan diberikan 100 gr tiap tanaman,

#### 5. Pemeliharaan Kubis

Awal pertumbuhan (0 – 15 hari) setelah bibit ditanam di lahan, tanaman harus segera disiram dan diberi naungan, bisa dengan batang pisang, bisa juga dengan daun-daunan yang lain supaya tidak layu. Penyiraman dilakukan setiap sore sampai tanaman benar-benar hidup. Pupuk susulan diberikan pada awal pertumbuhan tanaman atau pada saat tanaman berumur 15 hari sebanyak 1 gram Urea tiap tanaman, dengan cara ditaburkan di sekitar tanaman dengan jarak 5 cm dari tanaman.

Pengendalian hama secara mekanis dilakukan dengan cara “pithesan”, yaitu mengambil hama yang ada kemudian dipencet dengan jari (Lubis, 2004).

Fase pembentukan daun (15 – 35 hari), pupuk susulan diberikan kembali sebanyak 5 gram urea tiap tanaman saat tanaman berumur 35 hari.

Pertumbuhan tanaman pada fase ini sangat penting, karena akan mempengaruhi pertumbuhan selanjutnya.

Fase pembentukan krop (35 hari – panen) tanaman peka terhadap serangan penyakit dan ulat jantung kubis. Pengendalian hama dengan cara “pithesan”, yaitu dengan mengambil hama yang ada kemudian dibunuh. Jika krop kubis sudah keras dan masif, maka siap untuk dipanen (Lubis, 2004).

Menurut Balai Besar Pelatihan Pertanian Lembang (2012), pemeliharaan yang perlu dilakukan ialah : (a) penyulaman, jika ada tanaman yang rusak atau mati saat tanaman berumur kira-kira 2 minggu. (b) Penyiangan, dilakukan bersama dengan pemupukan tambahan pada 7-10 hari setelah tanam (HST). Penyiangan dilakukan dengan hati-hati dan tidak terlalu dalam agar tidak merusak akar. (c) Penyiraman dilakukan secara rutin pada pagi atau sore hari. Pada musim kemarau, penyiraman dilakukan 1-2 kali sehari, terutama bila tanaman berada pada tahap awal pertumbuhan dan pembentukan krop.

Selama pertumbuhan, tanaman diberi pupuk susulan sebanyak 3 kali. Pupuk susulan I diberikan 7-10 HST, terdiri atas ZA 150 kg/ha, Urea 75 kg/ha, SP 36-150 kg/ha, dan KCl 75 kg/ha di sekeliling tanaman sejauh 10-15 cm dari batangnya lalu ditimbun tanah. Pupuk susulan II diberikan 20 HST, terdiri atas ZA 150 kg/ha, Urea 75 kg/ha, SP 36-75 kg/ha, dan KCl 150 kg/ha di sekeliling tanaman sejauh 20 cm dari batangnya lalu ditimbun tanah. Pupuk susulan III diberikan 30-35 HST, terdiri atas ZA 150 kg/ha, Urea 100 kg/ha, SP 150 kg/ha, dan KCl 75 kg/ha di sekeliling tanaman sejauh 25 cm dari batangnya lalu ditimbun tanah.

## 6. Hama dan Penyakit

Hama untuk tanaman kubis adalah :

- Ulat *plutella* (*Plutella xylostella* L), yaitu ulat berwarna hijau memakan daun bagian bawah dengan meninggalkan tulang daun
- Ulat *croci* (*Crociodolomia binotalis* Zeller), yaitu ulat berwarna hijau bergaris punggung hijau muda dan berwarna kuning di sisi perut. Akibat serangan ulat ini, massa bunga atau daun disekelilingnya menjadi berlubang.
- Ulat tanah (*Agrotis ypsilon* Hufn), yaitu ulat menyerang tanaman kubis dengan cara memotong titik tumbuh atau pangkal batang tanaman sehingga tangkai daun atau batang rebah dan layu terutama di siang hari.
- Kutu daun (*Aphis brassicae*), yaitu kutu daun menghisap cairan sel sehingga daun menguning dan massa bunga berbintik-bintik kotor. Biasanya, kutu ini hidup berkelompok di permukaan bawah daun atau pada massa bunga. Serangan yang hebat biasanya terjadi di musim kemarau.
- Ulat jengkal (*Trichoplusia* sp.) dan ulat grayak (*Spodoptera* sp), yaitu ulat berukuran panjang 4 cm, pucat pita hijau dan merah muda pada setiap sisi tubuhnya, sementara ulat grayak memiliki bintik-bintik segitiga hitam dan bergaris kekuningan pada sisinya. Keduanya menyerang daun di musim kemarau sehingga daun rusak dan

berlubang menyalakan tulang. Ulat grayak menyerang tanaman beramai-ramai dalam satu kelompok besar.

Penyakit yang menyerang tanaman kubis adalah :

- Busuk hitam, yang disebabkan oleh bakteri *Xanthomonas campestris* Dows. Penyakit ini bersifat tular benih (*seed born*) yang menyerang semua fase pertumbuhan kubis bunga. Infeksi di lapangan terjadi melalui bekas gigitan serangga atau luka. Gejalanya adalah terdapat bercak coklat kehitam-hitaman pada daun, batang, tangkai, bunga maupun massa bunga. Batang dan massa bunga menjadi busuk sehingga tidak dapat dipanen.
- Busuk lunak, yang disebabkan bakteri *Erwinia carotovora* Holland. Penyakit ini menyebabkan busuk lunak pada tanaman di kebun dan pasca panen. Infeksi terjadi setelah busuk hitam melalui luka pada pangkal bunga yang hampir dipanen atau melalui akar yang terluka. Gejalanya adalah Busuknya batang atau pangkal bunga dengan tiba-tiba.
- Akar bengkak, yang disebabkan oleh jamur *Plasmidiophora brassicae* Wor. Gejalanya adalah layu tanaman seperti kekurangan air dan segar kembali di malam hari, setelah waktu yang lama, pertumbuhan menjadi terhambat dan tidak bisa mekar. Selain akar tanaman membengkak terlihat banyak bintik-bintik hitam pada akar.

Pengendalian hama dilakukan secara terpadu, meliputi rotasi tanaman dengan tanaman selain keluarga Cruciferae, menyebarkan mikroba ke

musuh alami, dan menggunakan pestisida, baik secara biologis maupun kimiawi (Balai Besar Pelatihan Pertanian Lembang, 2012).

## 7. Panen dan Pasca Panen

Tanaman kubis dapat dipanen hasilnya setelah kropnya besar dan padat.

Umur tanaman tersebut kira-kira 3 - 4 bulan setelah di semai. Panen kubis dilakukan setelah umurnya mencapai 60-90 hari sejak ditanam di lahan, sebelum bunganya mekar, dan sewaktu kropnya masih berwarna hijau.

Pemungutan tidak boleh terlambat karena kropnya akan pecah (retak) dan kadang-kadang busuk. Jika terjadi pada kubis bunga, bunganya akan

pecah dan bertangkai hingga mutunya menjadi rendah. Tanaman yang terawat dengan baik dan tidak terserang hama atau penyakit, dapat

menghasilkan krop antara 10 - 40 ton tiap hektar, tergantung jenis kubis.

Kubis telur hasilnya dapat mencapai 30 - 40 ton krop bersih per hektar,

kubis tunas 10 - 15 ton krop tiap hektar, sedangkan kubis bunga/brokoli 5 - 10 ton bunga per hektar (Balai Besar Pelatihan Pertanian Lembang, 2012).

## B. Teori Pemasaran

Menurut Mubyarto (1989) dalam Agustina (2008), istilah tataniaga diartikan sama dengan pemasaran, yaitu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan (fungsi) pemasaran yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status

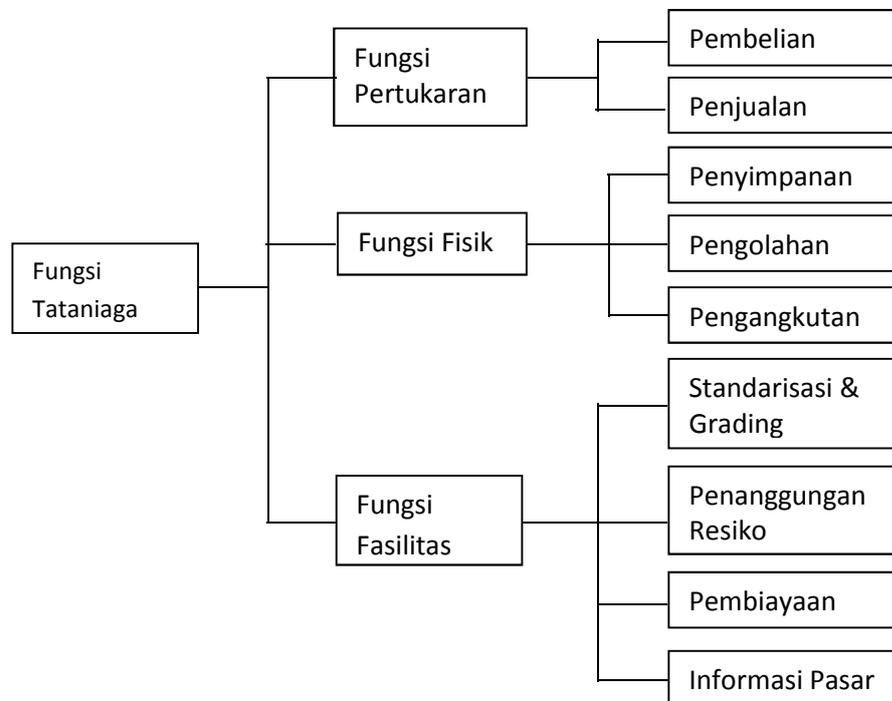
pemilikannya dari produsen ke konsumen (Kotler, 2001). Lembaga tataniaga juga memegang peranan penting dan menentukan saluran pemasaran. Fungsi lembaga ini berbeda satu sama lain, dicirikan oleh aktivitas yang dilakukan dan skala usahanya (Soekartawi et al, 1989) dalam Sinaga dkk (2011).

Tataniaga adalah proses sosial dan manajerial yang ditandai dengan seseorang atau kelompok orang yang memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, pertukaran produk dan nilai (Hasyim, 2012).

### 1. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran merupakan kegiatan pokok yang harus dilakukan untuk menyelesaikan proses pemasaran. Proses pemasaran meliputi beberapa fungsi yang harus dilaksanakan oleh produsen dan lembaga-lembaga yang terlibat dalam mata rantai pemasaran. Fungsi pemasaran ini harus diakomodasikan oleh produsen dan rantai saluran barang dan jasa, serta lembaga-lembaga lain yang berperan dalam proses pemasaran (Hasyim, 2012). Lebih lanjut Hasyim (2012) menjelaskan bahwa fungsi-fungsi tataniaga secara teoritis dapat digolongkan ke dalam tiga golongan, yaitu fungsi pertukaran (*exchange functional*), fungsi fisik (*physical functional*), dan fungsi fasilitas (*facilitating functional*). Fungsi pertukaran menciptakan kegunaan hak milik, fungsi fisik menciptakan kegunaan waktu, bentuk, dan tempat, sedangkan fungsi fasilitas menciptakan kegunaan standarisasi, dan grading, penanggungan risiko, pembiayaan, dan informasi pasar. Dari tiga golongan fungsi tataniaga tersebut, dapat terbagi menjadi sembilan fungsi, yaitu fungsi pembelian, penjualan,

penyimpanan, pengolahan, pengangkutan, standarisasi, dan grading, penanggungan risiko, pembiayaan, dan informasi pasar, seperti Gambar 2.



Gambar 2. Fungsi-fungsi tataniaga  
Sumber : Hasyim, 2012

## 2. Sistem Tataniaga

Menurut Mubyarto (1989) dalam Agustina (2008), sistem tataniaga pertanian dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat, yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani kepada konsumen, dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir, kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut. Tataniaga mencakup segala kegiatan dan usaha yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik dari barang-barang

hasil pertanian dan kebutuhan usaha pertanian dari produsen ke tangan konsumen, termasuk di dalamnya kegiatan-kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang yang dimaksud untuk lebih memudahkan penyalurannya dan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumennya (Limbong dan Sitorus, 1987) dalam Ramadinata dkk (2014).

Fungsi pertukaran dalam pemasaran produk-produk pertanian adalah kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan dalam sistem pemasaran. Fungsi pertukaran ini terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian. Fungsi fisik adalah kegiatan-kegiatan yang secara langsung diberlakukan terhadap komoditi pertanian, sehingga komoditi-komoditi tersebut mengalami tambahan guna tempat dan guna waktu. Berdasarkan definisi tersebut, maka fungsi fisik meliputi kegiatan pengangkutan dan penyimpanan.

Fungsi fasilitas, pada hakekatnya adalah fungsi untuk memperlancar fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Fungsi penyediaan fasilitas merupakan usaha-usaha perbaikan sistem pemasaran untuk meningkatkan efisiensi operasional dan efisiensi penetapan harga. Fungsi penyediaan fasilitas ini meliputi standarisasi, pengurangan resiko, informasi harga, dan penyediaan dana (Sudiyono, 2004).

### 3. Efisiensi Pemasaran

Menurut Soekartawi (1989) dalam Sinaga dkk (2011), suatu sistem pemasaran dikatakan sudah efisien apabila memenuhi kriteria efisiensi seperti: (a) apabila persentase perbedaan harga yang dibayar konsumen dan diterima produsen tidak terlalu tinggi, (b) mampu mendistribusikan pembagian keuntungan yang adil di antara para pelaku - pelaku pemasaran, (c) apabila biaya-biaya pemasaran dapat ditekan seminim mungkin, (d) apabila tersedia fasilitas fisik yang memadai yang dapat menjamin kelancaran arus barang, dan (e) ada kompetisi yang sehat. Menurut Hasyim (2012), untuk melakukan analisis terhadap sistem pemasaran atau organisasi pasar dapat dilakukan dengan model S-C-P (*structure, conduct dan performance*).

Sistem pemasaran atau organisasi pasar dapat dikelompokkan ke dalam tiga komponen, yaitu :

a. Struktur pasar

Struktur pasar (*market structure*) merupakan gambaran hubungan antara penjual dan pembeli, yang dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar (*entry condition*). Struktur pasar dikatakan bersaing sempurna, bila jumlah pembeli dan penjual banyak, pembeli dan penjual hanya menguasai sebagian kecil dari barang yang dipasarkan, sehingga masing-masing tidak dapat mempengaruhi harga pasar (*price maker*), tidak ada gejala konsentrasi, produk homogen, dan bebas untuk keluar masuk pasar. Struktur pasar yang tidak bersaing sempurna terjadi pada pasar monopoli (hanya ada penjual tunggal), pasar monopsoni (hanya ada

pembeli tunggal), pasar oligopoli (ada beberapa penjual), dan pasar oligopsoni (ada beberapa pembeli).

b. Perilaku pasar

Perilaku pasar (*market conduct*) merupakan gambaran tingkah laku lembaga pemasaran dalam menghadapi struktur pasar, untuk tujuan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, yang meliputi kegiatan pembelian, penjualan, penentuan harga, serta siasat pasar, seperti : potongan harga, tawar - menawar, dan lain-lain.

c. Keragaan pasar

Keragaan pasar (*market performance*) merupakan gambaran gejala pasar yang tampak akibat interaksi antara struktur pasar (*market structure*) dengan perilaku pasar (*market conduct*). Interaksi antara struktur pasar dengan perilaku pasar cenderung bersifat kompleks dan saling mempengaruhi secara dinamis. Untuk menganalisis keragaan pasar digunakan beberapa indikator, yaitu:

(1) Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dapat diartikan sebagai suatu jalur atau hubungan yang dilewati oleh barang-barang, aktivitas dan informasi dari produsen sampai kepada konsumen, dimana dalam saluran pemasaran tersebut terdapat 4 (empat) komponen utama

yang membentuk suatu rantai atau saluran pemasaran, yaitu produk, pelaku, aktivitas, dan input (Kotler, 2001). Menurut Hasyim (2012),

saluran pemasaran merupakan suatu jalur (arus) yang dilalui oleh barang - barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke konsumen. Saluran pemasaran adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara permintaan fisik dan hak dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Selanjutnya, menurut Hanafiah dan Saefudin (1983) dalam Wulandari (2008), panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui oleh suatu komoditas tergantung dari beberapa faktor, yaitu : (a) jarak antara produsen dan konsumen , (b) cepat tidaknya produk rusak, (c) skala produksi, dan (d) posisi keuangan produsen.

Menurut Hanafiah dan Saefudin (1983) dalam Wulandari (2008), ada lima saluran tataniaga yang mungkin terjadi, yaitu:

- (a) Produsen → konsumen akhir
- (b) Produsen → pengecer → konsumen
- (c) Produsen → pedagang besar → pedagang kecil → pengecer → konsumen
- (d) Produsen → pedagang kecil → pengecer → konsumen
- (e) Produsen → pedagang besar → pengecer → konsumen

## (2) Harga, biaya dan volume penjualan

Keragaan pasar juga berkenaan dengan harga, biaya dan volume penjualan pada masing-masing tingkat pasar, dimulai dari tingkat petani sebagai produsen, pedagang perantara sampai ke konsumen akhir.

Harga merupakan masalah pokok bagi pembeli maupun penjual di

pasar. Semua tingkat dari produksi (melalui proses tataniaga) hingga ke konsumen akhir, harus terus-menerus memperhatikan harga-harga barang dan jasa. Harga dilihat dari sudut produsen sangat mungkin mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap keuntungan bersih dan usahanya. Informasi harga dapat membantu produsen menentukan volume penjualan. Bagi pedagang, perbedaan biaya dan harga penjualan sangat menentukan margin pada setiap transaksi yang terjadi di pasar. Konsumen akan mengambil keputusan apakah ia akan membeli atau tidak, termasuk menetapkan jumlah yang akan dibeli berdasarkan harga tersebut (Hasyim, 2012)

(3) Pangsa produsen (*producer share*)

Analisis pangsa produsen atau *producer share* (PS) digunakan untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh produsen, yang dinyatakan dalam presentase (Hasyim, 2012). Semakin tinggi pangsa produsen, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. Pangsa produsen dirumuskan sebagai :

$$PS = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

di mana:

PS = Bagian harga yang diterima produsen

Pf = Harga di tingkat produsen

Pr = Harga di tingkat konsumen

Menurut Limbong dan Sitorus (1987) dalam Ramadinata dkk (2014), *producer share* merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk

menentukan efisiensi pemasaran dari suatu komoditas. *Producer share* mempunyai hubungan yang negatif dengan margin pemasaran, sehingga semakin tinggi margin pemasaran maka bagian yang diperoleh produsen akan semakin rendah.

#### (4) Margin pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Perhitungan margin pemasaran digunakan untuk melihat aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi - fungsi pemasaran, yang mengakibatkan adanya perbedaan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen akhir (Sudiyono, 2004).

Hasyim (2012) berpendapat bahwa, yang dimaksud dengan margin pemasaran secara umum adalah perbedaan harga - harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran. Dalam bidang pertanian, margin pemasaran dapat diartikan sebagai perbedaan harga pada tingkat usahatani dengan harga di tingkat konsumen akhir atau dengan kata lain perbedaan harga antara dua tingkat pasar.

Margin pemasaran atau *farm retail spread* adalah perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen akhir untuk suatu produk dengan harga yang diterima oleh produsen. Besarnya margin pemasaran ini oleh lembaga pemasaran digunakan atau dialokasikan untuk biaya-biaya pengumpulan, pengolahan, pergudangan, *packing*, dan keuntungan pedagang (Ginting, 2006).

Azzaino (1982) dalam Ramadinata dkk (2014) mengemukakan bahwa, alat-alat untuk mempelajari efisiensi sistem tataniaga dalam struktur pasar tertentu dapat memakai konsep - konsep statistik sederhana, di antaranya analisis biaya dan margin pemasaran. Informasi margin dan biaya tataniaga secara langsung dapat memberi petunjuk, apakah struktur pasar komoditi tertentu berada pada pasar persaingan sempurna atau persaingan tidak sempurna. Perbedaan perlakuan atau kegiatan pemasaran suatu komoditi oleh setiap lembaga pemasaran akan menyebabkan perbedaan harga jual. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran suatu komoditi, maka akan semakin besar perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Indikator lain yang digunakan untuk menilai efisiensi sistem pemasaran adalah *ratio profit margin* (RPM) atau rasio margin keuntungan, yang merupakan perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran tertentu.

(5) Elastisitas transmisi harga

Hasyim (2012) menyatakan bahwa elatisitas transmisi harga adalah rasio perubahan relatif (nisbi) dari harga eceran dengan perubahan relatif harga di tingkat petani, dengan persamaan :

$$Et = \frac{\partial Pr / Pr}{\partial Pf / Pf} \dots\dots\dots(2)$$

atau

$$Et = \frac{\partial Pr}{\partial Pf} \cdot \frac{Pf}{Pr} \dots\dots\dots(3)$$

Harga mempunyai hubungan linier, dimana  $P_f$  merupakan fungsi dari  $P_r$ , yang secara matematis dapat ditulis sebagai :

$$P_f = a + b P_r \dots\dots\dots(4)$$

Dari persamaan (4) diperoleh bahwa :

$$\frac{\partial P_f}{\partial P_r} = b \dots\dots\dots(5)$$

Jika persamaan (5) dimasukkan ke dalam persamaan (3), maka diperoleh:

$$E_t = \frac{1}{b} \cdot \frac{P_f}{P_r} \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan :

$E_t$  = Elastisitas transmisi harga

$\partial$  = Diferensiasi atau turunan

$P_f$  = Harga rata-rata di tingkat produsen

$P_r$  = Harga rata-rata di tingkat konsumen akhir

$a$  = Konstanta atau titik potong

$b$  = Koefisien regresi

Menurut Hasyim (2012), kriteria pengukuran pada analisis elastisitas transmisi harga adalah :

- (1) Jika  $E_t = 1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) sama dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, sehingga pasar dianggap sebagai pasar yang bersaing sempurna dan sistem pemasaran telah efisien.
- (2) Jika  $E_t > 1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) lebih besar dibandingkan laju perubahan harga di

tingkat produsen. Hal ini menggambarkan bahwa pemasaran yang terjadi merupakan pemasaran bersaing tidak sempurna. Dengan kata lain, sistem pemasaran yang berlangsung tidak efisien.

- (3) Jika  $E_t < 1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) lebih kecil dari pada laju perubahan harga di tingkat produsen, artinya pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar bersaing tidak sempurna, dan dengan demikian sistem pemasaran yang berlangsung tidak efisien.

### C. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2008), yang berjudul “Analisis Tataniaga dan Keterpaduan Pasar Kubis di Desa Cimenyan Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat”, menyimpulkan bahwa terdapat tiga saluran tataniaga kubis di Desa Cimenyan, yaitu: (1) Petani → Pedagang → Pengumpul I → Grosir → Pengecer → Konsumen akhir, (2) Petani → Pedagang Pengumpul II → Grosir → Pengecer → Konsumen akhir, dan (3) Petani → Grosir → Pengecer → Konsumen akhir. Saluran tataniaga yang memberikan keuntungan paling besar bagi petani adalah saluran 3, dengan nilai total margin sebesar Rp 1.681,87, *farmer's share* sebesar 55,81%, rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 2,28, rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 2,28, artinya satu rupiah yang dikeluarkan untuk biaya tataniaga kubis akan memberikan keuntungan sebesar Rp 2,28. Analisis keterpaduan pasar antara pasar produsen (pasar Induk Caringin) dengan pasar konsumen (pasar Induk Kramat Jati) menunjukkan bahwa pada

kedua pasar tersebut memiliki keterpaduan jangka pendek dengan nilai IMC masing-masing  $< 1$ , yaitu 0,920 dan 0,228. Nilai koefisien variabel bebas  $b_2$  pada masing-masing analisis  $< 1$ , yaitu 0,459 dan 0,674. Hal ini menunjukkan bahwa, tidak ada keterpaduan jangka panjang antara kedua pola tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa struktur pasar yang terjadi dalam tataniaga kubis ini adalah tidak bersaing sempurna.

Ramadinata dkk (2014) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Produk Duku Lampung melalui Pendekatan Serba Fungsi di Kabupaten Lampung Selatan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran duku Lampung di Kecamatan Katibung Kabupaten Lampung Selatan tidak efisien, karena beberapa fungsi pemasaran tidak dijalankan dengan benar, seperti fungsi penyimpanan, dan fungsi pembiayaan, serta berdasarkan *producer share* yang relatif kecil ( $< 50\%$ ), margin pemasaran yang besar, yaitu nilainya lebih dari dua kali lipat harga jual petani, dan *ratio profit margin* di antara lembaga pemasaran tidak merata.

Manullang (2014) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Karet (*Havea brasiliensis*) Rakyat di Kecamatan Bahuga Kabupaten Way Kanan”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar, perilaku pasar dan keragaan pasar pada pemasaran karet rakyat di Kecamatan Bahuga Kabupaten Way Kanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran karet (*Havea brasiliensis*) di Kabupaten Way Kanan belum efisien, yaitu : (1) struktur pasar yang terbentuk adalah pasar oligopsoni, (2) perilaku pasar menunjukkan bahwa petani karet tidak

mengalami kesulitan dalam memasarkan hasil panennya, dan (3) keragaan pasar menunjukkan bahwa terdapat lima saluran pemasaran dengan margin relatif besar, *ratio profit margin* tidak merata, dan elastisitas transmisi harga sebesar 0,064.

Pradika, dkk (2013) melakukan penelitian tentang “Analisis Efisiensi Produksi dan Pemasaran Ubi Jalar (*Ipomoea batatas*) di Kabupaten Lampung Tengah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran ubi jalar belum efisien, dilihat dari (a) struktur pasar yang terbentuk adalah oligopsoni, (b) perilaku pasar, petani menerapkan sistem pembayaran secara tunai dan melalui proses tawar-menawar, (c) keragaan pasar, yaitu terdapat empat saluran pemasaran ubi jalar, dengan margin pemasaran dan *ratio profit margin* (RPM) yang penyebarannya tidak merata, serta elastisitas transmisi harga ( $E_t$ ) bernilai 0,695 ( $E_t < 1$ ) yang menunjukkan bahwa pasar yang terjadi adalah pasar tidak bersaing sempurna. Namun pangsa produsen pada pemasaran ubi jalar di Kabupaten Lampung Tengah cukup tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa posisi tawar petani dalam menghadapi pembeli relatif kuat, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran ubi jalar di Kabupaten Lampung Tengah cukup efisien dilihat dari pangsa produsen.

Penelitian Sinaga dkk (2011) dengan judul “Analisis Tataniaga Sayuran Kubis Ekspor di Desa Saribudolok Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun” bertujuan untuk menganalisis saluran tataniaga; menganalisis fungsi tataniaga yang dilakukan oleh setiap lembaga tataniaga; menganalisis biaya tataniaga, *price spread*, dan *share margin* lembaga tataniaga; dan

menganalisis efisiensi tataniaga kubis ekspor di daerah penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ; terdapat satu saluran tataniaga kubis ekspor di daerah penelitian, yaitu Petani Gapoktan Eksportir; Setiap lembaga tataniaga melakukan fungsi tataniaga yang berbeda; biaya, *price spread*, dan margin pemasaran yang cukup tinggi, serta *share margin* yang diperoleh petani relatif rendah (40%), berdasarkan hasil tersebut maka saluran tataniaga kubis ekspor di daerah penelitian dikatakan tidak efisien.

Sibarani, dkk (2011) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pemasaran Andaliman (*Zanthoxylum Acanthopodium Dc*) di Pasar Kota Medan“. Hasil penelitian adalah terdapat 10 jenis saluran pemasaran andaliman yang melibatkan lembaga-lembaga pemasaran, yaitu : (1) Pedagang Grosir Pedagang Luar Propinsi, (2) Pedagang Grosir Konsumen Usaha Rumah Makan Khas Batak, (3) Pedagang Grosir Konsumen Usaha Catering Batak, (4) Pedagang Grosir Pedagang Pengecer I (A) Konsumen Usaha Rumah Makan Khas Batak, (5) Pedagang Grosir Pedagang Pengecer I (A) Konsumen Usaha Catering Khas Batak, (6) Pedagang Grosir Pedagang Pengecer I (A) Konsumen Rumah Tangga, (7) Pedagang Grosir Pedagang Pengecer I (B) Konsumen Rumah Tangga, (8) Pedagang Grosir Pedagang Kelontong (A) Konsumen Rumah Tangga, (9) Pedagang Grosir Pedagang Pengecer I (A) Pedagang Kelontong Konsumen Rumah Tangga, (10) Pedagang Grosir Pedagang Pengecer I (A) Pedagang Pengecer II Konsumen Rumah Tangga. Saluran pemasaran dengan biaya paling rendah dilakukan oleh pedagang pengecer I (A) pada saluran VI sebesar 1,02% dengan total biaya pemasaran sebesar Rp.

409,06/Kg dan total nilai produk sebesar Rp. 40.000,-/Kg, sedangkan saluran pemasaran dengan biaya pemasaran paling besar dilakukan oleh pedagang grosir pada saluran I sebesar 14,34% dengan total biaya pemasaran Rp. 5.735,45/Kg dan total nilai produk Rp. 40.000,-/Kg

Pohan, dkk (2011) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Nilai Tambah dan Pemasaran Kopra (Kasus: Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan)”. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai tambah yang diperoleh petani kelapa bulat menjadi kelapa kupas tergolong tinggi, yakni sebesar 61,5%, nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan kelapa kupas menjadi kopra tergolong rendah, nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan kopra menjadi tepung tergolong rendah, nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan kopra menjadi minyak tergolong tinggi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat 2 saluran pemasaran di daerah penelitian. Biaya pemasaran tertinggi terdapat pada saluran I (Petani-Pedagang Pengumpul– Pedagang Besar), sedangkan biaya pemasaran terendah terdapat pada saluran pemasaran II (Petani-Pedagang Besar). Saluran tataniaga yang ada sudah efisien, dimana saluran pemasaran II lebih efisien dari saluran pemasaran I, karena saluran pemasarannya lebih pendek dan biayanya lebih sedikit.

Karokaro, dkk (2011) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Kakao (Studi Kasus : Desa Lau Sireme, Desa Lau Bagot, dan Desa Sukandebi, Kecamatan Tigalingga, Kabupaten Dairi)”. Tujuan penelitian adalah menganalisis hubungan saluran pemasaran komoditi kakao

dengan efisiensi saluran pemasaran di Desa Lau Sireme, Desa Lau Bagot, Desa Sukandebi, Kecamatan Tigalingga, Kabupaten Dairi dan menganalisis perbedaan efisiensi pemasaran, bila petani menjual kepada pedagang pengumpul desa atau pedagang besar (kecamatan) yang membeli langsung ke lahan usahatani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa derajat hubungan antara saluran pemasaran dengan efisiensi pemasaran tinggi. Ada perbedaan nyata antara saluran pemasaran I (petani → pedagang pengumpul desa) dengan saluran pemasaran II (petani → Pedagang Besar). Saluran pemasaran II lebih efisien dari saluran pemasaran I.

Prayitno, dkk (2013) melakukan penelitian dengan judul “Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui efisiensi pemasaran cabai merah di Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran cabai merah di Kabupaten Pringsewu efisien. Hal ini terlihat dari pangsa produsen lebih besar dari 70% ( $PS > 70\%$ ), meskipun struktur pasar cabai merah di Kabupaten Pringsewu adalah pasar tidak bersaing sempurna (oligopsoni), keragaan pasar cabai merah di Kabupaten Pringsewu menunjukkan ada tiga saluran pemasaran, dengan penyebaran marjin dan *rasio profit margin* yang tidak merata antar lembaga pemasaran, korelasi harga relatif sedang ( $r = 0,728$ ), dan nilai elastisitas transmisi harga lebih besar dari satu ( $Et > 1$ ).

Anggraini, dkk (2013) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu di Provinsi Lampung”. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa sistem pemasaran ubi kayu di Provinsi Lampung sudah efisien, dilihat dari pangsa produsen (PS) yang lebih dari 80%, walaupun: (1) Struktur pasar yang terbentuk adalah pasar yang hampir mendekati pasar bersaing sempurna, yaitu pasar persaingan oligopsonistik. (2) Perilaku pasar : petani produsen ubi kayu tidak menghadapi kesulitan dalam memasarkan hasil panennya, sistem pembayaran dominan dilakukan secara tunai, dan harga dominan ditentukan oleh pihak pabrik/pembeli. (3) Keragaan pasar meliputi : (a) Saluran pemasaran ubi kayu yang terdapat di lokasi penelitian terdiri dari 2, yaitu : (1) Petani PabrikTapioka (2) Petani Pengumpul Pabrik Tapioka. (b) Marjin pemasaran dan RPM relatif kecil sebesar 13,32% terhadap harga konsumen akhir dan RPM sebesar 0,39, yang mengindikasikan sistem pemasaran ubi kayu relatif efisien. (c) Koefisien korelasi harga ubi kayu adalah 0,995, yang berarti ada hubungan yang sangat erat antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen akhir. (d) Elastisitas transmisi harga yang diperoleh adalah 0,911, yang menunjukkan bahwa pasar yang terjadi adalah pasar persaingan oligopsonistik dan sistem pemasaran yang terjadi tidak efisien.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, topik penelitian yang dilakukan saat ini, yaitu tentang Analisis Efisiensi Pemasaran Kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus, belum pernah diteliti oleh peneliti terdahulu.

Terdapat kesamaan metode yang digunakan pada penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu, yaitu menggunakan model S-C-P (*structure, conduct dan product*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Penelitian terdahulu menggunakan metode S-C-P (*structure, conduct* dan *product*), IMC, dan pendekatan serba fungsi, sedangkan penelitian ini menggunakan metode yang sama, yaitu model S-C-P (*structure, conduct* dan *product*), namun terdapat perbedaan dari segi komoditas dan lokasi penelitian.
2. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus dengan komoditas kubis, dan penelitian sebelumnya belum ada yang dilakukan di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus dengan komoditas yang sama.

#### **D. Kerangka Pemikiran**

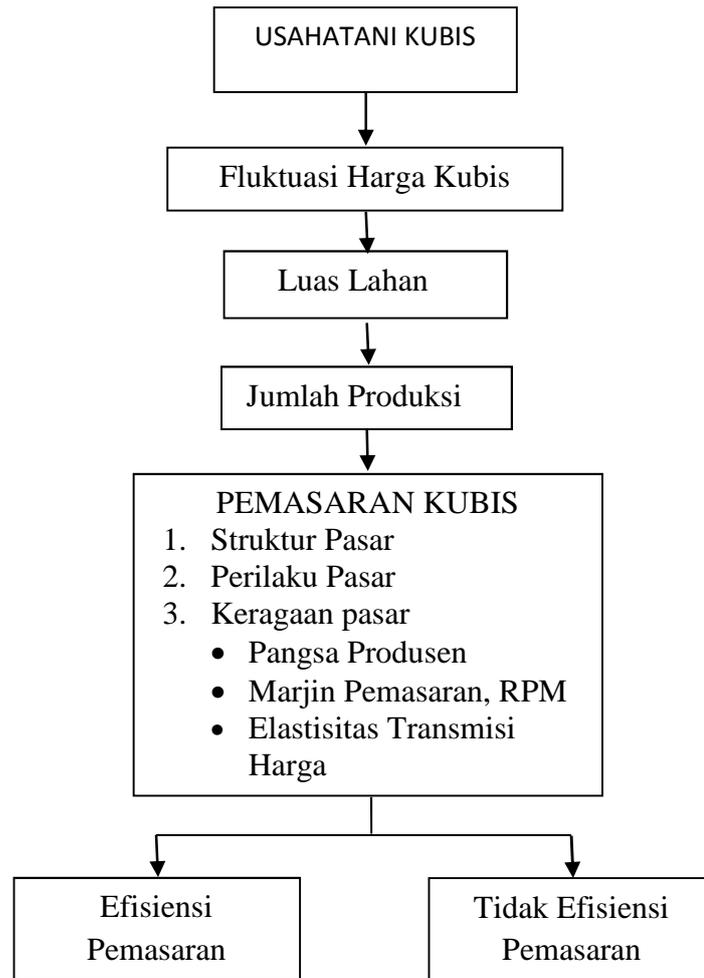
Harga yang diterima petani akan sangat mempengaruhi minat petani untuk menanam produk pertanian pada musim selanjutnya, salah satunya adalah kubis. Hal ini berpengaruh terhadap jumlah luas tanam dan produksi.

Mekanisme harga yang baik dalam sistem pemasaran efisien ditunjukkan oleh adanya margin pemasaran yang relatif rendah, serta keeratan hubungan antara perubahan harga di tingkat produsen dengan perubahan harga di tingkat konsumen akhir. Marjin pemasaran yang besar dapat disebabkan oleh adanya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga dan tingginya bagian keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran.

Analisis efisiensi pemasaran juga berhubungan langsung dengan struktur pasar, perilaku pasar dan keragaan pasar. Struktur pasar dapat menggambarkan hubungan antara penjual dan pembeli yang dapat dilihat dari

jumlah lembaga pemasaran, differensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar. Struktur pasar paling banyak digunakan dalam menganalisis sistem pemasaran, karena melalui analisis struktur pasar, secara langsung akan dapat dijelaskan bagaimana karakteristik pasar yang ada. Perilaku pasar menggambarkan tingkah laku lembaga - lembaga pemasaran dalam melakukan kegiatan penjualan dan pembelian, serta menentukan bentuk-bentuk keputusan yang harus diambil dalam menghadapi struktur pasar yang ada pada sistem pemasaran kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus

Analisis efisiensi pemasaran melalui keragaan pasar dapat dianalisis secara kuantitatif, yang meliputi aspek pangsa produsen, marjin pemasaran, dan *ratio profit margin*. Analisis pangsa produsen digunakan untuk mengetahui presentase bagian harga konsumen akhir yang diterima oleh petani. Semakin tinggi pangsa produsen, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. Analisis marjin pemasaran merupakan suatu metode analisis dengan memperhitungkan selisih harga yang terjadi pada setiap lembaga pemasaran akibat dari perilaku pemasaran yang terjadi. Nilai RPM merupakan nilai perbandingan antara keuntungan terhadap biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Saluran pemasaran dikatakan efisien apabila nilai RPM pada masing-masing lembaga pada saluran tersebut relatif menyebar merata. Diagram alir penelitian Analisis Efisiensi Pemasaran Kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus tahun 2016 disajikan pada Gambar 1.



Gambar 3. Diagram alir penelitian “Analisis Efisiensi Pemasaran Kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus, tahun 2016”

### E. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sistem pemasaran kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus belum efisien.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Dasar Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode survei, dimana responden akan diberikan pertanyaan-pertanyaan terkait dengan topik penelitian. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data (Singarimbun dan Effendi, 1987).

#### **B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional**

Konsep dasar dan batasan operasional mencakup pengertian yang digunakan untuk memperoleh data dan melakukan analisis yang berhubungan dengan penelitian.

Usahatani adalah suatu organisasi produksi yang dilakukan oleh petani untuk mengelola faktor-faktor produksi alam, tenaga kerja, dan modal yang bertujuan untuk menghasilkan produksi dan pendapatan di sektor pertanian.

Usahatani kubis adalah suatu organisasi produksi komoditas kubis yang dilakukan dengan cara mengelola faktor-faktor produksi untuk memperoleh keuntungan dari penerimaan usahatani.

Petani kubis adalah individu atau kelompok yang melakukan kegiatan usahatani kubis untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan hidupnya dengan pendapatan yang diperoleh dari hasil usahatani.

Luas lahan garapan adalah luas lahan kubis yang dikelola oleh petani dan digunakan untuk usahatani kubis, diukur dalam satuan hektar (ha).

Produksi kubis adalah jumlah output atau hasil panen kubis dari luas lahan petani per musim tanam, yang diukur dalam satuan kilogram (kg).

Harga kubis di tingkat petani adalah nilai tukar kubis di tingkat petani, diukur dalam rupiah per kilogram (Rp/kg).

Penerimaan petani adalah perkalian antara jumlah produksi dengan harga jual kubis yang diterima petani dalam satu kali musim tanam, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan petani adalah selisih antara penerimaan dengan biaya total, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran hasil produksi, meliputi biaya angkut, biaya bongkar muat dan lain-lain, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Marjin pemasaran adalah selisih harga di tingkat konsumen akhir dengan harga di tingkat produsen, atau jumlah marjin di tiap lembaga pemasaran, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

*Profit margin* adalah selisih antara margin pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Rasio Margin Keuntungan (RPM) adalah perbandingan antara tingkat keuntungan yang didapat oleh lembaga perantara dengan biaya yang dikeluarkan pada kegiatan tataniaga tersebut, diukur dalam persen (%).

Harga di tingkat konsumen akhir adalah harga kubis yang dibayarkan konsumen akhir pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Volume penjualan adalah jumlah kubis yang dijual oleh petani dan lembaga - lembaga perantara, diukur dalam satuan kilogram (kg).

Volume pembelian adalah jumlah kubis yang dibeli oleh lembaga-lembaga perantara dan konsumen akhir, diukur dalam satuan kilogram (kg).

Pedagang pengumpul merupakan salah satu lembaga dalam pemasaran yang membeli (mengumpulkan) kubis dari petani dan menjualnya ke pedagang atau lembaga perantara selanjutnya.

Tengkulak adalah salah satu lembaga dalam pemasaran yang membeli (mengumpulkan) kubis dari petani dan menjualnya ke pedagang atau lembaga perantara selanjutnya dan memberikan pinjaman modal ke petani.

Pedagang pengecer pasar adalah pedagang di pasar yang membeli kubis dari pedagang sebelumnya, kemudian menjualnya ke konsumen akhir di pasar.

Pedagang pengecer desa adalah pedagang di pasar yang membeli kubis dari pedagang sebelumnya, kemudian menjualnya ke konsumen akhir di desa.

Pedagang besar adalah merupakan salah satu lembaga dalam pemasaran yang membeli (mengumpulkan) kubis dari petani dan menjualnya ke luar daerah.

Fungsi pemasaran adalah fungsi – fungsi yang dilakukan oleh lembaga pemasaran agar konsumen memperoleh barang yang diinginkan sesuai dengan kegunaan bentuk, kegunaan tempat, kegunaan waktu, dan harga yang tepat.

Fungsi pertukaran adalah kegiatan yang memperlancar perpindahan hak milik dari produk yang dipasarkan. Fungsi pertukaran berkaitan erat dengan fungsi penjualan dan fungsi pembelian.

Fungsi penjualan adalah kegiatan yang bertujuan untuk mengusahakan agar mendapatkan pembeli, sehingga terjadi permintaan pasar terhadap produk yang menguntungkan di tingkat harga yang berlaku.

Fungsi pembelian adalah semua kegiatan dan usaha yang dilakukan untuk mendapatkan apa yang diinginkan.

Fungsi fisik adalah semua kegiatan atau tindakan pada saluran pemasaran, sehingga menimbulkan kegunaan tempat, kegunaan bentuk, dan kegunaan waktu pada produk kubis. Fungsi fisik meliputi fungsi pengangkutan, fungsi penyimpanan, dan fungsi pengolahan.

Fungsi pengangkutan adalah fungsi yang dilakukan tiap lembaga pemasaran untuk menyediakan produk ke daerah tujuan, dimana konsumen berada sesuai dengan kebutuhan konsumen, baik menurut waktu, jumlah, dan kualitas.

Fungsi penyimpanan adalah kegiatan penyimpanan produk yang dilakukan oleh pelaku pemasaran sebelum diolah, dikirim maupun dijual ke pelaku pemasaran selanjutnya atau ke konsumen akhir.

Fungsi fasilitas adalah semua tindakan yang berhubungan dengan kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dengan konsumen untuk memperlancar penyediaan produk sehingga konsumen menerima produk sesuai dengan yang diharapkan. Fungsi fasilitas terdiri dari fungsi pembiayaan, fungsi penanggungan resiko, fungsi informasi pasar, fungsi standarisasi, dan grading.

Fungsi pembiayaan adalah penyediaan sejumlah dana untuk keperluan transaksi jual beli produk, meliputi pembelian barang atau jasa, dan penyediaan kredit bagi para pelaku pemasaran.

Fungsi penanggungan resiko adalah fungsi menghindari dan mengurangi resiko yang berkaitan dengan pemasaran kubis.

Fungsi standarisasi adalah penentuan mutu atau ukuran suatu barang dengan menggunakan berbagai standar seperti warna, bentuk, ketahanan, dan tingkat kematangan.

Fungsi informasi pasar merupakan kegiatan pengumpulan informasi pasar serta menafsirkan data mengenai produk kubis yang diperlukan, meliputi perkembangan harga, jenis, dan kualitas kubis pada setiap lembaga pemasaran yang diinginkan konsumen.

Struktur pasar merupakan karakteristik pasar kubis yang menggambarkan hubungan antara penjual dan pembeli, yang dapat dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, differensiai produk kubis, dan kondisi mudah tidaknya untuk keluar masuk pasar.

Perilaku pasar merupakan pola tingkah laku lembaga pemasaran pada saluran pemasaran suatu produk dalam menghadapi struktur pasar tertentu.

Keragaan pasar merupakan hasil akhir dari struktur pasar dan perilaku pasar yang ditunjukkan dengan harga, biaya, dan volume produksi suatu barang.

*Producer share* adalah bagian dari harga konsumen akhir yang diterima oleh petani kubis sebagai produsen, dan diukur dalam satuan presentase (%).

Nilai *ratio profit margin* adalah perbandingan nilai antara keuntungan pada masing-masing lembaga dengan biaya - biaya pemasaran yang dikeluarkannya, diukur dengan presentase (%).

### **C. Lokasi, Responden dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus, tepatnya di Pekon Gisting Atas dan Pekon Gisting Permai. Penentuan lokasi

penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), dan didukung oleh data Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanggamus (2014) bahwa Kecamatan Gisting melakukan produksi kubis sepanjang tahun dan merupakan sentral produksi kubis di Kabupaten Tanggamus, serta data Balai Pertanian Perikanan dan Kehutanan Kecamatan Gisting (2015), bahwa Pekon Gisting Atas dan Pekon Gisting Permai merupakan Pekon dengan populasi petani kubis paling banyak di Kecamatan Gisting.

Sampel dalam penelitian ini adalah petani kubis dan lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam kegiatan pemasaran kubis di lokasi penelitian. Populasi petani kubis yang ada di Pekon Gisting Atas adalah sebanyak 50 petani dan Pekon Gisting Permai adalah sebanyak 137 petani (Balai Pertanian Perikanan dan Kehutanan Kecamatan Gisting, 2015). Jumlah sampel yang diambil merujuk pada teori Roscoe (1982) dalam Sugiyono (2009) yang menyatakan bahwa “ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500”, sehingga sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 30 responden, dimana sampel yang diambil pada saat penelitian merupakan petani yang melakukan kegiatan panen kubis, yaitu sebanyak 13 petani dari Pekon Gisting Atas dan 17 petani dari Pekon Gisting Permai.

Cara pengambilan sampel lembaga perantara pemasaran adalah dengan mengikuti alur pemasaran yang diawali dari petani kubis. Selanjutnya, petani yang bersangkutan diminta untuk menyebutkan calon sampel lembaga pemasaran berikutnya. Hal ini dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh suatu rantai pemasaran. Waktu penelitian dimulai dari saat pra survey sampai

dengan penyusunan laporan akhir, dan pengumpulan data di lapangan dilaksanakan pada bulan Mei - Agustus tahun 2016.

#### **D. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan sebelumnya, serta hasil pengamatan langsung di lapangan. Sumber data primer adalah petani responden dan pedagang responden. Data sekunder diperoleh dari literatur, laporan tertulis dari berbagai lembaga/instansi yang terkait, di antaranya Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian, kantor kecamatan dan desa, hasil penelitian terdahulu, dan sumber pustaka yang relevan.

#### **E. Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui struktur pasar (jumlah pembeli dan penjual, differensiasi produk, kebebasan untuk keluar masuk pasar, serta informasi perubahan harga), perilaku pasar (cara pembelian, penjualan, serta pembayaran), dan keragaan pasar (khususnya saluran pemasaran dari petani kubis sampai ke konsumen akhir), biaya, serta volume penjualan. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis pemasaran berdasarkan pangsa produsen (PS), margin pemasaran, dan elastisitas transmisi harga (Et).

Analisis yang digunakan untuk mengetahui efisiensi sistem pemasaran dalam penelitian ini adalah model S-C-P (*structure, conduct, dan performance*) atau model pendekatan organisasi pasar. Pada dasarnya, organisasi pasar dapat dikelompokkan ke dalam tiga komponen, yaitu :

1. Struktur pasar (*market structure*)

Analisis struktur pasar dilakukan secara deskriptif dengan metode wawancara kepada responden. Struktur pasar merupakan karakteristik organisasi yang menggambarkan hubungan antara penjual dan pembeli. Struktur pasar dapat ditentukan dengan melihat beberapa indikator, yaitu jumlah lembaga pemasaran, differensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar. Struktur pasar disebut bersaing sempurna apabila jumlah pembeli dan penjual banyak, tidak dapat mempengaruhi harga, tidak ada gejala konsentrasi, produk homogen, dan bebas untuk keluar masuk pasar. Struktur pasar yang tidak bersaing sempurna adalah kebalikan dari struktur pasar persaingan sempurna dan terjadi pada pasar monopoli (hanya ada penjual tunggal), pasar monopsoni (hanya ada pembeli tunggal), pasar oligopoli (ada beberapa penjual), dan pasar oligopsoni (ada beberapa pembeli).

2. Perilaku pasar (*market conduct*)

Perilaku pasar merupakan tingkah laku lembaga pemasaran (petani sebagai produsen, lembaga perantara atau pedagang, dan konsumen) dalam menghadapi struktur pasar tertentu, untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Indikator yang digunakan untuk

melihat perilaku pasar adalah kegiatan pembelian, penjualan, dan pembentukan harga.

### 3. Keragaan pasar

Keragaan pasar adalah gejala pasar yang tampak sebagai akibat dari interaksi antara struktur pasar dan perilaku pasar. Interaksi antara struktur dan perilaku pasar pada kenyataannya cenderung bersifat kompleks dan saling mempengaruhi secara dinamis. Indikator yang digunakan untuk melihat keragaan pasar dalam penelitian ini adalah :

#### (a) Saluran pemasaran

Saluran pemasaran kubis di Kecamatan Gisting dianalisis secara deskriptif kualitatif terhadap semua pelaku pasar yang terlibat dalam proses arus barang, mulai dari produsen hingga konsumen akhir.

#### (b) Pangsa produsen (*Producer share*)

Analisis *producer share* (PS) digunakan untuk mengetahui bagian harga yang diterima produsen (petani kubis) dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Semakin tinggi pangsa produsen, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. Pangsa produsen diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$PS = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots(9)$$

di mana:

PS = Bagian harga kubis yang diterima produsen

Pf = Harga kubis di tingkat produsen

Pr = Harga kubis di tingkat konsumen

(c) Marjin pemasaran dan *ratio profit margin* (RPM)

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga pada tingkat produsen (Pf) dengan harga di tingkat pengecer (Pr), yang terdiri dari keuntungan dan biaya (Hasyim, 2012). Secara matematis marjin pemasaran dirumuskan sebagai :

$$m_{ji} = P_{si} - P_{bi}, \text{ atau } m_{ji} = b_{ti} + i \dots \dots \dots (10)$$

Total marjin pemasaran adalah :

$$M_{ji} = \sum_{i=1}^n m_{ji} \text{ atau } M_{ji} = P_r - P_f \dots \dots \dots (11)$$

Keterangan :

$m_{ji}$  = Marjin lembaga pemasaran tingkat ke-i

$P_{si}$  = Harga penjualan lembaga pemasaran tingkat ke-i

$P_{bi}$  = Harga pembelian lembaga pemasaran tingkat ke-i

$b_{ti}$  = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i

$i$  = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

$M_{ji}$  = Total marjin pemasaran

$P_r$  = Harga pada tingkat konsumen

$P_f$  = Harga pada tingkat petani

Konsep pengukuran dalam analisis marjin adalah :

- (1) Marjin pemasaran dihitung berdasarkan perbedaan harga beli dengan harga jual, yang dihitung dalam rupiah per kilogram pada masing-masing tingkat lembaga pemasaran.
- (2) Harga beli dihitung berdasarkan harga rata-rata pembelian per kilogram.

(3) Harga jual dihitung berdasarkan harga rata-rata penjualan per kilogram.

Penyebaran marjin pemasaran dapat dilihat berdasarkan presentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (*Ratio Profit Margin*) pada masing masing lembaga pemasaran, yang dirumuskan sebagai :

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \dots\dots\dots(12)$$

Keterangan :

$b_{ti}$  = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i

$\pi_i$  = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

Nilai RPM yang relatif menyebar merata pada berbagai tingkat lembaga pemasaran merupakan cerminan dari sistem pemasaran yang efisien. Jika selisih RPM antar lembaga perantara pemasaran sama dengan nol, maka sistem pemasaran tersebut efisien, dan jika selisihnya tidak sama dengan nol, maka sistem pemasaran tidak efisien [Azzaino (1983) dalam Manullang (2014)].

(d) Elastisitas transmisi harga

Elastisitas transmisi harga menggambarkan sejauh mana dampak dari perubahan harga suatu barang di suatu tempat/tingkatan terhadap perubahan harga barang di tempat lain. Transmisi harga diukur melalui regresi sederhana di antara dua harga pada dua tingkat pasar, yang selanjutnya dihitung elastisitasnya (Hasyim, 2012).

Elastisitas transmisi harga dalam penelitian ini akan menggunakan data *time series* harga kubis di tingkat petani dan di tingkat konsumen akhir selama 64 minggu, yang diperoleh dari Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura serta sumber lain yang relevan.

Menurut Hasyim (2012), kriteria pengukuran pada analisis elastisitas transmisi harga adalah :

- (1) Jika  $E_t = 1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) sama dengan laju perubahan harga di tingkat produsen, sehingga pasar dianggap sebagai pasar yang bersaing sempurna dan sistem pemasaran telah efisien.
- (2) Jika  $E_t > 1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) lebih besar dibandingkan laju perubahan harga di tingkat produsen. Hal ini menggambarkan bahwa pemasaran yang terjadi merupakan pemasaran bersaing tidak sempurna. Dengan kata lain, sistem pemasaran yang berlangsung tidak efisien.
- (3) Jika  $E_t < 1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) lebih kecil dari pada laju perubahan harga di tingkat produsen, artinya pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar bersaing tidak sempurna, dan dengan demikian sistem pemasaran yang berlangsung tidak efisien.

## **IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN**

### **A. Gambaran Umum Kabupaten Tanggamus**

#### **1. Letak Geografi**

Kabupaten Tanggamus merupakan salah satu dari 14 kabupaten atau kota di Provinsi Lampung dengan luas keseluruhan 4.654,96 km<sup>2</sup>, dengan luas wilayah daratan mencapai 2.855,46 km<sup>2</sup>, dan luas wilayah laut seluas 1.799,50 km<sup>2</sup> di sekitar teluk Semaka, dengan panjang pesisir 210 km.

Kabupaten Tanggamus memiliki 20 kecamatan, 293 desa dan 3 kelurahan yang tersebar di seluruh daerahnya, dan tercatat terdapat 5 gunung yang berada di wilayah Tanggamus. Kabupaten Tanggamus memiliki topografi wilayah darat yang bervariasi, antara dataran rendah dan dataran tinggi.

Sebagian wilayah Kabupaten Tanggamus merupakan daerah berbukit sampai bergunung, yakni sekitar 40% dari seluruh wilayah, dengan ketinggian antara 0 sampai 2.115 meter di atas permukaan laut. Secara geografis letak Kabupaten Tanggamus pada 104<sup>0</sup>18' sampai 105<sup>0</sup>12' Bujur Timur dan 5<sup>0</sup>05' sampai dengan 5<sup>0</sup>56' Lintang Selatan (Badan Pusat Statistik, 2015<sup>c</sup>).

Kabupaten Tanggamus memiliki kantor pusat pemerintahan yang terletak di Kota Agung. Kabupaten Tanggamus sendiri merupakan salah satu

kabupaten di Provinsi Lampung yang merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Lampung Selatan, dan dibentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 2 tahun 1997 tanggal 3 Januari 1997 dan diresmikan pada tanggal 21 Maret 1997 oleh Menteri Dalam Negeri. Secara administrasi wilayah Kabupaten Tanggamus memiliki batas-batas di sebelah (Badan Pusat Statistik, 2015<sup>c</sup>) :

Utara : berbatasan dengan wilayah Kabupaten Lampung Barat dan Lampung Tengah,

Selatan : berbatasan dengan Samudra Indonesia,

Barat : berbatasan dengan wilayah Kabupaten Lampung Barat, dan

Timur : berbatasan dengan wilayah Kabupaten Pringsewu.

## 2. Keadaan Demografi

Penduduk Kabupaten Tanggamus berdasarkan hasil proyeksi tahun 2015 berjumlah 573.904 jiwa, terdiri dari 299.214 penduduk laki-laki dan 274.690 penduduk perempuan. Sex ratio adalah 109%, artinya adalah perbandingan antara 100 penduduk perempuan terdapat 109 penduduk laki-laki dengan kepadatan penduduk mencapai 201 jiwa/km<sup>2</sup>. Kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Gisting, yaitu 1.195 jiwa/ km<sup>2</sup> dan terendah di Kecamatan Limau, yaitu 73 jiwa/km<sup>2</sup> (Badan Pusat Statistik, 2015<sup>c</sup>).

Pada tahun 2015, 71,29% penduduk Kabupaten Tanggamus merupakan penduduk berusia lebih dari 15 tahun. Dari jumlah tersebut, 68,46% merupakan angkatan kerja, sedangkan sisanya (31,54%) bukan angkatan

kerja. Dari 280.783 jiwa angkatan kerja, 94,28% berstatus bekerja dan hanya 5,7% yang berstatus pengangguran. Pada tahun 2014, tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) adalah 68,46% (Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanggamus, 2015<sup>c</sup>).

## **B. Keadaan Umum Kecamatan Gisting**

### **1. Letak Geografi**

Kecamatan Gisting merupakan salah satu dari 20 kecamatan yang ada di Kabupaten Tanggamus. Kecamatan Gisting memiliki 9 pekon dan 60 dusun, dengan pusat pemerintahan terletak di Pekon Purwodadi. Kecamatan Gisting terletak di sebelah Timur ibu kota Kabupaten Tanggamus, tepatnya di sekitar kaki gunung Tanggamus. Terdapat beberapa sarana penting yang dapat di tempuh dari kantor pusat pemerintahan Kecamatan Gisting, seperti (Badan Pusat Statistik, 2014<sup>a</sup>) :

- 1) Ibu Kota Kabupaten Tanggamus dapat ditempuh dengan jarak 20 Km.
- 2) Ibu Kota Provinsi Lampung dapat ditempuh dengan jarak 75 Km.
- 3) Bandar udara Raden Intan dapat ditempuh dengan jarak 109 Km.
- 4) Pelabuhan Laut Bakauheni dapat ditempuh dengan jarak 150 Km.

Secara tropografis, Kecamatan Gisting merupakan dataran tinggi. Sesuai dengan hasil pengukuran pada saat pendataan Potensi Desa 2014, daerah terendah di Kecamatan Gisting berada di Pekon Banjarmanis dengan ketinggian 449 meter di atas permukaan laut, sedangkan daerah tertinggi ada di Kecamatan Gisting, yaitu di Pekon Sidokaton dengan ketinggian 663

meter di atas permukaan laut. Luas Kecamatan Gisting adalah 3.253 Km<sup>2</sup>.

Secara administratif Kecamatan Gisting memiliki batas – batas di sebelah (Badan Pusat Statistik, 2014<sup>a</sup>) :

Utara : berbatas dengan Kecamatan Sumberejo,

Selatan : berbatas dengan Kecamatan Pugung,

Barat : berbatas dengan Kecamatan Kota Agung Timur, dan

Timur : berbatas dengan Kecamatan Gunung Alip.

## 2. Keadaan Demografi

Menurut Badan Pusat Statistik (2014<sup>a</sup>), jumlah Penduduk Kecamatan Gisting adalah 37.761 jiwa, yang terdiri dari 19.378 jiwa laki-laki dan 18.383 jiwa perempuan, sedangkan jumlah kepala keluarga adalah 9663 KK. Sex ratio penduduk Kecamatan Gisting adalah 105%, yang berarti setiap 100 penduduk perempuan terdapat 105 penduduk laki-laki.

Kepadatan penduduk di Kecamatan Gisting adalah sebesar 1160 jiwa/km<sup>2</sup>.

## 3. Keadaan Iklim

Kecamatan Gisting mempunyai ketinggian antara 600 – 1.100 meter di atas permukaan laut dan beriklim sejuk. Curah hujan di kecamatan ini terjadi sepanjang tahun, dan selama bulan Desember s/d Februari merupakan curah hujan terbanyak. Rata - rata curah hujan sepanjang tahun adalah 1.750 – 2000 milimeter, sedangkan suhu udaranya berkisar 25 – 30 °C. Keadaan sumber air di Kecamatan Gisting pada umumnya cukup baik, sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti air minum. Sebagian besar

masyarakat menggunakan air sumur, dan sumber mata air, yang disalurkan ke rumah tangga secara permanen (Badan Pusat Statistik, 2014<sup>a</sup>).

### **C. Keadaan Umum Pekon Gisting Atas**

#### **1. Letak Geografi**

Pekon Gisting Atas merupakan salah satu dari 9 pekon yang ada di Kecamatan Gisting. Pekon Gisting Atas memiliki luas wilayah 431,65 Ha. Secara geografis, Pekon Gisting Atas terletak pada ketinggian  $\pm 650$  meter di atas permukaan laut. Secara topografis, Pekon Gisting Atas merupakan dataran tinggi. Sesuai dengan hasil pengukuran pada saat pendataan Potensi Desa 2014, daerah ini memiliki permukaan hampir datar (Pekon Gisting Atas, 2016).

Pekon Gisting Atas beriklim sejuk dan mengalami hujan sepanjang tahun. Bulan Desember s/d Pebruari merupakan curah hujan terbanyak, dengan rata-rata curah hujan adalah 300 milimeter, sedangkan suhu udara rata-rata harian berkisar  $\pm 32$  °C. Secara administrasi, Pekon Gisting Atas Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus memiliki batas – batas di sebelah (Pekon Gisting Atas, 2016) :

Utara : berbatasan dengan Pekon Gisting Permai,

Selatan : berbatasan dengan Pekon Gisting Bawah,

Timur : berbatasan dengan Register 30, dan

Barat : berbatasan dengan Register 28.

## 2. Keadaan Demografi

Menurut Pekon Gisting Atas (2015), Penduduk Pekon Gisting Atas berdasarkan hasil proyeksi tahun 2015 berjumlah 6.304 jiwa yang terdiri dari 3.177 jiwa penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 3.127 jiwa penduduk berjenis kelamin perempuan dan 1.765 KK. Sebaran penduduk Pekon Gisting Atas berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Sebaran penduduk Pekon Gisting Atas berdasarkan umur, 2015

Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1 – 5	976	15,48
6 – 17	1.127	17,88
18 – 60	3.171	50,30
60 tahun keatas	1.030	16,34
Total	6.304	100,00

Sumber : Pekon Gisting Atas, 2016

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa penduduk Pekon Gisting Atas didominasi (50,30%) oleh kelompok umur 18 – 60, sementara kelompok umur terendah (15,48%) terdapat pada umur 1 – 5 tahun. Mata pencaharian pokok penduduk Pekon Gisting Atas secara rinci dapat dilihat pada Tabel 6.

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa sebagian besar mata pencaharian penduduk Pekon Gisting Atas berasal dari sektor pertanian. Sebanyak 36,51% penduduk Pekon Gisting Atas bekerja sebagai petani dan buruh tani, sedangkan penduduk Pekon Gisting atas yang bekerja sebagai nelayan adalah penduduk bermata pencaharian paling sedikit (0,02%).

Tabel 6. Sebaran penduduk Pekon Gisting Atas berdasarkan mata Pencaharian, 2015

No	Jenis mata pencaharian	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	1.397	27,38
2	Buruh tani	415	8,13
3	Buruh swasta	353	6,92
4	Pegawai negeri	377	7,39
5	Pengrajin	55	1,08
6	Pedagang	1.675	32,83
7	Peternak	261	5,12
8	Nelayan	1	0,02
9	Montir	75	1,47
10	Dokter	4	0,08
11	Guru	469	9,19
12	Bidan	11	0,22
13	Perawat	9	0,18
Jumlah		5.102	100,00

Sumber : Pekon Gisting Atas, 2016

Kualitas sumberdaya manusia yang dimiliki oleh penduduk Pekon Gisting Atas, sudah tergolong tinggi. Hal ini terlihat dari banyaknya penduduk yang menyelesaikan pendidikan setingkat SMA. Penyebaran penduduk Pekon Gisting Atas berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 7.

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa mayoritas (33,88%) penduduk Pekon Gisting Atas merupakan lulusan SLTA sederajat. Penduduk dengan tingkat pendidikan paling sedikit (0,13%) adalah lulusan S3. Dari keseluruhan jumlah penduduk Pekon Gisting Atas, hanya 1,78% penduduk yang belum merasakan bangku sekolah. Berdasarkan Tabel 7, dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan dari penduduk Pekon Gisting Atas sudah cukup maju, karena sebagian besar dari total penduduk sudah merasakan bangku sekolah.

Tabel 7. Penyebaran penduduk pekon gisting atas berdasarkan tingkat Pendidikan, 2015

No	Tingkat pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Belum sekolah	419	6,65
2	Usia 7 – 45 tahun tidak pernah sekolah	112	1,78
3	Tidak tamat SD	337	5,35
4	Tamat SD / sederajat	975	15,47
5	SLTP / sederajat	898	14,25
6	SLTA / sederajat	2.136	33,88
7	D1	201	3,19
8	D2	215	3,41
9	D3	116	1,84
10	S1	855	13,56
11	S2	32	0,51
12	S3	8	0,13
Jumlah		6.304	100,00

Sumber : Pekon Gisting Atas, 2016

### 3. Keadaan Iklim

Pekon Gisting Atas memiliki bulan hujan sebanyak 7-9 bulan dengan curah hujan rata-rata adalah 300 mm. Suhu rata-rata harian di Pekon Gisting Atas adalah 32<sup>0</sup>C. Bentang wilayah yang dimiliki adalah dataran/dataran tinggi. Pekon Gisting Atas mempunyai iklim kemarau dan penghujan, hal tersebut mempunyai pengaruh langsung terhadap pola tanam yang ada di Pekon Gisting Atas (Pekon Gisting Atas, 2016).

### 4. Keadaan Pertanian

Penggunaan lahan di Pekon Gisting Atas terdiri dari peladangan/tegalan, perkebunan rakyat, dan sawah. Sebagian besar penggunaan lahan di Pekon Gisting Atas adalah untuk lahan tegalan/ladang, yang digunakan sebagai tempat budidaya tanaman sayur sayuran dan buah - buahan, seperti cabai,

kubis, pisang, dan lainnya. Lahan perkebunan juga banyak digunakan untuk tanaman kopi, kakao, dan tanaman kayu lainnya (Pekon Gisting Atas, 2016).

#### **D. Keadaan Umum Pekon Gisting Permai**

##### **1. Letak Geografi**

Pekon Gisting Permai merupakan salah satu dari 9 pekon di Wilayah Kecamatan Gisting, yang terletak 3 km ke arah Barat dari kantor kecamatan. Pekon Gisting Permai mempunyai luas wilayah seluas kurang lebih 460 hektar. Pekon Gisting Permai dulunya merupakan bagian dari Pekon Gisting Atas, dan kemudian berdasarkan Peraturan Daerah Tanggamus, pada tanggal 14 Desember Tahun 2011 Pekon Gisting Permai diresmikan oleh Bupati Tanggamus, Bapak H. Bambang Kurniawan, ST (Pekon Gisting Permai, 2016).

Secara topografis Pekon Gisting Permai merupakan dataran tinggi. Sesuai dengan hasil pengukuran pada saat pendataan Potensi Desa 2014, Pekon Gisting Permai merupakan daerah yang memiliki permukaan hampir datar dengan ketinggian 113,5 meter di atas permukaan laut. Secara administratif, Pekon Gisting Permai memiliki batas di sebelah (Pekon Gisting Permai, 2016) :

Utara : berbatasan dengan Pekon Gisting Atas,

Selatan : berbatasan Dengan Pekon Batu Keramat,

Barat : berbatasan dengan Hutan Lindung Register 30, dan

Timur : berbatasan dengan Hutan Lindung Register 28.

## 2. Keadaan Demografi

Pekon Gisting Permai mempunyai jumlah penduduk sebanyak 3.568 Jiwa, terdiri dari 1072 KK yang tersebar di 6 dusun. Sebaran penduduk Pekon Gisting Permai terbagi menjadi 6 dusun seperti yang disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Sebaran penduduk Pekon Gisting Permai berdasarkan dusun, 2015

Dusun	Jumlah jiwa	Persentase (%)
Dusun 1	908	25,45
Dusun 2	746	20,91
Dusun 3	454	12,72
Dusun 4	649	18,19
Dusun 5	447	12,53
Dusun 6	364	10,20
Jumlah	3.568	100,00

Sumber : Pekon Gisting Permai, 2016

Tabel 8 menyajikan bahwa mayoritas penduduk di Pekon Gisting Permai berada di Dusun 1 (25,45%), dan jumlah penduduk terendah berada di Dusun 6 (10,20%). Selanjutnya, sebaran penduduk Pekon Gisting Permai berdasarkan tingkat pendidikannya dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Sebaran penduduk Pekon Gisting Permai berdasarkan tingkat Pendidikan, 2015

Tingkat pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
Pra – sekolah	1.410	41,54
SD	972	28,64
SLTP	531	15,65
SLTA	365	10,75
S1	106	3,12
S2	10	0,30
Jumlah	3.394	100,00

Sumber : Pekon Gisting Permai, 2016

Berdasarkan Tabel 9 diketahui bahwa mayoritas (41,54%) penduduk berada pada tingkat pra sekolah, dimana pada tingkat ini masih banyak anak-anak yang belum masuk sekolah, sedangkan untuk penduduk dengan kelompok pendidikan paling sedikit adalah lulusan S2 (0,30%).

Mata pencaharian pokok penduduk Pekon Gisting Permai antara lain adalah sebagai petani (46,63%), buruh (2,39%), pedagang (19,78%), PNS (6,72%), dan lainnya (4,48%). Mata pencaharian terbesar penduduk Pekon Gisting Permai berasal dari sektor pertanian (Pekon Gisting Permai, 2016).

### 3. Keadaan iklim

Iklim Pekon Gisting Permai hampir sama dengan iklim Pekon Gisting Atas, yang memiliki curah hujan sebesar 300 mm, dengan jumlah bulan hujan sebanyak 7-9 bulan. Suhu rata-rata harian di Pekon Gisting Permai adalah 32<sup>0</sup>C. Bentang wilayah yang dimiliki adalah dataran/dataran tinggi. Pekon Gisting Permai mempunyai iklim kemarau dan penghujan, yang mempunyai pengaruh langsung terhadap pola tanam yang ada di Pekon Gisting Permai Kecamatan Gisting (Pekon Gisting Permai, 2016).

### 4. Keadaan Pertanian

Penggunaan lahan di Pekon Gisting Permai meliputi peladangan/tegalan, perkebunan rakyat, dan sawah. Sebagian besar penggunaan lahan di Pekon Gisting Permai (yaitu lahan tegalan/lading) digunakan sebagai tempat budidaya tanaman sayur - sayuran dan buah - buahan, seperti tomat, sawi, cabai, kubis, buncis, terong, salak, pisang dan sayuran lainnya. Lahan

perkebunan yang cukup luas, digunakan untuk tanaman kopi, kakao, cengkeh, kelapa, dan tanaman kayu lainnya (Pekon Gisting Atas, 2016).

Tanaman kubis merupakan salah satu tanaman yang banyak dipilih oleh para petani sayur untuk ditanam karena mudah dalam perawatannya, dapat dijadikan salah satu tanaman yang dapat tumpang sari dengan sawi atau dengan tanaman lainnya, serta lebih menguntungkan (Pekon Gisting Permai, 2016).

#### 5. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana sangat penting dalam menunjang pembangunan suatu daerah karena dapat memperlancar berbagai aktivitas masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan. Sarana dan prasarana di Pekon Gisting Permai adalah 1 unit kantor Pekon, 1 unit posyandu, 2 unit balai pengobatan, 1 bidan desa, 2 orang paramedis, 8 unit prasarana olahraga, 1 unit taman kanak-kanak, 1 unit Paud, 3 unit SD, 1 unit pondok pesantren, 5 unit TPQ/TPA, 6 unit masjid, 8 unit mushola ,dan 1 unit perpustakaan. Terdapat beberapa sarana dan prasarana penting yang belum ada di Pekon Gisting Permai, yaitu pasar dan kios-kios pertanian untuk memenuhi kebutuhan pupuk dan alat-alat pertanian, sehingga petani harus membeli di pekan lain. Kondisi tersebut perlu diperbaiki guna peningkatan kelancaran aktivitas pertanian dan perekonomian di Pekon Gisting Permai (Pekon Gisting Permai, 2016).

## BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada efisiensi sistem pemasaran kubis di Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem pemasaran kubis di Kecamatan Gisting tidak efisien, karena :

1. Struktur pasar dalam sistem pemasaran kubis di Kecamatan Gisting pada level petani adalah struktur pasar oligopsoni, dan pada level konsmen akhir adalah pasar oligopoli.
2. Perilaku pasar dalam pemasaran kubis di Kecamatan Gisting masih merugikan petani, karena mereka masih terbatas hanya sebagai *price taker* dengan sistem pembayaran kepada petani dominan menggunakan sistem tunda.
3. Keragaan pasar menunjukkan *producer share* pada pemasaran kubis di Kecamatan Gisting masih rendah, marjin pemasaran masih tinggi (terutama di tingkat pedagang besar dan pedagang pengecer), RPM tidak merata, dan laju perubahan harga di tingkat konsumen akhir lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen.

## B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian, maka dapat diajukan

beberapa saran, yaitu :

1. Perlu diupayakan peningkatan daya tawar petani melalui peningkatan kerjasama dalam kelompok tani atau gabungan kelompok tani.
2. Pemerintah dapat melakukan perbaikan akses dan peningkatan sarana prasarana transportasi dari lokasi lahan petani ke pasar sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan daya saing petani dalam memasarkan hasil produksinya.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *producer share* (PS) masih rendah di lokasi penelitian, sehingga perlu diketahui pendapatan dan kesejahteraan mereka, untuk itu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengkaji tingkat pendapatan dan kesejahteraan petani hortikultura, khususnya petani kubis di lokasi penelitian bahkan di Provinsi Lampung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Lusiana. 2008. *Analisis Tataniaga Dan Keterpaduan Pasar Kubis (Studi Kasus Desa Cimenyan, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat)*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Jawa Barat.
- Anggraini, Nuni, Hasyim, Ali I., Situmorang, Suriaty. 2013. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu di Provinsi Lampung*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis Vol 1 No. 1* 80-86. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Anonim. 2015. *Klasifikasi Tanaman Kubis*. <http://www.plantamor.com/index.php?plant=223>. diakses pada bulan Desember 2015
- Aini, Huda N., Prasmatiwi, Fembriarti E., Sayekti Wuryaningsih D. 2015. *Analisis Pendapatan dan Risiko Usahatani Kubis Pada Lahan Kering dan Lahan Sawah Tadah Hujan di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus*. *JIA*, 3 (1): 1-9. [Jurnal.fp.unila.ac.id/-index.php/JIA/article/view/1011/916](http://jurnal.fp.unila.ac.id/-index.php/JIA/article/view/1011/916). Universitas Lampung. Bandar Lampung
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Balai Besar Pelatihan Pertanian Lembang. 2012. *Teknik Budidaya Tanaman Kubis (Brassica oleraceae L)*. Badan Besar Pelatihan Pertanian Lembang Online, (<http://www.bbpp-lembang.info>) diakses pada tanggal 2 Februari 2016
- Badan Pusat Statistik. 2014. *Indonesia Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Indonesia. Indonesia.
- \_\_\_\_\_. 2014<sup>a</sup>. *Kecamatan Gisting Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanggamus. Tanggamus.
- \_\_\_\_\_. 2014<sup>b</sup>. *Lampung Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Lampung.
- \_\_\_\_\_. 2015<sup>c</sup>. *Tanggamus Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanggamus. Tanggamus.

- Balai Penyuluh Pertanian Perikanan dan Kehutanan Kecamatan Gisting. 2015. *Buku pintar WKPP (Wilayah kerja penyuluh pertanian) Kecamatan Gisting*. Balai Penyuluhan Pertanian perikanan dan Kehutanan Kecamatan Gisting. Gisting.
- Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura. 2015. *Jumlah Produksi tanaman hortikultura Kabupaten Tanggamus*. Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Tanggamus. Tanggamus
- Direktorat Jendral Holtikultura. 2015. *Statistik Produksi Hortikultura Tahun 2014*. Kementerian Pertanian. Indonesia.
- Fanis, Syekh. 2013. *Kubis (Brassica oleracea)*. <http://syekhfanismd.lecture.ub.ac.id/files/2013/02/KUBIS.pdf>. diakses pada tanggal 21 Februari 2016. Universitas Brawijaya. Malang.
- Ginting, P. 2006. *Pemasaran Produk Pertanian*. USU Press. Medan
- Hanafiah dan Saefuddin. 1983. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI Press. Jakarta.
- Hanafiah dan Saefuddin. 1986. *Tataniaga Pertanian*. UI Press. Jakarta.
- Hasyim, Ali Ibrahim. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Karokaro, Nike S., Tarigan, Kelin, dan Lubis, Satia N. 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Kakao ( Studi Kasus : Desa Lau Sireme, Desa Lau Bagot, Desa Sukandebi, Kecamatan Tigalingga, Kabupaten Dairi*. Jurnal Ilmiah. Universitas Sumatera. Medan.
- Kementerian pertanian RI. *Sub sektor hortikultura*. 2015 [http://www.pertanian.go.id/ap\\_pages/mod/datahorti](http://www.pertanian.go.id/ap_pages/mod/datahorti). Diakses pada bulan Desember 2015.
- Kesuma, Reza. Zakaria, Wan A., Situmorang, Suriaty. 2016. *Analisis Usahatani Dan Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Tanggamus*. *JIA* 4 (1) : 1 - 7. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1208/1105>. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Kotler, Philips. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Prehallindo. Jakarta.
- Lubis, Lahmuddin. 2004. *Pengendalian Hama Terpadu Pada Tanaman Kubis (Brassicaoleracca) Dan Kentang (Solanum Tuberosum)*. <http://library.usu.ac.id/download/fp/hpt-lahmuddin2.pdf>. diakses pada tanggal 21 Februari 2016. Universitas Sumatera Utara
- Manullang, Lidya Sinarya. 2014. *Analisis Efisiensi Pemasaran Karet (Havea brasiliensis) Rakyat di Kecamatan Bahuga Kabupaten Way Kanan*. Skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung.

- Pekon Gisting Atas. 2016. *Profil Pekon Gisting Atas*. Kantor Kelurahan. Tanggamus.
- Pekon Gisting Permai. 2016. *Profil Pekon Gisting Permai*. Kantor Kelurahan. Tanggamus.
- Pohan, Indri P., Sihombing, Luhut, dan Sebayang, Thomson. 2011. *Analisis Nilai Tambah Dan Pemasaran Kopra (Kasus: Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan)*. Jurnal Ilmiah. Universitas Sumatera. Medan.
- Pradika, Angginesa, Hasyim, Ali I., dan Soelaiman, Achdiansyah. 2013. *Analisis Efisiensi Produksi dan Pemasaran Ubi Jalar (Ipomoea batatas) di Kabupaten Lampung Tengah*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis Vol 1 No. 1* 25-35. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Prayitno, Arie Budi, Hasyim, Ali I., dan Situmorang, Suriaty. 2013. *Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis Vol 1 No. 1* 53-59. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Ramadinata, Firham. Hasyim, Ali. I., dan Situmorang, Suriaty. 2014. *Analisis Efisiensi Pemasaran Produk Duku Lampung Melalui Pendekatan Serba Fungsi Di Kabupaten Lampung Selatan*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis Vol 2 No. 223-231*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Ramadhani, Dimas K., Rahayu Endang S., Setyowati. 2013. Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung (*Zea Mays*) di Kabupaten Grobogan (Studi Kasus Di Kecamatan Geyer). *Jurnal Penelitian*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Rukmana, Rahmat. 1991. *Kubis*. [https://books.google.co.id/books?id=NLDLId0hhp8C&pg=PA12&lpg=PA12&dq=nilai+ekonomis+kubis&source=bl&ots=QaK9fR9Mj-&sig=Zu1oJSQ3JwcLc7qg9FJJW57Z7Dk&hl=en&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=nilai%20ekonomis%20kubis&f=false](https://books.google.co.id/books?id=NLDLId0hhp8C&pg=PA12&lpg=PA12&dq=nilai+ekonomis+kubis&source=bl&ots=QaK9fR9Mj-&sig=Zu1oJSQ3JwcLc7qg9FJJW57Z7Dk&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=nilai%20ekonomis%20kubis&f=false). Diakses pada tanggal 2 Februari 2016.
- Sibarani, Ramli V., Hutajulu, Asmi T., dan Kusuma, Sinar I. 2011. *Analisis Pemasaran Andaliman (Zanthoxylum Acanthopodium Dc) di Pasar Kota Medan*. Jurnal Ilmiah. Universitas Sumatera. Medan.
- Sinaga, Roma K, Maryunianta, Yusak, dan Jufri, Muhammad. 2011. *Analisis Tataniaga Sayuran Kubis Ekspor Di Desa Saribudolok Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun*. Jurnal Penelitian. Universitas Sumatera. Medan.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 1987. *Metode Penelitian Survey*. PT. Pustaka LP3ES. Jakarta.

- Soekartawi, John L. Dillon J. Brian Hardaker (diterjemahkan oleh Soekartawi dan A. Soeharjo). 1986. *Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil*. UI-Press. Jakarta.
- Soekartawi, Rusmiadi, dan Damaijati, E. 1993. *Risiko dan Ketidakpastian dalam Agribisnis (Teori dan Aplikasi)*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Wikipedia. 2015. *Kubis*. [id.Wikipedia.org/wiki/kubis](http://id.Wikipedia.org/wiki/kubis). diakses pada November 2015.
- Wulandari. 2008. Skripsi. *Analisis Pemasaran Tahu di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.