

**EFISIENSI TATANIAGA PRODUK USAHA TANI TANAMAN
HORTIKULTURA DI KELURAHAN SUMBEREJO
KECAMATAN KEMILING KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Yuli Prastiana
NPM 1511021062



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

ABSTRAK

EFISIENSI TATANIAGA PRODUK USAHA TANI TANAMAN HORTIKULTURA DI KELURAHAN SUMBEREJO KECAMATAN KEMILING KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Yuli Prastiana

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran tataniaga produk usaha tani tanaman hortikultura di Kelurahan Sumberejo Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung dan apakah tata niaga usaha tani tanaman hortikultura pada tingkat produsen dan setiap saluran tata niaga telah efisien. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif-deskriptif. Pengambilan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan teknik *snowball sampling*. Hasil penelitian diketahui sistem tataniaga tanaman hortikultura sayuran sawi, bayam dan kangkung yang ada di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung terdapat 3 saluran. Margin tataniaga antar produsen petani di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung rata-rata mencapai Rp. 1.401 dengan rata-rata harga jual Rp. 6.108/ Kg dan biaya per unit sebesar Rp. 4.707/Kg. Efisiensi tataniaga antar jenjang telah efisien dengan rata-rata margin antar jenjang sebesar Rp. 1.622 dengan tingkat persentase intersep rata-rata sebesar 24,01 % yang berarti bahwa margin yang diperoleh antar jenjang tata niaga petani, pedagang pengepul, dan pedagang pengecer telah merata atau efisien.

Kata Kunci : Efisiensi Tataniaga, Produk Usaha Tani, Tanaman Hortikultura.

ABSTRACT

MARKETING EFFICIENCY OF FARMING PRODUCTS HORTICULTURAL PLANTS IN THE SUMBEREJO URBAN VILLAGE DISTRICT KEMILING BANDAR LAMPUNG CITY

By

Yuli Prastiana

This study aims to determine the form of the trading system for horticultural farming products in Sumberejo Village, Kemiling District, Bandar Lampung City and whether the trading system for horticultural farming at the producer level and each trade system has been efficient. The analytical method used in this research is quantitative-descriptive. Sampling used in this study using purposive sampling with snowball sampling technique. The results of the study revealed that the horticultural system of mustard, spinach and kale in Kemiling District, Bandar Lampung has 3 channels. The margin of trade between producers and farmers in Kemiling District, Bandar Lampung reaches an average of Rp. 1,401 with an average selling price of Rp. 6.108/ Kg and the cost per unit is Rp. 4.707/Kg. The efficiency of the inter-level trading system has been efficient with an average inter-level margin of Rp. 1,622 with an average intercept percentage level of 24.01 %, which means that the margins obtained between the levels of the trading system of farmers, collectors, and retailers have been evenly distributed or efficient.

Keywords: Efficiency of Trading, Farming Products, Horticultural Crops.

**EFISIENSI TATANIAGA PRODUK USAHA TANI TANAMAN
HORTIKULTURA DI KELURAHAN SUMBEREJO
KECAMATAN KEMILING KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Yuli Prastiana

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI

Pada

Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi

: **EFISIENSI TATANIAGA PRODUK USAHA TANI
TANAMAN HORTIKULTURA DI KELURAHAN
SUMBEREJO KECAMATAN KEMILING
KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: **Yuli Prastiana**

Nomor Induk Mahasiswa : **1511021062**

Program Studi

: **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas

: **Ekonomi dan Bisnis**



Muhidin Sirat, S.E., M.P.
NIP 19580102 198403 1 001

MENGETAHUI

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dr. Neli Aida, S.E., M.Si. ✓
NIP 19631215 198903 2 002

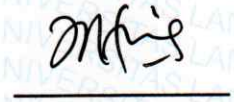
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Muhidin Sirat, S.E., M.P.



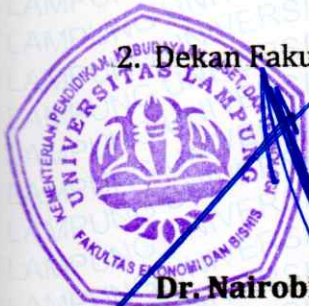
Penguji I : Emi Maimunah, S.E., M.Si.



Penguji II : Asih Murwiati, S.E., M.E.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Juni 2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai yang berlaku.

Bandar Lampung, 28 Juni 2022
Penulis



Yuli Prastiana
NPM 1511021062

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kelurahan Sumberejo, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung pada tanggal 28 Juli 1996, sebagai anak kesembilan dari sembilan bersaudara, dari Bapak Bakim (Alm) dan Ibu Sugiyem.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu Sekolah Dasar (SD) Negeri 6 Sumberejo diselesaikan pada tahun 2009. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 14 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 7 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2015, adapun kegiatan yang diikuti yaitu Futsal Putri dan Paduan Suara.

Penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) Universitas Lampung di Jurusan Ekonomi Pembangunan, melalui jalur Penerimaan Mahasiswa Perluasan Akses Pendidikan (PMPAP) pada tahun 2015.

Pada tahun 2017 penulis mengikuti kegiatan KKL (Kuliah Kunjung Lapangan) di Bursa Efek Indonesia, Bappenas, dan Otoritas Jasa Keuangan. Pada tahun 2019 penulis juga pernah melakukan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Sinar Mulya Kecamatan Tanjung Raja Kabupaten Lampung Utara.

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT dan Nabi Besar Muhammad SAW, serta berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini. Penulis persembahkan dengan segala ketulusan dan kerendahan hati kepada:

Kedua orang tua penulis yang terhormat, yang tersayang, yang penulis banggakan, yaitu Bapak Bakim (Alm) dan Ibu Sugiyem. Terima kasih atas segala bentuk pengorbanan dan semua hal yang telah diberikan kepada penulis yang tidak akan pernah bisa terbalas.

Seluruh keluarga besar, sahabat dan teman-teman. Terimakasih telah membantu, memberi motivasi dan menemani hari-hari penulis.

Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ekonomi Pembangunan dan sahabat-sahabat yang senantiasa membantu, memberikan motivasi dan semangat dalam pengerjaan karya tulis ini. Serta Almamater tercinta Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

MOTTO

"Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar"

(QS. Ar Rum: 60)

"Apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi, maka
senangilah apa yang terjadi"

(Ali bin Abi Thalib)

“Terus Berjalan Walau Perlahan, Terus Mencoba Walau Sering Gagal”

(Penulis)

SANWACANA

Alhamdulillahillobilaalaamiin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi dengan judul “Efisiensi Tataniaga Produk Usaha Tani Tanaman Hortikultura di Kelurahan Sumberejo Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung” adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Neli Aida, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Heru Wahyudi, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Muhidin Sirat, S.E., M.P. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran serta, memberikan arahan, ilmu, dan saran kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
5. Ibu Dr. Ida Budiarty, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan pelajaran, bimbingan, masukan dan perhatian yang sangat berharga bagi penulis.
6. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, tambahan pengetahuan dan masukan kepada penulis dengan penuh kesabaran.

7. Ibu Asih Murwiati, S.E., M.E. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, tambahan pengetahuan dan masukan kepada penulis dengan penuh kesabaran.
8. Bapak Prof. Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si. selaku dosen pembahas yang telah memberikan pelajaran, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga bagi penulis.
9. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan: Prof. Sahala, Prof. Toto, Pak Nairobi, Pak Heru, Pak Muhidin, Pak Saimul, Pak Yoke, Pak Wayan, Pak Ambya, Pak Husaini, Pak Thomas, Pak Imam, Pak Yudha, Ibu Neli, Ibu Betty, Ibu Irma, Ibu Emi, Ibu Lies, Ibu Marselina, Ibu Zulfa, Ibu Ratih, Ibu Tiara, Ibu Asih, serta seluruh Bapak Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pelajaran yang sangat bermanfaat selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
10. Ibu Yati, Ibu Mimi, Kyai, serta seluruh staff dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung atas seluruh bantuan yang selama ini diberikan kepada penulis.
11. Bapak dan Ibuku tercinta, Ayah Bakim (Alm) dan Ibu Sugiyem yang selalu memberikan doa dan dukungannya kepada penulis, terima kasih untuk segalanya. Tak terlupa kakak kandungku Mia, Ino (Alm), Mira, Anto, Kahnan, Yeyen, Lia dan Feni, kakak iparku Mega, keponakanku Sekar, dan seluruh keluarga yang selalu mendukung serta memberikan semangat kepada penulis.
12. Suamiku tercinta, Miftahul Huda, Terima kasih untuk segala doa, semangat dan bantuannya kepada penulis.
13. Sahabatku tersayang, Siti Maesaroh, S.E. Terima kasih untuk semua bantuan, doa dan dukungannya kepada penulis.
14. Sahabatku yang terus memberikan semangat dan motivasinya, Siska, Ike, Dianti, Sinta, Sindy, Irma, Rara, Ulan, Desi, Alvi, Aulia, Farhat, Garnis, Binar, Lulu.
15. Sahabatku Ngopi Squads, Agus, Oky, Nando, Epoy terima kasih untuk semangat, motivasi dan keceriaannya selama ini kepada penulis.

16. Teman, sahabat sekaligus keluarga para The Valak Rafi, Syarifah, Ani, Agnes, Kanti, Nova, dan Dimas. Terima kasih atas semua keceriaan dan bantuannya kepada penulis dalam hal perkuliahan maupun diluar perkuliahan
17. Teman-teman Barisan Terakhir EP Karin, Bahtiar, Elsyia, Umar, Eva, Pina, Farida, Tika, Geby, Pandu, Chiko, Bunga, Nia, Silvia dan Eka terima kasih telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini , semoga Allah senantiasa memberikan kemudahan dalam segala urusanmu.
18. Seluruh teman-teman Ekonomi Pembangunan Angkatan 2015, kakak tingkat dan adik tingkat, terima kasih atas bantuan dan kebersamaannya.
19. Rekan-rekan KKN Desa Sinar Mulya, Kecamatan Tanjung Raja, Lampung Utara, Erine, Tata, Miftah, Indra dan Dani terimakasih atas kebersamaan dan pengalaman hidupnya selama 40 hari.
20. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga skripsi ini selesai.

Semoga Allah SWT mempermudah segala urusan kita. Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, saran dan kritik untuk pengembangan lebih lanjut sangatlah diharapkan penulis. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandar Lampung, 28 Juni 2022
Penulis,

Yuli Prastiana
NPM. 1511021062

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
2.1 Definisi Tata Niaga	10
2.1.1 Fungsi Tata Niaga.....	11
2.1.2 Biaya Tata Niaga	15
2.2 Definisi Usaha Tani	18
2.3 Tanaman Hortikultura	20
2.3.1 Jenis Tanaman Hortikultura	22
2.3.2 Teknik Budidaya Usaha Tani Tanaman Hortikultura	24
2.3.3 Jenis Tanaman Sayur Hortikultura	25
2.4 Efisiensi Tata Niaga Tanaman Hortikultura	28
2.4.1 Saluran dan Lembaga Pemasaran	30
2.4.2 Marjin Pemasaran	33
2.4.3 Keuntungan Pemasaran	35
2.5 Penelitian Terdahulu	36
2.6 Kerangka Pemikiran.....	37
2.7 Hipotesis	38

III. METODE PENELITIAN	39
3.1 Metode Penelitian	39
3.2 Konsep Dasar dan Operasional Variabel	40
3.2.1 Konsep Dasar.....	40
3.2.2 Operational Variabel	42
3.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	42
3.1.1 Sumber Data	42
3.1.2 Pengumpulan Data.....	43
3.4 Gambaran Umum Saluran Distribusi Tata Niaga Produk Hortikultura.....	44
3.5 Populasi dan Sampel	45
3.5.1 Populasi	45
3.5.2 Sampel	45
3.6 Metode Penentuan Sampel.....	46
3.7 Metode Analisis Data.....	46
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	50
4.2 Budidaya Tanaman Hortikultura Kecamatan Kemiling	52
4.3 Karakteristik Responden	55
4.4 Saluran Tataniaga.....	61
4.5 Lembaga Tataniaga	63
4.6 Perilaku Pasar.....	65
4.7 Efisiensi Tata Niaga Pada Tingkat Produsen.....	67
4.8 Efisiensi Tataniaga Antar Jenjang	73
4.9 Implikasi Hasil Penelitian	78
V. SIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Simpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jenis dan Luas Tanaman Sayuran Berdasarkan Kabupaten di Provinsi Lampung (Hektar) 2020.....	3
2. Jenis dan Produksi Tanaman Sayuran Berdasarkan Kabupaten di Provinsi Lampung (Kuintal) 2020.....	4
3. Produksi Tanaman Sayuran Hortikultura di Kota Bandar Lampung (kuintal) Tahun 2019 dan 2020.....	4
4. Luas Panen dan Produksi Tanaman Sayuran di Kecamatan Kemiling Tahun 2020.....	5
5. Penelitian Terdahulu	36
6. Operasional Variabel.....	42
7. Analisis Invetasi Usaha tani Tanaman Hortikultura Di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung Setiap Siklus Produksi.....	47
8. Pengukuran Tingkat Kemerataan Margin Tingkat Produsen.....	48
9. Jenjang Standarisasi Kemerataan Marjin Berdasarkan Persentase Standar Deviasi Margin.....	49
10. Tingkat Kemerataan Margin Pada Setiap Jenis Saluran	49
11. Kelurahan di Kecamatan Kemiling.....	51
12. Luas Panen dan Produksi Sayuran dan Buah Kecamatan Kemiling.....	51
13. Identitas Responden Petani Berdasarkan Jenis Kelamin	55
14. Identitas Responden Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	56
15. Identitas Responden Petani Berdasarkan Tingkat Usia	56
16. Identitas Responden Petani Berdasarkan Lama Usaha	57

17. Identitas Responden Pedagang Pengepul Berdasarkan Jenis Kelamin	57
18. Identitas Responden Pedagang Pengepul Berdasarkan Tingkat Pendidikan ...	58
19. Identitas Responden Pedagang Pengepul Berdasarkan Tingkat Usia	58
20. Identitas Responden Pedagang Pengepul Berdasarkan Lama Usaha.....	59
21. Identitas Responden Pedagang Pengecer Berdasarkan Jenis Kelamin	59
22. Identitas Responden Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
23. Identitas Responden Pedagang Pengecer Berdasarkan Tingkat Usia	60
24. Identitas Responden Pedagang Pengecer Berdasarkan Lama Usaha.....	61
25. Jumlah Petani Pada Tiap Saluran	62
26. Fungsi Lembaga Tataniaga	63
27. Rata-Rata Biaya Investasi Tetap dan Penyusutan Nilai Modal	67
28. Rata-Rata Biaya Variabel Petani Per Bulan.....	68
29. Laporan Rugi Laba Usaha Tani Tanaman Hortikultura Di Kelurahan Sumberejo Kecamatan Kemiling Bandar Lampung	70
30. Kemeratan Marjin Tingkat Petani.....	72
31. Kemeratan Marjin Antar Pedagang Pengepul.....	74
32. Kemeratan Marjin Antar Pedagang Pengecer	75
33. Kemeratan Marjin Antar Jenjang	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Saluran Pemasaran Kotler dan Amtrong (2008)	33
2. Kerangka Pemikiran.....	37
3. Saluran Model I Tata Niaga Kecamatan Kemiling	61
4. Saluran Model Kedua Tata Niaga Kecamatan Kemiling	62
5. Saluran Model Ketiga Tata Niaga Kecamatan Kemiling.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian Petani
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian Pedagang
- Lampiran 3 : Identitas Responden
- Lampiran 4 : Aspek Produksi
- Lampiran 5 : Aspek Pemasaran
- Lampiran 6 : Biaya Investasi Tetap dan Investasi Variabel
- Lampiran 7 : Rata-Rata Biaya Investasi Tetap dan Biaya Variabel
- Lampiran 8 : Perhitungan Rugi Laba Petani Kecamatan Kemiling
- Lampiran 9 : Kemeratan Marjin Antar Petani
- Lampiran 10 : Pembelian dan Penjualan Pedagang Pengepul (1 Bulan)
- Lampiran 11 : Kemeratan Marjin Antar Pedagang Pengepul
- Lampiran 12 : Pembelian dan Penjualan Pedagang Pengecer (1 Bulan)
- Lampiran 13 : Kemeratan Marjin Antar Pengecer
- Lampiran 14 : Kemeratan Marjin Antar Jenjang Tata Niaga

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bercocok tanam masih menjadi salah satu sumber perekonomian yang didapatkan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Dalam hal ini, petani-petani Indonesia terus berupaya untuk memproduksi sumber pangan dengan kualitas baik dan jumlah yang mencukupi kebutuhan. Sektor pertanian merupakan sektor yang sangat diandalkan di Indonesia baik sebagai sumber mata pencaharian maupun sebagai penopang pembangunan, oleh karena itu Indonesia dikenal sebagai negara agraris. Pertanian merupakan kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidup.

Lahan pertanian di Indonesia yang cukup luas didukung kondisi alam yang tropis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi petani dalam meningkatkan hasil produksi pertaniannya. Pertanian merupakan suatu hubungan kegiatan manusia dengan lahan tertentu yang disertai dengan pertimbangan tertentu pula. Pertanian dapat diartikan sebagai suatu proses produksi untuk menghasilkan bahan-bahan kebutuhan manusia yang berasal dari tumbuhan maupun hewan yang disertai dengan usaha memperbaharui, memperbanyak (reproduksi), dan mempertimbangkan faktor ekonomis. Suratiyah (2008).

Pembangunan pertanian merupakan bagian dari pembangunan ekonomi dan masyarakat secara umum. Pembangunan pertanian memberikan sumbangan kepada masyarakat serta menjamin bahwa pembangunan yang menyeluruh itu mencakup penduduk yang hidup dari bertani, yang jumlahnya besar dan untuk tahun-tahun mendatang. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan antar negara, sektor pertanian dituntut pula agar dapat memacu pusat-pusat pertumbuhan baru yang

dapat memberi pengaruh terhadap pembangunan ekonomi nasional. Salah satu pusat pertumbuhan baru yang sangat potensial dikembangkan pada masa kini dan masa depan adalah subsektor tanaman hortikultura.

Tanaman hortikultura berasal dari bahasa Latin hortus (tanaman kebun) dan cultura (budidaya), dan dapat diartikan sebagai budidaya tanaman kebun. Tanaman hortikultura biasanya berkaitan dengan tanaman-tanaman yang dikonsumsi segar seperti buah-buahan, tanaman sayuran, tanaman rempah-rempah, tanaman obat, dan tanaman hias. Ciri utama tanaman yang termasuk kedalam tanaman hortikultura adalah tanaman tersebut dimanfaatkan dalam keadaan segar dan mudah rusak. Zulkarnain (2010).

Perbedaan antara tanaman hortikultura dan tanaman perkebunan ialah pada tanaman hortikultura hasil dari bercocok tanamnya bisa atau dapat dimanfaatkan dengan secara langsung, sedangkan apabila pada perkebunan hasilnya itu melalui tahap produksi kembali atau pun kemudian di olah lagi supaya bisa atau dapat dimanfaatkan, tanaman perkebunan misalnya seperti, karet, kopi, teh, kakao serta sebagainya. Tanaman hortikultura ini mempunyai manfaat bagi kesehatan tubuh apabila di gunakan atau juga dimanfaatkan untuk konsumsi seperti misalnya sayuran atau juga buah-buahan serta juga di dalam mendorong perekonomian. Mubyarto (2001).

Pengelolaan sumber daya yang dimiliki oleh para petani melalui pembangunan pertanian yang mengarah pada kemajuan dalam bidang usaha tani, dengan perencanaan pertanian serta tataniaga yang efisien dalam mengembangkan usaha tani diharapkan para petani menuju kearah yang lebih baik. Usaha tani merupakan kegiatan dimana para petani bisa mengelola sumber daya yang dimiliki agar berjalan secara efektif dan efisien, dengan mengelola sumber daya ini para petani dapat memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya. Salah satu usaha tani tanaman hortikultura dalam mendukung pertumbuhan ekonomi saat ini terdapat di Provinsi Lampung. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Jenis dan Luas Tanaman Sayuran Berdasarkan Kabupaten di Provinsi Lampung (Hektar) 2020

No	Kabupaten/Kota	Bayam	Kangkung	Sawi
1	Lampung Barat	105	112	475
2	Tanggamus	140	155	128
3	Lampung Selatan	307	338	214
4	Lampung Timur	290	322	88
5	Lampung Tengah	409	455	117
6	Lampung Utara	114	91	29
7	Waykanan	154	155	9
8	Tulang Bawang	171	174	26
9	Pesawaran	196	181	7
10	Pringsewu	77	98	87
11	Mesuji	192	168	0
12	Tulang Bawang Barat	119	89	0
13	Pesisir Barat	51	61	0
14	Bandar Lampung	100	107	121
15	Metro	43	61	28

Sumber: Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Lampung

Berdasarkan Tabel 1 diatas tanaman sayuran yang menggunakan lahan terbanyak adalah jenis sayuran kacang panjang dengan jumlah lahan 508 hektar di Kabupaten Lampung Timur, sawi dengan jumlah lahan 475 hektar di Kabupaten Lampung Barat, kemudian kangkung dengan jumlah lahan 455 hektar di Kabupaten Lampung Tengah, dan kacang panjang dengan jumlah lahan 423 hektar di Kabupaten Lampung Tengah.

Terdapat banyak jenis tanaman hortikultura seperti sayuran, buah-buahan, hias, dan obat-obatan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tanaman hortikultura dengan jenis sayur-sayuran dikarenakan komoditas tanaman sayuran hortikultura merupakan komoditas yang banyak di budidayakan di dataran tinggi seperti Kecamatan Kemiling Bandar Lampung. Sayuran dataran tinggi banyak dikembangkan di daerah perbukitan dengan kemiringan > 16 – 60 persen yang pada umumnya daerah rawan erosi. Tanaman sayuran yang cocok di dataran tinggi diantaranya Ketimun, Kacang panjang, Kangkung, Sawi dan Bayam.

Tabel 2. Jenis dan Produksi Tanaman Sayuran Berdasarkan Kabupaten di Provinsi Lampung (Kuintal) 2020

No	Kabupaten/Kota	Bayam	Kangkung	Sawi
1	Lampung Barat	3.863	4.172	47.034
2	Tanggamus	1.783	3.369	8.408
3	Lampung Selatan	10.347	36.983	19.735
4	Lampung Timur	4.336	13.161	3.617
5	Lampung Tengah	9.209	10.747	1.726
6	Lampung Utara	4.293	6.248	3.620
7	Waykanan	1.275	1.679	43
8	Tulang Bawang	3.154	2.798	259
9	Pesawaran	17.596	15.047	540
10	Pringsewu	2.007	3.849	1.584
11	Mesuji	7.680	11.760	0
12	Tulang Bawang Barat	4.934	5.932	0
13	Pesisir Barat	410	572	0
14	Bandar Lampung	802	779	1.226
15	Metro	3.203	5.018	3.158

Sumber : Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Lampung Tahun 2020.

Berdasarkan Tabel 2 diatas untuk produksi tanaman sayuran menunjukkan Kabupaten Lampung Barat memiliki tingkat produksi sayuran tertinggi dan diikuti oleh Kabupaten Lampung Selatan. Sedangkan produksi tanaman sayuran di Kota Bandar Lampung produksi terbanyak dijenis tanaman sayuran sawi yaitu 1.226 kuintal di tahun 2020.

Tabel 3. Produksi Tanaman Sayuran Hortikultura di Kota Bandar Lampung (kuintal) Tahun 2019 dan 2020

No	Kecamatan	Kangkung		Sawi		Bayam	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
1	Teluk Betung Barat	-	-	-	-	-	-
2	Teluk Betung Timur	-	-	-	-	-	-
3	Teluk Betung Selatan	-	-	-	-	-	-
4	Bumi Waras	-	-	-	-	-	-
5	Panjang	-	-	-	-	-	-
6	Tanjung Karang Timur	-	-	-	-	-	-
7	Kedamaian	-	-	-	-	-	-
8	Teluk Betung Utara	-	-	-	-	-	-
9	Tanjung Karang Pusat	-	-	-	-	-	-
10	Enggal	-	-	-	-	-	-
11	Tanjung Karang Barat	36	107	22	36	36	53
12	Kemiling	84	110	104	142	77	82
13	Langkapura	119	363	125	239	103	189
14	Kedaton	-	-	-	-	-	-
15	Rajabasa	-	-	-	-	-	-

No	Kecamatan	Kangkung		Sawi		Bayam	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
16	Tanjung Senang	72	739	275	1 699	271	448
17	Labuhan Ratu	-	-	-	-	-	-
18	Sukarame	120	226	270	560	142	233
19	Sukabumi	322	328	430	588	130	176
20	Way Halim	-	-	-	-	-	-
Total		753	1873	1226	1565	759	1181

Sumber : UPTD Pertanian Kecamatan Kemiling

Berdasarkan tabel 3 diatas untuk produksi tanaman sayuran hortikultura pada Kecamatan di Kota Bandar Lampung hanya terdapat 6 Kecamatan yang memiliki produksi tanaman hortikultura yaitu Tanjung Karang Barat, Kemiling, Langkapura, Tanjung Senang, Sukarame dan Sukabumi.

Perkembangan hortikultura di Kota Bandar Lampung khususnya Kecamatan Kemiling pada umumnya masih dalam skala perkebunan rakyat yang tumbuh dan dipelihara secara alami dan tradisional. Kecamatan Kemiling memiliki produksi sayuran yang beragam namun umumnya petani di Kecamatan Kemiling menanam jenis tanaman hortikultura sayuran kangkung, sawi dan bayam. Kecamatan Kemiling merupakan wilayah dataran tinggi sehingga memiliki potensi yang baik dalam usaha budidaya tanaman beriklim dingin. Tanaman sayur hortikultura merupakan jenis usaha tanaman yang yang cocok untuk di dataran tinggi seperti Kecamatan Kemiling. Tanaman sayuran jenis sawi, ketimun, kacang panjang dan kangkung merupakan sayuran unggulan di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung.

Tabel 4. Luas Panen dan Produksi Tanaman Sayuran di Kecamatan Kemiling Tahun 2020

No	Tanaman Sayuran	Luas Panen (Ha)	Produksi (Kuintal)
1	Buncis	12	80
2	Kacang Panjang	12	120
3	Kangkung	11	110
4	Bayam	12,2	82
5	Terong	10,5	85
6	Ketimun	5,2	135
7	Sawi	9,5	142
8	Cabai	4,1	32

Sumber : UPTD Pertanian Kecamatan Kemiling

Berdasarkan Tabel 3 diatas perolehan produksi tanaman sayuran dengan tingkat produksi tertinggi yaitu sawi 142 kuintal, ketimun 135 kuintal, kacang panjang 120 kuintal dan kangkung 110 kuintal. Selain itu, ketiga komoditas tersebut sangat berperan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan memiliki khasiat untuk kesehatan. Pada umumnya tanaman hortikultura sayuran yang ada di Kecamatan Kemiling memiliki masa panen 40-60 hari.

Aktivitas pemasaran sayur mayur dimulai dari malam hari hingga siang bahkan sore hari. Menurut Rahim dan Retno (2007:36) Hal ini menunjukkan bahwa tataniaga sayur mayur yang terjadi cukup panjang dan melibatkan beberapa saluran pemasaran dimana di dalamnya terdapat banyak sekali lembaga-lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat biasanya mulai dari petani langsung, pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan dan pedagang besar kabupaten/propinsi. Interaksi pemasaran sayur mayur antar lembaga pemasaran melalui saluran pemasaran yang ada menghasilkan tataniaga sayur mayur secara menyeluruh di suatu daerah atau kota.

Dalam rangka peningkatan taraf hidup dan pendapatan petani maka usaha-usaha peningkatan produksi saja tidaklah cukup, akan tetapi harus diimbangi dengan usaha perbaikan dan penyempurnaan dibidang pemasaran hasil. Hal ini disebabkan peningkatan produksi tanpa diiringi oleh sistem pemasaran hasil yang efisien menyebabkan berkurangnya pendapatan petani. Dalam tataniaga sayur mayur sering terjadi perbedaan antara harga di tingkat petani dengan harga ditingkat konsumen. Hal ini disebabkan karena mata rantai tataniaga yang dilalui hingga ke tangan konsumen cukup panjang. Rahim dan Retno (2007:59)

Panjangnya mata rantai ini menyebabkan biaya tataniaga menjadi beban biaya proses pemasaran yang akhirnya akan mengurangi profit mata rantai pemasaran. Biasanya masing- masing saluran pemasaran memiliki *price spread* dan *share margin* yang berbeda-beda. Untuk mengetahui saluran mana yang dianggap paling baik dapat diketahui dengan cara menghitung jumlah penjualan / pembelian barang pada setiap masing- masing saluran. Besar kecil margin pemasaran

dipengaruhi oleh perubahan biaya pemasaran, keuntungan perantara, harga dibayarkan oleh konsumen dan harga diterima oleh petani (produsen).

Tataniaga pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Dalam hal tataniaga hasil pertanian maka aliran hasil pertanian dari petani produsen ke konsumen akhir. Aliran barang ini dapat terjadi karena peranan lembaga tataniaga. Peranan lembaga tataniaga ini sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan karakteristik aliran barang yang dipasarkan. Dalam pengaliran barang ini dikenal istilah saluran tataniaga. Saluran tataniaga dapat berbentuk secara sederhana dan dapat pula rumit. Rumit tidaknya saluran tataniaga tergantung pada macam komoditi lembaga tataniaga dan sistem pasarnya. Fungsi saluran tataniaga ini sangat penting khususnya dalam melihat tingkat harga di masing-masing lembaga tataniaga (Soekartawi, 2002:22).

Efisiensi tataniaga sangat penting agar setiap lembaga pemasaran mendapatkan keuntungan sesuai apa yang telah mereka keluarkan (*output*). Jika tidak ada efisiensi tataniaga maka ada pihak atau lembaga yang dirugikan karena mungkin lembaga tersebut telah mengeluarkan output lebih besar dibandingkan dengan keuntungan yang didupakannya dan begitu juga sebaliknya. Lembaga yang mengeluarkan output lebih kecil tetapi mendapatkan keuntungan yang besar, dan akan terjadilah kesenjangan keuntungan yang diperoleh. Rahim dan Retno (2007:80).

Pemasaran yang efisien sangat dibutuhkan agar petani dapat memperoleh keuntungan yang maksimal sehingga dapat meningkatkan pendapatan khususnya bagi petani tanaman hortilutura. Dengan mengetahui saluran pemasaran yang efisien dari suatu komoditas maka dapat diketahui jalur mana yang lebih efisien dari semua kemungkinan jalur yang akan ditempuh, serta dapat mempermudah mencari besarnya marjin yang diterima pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dan pada akhirnya dapat menentukan harga jual tanaman hortikultura.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di salah satu pasar di Kota Bandar Lampung bahwa terdapat perbedaan harga dari satu saluran pemasaran satu dengan saluran pemasaran lainnya. Hal tersebut disebabkan oleh biaya-biaya

yang dikeluarkan oleh tiap saluran pemasaran berbeda-beda sehingga menciptakan ketidakmerataan margin. Tataniaga tanaman hortikultura di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung pada umumnya disalurkan ke konsumen akhir melalui pasar-pasar tradisional yang ada di Kota Bandar Lampung seperti Pasar Tugu, Pasar Tamin dan lain sebagainya. Tata niaga Tanaman hortikultura yang ada di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung seperti, bayam, sawi, dan kangkung sebagian besar dijual kepada pedagang pengepul sebelum akhirnya melalui pedagang pengecer hingga sampai pada konsumen akhir.

Saluran distribusi atau tataniaga pasar merupakan salah satu indikator untuk mengetahui efisiensi pasar. Pasar efisien merupakan faktor penting untuk pembangunan. Sering kali tataniaga merupakan bagian yang paling lemah dalam mata-rantai perekonomian atau dalam aliran barang. Mubyarto (2001:57). Dengan demikian dimaksudkan bahwa efisiensi masih rendah, sehingga masih ada kemungkinan untuk dipertinggi. Sistem tataniaga dianggap efisien apabila memenuhi syarat, yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik di dalam pembuatan skripsi ini dengan judul **“Efisiensi Tataniaga Produk Usaha Tani Tanaman Hortikultura di Kelurahan Sumberejo Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk saluran tataniaga produk usaha tani tanaman hortikultura di Kelurahan Sumberejo Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung?
2. Apakah tata niaga usaha tani tanaman hortikultura di tingkat produsen telah efisien?
3. Apakah tata niaga produk hortikultura pada setiap saluran tata niaga telah berjalan efisien?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bentuk saluran tataniaga produk usaha tani tanaman hortikultura di Kelurahan Sumberejo Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung?
2. Untuk mengetahui apakah tata niaga usaha tani tanaman hortikultura di tingkat produsen telah efisien?
3. Untuk mengetahui apakah tata niaga produk hortikultura antar jenjang tata niaga telah berjalan efisien?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah
Bahwa dalam suatu hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi Pemerintah dalam menentukan suatu kebijakan.
2. Bagi Peneliti
Hasil dari penelitian ini peneliti dapat menghasilkan suatu kajian atau bahan kajian yang dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya di bidang ekonomi pertanian.
3. Bagi Masyarakat
Hasil dari penelitian ini yaitu sebagai suatu informasi yang sedang di pentingkan atau sedang di cari guna membantu agar dapat menguasai kajian yang bersangkutan dengan penelitian ini.

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Definisi Tata Niaga

Tataniaga merupakan suatu istilah yang diartikan sama dengan pemasaran atau distribusi, yaitu sebagai kegiatan ekonomi yang memiliki fungsi untuk menyampaikan atau membawa barang maupun jasa dari produsen hingga konsumen. Tata menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan aturan, sistem dan susunan sedangkan Niaga menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan kegiatan jual beli dan sebagainya untuk memperoleh untung dagang. Jadi secara sederhana dapat dikatakan tata niaga adalah suatu sistem atau susunan dalam kegiatan jual beli untuk memperoleh keuntungan dagang dimulai dari produsen sampai dengan konsumen akhir.

Tataniaga secara umum adalah suatu proses sosial dan managerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penawaran dan pertukaran produk yang bernilai dengan individu dan kelompok lain. Dalam penyampaian barang kepada individu dan kelompok maka diperlukan suatu sistem managerial yang baik sehingga tidak saling merugikan antara masing-masing middleman (Kotler, 2008:8).

Tata niaga adalah proses yang merupakan serangkaian kegiatan berturut-turut yang terjadi selama perjalanan suatu barang atau komoditi mulai dari produsen primer sampai ketengan konsumen. Produsen primer adalah mata rantai pertama dalam saluran produksi. Dalam menyalurkan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir, akan dilihat adanya rangkaian mata rantai tata niaga dari suatu mata rantai tata niaga, apabila komoditi tertentu memerlukan proses terlebih dahulu, maka mata rantai tata niaga tersebut akan lebih panjang. Pada setiap mata rantai tata niaga

tersebut akan lebih panjang. Pada setiap mata rantai tata niaga, umumnya komoditinya tersebut akan mengalami penambahan nilai karena waktu, tempat dan bentuk (Gultom, 1996:96).

Sistem tata niaga adalah kumpulan lembaga-lembaga yang secara langsung dan tidak langsung terlibat dalam kegiatan pemasaran barang dan jasa, yang saling mempengaruhi dengan tujuan mengalokasikan sumber daya langkah secara efisien guna memenuhi kebutuhan manusia sebanyak-banyaknya. Komponen-komponen sistem tata niaga tersebut adalah para produsen, penyalur, dan lembaga-lembaga lainnya yang secara langsung ataupun tidak langsung terlibat dalam proses pertukaran barang dan jasa (Radiosunu, 1995:29).

Berdasarkan penjelasan yang ada diatas maka dapat disimpulkan bahwa tata niaga merupakan suatu sistem pemasaran yang dimulai dari produsen awal sampai dengan konsumen akhir untuk mencari keuntungan di dalam penjualan produk barang.

2.1.1 Fungsi Tata Niaga

Dalam proses penyampaian barang dari produsen ke konsumen diperlukan berbagai kegiatan yang dapat memperlancar proses penyampaian barang tersebut. Kegiatan-kegiatan tersebut dinamakan sebagai fungsi pemasaran. Menurut Kotler (2008:5) Fungsi-fungsi pemasaran memiliki tiga katagori yaitu, fungsi penjualan, fungsi pengadaan dan fungsi pemberian jasa, dengan penjelasan sebagai berikut :

a. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran yaitu menjual dan membeli dalam hal ini penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Penjualan dibarengi dengan kegiatan pembelian merupakan kesatuan untuk dapat terlaksananya pengalihan hak milik, atau barang dan jasa. Oleh karena itu kegiatan penjualan terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi perundingan harga dan syarat pembayaran dalam hal kegiatan penjualan ini, penjual harus menentukan kebijaksanaan terlaksananya rencana penjualan yang telah ditetapkan. Fungsi Pertukaran yaitu fungsi dalam pemasaran produk-produk pertanian meliputi

kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan dalam sistem pemasaran. Fungsi pertukaran terdiri dari 2 bagian penjualan dan pembelian.

1) Penjualan

Penjualan merupakan suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, distributor dan wakil pemasaran. Menurut Kotler (2008:19) pengertian penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pendapat lain yang dikemukakan oleh Assauri (2002:4) bahwa penjualan adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Suatu kesatuan usaha yang dinamis yang terdiri dari berbagai bagian yang berkaitan secara teratur, dan berusaha mencapai suatu tujuan adalah pengertian dari sistem. Jadi pengertian sistem penjualan adalah suatu kesatuan usaha transfer hak atas benda-benda yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan laba atau keuntungan. Sasaran Penjualan adalah mengalihkan barang-barang kepada pihak pembeli dengan harga yang memuaskan.

2) Pembelian

Pembelian merupakan suatu peristiwa atau tindakan yang dilakukan oleh dua belah pihak dengan tujuan menukarkan barang atau jasa dengan menggunakan alat transaksi yang sah dan sama-sama memiliki kesepakatan dalam transaksinya, dalam pembelian terkadang akan terjadi tawar menawar antara pembeli dan penjual hingga mendapatkan kesepakatan harga yang kemudian akan melakukan transaksi penukaran barang atau jasa dengan alat tukar yang sah dan di sepakati kedua belah pihak. Pembelian terdiri dari sejumlah kegiatan, antara lain :

- a) Penentuan macam, jumlah dan kualitas dari barang-barang yang akan dibeli.
- b) Mencari sumber penawaran dan pengumpulan barang.
- c) Penentuan tempat daripada sumber-sumber penawaran.
- d) Mengetahui keadaan pasar baik mengenai persediaan barang, harga, macam barang serta barang substitusinya.
- e) Merundingkan syarat-syarat pembelian mencakup keterangan mengenai macam, jumlah dan kualitas barang yang dikehendaki dan tanggal penyerahan.
- f) Pemindahan hak milik, para pembeli menerima barang dari pihak penjual dan memilikinya

Menurut tujuannya, pembelian yang umum terjadi dapat dibedakan sebagai berikut :

- a) Pembelian untuk konsumsi, adalah pembelian oleh lembaga pemerintah, swasta dan nyonya rumah tangga untuk keperluan konsumsinya.
- b) Pembelian untuk bahan dasar adalah pembelian oleh pabrik untuk dijadikan barang jadi.
- c) Pembelian untuk dijual lagi, adalah pembelian oleh pedagang untuk dijual lagi.

b. Fungsi Pengadaan Secara Fisik

Fungsi pengadaan secara fisik Adalah fungsi yang meliputi kegiatan kegiatan yang secara langsung dilakukan terhadap komoditi pertanian. Fungsi ini disebut juga fungsi fisik Fungsi Pengadaan secara fisik terdiri atas pengangkutan dan penyimpanan dalam hal ini transaksi pembelian dan penjualan terdapat kegiatan pemindahan barang.

1) Pengangkutan

Dalam proses pemindahan barang ini merupakan kegiatan dan fungsi pengangkutan. Fungsi pengangkutan ini mempunyai sasaran untuk memindahkan barang-barang ketempat tujuan yang diharapkan tepat dalam jumlah, waktu dan mutu dengan biaya yang semaksimal mungkin. Dalam dunia perniagaan, masalah angkutan memegang peranan yang sangat penting, tidak

hanya sebagai alat fisik, alat yang harus membawa barang yang diperdagangkan dari produsen ke konsumen, tetapi juga sebagai penentu dari harga barang-barang tersebut. Karena itu untuk kepentingan perdagangannya tiap-tiap pedagang akan selalu berusaha mendapatkan frekuensi angkutan yang kontiniu dan tinggi dengan biaya angkutan yang rendah.

Menurut arti katanya, pengangkutan berasal dari kata dasar "angkut" yang berarti angkut dan bawa, muat bawa atau kirimkan. Merangkut artinya mengangkat dan membawa, memuat dan membawa atau mengirimkan. Pengangkutan artinya pengangkutan dan pembawaan barang atau orang, pemuatan dan pengiriman barang atau orang, barang atau orang yang diangkat. Jadi dalam pengertian pengangkutan ini tersimpul suatu proses kegiatan atau gerakan dari satu tempat ke tempat lain

2) Penyimpanan

Penyimpanan berarti menahan barang-barang selama jangka waktu antara dihasilkan atau diterima sampai dengan dijual. Dengan demikian penyimpanan menciptakan kegunaan waktu, disamping bertendensi meratakan harga. Terdapat beberapa faktor alasan kenapa dilakukannya penyimpanan :

- a) Sifat musiman dari kebanyakan produksi
- b) Permintaan untuk berbagai produk berlangsung sepanjang tahun
- c) Alasan-alasan yang terdapat dalam waktu yang diperlukan untuk pelaksanaan berbagai pelayanan pemasaran misalnya dalam waktu menunggu pengangkutan, pengolahan dan selama pembelian dan penjualan.
- d) Untuk mendapatkan harga yang lebih baik

Ada 3 macam biaya yang dikeluarkan oleh para penyimpan barang, yaitu :

- a) Sewa gudang, termasuk ongkos handling dan ongkos perlengkapan ruangan dengan temperatur dan "*humidity*" yang sesuai dengan kondisi barang.
- b) Bunga (*interest*) untuk kapital yang ditanam pada barang simpanan.
- c) Ongkos-ongkos seperti pengeluaran untuk menutupi penurunan nilai barang dalam penyimpanan (kekeringan atau susut berat, kerusakan).

Penyimpanan dibutuhkan untuk daya guna, karena kegunaan ini karena waktu dibutuhkannya sesuatu produk tidak sama dengan waktu diproduksinya atau jumlah yang dibutuhkan pada suatu saat tidak sama dengan jumlah yang dihasilkan pada saat tersebut. Sarana penyimpanan dapat dibangun di daerah produksi, pasar terminal dan pasar eceran. Disamping keamanan, faktor-faktor lain yang harus diperhatikan dalam pemilihan tempat dimana sarana penyimpanan (gudang) dibangun adalah biaya pengangkutan, biaya sewa tanah, biaya upah buruh dan fasilitas pemasukan barang dan pengeluaran barang dari gudang.

c. Fungsi Pemberian Jasa

Fungsi pemberian jasa yang terdiri dari :

- 1) Pembiayaan adalah mencakup pengelolaan sumber dan pengalokasian dana serta pengaturan syarat-syarat pembayaran yang dibutuhkan dalam rangka usaha untuk memungkinkan barang atau produk mencapai konsumen akhir.
- 2) Penanggungan resiko, dalam pemasaran barang dan jasa selalu terdapat sejumlah resiko yang tak dapat dihindarkan.
- 3) Informasi pasar, dalam hal ini peranan informasi pasar perlu diperhatikan karena tidak ada keputusan pemasaran yang baik tanpa didasarkan oleh fakta atau data di lapangan, oleh karena itu kebutuhan akan makin meningkat dalam upaya upaya intensifikasi dan ekstensifikasi pasar.

2.1.2 Biaya Tata Niaga

Aktivitas produksi tidak akan menjamin dihasilkan laba, jika pemasaran produk tidak mampu merebut pasar. Proses pemasaran di suatu daerah juga kadang-kadang berbeda satu sama lain. Begitu pula macam lembaga pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Makin efektif pemasaran yang dilakukan, maka akan semakin kecil biaya pemasaran yang dikeluarkan.

Pengertian biaya pemasaran menurut Mulyadi (2005:48) yaitu biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai.

Dalam mendefinisikan biaya pemasaran, cenderung mendefinisikan dalam arti yang luas, karena biaya pemasaran dalam arti sempit hanya terbatas pada kegiatan penyampaian barang kepada pembeli. Sedangkan dalam arti luas biaya pemasaran tidak hanya mencakup biaya penjualan saja tetapi mencakup biaya administrasi dan biaya manajemen keuangan. Sedangkan Menurut Soekartawi (2002) biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, penyusutan, retribusi dan lainnya. Besarnya biaya ini berbeda satu sama lain disebabkan karena macam komoditi, lokasi pemasaran dan macam lembaga pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Seringkali komoditi pertanian yang nilainya tinggi diikuti dengan biaya pemasaran yang tinggi pula.

Secara umum menurut Rahim dan Retno (2007:58) biaya merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen dalam mengelola usaha taninya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya merupakan pengorbanan yang diukur untuk suatu alat tukar berupa uang yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam usaha taninya. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan atau aktifitas usaha pemasaran komoditas pertanian. Biaya pemasaran komoditas pertanian meliputi biaya transportasi/biaya angkut, biaya pungutan retribusi, biaya penyusutan dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain. Hal ini disebabkan lokasi pemasaran, lembaga pemasaran (pengumpul, pedagang besar, pengecer, dan sebagainya) dan efektifitas pemasaran yang dilakukan serta macam komoditas. Perincian biaya pemasaran sebagai berikut:

a. Biaya persiapan & biaya pengepakan

Meliputi biaya pembersihan, sortasi dan grading, juga biaya pengepakan (*packaging*) yang tergantung tujuan tempat penjualan.

b. Biaya handling

Biaya unyuk melakukan pengepakan (*packed*) dan pembukaan pak (*unpacked*), bongkar muat di berbagai tingkat lembaga pemasaran.

c. Biaya produk yang hilang

Produk pertanian dalam proses pemasarannya banyak mengalami susut, baik karena kerusakan dan penanganan yang kurang baik, jarak yang jauh, atau tidak

laku saat panen raya. Perhitungan penyusutan produk relatif kompleks karena dapat terjadi berat masih tetap tapi kualitas sudah menurun.

d. Biaya Transportasi

Biaya untuk mengangkut produk dari satu tempat ketempat lain, baik manusia, hewan, truk, atau kontainer.

e. Biaya penyimpanan

Perlu diperhitungkan apakah biaya penyimpanan relatif sesuai dengan kenaikan harga jual.

f. Biaya prosesing

Biaya prosesing perlu perhatikan faktor konversi. Besarnya biaya prosesing tergantung biaya BBM, biaya depresiasi, pajak, upah TK, dll.

g. Biaya Modal

Uang/modal yg dipinjam perlu ditambah biaya kolateral dan bunga. Biaya yang tidak berasal dari pinjaman perlu diperhitungkan biaya kesempatan (*opportunity cost*).

h. Pungutan pungutan, komisi dan pembayaran tidak resmi

Biaya tata niaga suatu produk diukur secara kasar dengan margin dan spread (Soekartawi, 2002:11). Komponen biaya tata niaga terdiri atas semua jenis pengeluaran yang dikorbankan setiap middleman dan lembaga tata niaga yang berperan serta secara langsung dan tidak langsung dalam proses perpindahan barang dan keuntungan yang diambil oleh middleman atau lembaga tata niaga atas modalnya dan jasa tenaganya dalam menjalankan aktivitas pemasaran tersebut. Setelah dikelompokkan menurut jenis biaya yang sama, maka marketing margin ini disebut *price spread*. Jika angka-angka *price spread* dipersenkan terhadap harga beli konsumen, maka diperoleh *share margin* (Gultom, 1996:19).

Dalam bisnis pertanian, selain aspek produksi dan aspek permodalan, aspek pemasaran juga perlu mendapatkan perhatian agar tingkat keberhasilan bisnis pertanian bisa lebih tinggi dan keuntungan yang diperoleh akan lebih besar. Strategi pemasaran yang tepat akan memperpendek sistem atau mata rantai perdagangan, sehingga *lost of benefit* atau keuntungan yang hilang akibat panjangnya tata niaga perdagangan bisa dihindari.

2.2 Definisi Usaha Tani

Pertanian merupakan kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidupnya. Kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang termasuk dalam pertanian biasa difahami orang sebagai budidaya tanaman atau bercocok tanam serta pembesaran hewan ternak. Menurut Kadarsan dalam Shinta (2011:13), usaha tani adalah suatu tempat dimana seseorang atau sekumpulan orang berusaha mengelola unsur-unsur produksi seperti alam, tenaga kerja, modal dan ketrampilan dengan tujuan berproduksi untuk menghasilkan sesuatu di lapangan pertanian. Sedangkan menurut Moehar (2001:12) Usaha tani adalah kegiatan mengorganisasikan atau mengelola aset dan cara dalam pertanian. Usaha tani juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengorganisasi sarana produksi pertanian dan teknologi dalam suatu usaha yang menyangkut bidang pertanian

Dari beberapa definisi tersebut dapat disarikan bahwa yang dimaksud dengan usaha tani adalah usaha yang dilakukan petani dalam memperoleh pendapatan dengan jalan memanfaatkan sumber daya alam, tenaga kerja dan modal yang mana sebagian dari pendapatan yang diterima digunakan untuk membiayai pengeluaran yang berhubungan dengan usaha tani. Sebagai ilmu pengetahuan, ilmu usaha tani merupakan ilmu yang mempelajari cara-cara petani menentukan, mengorganisasikan, dan mengkoordinasikan penggunaan faktor-faktor produksi seefektif dan seefisien mungkin sehingga usaha tersebut memberikan pendapatan semaksimal mungkin.

Ilmu usaha tani menurut Tohir (1991:19) didefinisikan sebagai ilmu mengenai cara petani mendapatkan kesejahteraan (keuntungan), menurut pengertian yang dimilikinya tentang kesejahteraan. Jadi ilmu usaha tani mempelajari cara-cara petani menyelenggarakan pertanian. Sedangkan Menurut Prawirokusumo (1990:23) Ilmu usaha tani merupakan ilmu terapan yang membahas atau mempelajari bagaimana membuat atau menggunakan sumber daya secara efisien pada suatu usaha pertanian, peternakan, atau perikanan. Selain itu, juga dapat

diartikan sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana membuat dan melaksanakan keputusan pada usaha pertanian, peternakan, atau perikanan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati oleh petani/peternak tersebut.

Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Ilmu usaha tani merupakan ilmu yang mempelajari cara-cara petani mengoperasikan dan mengkombinasikan berbagai faktor produksi seperti lahan, tenaga, dan modal sebagai dasar bagaimana petani memilih jenis dan besarnya cabang usaha tani berupa tanaman atau ternak sehingga memberikan hasil yang maksimal.

Dalam kegiatan usaha tani selalu diperlukan faktor-faktor produksi berupa lahan, tenaga kerja, dan modal yang dikelola seefektif dan seefisien mungkin sehingga memberikan manfaat sebaik-baiknya. Kegiatan usaha tani biasanya berkaitan dengan pengambilan keputusan tentang apa, kapan, di mana, dan berapa besar usaha tani itu di jalankan. Menurut Soeharjo dan Patong (1999:18) Gambaran atau potret usaha tani sebagai berikut:

- a. Adanya lahan, tanah usaha tani, yang di atasnya tumbuh tanaman,
- b. Adanya bangunan yang berupa rumah petani, gedung, kandang, lantai jemur, dan sebagainya,
- c. Adanya alat – alat pertanian seperti cangkul, parang, garpu, linggis, spayer, traktor, pompa air, dan sebagainya,
- d. Adanya pencurahan kerja untuk mengelolah tanah, tanaman, memelihara dan sebagainya,
- e. Adanya kegiatan petani yang menerapkan usaha tani dan menikmati hasil usaha tani.

Usaha tani dapat dikelompokkan berdasarkan corak, sifat, organisasi, pola, serta tipe usaha tani. Berdasarkan corak dan sifatnya, usaha tani dapat dilihat sebagai usaha tani subsisten dan usaha tani komersial. Usaha tani komersial merupakan usaha tani yang menggunakan keseluruhan hasil panennya secara komersial dan telah memperhatikan kualitas serta kuantitas produk, sedangkan usaha tani subsisten hanya memanfaatkan hasil panen dari kegiatan usaha taninya untuk memenuhi kebutuhan petani atau keluarganya sendiri. Usaha tani berdasarkan

organisasinya, dibagi menjadi tiga yaitu usaha individual, usaha kolektif dan usaha kooperatif.

a. Usaha individual

Usaha individual merupakan kegiatan usaha tani yang seluruh proses usaha taninya dikerjakan oleh petani sendiri beserta keluarganya mulai dari perencanaan, mengolah tanah hingga pemasaran, sehingga faktor produksi yang digunakan dalam kegiatan usaha tani dapat ditentukan sendiri dan dimiliki secara perorangan (individu).

b. Usaha kolektif

Usaha kolektif merupakan kegiatan usaha tani yang seluruh proses produksinya dikerjakan bersama oleh suatu kelompok kemudian hasilnya dibagi.

c. Usaha kooperatif

Usaha tani kooperatif ialah usaha tani yang tiap proses produksinya dikerjakan secara individual, hanya pada beberapa kegiatan yang dianggap penting dikerjakan oleh kelompok, misalnya pembelian saprodi, pemberantasan hama, pemasaran hasil dan pembuatan saluran.

2.3 Tanaman Hortikultura

Pengertian hortikultura ditinjau dari Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki beberapa pengertian, yaitu pengusahaan dan pemeliharaan kebun bunga, buah-buahan, dan sayur-sayuran. Kata hortikultura (*horticulture*) berasal dari bahasa latin, yaitu hortus yang berarti kebun dan colera yang berarti menumbuhkan (terutama sekali mikroorganisme) pada suatu medium buatan.

Menurut Zulkarnain (2010:17). Secara harfiah, hortikultura berarti ilmu yang mempelajari pembudidayaan tanaman kebun. Akan tetapi, pada umumnya para pakar mendefinisikan hortikultura sebagai ilmu yang mempelajari budidaya tanaman sayuran, buah-buahan, bunga-bunga, atau tanaman hias. Orang yang ahli mengenal hortikultura (pakar hortikultura) dikenal sebagai seorang *horticulturist*.

Dari pengertian di atas hortikultura dapat dikatakan sebagai ilmu yang mempelajari tentang peningkatan produk tanaman perkebunan. Tanaman perkebunan ada

beberapa jenis diantaranya ialah tanaman sayuran, buah-buahan, bunga-bunga, atau tanaman hias. Untuk pemilihan jenis tanaman sebagai produk yang dibudidayakan dapat disesuaikan dengan ekologi di sekitar tempat pembudidayaan. Selain ekologi yang sangat mempengaruhi keberhasilan dari pembudidayaan tanaman perkebunan ini ialah faktor keunggulan produk menurut konsumen atau masyarakat sekitar yang terlibat langsung.

Hortikultura merupakan salah satu sub sektor dalam sektor pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Indonesia memiliki aneka produk hortikultura, dengan ragam plasma nutfah dan varietas yang memungkinkan bagi upaya pengembangan buah, sayuran dan bunga. Hasil tanaman hortikultura mempunyai sifat khusus antara lain :

- a. Mudah atau cepat busuk (*perishable*), bila disimpan tanpa perlakuan khusus, misalnya dengan suhu rendah (4°C) atau pelapisan lilin, karena dipanen dalam bentuk segar. Sejak panen sampai pasar memerlukan penanganan secara cermat dan efisien karena akan mempengaruhi kualitas dan harga pasar.
- b. Memiliki nilai estetika, jadi harus memenuhi keinginan masyarakat umum. Keadaan ini sangat sulit karena tergantung pada cuaca, serangan hama dan penyakit, namun dengan biaya tambahan kesulitan itu dapat diatasi.
- c. Produksi umumnya musiman, beberapa diantaranya tidak tersedia sepanjang tahun. Memerlukan volume (ruangan volumenes) yang besar, menyebabkan ongkos angkut menjadi besar pula dan harga pasar yang tinggi. Harga produk ditentukan oleh kwalitaas, bukan kuantitas.
- d. Memiliki daerah penanaman (geografi) yang sangat spesifik atau menuntut agroklimat tertentu

Tanaman holtikultura memiliki prospek pengembanagan yang baik karena memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan potensi pasar yang terbuka lebar, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Tanaman Hortikultura pun mampu meningkatkan apresiasi terhadap berbagi komoditas dan produk berbagi holtikultura bukan lagi hanya sebagai bahan pangan, tetapi juga terkait dengan fungsi-fungsi lainnya. Secara sederhana fungsi utama tanaman hortikultura dapat dikelompokkan menjadi 4, yaitu:

a. Fungsi Penyedia Pangan

Sebagai penyedia vitamin, mineral, serat, dan senyawa lainnya untuk pemenuhan gizi.

b. Fungsi Ekonomi

Umumnya komoditas tanaman hortikultura memiliki nilai ekonomi, yang tinggi menjadi sumber pendapat petani, pedagang, kalangan industri, dan lain-lain.

c. Fungsi Kesehatan

Hal ini di tunjukkan oleh manfaat komoditas biofarma untuk mencegah dan mengobati berbagai macam penyakit.

d. Fungsi Sosial dan Budaya

Hal ini ditunjukkan oleh peran komoditas hortikultura sebagai salah satu unsur keindahan dan kenyamanan lingkungan.

2.3.1 Jenis Tanaman Hortikultura

Macam-macam tanaman hortikultura terbagi menjadi 5 bagian yaitu tanaman buah (*frutikultur/pomologi*), tanaman sayuran (*olerikultura*), tanaman bunga (*florikultura*), tanaman obat (*biofarmaka*), dan taman (*lansekap*).

1. Tanaman Sayur-sayuran (*Olerikultura*)

Sayur merupakan bagian dari tumbuhan yang umumnya berupa daun dan tangkai, batang yang masih muda, ataupun berupa bonggol umbi. Beberapa sayuran dapat langsung dimakan mentah, biasanya disebut lalapan, sementara lainnya diolah dengan cara disangrai, direbus, digoreng maupun dikukus. Tanaman sayur terbagi menjadi dua jenis, yaitu :

a. Tanaman Musiman

Jenis tanaman musiman merupakan tanaman yang hanya bisa ditanam pada saat tertentu, seperti musim panas atau musim penghujan. Berikut beberapa contoh tanaman musiman: bawang Merah, bawang Putih, kubis, wortel, kentang, sawi, bayam, kangkung.

b. Tanaman Tahunan

Sedangkan tanaman tahunan umumnya memiliki keuntungan karena dapat ditanam sepanjang tahun, tanpa terikat dengan musim yang akan datang. Berikut beberapa contohnya : jengkol, petai, melinjo, ubi Jalar, ubi Kayu, ketela Pohon.

2. Tanaman Buah (*Frutikultur/Pomologi*),

Tanaman frutikultura merupakan tanaman buah yang dapat dikonsumsi sehari-hari dan mengandung banyak nutrisi untuk tubuh. Tanaman buah tak bisa ditanam sembarang waktu. Pasalnya, ia ditentukan berdasarkan musim. Beberapa jenis tanaman buah yaitu:

a. Buah Musiman

Buah musiman adalah tanaman yang berbuah hanya saat musimnya saja dan tidak berbuah sepanjang tahun. Contoh buah musiman: Stroberi, melon, semangka, blewah dll.

b. Buah Tahunan

Buah tahunan berbuah tidak mengenal musim. Jika telah berbuah, maka akan menghasilkan buah baru secara susul-menyusul tanpa mengenal musim. Contoh buah tahunan: Nanas, salak, pisang, apel, anggur, jambu, pepaya, langsung, sukun, rambutan, manggis dll.

3. Tanaman Bunga (*Florikultura*)

Tanaman hias atau ornamental plant adalah tanaman yang sengaja ditanam atau dibudidayakan untuk satu tujuan yaitu agar dapat menjadi hiasan. Tanaman bunga menghasilkan beberapa bunga yang berwarna cerah dan beraroma khas untuk mengundang hewan melakukan penyerbukan. Contoh tanaman bunga yaitu: Agapanthus, anggrek, bunga matahari, dahlia, mawar, melati dll.

4. Tanaman Obat (*Biofarmaka*),

Tanaman obat merupakan tumbuhan yang mengandung senyawa yang bermanfaat untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit. Tanaman obat diyakini telah digunakan oleh berabad-abad tahun lamanya oleh nenek moyang kita. Tanaman obat sendiri dibedakan atas dua, yaitu:

- a. Tanaman obat non rimpang adalah tanaman yang dimanfaatkan sebagai bahan obat kesehatan dan kosmetik yang berasal dari buah, bunga, daun, batang maupun akar. Contoh tanaman obat non rimpang yaitu lidah buaya, mahkota dewa, kulit manggis, kayu manis dan lain sebagainya.
 - b. Tanaman obat rimpang adalah tanaman yang dimanfaatkan sebagai bahan obat kesehatan dan kosmetik yang berasal rimpang/ umbi tanaman. Contoh tanaman obat rimpang yaitu berbagai jenis temu (Temu Putih, Temu Kunci, Temu Ireng, Temu Mangga, Temu Lawak), jahe (Jahe Wulung, Jahe Merah (*Red Ginger*), Jahe Kebo, Jahe Emprit), lengkuas, kunyit, kencur dan lain sebagainya.
5. Taman (*Lanskap*).

Taman atau lanskap merupakan tanaman yang ditanam pada lahan secara yang menghasilkan nilai keindahan dan tempat penyegaran. Beberapa contoh taman yaitu taman bergaya Bali, taman gaya Jawa, taman gaya Preancis, taman gaya Jepang dan lain sebagainya.

2.3.2 Teknik Budidaya Usaha Tani Tanaman Hortikultura

Tanaman hortikultura merupakan tanaman yang berbasis budidaya kebun. Tanaman sayur hortikultura dibutuhkan oleh setiap masyarakat untuk dikonsumsi sehari-hari. Membudidayakan tanaman Hortikultura memiliki beberapa tahapan dan persiapan tentunya diantaranya yaitu:

1. Persiapan lahan

Tahap awal dari proses budidaya Hortikultura adalah hal yang terpenting karena tanaman yang dihasilkan akan bergantung pada luas bidang tanah atau lahan yang akan dipakai. Jenis tanaman yang akan di kembangkan, dari ukuran tanaman tersebut dan usia memanennya haruslah di ketahui. Teknik atau cara budidaya apa yang akan dilakukan, apakah dengan menggunakan sistem hidroponik, organik atau mungkin dengan teknik konvensional. Persiapan lahan bisa juga menggunakan cara yang moderen atau konvensional, tentu saja ada kelebihan dan kekurangannya.

2. Proses Pembibitan

Pembibitan dilakukan ketika ingin mendapatkan tanaman yang akan dibudidayakan biasanya disebut juga perbanyak tanaman. memperbanyak tanaman memiliki dua cara yaitu generatif dan vegetatif, generatif dilakukan dengan penggunaan biji dan vegetatif dilakukan dengan tangan manusia.

3. Penanaman Bibit

apabila proses pembibitan sudah selesai maka langkah selanjutnya adalah penanaman baiknya penanaman dilakukan di pagi hari atau sore hari ketika terik matahari tidak terlalu panas.

4. Pemeliharaan Tanaman

Pemeliharaan atau perawatan yang dilakukan pada tanaman hortikultura haruslah lebih ekstra dan membutuhkan perhatian lebih yaitu dalam hal pemupukan, penyiangan dan mencegah serangan hama penyakit, tentunya berbeda tanaman akan berbeda pula cara pemeliharaannya.

5. Panen

Proses terakhir yang selalu dinantikan oleh seorang petani, dimana hasil panen sesuai dengan apa jenis tanamannya bisa saja berupa umbi, buah, daun dan lain lain.

2.3.3 Jenis Tanaman Sayur Hortikultura

Hortikultura juga berperan sebagai sumber gizi masyarakat, penyedia lapangan pekerjaan, dan penunjang kegiatan agrowisata dan agroindustri. Menurut Mubyarto (2001:21) Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan hortikultura terkait dengan aspek yang lebih luas yang meliputi tekno-ekonomi dengan sosio-budaya petani. Ditinjau dari proses waktu produksi, musim tanam yang pendek memungkinkan perputaran modal semakin cepat dan dapat meminimalkan ketidakpastian karena faktor alam.

1. Sawi

Sawi merupakan jenis sayuran yang populer dan banyak digemari oleh kebanyakan masyarakat Indonesia. Sawi merupakan sekelompok tanaman dari

marga *Brassica* yang mana daun atau bunganya dimanfaatkan sebagai bahan pangan. Tanaman sawi (*Brassica juncea L.*) telah dikenal oleh masyarakat Indonesia. Aneka hidangan yang menggunakan sawi sebagai bahan baku yang digunakan sebagai campuran sayur seperti lodeh, capcay, bakmi rebus dan lain-lain. Sawi merupakan satu diantara jenis sayuran yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Tanaman sawi berbatang pendek hampir tidak kelihatan, karena dari pangkal batang tumbuh tangkai daun dan Sawi (*Brassica juncea L.*) merupakan tanaman semusim yang berdaun lonjong, halus, tidak berbulu dan tidak berkrop. Tanaman sawi yang dimanfaatkan untuk sayuran adalah daunnya. Jika di masak dan di makan terasa lunak dan segar. Manfaat sawi sangat baik untuk menghilangkan rasa gatal di tenggorokan pada penderita batuk. Penyembuh penyakit kepala, bahan pembersih darah, memperbaiki fungsi ginjal, serta memperbaiki dan memperlancar pencernaan. Sedangkan kandungan yang terdapat pada sawi adalah kalori, protein, lemak, karbohidrat, serat, Ca, P, Fe, Vitamin A, Vitamin B dan Vitamin C.

2. Ketimun

Ketimun atau Mentimun (*Cucumis sativus L.*) adalah salah satu sayuran buah yang banyak dikonsumsi segar oleh masyarakat Indonesia. Sebagai bahan pangan, buah timun mengandung zat-zat gizi yang cukup lengkap, yaitu mengandung kalori, protein, lemak, karbohidrat, kalsium, fosfor, zat gizi, vitamin B, vitamin C, niasin, karoten, asetilkolin, serat, saponin. Dengan demikian buah timun sebagai bahan pangan sangat baik untuk menjaga kesehatan tubuh, misalnya untuk kesehatan mata, jaringan epitel (jaringan yang ada di permukaan kulit), kulit, gigi, tulang, jaringan tubuh, meningkatkan energi, dan untuk mencegah berbagai macam penyakit (beri-beri, sariawan, radang lidah, pelagra, dan lain-lain) (Cahyono, 2003:69).

Tanaman timun termasuk kedalam jenis tanaman sayuran buah semusim (berumur pendek) seperti halnya terong, labu, tomat, pare dan lain sebagainya. Tanaman timun tumbuh merambat (menjalar), berbentuk semak atau perdu, dan tinggi atau panjang tanaman dapat mencapai 2 meter atau lebih. Penyebaran timun di berbagai wilayah di Indonesia menyebabkan timun memiliki sebutan

yang berbeda-beda di beberapa tempat atau daerah. Misalnya, timun (Indonesia), bonteng (Priangan/Sunda), timun krai (Jawa), timun (Pulau Aru), timon (Aceh), hantimun (Lampung), ketimun (Kalimantan), dan lain sebagainya.

3. Kacang Panjang

Tanaman Kacang Panjang (*Vigna sinensis* L.) termasuk dalam famili papilionaceae yang tergolong tanaman semusim berbentuk perdu yang bersifat membelit atau setengah membelit. Kacang panjang merupakan salah satu bahan pangan dalam bentuk sayuran yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Pada saat tanaman kacang panjang masih muda berikut daunnya dapat dipakai sebagai bahan pangan.

Kacang panjang merupakan tanaman sayuran sebagai sumber vitamin dan mineral. Fungsinya sebagai pengatur metabolisme tubuh, meningkatkan kecerdasan dan ketahanan tubuh serta memperlancar proses pencernaan karena kandungan seratnya yang tinggi.

4. Kangkung

Kangkung merupakan salah satu anggota famili *Convolvulaceae*. Menurut Pracaya (2009:16) tanaman kangkung dapat digolongkan sebagai tanaman sayur. Kangkung terdiri atas 3 jenis yaitu kangkung air (*Ipomoea aquatica* F.), kangkung darat (*Ipomoea reptans* P.) dan kangkung hutan (*Ipomoea crassiculatus* R.). Menurut Purwono (2008:22) tanaman kangkung merupakan jenis tanaman sayuran yang memiliki akar, batang, daun bunga, buah dan biji. Kangkung memiliki perakaran tunggang dengan banyak akar samping. Akar tunggang tumbuh dari batangnya yang berongga dan berbulu-bulu. Kandungan gizi dan manfaat kangkung sama seperti sayuran pada umumnya kangkung mengandung serat yang tinggi. Seratus gram kangkung darat mengandung 458 gram kalium dan 49 gram natrium. Kedua zat ini merupakan persenyawaan garam bromida yang bekerja sebagai obat tidur karena sifatnya yang menekan susunan saraf pusat.

5. Bayam

Bayam merupakan tumbuhan yang biasa ditanam untuk dikonsumsi daunnya sebagai sayuran hijau. Bayam merupakan tumbuhan yang berasal dari Amerika tropic, namun kini sudah tersebar di daerah tropis dan subtropis seluruh dunia. Di Indonesia, bayam dapat tumbuh sepanjang tahun tumbuh di daerah panas dan dingin, tetapi tumbuh lebih subur di dataran rendah pada lahan terbuka yang udaranya gak panas (Dalimarta, 2006:11). Bayam yang terkenal dengan nama ilmiah *Amaranthus sp* sudah banyak dipromosikan sebagai sayuran yang banyak mengandung gizi bagi penduduk di negara yang sedang berkembang. Karena tanaman bayam memiliki kandungan gizi yang tinggi, maka sayuran bayam sering disebut sebagai raja sayuran atau *king of vegetable*. (Rukmana Rahmat, 1994:22).

2.4 Efisiensi Tata Niaga Tanaman Hortikultura

Dalam penyaluran produk dari produsen ke konsumen terdapat efisiensi yang disebut dengan efisiensi tataniaga. Dalam saluran tataniaga di bidang pertanian, pada umumnya yang mendapatkan keuntungan tertinggi adalah pedagang besar, dan keuntungan terendah adalah petani produsen. Padahal pengorbanan tertinggi dikeluarkan oleh petani produsen. Pedagang dalam proses pengaliran produk hasil pertanian hanya dalam hitungan hari, sedangkan petani produsen membutuhkan waktu yang lebih lama dapat mencapai tiga bulan, yaitu dari penanaman sampai pemanenan. Dengan demikian seharusnya petani produsenlah yang layak mendapatkan keuntungan tertinggi. Menurut Mubyarto (2001:89) tataniaga dinyatakan efisien apabila mampu menyampaikan produk dari tangan produsen ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya dan adanya perlakuan yang adil dalam pembagian keuntungan diantara para lembaga pelaku tataniaga.

Perbaikan terhadap suatu tata niaga dapat juga berarti meningkatkan efisiensi tata niaga. Peningkatan efisiensi secara menyeluruh sulit dilakukan karena adanya keinginan berlainan atau bertentangan dari pelaku tata niaga yang terlibat dalam proses tata niaga (produsen, lembaga niaga perantara, konsumen dan tata pemerintah). Walaupun demikian, diperlukan suatu pengukuran untuk mencapai

efisiensi. Yogi dan Rantaningtyas (2012:118) mengatakan bahwa suatu saluran tataniaga dianggap lebih efisien dibanding dengan saluran tataniaga yang lain apabila margin tataniaganya lebih rendah dan pembagian keuntungannya adil sesuai dengan jumlah pengorbanan yang disumbangkan pada saluran tataniaga tersebut.

Menurut Soekartawi (2002:14), efisiensi pemasaran yang efisien adalah jika biaya pemasaran lebih rendah daripada nilai produk yang dipasarkan, maka semakin efisien melaksanakan pemasaran. Kriteria efisiensi tataniaga menurut Soekartawi (2002), adalah sebagai berikut:

- a. Efisiensi tataniaga tidak terjadi jika:
 - 1) Biaya pemasaran semakin besar
 - 2) Nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar
- b. Efisiensi tataniaga akan terjadi jika:
 - 1) Biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan tataniaga dapat lebih tinggi.
 - 2) Persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi

Semakin panjang saluran tataniaga maka sistem tataniaga semakin tidak efisien. Masing-masing perantara akan mengambil keuntungan atau jasa yang mereka korbankan atau disebut profit margin, kemudian pada akhirnya akan membuat harga ditingkat konsumen tinggi. Selain itu juga akan memperlambat arus barang ke konsumen. Ketidakefisienan ini juga akan memperlambat arus barang ke konsumen. Ketidakefisienan ini juga akan berdampak buruk bagi petani dimana harga yang diterima petani akan berbeda jauh dengan harga yang akan diberikan konsumen semakin rendah dan permintaan semakin menurun, harga dari petani juga semakin menurun sehingga pendapatan petani menurun.

Menurut Kartasapoetra (1992:19) proses tataniaga mengandung beberapa fungsi yang harus ditanggung oleh pihak produsen dan lembaga-lembaga tataniaga atau mata rantai penyaluran produk-produknya. Seringkali fungsi-fungsi tersebut menimbulkan masalah-masalah yang harus dipecahkan baik dari pihak produsen

yang bersangkutan maupun oleh lembaga-lembaga yang merupakan mata rantai saluran produk-produk tersebut.

Sistem pemasaran dianggap efisien bila memenuhi syarat yaitu:

- 1) Mampu menyampaikan hasil produsen (petani) kepada konsumen dengan biaya semurah murahnya.
- 2) Mampu mengadakan pembangian yang adil daripada keseluruhan harga yang di bayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan tataniaga barang itu.

2.4.1 Saluran dan Lembaga Pemasaran

Dalam usaha untuk memperlancar arus barang/jasa dari produsen ke konsumen terdapat salah satu faktor yang tidak boleh diabaikan, yaitu memilih secara tepat saluran distribusi (*channel of distribution*) yang digunakan dalam rangka usaha penyaluran barang-barang/ jasa –jasa dari produsen ke konsumen.

Secara umum pemasaran dianggap sebagai proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Dalam pemasaran ini barang mengalir dari produsen kepada konsumen akhir yang disertai penambahan guna untuk, melalui proses pengolahan, guna tempat melalu proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan. Peran agribisnis dalam suatu negara agraris seperti indonesia adalah besar sekali. Hal ini disebabkan oleh karena cakupan aspek agribisnis adalah meliputi mulai dari proses produksi, pengolahan sampai pemasaran termasuk didalamnya (Soekartawi, 2002:19)

Menurut Rahim dan Retno (2007:37), pengertian saluran distribusi adalah pertama, jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara dan sampai pada konsumen/ pemakai. Kedua, struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri dari agen, pedagang besar, dan pengecer yang di lalui barang/ jasa saat di pasarkan. Abdullah dan Francis (2012:161) berpendapat bahwa saluran pemasaran merupakan sekumpulan organisasi yang saling ketergantungan satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk atau pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi. Dari pandangan sistem ekonomi,

peranan utama dari perantara pemasaran adalah mentransformasikan beragam bahan yang ada di alam dan mengolahnya menjadi macam-macam barang yang anggota masyarakat mau membelinya.

Pemasaran terdiri dari berbagai macam saluran pemasaran (*Marketing Channel*) dimana setiap saluran pemasaran melibatkan berbagai lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul, pedagang perantara (distributor, agen komisi, pedagang antar daerah, eksportir, importir) dan pedagang eceran. Banyaknya jumlah pedagang saluran pemasaran ini berpengaruh kepada biaya pemasaran dan efisiensi pemasaran (Lamb, dkk 2001:55).

Menurut Sudiyono (2004:34) Lembaga pemasaran adalah badan atau usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran ini timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat dan bentuk keinginan konsumen.

Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen dengan maksimal. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran produk pertanian sangat beragam tergantung dari jenis yang dipasarkan. Ada komoditas yang melibatkan banyak lembaga pemasaran dan ada yang melibatkan sedikit lembaga pemasaran. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran dapat diidentifikasi menurut Kotler dan Armstrong (2008:6), yaitu :

1) Pedagang Pengumpul

Lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, dimana pedagang pengumpul melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijin, maupun kontrak pembelian.

2) Pedagang Besar

Pedagang besar melakukan proses pengumpulan komoditas dari pedagang pengumpul serta melakukan proses distribusi ke agen penjualan ataupun pengecer.

3) Agen Penjualan

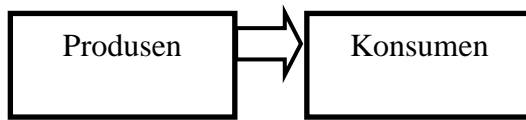
Produk pertanian yang belum ataupun sudah mengalami proses pengolahan ditingkat pedagang besar harus didistribusikan kepada agen penjualan maupun pengecer. Agen penjualan ini biasanya membeli komoditas yang dimiliki pedagang dalam jumlah banyak dengan harga yang relatif murah dibanding pengecer.

4) Pengecer

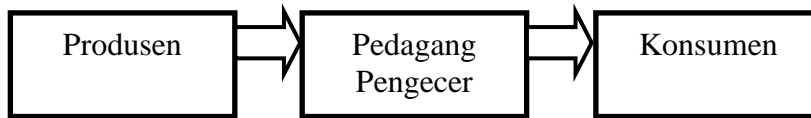
Pengecer merupakan ujung tombak dari suatu proses produksi yang bersifat komersil, artinya kelanjutan proses produksi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran sangat tergantung dari aktivitas pengecer dalam menjual produknya kepada konsumen. Keberhasilan pengecer menjual kepada konsumen sangat menentukan keberhasilan lembaga-lembaga pemasaran pada rantai pemasaran sebelumnya.

Saluran pemasaran konsumen didefinisikan sebagai masing-masing lapisan perantara pemasaran yang melakukan sejumlah pekerjaan dalam membawa produk dan kepemilikannya lebih dekat kepada pembeli akhir (Kotler dan Armstrong, 2008:117). Dari sudut pandang produsen, semakin besar jumlah tingkat berarti semakin sedikit kendali dan semakin besar kompleksitas saluran. Berikut adalah gambar saluran tingkat pertama sampai tingkat ketiga (Kotler dan Armstrong 2008:126) :

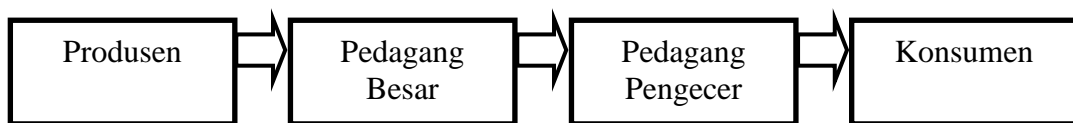
Saluran Pertama



Saluran Kedua



Saluran Ketiga



Gambar 1. Saluran Pemasaran Kotler dan Amtrong (2008)

Dari penjelasan-penjelasan diatas dapat diartikan bahwa Saluran pemasaran atau marketing channels adalah orang, organisasi, dan kegiatan yang diperlukan untuk mengalihkan kepemilikan barang dari titik produksi ke titik konsumsi. Ini adalah cara agar produk sampai ke pengguna akhir, konsumen; dan juga dikenal sebagai saluran distribusi. Saluran pemasaran juga alat yang berguna untuk manajemen, dan sangat penting untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan terencana dengan baik.

2.4.2 Marjin Pemasaran

Dalam kegiatan tataniaga, besarnya pendapatan atau keuntungan yang dapat diperoleh dari usaha tani selain dipengaruhi oleh faktor teknik budidaya, juga sangat ditentukan oleh cara pemasaran. Pemasaran dikatakan berhasil jika dapat memperoleh harga jual yang tinggi. Untuk mendapatkan harga jual yang tinggi, diperlukan adanya suatu penyusunan strategi pemasaran dengan memperhatikan lembaga pemasaran yang berperan di dalamnya dan standar harga dasar untuk menentukan harga jual (Lamb,dkk 2001:33).

Marjin tataniaga didefinisikan sebagai perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani produsen atau dapat pula dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen sampai ke titik konsumen akhir. Kegiatan untuk memindahkan barang dari titik produsen ke titik konsumen membutuhkan pengeluaran baik fisik maupun materi. Pengeluaran yang harus dilakukan untuk menyalurkan komoditi dari produsen ke konsumen disebut biaya tataniaga.

Menurut Hasyim (2009:94) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan marjin pemasaran secara umum adalah perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran. Dalam bidang pertanian, marjin pemasaran dapat diartikan sebagai perbedaan antara harga pada tingkat usaha tani dengan harga di tingkat konsumen akhir atau pedagang eceran, dengan kata lain perbedaan harga antara kedua tingkat pasar. Untuk melihat efisiensi pemasaran melalui analisis marjin dapat digunakan sebaran rasio profit marjin (RPM) atau rasio marjin keuntungan pada setiap lembaga pemasaran. Sedangkan Gultom (1996:71) menyatakan bahwa marjin tataniaga menggambarkan perbedaan harga di tingkat konsumen (Pr) dengan harga di tingkat produsen (Pf). Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsifungsi pemasaran yang berbeda sehingga menyebabkan perbedaan harga jual dari lembaga satu dengan yang lainnya sampai ke tingkat konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat semakin besar perbedaan harga antar produsen dengan harga di tingkat konsumen.

Marjin pemasaran pada suatu saluran pemasaran tertentu dapat dinyatakan sebagai jumlah dari marjin pada masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat. Rendahnya biaya tataniaga suatu komoditi belum tentu mencerminkan efisiensi yang tinggi. Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi kegiatan tataniaga adalah dengan membandingkan persentase atau bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayar konsumen akhir.

Perbaikan terhadap suatu tata niaga dapat juga berarti meningkatkan efisiensi tata niaga. Ditinjau dari sudut ekonomi, pemasaran merupakan kegiatan yang bersifat produktif karena dapat menambah nilai guna dari suatu barang yaitu kegunaan tempat, waktu, bentuk dan pemikiran. Dengan demikian pemasaran dapat

mempertinggi nilai guna dari suatu komoditi yang diinginkan konsumen. Lembaga tataniaga yang berperan dalam proses penyampaian barang –barang dan jasa dari sektor produsen ke sektor konsumen akan melakukan fungsi –fungsi tataniaga yang berbeda –beda tiap tataniaga.

2.4.3 Keuntungan Pemasaran

Menurut Soemarso (2004:53) Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan laba sejauh mana suatu perusahaan atau pelaku usaha memperoleh pendapatan dari kegiatan penjualan sebagai selisih dari keseluruhan usaha yang didalam usaha itu terdapat biaya yang dikeluarkan untuk proses penjualan selama periode tertentu. Keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dan biaya-biaya. Biaya ini dalam banyak kenyataan, dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap (seperti sewa tanah, pembelian alat) dan biaya tidak tetap (seperti biaya transportasi, upah tenaga kerja).

Di dalam memperoleh laba diharapkan pelaku usaha perlu melakukan suatu pertimbangan khusus dalam memperhitungkan laba yang akan di harapkan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi laba tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi laba menurut Mulyadi (2005:513), yaitu:

a. Biaya

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

b. Harga Jual

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

c. Volume Penjualan Dan Produksi

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Untuk meningkatkan keuntungan adalah dengan tidak lain dengan cara memperbaiki pelaksanaan dari fungsi tataniaga secara efektif dan efisien. Pada pokoknya laba dapat diperoleh dari seluruh penghasilan dikurangi dengan seluruh biaya. Laba bersih yang dapat dicapai menjadi ukuran sukses bagi sebuah lembaga pemasaran dan petani produksi.

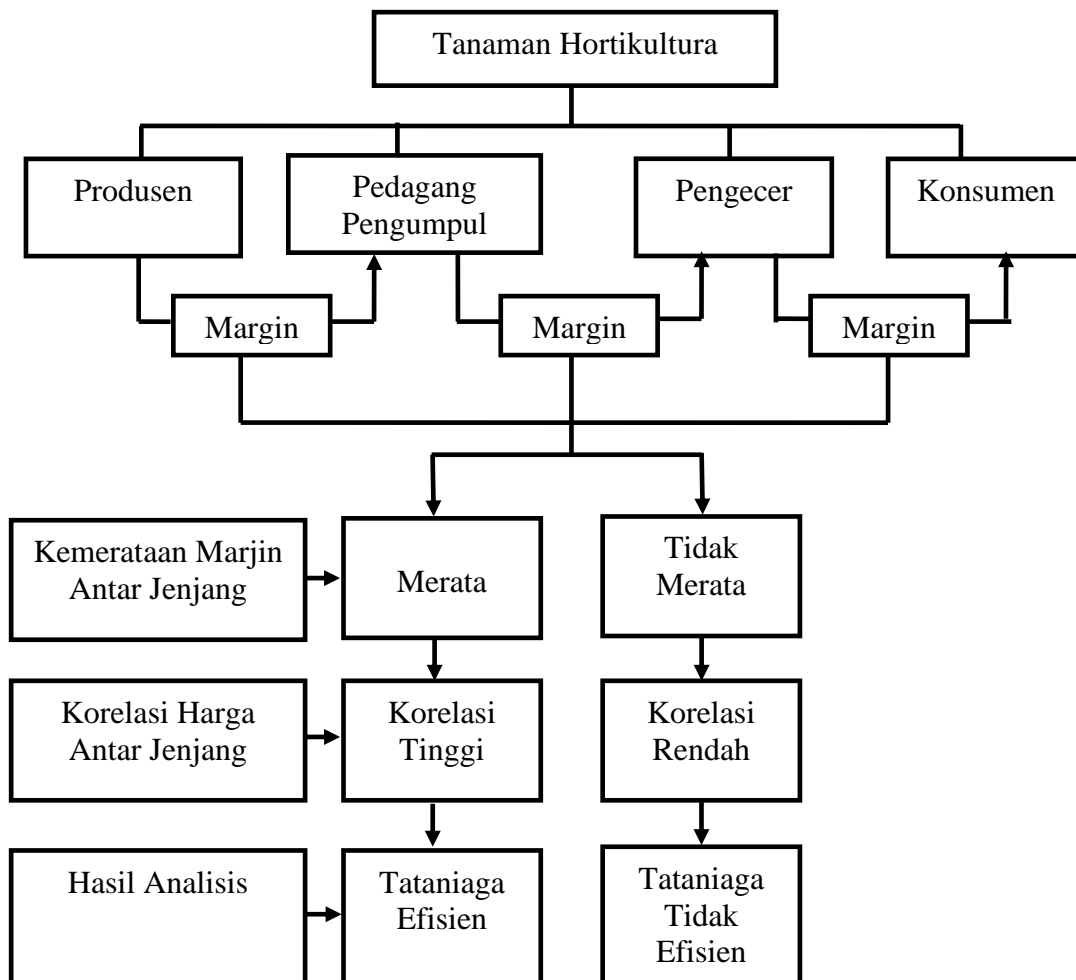
2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 5. Penelitian Terdahulu

No.	Penulis dan Tahun	Judul	Alat Analisis	Hasil
1	Angginesa Pradika, Ali Ibrahim Hasyim, Achdiansyah Soelaiman (2011) Fakultas Pertanian, Universitas Lampung	Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar Di Kabupaten Lampung Tengah	Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kuantitatif dan kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa Sistem pemasaran ubi jalar di Kabupaten Lampung Tengah belum efisien. margin pemasaran dan Ratio Profit Margin (RPM) penyebarannya tidak merata, serta elastisitas transmisi harga (E_t) bernilai 0,695 ($E_t < 1$) yang menunjukkan bahwa pasar yang terjadi adalah tidak bersaing sempurna
2	Fatmawati Kaddas, Firlawanti Lestari Baguna (2020) Fakultas Pertanian, Universitas Khairun	Analisis Tataniaga Sayuran Sawi Di Kota Ternate	Metode penelitian yang digunakan secara deskriptif	Pola saluran pemasaran sayuran sawi terdiri dari dua pola saluran pemasaran Hasil analisis menunjukkan nilai rata-rata farmer's share adalah 100% pada pola saluran pemasaran 1, sedangkan Nilai rata-rata farmer's share pada pola saluran pemasaran 2 yang diterima petani sayuran sawi 60 %, pemasaran sayuran sawi di kota ternate dinyatakan efisien karena memiliki nilai persentasi farmer's share yang tinggi dan nilai efisiensi pemasarannya < 1 .
3	Donny Ivan Samuel Simatupang (2016) Fakultas Pertanian Universitas Methodist Medan	Analisis Pemasaran Bayam(Studi Kasus: Desa Kuta Tualah, Kecamatan Namorambe, Kabupaten Deli Serdang)	Metode penelitian yang digunakan deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 15 Petani Bayam	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai saluran tataniaga bayam di daerah penelitian terdapat dua saluran tata niaga pertanian Biaya tataniaga pada saluran tataniaga (1) lebih besar dibandingkan biaya tataniaga pada saluran tataniaga (2). Tingkat efisiensi saluran tataniaga (2) lebih tinggi bila dibandingkan dengan tingkat efisiensi saluran tataniaga (1).

No.	Penulis dan Tahun	Judul	Alat Analisis	Hasil
4	Novi Nurhayati (2019) Fakultas Pertanian Universitas Antakusuma Pangkalan Bun	Efesiensi Tataniaga Cabai Rawit di Kabupaten Kotawaringin Barat	Metode yang digunakan deskriptif kualitatif dengan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 petani cabai rawit.	Efesiensi tataniaga pemasaran cabai rawit di Kabupaten Kotawaringin Barat terdapat pada saluran pemasaran 2 (dua) tingkat, dimana cabai rawit untuk sampai kekonsumen akhir hanya melewati 2 (dua) lembaga pemasaran, dengan margin pemasaran antara petani dan konsumen bernilai Rp. 40.000.

2.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

2.7 Hipotesis

Dari kerangka pemikiran diatas dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga bentuk saluran tataniaga produk usaha tani tanaman hortikultura di Kelurahan Sumberejo Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung Cukup Beragam
2. Diduga tata niaga usaha tani tanaman hortikultura di tingkat produsen belum efisien
3. Diduga tata niaga produk hortikultura pada setiap saluran tata niaga belum berjalan efisien

III.METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara yang dipergunakan dalam sebuah penelitian untuk mencapai tujuan penelitian. Metode penelitian atau sering disebut juga metodologi penelitian yaitu sebuah desain atau rancangan penelitian. Rancangan ini berisi rumusan tentang objek atau subjek yang akan diteliti, teknik-teknik pengumpulan data, prosedur pengumpulan dan analisis data berkenaan dengan fokus masalah tertentu. Menurut Sugiyono (2015:1) metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Penelitian ini menggunakan salah satu dari jenis penelitian kuantitatif-deskriptif.

Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses dalam menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan tentang apa yang ingin diketahui. Metode penelitian kuantitatif dengan menerjemahkan data menjadi angka untuk menganalisis hasil penelitian. Metode Penelitian Kuantitatif, menurut Sugiyono (2015:8) adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Sedangkan penelitian deskriptif menurut Muhammad Nazir (2003:123) adalah Suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta - fakta, sifat - sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh dan dituangkan dalam uraian laporan yang lengkap dan terperinci.

Penelitian kuantitatif-deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah gambaran tentang suatu kelompok tertentu atau suatu gejala atau hubungan dua gejala atau lebih. Metode penelitian kuantitatif-deskriptif dapat membantu peneliti untuk mengetahui situasi sosial yang terjadi mengenai Efisiensi Tataniaga Produk Usaha Tani Tanaman Hortikultura di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung.

3.2 Konsep Dasar dan Operasional Variabel

3.2.1 Konsep Dasar

Definisi meliputi semua pengertian yang digunakan untuk memperoleh data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian.

1. Tataniaga adalah segala kegiatan yang bersangkutan paut dengan semua aspek proses yang terletak diantara fase kegiatan sektor produksi barang-barang dan jasa-jasa sampai kegiatan sektor konsumen.
2. Sistem penjualan adalah suatu kesatuan usaha transfer hak atas benda-benda yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan laba atau keuntungan
3. Pembelian merupakan suatu peristiwa atau tindakan yang dilakukan oleh dua belah pihak dengan tujuan menukarkan barang atau jasa dengan menggunakan alat transaksi yang sah dan sama-sama memiliki kesepakatan dalam transaksinya.
4. Pertanian merupakan kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidupnya.

5. Usaha tani adalah suatu tempat dimana seseorang atau sekumpulan orang berusaha mengelola unsur-unsur produksi seperti alam, tenaga kerja, modal dan ketrampilan dengan tujuan berproduksi untuk menghasilkan sesuatu di lapangan pertanian.
6. Hortikultura adalah ilmu yang mempelajari budidaya tanaman sayuran, buah-buahan, bunga-bunga, atau tanaman hias.
7. Sawi merupakan sekelompok tanaman dari marga *Brassica* yang mana daun atau bunganya dimanfaatkan sebagai bahan pangan.
8. Ketimun atau Mentimun (*Cucumis sativus L.*) adalah salah satu jenis sayuran buah yang banyak dikonsumsi segar oleh masyarakat Indonesia.
9. Kacang Panjang adalah termasuk dalam famili papilionaceae yang tergolong tanaman semusim berbentuk perdu yang bersifat membelit atau setengah membelit.
10. Kangkung merupakan jenis tanaman sayuran yang memiliki akar, batang, daun bunga, buah dan biji. Kangkung memiliki perakaran tunggang dengan banyak akar samping.
11. Bayam merupakan tumbuhan yang biasa ditanam untuk dikonsumsi daunnya sebagai sayuran hijau.
12. Lembaga pemasaran adalah badan atau usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya.
13. Pedagang Pengumpul adalah lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, dimana pedagang pengumpul melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijin, maupun kontrak pembelian.
14. Pedagang Besar adalah lembaga pemasaran yang melakukan proses pengumpulan komoditas dari pedagang pengumpul serta melakukan proses distribusi ke agen penjualan ataupun pengecer.
15. Pedagang Ecer adalah lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen atau pemakai akhir.
16. Marjin tataniaga adalah perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani produsen atau dapat pula

dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen sampai ke titik konsumen akhir.

17. Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu.

3.2.2 Operational Variabel

Tabel 6. Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Efisiensi Tata Niaga Produk Perusahaan	Efisiensi dari segi Margin Tata Niaga	Kemerataan Margin Tata Niaga (indeks standar deviasi margin tata niaga perusahaan dalam industri) Kemerataan Margin Tata Niaga antar jenjang (indeks standar deviasi antar jenjang tata niaga)
	Efisiensi dari Pencapaian Kinerja Usaha	Kemerataan Profitabilitas (indeks standar deviasi profit) Kemerataan ROI Produk (indeks standar deviasi ROI perusahaan setiap jenjang tata niaga)

3.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Sumberejo, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Sedangkan untuk waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2020.

3.1.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu :

- a. Data Primer

Menurut Tika (2006:57) Data primer adalah data yang diambil secara langsung dari objek penelitian. Cara yang digunakan dalam memperoleh data primer yaitu

dengan cara Observasi, Wawancara kepada para pelaku usaha tani tanaman hortikultura dan lembaga pemasaran tanaman hortikultura.

b. Data Sekunder

Menurut Tika (2006:53) Data sekunder adalah data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari subyek atau obyek yang diteliti, tetapi melalui pihak lain, seperti instansi-instansi atau lembaga-lembaga yang terkait, perpustakaan, arsip perorangan dan sebagainya.

3.1.2 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Prosedur pengumpulan data dapat juga diartikan sebagai suatu usaha sadar untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan dilakukan secara sistematis dengan prosedur yang standar. Agar dalam penelitian ini dapat diperoleh data-data yang relevan, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu:

a. Studi Pustaka

Sugiyono (2015:140) berpendapat bahwa studi pustaka berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi pustaka sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Studi pustaka merupakan suatu metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan topik yang akan dibahas dan disesuaikan dengan pengamatan dengan cara membandingkan dan menyesuaikan antara teori dengan praktek atau dapat juga dilakukan dengan pengumpulan data yang dapat diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan dengan memanfaatkan buku-buku yang ada.

b. Metode Observasi

Penelitian ini menggunakan pengamatan langsung atau observasi sebagai metode pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2015:204) observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek. Observasi dilakukan guna memperoleh data secara langsung ke objek penelitian yaitu pelaku usaha pertanian tanaman hortikultura dan lembaga pemasarannya.

c. Wawancara

Wawancara menurut Sugiyono (2015:72) adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara bertujuan untuk memperoleh data dan informasi langsung mengenai efisiensi tata niaga usaha tani tanaman hortikultura.

d. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015:329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

3.4 Gambaran Umum Saluran Distribusi Tata Niaga Produk Hortikultura

Pada penelitian ini bahwa penelitian yang akan diteliti memfokuskan mengenai efisiensi tataniaga produk usaha tani tanaman hortikultura di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung. Kecamatan Kemiling merupakan kecamatan hasil pemekaran di Kecamatan induknya, yaitu Kecamatan Tanjung Karang Barat, yang berdasarkan pada peraturan daerah Nomor 4 Tahun 2001 Tanggal 3 Oktober 2001 Tentang Pembangunan, Penghapusan, dan Pemekaran Kecamatan dan Kelurahan di Kota Bandar Lampung.

Perkembangan hortikultura di Kota Bandar Lampung khususnya Kecamatan Kemiling pada umumnya masih dalam skala perkebunan rakyat yang tumbuh dan dipelihara secara alami dan tradisional. Kecamatan Kemiling memiliki produksi sayuran yang beragam. Kecamatan Kemiling merupakan wilayah dataran tinggi sehingga memiliki potensi yang baik dalam usaha budidaya tanaman beriklim dingin. Tanaman sayuran jenis sawi, ketimun, kacang panjang dan kangkung merupakan sayuran unggulan di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung (Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Prov Lampung, 2019).

Aktivitas pemasaran sayur mayur dimulai dari malam hari hingga siang bahkan sore hari. Tataniaga tanaman hortikultura di Kecamatan Kemiling Kota Bandar

Lampung pada umumnya disalurkan ke konsumen akhir melalui pasar-pasar tradisional yang ada di Kota Bandar Lampung seperti Pasar semep, pasar tamin dan lain sebagainya. Tanaman hortikultura yang ada di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung seperti, bayam, sawi dan kangkung sebagian besar dijual kepada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer hingga sampai pada konsumen akhir.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015:130) bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuai dengan pengertian tersebut, maka yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah petani yang ada di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung.

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2015:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini atas pertimbangan tertentu. Menurut Sugiyono (2015:126) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling* yang dilakukan pada petani dengan jenis tanaman hortikultura di Kecamatan Kemiling. Dalam penelitian ini juga menggunakan teknik *snowball sampling* yaitu suatu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel, begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel tersebut menjadi banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding makin lama makin besar

Berdasarkan penjelasan tersebut maka sampel yang digunakan di dalam penelitian ini didapatkan sebanyak 23 petani dengan pertimbangan petani tanaman hortikultura sawi, bayam dan kangkung yang memiliki mitra usaha pedagang pengecer dan pedagang pengepul.

3.6 Metode Penentuan Sampel

Penelitian ini juga menggunakan teknik *Snowball Sampling*. Peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* karena memperhatikan pertimbangan tertentu yang kemungkinan akan dihadapi pada saat penelitian. Pertimbangan tersebut misalnya data yang didapatkan kurang dapat memenuhi kapasitas hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data.

Menurut Sugiyono (2015:218) *Snowball Sampling* adalah sebagai teknik penentuan sample yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel begitu seterusnya, sehingga jumlah sample semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding semakin lama semakin besar.

Dalam penelitian ini didapatkan sampel petani yang memiliki usaha tanaman hortikultura sawi, bayam dan kangkung yang memiliki mitra usaha pedagang pengecer dan pedagang pengepul sebanyak 23 petani dan akan terus berkembang untuk mendapatkan sampel pada tingkat pedagang pengepul hingga pedagang pengecer yang ada di Kelurahan Sumberejo Kecamatan Kemiling.

3.7 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015:428) berpendapat metode analisis data mempunyai prinsip yaitu untuk mengolah data dan menganalisis data yang terkumpul menjadi data yang terstruktur, teratur dan mempunyai makna. Analisis data yang digunakan untuk mengidentifikasi efisiensi tata niaga tanaman hortikultura melalui bentuk saluran pemasaran yang diperoleh berdasarkan data observasi terhadap jalur pemasaran yang dimulai dari petani tanaman hortikultura sampai ke pedagang

pengecer. Data penelitian dianalisa secara deskriptif melalui perhitungan rumus Efisiensi Tata Niaga dari Marjin Pemasaran di Tingkat Produsen dengan rumus sebagai berikut :

a. Marjin Pemasaran Produsen

$$M = \text{Harga Jual} - \text{HPP}$$

Keterangan :

M = Marjin Pemasaran Produsen

HPP = Harga Pokok Produksi

Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dilakukan dengan cara yaitu sebagai berikut :

Tabel 7. Analisis Invetasi Usaha tani Tanaman Hortikultura Di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung Setiap Siklus Produksi

No	Kemampuan Faktor Produksi	Satuan Jumlah	Harga Per Satuan	Nilai (Rp)	Umur Pakai (Bulan)	Nilai Penyusutan (Rp/Bulan)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
A. Investasi Tetap						
1	Perawatan Lahan	m ²
2	Gerobak Dorong	unit
3	Timba Dan Terpal	unit
4	Keranjang Panen	unit
5	Timbangan	unit
6	Mesin Semprot Hama	unit
7	Selang Air Dan Gunting	unit
8	Golok Dan Sabit	unit
9	Cangkul	unit
10	Pompa Air	unit
Jumlah Investasi Tetap						
B. Investasi Variabel						
1	Bibit Sawi	gr
2	Bibit Kangkung	gr
3	Bibit Bayam	gr
4	Pupuk	Kg
5	Vitamin	ml
6	Obat Pestisida/Insektisida	ml
7	Plastik/karung	Kg
8	Tali Rafia	Dus
9	Listrik	Kwh
10	BBM	Liter
11	Tenaga Kerja	OHK
Jumlah Investasi Variabel						

b. Marjin Tiap Saluran Lembaga Pemasaran

$$P_{ki} - P_{pi} = M_{ji} \dots\dots\dots(1)$$

$$C_i + \pi_i = M_{ji} \dots\dots\dots(2)$$

Dimana :

M_{ji} = Marjin Pemasaran di Lembaga Pemasaran ke-i

P_{ki} = Harga Jual di Lembaga pemasaran ke-i

P_{pi} = Harga Beli di Lembaga pemasaran ke-i

C_i = Biaya di Lembaga pemasaran ke-i

π_i = Keuntungan di Lembaga pemasaran ke-i

c. Pengukuran Tingkat Kemerataan Margin Tingkat Produsen dengan metode Intersep Deviasi Relatif Rata-Rata

$$Id = \frac{d}{M} \times 100\% = \dots\dots\dots\%$$

Tabel 8. Pengukuran Tingkat Kemerataan Margin Tingkat Produsen

No Responenden	M_{ji}	$d_i = M_{ji} - \bar{M}$	Intersep
1.	$Id = \frac{d}{M} \times 100\%$
2.	
3.	
...			
Jumlah			
Rata-rata	$\bar{M}_i =$	$\bar{d} =$	

Keterangan :

Id : Intersep deviasi

$\frac{d}{m}$: Deviasi rata-rata marjin

M_{ji} : Marjin selisih harga jual dengan harga beli

\bar{M} : Rata-Rata marjin

\bar{d} : Nilai rata-rata marjin

Dasar kaidah pengambilan keputusan :

Tabel 9. Jenjang Standarisasi Kemerataan Marjin Berdasarkan Persentase Standar Deviasi Margin

No	Standar Deviasi (%)	Kriteria	Simpulan
1	0 – 19,99	Sangat Merata	Efsien
2	20 – 39,99	Merata	Telah Efisien
3	40 – 59,99	Cukup	Cukup Efisien
4	60 – 79,99	Kurang	Tidak Efisien
5	≥ 80 %	Sangat Kurang	Sangat Tidak Efisien

Dasar kaidah keputusan digunakan untuk menganalisis perhitungan dari marjin tiap saluran lembaga pemasaran dengan kriteria sangat merata, merata, cukup, kurang dan sangat kurang.

d. Pengukuran Tingkat Kemerataan Margin Pada Setiap Jenis Saluran

$$Id = \frac{\bar{d}}{\bar{M}} \times 100 \% = \dots\%$$

Tabel 10. Tingkat Kemerataan Margin Pada Setiap Jenis Saluran

No Jenjang	Rata-Rata Marjin Jenjang (Mi)	$d_i = M_{ji} - m$
Jenjang 1		
Jenjang 2		
Jenjang 3		
Jumlah		
Rata-Rata	$\bar{M} =$	$\bar{d} =$

e. Hipotesis Tingkat Kemerataan Marjin

$H_0 : D_r > D_t (20\%)$ Terdapat perbedaan signifikan kemeratan marjin pada tingkat pedagang pengepul

$H_a : D_r < D_t (20\%)$ Tidak terdapat perbedaan signifikan kemeratan marjin pada tingkat pedagang pengepul

Keterangan :

D_r : Deviasi realisasi

D_t : Deviasi target

20% : Standar deviasi

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penulis memberikan sebuah simpulan yaitu :

1. Sistem tataniaga tanaman hortikultura sayuran sawi bayam dan kangkung yang ada di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung terdapat 3 saluran yaitu :
 - 1) Petani → Pedagang Pengepul → Konsumen
 - 2) Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen
 - 3) Petani → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen →
2. Marjin tataniaga antar produsen petani di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung rata-rata mencapai Rp. 1.401 dengan rata-rata harga jual Rp. 6.108/ Kg dan biaya per unit sebesar Rp. 4.707/Kg. Dari perolehan rata-rata margin diperoleh hasil intersep deviasi rata-rata sebesar 15.91. Hal ini menunjukkan bahwa margin yang diperoleh petani di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung menyebar dengan sangat merata. Sehingga tata niaga usaha tani tanaman hortikultura di tingkat petani telah efisien
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi tataniaga antar jenjang telah efisien dengan rata-rata margin antar jenjang sebesar Rp. 1.622 dengan tingkat persentase intersep rata-rata sebesar 24,01 % yang berarti bahwa margin yang diperoleh antar jenjang tata niaga petani, pedagang pengepul, dan pedagang pengecer telah efisien.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil implikasi penelitian maka penulis memberikan sebuah saran yaitu sebagai berikut :

1. Untuk memperoleh pemerataan margin antar jenjang tataniaga, petani dan pedagang pengecer dapat meningkatkan margin sehingga margin yang diperoleh tidak terlalu rendah dibanding margin yang diperoleh pedagang pengepul.
2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk dapat memperoleh efisiensi alokasi faktor produksi serta untuk menentukan saluran tataniaga yang lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahim dan Retno Dwi Hastuti. 2007. *Ekonomi Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Abdullah Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo. Jakarta.
- Agustina Shinta. 2011. *Ilmu Usaha Tani*. UB Press. Malang.
- Angginesa Pradika, Ali Ibrahim Hasyim, Achdiansyah Soelaiman. 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar Di Kabupaten Lampung Tengah*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung
- Anindita, Rina, dan Hasyim, 2009. *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran Edisi Pertama*. UIE-University Press. Jakarta.
- Cahyono, B. 2003. *Teknik dan Strategi Budidaya Sawi Hijau*. Yayasan Pustaka Nusantara. Yogyakarta.
- Dalimartha Setiawan. 2006. *Atlas Tumbuhan Obat Indonesia Jilid 4*. Puspa Swara. Jakarta.
- Donny Ivan Samuel Simatupang. 2016. *Analisis Pemasaran Bayam (Studi Kasus: Desa Kuta Tualah, Kecamatan Namorambe, Kabupaten Deli Serdang)*. Fakultas Pertanian Universitas Methodist Medan.
- Fatmawati Kaddas, Firlawanti Lestari Baguna. 2020. *Analisis Tataniaga Sayuran Sawi Di Kota Ternate*. Fakultas Pertanian. Universitas Khairun
- Kartasapoetra. 1992. *Budidaya Tanaman Berkhasiat Obat*. Rineka Cipta. Jakarta
- Lamb, Charles W, dkk. 2001. *Pemasaran Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Moehar. 2001. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Mubyarto. 2001. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Muhammad Nazir. 2003. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya Edisi Kelima*. STIE YKPN. Yogyakarta.

- Novi Nurhayati. 2019. *Efesiensi Tataniaga Cabai Rawit di Kabupaten Kotawaringin Barat*. Fakultas Pertanian Universitas Antakusuma Pangkalan Bun
- Pabundu Tika Moh.2015. *Metodelogi Riset Bisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Philip Kotler dan Gery Armstrong.2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Pracaya.2009. *Bertanam Sayur Organik*. Swadaya. Jakarta.
- Prawirokusumo.1990. *Ilmu Usaha Tani*. BPFE. Yogyakarta.
- Purwono.2008. *Budidaya Delapan Jenis Tanaman Pangan*. Universitas Padjajaran. Bandung.
- Radiosunu.1995. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*. BPFE. Yogyakarta.
- Rodoni, Ahmad dan Abdul Hamid. 2008. *Lembaga Keuangan Syariah*. Zikrul Hakim. Jakarta.
- Rukmana Rahmat. 1994. *Bayam, Bertanam dan Pengelolaan Pasca Panen*. Kanisius. Yogyakarta.
- Soeharjo dan Patong (1999). *Sendi-Sendi Pokok Ilmu Usaha Tani*. IPB. Bogor.
- Soekartawi.2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasi Edisi Revisi*. Raja Grafindo. Jakarta.
- Soemarso 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sofjan Assauri. 2002. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Raja Grafindo. Jakarta.
- Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta. Bandung.
- Suratiyah.2008. *Ilmu Usaha Tani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Tohir Kaslan.1991. *Seuntai Pengetahuan Usaha Tani Indonesia*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Yogi dan Rantaningtyas.2012. *Pengantar Ekonomi Pertanian*.ITB Press. Bandung.
- Zulkarnain.2010. *Dasar-Dasar Hortikultura*. Bumi Aksara. Jakarta.