

**ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN WORTEL
(*DAUCUS CAROTA L*) DI KECAMATAN SIMPANG EMPAT
KABUPATEN KARO**

Prajaka Sembiring¹, Murdani² dan Muhammad Authar²

Corresponding Author: murdani@unimal.ac.id

1

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran, menganalisis margin pemasaran, dan menganalisis efisiensi pemasaran wortel di Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran Wortel, yaitu: Saluran I: petani - pedagang pengumpul Kecamatan - pedagang pengumpul luar kota - pengecer - konsumen dan Saluran II: petani - pedagang pengumpul kecamatan - pedagang pengumpul kabupaten - pedagang pengumpul luar kota - pengecer - konsumen. Margin pemasaran yang paling efisien terdapat pada saluran pemasaran I yaitu dengan nilai efisiensi sebesar 71,6% lebih kecil dibandingkan dengan yang terdapat pada saluran II, yaitu sebesar 81,8%.

Kata Kunci: saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran

¹ Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Malikussaleh

² Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Malikussaleh

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang artinya bahwa sektor pertanian memegang peran penting dalam perekonomian nasional. Subsektor pertanian yang memiliki potensi untuk dikembangkan yaitu hortikultura yang terdiri atas sayur - sayuran, buah-buahan, florikultura, dan biofarmaka. Produk hortikultura yang sering dijadikan sumber pendapatan petani adalah produk sayuran. Kabupaten Karo memiliki 17 kecamatan, sembilan diantaranya merupakan sentra penghasil sayur wortel terbesar yang ada di Kabupaten Karo. Kecamatan Simpang Empat merupakan salah satu sentra produksi sayur wortel terbesar yang ada di Kabupaten Karo yaitu dengan jumlah luas tanam sebesar 810 Ha, dengan luas panen sebesar 703 Ha, dan jumlah produksi sebesar 154.580 kuintal (Kw). Adapun kecamatan yang menduduki peringkat kedua sebagai sentra penghasil tanaman wortel ini yaitu Kecamatan Merdeka yang memiliki luas tanam sebesar 507 Ha, dengan luas panen sebesar 517 Ha, dan jumlah produksi sebesar 134.750 Kw (BPS, 2017).

Tanaman wortel mempunyai potensi yang cukup besar untuk dikembangkan, karena wortel merupakan komoditi unggulan di Kecamatan Simpang Empat.

Wortel segar yang dihasilkan petani tidak dapat disimpan dalam waktu yang relatif lama. Hal ini dikarenakan wortel segar bersifat mudah rusak, sehingga wortel harus segera didistribusikan ke konsumen. Proses pendistribusian wortel ke konsumen dilakukan melalui proses pemasaran. Pemasaran wortel pada dasarnya merupakan pelayanan untuk

berpindahannya wortel dari sisi produksi ke sisi konsumsi.

Permasalahan utama yang dihadapi petani sampai saat ini adalah harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat petani sangat jauh berbeda. Posisi petani yang lemah dan selaku penerima harga sering tidak mendapatkan harga yang layak seperti harga di pasaran. Harga di tingkat konsumen sebesar Rp12.000,-/kg dan harga rata-rata di tingkat petani sebesar Rp2000,-/kg. Margin pemasaran wortel dari konsumen ke petani yang tinggi merupakan salah satu indikator yang mencerminkan adanya permainan harga pada tingkat lembaga pemasaran. Hal ini dikarenakan pedagang memiliki wewenang yang dapat mengendalikan harga beli dari petani sehingga walaupun harga di tingkat konsumen naik tetapi pedagang tersebut dapat menekan harga beli dari petani untuk memaksimumkan keuntungannya. Pola saluran pemasaran seperti ini tidak menguntungkan bagi petani karena kenaikan harga di tingkat konsumen tidak sepenuhnya dapat dinikmati petani. Dengan demikian saluran pemasaran di tingkat konsumen dengan harga di tingkat petani tidak berjalan dengan baik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran wortel di Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo, dan untuk menganalisis margin pemasaran wortel di Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja atau (*Purposive Sampling*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan

Simpang Empat merupakan kecamatan yang terbesar jumlah produksi wortelnya di antara Kecamatan yang ada di Kabupaten Karo.

Untuk mengetahui pola saluran pemasaran dan perantara lembaga pemasaran di Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo pada tingkat lembaga pemasaran, digunakan analisis deskriptif. Sedangkan untuk mengetahui biaya dan margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya margin, margin pemasaran, yaitu dengan menghitung besarnya:

a. Biaya Pemasaran

$$Bp = Bp1 + Bp2 + \dots + Bpn$$

Keterangan:

Bp : Biaya pemasaran wortel (Rp/kg)

Bp1, Bp2...

Bpn : Biaya pemasaran tiap-tiap lembaga pemasaran wortel (Rp/kg)

b. Keuntungan Pemasaran

$$Kp = Kp1 + Kp2 + \dots + Kpn$$

Keterangan :

Kp : Keuntungan pemasaran wortel (Rp/kg)

Kp1, Kp2, Kp3 : Keuntungan tiap-tiap lembaga pemasaran wortel (Rp/kg)

c. Margin Pemasaran

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan :

Mp: Margin pemasaran wortel (Rp/kg)

Pr : Harga wortel di tingkat petani (Rp/kg)

Pf: Harga wortel di tingkat konsumen (Rp/kg)

d. Profit Margin

$$MP = \frac{HJ}{HB} - BP \ 100\%$$

HB Atau

$$MP = HJ - HB - BP$$

Keterangan:

MP= Margin pemasaran

HJ = Harga jual pedagang

e. Efisiensi Pemasaran

$$Ep = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk yang Dipasarkan}} \times 100$$

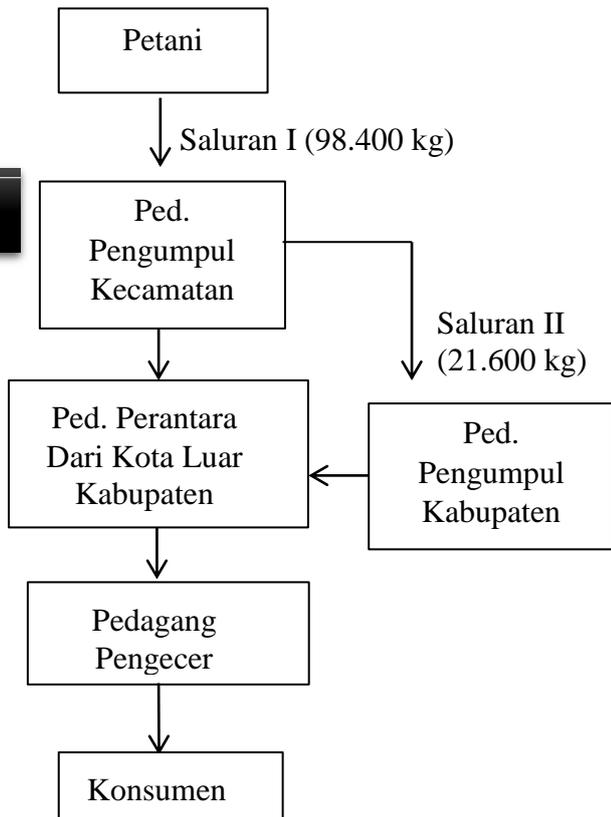
HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Wortel di Desa Surbakti, Pertenguhen, Gajah Kecamatan Simpang Empat

Dari hasil penelitian ditemukan dua jenis saluran pemasaran yang terdapat di lokasi penelitian, yaitu :

1. Petani menjual hasil panen wortel kepada pedagang kecamatan kemudian menjual kepada pedagang luar kota lalu dijual kepada pedagang pengecer dan terakhir dijual kepada ke konsumen akhir dengan volume wortel yang melalui saluran ini adalah 98.400 kg
2. Petani menjual hasil panen wortel kepada pedagang Kecamatan kemudian menjual kepada pedagang kabupaten selanjutnya menjual ke pedagang luar kota lalu dijual ke pedagang pengecer dan terakhir dijual kepada konsumen akhir dengan volume wortel yang melalui saluran ini adalah 21.600 kg.

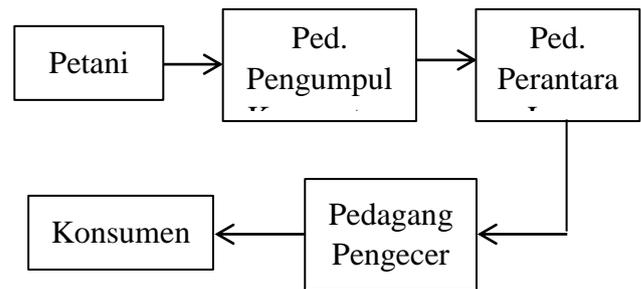
Berdasarkan hasil penelitian maka skema saluran pemasaran wortel di Desa Surbakti, Pertenguhen, Gajah Kecamatan Simpang Empat dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Saluran Pemasaran Wortel di Desa Surbakti, Pertenguhen, Gajah Kecamatan Simpang Empat.

Pada lokasi penelitian pemanenan wortel dilakukan oleh pedagang pengumpul kecamatan. Penjualan wortel milik petani dilakukan dengan sistem lelang, di mana pedagang pengumpul datang langsung ke lahan milik petani dan melakukan tawar-menawar harga. Setelah dicapai kesepakatan maka pedagang boleh memanen wortel. Harga wortel yang diterima oleh petani cukup berfluktuasi, dalam waktu yang singkat harga komoditi wortel dapat berubah bergantung pada besarnya permintaan pasar serta *supply* produk itu sendiri.

Saluran Pemasaran I



Gambar 2. Saluran Pemasaran Wortel I

Saluran pertama diawali dari petani di Desa Surbakti, Pertenguhen, Gajah Kecamatan Simpang Empat yang menjual wortelnya kepada pedagang pengumpul kecamatan yang terdapat di desa dengan sistem lelang. Setelah itu kegiatan memanen dan pascapanen menjadi tanggung jawab pedagang pengumpul kecamatan. Wortel yang telah disortir dan dibersihkan kemudian dijual kepada pedagang perantara dari luar kota yang datang langsung ke lokasi pencucian milik pedagang pengumpul kecamatan. Pedagang perantara luar kota ini selanjutnya akan membawa wortel ke Pasar Induk Kota Medan. Di Pasar Induk wortel dijual kepada pedagang pengecer yang datang langsung ke Pasar Induk yang merupakan pusat penjualan sayur- mayur di kota Medan.

Wortel yang dibeli oleh pedagang pengumpul Kecamatan rata-rata Rp2.000/kg dengan volume pembelian 1.500 kg, sehingga total biaya yang dikeluarkan untuk membeli wortel dari petani adalah Rp3.000.000,-. Di lokasi penelitian kegiatan pemanenan merupakan tanggung jawab dari pedagang pengumpul kecamatan. Upah untuk melakukan kegiatan pencabutan, pembersihan, sortir dan mengemas rata-rata Rp60/kg. Untuk kemasan wortel digunakan kantong plastik bermuatan 20 kg @Rp300,-. Selain itu pedagang pengumpul desa juga menanggung biaya listrik, air dan sewa tempat dan biaya telepon rata-rata Rp25.000,-. Untuk melakukan kegiatannya pedagang memerlukan timbangan dimana

timbangan tersebut akan diperiksa dan dirotasi oleh lembaga terkait. Timbangan ini dikenakan biaya sebesar Rp300.000,- per tahun. Sehingga rata-rata biaya per harinya adalah Rp821,-. Total biaya pemasaran wortel yang ditanggung oleh pedagang pengumpul kecamatan Rp498.321,-. Wortel yang telah dikemas selanjutnya dijual dengan harga Rp3.000/kg sehingga total harga penjualan wortel oleh pedagang pengumpul desa adalah Rp4.500.000,-. Keuntungan yang diterima oleh pedagang pengumpul kecamatan sebesar Rp1.006.679,-

Wortel yang dibeli dari petani ini selanjutnya dijual kepada pedagang perantara luar kota. Pedagang ini biasanya datang dengan membawa mobil *pick up* sebagai angkutan. Wortel tersebut kemudian dibawa ke pusat pasar di kota Medan untuk dipasarkan kembali.

Biaya sewa rata-rata untuk satu mobil *pick up* Rp400.000,- setiap kali angkut. Selain biaya angkut pedagang perantara luar kota juga menanggung biaya retribusi, bongkar, keamanan, kebersihan, listrik dan tenaga kerja. Biaya-biaya tersebut akan mengakibatkan naiknya harga jual wortel.

Pedagang perantara luar kota menjual wortelnya kepada pedagang pengecer yang datang ke pusat pasar di kota Medan. Wortel tersebut dijual dengan harga Rp5.000,-/kg. Wortel yang dijual kepada pedagang pengecer sudah dalam kemasan, yang setiap kemasan beratnya adalah 20 kg.

Karena pemasaran wortel dilakukan pada dini hari maka pedagang perantara luar kota memerlukan lampu untuk penerangan. Biaya untuk penerangan satu malam Rp7.500,- dan biaya sewa tempat Rp7500,-. Sedangkan biaya keamanan Rp2.500,- dan biaya kebersihan Rp2.500,-. Setelah sampai di pasar sentral wortel yang

dibawa diturunkan (bongkar) oleh kuli bongkar dengan biaya Rp150.000/*pick up*. Biaya komunikasi untuk kegiatan pemasaran wortel Rp10.000,- Biaya untuk timbangan per hari Rp821,-. Total biaya pemasaran yang ditanggung oleh pedagang perantara luar kota atas 1.500 kg wortel adalah Rp580.821,- Harga jual wortel kepada pedagang pengecer Rp.5.000/kg, sehingga total harga penjualan wortel oleh pedagang perantara luar daerah adalah Rp7.500.000,-. Keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara luar kota Rp2.359.179,-.

Pedagang pengecer yang datang untuk membeli wortel dari pedagang perantara luar kota berjumlah enam orang. Pedagang tersebut merupakan pedagang pengecer di Pasar Sentral. Untuk mengangkut wortel digunakan becak yang dibayar Rp150.000,-. Untuk biaya sewa tempat Rp60.000,- dan listrik Rp30.000,- per hari. Biaya pajak masing-masing pedagang Rp30.000,-. Karena menggunakan timbangan besar pedagang harus menanggung biaya timbangan Rp4.926,- per hari. Pedagang pengecer ini melakukan penjualan per kemasan dan penjualan per kg, sehingga menanggung biaya kantong plastik rata-rata Rp180.000,-. Selain itu pedagang pengecer juga menanggung biaya sewa payung sebesar Rp90.000,-, serta dikenakan biaya kebersihan Rp60.000,-. Total biaya pemasaran yang ditanggung oleh pedagang pengecer Rp604.926,-. Harga jual wortel kepada konsumen adalah Rp8.000,-/kg, sehingga total penjualan sebesar Rp12.000.000,-. Keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer Rp.3.895.074,-

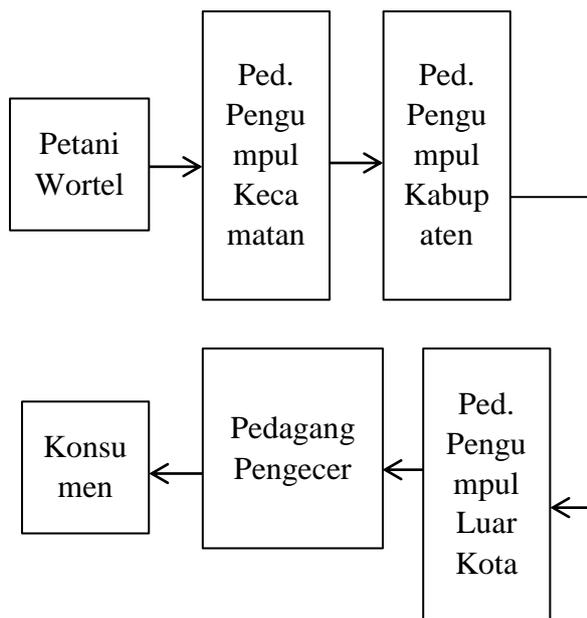
Dari uraian-uraian di atas maka dapat dibuat *price spread* dan *profit margin* dari pedagang yang terlibat dalam saluran pemasaran I.

Tabel 1. Komponen Biaya dan Price Spread Wortel Melalui Saluran Pemasaran I

No	Uraian	Price Spread (Rp)
1	Pedagang Pengumpul Kecamatan	
a.	Harga Beli Wortel Dari Petani Rp. 2.000/kg x 1500 kg	3.000.000
b.	Biaya Tenaga Kerja	90.000
	Pencabutan Wortel Rp.60 x 1.500 Kg	90.000
	Pengangkutan Wortel Rp.60 x 1.500 Kg	90.000
	Pensortiran Wortel Rp.60 x 1.500 Kg	90.000
	Pencucian wortel Rp.60 x 1.500 Kg	90.000
	Pengemasan Wortel Rp.60 x 1.500 Kg	90.000
c.	Biaya Pemasaran	5.000
	Listrik	5.000
	Air	5.000
	Sewa Tempat	5.000
	Komunikasi	10.000
	Kantong Plastik 75 Pcs x Rp. 300	22.500
	Timbangan	821
	Total Biaya Pemasaran	498.321
d.	Profit	1.006.679
2	Pedagang Perantara Luar Kota	
a.	Harga Beli Wortel Dari Pedagang Pengumpul Desa Rp. 3.000 x 1500 kg	4.500.000
b.	Biaya Pemasaran	400.000
	Transport	150.000
	Bongkar	7.500
	Sewa tempat,	7.500
	Listrik	2.500
	Keamanan	2.500
	Kebersihan	821
	Timbangan	10.000
	Komunikasi	
	Total Biaya Pemasaran	580.821
c.	Profit	2.419.179
3.	Pedagang Pengecer berjumlah 6 orang	
a.	Harga Beli Wortel dari Pedagang Perantara Luar Kota Rp. 5.000 x 1500 kg	7.500.000
b.	Biaya Pemasaran :	150.000
	· Transport	30.000
	· Listrik	60.000
	· Sewa tempat,	30.000
	· Pajak	4.926
	· Timbangan	180.000
	· Kantong plastik	90.000
	· Sewa payung	60.000
	· Kebersihan	604.926
	Total Biaya Pemasaran	3.895.074
c.	Profit	
4	Harga Beli Konsumen Rp. 8.000 x 1500 kg	12.000.000
	Total profit	7.320.932
	Total Biaya	1.679.068

Sumber : Data Primer diolah 2018

Saluran Pemasaran II



Gambar 3. Saluran Pemasaran Wortel II

Pada saluran II wortel yang telah dikemas dibeli oleh pedagang kabupaten yang datang langsung ke tempat pencucian wortel milik pedagang pengumpul kecamatan. Wortel tersebut kemudian dibawa oleh pedagang kabupaten ke Pajak Singa yang ada di Kabanjahe. Wortel tersebut kemudian dijual kembali kepada pedagang perantara luar kota yang selanjutnya akan membawa wortel tersebut ke pusat-pusat pasar yang ada di Sumatera Utara, salah satunya adalah pusat pasar di Medan (Pasar Sentral). Di pasar tersebut wortel akan dijual kembali kepada pedagang pengecer yang datang dari berbagai pasar yang ada di Kota Medan.

Wortel yang dibeli oleh pedagang pengumpul desa rata-rata Rp2.000,-/kg dengan volume pembelian 1.500 kg, sehingga total biaya yang dikeluarkan untuk membeli wortel dari petani adalah Rp3.000.000,- Di lokasi penelitian kegiatan pemanenan merupakan tanggung jawab dari pedagang pengumpul. Upah untuk melakukan kegiatan pencabutan, pembersihan, sortir dan mengemas masing-masing Rp60,-/kg. Untuk kemasan wortel digunakan kantong

plastik bermuatan 20 kg yang harganya Rp300,- per kantong. Selain itu pedagang pengumpul juga menanggung biaya listrik, air dan sewa tempat dan biaya telepon dengan totalnya Rp25.000,-. Untuk melakukan kegiatannya pedagang memerlukan timbangan dimana timbangan tersebut akan diperiksa dan dirotasi oleh lembaga terkait dikenakan biaya Rp300.000,- per tahun. Sehingga rata-rata biaya per harinya adalah Rp821. Total biaya pemasaran wortel yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa Rp498.321,- Wortel yang telah dikemas selanjutnya dijual dengan harga Rp3.000/kg sehingga total harga penjualan wortel oleh pedagang pengumpul adalah Rp4.500.000,- Keuntungan yang diterima oleh pedagang pengumpul desa sebesar Rp1.001.679,-.

Wortel yang dibeli dari petani selanjutnya dijual kembali kepada pedagang pengumpul kabupaten yang datang langsung mengambil wortel ke tempat pencucian wortel milik pedagang pengumpul kecamatan. Biaya yang dikeluarkan untuk mengangkut wortel sebanyak 1.500 kg adalah sebesar Rp150.000,-. Biaya retribusi yang dikeluarkan adalah Rp20.000,-. Untuk melakukan kegiatannya pedagang kabupaten memerlukan tenaga kerja untuk bongkar muat yang dibayar Rp75.000,- per hari. Sewa tempat di pajak Singa Rp10.000,-. Biaya timbangan Rp300.000,- per tahun. Untuk menjalankan usahanya pedagang memerlukan komunikasi yang lancar dengan menggunakan telepon Biaya komunikasi yang dikeluarkan Rp10.000,-/hari. Sehingga total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul kabupaten Rp265.821,-. Harga jual wortel kepada pedagang perantara luar kota Rp3.500/kg, sehingga total harga penjualan wortel adalah Rp5.250.000,- sehingga pedagang pengumpul kabupaten memperoleh profit Rp484.179,-

Wortel ini selanjutnya dijual kepada

pedagang perantara luar kota. Pedagang ini biasanya datang dengan membawa mobil *pick up* sebagai angkutan. Wortel tersebut kemudian dibawa ke pusat pasar di kota Medan untuk dipasarkan kembali.

Biaya sewa rata-rata untuk satu mobil *pick up* Rp150.000,- setiap kali angkut. Selain biaya angkut pedagang perantara luar kota juga mengeluarkan biaya bongkar, keamanan, kebersihan, listrik. Biaya - biaya ini mengakibatkan naiknya harga jual wortel.

Pedagang perantara luar kota menjual wortelnya kepada pedagang pengecer yang datang ke pusat pasar di kota Medan. Wortel tersebut dijual dengan harga Rp5.000,-/kg. Wortel yang dijual kepada pedagang pengecer adalah yang sudah dalam kemasan.

Karena penjualan wortel dilakukan pada waktu dini hari maka pedagang perantara luar kota memerlukan lampu untuk penerangan. Biaya untuk penerangan satu malam dan sewa tempat adalah Rp15.000,-. Sedangkan biaya keamanan dan kebersihan Rp5.000,-. Setelah sampai di pasar sentral, wortel yang dibawa dibongkar oleh kuli bongkar dengan biaya Rp150.000/*pick up*. Biaya komunikasi rata-rata untuk kegiatan pemasaran wortel Rp10.000,-. Biaya timbangan rata-rata per hari Rp,821,-. Total biaya pemasaran yang ditanggung oleh pedagang perantara luar kota untuk 1.500 kg wortel sebesar Rp480.821,-. Harga jual wortel kepada pedagang pengecer Rp5.000/kg, sehingga harga penjualan wortel kepada pedagang pengecer adalah Rp7.500.000,-. Keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara luar kota Rp1.769.179,-.

Pedagang pengecer datang untuk membeli wortel dari pedagang perantara luar kota, pedagang tersebut merupakan pedagang pengecer di Pasar Sentral serta beberapa pedagang yang datang dari

pasar-pasar di sekitar kota Medan seperti Pasar Helvetia dan Pasar Pancur Batu. Untuk mengangkut wortel pedagang di Pasar Sentral menggunakan becak yang dibayar rata-rata Rp25.000,-. Sedangkan untuk Pasar Pancur Batu biasanya pedagang mengangkut wortelnya dengan mobil *pick up* yang disewa Rp175.000,-. Untuk sewa tempat dan listrik rata-rata pedagang dikenakan Rp10.000,- per malam. Biaya pajak masing- masing pedagang Rp3.000,-. Karena menggunakan timbangan besar pedagang harus mengeluarkan biaya timbangan Rp5.747,-. Pedagang pengecer ini melakukan penjualan per kemasan maupun penjualan per kg, sehingga mengeluarkan biaya kantong plastik sebesar Rp.5.000,-

Di Pasar Sentral wortel yang dijual biasanya tidak langsung habis dalam satu hari sehingga disimpan di gudang yang terletak di pasar. Sedangkan untuk Pasar Pancur Batu wortel yang dijual langsung habis dalam satu hari. Untuk Pasar Helvetia wortel yang tidak habis dijual disimpan di dalam kios sehingga tidak dikenakan biaya tambahan. Biaya sewa gudang satu malam Rp10.000,-. Selain itu pedagang pengecer juga menanggung biaya sewa payung sebesar Rp10.000,-serta dikenakan biaya kebersihan Rp5.000,-. Total biaya pemasaran yang ditanggung oleh pedagang pengecer Rp481.747,-. Harga jual wortel kepada konsumen Rp8.000,-/kg, sehingga total harga penjualan pedagang pengecer tersebut adalah Rp12.000.000,-. Keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer Rp4.018.253,-

Dari uraian-uraian di atas maka dapat dibuat *price spread* dan *profit margin* dari pedagang yang terlibat dalam saluran pemasaran II. Berikut *price spread* dan *profit margin* wortel pada saluran pemasaran II.

Tabel 2. Komponen Biaya dan Price Spread Wortel Melalui Saluran Pemasaran II

No	Uraian	Price Spread (Rp)
1	Pedagang Pengumpul Kecamatan	
a.	Harga Beli Wortel Dari Petani Rp. 2.000/kg x 1500 kg	3.000.000
b.	Biaya Tenaga Kerja	90.000
	• Pencabutan Wortel Rp.60 x 1.500 Kg	90.000
	• Pengangkutan Wortel Rp.60 x 1.500 Kg	90.000
	• Pensortiran Wortel Rp.60 x 1.500 Kg	90.000
	• Pencucian wortel Rp.60 x 1.500 Kg	90.000
	• Pengemasan Wortel Rp.60 x 1.500 Kg	90.000
c.	Biaya Pemasaran	5.000
	• Listrik	5.000
	• Air	5.000
	• Sewa Tempat	5.000
	• Komunikasi	10.000
	• Kantong Plastik 75 Pcs x Rp. 300	22.500
	• Timbangan	821
	Total Biaya Pemasaran	498.321
d.	Profit	1.001.679
2.	Pedagang Kabupaten	
a.	Harga beli wortel dari Pengumpul Kecamatan Rp.3.000 x 1.500 Kg	4.500.000
b.	Biaya pemasaran	
	• Transport	150.000
	• Retribusi	20.000
	• Bongkar Muat	75.000
	• Sewa Tempat	10.000
	• Timbangan	821
	• Komunikasi	10.000
	Total Biaya Pemasaran	265.821
c.	ProfitMargin	484.179
3.	Pedagang Perantara Luar Kota	
a.	Harga Beli Wortel Dari Pedagang Pengumpul Desa Rp. 3.500 x 1500 kg	5.250.000
b.	Biaya Pemasaran	300.000
	• Transport	150.000
	• Bongkar	150.000
	• Sewa tempat,	7.500
	• Listrik	7.500
	• Keamanan	2.500
	• Kebersihan	2.500
	• Timbangan	821
	• Komunikasi	10.000
	Total Biaya Pemasaran	480.821
c.	Profit Margin	1.769.179
4.	Pedagang Pengecer	
a.	Harga Beli Wortel dari Pedagang Perantara Luar Kota Rp. 5.000 x 1500 kg	7.500.000
b.	Biaya Pemasaran :	175.000
	• Transport	30.000
	• Listrik	40.000
	• Sewa tempat,	21.000
	• Pajak	5.747
	• Timbangan	35.000
	• Kantong plastik	70.000
	• Sewa gudang	70.000
	• Sewa paying	70.000

• Kebersihan	35.000
Total Biaya Pemasaran	481.747
c. Profit Margin	4.018.253
5. Harga Beli Konsumen Rp. 8.000 x 1500 kg	12.000.000
Total profit	7.273.290
Total Biaya	1.726.710

Sumber : Data Primer diolah 2018

Fungsi Pemasaran Yang Dilakukan Setiap Mata Rantai Pemasaran

Fungsi pemasaran merupakan unsur penting dalam proses pemasaran wortel. Fungsi pemasaran dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran untuk memperlancar penyampaian hasil produksi wortel dari pihak petani hingga kepada konsumen akhir. Akan tetapi konsekuensi dari pelaksanaan fungsi pemasaran ini adalah semakin besarnya biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran, akibatnya harga komoditi tersebut akan menjadi lebih tinggi.

Fungsi jual/beli dilakukan oleh seluruh lembaga pemasaran mulai dari pedagang pengumpul desa sampai pedagang pengecer.

Fungsi transportasi tidak dilakukan oleh pedagang pengumpul desa, sementara lembaga pemasaran lain (pedagang pengecer, pedagang kabupaten, dan pedagang perantara luar kota) melakukan fungsi tersebut.

Fungsi sortasi dilakukan oleh pedagang pengumpul kecamatan karena lembaga inilah yang langsung mengambil wortel dari lahan petani. Pedagang pengecer juga melakukan fungsi sortasi, hal ini disebabkan wortel yang dibeli ada yang rusak dan kualitasnya tidak sama. Sedangkan pedagang perantara luar kota dan pedagang kabupaten tidak melakukan sortasi. Sortasi dilakukan berdasarkan bentuk dan ukuran wortel. Bentuk yang mulus dan ukuran yang besar dipisahkan dengan wortel yang berbentuk kurang mulus dan berukuran kecil. Disini juga dipisahkan wortel yang luka (lecet) dan patah. Wortel yang kurang bagus akan dijual dengan harga yang lebih rendah atau dibuang begitu saja.

Fungsi kemas tidak dilakukan oleh pedagang perantara luar kota dan pedagang kabupaten karena mereka melakukan penjualan dalam bentuk kemasan (kantong plastik ukuran 20 kg).

Efisiensi Pemasaran Wortel di Desa Surbakti, Pertenguhen, Gajah Kecamatan Simpang Empat

Untuk mengetahui berapa besar efisiensi pemasaran dari setiap saluran pemasaran wortel di daerah penelitian digunakan persamaan sebagai berikut :

$$E_p = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk yang dipasarkan}} \times 100$$

Dimana, semakin tinggi nilai efisiensi pemasaran (E_p) dari saluran tersebut maka semakin tidak efisienlah saluran pemasaran tersebut.

Berdasarkan uraian-uraian *price spread* dan *share* margin pada setiap saluran pemasaran wortel di atas, maka dapat dihitung besarnya efisiensi pemasaran wortel dari setiap saluran pemasaran sebagai berikut:

a. Saluran Pemasaran Wortel I

$$E_p = \frac{493.321 + 580.821 + 604.926}{12.000.000} \times 100$$

$$E_p = 13,99\%$$

b. Saluran Pemasaran Wortel II

$$E_p = \frac{498.321 + 265.821 + 480.821 + 481.747}{12.000.000} \times 100$$

$$E_p = 14,38 \%$$

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa pemasaran wortel melalui saluran I lebih efisien dibandingkan dengan pemasaran wortel melalui saluran II. Hal ini terjadi karena nilai efisiensi pemasaran pada saluran I lebih kecil dari nilai efisiensi pemasaran pada saluran II.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat dua bentuk saluran pemasaran wortel di daerah penelitian, yaitu :
 1. Saluran I: petani – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang perantara luar kota – pedagang pengecer – konsumen.
 2. Saluran II: petani – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang kabupaten – pedagang perantara luar kota – pedagang pengecer – konsumen.
- b. Keuntungan margin yang tertinggi terdapat pada saluran pemasaran I dengan Rp4.880,- karena pada saluran tersebut hanya terdapat tiga lembaga yaitu pedagang pengumpul kecamatan, pedagang luar kota dan pedagang pengecer
- c. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran I nilai Ep sebesar 71,6% pada saluran tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai Ep pada saluran pemasaran wortel II sebesar 81,8%.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, Ratna W. 1999. *Pemasaran Pertanian Suatu Kajian Teoritik dan Empirik. Jurusan Sosek. Faperta. Institut Pertanian Bogor.* Badan Pusat Statistik. 2017. Kecamatan Simpang Empat dalam angka. BPS.
- Cahyono B., 2002. *Wortel Teknik Budi Daya dan Analisis Usaha Tani.* Kanisius. Yogyakarta.
- Darmayati. 2005. *Analisis Pemasaran Mendong di Kabupaten Sleman.* Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Dinas Pertanian. 2017. Kecamatan Simpang Empat. Kabupaten Karo.
- Duryatmo S. 2006. *Sayur di Sekitar Kita.* Penebar Swadaya. Jakarta.
- Ginting P. 2006. *Pemasaran Produk Pertanian.* USU Press. Medan.
- Kotler, p Amstrong ,G. 2004. *Dasar – Dasar Pemasaran.* PT. Indeks .Jakarta.
- Kottler p. 1999. *Manajemen pemasaran di Indonesia, Analisis, perencanaan , implementasi dan pengendalian .*PT. Prenhalindo.Jakarta.
- Limbong, dan Sitorus. 1987. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar Cilembu (Kasus di Desa Cilembu, Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat).* Skripsi.