



**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI DAN MARGIN PADA PUPUK UREA  
BERSUBSIDI (STUDI KASUS PADA DI DESA DAME, KECAMATAN DOLOK  
MASIHUL)**

**Yantika Afrilyani Hutabarat<sup>1</sup>, Rahmi Yuristia<sup>2</sup>**

Corresponding author: [rahmiyuristia@unib.ac.id](mailto:rahmiyuristia@unib.ac.id)

**ABSTRACT**

Dolok Masihul is one of the sub-districts in Serdang Bedagai Regency. The fertilizer distribution system in this region is still not in accordance with the policies set by the government. The amount of subsidized fertilizer that farmers in this village should receive is 25 kg, but in reality the subsidized fertilizer that reaches farmers is only 3 kg. This is not appropriate because the fertilizer that farmers need for their rice is still very low, so farmers are required to buy back the fertilizer which should be subsidized. The research aims to describe fertilizer distribution channels and margins on subsidized urea fertilizer. The research results show that Producers consist of PT. Pupuk Sriwijaya as a producer of Urea Fertilizer is then distributed to distributors, namely the Urea Fertilizer Distributor by PT Tani Mulia. PT Tani Mulia acts as the second channel which receives fertilizer from the Pusri warehouse and distributes the fertilizer to all retailers so that it reaches the final consumer, namely farmers. Then each distributor distributes the subsidized fertilizer to retailers. The type of fertilizer distributed to farmers is Urea fertilizer. Once at the retail agent level, it will then be distributed to the Farmer Group level, for the number of farmer groups that receive subsidized fertilizer from each village, namely 12 farmer groups. At the next level the fertilizer will be distributed to the final consumers, namely farmers. The marketing costs incurred by distributors of subsidized urea fertilizer are IDR 92/Kg. Meanwhile, the marketing costs incurred by retailers of subsidized urea fertilizer are IDR 93/Kg. Share Margin for subsidized urea fertilizer distributors is 4.4% and Share Margin for subsidized urea fertilizer retailers is 5.19%

*Keywords: Channels, Distribution, Margin, Subsidized, Urea Fertilizer*

**ABSTRAK**

Dolok Masihul merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai. Sistem pendistribusian pupuk di wilayah ini masih belum sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. jumlah pupuk bersubsidi yang seharusnya diterima petani di desa ini sebanyak 25 kg, tetapi pada kenyataannya pupuk bersubsidi yang sampai kepada petani hanya 3 kg. hal ini tidak sesuai karena pupuk yang dibutuhkan petani untuk padinya masih sangat kurang, sehingga petani diharuskan membeli kembali pupuk yang seharusnya bersubsidi itu. Penelitian bertujuan untuk

<sup>1,2</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu

mendesripsikan saluran distribusi pupuk dan margin pada pupuk urea bersubsidi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Produsen terdiri dari PT. Pupuk Sriwijaya sebagai produsen Pupuk Urea kemudian disalurkan ke distributor yakni Distributor pupuk Urea oleh PT Tani Mulia. PT Tani Mulia berperan sebagai saluran ke dua yang menerima pupuk dari gudang Pusri dan menyalurkan pupuk ke seluruh pedagang pengecer agar sampai ke konsumen akhir yaitu petani. Kemudian pada masing-masing distributor pupuk bersubsidi menyalurkan ke pedagang pengecer. Adapun jenis pupuk yang dibagikan kepada petani yakni pupuk Urea. Setelah di tingkat agen pengecer maka selanjutnya akan disalurkan ke tingkat Kelompok Tani, untuk jumlah kelompok tani yang menerima pupuk bersubsidi dari masing-masing desa yaitu dengan jumlah kelompok tani sebesar 12 kelompok, Pada tingkat selanjutnya pupuk akan disalurkan ke konsumen terakhir yaitu petani. Besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh distributor pupuk urea bersubsidi sebesar Rp.92/Kg. Sedangkan besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk pengecer pupuk urea bersubsidi sebesar Rp.93/Kg. Share Margin pada distributor pupuk urea bersubsidi sebesar 4,4% dan Share Margin pada pengecer pupuk urea bersubsidi sebesar 5,19%.

*Keywords: Saluran, Distribusi, Margin, Bersubsidi, Pupuk Urea*

## PENDAHULUAN

Pupuk merupakan salah satu faktor produksi yang menentukan produktivitas usaha tani. Oleh karena itu sejarah keberhasilan penyediaan pangan, terutama beras, banyak ditentukan oleh keberadaan pupuk (Widodo, dalam Ramija, 2010). Kebijakan distribusi pupuk, pada tahun 2015 ini mengacu ke Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 15/2013 tentang Pengadaan dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi untuk Sektor Pertanian. Peraturan ini mengatur cukup rinci sistem distribusi pupuk yang diawali dari pengadaan dan penyaluran, tugas dan tanggung jawab para pihak yang terkait dengan distribusi mulai dari produsen pupuk, pemerintah, pemerintah daerah, pelaku distribusi sampai pengecer, dan petani/kelompok tani. Dokumen ini juga mengatur tentang pengawasan dan pelaporan. Sasaran dari pengaturan sistem distribusi yang tertuang dalam peraturan ini adalah pupuk bersubsidi dapat sampai ke

petani sesuai dengan prinsip enam tepat, yang meliputi tepat jenis, jumlah, harga, tempat, waktu, dan mutu (Achmad, 2016).

Dolok Masihul merupakan salah satu kecamatan yang memiliki desa paling banyak dari kecamatan lain yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai. Kecamatan Dolok Masihul yang terdiri dari 28 desa. Salah satunya Desa Dame yang banyak penduduk dengan mata pencarian petani dan terbagi atas 4 dusun atau kelurahan yang dominan bercocok tanam palau hijau seperti padi. Memiliki luas sekitar 150 hektar, sistem pendistribusian pupuk di wilayah ini masih belum sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah (Profil Kecamatan Dolok Masihul, 2020). Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan jumlah pupuk bersubsidi yang seharusnya diterima petani di desa ini sebanyak 25 kg, tetapi pada kenyataannya pupuk bersubsidi yang sampai kepada petani hanya 3 kg. hal ini tidak sesuai karena pupuk yang dibutuhkan petani untuk

padinya masih sangat kurang, sehingga petani diharuskan membeli kembali pupuk yang seharusnya bersubsidi itu.

Harga pupuk yang sampai ke tangan petani masih sering melampaui harga ecer tertinggi (HET) yang ditetapkan yaitu Rp 2.250 per kg. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan harga di tingkat produsen sampai ketangan konsumen karena terdapat perbedaan diterima oleh lembaga lembaga yang terkait dengan pendistribusian yang menimbulkan harga pupuk tinggi dan tidak efisiennya pemasaran. Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian No 49 Tahun 2020 pada tanggal 30 Desember 2020 HET pupuk bersubsidi jenis Urea yaitu Rp 2.250 per kg. Pada kenyataannya harga pupuk yang jual melewati HET yang ditetapkan pemerintah yakni Rp 5.000 per kg. Distributor pupuk yang berada di Kabupaten Serdang Bedagai yaitu PT Pupuk Iskandar Muda, sedangkan pengecer resmi pupuk ada 4 yaitu Anggiat Miduk, Giat, Satahi dan Dos Roha.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul Analisis Saluran Distribusi Dan Margin Pada Pupuk Urea Bersubsidi. Karena diketahui adanya harga pupuk bersubsidi sudah melampaui dari harga HET yang sudah ditetapkan oleh pemerintah yaitu Rp 2.250 per kg dan harga pupuk yang jual sebesar Rp 5.000 per kg serta permasalahan yang ditemui dalam penyaluran pupuk yakni masalah harga, pemasaran, permodalan dan biaya lain-lain sehingga peneliti ingin mengetahui apa penyebab meningkatnya harga pada pupuk bersubsidi yang ada di Desa Dame Kecamatan Dolok Masihul.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Desa Dame Kecamatan Dolok Masihul Kabupaten Serdang Bedagai dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pemilihan lokasi ini dikarenakan daerah tersebut merupakan daerah yang mata pencaharian masyarakat bercocok tanam padi dan memiliki lahan yang cukup besar dalam prospek pertanian.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh lembaga pemasaran pupuk dan petani yang ada di Desa Dame Kecamatan Dolok Masihul Kabupaten Serdang Bedagai. Metode pengambilan contoh dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive* dan *simple random sampling*. Metode ini diterapkan dalam pengambilan data primer dan wawancara dengan narasumber yang kompeten sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Jumlah responden yang diwawancarai dalam penelitian sebanyak 4 responden yang terdiri dari pemilik kios yang ada di Desa Dame yang terpenting adalah terdapat transaksi aktif selama satu tahun terakhir (Prihantini, 2019). Adapun lembaga yang menjadi sampel penelitian ini adalah UD Cinta Dame, UD Bintang Tani, UD Satahi dan UD Hariara. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

Analisis data berupa deskriptif kualitatif yang digunakan untuk menggambarkan saluran distribusi pupuk urea bersubsidi di Kecamatan Dolok Masihul Kabupaten Serdang Bedagai dan deskriptif kuantitatif untuk menganalisis margin distribusi, untuk

menghitung marjin dari setiap lembaga pemasaran digunakan rumus :

$$Mji = Pri - Pfi \text{ atau } Mji = Bi + Ki$$

Dimana :

Mji = Margin Penyaluran pupuk bersubsidi

Pri = Harga ditingkat distributor

Pfi = Harga ditingkat pengecer

Bi = Biaya penyaluran pupuk bersubsidi

Ki = Keuntungan penyaluran subsidi pupuk

{(Hamim,1989) dalam Watiha (2012)}

Untuk menganalisis margin masing masing lembaga pemasaran seperti pedagang besar dan pengecer dapat ditentukan dengan analisis sebagai berikut :

$$Mjp = bp + kp$$

$$Mjc = bc + kc$$

Dimana :

Mjp = Margin pedagang besar

bp = Biaya penyaluran pupuk bersubsidi pedagang besar

kp = Keuntungan pedagang besar

Mjc = Margin pedagang pengecer

bc = Biaya pemasaran pedagang pengecer

kc = Keuntungan pedagang pengecer

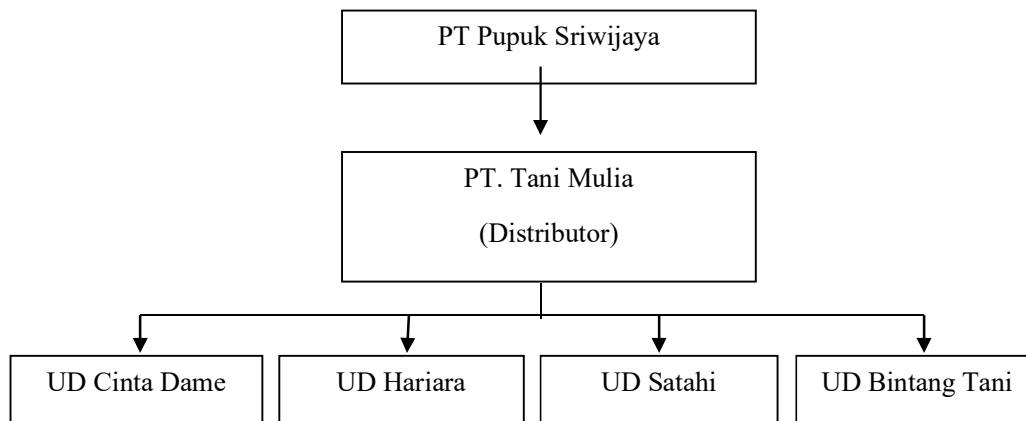
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Bentuk Saluran Pemasaran Pupuk Bersubsidi

Distribusi pemasaran adalah jalur dari lembaga pemasaran yang dilalui dalam penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Sistem distribusi pupuk bersubsidi di Indonesia selama ini diatur oleh Menteri Perdagangan. Pengaturan sistem distribusi pupuk dimaksudkan agar petani dapat memperoleh pupuk

dengan azas enam tepat, yaitu : tempat, jenis, waktu, jumlah, mutu, dan harga. Keberhasilan dalam implementasi dari sistem ini salah satunya dapat dilihat dari adanya kesesuaian antara rencana penyaluran dan realisasi. Kebijakan tentang penyaluran/distribusi pupuk untuk sektor pertanian di Indonesia saat ini telah diatur dengan Permendag No.15 tahun 2013. Dalam SK tersebut di jelaskan bahwa untuk kelancaran pendistribusian pupuk bersubsidi menjadi tanggung jawab produsen, distributor dan pengecer. Pemasaran pupuk bersubsidi Urea di Desa Dame Kecamatan Dolok Masihul diketahui bahwa saluran pemasaran melibatkan produsen, distributor dan pengecer. Saluran ini sudah diatur sedemikian rupa dimana semua yang terlibat sudah ditentukan atas seizin pemerintah. Pemerintah dalam hal ini memiliki peran sebagai pensubsidi produsen pupuk sekaligus pengawas peredaran pupuk tersebut sehingga petani memperoleh jumlah dan harga yang sesuai dengan yang telah ditetapkan pemerintah. Produsen Urea adalah PT. Pusri yang kemudian menyalurkannya ketiap daerah melalui distributor. Distributor Urea di daerah penelitian adalah PT Tani Mulia kemudian menyalurkannya ke tiap pengecer di Kecamatan. Lalu akhirnya pengecer yang menjual langsung kepada petani.

Berikut gambar skema saluran pemasaran pupuk bersubsidi pupuk bersubsidi pupuk Urea di daerah penelitian.



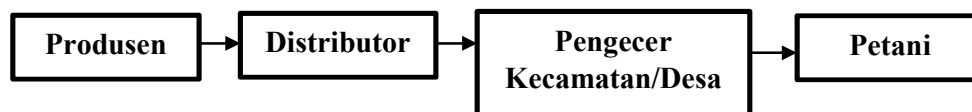
**Gambar 1 Saluran Pemasaran Pupuk Bersubsidi**

Pupuk bersubsidi Urea pada gambar diatas melibatkan produsen sebagai perpanjangan tangan dari pemerintah yang dimana produsen terdiri dari PT. Pupuk Sriwijaya sebagai produsen Pupuk Urea kemudian disalurkan ke distributor yakni Distributor pupuk Urea oleh PT Tani Mulia yang sudah berdiri sejak 1933 sebagai penyediaan pupuk bersubsidi untuk sektor tanaman pangan. PT Tani Mulia berperan sebagai saluran ke dua yang menerima pupuk dari gudang Pusri dan menyalurkan pupuk ke seluruh pedagang pengecer agar sampai ke konsumen akhir yaitu petani. Kemudian pada masing-masing distributor pupuk bersubsidi menyalurkan ke pedagang pengecer yang terdiri 4 pengecer yaitu UD Cinta Dame, UD Hariara, UD Satahi dan UD Bintang Tani, sedangkan untuk pupuk kemudian petani membeli pupuk dari pengecer dengan

berdasarkan Harga Eceran Tertinggi (HET). Adapun jenis pupuk yang dibagikan kepada petani yakni pupuk Urea. Setelah di tingkat agen pengecer maka selanjutnya akan disalurkan ke tingkat Kelompok Tani, untuk jumlah kelompok tani yang menerima pupuk bersubsidi dari masing-masing desa yaitu dengan jumlah kelompok tani sebesar 12 kelompok, Pada tingkat selanjutnya pupuk akan disalurkan ke konsumen terakhir yaitu petani.

#### **Saluran Pemasaran Pupuk Urea**

Saluran pemasaran pupuk menggambarkan arus proses mengalirnya pupuk dari produsen sampai ke petani melalui lembaga pemasaran yang terlibat. Untuk mengetahui saluran pemasaran pupuk urea dapat dilihat pada gambar 2.



**Gambar 2 Saluran Pemasaran Pupuk Urea**

Pada saluran ini produsen menyalurkan pupuk ke tiap daerah melalui distributor dengan harga Rp 1.600/Kg. Adapun distributor resmi pupuk urea di Desa Dame Kecamatan Dolok Masihul berjumlah 1 distributor yaitu PT Tani Mulia dengan harga yang dijual kepada pengecer yaitu sebesar Rp. 1.780/Kg. Pengecer resmi yang bertanggung jawab di Desa Dame Kecamatan Dolok Masihul ada **4 Pengecer** yaitu, **UD Cinta Dame; UD Hariara; UD Satahi dan UD Bintang Tani** dengan harga yang dijual kepada petani yaitu sebesar Rp. 2.000/Kg yaitu harga yang berlaku ditingkat pengecer dengan harga eceran tertinggi (HET).

Meskipun rantai distribusi yang diterapkan dalam pemasaran pupuk subsidi di wilayah Kecamatan Dolok Masihul sudah sesuai dengan yang ditentukan pemerintah, namun harga yang sampai ketangan petani masih lebih tinggi dari harga ecer tertinggi (HET). Hal ini terjadi akibat adanya selisih harga yang berbeda beda di masing masing lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran mengeluarkan biaya-biaya dalam mendistribusikan pupuk subsidi sebelum akhirnya sampai ketangan petani. Biaya yang dikeluarkan merupakan biaya pemasaran seperti biaya transportasi, biaya bongkar muat, biaya gudang dan lain lain.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Nurekayanti (2013), tentang Rantai Distribusi Pupuk Urea di Provinsi Kalimantan Timur yaitu tidak ada lembaga pemasar tambahan selain dari pada yang ditetapkan pemerintah. Penyaluran, penjualan dan pembelian pupuk urea tersebut tidak dapat dilakukan secara bebas karena sudah diatur melalui peraturan pemerintah berdasarkan RDKK. Setiap lembaga pemasar sudah mengikuti

peraturan yang telah ditetapkan pemerintah. Dimana produsen mendistribusikan pupuk ke lembaga distributor, kemudian distributor mendistribusikan ke kios pengecer resmi dan pada akhirnya sampai ke petani. Menurut Mursid (2006), saluran distribusi yang terlalu panjang akan memberikan pengaruh pada penambahan biaya yang akan dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa akibat terjadinya pemindahan barang dari beberapa lembaga. Hal tersebut berdampak pada harga yang akan sampai kepada petani.

Penelitian ini juga sama dengan penelitian Harifuddin dkk (2011), yang meneliti tentang Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkep, dalam penelitian ini terdapat dua macam saluran pemasaran yaitu saluran yang melewati 2 lembaga pemasar dan saluran yang hanya melewati 1 saluran pemasaran. Hasil penelitian menerangkan bahwa saluran distribusi yang pendek atau saluran pemasaran yang melewati 1 lembaga pemasar lebih efisien daripada saluran yang melewati 2 lembaga pemasar. Hasil penelitian itu menunjukkan bahwa margin pemasaran pada saluran yang melewati 2 lembaga pemasaran sama saja dengan saluran yang melewati 1 lembaga pemasar dan keuntungan yang diperoleh oleh saluran yang melalui 2 lembaga pemasar lebih kecil daripada saluran yang melewati 1 lembaga pemasar.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Watiha (2012), tentang Analisis Saluran Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Pupuk Bersubsidi di Kecamatan Selakau Kabupaten Sambas bahwa terdapat pengecer

tambahan yang disebut dengan pengecer binaan diluar dari yang telah ditunjuk oleh distributor. Hal tersebut dilakukan agar pupuk subsidi tersebar secara merata kepada petani karena pada daerah tersebut hanya terdapat 2 kios resmi yang memasarkan pupuk, sehingga pupuk tidak bisa tersebar merata di seluruh daerah. Penambahan rantai lembaga pemasar pada wilayah tersebut juga berpengaruh terhadap harga pupuk yang sampai ke tangan petani. Harga yang diperoleh petani lebih mahal dari ketentuan harga ecer tertinggi yang telah ditetapkan pemerintah, selain itu harga pupuk yang ada di lokasi tersebut lebih mahal dari harga yang terdapat di Kecamatan Dolok Masihul.

Hasil Penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Pramita (2016), tentang Analisis Tata Niaga Pupuk Bersubsidi di Kabupaten Purbalingga. Saluran tata niaga pupuk bersubsidi di Kecamatan Kutasari dan Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga adalah sebagai berikut : Produsen – Distributor – Penyalur Resmi – Kelompok Tani – Petani Monokultur. Sehingga harga pupuk jauh melebihi Harga Ecer Tertinggi. Namun tata niaga pupuk bersubsidi saluran penyalur resmi tidak efisien yang sama dengan yang terjadi pada penelitian ini.

Hasil Penelitian ini juga berbanding terbalik dengan penelitian Sularno (2016), tentang Analisis Pelaksanaan Kebijakan dan Distribusi Pupuk Bersubsidi di Kabupaten Karawang Jawa Barat, hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran pupuk subsidi yaitu melalui : produsen-distributor-pengecer resmi-Kelompok tani-petani. Pada Lini IV yaitu fungsi kios dan pengecer tidak memiliki substansi atau peran yang

besar, karena pada tahapan ini hanya sebagai tempat penyimpanan sementara sebelum sampai pada petani atau kelompok tani. Sementara setiap petani sendiri sebenarnya sudah tergabung kedalam kelompok tani yang juga merekomendasikan kebutuhan pasokan pupuk bersubsidi untuk produsen menyalurkan atau menyediakan kebutuhan petani akan pupuk pada suatu wilayah. Petani menganggap saluran ini tidak efektif karena panjangnya rantai distribusi sehingga harga yang sampai ketangan konsumen (petani) diatas harga ecer tertinggi (HET) dan sering terjadi kelangkaan pupuk.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa rantai distribusi pemasaran pupuk subsidi yang sampai ke Kecamatan Dolok Masihul untuk pupuk Urea Berawal dari PT Pupuk Sriwijaya, PT Tani Mulia, 4 pengecer dan kemudian sampai ke konsumen (petani), sedangkan rantai distribusi pupuk subsidi jenis Urea dari PT Pupuk Sriwijaya ke distributor PT Tani Mulia, 4 pengecer kemudian sampai ke konsumen (petani). Rantai distribusi pemasaran pupuk yang ada dilokasi penelitian ini telah sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan pemerintah dalam Permendag No.15 tahun 2013.

#### **Fungsi-Fungsi Pemasaran**

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh produsen dan lembaga-lembaga pemasaran yang akhirnya menimbulkan biaya pemasaran meliputi pembelian, penjualan, penyimpanan, transportasi dan pembiayaan. Setiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsi pemasaran pemasaran sesuai kebutuhan lembaga itu seperti yang terlihat pada pada tabel .1 berikut ini:

**Tabel 1 Fungsi-Fungsi Pemasaran yang dilakukan oleh Produsen dan Lembaga Pemasaran Pupuk Urea**

No	Fungsi Pemasaran	Produsen	Distributor	Pengecer
1	Pembelian	**	*	*
2	Penjualan	*	*	*
3	Penyimpanan	*	*	*
4	Transportasi	*	*	*
5	Pembiayaan	*	*	*

Keterangan : \*\* = Melakukan/Tidak Melakukan, \* Melakukan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa:

1. Produsen melakukan 4 Fungsi Pemasaran, yaitu penjualan ke distributor penyimpanan pupuk sebelum pupuk dipesan distributor, biaya transportasi yang biasanya menggunakan kapal laut untuk mengantarkan pupuk ke setiap daerah, pembiayaan bongkar muat kapal, resiko hilang atau rusak serta informasi pasar yang diperoleh dari instansi pemerintah seperti Dinas Pertanian dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan.
2. Distributor melakukan 5 fungsi pemasaran yaitu pembelian pupuk dari produsen, penjualan pupuk kepada pengecer, penyimpanan pupuk sebelum diangkut ke pengecer, biaya transportasi, pembiayaan bongkar muat, upah tenaga kerja, air dan listrik dan sebagainya.
3. Pengecer melakukan 5 Fungsi pemasaran yaitu pembelian dari distributor, penjualan kepada konsumen, penyimpanan pupuk selama belum dibeli konsumen, transportasi berupa pengangkutan pupuk hingga ke rumah atau lokasi usaha tani dari konsumen, pembiayaan seperti upah kerja, sewa toko, air dan listrik.

## 2. Besar Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran dan Share Margin

Besar biaya pemasaran, margin Pemasaran dan Share Margin setiap lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

**Tabel 2 Biaya Pemasaran pupuk Urea di daerah peneltian di setiap Lembaga Pemasaran (Rp/Kg)**

No	Uraian	Urea
1	Harga jual produsen	1.780
	1. Biaya transportasi	1. 60
	2. Biaya bongkar muat	2. 25
	3. Biaya gudang	3. 5
	4. Biaya lain-lain	4. 2
	Total biaya distributor	92
	Keuntungan distributor	88
2	Harga beli pengecer	1.800
	1. Total biaya pengecer	1. 93
	2. Keuntungan pengecer	2. 98
3	Harga beli konsumen	2.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2021



Berdasarkan uraian diatas bahwa biaya pemasaran masing-masing jenis pupuk berbeda-beda di tingkat distributor dan pengecer. Biaya pemasaran yang terbesar adalah biaya yang dikeluarkan oleh Distributor pupuk Urea yaitu sebesar Rp. 92/Kg, Sedangkan biaya pemasaran yang terkecil adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengecer pupuk Urea yaitu Rp. 93/Kg.

Untuk mengetahui Margin Pemasaran pada masing-masing

lembaga pemasaran yang terkait dapat dihitung bilai diketahui harga jual pada pemasaran tingkat pemasaran distributor dikurang dengan harga beli pada pemasaran tingkat pengecer. Diketahui berdasarkan hasil penelitian, harga jual dari Distributor Pupuk Urea sebesar Rp. 1780 per Kg dan harga beli dari Produsen utama Rp. 1600 per Kg. Adapun margin pemasaran yang diterima distributor sebesar Rp. 180 per Kg

**Tabel 3 Margin Pemasaran Pengecer**

No	Pengecer	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp/Kg)
1	UD Cinta Dame	1.800	2.000	200
2	UD Hariara	1.700	2.000	300
3	UD Satahi	1.800	2.000	200
4	UD Bintang Tani	1.700	2.000	300

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3 diatas margin pemasaran pada distributor pupuk urea adalah sebesar Rp.185/Kg, sedangkan margin pemasaran pada pengecer sebesar Rp. 200/Kg dan Rp. 300/Kg.

Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Watiha (2012), tentang Analisis Saluran Distribusi Dan Efisiensi Pemasaran Pupuk Bersubsidi di Kecamatan Selakau Kabupaten Sambas, dimana lembaga pemasaran yang memiliki margin pemasaran terbesar adalah lembaga distributor sehingga dikatakan tidak efisien karena memiliki margin pemasaran yang

paling tinggi dibandingkan dengan lembaga pemasaran lainnya dimana Urea Rp. 400/Kg, Hal ini terjadi karena saluran pemasaran yang dilakukan distributor lebih panjang serta wilayah kerjanya luas di bandingkan lembaga pengecer resmi dan kios binaan sehingga biaya transportasi yang dikeluarkan menjadi lebih besar.

Untuk mengetahui sebaran harga dan share margin jenis pupuk urea dan dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4. Sebaran Harga Dan Share Margin**

No	Uraian	Sebaran Harga (Rp)	Share Margin (%)
1	Harga beli distributor	1.600	80
2	Total biaya pemasaran	185	9,25
	1. Distributor	1. 92	1. 4,6
	2. Pengecer	2. 93	2. 4.65
3	Keuntungan		
	1. Distributor	1. 88	1. 4,4
	2. Pengecer	2. 98	2. 4,9
4	Harga beli konsumen	2.000	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas share margin pada distributor pupuk urea adalah 4,4%, sedangkan share margin pada pengecer adalah 4,9 %. Dapat diketahui share margin pada pengecer lebih besar dari share margin pada distributor pupuk urea dikarenakan saluran pemasaran yang di lakukan distributor panjang dan serta wilayah kerjanya luas di bandingkan lembaga pengecer resmi dan kios binaan sehingga biaya transportasi yang dikeluarkan menjadi lebih besar.

#### **Keuntungan Bersih Distributor dan Pengecer**

Keuntungan bersih distributor dan pengecer dapat dihitung bila diketahui berapa besar Fee (bayaran) yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran tersebut. Fee (bayaran) diterima oleh distributor pupuk Urea adalah sebesar Rp.8/kg. Fee (bayaran) yang diterima oleh pengecer sebesar pupuk urea adalah pada UD Cinta Dame sebesar Rp. 98/Kg, UD Hariara sebesar Rp. 90/Kg, UD Satahi sebesar Rp. 100/Kg dan UD Bintang Tani sebesar Rp. 98/Kg. Fee (bayaran) yang diterima oleh pengecer lebih besar dibanding Fee yang diterima distributor, karena pengecer masih menanggung biaya transportasi sedangkan pengecer tidak menanggung biaya transportasi. Keuntungan bersih lembaga pemasaran

dapat dihitung dengan cara: Fee dikurangi total biaya pemasaran kemudian dikalikan dengan volume penjualan secara matematika dapat dihitung dengan cara:

$$\text{Keuntungan Bersih} = (\text{Fee} - \text{Total Biaya Pemasaran}) \times \text{Total Volume Penjualan}$$

Volume penjualan distributor pupuk urea keuntungan selama penelitian ini sebesar Dari Tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa keuntungan distributor pupuk urea Rp. 840.000 dengan total volume penjualan sebesar Rp. 10.000 dengan biaya pemasaran sebesar Rp. 92.

Pada penelitian Sudrajad (2014), yang meneliti tentang Analisis Efisiensi Dan Kelembagaan Pemasaran Jagung di Kabupaten Bengkayang, menghasilkan jumlah pemasaran tertinggi terdapat pada pedagang besar (44,44%), sedangkan keuntungan yang diterima oleh pedagang pengumpul jagung relatif lebih kecil (19,72%). Besarnya keuntungan pedagang besar ini dikarenakan mengeluarkan biaya pemasaran yang lebih sedikit sementara itu dapat menjual jagung kepada para peternak ayam dengan harga yang lebih tinggi. Dalam penelitian tersebut tidak dapat menjelaskan biaya yang dikeluarkan pedagang besar tidak

diketahui, namun pedagang besar hanya sebagai pedagang perantara saja

## KESIMPULAN

1. Produsen terdiri dari PT. Pupuk Sriwijaya sebagai produsen Pupuk Urea kemudian disalurkan ke distributor yakni Distributor pupuk Urea oleh PT Tani Mulia. PT Tani Mulia berperan sebagai saluran ke dua yang menerima pupuk dari gudang Pusri dan menyalurkan pupuk ke seluruh pedagang pengecer agar sampai ke konsumen akhir yaitu petani. Kemudian pada masing-masing distributor pupuk bersubsidi menyalurkan ke pedagang pengecer yang terdiri 4 pengecer yaitu UD Cinta Dame, UD Hariara, UD Satahi dan UD Bintang Tani. Adapun jenis pupuk yang dibagikan kepada petani yakni pupuk Urea. Setelah di tingkat agen pengecer maka selanjutnya akan disalurkan ke tingkat Kelompok Tani, untuk jumlah kelompok tani yang menerima pupuk bersubsidi dari masing-masing desa yaitu dengan jumlah kelompok tani sebesar 12 kelompok, Pada tingkat selanjutnya pupuk akan disalurkan ke konsumen terakhir yaitu petani.
2. Besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh distributor pupuk urea bersubsidi sebesar Rp.92/Kg. Sedangkan besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk pengecer pupuk urea bersubsidi sebesar Rp.93/Kg. Share Margin pada distributor pupuk urea bersubsidi sebesar 4,4% dan Share Margin pada pengecer pupuk urea bersubsidi sebesar 5,19%.

## DAFTAR PUSTAKA

- . Azzaino, Z. 1980. Pengantar Tataniaga Pertanian. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Rangga Ditya Yofa, Achmad Suryana, Adang Agustian. 2016. Alternatif Kebijakan Penyaluran Subsidi Pupuk Bagi Petani Pangan. Bogor. Vol.14. No.1. Juni 2016.
- Agus Dwi Nugroho. 2018. Distribusi Pupuk Bersubsidi Di Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Ugm. ISSN 2580-0566  
<http://ejournal2.undip.ac.id/index.php/agrisocionomics> 2(1): 70-82. Mei 2018.
- Lutfiyanto. Campina Illa Prihantini. 2019. Analisis Persepsi Stakeholder Distribusiarana Produksi Pertanian (Saprotan) Pupuk Di Kabupaten Pamekasan. Pamekasan. SSN : 0854-641XE- ISSN :2407-7607 J. Agroland. 26 Desember 2019.
- Mursid, M. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara Universitas Indonesia.
- McCarthy, E. J dan Perreault, W. D. 1995. *Intisari Pemasaran*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hermawan, I. 2014. Analisis Dampak Kebijakan Subsidi Pupuk Urea Dan Tsp Terhadap Produksi Padidan Capaian Swasembada Pangan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik* 5(1): 63-78.
- Kasiyati, S. 2010. Analisis Dampak Subsidi Harga Pupuk Terhadap Output Sektor Produksi dan

- Tingkat Pendapatan Rumah Tangga di Jawa Tengah (Pendekatan Analisis I-O Dan Snsse Jawa Tengah Tahun 2004). *Jurnal Organisasi dan Manajemen* 6(1): 28-45.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kohls, R.L dan J.N Uhl. 2004. *Marketing of Agricultural Products*. New York: The Macmillan Company.
- Mudaffar, Rahmi Azizah. 2019. Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Pupuk Bersubsidi (Urea dan Npk Phonska) di Kecamatan Malangke Kab. Luwu Utara. *Jurnal Pertanian Berkelanjutan*. Volume 7 No. 3 Oktober 2019. ISSN 2302-6944, e-ISSN 2581-1649
- Kamsir. (2011). *Kewirausahaan*. Depok: PT Grafindo Persada.
- Nurjanah, Siti. 2015. *Penyuluh Pertanian Madya BPPSDMP Kementan*. Jakarta: Sinar Utama.
- Nugroho, P. 2013. *Panduan Membuat Pupuk Kompos Cair Untung Mengalir Dari Puppuk Kompos Cair*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Rahmi Azizah Mudaffar. 2019. Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Pupukbersubsidi (Urea dan Npk Phonska) Di Kecamatan Malangke Kab. Luwu Utara. Volume 7 No. 3 Oktober 2019. ISSN 2302-6944, e-ISSN 2581-1649.
- Pramita, K. D., Utami, P., & Dumasari. (2016). Analisis Tata Niaga Pupuk Bersubsidi. *Agritech*, XVIII, 25 – 29
- Safitri, M. A., Supriono, B. dan Ribawanto, H. 2013. *Distribusi Pupuk Subsidi Kepada Petani Tebu dalam Perspektif Manajemen Publik*. Administrasi Publik.
- Santoso, A. B. 2015. Pengaruh Luas Lahan Dan Pupuk Bersubsidi Terhadap Produksi Padi Nasional. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia* 20(3): 208-212.
- Siti Rochmah ,Vivi Vidyanita, Andy Fefta Wijaya. 2016. Kinerja Birokrasi Dalam Penyaluran Pupuk Bersubsidi di Kecamatan Jombang. Jombang. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. ISSN. 2442-6962 Vol. 5, No. 1 (2016).
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press ( UB Press).
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi ( Mixed Method)*. Yogyakarta: Alfabet
- A.Yusra,Dewi Kurniati, Watiha dan A. Hamid. 2012. Analisis Saluran Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Pupuk Bersubsidi di Kecamatan Selakau Kabupaten Sambas. Tanjung Pura. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. Volume 1. Nomor 3. Desember 2012.
- Widarti, S., Kurniawan, H. M dan Simpuk. 2016. Analisis

Pemasaran Pupuk Bersubsidi  
Tanaman Pangan di Kecamatan  
Sanggau Ledo Kabupaten  
Bengkayang. Agrosains.

Widianurastuti, N dan Mohd, H. 2013.  
*Saluran dan Marjin Pemasaran  
Jagung di Kabupaten Grobongan.*  
Grobongan: Sepa