

Analisis Saluran Pemasaran Bayam Organik (Studi Kasus Pada Cv. Kurnia Kitri Ayu Farm) Kecamatan Sukun Kota Malang Jawa Timur

by Martina Elista

Submission date: 03-Sep-2020 04:10AM (UTC-0400)

Submission ID: 1373818126

File name: Kurnia_Kitri_Ayu_Farm_Kecamatan_Sukun_Kota_Malang_Jawa_Timur.pdf (114.26K)

Word count: 1452

Character count: 9462

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN BAYAM ORGANIK
(STUDI KASUS PADA CV. KURNIA KITRI AYU FARM)
KECAMATAN SUKUN KOTA MALANG JAWA TIMUR**

SKRIPSI



Oleh :

MARTINA ELISTA

2016310088

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2020**

RINGKASAN

Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan atau perancangan dalam mengusahakan atau menjalankan rancangan harga, distribusi, promosi terhadap sebuah konsep ide barang dan jasa yang bernilai bagi pelanggan dan menjadikan sebuah timbal balik yang dapat memuaskan pihak perseorangan maupun pihak kelompok. Pemasaran dapat memberikan banyak manfaat maupun keuntungan bagi petani bila dilakukan secara efisien dan tetap guna. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami bagaimana bentuk saluran dan cara dalam memasarkan bayam organik, menghitung besar persentase margin, biaya, dan keuntungan pada tiap saluran pemasaran serta farmer's share yang diterima oleh petani atau produsen, kemudian menentukan bentuk saluran pemasaran yang paling efisien. Penelitian ini dilakukan pada CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, Kecamatan Sukun, Kota Malang Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga pola saluran pemasaran bayam dari CV Kurnia Kitri Ayu Farm kewilayah Malang dan Surabaya, yaitu saluran I: Petani- KKAF-Konsumen, saluran II: Petani-KKAF-Sales-Konsumen, saluran III: petani-KKAF-Distributor-Supermarket-Konsumen. Bentuk metode saluran pemasaran yang tepat guna dan paling efisien adalah saluran pemasaran I. Keuntungan yang diperoleh pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 10000 dengan total margin pemasaran yaitu sebesar Rp 1650, dan farmer's share yaitu sebesar 34%. Keuntungan yang diperoleh dari saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp 15500 dengan total margin pemasaran sebesar Rp 26500, dan farmer's share yaitu sebesar Rp 24.28%. Keuntungan yang diperoleh pada saluran III yaitu sebesar Rp 18500 dengan total margin pemasaran sebesar Rp 41500, dan farmer's share yaitu sebesar 17%.

Kata kunci : Pola Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Farmer's Share dan Efisiensi.

BABI²

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Negara Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar dalam memproduksi komoditas hayati, berupa komoditas sektor pertanian. Potensi besar tersebut dapat dilihat dari keadaan iklim dan geografis. Pertanian merupakan salah satu sektor pertanian yang memperoleh perhatian yang lumayan besar diberikan oleh pemerintah dengan perannya yang sebagai penghasil sumber kebutuhan makanan pokok. Penyediaan lapangan pekerjaan untuk sebagian besar masyarakat/penduduk, dengan memberikan berupa sumbangan tersebut terhadap pendapatan nasional serta memberikan devisa kepada Negara untuk masyarakat. Pertanian sebagai sektor pertanian tersebut terbagi menjadi beberapa subsektor diantaranya meliputi sub sektor hortikultura, sub sektor tanaman pangan, dan sektor perikanan, sektor peternakan serta subsektor kehutanan.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk keempat terbesar dunia, menghadapi kebutuhan pangan dan nutrisi bagi seluruh penduduk dan terutama masih ada 24, 79 juta masyarakat miskin yang membutuhkan pangan dan gizi yang cukup (Supriyatna, 2020).

Dengan kemampuan potensi Indonesia menghasilkan pangan dan gizi yang cukup, maka terdapat kesempatan untuk membantu menangani masalah kemiskinan dan kekurangan gizi di Indonesia.

Salah satu zat yang terdapat pada bayam, yaitu zat besi, sebenarnya dapat diperoleh dengan mudah melalui konsumsi bayam, yang dapat ditanam dengan mudah pula. Menurut Noor (2013), merupakan salah satu jenis sayuran yang memiliki beberapa kandungan yang bergizi yang sangat baik untuk tubuh dan kesehatan salah satunya adalah sayuran bayam organik. Dikatakan selanjutnya bayam merupakan sayuran yang paling padat gizi dan sangat baik bagi tubuh sebagai sumber zat hijau dan klorofil. Selain itu disampaikan lagi bahwa beberapa vitamin dan mineral yang terkandung dalam bayam adalah vitamin A, B kompleks, C, E, K, karoten, kalsium dan yodium. Disebutkan juga bahwa bayam organik merupakan salah satu jenis sayuran yang didalamnya mengandung berbagai nutrisi dan gizi yang diperlukan oleh tubuh dan dapat diperoleh dengan mudah dari pertanian organik.

Dengan demikian, perlu dimanfaatkan potensi bayam organik untuk membantu menangani masyarakat miskin dan kekurangan pangan serta gizi. Di sisi lain, Indonesia juga

dihadapkan kepada masalah pencemaran bumi dengan dimasukkannya Indonesia sebagai salah satu dari 5 negara penghasil emisi karbon dioksida terbesar dunia (detiknews, 2015). Oleh karena itu, sudah saatnya Indonesia memberikan perhatian kepada pertanian yang berkelanjutan. Menurut Putra dkk (2013), disebutkan bahwa pertanian berkelanjutan merupakan pengelolaan sumberdaya yang berhasil sebagai upaya untuk menambah hasil perhatian pertanian guna untuk memenuhi kebutuhan manusia yang berubah-ubah sekaligus untuk mempertahankan atau meningkatkan sebuah kualitas lingkungan dan sebagai upaya untuk melestarikan sumber daya alam. Dikatakan selanjutnya bahwa pertanian berkelanjutan bertumpu pada keberlanjutan ekonomi, ekologi dan social. Putra dkk (2013) juga menyinggung tentang pertanian berkelanjutan dengan cara sosial diartikan sebagai sebuah pembangunan yang dapat melahirkan sebuah proses hasil pembangunan, kohesi social, mobilitas, partisipasi pada masyarakat, identitas social, peningkatan pola pikir masyarakat serta perluasan kelembagaan. Adapun beberapa prinsip-prinsip pertanian berkelanjutan yaitu (Putra dkk, 2013) :

- (1) menggunakan sistem input luar yang efektif, membuang metode produksi yang menggunakan sistem input dari industri,
- (2) menghargai serta memahami kearifan lokal serta lebih melibatkan peran petani dalam melakukan pengelolaan sumberdaya alam dalam usaha pertanian,
- (3) melaksanakan aktivitas atau kegiatan konservasi sumberdaya alam pertanian yang digunakan dalam sistem produksi pertanian.

Prinsip pertanian berkelanjutan tersebut di atas ternyata telah dirintis sesuai dengan prinsip pertanian organik, yang telah dilakukan oleh pelaku pertanian organik. Menurut Mayrowani (2012), pertanian organik melalui pengembangan tanaman sayuran umur pendek di Indonesia telah berawal sejak tahun 1980-an dengan ditandai meningkatnya luas lahan yang dipakai oleh pertanian organik, dan jumlah produksi sayur organik di Indonesia pada tahun yang berbeda. Artinya, terbuka kesempatan melakukan kegiatan pertanian organik yang semakin mudah bagi pelaku pertanian organik di Indonesia.

Untuk mengetahui sejauh mana pertanian organik dikembangkan, dan potensi sayuran bayam organik bagi pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat, maka perlu dilakukan penelitian sejauh mana bayam organik dikembangkan dan dipasarkan. Selain itu, perlu diketahui,keuntungan pelaku pertanian organik yang menanam bayam sehingga ia

memperoleh keuntungan yang cukup. Artinya, kegiatan pertanian organik akan membuka kesempatan lebih luas bagi para pelaku pertanian organik untuk membuka lapangan kerja, memanfaatkan potensi dan memberikan keuntungan secara finansial. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian studi kasus pada CV Kurnia Kitri Ayu Farm yang telah memiliki pengalaman serta pengetahuan kurang lebih 10 tahun (sejak 2006). Pengalaman tersebut kiranya dapat memberi banyak informasi tentang potensi bayam organik dalam memenuhi gizi masyarakat, mempertahankan ekologi, dan hasil usahanya dapat bermanfaat bagi pengembangan bayam organik di masa mendatang, baik dari segi pemasaran, saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran.

Pemasaran merupakan fungsi distribusi dari produsen ke konsumen dengan menghubungkan produsen dan konsumen melalui produk yang akan dipasarkan atau ditukar dalam bentuk rupiah ataupun berbentuk barang lainnya. Pemasaran juga akan mempengaruhi tingkat produksi dan harga sayuran organik bayam yang akan dijual oleh petani. Untuk melihat keuntungan dan selisih harga produk yang dijual oleh petani dapat dilihat dari proses pemasaran yang dilakukan, perbedaan harga jual dan harga beli antara petani dan pedagang tersebut, menunjukkan adanya margin pemasaran antar petani dan pedagang. Pemasaran merupakan fungsi distribusi dari produsen ke konsumen dengan menghubungkan produsen dan konsumen melalui produk yang akan dipasarkan atau ditukar dalam bentuk rupiah ataupun berbentuk barang lainnya (Anonymous, 2020). Saluran pemasaran merupakan alat dan sarana yang dapat digunakan oleh produsen untuk menyalurkan hasil produksinya hingga ke konsumen (Arbi dkk, 2018). Diuraikannya, saluran pemasaran sebagai penghubung antara produsen dan konsumen sehingga produk jadi ataupun setengah jadi bisa sampai ke tangan konsumen ataupun konsumen akhir. Saluran pemasaran tersebut merupakan seperangkat organisasi yang saling tergantung atau terhubung yang terlibat dalam proses pembuatan produk dan jasa yang berguna untuk dipakai atau dikonsumsi (Arbidkk, 2018). Dikatakan pula bahwa saluran pemasaran banyak bentuknya yaitu ada bentuk sederhana dan rumit dan hal seperti ini tergantung dari jenis komoditas, lembaga pemasaran dan struktur pasar.

Berdasarkan yang tertulis pada latar belakang maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Analisis Saluran Pemasaran Bayam Organik (studi kasus pada CV. Kurnia Kitri Ayu Farm) Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat dirumuskan hal-hal sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pola saluran pemasaran bayam organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur?
2. Berapa margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi saluran pemasaran bayam organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, dapat diuraikan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pola saluran pemasaran bayam organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur.
2. Menganalisis pola pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi saluran pemasaran bayam organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur.

1.4. Manfaat Penelitian

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan masukan bagi peneliti selanjutnya dibidang tataniaga pemasaran hasil pertanian khususnya tentang saluran pemasaran bayam organik di Cv Kurnia Kitri ayu Farm, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur.

3. Bagi Peneliti

Sebagai sumber informasi bagi peneliti lain atau pihak-pihak yang berkepentingan dan berkaitan dengan masalah dalam pola saluran pemasaran Bayam Organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur.

3. Bagi Petani/Pertanian Organik

Sebagai sumbangan pemikiran dan informasi bagi petani pelaku pertanian organik dalam memutuskan langkah-langkah yang berhubungan dengan pemasaran bayam organik untuk meningkatkan kualitas pemasaran, saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran sehingga meningkatkan taraf pendapatannya.

Analisis Saluran Pemasaran Bayam Organik (Studi Kasus Pada Cv. Kurnia Kitri Ayu Farm) Kecamatan Sukun Kota Malang Jawa Timur

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	7%
2	id.123dok.com Internet Source	2%
3	jurnal.unpad.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to Universitas Jember Student Paper	1%
5	Juneke Marisa Sambuaga, Rine Kaunang ., Kaunang, Grace A. J. Rumagit A.J. Rumagit. "ANALISIS PEMASARAN BUAH PEPAYA DI DESA MATUNGKAS KECAMATAN DIMEMBE KABUPATEN MINAHASA UTARA", AGRI- SOSIOEKONOMI, 2016 Publication	1%
6	Purnami Purnami, Widuri Susilawati, Asnawati Is. "ANALISIS PEMASARAN KAKAO	1%

(Theobroma cacao L) DI KECAMATAN MARGO
TABIR KABUPATEN MERANGIN", JAS (Jurnal
Agri Sains), 2018

Publication

7	Submitted to Sogang University Student Paper	1%
8	repository.wima.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
10	Yuliahwati E Salampessy, Natelda R Timisela, Yolanda M. T. N. Apituley. "SALURAN PEMASARAN CABAI RAWIT DAN BAWANG MERAH DI KOTA AMBON", Agrilan : Jurnal Agribisnis Kepulauan, 2019 Publication	1%
11	d3kebidanan.blogspot.com Internet Source	1%
12	garuda.ristekbrin.go.id Internet Source	1%
13	jurnal.unimed.ac.id Internet Source	1%
14	www.scribd.com Internet Source	1%
15	repository.upi.edu	

Internet Source

1%

16

eprints.uns.ac.id

Internet Source

1%

17

id.scribd.com

Internet Source

1%

18

apamanfaat.id

Internet Source

1%

19

Regina ., Pangkey, Celcius ., Talumingan,
Melissa Lady G. Tarore. "MARGIN
PEMASARAN BUAH SALAK DI DESA PANGU
DUA KECAMATAN RATAHAN TIMUR
KABUPATEN MINAHASA TENGGARA", AGRI-
SOSIOEKONOMI, 2019

Publication

<1%

20

Doni Ferdiansyah. "ANALISIS EFISIENSI
PEMASARAN BUDIDAYA RUMPUT LAUT
(Eucheuma Cottonii) DI KABUPATEN
SUMENEP", Jurnal Agrosains: Karya Kreatif
dan Inovatif, 2017

Publication

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Analisis Saluran Pemasaran Bayam Organik (Studi Kasus Pada Cv. Kurnia Kitri Ayu Farm) Kecamatan Sukun Kota Malang Jawa Timur

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6
