

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KEDELAI DI  
KECAMATAN RANTAU RASAU KABUPATEN  
TANJUNG JABUNG TIMUR**

**SKRIPSI**

**NUR CAHAYA INTAN MD**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS JAMBI**

**2024**

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KEDELAI DI  
KECAMATAN RANTAU RASAU KABUPATEN  
TANJUNG JABUNG TIMUR**

**NUR CAHAYA INTAN MD**

**D1B019140**

**Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Pada  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS JAMBI**

**2024**

## **LEMBAR PENGESAHAN**

**Skripsi dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur” oleh Nur Cahaya Intan MD (D1B019140) telah diuji dan dinyatakan lulus pada tanggal 30 Januari 2024 dihadapan Tim Penguji yang terdiri atas:**

**Ketua : Dr. Ir. A. Rahman, M.S**  
**Sekretaris : Riri Oktari Ulma, S.P., M.Si**  
**Penguji Utama : Ir. Emy Kernalis, M.P**  
**Pembimbing : 1. Prof. Dr. Ir. H. Edison, M.Sc**  
**2. Ardhiyan Saputra, S.P., M.Si**

**Menyetujui,**

**Dosen Pembimbing I**

**Dosen Pembimbing II**

**Prof. Dr. Ir. H. Edison, M.Sc**  
**NIP. 105809281984031001**

**Ardhiyan Saputra, S.P., M.Si**  
**NIP. 19791009006041001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan/Program Studi Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Jambi**

**Dr. Mirawati Yanita, S.P., M.M**  
**NIP. 197301252006042001**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Cahaya Intan MD

NIM : D1B019140

Jurusan/Program Studi : Agribisnis

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini belum pernah diajukan dan tidak dalam proses pengajuan dimanapun juga atau oleh siapapun juga.
2. Semua sumber keputusan dan bantuan pihak yang diterima selama penelitian dan penyusunan skripsi ini bebas dari *plagiarism*.
3. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini telah diajukan atau dalam proses pengajuan oleh pihak lain dan terdapat *plagiarism* di dalam skripsi ini maka peneliti bersedia menerima sanksi dengan pasal 12 ayat (1) butir (g) Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi, yakni Pembatalan Ijazah.

Jambi, Maret 2024

Yang Membuat Pernyataan

Nur Cahaya Intan MD

D1B019140

## RIWAYAT HIDUP



Nur Cahaya Intan MD, lahir di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batanghari pada tanggal 29 Juli 2000. Penulis merupakan anak ke tujuh dari delapan bersaudara dari pasangan Bapak M. Dawi Gafar dan Ibu Yunani. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 34/1 Teratai Muara Bulian pada tahun 2013. Setelah itu, penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 3 Batanghari pada tahun 2016 dan lulus pendidikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2019 di SMAN 6 Batanghari. Pada tahun 2019, penulis diterima di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi melalui jalur tes Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Penulis mengikuti program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yaitu kegiatan Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa (PHP2D) pada semester Ganjil 2021/2022 di Desa Teluk Kecamatan Pelayung Kabupaten Batanghari yang dikonversikan pada Kuliah Kerja Nyata (KKN). Pada tanggal 30 Januari 2024, penulis melaksanakan ujian siding skripsi dengan judul “**Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur**” dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan lulus dengan menyandang gelar Sarjana Pertanian (S.P).

## ABSTRAK

**Nur Cahaya Intan MD**, Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Dibimbing oleh **Prof. Dr. Ir. H. Edison, M.Sc.** dan **Ardhiyan Saputra, S.P., M.Si.**

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mendeskripsikan gambaran umum pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. 2) Untuk menganalisis efisiensi pemasaran berdasarkan nilai margin, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya yang diterima pada masing-masing saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) di Desa Bandar Jaya, Desa Marga Mulya dan Desa Harapan Makmur. Jumlah sampel petani yang digunakan dari ketiga desa tersebut adalah sebanyak 42 orang petani. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan Oktober 2023. Metode pengumpulan data terdiri dari data primer dan sekunder dengan analisis kuantitatif menggunakan metode analisis margin pemasaran, *farmer's share*, rasio keuntungan terhadap biaya dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Terdapat 2 saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau yaitu, saluran I terdiri dari petani-pedagang besar kabupaten-industri tahu dan tempe dan saluran II terdiri dari petani-pedagang pengumpul desa-pedagang pengumpul kecamatan-pedagang besar kabupaten-industri tahu dan tempe. 2) Saluran pemasaran I memiliki total margin pemasaran Rp.1.766/kg, nilai *farmer's share* 88,04%, dan nilai rasio keuntungan dan biaya Rp150/kg. Saluran pemasaran II memiliki total margin pemasaran Rp5.333/kg, nilai *farmer's share* 64,44% dan nilai rasio keuntungan terhadap biaya yaitu Rp230/kg. Kedua saluran pemasaran yang berada di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur sama-sama memberikan keuntungan. Namun secara ekonomis saluran pemasaran I menjadi yang lebih efisien dibanding saluran pemasaran II. Hal tersebut disebabkan karena semakin rendahnya margin pemasaran, maka semakin tinggi bagian harga yang diterima oleh petani dan semakin pendeknya saluran pemasaran maka akan semakin efisien.

**Kata Kunci : Efisiensi, Margin Pemasaran, *Farmer's Share*, Kedelai**

## UCAPAN TERIMAKASIH

Bismillahirrahmanirrahim.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT,. karena berkat rahmat serta hidayah-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik yang berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai Di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S1) pada Fakultas Pertanian Universitas Jambi. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini banyak mendapat bimbingan, dukungan dan motivasi dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih pada :

1. Allah Subhanahu wa ta’ala atas limpahan karunia-Nya berupa nikmat iman, Islam dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik serta tetap kuat dalam menghadapi situasi apapun.
2. Kedua orang tua tercinta, Ayahku M. Dawi Gafar dan Ibuku Yunani. Yang telah memberikan doa, kasih sayang, semangat, motivasi, dukungan dan fasilitas berupa materi terhadap penulis dari awal memasuki dunia pendidikan hingga menyelesaikan studi di perguruan tinggi.
3. Kepada kakak-kakakku Nurma Yunita MD, S.E., Eka Sriwahyuni MD, S.Pd., Rika Yuliana MD, S.E., Nurlaila MD, Darmawati MD, Raudhotul Jannah MD, dan adikku Nur Firma Linda MD yang telah menjadi support terbaik selama proses mengerjakan skripsi ini.
4. Kepada dosen pembimbing skripsi, Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edison, M.Sc., dan Bapak Ardhiyan Saputra, S.P., M.Si yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, masukan, motivasi dan dukungan kepada penulis dari saat awal penyusunan skripsi ini hingga selesai.

5. Kepada dosen penguji skripsi, Bapak Dr. Ir. A. Rahman, M.S., Ibu Ir. Emy Kernalis, M.P., Ibu Riri Oktari Ulma, S.P., M.Si., CIT, CEIA yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini hingga selesai.
6. Kepada Bapak Prof. Dr. Ir. H. Suandi, M.Si., IPU. selaku Dekan Fakultas Pertanian dan Ibu Dr. Mirawati Yanita, S.P., M.M., CIQaR., CIQnR. selaku Ketua Jurusan Agribisnis, Bapak Ir. Jamaluddin, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis, Ibu Ir. Yusma Damayanti, M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis serta Staf Jurusan Agribisnis yang telah banyak membantu penulis dalam segala urusan administrasi.
7. Kepada pihak-pihak yang telah mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini dengan memberi data-data yang dibutuhkan penulis yaitu Bapak/Ibu kepala desa serta perangkat desa, Kepala kantor BPP Rantau Rasau, sekretaris kantor BPP Rantau Rasau dan penyuluh pertanian lapangan Desa Bandar Jaya, Desa Marga Mulya, Desa Harapan Makmur serta seluruh responden dalam penelitian ini.
8. Kepada teman-teman seperti saudara yaitu Sinta Fitriya Utami, S.P., Silvina Febriani, S.P., Sabiliani Sabillah, S.P. yang telah mau direpotkan menjadi pendengar dan pemberi saran untuk peneliti dalam proses skripsi ini.
9. Kepada keluarga besar Agribisnis Angkatan 2019 terutama sahabat terbaikku Tutik Anggiyanti, S.P., Syahriati Usman, S.P., Yuliatr, S.P., Qomariyah, S.P., Asmawati Dewi, S.P., Nurfika Sari, S.P., yang telah membantu dan memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Kepada keluarga besar Organisasi Keagamaan The Young Moslems of Agriculture Club (OK TYMAC) dan keluarga besar organisasi ekstra kampus Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI) Komisariat Sultan Thaha yang telah menjadi rumah dan wadah untuk bertumbuh dan berkembangnya segala hal baik bagi penulis dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan doa dalam proses penyusunan skripsi ini, semoga Allah SWT., membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan kepada pembaca pada umumnya.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT,. karena berkat rahmat serta hidayah-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai Di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur”**.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edison, M.Sc. sebagai dosen pembimbing skripsi 1 dan Bapak Ardhiyan Saputra, S.P., M. Si. sebagai dosen pembimbing skripsi 2 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, kritikan, nasihat serta motivasi dalam proses bimbingan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Kemudian penulis juga mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, keluarga, teman-teman dan semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan do'a dan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan butuh banyak perbaikan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun agar Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan untuk menambah wawasan serta pengetahuan. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terimakasih.

Jambi, Maret 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                       | Halaman       |
|-------------------------------------------------------|---------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                            | <b>i</b>      |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                | <b>ii</b>     |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                              | <b>iv</b>     |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                             | <b>vi</b>     |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                           | <b>vii</b>    |
| <br><b>I    PENDAHULUAN.....</b>                      | <br><b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang.....                               | 1             |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                              | 6             |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                            | 7             |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                           | 8             |
| <br><b>II   TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                 | <br><b>9</b>  |
| 2.1 Ekonomi Komoditas Kedelai.....                    | 9             |
| 2.2 Konsep Pemasaran.....                             | 10            |
| 2.2.1 Pemasaran.....                                  | 10            |
| 2.2.2 Fungsi Pemasaran.....                           | 11            |
| 2.2.3 Saluran Pemasaran.....                          | 13            |
| 2.2.4 Lembaga Pemasaran.....                          | 16            |
| 2.2.5 Margin Pemasaran.....                           | 17            |
| 2.2.6 <i>Farmer's Share</i> .....                     | 19            |
| 2.2.7 Rasio Keuntungan Terhadap Biaya.....            | 20            |
| 2.3 Efisiensi Pemasaran.....                          | 20            |
| 2.4 Penelitian Terdahulu.....                         | 21            |
| 2.5 Kerangka Pemikiran.....                           | 25            |
| <br><b>III   METODE PENELITIAN.....</b>               | <br><b>29</b> |
| 3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....                     | 29            |
| 3.2 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....           | 30            |
| 3.3 Metode Penarikan Sampel.....                      | 30            |
| 3.4 Metode Analisis Data.....                         | 34            |
| 3.5 Konsepsi Pengukuran.....                          | 37            |
| <br><b>IV   HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>             | <br><b>39</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian.....              | 39            |
| 4.1.1 Kondisi Geografis Dan Administrasi Wilayah..... | 39            |
| 4.1.2 Jumlah Penduduk.....                            | 39            |
| 4.1.3 Sarana Dan Prasarana.....                       | 41            |

|          |                                                                                                                                |           |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.2      | Identitas Petani Responden.....                                                                                                | 42        |
| 4.2.1    | Umur Petani.....                                                                                                               | 42        |
| 4.2.2    | Pendidikan Petani.....                                                                                                         | 43        |
| 4.2.3    | Pengalaman Berusahatani Kedelai.....                                                                                           | 44        |
| 4.2.4    | Luas Lahan.....                                                                                                                | 46        |
| 4.3      | Identitas Pedagang.....                                                                                                        | 47        |
| 4.4      | Gambaran Umum Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau.....                                                                 | 48        |
| 4.4.1    | Lembaga Pemasaran Kedelai.....                                                                                                 | 50        |
| 4.4.2    | Saluran Pemasaran Kedelai.....                                                                                                 | 51        |
| 4.4.3    | Fungsi - Fungsi Pemasaran Kedelai.....                                                                                         | 55        |
| 4.5      | Analisis Efisiensi kedelai dilihat dari nilai Margin Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Rasio Keuntungan Terhadap Biaya..... | 59        |
| 4.5.1    | Analisis Margin Pemasaran.....                                                                                                 | 59        |
| 4.5.2    | Analisis <i>Farmer's share</i> .....                                                                                           | 61        |
| 4.5.3    | Analisis Rasio Keuntungan Terhadap Biaya.....                                                                                  | 62        |
| 4.5.4    | Efisiensi Pemasaran.....                                                                                                       | 64        |
| 4.6      | Implikasi Hasil Penelitian.....                                                                                                | 67        |
| <b>V</b> | <b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                                                               | <b>68</b> |
| 5.1      | Kesimpulan.....                                                                                                                | 68        |
| 5.2      | Saran.....                                                                                                                     | 69        |
|          | <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                     | <b>70</b> |
|          | <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                                                           | <b>73</b> |

## DAFTAR TABEL

| Tabel                                                                                                                                      | Halaman |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Luas Panen, Produksi Dan Produktivitas Kedelai Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jambi Tahun 2021.....                                 | 2       |
| 2. Luas Panen, Produksi Dan Produktivitas Kedelai Menurut Kecamatan di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2021.....                      | 3       |
| 3. Harga Kedelai Menurut Kecamatan Rantau Rasau di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2017-2021.....                                     | 4       |
| 4. Jumlah Sampel Petani Yang Digunakan Dalam Penelitian.....                                                                               | 33      |
| 5. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Rantau Rasau Tahun 2021.....                                                         | 40      |
| 6. Distribusi Petani Responden Berdasarkan Umur di Daerah Penelitian Tahun 2023.....                                                       | 43      |
| 7. Distribusi Petani Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Daerah Penelitian Tahun 2023.....                                         | 44      |
| 8. Distribusi Petani Responden Berdasarkan Pengalaman Berusahatani di Daerah Penelitian Tahun 2023.....                                    | 45      |
| 9. Distribusi Petani Responden Berdasarkan Luas Lahan di Daerah Penelitian Tahun 2023.....                                                 | 46      |
| 10. Distribusi Responden Lembaga Pemasaran Berdasarkan Umur, Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Berdagang di Daerah Penelitian Tahun 2023.. | 47      |
| 11. Distribusi Lembaga Pemasaran di Daerah Penelitian Tahun 2023.....                                                                      | 50      |
| 12. Produksi dan Harga Beli Kedelai Berdasarkan Saluran Pemasaran di Daerah Penelitian Tahun 2023.....                                     | 52      |
| 13. Fungsi-Fungsi Pemasaran Pada Setiap Lembaga Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur.....            | 56      |
| 14. Perhitungan Margin Pemasaran Kedelai Di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2023.....                          | 60      |

|     |                                                                                                                                   |    |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 15. | Nilai Farmer's Share Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Tahun 2023.....                         | 62 |
| 16. | Nilai Rasio Keuntungan dan Biaya Pada Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2023.....  | 63 |
| 17. | Rekapitulasi Nilai Indikator Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2023..... | 65 |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Gambar</b>                                                                                            | <b>Halaman</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1. Margin Pemasaran.....                                                                                 | 17             |
| 2. Skema Kerangka Pemikiran.....                                                                         | 28             |
| 3. Saluran Pemasaran Kedelai Di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten<br>Tanjung Jabung Timur Tahun 2023..... | 53             |
| 4. Saluran pemasaran I.....                                                                              | 53             |
| 5. Saluran pemasaran II.....                                                                             | 55             |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran                                                                                                                                  | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Luas Panen, Produksi, Produktivitas dan Jumlah Petani Kedelai Menurut Kelurahan/Desa di Kecamatan Rantau Rasau Tahun 2021 .....        | 73      |
| 2. Identitas Petani Sampel Penelitian Tahun 2023.....                                                                                     | 74      |
| 3. Identitas Pedagang Sampel di Daerah Penelitian Tahun 2023.....                                                                         | 76      |
| 4. Biaya Pemasaran Setiap Petani Pada Lembaga dan Saluran Pemasaran I di Daerah Penelitian Tahun 2023.....                                | 77      |
| 5. Biaya Pemasaran Setiap Petani Pada Lembaga dan Saluran Pemasaran II di Daerah Penelitian Tahun 2023.....                               | 78      |
| 6. Perhitungan Harga Beli Harga Jual Dan Total Biaya Pemasaran Pada Lembaga dan Saluran Pemasaran I di Daerah Penelitian Tahun 2023.....  | 80      |
| 7. Perhitungan Harga Beli Harga Jual Dan Total Biaya Pemasaran Pada Lembaga dan Saluran Pemasaran II di Daerah Penelitian Tahun 2023..... | 81      |
| 8. Kuisisioner Penelitian.....                                                                                                            | 83      |
| 9. Dokumentasi Penelitian.....                                                                                                            | 90      |

# **I. PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Sektor pertanian di Indonesia menjadi hal yang terpenting dalam pembangunan ekonomi negara karena Indonesia menjadi salah satu negara agraris. Pada sektor lain, mengalami pertumbuhan negatif sedangkan sektor pertanian peningkatannya positif (Sukino,2013). Sektor pertanian memberikan kontribusi cukup besar terhadap perekonomian nasional yaitu sebesar 13,28% (Kementerian Pertanian Republik Indonesia 2022). Indonesia merupakan negara yang berpotensi tinggi dalam mengembangkan sektor pertanian, khususnya pada pengembangan subsektor tanaman pangan. Hal ini dikarenakan kebutuhan terhadap tanaman pangan terus meningkat setiap tahunnya dengan disertai pertumbuhan penduduk yang tinggi pula. Komoditas pangan di Indonesia yang paling utama yaitu padi dan diikuti dengan jagung dan kedelai.

Kandungan protein nabati dan nilai gizi yang terdapat pada kedelai jumlahnya sangat tinggi. Selain itu kandungan zat anti oksidan yang tinggi sehingga dapat bermanfaat untuk kesehatan sangat baik dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia (Soepanto 2008). Kedelai adalah salah satu tanaman polong-polongan yang memiliki sumber protein nabati dan nilai gizi yang sangat baik untuk kesehatan sehingga menjadi bahan dasar untuk berbagai jenis makanan, antara lain tahu, tempe dan kecap.

Jambi menjadi salah satu provinsi yang berkontribusi pada subsektor tanaman pangan salah satunya pada komoditas tanaman kedelai. Walaupun belum banyak daerah di Provinsi Jambi yang mengembangkan usahatani kedelai. Diantara sebelas kabupaten/kota di Provinsi Jambi Kabupaten Tanjung Jabung

Timur menjadi salah satu kabupaten yang mengusahakan kedelai cukup besar kedua setelah Kabupaten Tebo pada tahun 2021 yaitu dengan luas panen 125 ha dengan jumlah produksi sebesar 238 ton. Dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

**Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Kedelai Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jambi Tahun 2021**

| <b>Kabupaten / Kota</b>     | <b>Luas Panen<br/>(ha)</b> | <b>Produksi<br/>(ton)</b> | <b>Produktivitas<br/>(ton/ha)</b> |
|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| Kerinci                     | 8                          | 16                        | 2,00                              |
| Merangin                    | 87                         | 175                       | 2,01                              |
| Sarolangun                  | 10                         | 20                        | 2,00                              |
| Batang Hari                 | 113                        | 217                       | 1,92                              |
| Muara Jambi                 | 7                          | 14                        | 2,00                              |
| <b>Tanjung Jabung Timur</b> | <b>125</b>                 | <b>238</b>                | <b>1,90</b>                       |
| Tanjung Jabung Barat        | -                          | -                         | -                                 |
| Tebo                        | 2.823                      | 5.607                     | 1,99                              |
| Bungo                       | 111                        | 214                       | 1,93                              |
| Kota Jambi                  | -                          | -                         | -                                 |
| Sungai Penuh                | -                          | -                         | -                                 |
| <b>Provinsi Jambi</b>       | <b>3.283</b>               | <b>6.504</b>              | <b>1,98</b>                       |

*Sumber :Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jambi 2022*

Dapat dilihat pada Tabel 1 menjelaskan bahwa Kabupaten Tebo menjadi urutan pertama dengan luas panen sebesar 2.823 ha, jumlah produksi sebesar 5.607 ton dan produktivitasnya sebesar 1,99 ton/ha. Diurutan kedua yaitu Kabupaten Tanjung Jabung Timur dengan luas panen sebesar 125 ha, jumlah produksinya sebesar 238 ton dan produktivitasnya sebesar 1,90 ton/ha. Walaupun memiliki selisih yang cukup jauh dengan Kabupaten Tebo akan tetapi hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Tanjung Jabung Timur memiliki potensi untuk membudidaya komoditas kedelai khususnya pada daerah dataran rendah.

Kabupaten Tanjung Jabung Timur menjadi salah satu kabupaten di Provinsi Jambi, dimana penduduknya mayoritas bekerja pada sektor pertanian. Kabupaten Tanjung Jabung Timur itu sendiri memiliki sebelas kecamatan/kota, dimana salah

satu kecamatan yang mengusahatani komoditas kedelai yaitu di Kecamatan Rantau Rasau yang menjadi sentra penghasil produksi kedelai terbesar. Dapat dijelaskan pada Tabel 2 berikut ini.

**Tabel 2. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Kedelai Menurut Kecamatan di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2021**

| No.              | Kecamatan/Kota      | Luas Panen<br>(ha) | Produksi<br>(ton) | Produktivitas<br>(ton/ha) |
|------------------|---------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|
| 1.               | Mendahara           | 1                  | 2                 | 2,00                      |
| 2.               | Mendahara Ulu       | -                  | -                 | -                         |
| 3.               | Geragai             | -                  | -                 | -                         |
| 4.               | Dendang             | 3                  | 6                 | 2,00                      |
| 5.               | Ma. Sabak Timur     | -                  | -                 | -                         |
| 6.               | Ma. Sabak Barat     | -                  | -                 | -                         |
| 7.               | Kuala Jambi         | -                  | -                 | -                         |
| <b>8.</b>        | <b>Rantau Rasau</b> | <b>113</b>         | <b>218</b>        | <b>1,93</b>               |
| 9.               | Berbak              | 8                  | 12                | 15                        |
| 10.              | Nipah Panjang       | -                  | -                 | -                         |
| 11.              | Sadu                | -                  | -                 | -                         |
| <b>Kabupaten</b> |                     | <b>125</b>         | <b>238</b>        | <b>1,90</b>               |

*Sumber :Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Tanjung Jabung Timur 2022*

Dapat dilihat pada Tabel 2 bahwa Kecamatan Rantau Rasau menjadi urutan pertama berdasarkan luas panen. Kecamatan Rantau Rasau memiliki luas lahan kedelai sebesar 113 ha dengan hasil produksi sebanyak 218 ton serta produktivitasnya sebesar 1,93 ton/ha. Dilihat dari data luas panen kedelai di Kabupaten Tanjung Jabung Timur pada tahun 2021 sebesar 125 ha, dengan luas panen mayoritas di Kecamatan Rantau Rasau yaitu sebesar 113 ha atau 90,4 persen dari luas panen kedelai total. Hal ini tentu dapat mempengaruhi pemasaran kedelai karena tinggi rendahnya hasil produksi akan mempengaruhi pemasarannya dalam tingkat pasar.

Kegiatan usahatani kedelai sangat penting bagi petani di Kecamatan Rantau Rasau yaitu sebagai sumber pemenuhan pangan keluarga dan sebagai sumber

pendapatan tambahan. Kegiatan usahatani kedelai di Kecamatan Rantau Rasau dilakukan satu kali penanaman sehingga kegiatan panen juga satu kali dalam satu tahun, artinya petani akan selalu melakukan kegiatan pemasaran setiap tahunnya sehingga akan menjadi sumber pendapatan tambahan bagi petani itu sendiri (Staff Kantor BPP Kecamatan Rantau Rasau, 2022).

Petani kedelai di Kecamatan Rantau Rasau mempunyai kendala di dalam proses penjualan karena harga jual yang tidak konsisten. Untuk penjualan kedelai dari petani kebanyakan dijual sendiri kepada pedagang pengumpul desa dan ada juga langsung ke pedagang besar kabupaten. Melalui keterbatasan pasokan kedelai yang dimiliki, pelaku usahatani kedelai memiliki skala produksi dan saluran pemasaran yang beragam. Selama ini pemasaran kedelai sebagai salah satu produk pertanian dianggap masih kurang efisien ditinjau dari hasil bagi keuntungan yang diterima oleh petani dan lembaga pemasaran. Dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini untuk harga yang diterima petani dengan konsumen akhir.

**Tabel 3. Harga Kedelai Menurut Kecamatan Rantau Rasau di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2017-2021**

| <b>Tahun</b> | <b>Harga di Petani Kedelai (Rp/Kg)</b> | <b>Harga di Konsumen Akhir (Rp/Kg)</b> |
|--------------|----------------------------------------|----------------------------------------|
| 2017         | 7.000                                  | 11.000                                 |
| 2018         | 7.682                                  | 10.468                                 |
| 2019         | 6.851                                  | 10.995                                 |
| 2020         | 7.091                                  | 10.206                                 |
| 2021         | 6.667                                  | 11.116                                 |

*Sumber :Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Tanjung Jabung Timur 2022*

Data pada Tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat selisih harga antara yang diperoleh petani kedelai dengan yang akan dibayarkan oleh konsumen akhir. Hal tersebut terjadi karena setiap lembaga yang terlibat melaksanakan beberapa fungsi pemasaran seperti fungsi fisik, fungsi pertukaran dan fungsi fasilitas yang mengakibatkan bertambahnya biaya pemasaran. Namun apa bila melihat harga

yang diperoleh oleh petani dilapangan tentu hal itu tidak sebanding dengan resiko yang bisa saja dihadapi oleh petani seperti gagal panen. Ditambah lagi tidak adanya badan yang dapat memberikan informasi mengenai harga pasar kepada petani kedelai, sehingga petani cenderung hanya sebagai penerima harga saja.

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin diperoleh dalam sistem pemasaran, dimana sistem pemasaran memberikan kepuasan kepada setiap pihak-pihak yang terlibat seperti produsen, konsumen dan lembaga-lembaga pemasaran. Untuk mengukur efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan pendekatan struktur, keragaan dan tingkah laku pasar. Menurut (Gunawan, Suroto, and Nugroho 2020), upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran dan mengurangi biaya pemasaran.

Pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau mempunyai pengaruh terhadap pendapatan petani karena berkaitan dengan tingkat harga kedelai yang akan diterima oleh petani. Adapun sistem pemasaran kedelai pada Kabupaten Tanjung Jabung Timur Kecamatan Rantau Rasau yaitu melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu dimana para petani menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul lalu selanjutnya pedagang pengumpul menjual kedelai yang telah dibeli dari beberapa petani kepada pedagang pengumpul desa dan ada pula petani yang langsung menjual langsung kepada pedagang besar kabupaten serta setiap lembaga pemasaran memiliki harga yang berbeda-beda. Hal ini menyebabkan terjadinya perbedaan margin pemasaran yang berdampak pada efisiensi pemasaran kedelai. Keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran dan pasar yang dituju oleh lembaga pemasaran akan mempengaruhi efisiensi

pemasaran yang akan berdampak pada keuntungan petani maupun lembaga pemasaran. Kondisi inilah yang menarik untuk dilakukan penelitian.

Berdasarkan uraian latar belakang, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai Di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Kedelai sebagai salah satu komoditi pangan setelah padi dan jagung banyak memiliki manfaat dalam segi kesehatan. Tetapi Petani kedelai di Kecamatan Rantau Rasau memiliki kendala dalam proses penjualan sebab harga jual yang tidak konsisiten. Hal ini disebabkan kebanyakan penjualan kedelai dari petani akan langsung dijual sendiri kepada pedagang pengumpul desa ataupun langsung ke pedagang besar kabupaten. Dengan keterbatasan pasokan kedelai yang dimiliki, pelaku usahatani kedelai akan menyebabkan saluran pemasaran serta skala produksi yang berbeda-beda pula. Selama ini pemasaran kedelai sebagai salah satu produk hasil pertanian dianggap masih kurang efisien dilihat dari hasil bagi keuntungan yang diperoleh petani dan lembaga pemasaran.

Pemasaran kedelai seharusnya sangat perlu untuk diperhatikan karena akan berdampak pada pendapatan petani. Jika pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau telah efisien maka akan berdampak pula pada hasil produksi dan pendapatan petani kedelai. Karena petani akan terus meningkatkan hasil produksinya dan akan berdampak pula pada pendapatan petani yang terus meningkat. Oleh karena itu tingginya produksi tanaman kedelai juga harus ditunjang dengan pemasaran yang baik serta pola pemasaran yang efisien agar petani di Kecamatan Rantau Rasau mampu memperoleh keuntungan yang optimal. Tanpa diimbangi dengan sistem

serta pola pemasaran yang baik maka akan mempengaruhi keuntungan yang diperoleh petani. Maka dari itu sangat diperlu untuk memperhatikan proses saluran pemasaran yang efisien.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran umum pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran berdasarkan nilai margin, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya yang diterima pada masing-masing saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan yang sudah dijelaskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan gambaran umum pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur.
2. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran berdasarkan nilai margin, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya yang diterima pada masing-masing saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun Manfaat Dari Penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
2. Penulisan Penelitian Ilmiah ini diharapkan sebagai sumber bahan informasi dan masukan bagi petani kedelai serta lembaga-lembaga pemasaran yang berkepentingan dalam penelitian ini.
3. Penulisan Penelitian Ilmiah ini diharapkan sebagai bahan referensi bagi penelitian pada bidang yang sama dimasa yang akan datang.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Ekonomi Komoditas Kedelai**

Kedelai merupakan salah satu tanaman pangan yang berbentuk polong-polongan yang menjadi bahan dasar pada makanan dari Asia Timur seperti kecap, tahu dan tempe (Sudarma, 2013). Menurut Atman (2014), berdasarkan warna bijinya dikenal tanaman kedelai ada dua jenis yaitu kedelai hitam dan kedelai kuning. Kedelai hitam umumnya hanya digunakan untuk bahan baku kecap sedangkan kedelai kuning umumnya digunakan untuk bahan baku tempe dan tahu serta makanan lainnya (tauco dan lain-lain). Tanaman kedelai membutuhkan penyinaran cahaya matahari yaitu 10-12 jam/hari. Untuk temperatur optimum untuk pertumbuhan kedelai berkisar antara 25-27°C dengan curah hujan rata-rata antara 100-200 mm/bulan. Tanaman kedelai juga dapat tumbuh dengan baik di daerah dataran tinggi maupun dataran rendah dengan ketinggian tempat sekitar 300-500 mdpl (Marwoto, 2013).

Tingginya tingkat konsumsi penduduk Indonesia terhadap kedelai dan produk olahannya lima tahun terakhir merupakan faktor utama terjadinya lonjakan impor komoditas tersebut beserta olahannya hingga menembus angka 7 juta ton (BPS, 2019). Hampir 40% atau sekitar 2,7 juta ton merupakan kedelai segar, yang menjadi bahan baku utama pembuatan tempe dan tahu (Kementerian Pertanian Republik Indonesia 2022). Kedua jenis makanan ini adalah bahan makanan favorit mayoritas masyarakat Indonesia. Peningkatan konsumsi olahan kedelai juga disebabkan oleh perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin menyadari akan pola hidup sehat dan menerapkan gaya hidup vegetarian.

Produksi kedelai di Indonesia masih rendah karena luas lahan terus menurun dalam beberapa tahun terakhir. Hingga saat ini pengembangan tanaman kedelai di Indonesia terkendala oleh persaingan penggunaan lahan dengan komoditas strategis lain dan semakin maraknya alih fungsi lahan di wilayah potensi. Meskipun demikian peningkatan produksi kedelai baik dari kuantitas maupun kualitas terus diupayakan oleh pemerintah, melalui ekstensifikasi maupun intensifikasi.

Berdasarkan (Kementerian Pertanian Republik Indonesia 2022), pada jangka waktu 2015-2019 produksi kedelai nasional terlihat mengkhawatirkan karena terus menurun cukup signifikan sebesar 37,33% di tahun 2017 dari tahun sebelumnya yang juga turun 10,75%. Produksi kedelai pada tahun 2015 sebesar 963,18 ribu ton, tahun berikutnya turun menjadi 859,65 ribu ton, dan tahun 2017 turun kembali menjadi 538,73 ribu ton. Pada tahun 2018 produksi naik 20,65% menjadi 650,00 ribu ton, tetapi setahun kemudian kembali turun 34,74% atau sebesar 424,19 ribu ton. Secara rata-rata tahun 2015-2019 produksi kedelai nasional tumbuh negatif 15,54% per tahun. Fakta ini ternyata menggerus luas panen kedelai yaitu turun rata-rata 11,97% per tahun. Penurunan luas panen kedelai secara nasional cukup signifikan terjadi tahun 2017 dan 2019 sebesar 38,34% dan 42,20%, dari tahun 2015 seluas 614,10 ribu hektar di tahun 2019 tinggal hampir setengahnya yaitu seluas 285,27 ribu hektar

## **2.2 Konsep Pemasaran**

### **2.2.1 Pemasaran**

Menurut (Soepanto 2008), pemasaran merupakan proses manajerial yang membuat individu atau kelompok untuk mendapatkan keinginannya dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak

lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen untuk tiba ke konsumen.

Pemasaran bukan hanya kegiatan proses barang dari produsen ke konsumen, melainkan juga mencakup kegiatan sebelum ataupun sesudah pemasaran seperti perencanaan kegiatan. Pemasaran mempunyai tujuan yaitu agar penjualan menjadi lebih banyak serta penjual mampu mengetahui serta memahami konsumen secara baik sehingga pelayanan ataupun barang yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen, apa bila pelayanan maupun barang sudah sesuai maka suatu barang pun akan dapat laku dengan sendirinya. ((Fatima, Anindita, and Nugroho 2022).

Konsep dasar pemasaran terdiri dari lima yaitu memahami pasar dan kebutuhan serta permintaan sesuai keinginan konsumen, penawaran barang dan jasa, mengetahui nilai dan kepuasan konsumen, melakukan pertukaran dan hubungan konsumen serta mengetahui kondisi pasar. Implementasi konsep pasar dimulai dari mengetahui pasar yang teridentifikasi dengan baik, berfokus pada barang dan jasa sebagai kebutuhan konsumen dan menyediakan sarana berupa penggabungan semua kegiatan pemasaran yang berhubungan dengan konsumen. Setelah itu tercapai, maka diperoleh sebuah hubungan yang terjalin dengan kuat dengan konsumen serta memiliki keuntungan dari nilai dan kepuasan konsumen (Hartitiantias 2015).

### **2.2.2 Fungsi Pemasaran**

Menurut (Soepanto 2008), fungsi pemasaran adalah kegiatan yang sangat penting untuk diperhatikan untuk menyelesaikan proses pemasaran. Beberapa fungsi-fungsi pemasaran yaitu :

1. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran ialah aktivitas yang mempermudah berpindahnya hak milik suatu barang atau jasa yang dipasarkan.

2. Fungsi Fisik

Fungsi fisik ialah semua kegiatan yang langsung berinteraksi dengan barang atau jasa sehingga menghadirkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu.

3. Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas ialah aktivitas aktivitas yang mampu membantu sistem pemasaran agar berjalan dengan lancar. Fungsi fasilitas terdiri dari :

- a) Informasi Pasar

Pembeli akan membutuhkan informasi terkait harga dan sumber-sumber penawaran. Informasi mengenai pasar ini bisa diperoleh dari media massa, perusahaan, pemerintah, swasta dan juga lembaga pendidikan.

- b) Penggunaan Resiko

Pemilik barang menghadapi resiko sepanjang saluran pemasaran.

- c) Standarisasi dan Grading

Standarisasi digunakan untuk mempermudah barang untuk dijual belikan. Sedangkan grading merupakan klasifikasi dari hasil pertanian kedalam beberapa golongan kualitas dan mutu yang berbeda yang masing-masing golongan diberi label dan nama tertentu.

d) **Pembiayaan**

Biasanya perusahaan-perusahaan besar juga memerlukan modal yang besar guna membeli bahan mentah atau alat-alat dan juga untuk menggaji para tenaga kerja.

### **2.2.3 Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran adalah alat atau sarana yang bisa digunakan oleh produsen dalam menyalurkan hasil produksinya ke konsumen. Menurut Sitorus (2019), ada 3 syarat agar saluran pemasaran itu dapat berlangsung:

1. Adanya kelompok lembaga
2. Adanya kegiatan atau fungsi yang dilaksanakan oleh lembaga tersebut
3. Adanya pergerakan barang atau produsen serta kepemilikannya dari produsen ke konsumen.

Saluran pemasaran ialah suatu kerangka atau struktur yang menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai macam lembaga pemasaran seperti produsen, pedagang besar dan pengecer, sehingga saluran distribusi harus dapat dipertimbangkan dan dilakukan secara efektif dan efisien.

Saluran pemasaran merupakan yang menghubungkan antara penjual dan pembeli. Terdapat dua jenis saluran pemasaran: a) saluran komunikasi dan b) saluran distribusi. Saluran komunikasi akan menyampaikan kepada pembeli dan menerima pesan dari pembeli sasaran. Saluran distribusi menunjukkan, menjual dan mengirimkan fisik barang kepada pembeli atau konsumen (Darus 2018).

Jenis jenis saluran pemasaran menurut (Fauziah et al. 2021), adalah sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran langsung

Saluran ini disebut juga dengan saluran non-tingkat (*zero stage channel*) yang mana saluran ini juga merupakan saluran terendah, dimana produsen langsung menjual produknya ke konsumen tanpa pedagang perantara. Disini produsen bisa menjual produknya melalui pos atau datang langsung ke rumah-rumah konsumen.

2. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni produsen dan pengecer

Pada saluran ini, pedagang pengecer langsung membeli produk dari produsen kemudian menjual langsung kepada konsumen yang mana saluran ini disebut dengan saluran tingkat satu (*one stage channel*).

3. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer

Saluran ini ialah saluran yang paling populer dipakai oleh produsen. Pada saluran pemasaran ini produsen hanya mau menjual produknya dalam jumlah besar ke pedagang besar saja, dan tidak dijual kepada pengecer maupun konsumen. Kemudian pengecer hanya dapat memberi produk ke pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dapat dilayani oleh pengecer. Saluran pemasaran ini disebut dengan saluran pemasaran dua tingkat (*two stage channel*).

4. Saluan distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara

Pada saluran ini produsen menentukan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya

kembali pada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage channel*).

Menurut (Abidin 2015) saluran pemasaran ialah lembaga-lembaga yang berperan dalam memasarkan barang atau jasa dari produsen hingga sampai ke konsumen. Bentuk pola saluran pemasaran dapat dipisahkan menjadi:

1. Saluran langsung yaitu: produsen —————> konsumen
2. Saluran tidak langsung:
  - a) Produsen → pengecer → konsumen
  - b) Produsen → pedagang besar → pengecer → konsumen
  - c) Produsen → pedagang besar → pedagang menengah → pengecer →  
konsumen

Panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilewati oleh suatu hasil komoditas pertanian bergantung pada beberapa faktor, yaitu yang pertama, jarak antara produsen dan konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen, saluran pemasaran juga akan semakin panjang. Kedua, produk mudah rusak. Produk yang mudah rusak harus segera diterima oleh konsumen, dengan begitu saluran pemasaran akan pendek. Ketiga skala produksi, apabila produksi dalam skala kecil maka tidak akan menguntungkan bagi produsen jika langsung menjual ke pasar. Keempat posisi keuangan pengusaha, pedagang yang mempunyai modal yang besar akan mampu melaksanakan fungsi tataniaga lebih banyak dibandingkan pedagang yang memiliki modal kecil, sehingga cenderung akan memperpendek saluran pemasaran (Rahim dan Hastuti, 2007).

#### **2.2.4 Lembaga Pemasaran**

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang melakukan kegiatan pemasaran dalam menyalurkan jasa dan komoditas dari produsen kepada konsumen akhir. Biasanya para lembaga pemasaran ini memiliki koneksi dengan badan usaha lainnya. Tugas dari lembaga pemasaran adalah untuk menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen dengan semaksimal mungkin. Konsumen akan memberika balas jasa kepada lembaga pemasaran dalam bentuk margin pemasaran (Rahim dan Hastuti, 2007). Lembaga pemasaran muncul sebab adanya keinginan dari konsumen untuk mendapatkan komoditas sesuai bentuk, tempat dan waktu yang dibutuhkan konsumen.

Pada bidang pertanian juga memiliki lembaga pemasarannya tersendiri seperti yaitu tengkulak, konsumen akhir, pedagang besar, pedagang pengecer (Sudiyono, 2002).

1. Tengkulak

Tengkulak adalah lembaga pertama yang secara langsung berhubungan dengan petani serta membeli produk petani. Biasanya tengkulak akan membeli produk petani secara tunai atau pun kontrak sesuai hasil kesepakatan antara kedua belah pihak.

2. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli produk pertanian dari tengkulak dan biasanya dengan jumlah yang tidak banyak.

3. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah lembaga yang membeli atau mengumpulkan komoditas pertanian dari pedagang pengumpul. Selain itu pedagang besar

juga melakukan kegiatan pendistribusian barang pertanian kepada pedagang pengecer.

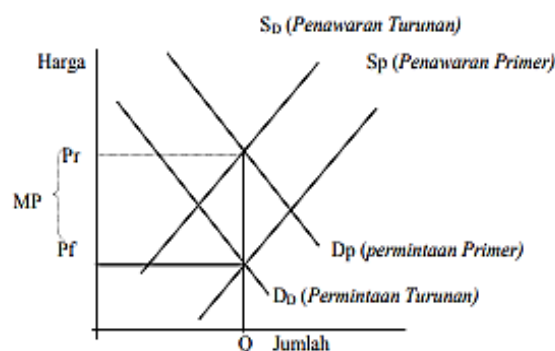
#### 4. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah lembaga yang langsung berhadapan dengan konsumen akhir.

### 2.2.5 Margin Pemasaran

Margin pemasaran yaitu selisih harga dari dua tingkat rantai saluran pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan konsumen pada tingkat pengecer dengan harga yang diterima oleh produsen (petani), atau margin pemasaran juga dapat diartikan sebagai perbedaan antara apa yang dibayar konsumen dan apa yang diterima oleh produsen untuk produk pertaniannya. Menurut (Charisma 2017), margin pemasaran ialah suatu istilah untuk menyatakan perbedaan harga yang diberikan kepada penjual pertama dan harga yang diberikan oleh pembeli terakhir.

Margin pemasaran diantara petani dan pedagang pengecer dapat digambarkan dalam notasi  $P_r - P_f$ . Hal tersebut diwakili dengan jarak vertikal antara kurva permintaan (atau kurva penawaran) pada Gambar 1.



Gambar 1. Margin Pemasaran

Permintaan primer (*primary demand*) ditentukan oleh respon dari konsumen akhir. Di dalam analisis primer, harga eceran dan data kuantitas, biasanya akan digunakan dalam menentukan hubungan primer. Permintaan turunan (*derived*

*demand*) dipakai untuk memberitahukan rencana permintaan untuk input yang digunakan (Saepul Aziz, Yus Rusman 2014).

Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasarannya sebab lembaga pemasaran yang terlibat akan semakin banyak. Nilai margin pemasaran berbeda-beda antara satu komoditas dengan komoditas lainnya, hal ini dikarenakan setiap produk yang mempunyai jasa pemasaran yang berbeda-beda seperti pengolahan, pengangkutan, atau distribusi dari produsen ke konsumen. Semakin besarnya margin pemasaran akan menyebabkan bagian harga yang didapatkan oleh petani produsen dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen semakin kecil, yang berarti saluran pemasaran menjadi tidak efisien.

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima petani, secara sistematis dapat di rumuskan:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M = margin pemasaran

Pr = harga tingkat konsumen akhir (Rp)

Pf = harga tingkat petani produsen (Rp)

$$\% MT = \frac{Pr - Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

%MT = Margin Total

Pr = harga ditingkat konsumen

Pf = harga ditingkat produsen

Menurut (Fatmawati 2021), kriteria yang digunakan untuk mengetahui Efisiensi Pemasaran yaitu dapat dikatakan efisien jika persentase margin total sebesar 0 – 33%, dan dikatakan kurang efisien sebesar 34 – 67% dan dikatakan tidak efisien jika persentasenya sebesar 68 – 100%.

### 2.2.6 Farmer's Share

*Farmer's Share* atau bagian harga yang diterima oleh petani merupakan rasio antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen akhir (Asmarantaka 2014 dalam Jujur, 2021). *Farmer's share* sebagai persentase harga yang diterima oleh petani sebagai imbalan dari kegiatan usahatani yang dilakukannya untuk menghasilkan suatu komoditas. *Farmer's share* merupakan alat analisis yang dapat digunakan untuk menentukan efisiensi pemasaran yang dilihat dari sisi pendapatan petani. Dapat juga disimpulkan, *farmer's share* merupakan perbandingan harga yang akan diterima petani (*farm price*) dengan harga yang dibayarkan konsumen (*retail price*), dinyatakan dalam bentuk persentase. Menurut Sudiyono (2002), adapun rumus untuk menghitung tingkat *farmer's share* digunakan rumus:

$$F'S = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Keterangan:

Fs = farmer's share

Pf = harga ditingkat petani

Pr = harga ditingkat konsumen

*Farmer's share* memiliki hubungan negatif dengan margin pemasaran yang mana apabila semakin tinggi margin pemasaran, maka bagian yang diterima oleh petani semakin rendah. Suatu saluran pemasaran dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran tersebut mempunyai bagian yang diterima petani atau nilai persentase *farmer's share* lebih dari 50% (Suryadewi, Rahayu, and Setyowati 2018).

Nilai *farmer's share* relatif lebih tinggi apabila harga ditingkat konsumen akhir tidak terpaut jauh dari harga ditingkat petani, sedangkan nilai *farmer's share* akan relatif lebih rendah apabila harga yang dibayarkan konsumen akhir lebih tinggi terhadap harga yang diterima oleh petani.

### 2.2.7 Rasio Keuntungan Terhadap Biaya

Rasio keuntungan terhadap biaya adalah jumlah persentase dari keuntungan yang diperoleh lembaga-lembaga pada saat pemasaran terhadap jumlah biaya pemasaran yang berbeda, dikarenakan fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan tidak serupa. Hasil dari rasio keuntungan terhadap biaya akan memperlihatkan seberapa besar disetiap satuan biaya dalam proses pemasaran dapat memberikan keuntungan (Asmarantaka, 2014). Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila  $\pi/c_i > 1$  maka dikatakan efisien sedangkan apabila  $\pi_i / c_i < 1$  maka dikatakan sistem pemasaran tidak efisien. Rasio keuntungan terhadap biaya dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut:

$$\pi/c \text{ rasio} = \frac{\pi_i}{c_i} \times 100 \%$$

Keterangan:

$\pi_i$  = keuntungan lembaga pemasaran ke-i.

$C_i$  = biaya pemasaran ke-i.

### 2.3 Efisiensi Pemasaran

Menurut (Suminartika and Djuanalina 2017), efisiensi pemasaran adalah suatu sistem pemasaran yang efisien apabila memenuhi syarat mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya semurah murahnya dan mampu memberikan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang diberikan konsumen akhir kepada setiap pelaku yang ikut andil dalam kegiatan tersebut.

Proses pemasaran agribisnis yang efisien merupakan proses yang memberikan kontribusi (*share*) yang adil mulai dari petani, perusahaan dan lembaga pemasaran yang sesuai dengan korbanan masing-masing dan konsumen akan puas. Menurut Asmarantaka (2014), pemasaran agribisnis dapat dinyatakan efisien apabila ada indikator-indikator berikut, yaitu: (1) menciptakan atau meningkatkan nilai tambah (*value added*) yang tinggi terhadap produk agribisnis, (2) menghasilkan keuntungan bagi setiap lembaga pemasaran yang terlibat sesuai dengan nilai atau biaya-biaya yang telah dikeluarkan, (3) margin pemasaran (biaya dan keuntungan) yang terjadi relatif sesuai dengan fungsi-fungsi atau aktivitas bisnis yang meningkatkan kepuasan konsumen akhir dan (4) memberikan bagian yang diterima petani produsen (*farmer's share*) yang relatif tinggi untuk merangsang petani meningkatkan produksi usahatani.

## **2.4 Penelitian Terdahulu**

(Hartitiningtias 2015), melaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kabupaten Grobongan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran kedelai, tugas dan fungsi lembaga pemasaran di Kabupaten Grobongan, besarnya margin pemasaran serta efisiensinya secara ekonomis. Metode dasar yang diaplikasikan yaitu analisis deskriptif. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode purposive sampling dengan Kabupaten Grobongan dipilih sebagai lokasi penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis saluran dan lembaga pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan *farmer's share*. Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat empat saluran pemasaran kedelai di Kabupaten Grobongan dengan empat lembaga pemasaran yang teridentifikasi antara lain

tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang luar kota. Masing-masing lembaga pemasaran melakukan fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Nilai margin pemasaran saluran I dan II memiliki nilai yang sama yaitu sebesar Rp.600,00/kg, dan pada saluran III dan IV memiliki nilai yang sama yaitu sebesar Rp.700,00/kg. Total biaya tertinggi terdapat pada saluran IV dengan nilai sebesar Rp 268,11/kg serta keuntungan tertinggi pada saluran I dengan nilai sebesar Rp tertinggi pada saluran II yaitu 91,89% dengan persentase margin pemasaran terendah sebesar 8,11%.

(Fiona, Soetoro, and Noormansyah 2017), melaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Pemasaran Kedelai (Suatu Kasus di Desa Langkapsari Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis)”. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui: a) saluran pemasaran kedelai dari produsen sampai ke konsumen; b) besarnya biaya pemasaran, margin pemasaran dan keuntungan pemasaran kedelai untuk setiap tingkatan lembaga pemasaran; c) besarnya bagian harga yang diterima petani dari harga eceran. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, dengan menggunakan kasus pada petani dan lembaga pemasaran kedelai di Desa Langkapsari Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis. Dengan pengambilan responden petani menggunakan metode acak sederhana dari anggota populasi petani kedelai sebanyak 205 diambil 15 persen yaitu berjumlah 30,75 dibulatkan menjadi 31 responden petani kedelai dan untuk lembaga pemasaran dilakukan penelusuran (*snowball sampling*). Dari hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat satu saluran pemasaran kedelai dari petani yang ada di Desa Langkapsari sampai ke konsumen industri, yaitu sebagai berikut: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Konsumen Industri.
2. Besarnya margin pemasaran pada pedagang pengumpul adalah sebesar Rp.500,- per kilogram dan pada pedagang besar Rp.750,- per kilogram. Biaya pemasaran pada pedagang pengumpul sebesar Rp.214,82 per kilogram dan pedagang besar 551,81 per kilogram. Keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp.285,18 per kilogram dan pada pedagang besar sebesar Rp.198,19 per kilogram.
- 3). Bagian harga yang diterima petani atau *farmer's share* adalah sebesar 85,71 persen dari harga jual kedelai yang dijual petani sebesar Rp.7.500,- per kilogram dan harga jual pedagang besar Rp.8.750,- per kilogram.

(Rahim, Husaini, and Yulianti 2020), melaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Pemasaran Kedelai (*Glycine Max*) di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan”. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui saluran pemasaran kedelai yang dapat ditinjau dari besarnya biaya, margin, *farmer's share*, tingkat efisiensi serta keuntungan yang diterima produsen atau petani di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Dalam menentukan sampel menggunakan metode *Simple random sampling*. Responden yang diambil didalam penelitian ini yaitu berjumlah 30 orang. Dilihat dari hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran komoditas kedelai yang ada di Kecamatan Karang Intan memiliki dua pola yaitu saluran pemasaran I (petani - pedagang tengkulak - pabrik pengolahan tahu dan tempe) yang diikuti petani sebanyak 70%. Saluran pemasaran II (petani - pedagang tengkulak –pedagang

pengecer - konsumen akhir) sebanyak 30%. Biaya pemasaran yang tertinggi diantara dua saluran adalah biaya pada saluran II yaitu sebesar Rp.169,56/kg. Saluran II menjadi margin terbesar yaitu sebesar Rp.1.680/kg. Keuntungan yang diterima terbesar berada pada saluran II adalah sebesar Rp.1.510,44/kg, Saluran I menjadi *farmer's share* petani tertinggi yaitu sebesar 73,33%. Saluran distribusi yang efisien adalah di saluran II karena keuntungannya merata kepada seluruh pihak yang terlibat.

(Fatmawati 2021), melaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Efisiensi dan Margin Pemasaran Kedelai (*Glycine max*) di Kecamatan Taluditi Kabupaten Pohuwato”. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui saluran pemasaran kedelai, margin pemasaran kedelai dan efisiensi pemasaran kedelai. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah efisiensi, *Farmer's Share*, dan margin pemasaran. Pengambil sampel dilakukan dengan menggunakan *disproportionate stratified random sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Saluran pemasaran kedelai terdiri dari dua saluran, yang pertama yaitu petani langsung ke konsumen. Saluran pemasaran yang kedua yaitu petani ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pengecer; 2). Pada saluran pemasaran pertama tidak terdapat margin pemasaran dan margin pemasaran pada saluran pemasaran yang kedua yaitu Rp. 1.413, 3). Saluran pemasaran pertama dan saluran pemasaran kedua termasuk efisien.

(Muniroh, Budiraharjo, and Mukson 2022), melaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Kentang di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang”. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis pola saluran pemasaran, efisiensi pemasaran serta faktor-faktor yang mempengaruhi

efisiensi pemasaran. Tempat penelitian ini berada di Desa Kopeng dan Desa Batur Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari-Februari 2022. Metode penelitian menggunakan metode survei dan lokasi dipilih secara sengaja. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis data menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan analisis statistik (uji beda one sample t-test dan regresi linier berganda). Teknik pengambilan sampel tingkat petani menggunakan quota sampling berjumlah 40 orang dan *snowball sampling* pada lembaga pemasaran berjumlah 18 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran kentang di Kecamatan Getasan terbedakan menjadi 4 saluran, dengan margin pemasaran masing-masing sebesar: pola I Rp.3.847/kg, pola II Rp.2.250/kg, pola III Rp.4.155/kg dan pola IV Rp.4.220/kg, sedangkan nilai farmer's share masing-masing sebesar: pola I 63%, pola II 79%, pola III 62% dan pola IV 61%. Pemasaran kentang di Kecamatan Getasan sudah efisien. Hasil uji beda one sample t-test terdapat perbedaan yang signifikan antara nilai efisiensi pemasaran ( $0,000 < 0,05$ ) dengan standar efisiensi pemasaran. Secara serempak faktor harga produsen, harga konsumen, biaya pemasaran, pola saluran pemasaran, dan volume penjualan berpengaruh sangat nyata ( $p < 0,01$ ) terhadap efisiensi pemasaran. Secara parsial faktor harga produsen dan harga konsumen berpengaruh sangat nyata terhadap efisiensi pemasaran.

## **2.5 Kerangka Pemikiran**

Kabupaten Tanjung Jabung Timur merupakan salah satu daerah sentral produksi kedelai. Kedelai sangat penting bagi kebutuhan pangan tentu harus dipertahankan dan ditingkatkan jumlah produksinya. Salah satu daerah yang

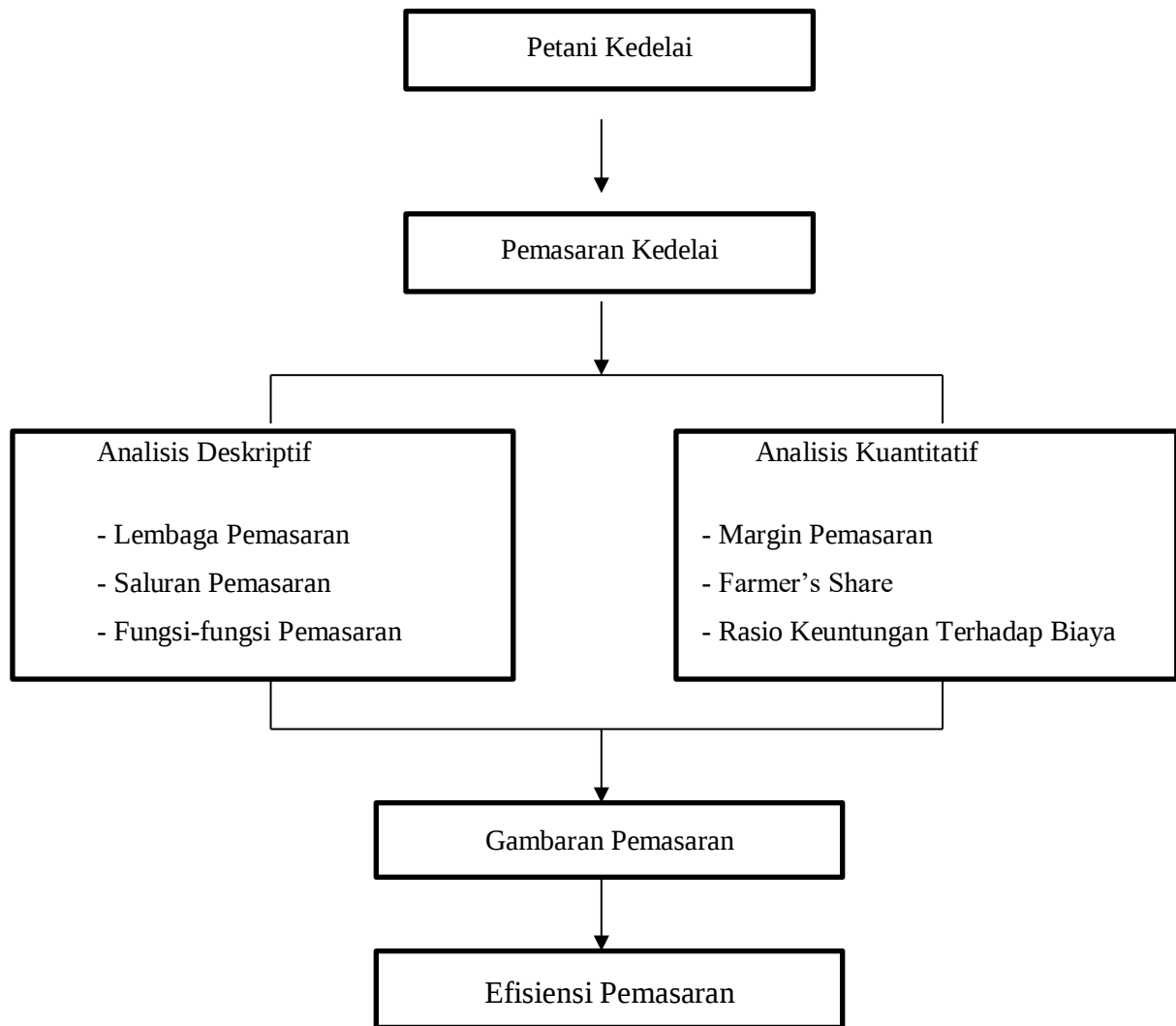
menjadi sentral kedelai dengan jumlah produksi tertinggi di Kabupaten Tanjung Jabung Timur yaitu Kecamatan Rantau Rasau.

Pemasaran kedelai dari tingkat petani hingga tingkat konsumen tentu akan melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Dengan banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran, kemudian akan menyebabkan meningkatnya biaya pemasaran dan keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran. Hal itu terjadi dikarenakan, setiap lembaga yang terlibat dalam melaksanakan beberapa fungsi pemasaran, mengakibatkan bertambahnya biaya pemasaran dan harga yang akan diterima petani akan semakin rendah dalam saluran. Selain itu petani juga tidak memiliki kekuatan dalam menentukan harga dan tidak memiliki informasi lengkap mengenai harga pasar.

Pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau mempunyai pengaruh terhadap pendapatan petani karena berkaitan dengan tingkat harga kedelai yang akan diterima oleh petani. Adapun sistem pemasaran kedelai pada Kabupaten Tanjung Jabung Timur Kecamatan Rantau Rasau yaitu melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu dimana para petani menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul lalu selanjutnya pedagang pengumpul menjual kedelai yang telah dibeli dari beberapa petani kepada pedagang besar kecamatan dan ada pula petani yang langsung menjual langsung kepada pedagang besar kabupaten serta setiap lembaga pemasaran memiliki harga yang berbeda-beda. Hal ini menyebabkan terjadinya perbedaan margin pemasaran yang berdampak pada efisiensi pemasaran kedelai. Keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran dan pasar yang dituju oleh lembaga pemasaran akan mempengaruhi efisiensi

pemasaran yang akan berdampak pada keuntungan petani maupun lembaga pemasaran.

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin diperoleh dalam sistem pemasaran, dimana sistem pemasaran memberikan kepuasan kepada setiap pihak-pihak yang terlibat seperti produsen, konsumen dan lembaga-lembaga pemasaran. Akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Pendekatan analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis fungsi-fungsi pemasaran, saluran pemasaran dan lembaga pemasaran. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya. Dari hasil analisis yang dilakukan akan memberikan gambaran pemasaran kedelai sehingga akan dapat mengetahui saluran pemasaran yang efisien. Untuk mempermudah dalam proses penelitian maka akan dijelaskan pada skema kerangka pemikiran yang digambarkan pada Gambar 2 berikut.



**Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran**

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Rantau Rasau yang merupakan daerah sentral penghasil kedelai yang berada di Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*), dengan mempertimbangkan bahwa Kecamatan Rantau Rasau merupakan daerah dengan luas panen yang tertinggi diantara sepuluh kecamatan lain yang berada di Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Kemudian dari Kecamatan Rantau Rasau dipilih tiga desa yaitu Desa Marga Mulya, Desa Bandar Jaya dan Desa Harapan Makmur karena merupakan desa yang masih memproduksi kedelai. Objek penelitian ini adalah petani yang mengusahakan komoditas kedelai. Sedangkan penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai bulan Oktober 2023. Adapun data-data yang akan dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Identitas petani kedelai, meliputi: Nama, Umur, Tingkat Pendidikan (Formal/Non Formal), Pengalaman Berusahatani, Produksi Kedelai dan Lembaga Pemasaran Yang Digunakan.
2. Identitas lembaga pemasaran, meliputi: Nama, Umur, Tingkat Pendidikan Formal dan Pengalaman Menjadi Lembaga Pemasaran
3. Harga kedelai ditingkat petani (Rp/kg)
4. Harga ditingkat konsumen akhir (Rp/kg)
5. Biaya-biaya pemasaran (Rp/kg)
6. Data pendukung lainnya yang diperlukan dalam penelitian ini.

### **3.2 Sumber dan Metode Pengumpulan Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang didapatkan dari responden secara langsung dengan cara mewawancarai responden menggunakan kuisioner yang sudah dipersiapkan. Sedangkan data sekunder yaitu data yang didapatkan dari lembaga atau instansi-instansi yang berkaitan dengan penelitian yaitu Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, Kantor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jambi, Kantor Dinas Pertanian Dan Pangan Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Kantor BPP Kecamatan Rantau Rasau dan instansi lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara observasi langsung, survei dan wawancara sebagai data primer yang digunakan. Sebelum penelitian ini dilakukan telah dilaksanakan survei awal agar mengetahui kondisi pada daerah penelitian. Observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung dengan daerah penelitian sedangkan wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada responden. Kemudian data-data tersebut didapatkan dari proses membaca buku, jurnal, penelitian terdahulu, bahan kuliah dan data-data lain yang berhubungan dengan fenomena yang akan diteliti.

### **3.3 Metode Penarikan Sampel**

#### **1. Pengambilan Lokasi**

Penelitian ini dilaksanakan pada petani kedelai yang berada di 3 Desa terpilih dari 11 Desa yang berada di Kecamatan Rantau Rasau yaitu Desa Bandar Jaya, Desa Marga Mulya dan Desa Harapan Makmur. Ketiga desa tersebut dipilih sebagai lokasi penelitian dengan sengaja (*purposive*) setelah mempertimbangkan

bahwa ketiga desa tersebut masih konsisten dalam melakukan usahatani kedelai. Pemasaran kedelai akan dilakukan dengan menelusuri lembaga pemasaran yang berada di Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

## 2. Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Apabila populasi kurang dari 100, maka akan digunakan semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya apabila populasi besar dari 100 dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih (Suryadewi, Rahayu, and Setyowati 2018).

### a. Sampel Petani

Sampel petani dalam penelitian ini diambil dari petani kedelai yang berada di Desa Bandar Jaya, Desa Marga Mulya dan Desa Harapan Makmur. Jumlah populasi petani kedelai dari ketiga tempat penelitian tersebut yaitu berjumlah 125 petani (Lampiran 1). Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane atau dikenal dengan nama Slovin (Hartitiningtias 2015) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Dimana:

$n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah Populasi

$d^2$  = tingkat Presisi (ditetapkan 13%)

Sehingga diperoleh:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{Nd^2 + 1} \\ &= \frac{125}{125 \times (0,13)^2 + 1} \end{aligned}$$

$$= \frac{125}{125 \times 0,016 + 1}$$

$$= \frac{125}{2,25} = 41,6 = 42 \text{ sampel}$$

Hasil perhitungan dengan metode slovin diatas maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 42 sampel yang akan diwawancarai berdasarkan daftar kuesioner. Selanjutnya jumlah petani yang akan dijadikan responden dari ketiga desa tersebut diambil melalui rumus metode alokasi sampel proporsional (Hartitiningtias 2015) yaitu :

$$n_a = \frac{N_a \times n_{ab}}{N_{ab}}$$

keterangan:

$n_a$  = jumlah sampel desa A

$N_a$  = jumlah populasi desa A

$n_{ab}$  = jumlah sampel keseluruhan

$N_{ab}$  = jumlah populasi keseluruhan

Sehingga diperoleh:

a. Desa Bandar Jaya

$$n_a = \frac{50 \times 42}{125} = 16,8 = 17 \text{ sampel}$$

b. Desa Marga Mulya

$$n_a = \frac{43 \times 42}{125} = 14,4 = 14 \text{ sampel}$$

c. Desa Harapan Makmur

$$n_a = \frac{32 \times 42}{125} = 10,7 = 11 \text{ sampel}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa jumlah petani sampel di Desa Bandar Jaya berjumlah 17 orang, Desa Marga Mulya 14 orang dan petani di Desa Harapan Makmur berjumlah 11 orang.

**Tabel 4. Jumlah Sampel Petani Kedelai Yang Digunakan Dalam Penelitian**

| No            | Desa                | Jumlah Petani<br>(Populasi) | Jumlah Sampel |
|---------------|---------------------|-----------------------------|---------------|
| 1             | Desa Bandar Jaya    | 50                          | 17            |
| 2             | Desa Marga Mulya    | 43                          | 14            |
| 3.            | Desa Harapan Makmur | 32                          | 11            |
| <b>Jumlah</b> |                     | <b>125</b>                  | <b>42</b>     |

*Sumber : BPP Kecamatan Rantau Rasau 2022*

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Simple Random Sampling* (acak sedehana). *Simple Random Sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasi (Sugiyono, 2013). Ada pun cara yang diterapkan saat di lapangan agar mendapatkan 42 sampel petani yaitu dengan dilakukan secara undian dengan mempertimbangkan bahwa sampel tersebut homogen ditinjau dari segi usahatani kedelai. Penentuan sampel dengan menuliskan nama-nama petani kedelai di lokasi penelitian dengan secarik kertas, lalu digulung dan dimasukkan kedalam botol yang berbeda sesuai dengan nama ketiga desa tersebut. Kemudian diambil satu gulungan kertas dan nama yang terdapat digulungan akan menjadi anggota dari sampel yang akan diteliti. Hal ini dilakukan secara berulang sampai jumlah sampel yang diundi pada setiap botol harus sesuai dengan jumlah pembagian per Desa agar sampel mewakili masing-masing Desa yang menjadi lokasi penelitian.

#### b. Sampel Lembaga Pemasaran

Pengambilan sampel pada lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awal dengan jumlah sedikit, lama kelamaan menjadi besar. Informasi dari metode *snowball sampling* diawali dengan diperoleh informasi dari petani sebagai responden awal. Lembaga pemasaran yang akan diteliti dapat diketahui dari lembaga sebelumnya. Hal ini dilakukan agar penelusuran akan sampai pada tahap konsumen akhir, metode ini berusaha untuk menggambarkan aliran produk serta lembaga-lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran yang terjadi di daerah penelitian.

### 3.4 Metode Analisis Data

Metode Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Metode analisis deskriptif akan menjawab tujuan pertama mengenai gambaran umum saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur dengan menelusuri mata rantai saluran pemasaran dari tingkat petani hingga kekonsumen akhir.

Sedangkan untuk menjawab tujuan kedua menggunakan analisis kuantitatif dengan alat analisis margin pemasaran, *farmer's share*, rasio keuntungan biaya dan analisis efisiensi pemasaran. Data yang diperoleh dari responden dikumpulkan untuk diklasifikasi, ditabulasi dan diolah dalam bentuk tabel dengan menggunakan Microsoft Excel.

#### 1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga pada tingkat produsen atau petani dengan harga jual pada tingkat konsumen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui

distribusi margin pemasaran, biaya pemasaran, transportasi, penanggungungan resiko dan biaya serta keuntungan lembaga pemasaran dari berbagai saluran pemasaran. Margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Margin pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$M_i = P_r - P_f$$

Keterangan:

$M_i$  : margin pemasaran ke-i  
 $P_r$  : harga ditingkat konsumen (Rp/kg)  
 $P_f$  : harga ditingkat produsen (Rp/kg)

Menurut Anindita dalam Taufik (2020), untuk mengetahui margin total dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kedelai, dapat dilihat pada rumus berikut ini:

$$M = M_1 + M_2 + M_3 + \dots + M_i$$

Keterangan:

$M$  : margin total pemasaran (Rp/kg)  
 $M_i$  : margin Lembaga Pemasaran ke-i (Rp/kg)

Menurut Daryanto, dkk (2020), suatu saluran dapat dikatakan efisien berdasarkan perhitungan margin pemasaran yaitu apabila memiliki nilai margin yang lebih rendah dibandingkan dengan saluran lainnya.

## 2. *Farmer's Share*

*Farmer Share* merupakan harga yang diterima oleh petani terhadap harga yang dibayarkan oleh konsumen terakhir dalam bentuk persentase. *Farmer Share* dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$F_s = \frac{\text{Price Farmer } (P_f)}{\text{Price Consumen } (P_r)} \times 100\%$$

Keterangan:

Fs : *Farmer Share*

Pf : harga jual pada tingkat produsen/petani (Rp/kg)

Pr : harga beli pada tingkat konsumen (Rp/kg)

Kaidah keputusan:

- Jika  $F_s > 50\%$  maka dapat dikatakan efisien
- Jika  $F_s < 50\%$  maka dapat dikatakan belum efisien

### 3. Rasio Keuntungan Terhadap Biaya

Efisiensi pemasaran dapat dilihat dari besarnya rasio keuntungan untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh terhadap biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Sehingga dapat dilihat tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran dari penyebaran rasio keuntungan, biaya, dan margin pemasaran terhadap biaya pemasaran. Jika penyebaran rasio keuntungan terhadap biaya merata pada setiap lembaga pemasaran maka secara teknis saluran pemasaran tersebut semakin efisien. Rasio keuntungan terhadap biaya dapat menggunakan rumus dibawah ini (Asmarantaka, 2014) :

$$\pi/c \text{ rasio} = \frac{\pi_i}{C_i} \times 100\%$$

Keterangan :

$\pi_i$  : keuntungan yang diambil lembaga pemasaran (Rp/kg)

$C_i$  : biaya yang dikeluarkan lembaga Pemasaran (Rp/kg)

i : 1, 2, 3,...(n)

1. Apabila  $\pi/c$  lebih dari satu ( $\frac{\pi}{c} > 1$ ) maka usaha tersebut efisien dan
2. apabila  $\pi/c$  kurang dari satu ( $\frac{\pi}{c} < 1$ ) maka usaha tersebut tidak efisien

Nilai efisiensi pemasaran dapat dilihat dari margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan serta biaya yang telah dikeluarkan dalam saluran pemasaran, dimana dikatakan efisien apa bila (Asmarantaka, 2014) :

1. Saluran pemasaran memiliki nilai margin yang lebih rendah dibandingkan dengan saluran pemasaran yang lain untuk komoditas yang sama.
2. Saluran pemasaran memiliki nilai *farmer's share* yang lebih tinggi dibanding dengan saluran pemasaran yang lain untuk komoditas yang sama.
3. Saluran pemasaran memiliki nilai rasio keuntungan dan biaya lebih dari satu dan lebih tinggi dibanding saluran pemasaran yang lain untuk komoditas yang sama (Rasio Keuntungan terhadap biaya dan  $F'S > MP$ ) (Asmarantaka, 2014).

### 3.5 Konsepsi Pengukuran

Konsepsi pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Petani kedelai merupakan petani yang berada di Kecamatan Rantau Rasau (Orang).
2. Pedagang pengumpul desa adalah pedagang yang berdomisili didesa penelitian dan melakukan proses pembelian kedelai dari petani serta menyalurkan ke pedagang pengumpul kecamatan (Orang).
3. Pedagang pengumpul kecamatan adalah pedagang yang melakukan proses pembelian kedelai dari pedagang pengumpul desa dan menyalurkan ke pedagang besar kabupaten (Orang).
4. Pedagang besar kabupaten adalah pedagang yang melakukan proses pembelian kedelai dari petani langsung dan ada dari pedagang pengumpul kecamatan (Orang).

5. Konsumen akhir adalah industri tahu dan tempe yang beroperasi di Kabupaten Tanjung Jabung Timur, membeli kedelai dalam bentuk segar dengan tujuan sebagai bahan baku produksi (Orang).
6. Harga beli adalah harga yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul, pedagang pengecer ke petani ataupun ke pedagang kedelai (Rp/kg).
7. Harga jual adalah harga rata-rata pada tingkat usahatani kedelai per kilogram yang diterima oleh petani (Rp/kg).
8. Margin pemasaran yaitu selisih antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani dinyatakan dalam rupiah per kilogram (Rp/kg).
9. *Farmer's Share* adalah perbandingan harga yang diterima petani dengan dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir, dinyatakan dalam bentuk persentase (%).
10. Rasio keuntungan digunakan untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh terhadap biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh masing masing lembaga pemasaran, dinyatakan dalam bentuk persentase (%).
11. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam mendistribusikan produk dari petani sampai pada konsumen akhir, dinyatakan dalam rupiah per kilogram (Rp/kg).

## **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian**

#### **4.1.1 Kondisi Geografis Dan Administrasi Wilayah**

Kabupaten Tanjung Jabung Timur terletak di paling timur di Provinsi Jambi yaitu antara 0°53' – 1°41' Lintang Selatan dan antara 103°23' – 104°31' Bujur Timur serta memiliki luas wilayah sebesar 5.445 Km<sup>2</sup>. Berdasarkan posisi geografisnya, Kabupaten Tanjung Jabung Timur memiliki batasan-batasan yaitu sebagai berikut:

1. Sebelah Utara dan Timur berbatasan dengan Laut China Selatan
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Provinsi Sumatera Selatan dan Kabupaten Muaro Jambi
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Tanjung Jabung Barat dan Kabupaten Muaro Jambi.

Kabupaten Tanjung Jabung Timur terdiri dari 11 kecamatan, 73 desa dan 20 kelurahan. Kecamatan Rantau Rasau merupakan salah satu dari 11 kecamatan yang berada di Kabupaten Tanjung Jabung Timur yang memiliki 11 desa/kelurahan, 37 dusun, 184 rukun warga serta 5 rukun tetangga. Luas wilayah Kecamatan Rantau Rasau yaitu sebesar 356,1 Km<sup>2</sup>. Kecamatan Rantau Rasau sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Nipah Panjang, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Berbak, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Berbak, dan sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Muara Sabak Timur dan Kecamatan Dendang.

#### **4.1.2 Jumlah Penduduk**

Jumlah penduduk suatu wilayah memiliki peran yang cukup berpengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan perekonomian suatu daerah dengan

pemanfaatan sumber daya manusia yang dimiliki oleh daerah tersebut. Sumber daya manusia dapat dilibatkan untuk mengelola sumber daya alam yang tersedia sehingga wilayah tersebut dapat mencapai keberhasilan dan kemakmuran. Penduduk merupakan suatu potensi yang cukup besar pengaruhnya terhadap pertumbuhan dan perkembangan perekonomian suatu daerah dikarenakan penduduk inilah yang dikatakan sebagai sumberdaya manusia yang diharapkan mampu mengelola serta memanfaatkan sumber daya alam yang ada dengan sebaik-baiknya. Untuk melihat jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin menurut desa atau kelurahan di Kecamatan Rantau Rasau dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini.

**Tabel 5. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Rantau Rasau Tahun 2021**

| No            | Nama Desa       | Jenis Kelamin |               | Jumlah        |
|---------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|
|               |                 | Laki-Laki     | Perempuan     |               |
| 1             | Rantau Rasau I  | 1.318         | 1.254         | 2.572         |
| 2             | Rantau Rasau II | 1.480         | 1.440         | 2.920         |
| 3             | Rantau Jaya     | 1.592         | 1.640         | 3.232         |
| 4             | Bangun Karya    | 1.228         | 1.189         | 2.417         |
| 5             | Bandar Jaya     | 2.363         | 2.287         | 4.650         |
| 6             | Sungai Dusun    | 152           | 160           | 312           |
| 7             | Harapan Makmur  | 1.626         | 1.574         | 3.200         |
| 8             | Marga Mulya     | 559           | 569           | 1.128         |
| 9             | Karya Bakti     | 836           | 803           | 1.639         |
| 10            | Pematang Mayan  | 618           | 587           | 1.205         |
| 11            | Tri Mulya       | 1.126         | 1.048         | 2.174         |
| <b>Jumlah</b> |                 | <b>12.898</b> | <b>12.551</b> | <b>25.449</b> |

*Sumber : BPS Kecamatan Rantau Rasau Dalam Angka, 2022*

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk terbesar di Kecamatan Rantau Rasau terdapat pada Desa Bandar Jaya dengan jumlah penduduk sebesar 4.650 jiwa atau jika dalam bentuk persentase yaitu 18,275% dari jumlah total penduduk. Sedangkan untuk daerah dengan jumlah penduduk terkecil terletak pada Desa Sungai Dusun sebesar 312 jiwa atau jika dalam persentase yaitu 1,23% dari jumlah total penduduk di Kecamatan Rantau Rasau. Dari jumlah total

penduduk yang ada, laki-laki mendominasi dengan jumlah penduduk mencapai 12.898 jiwa atau 50,68%. Sedangkan untuk penduduk berjenis kelamin perempuan sebanyak 12.551 jiwa atau 49,32% dari jumlah penduduk yang ada di Kecamatan Rantau Rasau.

#### **4.1.3 Sarana Dan Prasarana**

Sarana dan prasarana di suatu wilayah merupakan faktor yang sangat penting dalam mensejahterakan masyarakat di wilayah tersebut. Setiap daerah memiliki sarana dan prasarana yang berbeda-beda antara satu dan yang lainnya disesuaikan dengan kebutuhan topografi setiap desa. Tingkat perkembangan suatu daerah dapat dilihat dari kondisi sarana dan prasarana yang ada. Karena keberadaan sarana dan prasarana tersebut dapat menunjang laju pertumbuhan sebuah desa, baik dari sektor ekonomi maupun sektor-sektor lainnya.

Sarana pendidikan merupakan sarana penunjang yang harus difasilitasi oleh pemerintah sebagai wadah untuk mencari ilmu. Di Kecamatan Rantau Rasau terdapat 30 sekolah Dasar, 2 Madrasah Ibtidaiyah, 4 Sekolah Menengah Pertama, 2 Madrasah Tsanawiyah, 1 Sekolah Menengah Umum dan 2 Madrasah Aliyah. Sarana kesehatan juga menjadi hal penting untuk diperhatikan, di Kecamatan Rantau Rasau terdapat Puskesmas (1 unit), Puskesmas Pembantu (7 unit), Polindes (1 unit) dan Poskesdes (4 unit).

Pelayanan beragama dan kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa senantiasa dikembangkan dan ditingkatkan untuk mengatasi masalah sosial budaya bisa saja terjadi dilingkungan masyarakat. Kecamatan Rantau Rasau terdapat 77 Masjid, 83 Musholla dan 6 Gereja. Dapat dilihat dari sarana ibadah bahwa masyarakat di Kecamatan Rantau Rasau mayoritas menganut agama islam.

Sarana transportasi juga tidak kalah penting dalam menunjang proses pembangunan pertanian di pedesaan dan juga sebagai pendorong dalam memajukan perekonomian masyarakat. Transportasi disini dapat diartikan sebagai sarana pengangkutan barang-barang hasil pertanian dari petani ke pasar untuk diperjual belikan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat sekitar. Kecamatan Rantau Rasau memiliki kondisi jalan yang kurang bagus, karena jalan dari hulu sampai hilir belum terakomodir oleh pemerintah karena masih berupa jalanan tanah. Kendaraan yang digunakan masyarakat cukup modern dimulai dari sepeda motor, mobil dan lain-lain. Kebanyakan petani menggunakan modal jasa ojek sebagai alat pengangkut hasil produksi pertanian.

#### **4.2 Identitas Petani Responden**

Metode pengumpulan data dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan mempertimbangkan jumlah produksi dan jumlah petani. Sampel yang diambil sebanyak 42 orang petani dari tiga desa yang terpilih di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Identitas petani yang diperhatikan adalah umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, produksi kedelai dan luas lahan. Petani tersebut telah lama mengusahakan usahatani kedelai dan sebagai salah satu mata pencaharian untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai petani responden yang mengusahakan kedelai dan menjual kedelai tersebut.

##### **4.2.1 Umur Petani**

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan fisik dan pengalaman yang dimiliki dalam berusahatani. Pada umumnya petani yang berumur lebih muda memiliki semangat lebih untuk mencari tahu hal baru untuk

diadopsi menjadi inovasi baru serta lebih berani untuk mengambil resiko. Umur juga mempengaruhi kemampuan fisik dan juga pola pikir seorang petani. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di daerah penelitian, umur petani responden berkisar 36-70 tahun. Dapat dilihat pada Tabel 6 untuk distribusi petani responden berdasarkan kelompok umur di daerah penelitian.

**Tabel 6. Distribusi Petani Responden Berdasarkan Umur di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| Umur (Tahun)  | Jumlah Petani (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|-----------------------|----------------|
| 35-39         | 8                     | 19,0%          |
| 40-44         | 11                    | 26,2%          |
| 45-49         | 5                     | 12,0%          |
| 50-54         | 4                     | 9,5%           |
| 55-59         | 9                     | 21,4%          |
| 60-64         | 2                     | 4,8%           |
| 65-69         | 3                     | 7,1%           |
| <b>Jumlah</b> | <b>42</b>             | <b>100%</b>    |

*Sumber : Hasil Olahan Primer 2023*

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa didaerah penelitian, petani responden dengan umur terendah yaitu 36 tahun sedangkan umur tertinggi yaitu 67 tahun. Dari sisi distribusi, menunjukkan bahwa umur petani responden terbanyak berada pada rentang umur 40-44 tahun yaitu berjumlah 11 orang dengan persentase 26,2% dari jumlah keseluruhan. Dimana pada usia 15-64 tahun termasuk usia produktif untuk bekerja. Untuk itu, diharapkan petani responden yang berusia produktif dapat mengelola usahatannya dengan maksimal agar dapat menghasilkan produksi yang optimal. Dari rata-rata umur petani telah menunjukkan bahwa petani kedelai di Kecamatan Rantau Rasau masih dalam usia produktif.

#### **4.2.2 Pendidikan Petani**

Pendidikan memiliki peranan yang penting dalam mengembangkan keterampilan, kemampuan dan mampu meningkatkan pola pikir dari masing-

masing individu. Tingkat pendidikan sangat mempengaruhi petani dalam melakukan kegiatan usahatani maupun meningkatkan produksi usahatani. Semakin baik pendidikan pada petani maka akan dapat mempengaruhi adopsi teknologi dan keterampilan manajemen petani dalam mengelola usahatannya. Tingkat pendidikan petani responden di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 7 berikut ini.

**Tabel 7. Distribusi Petani Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| <b>Tingkat Pendidikan</b> | <b>Jumlah Petani (Orang)</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|---------------------------|------------------------------|-----------------------|
| SD                        | 23                           | 54,8%                 |
| SMP                       | 11                           | 26,2%                 |
| SMA                       | 8                            | 19,0%                 |
| <b>Jumlah</b>             | <b>42</b>                    | <b>100%</b>           |

*Sumber : Hasil Olahan Primer 2023*

Tabel 7 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan di daerah penelitian hanya sebatas pendidikan SMA. Sebagian besar petani responden memiliki tingkat pendidikan terakhir sekolah dasar (SD) yaitu sebanyak 23 orang atau sebesar 54,8% dari keseluruhan responden. Sedangkan untuk tingkat pendidikan SMA menjadi yang terendah yaitu berjumlah 8 orang atau 19%. Pendidikan formal berperan dalam pembentukan pola pikir dan kemampuan petani dalam mengambil keputusan, adapun cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pola pikir serta memperluas pengetahuan petani terkhusus pada bidang pertanian dapat dibekali dengan pendidikan non formal berupa pelatihan dari penyuluh pertanian.

#### **4.2.3 Pengalaman Berusahatani Kedelai**

Pengalaman berusahatani merupakan salah satu faktor yang berperan dalam mempengaruhi tingkat keberhasilan petani dalam kegiatan berusahatani. Pengalaman berusahatani sangat mempengaruhi tingkat keberhasilan

petani dalam berusahatani. Semakin lama pengalaman berusahatani maka semakin banyak pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh petani tersebut. Jika pengalaman usahatani yang dimiliki petani semakin banyak maka dapat mendorong petani untuk menerapkan hasil yang lebih baik. Dapat dilihat pada Tabel 8, mengenai pengalaman berusahatani yang dimiliki petani responden.

**Tabel 8. Distribusi Petani Responden Berdasarkan Pengalaman Berusahatani di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| <b>Lama Berusaha<br/>(Tahun)</b> | <b>Jumlah Petani<br/>(Orang)</b> | <b>Persentase<br/>(%)</b> |
|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| 3-6                              | 15                               | 35,7%                     |
| 7-10                             | 10                               | 23,9%                     |
| 11-14                            | 5                                | 11,9%                     |
| 15-18                            | 4                                | 9,5%                      |
| 19-22                            | 3                                | 7,1%                      |
| 23-26                            | 3                                | 7,1%                      |
| 27-30                            | 2                                | 4,8%                      |
| <b>Jumlah</b>                    | <b>42</b>                        | <b>100%</b>               |

*Sumber : Hasil Olahan Primer 2023*

Berdasarkan Tabel 8, menunjukkan bahwa setiap petani memiliki pengalaman berusahatani yang berbeda-beda. Pengalaman usahatani di daerah penelitian yang termuda yaitu 3 tahun dan terlama yaitu 30 tahun. Rata-rata petani responden memiliki pengalaman usahatani pada rentang 3-6 tahun yaitu berjumlah 15 orang atau 35,7% dari total keseluruhan responden. Sedangkan frekuensi terendah berada pada rentang 27-30 tahun yaitu berjumlah 2 orang atau 4,8%. Semakin lama seorang petani melakukan kegiatan pertanian, maka semakin banyak pula pengalaman yang di peroleh. Lamanya pengalaman usahatani akan mempengaruhi petani dalam mengembangkan usahatani dan juga lebih mengantisipasi terhadap berbagai keadaan yang dihadapi sehingga keberhasilan

maupun kegagalan sebelumnya dapat menjadi tolak ukur dalam melaksanakan usahatani yang lebih baik.

#### 4.2.4 Luas Lahan

Lahan merupakan suatu faktor penting dalam melakukan usahatani. Luas lahan mempengaruhi tingkat produksi, dapat dikatakan bahwa luas lahan berpengaruh positif terhadap produksi. Semakin luas lahan yang dimanfaatkan maka semakin banyak pula produksi yang akan dihasilkan. Distribusi luas lahan petani kedelai dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini.

**Tabel 9. Distribusi Petani Responden Berdasarkan Luas Lahan di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| <b>Luas Lahan<br/>(Ha)</b> | <b>Jumlah Petani<br/>(Orang)</b> | <b>Persentase<br/>(%)</b> |
|----------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| 1,00 - 1,16                | 20                               | 47,6%                     |
| 1,17 - 1,33                | 8                                | 19,0%                     |
| 1,34 - 1,50                | 6                                | 14,3%                     |
| 1,51 - 1,66                | 0                                | 0%                        |
| 1,67 - 1,83                | 2                                | 4,8%                      |
| 1,84 - 2,00                | 6                                | 14,3%                     |
| <b>Jumlah</b>              | <b>42</b>                        | <b>100%</b>               |

*Sumber : Hasil Olahan Primer 2023*

Dari Tabel 9 dapat dilihat bahwa luas lahan yang dimiliki petani responden yang diusahakan bervariasi. Luas lahan terbanyak yang dimiliki petani responden antara rentang 1,00 – 1,16 ha yaitu berjumlah sebanyak 20 orang atau 47,6%. Luas lahan terendah yang dimiliki petani yaitu 1,67- 1,83 ha atau 4,8%. Hal tersebut menjelaskan bahwa penggunaan lahan yang dimiliki petani saat ini dapat dimaksimalkan dalam berusahatani.

### 4.3 Identitas Pedagang

Pedagang atau lembaga pemasaran yang diketahui di daerah penelitian menggunakan metode *snowball sampling* yaitu informasi yang diberikan oleh petani sebagai responden awal. Setelah melakukan penelitian terdapat beberapa lembaga pemasaran di Kecamatan Rantau Rasau yaitu Pedagang Pengumpul Desa (PPD), Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK), dan Pedagang Besar Kabupaten (PBK). Dapat diketahui identitas pedagang sampel meliputi umur, tingkat pendidikan, dan pengalaman berdagang dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini.

**Tabel 10. Distribusi Responden Lembaga Pemasaran Berdasarkan Umur, Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Berdagang di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| Karakteristik         | Jumlah Pedagang<br>(Orang) | Persentase<br>(%) |
|-----------------------|----------------------------|-------------------|
| Kelompok Umur (Tahun) |                            |                   |
| 35-39                 | 2                          | 25%               |
| 40-44                 | 2                          | 25%               |
| 45-49                 | 2                          | 25%               |
| 50-54                 | 1                          | 12,5%             |
| 55-59                 | 1                          | 12,5%             |
| <b>Jumlah</b>         | <b>8</b>                   | <b>100%</b>       |
| Tingkat Pendidikan    |                            |                   |
| SD                    | 1                          | 12,5%             |
| SMP                   | 2                          | 25%               |
| SMA                   | 4                          | 50%               |
| SARJANA               | 1                          | 12,5%             |
| <b>Jumlah</b>         | <b>8</b>                   | <b>100%</b>       |
| Pengalaman Berdagang  |                            |                   |
| 1-5                   | 6                          | 75%               |
| 6-10                  | 2                          | 25%               |
| <b>Jumlah</b>         | <b>8</b>                   | <b>100%</b>       |

Sumber : Hasil Olahan Primer 2023

Pada Tabel 10 menunjukkan bahwa kelompok umur 35-49 tahun merupakan rentang umur yang produktif di daerah penelitian yang mana rata-rata jumlah

pedagangnya 2 orang dengan persentase sama yaitu 25%. Berdasarkan tingkat pendidikan, Sekolah Menengah Atas (SMA) merupakan tingkat pendidikan yang memiliki jumlah terbanyak yaitu 4 orang dengan presentase sebesar 50%. Tingkat pendidikan ini akan berpengaruh terhadap cara pandang dalam menganalisis pasar. Berdasarkan pengalaman berdagang yang terbanyak pada rentang 1-5 tahun yaitu sebanyak 6 pedagang dengan presentase sebesar 75%. Semakin lama pengalaman berdagang maka akan semakin mempermudah dalam memasarkan produk karena mereka sudah cukup dikenali oleh konsumen dan memiliki pelanggan.

#### **4.4 Gambaran Umum Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau**

Pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau merupakan salah satu hal penting dalam upaya menggerakkan perekonomian masyarakat desa. Pemasaran merupakan suatu proses pendistribusian hasil pertanian hingga ketangan konsumen akhir. Jika pemasaran kedelai berjalan dengan baik maka petani pun akan merasa puas sehingga dapat meningkatkan berpengaruh pada hasil produksi baik secara kualitas maupun kuantitas. Kegiatan pemasaran kedelai itu sendiri bermula dari petani kedelai yang sudah melakukan proses pemanenan.

Proses panen kedelai di Kecamatan Rantau Rasau dilaksanakan satu kali dalam setahun, dimana masyarakat juga melakukan penanaman serentak. Untuk sistem penanaman kedelai umumnya di daerah penelitian menggunakan sistem tanam jajar legowo dan menggunakan kedelai varietas anjasmoro yang diberikan oleh pemerintah pada petani. Dalam proses pemanenan, petani menggunakan sabit untuk memotong batang kedelai yang sudah siap panen.

Pasca panen juga sangat penting yang untuk mendapatkan kualitas biji kedelai yang baik juga. Setelah kedelai di panen dilakukan proses penjemuran

sekitar 3-4 hari jika cuaca mendukung dan yang bertujuan untuk mengeringkan batang dan polong kedelai agar mudah dilakukan perontokan biji. Setelah kedelai melalui dijemur dan dikeringkan, selanjutnya dilakukan prontokan biji kedelai dengan menggunakan mesin perontok kedelai (*thresher*) dan masih ada yang secara manual. Kemudian biji kedelai tersebut disortasi terlebih dahulu, lalu dimasukkan kedalam karung yang dilapisi plastik agar biji kedelai tidak rusak dalam pengangkutan dan terhindar dari pembusukan. Biji kedelai tersebut bisa langsung dijual atau dilakukan penyimpanan terlebih dahulu. Di lokasi penelitian, kedelai sangat diminati yaitu sebagai bahan baku produksi tempe ataupun tahu tetapi jumlah pasarannya hanya sedikit karena hanya tiga desa saja yang mengusahatani kedelai dari sebelas desa yang ada di Kecamatan Rantau Rasau.

Sedangkan untuk kegiatan pemasaran, petani menjual dalam bentuk biji yang telah dikeringkan kepada lembaga pemasaran yang ada di lokasi penelitian. Pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau memiliki dua saluran pemasaran yang mana melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, pedagang besar kabupaten hingga ke konsumen akhir yaitu industri tahu dan tempe. Biasanya ada beberapa pedagang langsung membeli kelokasi saat petani memberikan informasi bahwa telah melakukan kegiatan panen.

Pada saluran I pasca panen, petani menjual biji kedelai pada pedagang besar kabupaten yang telah menjadi langganan dalam menjual kedelai dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang pengumpul desa karena pedagang besar memiliki akses langsung dengan pihak industri sehingga perkembangan informasi harga lebih cepat daripada lembaga lainnya. Setelah membeli biji kedelai dari petani

selanjutnya dijual kembali pada konsumen akhir untuk diolah menjadi bahan baku produksi tahu dan tempe. Sedangkan pada saluran II, petani menjual biji kedelai pada pedagang pengumpul desa walaupun dengan harga yang lebih rendah karena petani sangat membutuhkan uang untuk memenuhi keperluan sehari-hari setelah panen. Selanjutnya dari pedagang desa menjual biji kedelai kepada pedagang pengumpul kecamatan dan akan dijual kembali pada pedagang besar kabupaten. Dari pedagang besar kabupaten maka akan jual kepada konsumen akhir agar diolah menjadi bahan produksi makanan.

#### 4.4.1 Lembaga Pemasaran Kedelai

Lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan sistem pemasaran melalui pengembangan fungsi-fungsi aktivitas pemasaran. Berdasarkan penelitian, lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan kedelai di Kecamatan Rantau Rasau dapat dilihat pada Tabel 11 berikut ini.

**Tabel 11. Distribusi Lembaga Pemasaran di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| <b>Lembaga Pemasaran</b>     | <b>Jumlah pedagang<br/>(Orang)</b> | <b>Persentase<br/>(%)</b> |
|------------------------------|------------------------------------|---------------------------|
| Pedagang Pengumpul Desa      | 3                                  | 37,5%                     |
| Pedagang Pengumpul Kecamatan | 3                                  | 37,5%                     |
| Pedagang Besar Kabupaten     | 2                                  | 25%                       |
| <b>Jumlah</b>                | <b>8</b>                           | <b>100%</b>               |

*Sumber : Hasil Olahan Primer 2023*

Adapun jumlah tingkat lembaga pemasaran yang terlibat pada pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau sebagai berikut :

1. Pedagang pengumpul desa (PPD), merupakan pedagang perantara yang berdomisili di desa sebagai lokasi penelitian dan melakukan penjualan kedelai yang telah dibeli dari petani kepada tiga lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang

pengumpul kecamatan, pedagang besar kabupaten dan konsumen akhir yaitu industri tahu dan tempe.

2. Pedagang pengumpul kecamatan (PPK), merupakan lembaga pemasaran yang melakukan kegiatan pemasaran dengan fungsi pertukaran jual dan beli. Pedagang pengumpul kecamatan ini membeli hasil produksi biji kedelai dari pedagang pengumpul desa.

3. Pedagang besar kabupaten (PBK), merupakan lembaga pemasaran yang menjual secara langsung kedelai yang dibeli dari petani, pedagang pengumpul desa dan pedagang pengumpul kecamatan kepada konsumen akhir atau industri tahu dan tempe. Besaran harga yang diterima pedagang ini pada umumnya lebih besar dibanding dengan harga pada pedagang lain, karena pedagang besar memiliki akses langsung dengan pihak industri sehingga perkembangan informasi harga lebih cepat daripada lembaga lainnya.

4. Industri tahu dan tempe dalam penelitian merupakan pihak konsumen akhir dalam saluran pemasaran yang akan mengolah biji kedelai sebagai bahan baku produksi tahu dan tempe.

#### **4.4.2 Saluran Pemasaran Kedelai**

Pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau memiliki beberapa saluran yang melibatkan lembaga pemasaran seperti petani yang berperan sebagai produsen, Pedagang Pengumpul Desa (PPD), Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK), Pedagang Besar Kabupaten (PBK) dan Industri Tahu dan Tempe. Penjualan kedelai dari petani yaitu berupa biji kedelai yang telah melalui proses pengeringan dan perontokan biji dari batangnya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan dua saluran pemasaran kedelai yaitu:

1. Petani → Pedagang Besar Kabupaten → Industri Tahu dan Tempe
2. Petani → Pedagang Pengumpul Desa → Pedagang Pengumpul Kecamatan  
→ Pedagang Besar Kabupaten → Industri Tahu dan Tempe

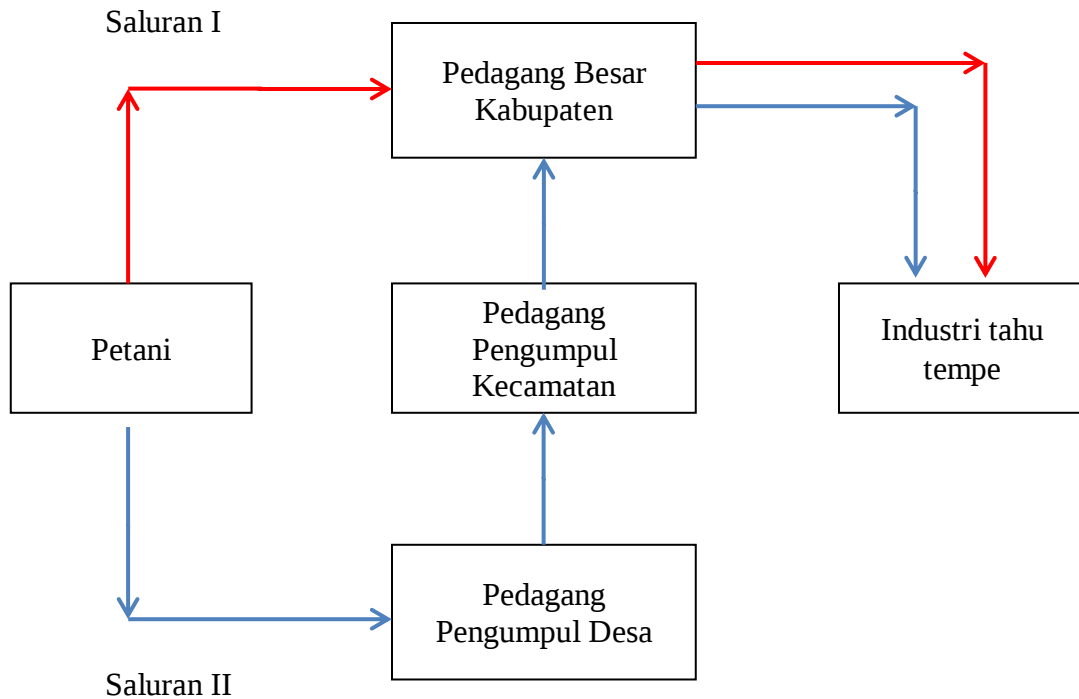
Saluran pemasaran II merupakan saluran yang paling banyak digunakan yaitu sebanyak 27 orang petani dengan persentase 64,3%, sedangkan saluran I digunakan petani yaitu sebanyak 15 orang atau 35,7% dari keseluruhan petani responden. Hal ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran II menjadi saluran yang pertama digunakan petani dalam memasarkan kedelai. Dapat dilihat pada Tabel 12 mengenai volume produksi kedelai pada satu musim tanam.

**Tabel 12. Produksi dan Harga Beli Kedelai Berdasarkan Saluran Pemasaran di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| Saluran       | Jumlah Petani (Orang) | Produksi Kedelai (Kg) | Harga Beli (Rp/Kg) |
|---------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| Saluran 1     | 15                    | 17.700                | 13.000             |
| Saluran 2     | 27                    | 30.800                | 15.000             |
| <b>Jumlah</b> | <b>42</b>             | <b>48.500</b>         | <b>28.000</b>      |

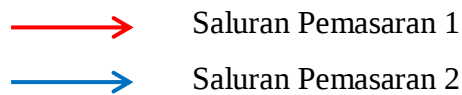
*Sumber : Hasil Olahan Primer 2023*

Tabel 12 dapat dilihat bahwa pada saluran I terdapat 15 orang petani dengan jumlah produksi 17.700 kg atau 36,5% dari total keseluruhan produksi kedelai. Sedangkan pada saluran II terdapat 27 orang petani dengan jumlah produksi mencapai 30.800 kg atau 63,5%. Saat dilapangan, petani yang menjual kedelai pada saluran pemasaran I atau II tidak bersifat permanen. Hal itu terjadi karena beberapa faktor yaitu dari harga yang ditawarkan oleh pedagang, cara pembelian dan lokasi jual beli menjadi pertimbangan petani dalam memilih saluran pemasaran. Skema saluran pemasaran kedelai di daerah penelitian disajikan pada Gambar 3 berikut ini.



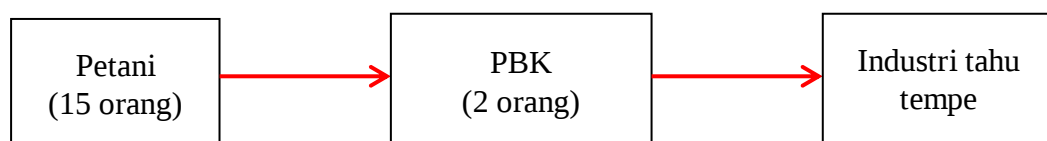
**Gambar 3. Saluran Pemasaran Kedelai Di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2023**

Keterangan :



#### 4.4.2.1 Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I ini digunakan oleh 15 petani kedelai atau 35,7% dari total petani responden. Pada saluran ini petani menjual kedelai kepada Pedagang Besar Kabupaten, dapat dilihat pada Gambar 4 berikut.

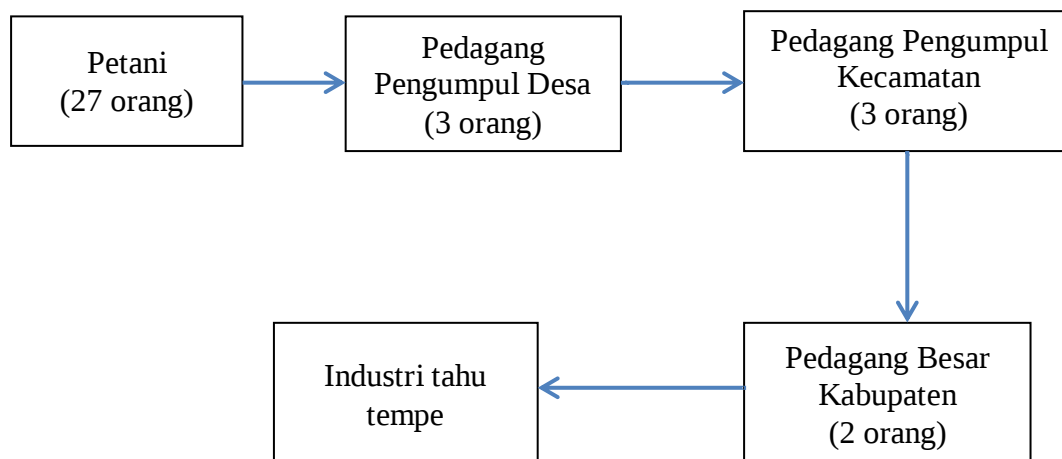


**Gambar 4. Saluran Pemasaran I**

Volume penjualan kedelai adalah berjumlah 17,7 ton/MT atau 17.700 kg/MT. Untuk transaksi dapat dilakukan dengan cara Pedagang Besar datang langsung kelokasi untuk menjemput kedelai atau petani yang mengantarkan ke pedagang besar tersebut dan biasanya jarang terjadi tawar-menawar karena sudah berlangganan. Harga jual dari petani ke pedagang besar sekitar Rp13.000 – Rp14.000/kg, dimana harga ini merupakan harga tertinggi yang diterima petani dibandingkan dengan saluran lain. Namun hanya beberapa petani yang memilih menjual langsung ke pedagang besar dengan mempertimbangkan beberapa hal seperti jarak tempuh dan akses atau kemudahan dalam menjual kepada pedagang besar. Untuk sistem pembayaran yang diterapkan yaitu sistem pembayaran tunai dan sudah menjadi kesepakatan antar kedua belah pihak.

#### **4.4.2.2 Saluran Pemasaran II**

Saluran ini menjadi saluran terpanjang dalam pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Saluran II ini digunakan oleh 27 orang petani atau 64,3% dari total petani responden. Petani akan menjual kedelai langsung kepada PPD, kemudian PPD menjualnya ke PPK dan selanjutnya akan dijual kembali ke PBK. Terakhir PBK akan menjualnya langsung kepada konsumen akhir yaitu industri tahu dan tempe. Kedelai tersebut biasanya akan langsung dijemput oleh PPD dari petani ataupun sebaliknya di karenakan jaraknya dekat dan kedelai yang terkumpul akan dijemput oleh PPK dan diantarkan kembali kepada pedagang kabupaten. Pedagang Besar Kabupaten akan mengirimkan ke lokasi industri agar diolah menjadi bahan makanan. Saluran pemasaran II dapat dilihat pada Gambar 5 berikut ini.



**Gambar 5. Saluran Pemasaran II**

Untuk penentuan harga ditingkat petani di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur ditentukan oleh pedagang berdasarkan informasi yang didapatkan dari harga pasaran yang ditetapkan pemerintah sehingga petani dan pedagang pengumpul lainnya menyesuaikan harga yang ada. Harga jual kedelai dari petani ke PPD adalah sebesar Rp9.500 - Rp10.000/kg, harga jual PPD sebesar Rp11.000-Rp11.500/kg dan untuk harga jual PPK sebesar Rp12.500 - Rp13.000/kg. Volume produksi kedelai yang dijual petani pada saluran ini yaitu 30,8 ton/MT atau 30.800 kg/MT.

#### **4.4.3 Fungsi - Fungsi Pemasaran Kedelai**

Fungsi pemasaran dapat dilihat berdasarkan kegiatan yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran untuk mempermudah dalam memasarkan kedelai hingga sampai ke konsumen akhir. Adapun fungsi-fungsi pemasaran menurut Asmarantaka (2014), meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Yang mana fungsi pertukaran merupakan aktivitas dalam perpindahan hak milik barang/jasa yang terdiri dari fungsi pembelian, penjualan dan fungsi

pengumpulan. Sedangkan fungsi fisik merupakan aktivitas penanganan, pergerakan dan perubahan fisik dari produk/jasa serta turunannya.

Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam sistem pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur antara lain petani, PPD, PPK dan Pedagang Besar. Dalam kegiatannya, pihak-pihak tersebut menjalankan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperlancar proses pendistribusian barang dan jasa. Fungsi-fungsi pemasaran lembaga pemasaran dapat dilihat pada Tabel 13 berikut ini.

**Tabel 13. Fungsi-Fungsi Pemasaran Pada Setiap Lembaga Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur**

| Saluran dan Lembaga pemasaran | Fungsi-fungsi Pemasaran |      |     |       |      |      |      |           |            |
|-------------------------------|-------------------------|------|-----|-------|------|------|------|-----------|------------|
|                               | Pertukaran              |      |     | Fisik |      |      |      | Fasilitas |            |
|                               | Jual                    | Beli | Akt | Pgr   | Simp | Sort | Risk | Biaya     | Info Pasar |
| <b>Saluran I</b>              |                         |      |     |       |      |      |      |           |            |
| Petani                        | √                       | -    | √   | √     | √    | √    | √    | -         | -          |
| PBK                           | √                       | √    | √   | √     | √    | √    | √    | √         | √          |
| Konsumen akhir                | √                       | √    | -   | -     | √    | √    | √    | √         | -          |
| <b>Saluran II</b>             |                         |      |     |       |      |      |      |           |            |
| <b>Petani</b>                 | √                       | -    | √   | √     | √    | √    | √    | -         | -          |
| PPD                           | √                       | √    | √   | -     | √    | -    | √    | √         | √          |
| PPK                           | √                       | √    | √   | -     | √    | √    | √    | √         | √          |
| PBK                           | √                       | √    | √   | -     | √    | √    | √    | √         | √          |
| Konsumen akhir                | √                       | √    | -   | -     | √    | √    | √    | √         | -          |

Sumber : Hasil Olahan Primer 2023

Keterangan :

√ : Fungsi Dijalankan

Simp : Simpan

- : Fungsi Tidak Dijalankan

Sort : Sortasi

Akt : Angkutan

Risk : Resiko

Pgr : Pengeringan

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan bahwa semua lembaga pemasaran melakukan fungsi pemasaran. Lembaga pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau dalam melakukan kegiatan penjualan yaitu petani, sedangkan lembaga pemasaran yang lain menjalankan kegiatan penjualan dan pembelian. Hal ini terjadi karena petani yang menjadi produsen kedelai untuk dijual kepada pembeli baik pada Pedagang Pengumpul Daerah (PPD), Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK), Pedagang Besar Kabupaten (PBK) hingga kepada konsumen akhir yaitu industri tahu dan tempe.

### **1. Fungsi Pemasaran Pedagang Pengumpul Desa**

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul desa yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yang dijalankan pedagang pengumpul terdiri dari pembelian dan penjualan. Pedagang pengumpul melakukan pembelian biji kedelai dari petani. Volume pembelian pedagang pengumpul sangat beragam mengingat proses penjemuran dan perontokan biji yang memerlukan waktu yang berbeda. Harga beli kedelai ditingkat PPD pada saat penelitian yaitu sebesar Rp9.500 - Rp10.000 per kg. Untuk cara pembayarannya dilakukan secara tunai. Fungsi penjualan yang dilaksanakan oleh PPD yaitu menjual kedelai kepada PPK sebagai pedagang yang di atasnya. Harga jual kedelai dari PPD ke PPK yaitu Rp11.000 – Rp11.500 per kg serta cara pembayarannya dilakukan secara tunai. Pada umumnya, PPD sedikit melakukan fungsi fisik karena PPD lebih berperan sebagai perantara dengan hanya membeli dari petani dan langsung menjual kembali ke pedagang di atasnya.

## **2. Fungsi Pemasaran Pedagang Pengumpul Kecamatan**

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul kecamatan yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yang dijalankan pedagang pengumpul terdiri dari pembelian dan penjualan. Pedagang pengumpul kecamatan (PPK) melakukan pembelian biji kedelai dari pedagang pengumpul desa (PPD). Harga beli kedelai ditingkat PPK yaitu sebesar Rp10.000 – Rp11.000 per kg. Untuk cara pembayarannya dilakukan secara tunai.

Fungsi fisik yang dilakukan PPK yaitu fungsi penyimpanan dan pengangkutan. Fungsi pengangkutan yang dilakukan adalah dengan menjemput kedelai ke tempat penjualnya. Sedangkan fungsi penyimpanan yang dilakukan dengan menyimpan kedelai digudang yang disediakan selanjutnya akan dijual ke pedagang kabupaten. Fungsi fasilitas yang dilaksanakan oleh PPK adalah fungsi sortasi dan informasi pasar. Pada umumnya pedagang kecamatan menggunakan modal sendiri dalam melaksanakan usahanya. Fungsi informasi pasar yang dilakukan PPK yaitu dengan memberikan informasi harga ke pedagang dibawahnya berdasarkan informasi yang didapatkan dari pedagang diatasnya.

## **3. Fungsi Pemasaran Pedagang Besar Kabupaten**

Pedagang Besar Kabupaten (PBK) merupakan pedagang yang memiliki peran yang cukup besar dalam sistem pemasaran karena berhubungan langsung dengan pihak industri. PBK melakukan berbagai fungsi dalam pemasaran kedelai yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh PBK yaitu meliputi penjualan dan pembelian biji kedelai. PBK membeli kedelai dari beberapa petani dan ada langsung ke petani. Biasanya harga beli kedelai oleh pedagang kabupaten yaitu sebesar Rp13.000 – Rp.14.000 per kg.

Fungsi fisik yang dilakukan oleh PBK yaitu fungsi pengangkutan dan penyimpanan. Fungsi pengangkutan yaitu PBK langsung menjemput kedelai ketempat pedagang dan petani. Kemudian mengantarkannya ke pihak industri yang dituju. Untuk fungsi penyimpanan yaitu kedelai yang sudah dibeli akan disimpan di gudang. Untuk fungsi fasilitas yang dilakukan yaitu fungsi sortasi dan informasi pasar. Modal yang digunakan oleh PBK biasanya modal sendiri dan bantuan berupa pinjaman. Untuk memudahkan penjualan maka PBK melakukan fungsi sortasi. Sedangkan fungsi informasi yang dilakukan adalah dengan memberikan informasi harga kepada pedagang dibawahnya dan petani berdasarkan informasi harga yang didapatkan ditingkat kabupaten.

#### **4.5 Analisis Efisiensi Kedelai dilihat dari Nilai Margin Pemasaran, *Farmer's Share* dan Rasio Keuntungan Terhadap Biaya**

Pemasaran yang efisien dapat dicapai apabila sistem pemasaran yang dijalankan mampu menyampaikan hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu memberi kepuasan kepada lembaga pemasaran yang ikut serta didalam proses pemasaran. Tujuan akhir yang ingin dicapai dalam proses pemasaran adalah efisiensi sistem pemasaran yang dapat memberikan kepuasan kepada seluruh pelaku yang terlibat dalam pemasaran seperti petani dan lembaga-lembaga pemasaran.

Efisiensi pemasaran kedelai dapat diukur dengan melihat nilai margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya pada masing-masing lembaga pemasaran di Kecamatan Rantau Rasau.

##### **4.5.1 Analisis Margin Pemasaran**

Margin pemasaran sebagai indikator yang digunakan dalam penentuan keefisienan pemasaran suatu produk. Margin pemasaran merupakan selisih harga

yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima petani. Margin pemasaran mencakup seluruh komponen biaya dan keuntungan pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam distribusi kedelai dari petani hingga ke tangan konsumen. Hasil perhitungan margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran kedelai di daerah penelitian disajikan dalam Tabel 14 berikut.

**Tabel 14. Perhitungan Margin Pemasaran Kedelai Di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2023**

| Lembaga Pemasaran                         | Saluran (Rp/kg) |              |
|-------------------------------------------|-----------------|--------------|
|                                           | I               | II           |
| <b>Petani</b>                             |                 |              |
| Harga Jual (Rp/kg)                        | 13.000          | 9.667        |
| <b>Pedagang Pengumpul Desa (PPD)</b>      |                 |              |
| Harga Beli (Rp/kg)                        | -               | 9.667        |
| Biaya Pemasaran (Rp/kg)                   | -               | 369          |
| Keuntungan (Rp/kg)                        | -               | 1.075        |
| Harga jual (Rp/kg)                        | -               | 11.111       |
| Margin Pemasaran (Rp/kg)                  | -               | 1.444        |
| <b>Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK)</b> |                 |              |
| Harga Beli (Rp/kg)                        | -               | 11.111       |
| Biaya Pemasaran (Rp/kg)                   | -               | 667          |
| Keuntungan (Rp/Kg)                        | -               | 1.018        |
| Harga Jual (Rp/Kg)                        | -               | 12.796       |
| Margin Pemasaran (Rp/kg)                  | -               | 1.685        |
| <b>Pedagang Besar Kabupaten (PBK)</b>     |                 |              |
| Harga Beli (Rp/kg)                        | 13.000          | 12.796       |
| Biaya Pemasaran (Rp/kg)                   | 707             | 578          |
| Keuntungan (Rp/kg)                        | 1.059           | 1.626        |
| Harga jual (Rp/kg)                        | 14.766          | 15.000       |
| Margin Pemasaran(Rp/Kg)                   | 1.766           | 2.204        |
| <b>Konsumen Akhir</b>                     |                 |              |
| Harga Beli (Rp/kg)                        | 14.766          | 15.000       |
| <b>Total Biaya (Rp/kg)</b>                | <b>707</b>      | <b>1.614</b> |
| <b>Total Keuntungan (Rp/kg)</b>           | <b>1.059</b>    | <b>3.719</b> |
| <b>Total Margin (Rp/kg)</b>               | <b>1.766</b>    | <b>5.333</b> |
| <b>Persentasi Total Margin (%)</b>        | <b>12</b>       | <b>36</b>    |

Sumber : Hasil Olahan Primer 2023

Pada Tabel 14 menunjukkan bahwa masing-masing saluran yang terbentuk memiliki harga jual dan harga beli, biaya pemasaran yang dikeluarkan, keuntungan yang diperoleh dan nilai margin pemasaran setiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran kedelai. Hasil perhitungan margin pemasaran dari kedua saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur menunjukkan bahwa saluran pemasaran II memiliki nilai margin paling besar yaitu Rp5.333 per kilogram dengan jumlah persentase margin total yaitu sebesar 36%. Untuk saluran pemasaran I memiliki nilai margin sebesar Rp1.766 per kilogram dengan jumlah persentase margin total yaitu sebesar 12%. Saluran pemasaran I dikatakan efisien karena memenuhi kriteria sedangkan saluran pemasaran II dikatakan kurang efisien jika dilihat berdasarkan persentase total margin. Perbedaan jumlah total margin pemasaran dapat terjadi dalam kedua saluran pemasaran karena telah melalui beberapa lembaga pemasaran yang berbeda sehingga akan menimbulkan harga, biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh tentu akan berbeda pula hingga sampai ke lembaga pemasaran yang terakhir.

#### **4.5.2 Analisis *Farmer's Share***

*Farmer's share* merupakan nilai perbandingan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan pada tingkat konsumen akhir. Nilai *farmer's share* dan margin pemasaran tergantung dari upaya yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran untuk memberikan penambahan nilai pada komoditas kedelai yang dipasarkan sehingga hasil yang didapatkan sesuai dengan keinginan konsumen. Persentase *farmer's share* yang tinggi menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima petani lebih tinggi dibandingkan lembaga pemasaran lain

dalam satu saluran pemasaran. Nilai *farmer's share* dari pemasaran kedelai di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 15 berikut.

**Tabel 15. Nilai *Farmer's Share* Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Tahun 2023**

| Saluran Pemasaran | Harga Kedelai Ditingkat Petani (Rp/kg) | Harga Ditingkat Konsumen Akhir (Rp/kg) | <i>Farmer's Share</i> (%) |
|-------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------|
| I                 | 13.000                                 | 14.766                                 | 88,04                     |
| II                | 9.667                                  | 15.000                                 | 64,44                     |
| <b>Jumlah</b>     | <b>22.667</b>                          | <b>29.766</b>                          | <b>144,48</b>             |

Sumber : Hasil Olahan Primer 2023

Tabel 15 menunjukkan bahwa saluran pemasaran I dan II memiliki nilai *farmer's share* lebih besar dari 50% yang artinya petani mendapatkan bagian harga yang lebih besar dibanding dengan lembaga pemasaran sehingga dapat dikatakan efisien. Namun saluran pemasaran I memiliki nilai *farmer share* lebih tinggi yaitu 24% dibanding dengan saluran pemasaran II. Dimana nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran I adalah 88,04% sedangkan saluran pemasaran II memiliki nilai *farmer's share* sebesar 64,44%. Hal tersebut terjadi karena harga ditingkat konsumen akhir pada saluran I relatif lebih rendah dibanding dengan saluran II. Selain itu lebih rendahnya margin yang terjadi pada saluran I juga membuat nilai *farmer's share* pada saluran I lebih tinggi dibandingkan dengan saluran II.

#### 4.5.3 Analisis Rasio Keuntungan Terhadap Biaya

Efisiensi pemasaran dapat dilihat dari besarnya rasio keuntungan untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh terhadap biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh masing masing lembaga pemasaran. Sehingga dapat dilihat tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran dari penyebaran rasio keuntungan, biaya, dan margin pemasaran terhadap biaya pemasaran. Sistem pemasaran dikatakan efisien

apabila  $\pi/c$  lebih dari satu ( $\frac{\pi}{c} > 1$ ) maka usaha tersebut efisien dan apabila  $\pi/c$  kurang dari satu ( $\frac{\pi}{c} < 1$ ) maka usaha tersebut tidak efisien. Untuk nilai rasio keuntungan dan biaya pemasaran kedelai didaerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 16 berikut.

**Tabel 16. Nilai Rasio Keuntungan dan Biaya Pada Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2023**

| Lembaga Pemasaran                         | Saluran Pemasaran |              |
|-------------------------------------------|-------------------|--------------|
|                                           | I                 | II           |
| <b>Pedagang Pengumpul Desa (PPD)</b>      |                   |              |
| Keuntungan ( $\pi$ ) (Rp/kg)              | -                 | 1.075        |
| Biaya (C) (Rp/kg)                         | -                 | 369          |
| Rasio $\pi/C$ (Rp/kg)                     | -                 | 2,91         |
| <b>Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK)</b> |                   |              |
| Keuntungan ( $\pi$ ) (Rp/kg)              | -                 | 1.018        |
| Biaya (C) (Rp/kg)                         | -                 | 667          |
| Rasio $\pi/C$ (Rp/kg)                     | -                 | 1,53         |
| <b>Pedagang Besar Kabupaten (PBK)</b>     |                   |              |
| Keuntungan ( $\pi$ ) (Rp/Kg)              | 1.059             | 1.626        |
| Biaya (C) (Rp/Kg)                         | 707               | 578          |
| Rasio $\pi/C$ (Rp/Kg)                     | 1,50              | 2,81         |
| <b>Total Keuntungan (Rp/Kg)</b>           | <b>1.059</b>      | <b>3.719</b> |
| <b>Total Biaya (Rp/Kg)</b>                | <b>707</b>        | <b>1.614</b> |
| <b>Total <math>\pi/C</math> (Rp/Kg)</b>   | <b>150</b>        | <b>230</b>   |

Sumber : Hasil Olahan Primer 2023

Pada Tabel 16 menunjukkan bahwa semua lembaga pemasaran dari saluran I hingga saluran pemasaran II memiliki nilai  $\frac{\pi}{c} > 1$  yang artinya kegiatan saluran pemasaran kedelai yang dilakukan oleh lembaga pada masing-masing saluran dapat memberikan keuntungan. Dapat dilihat juga pada tabel bahwa nilai rasio keuntungan terhadap biaya pada saluran pemasaran II lebih tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran I yaitu hanya sebesar Rp230 per kilogram. Artinya setiap satuan biaya yang dikeluarkan, maka lembaga pemasaran akan memperoleh keuntungan sebesar Rp230 per kilogram. Sedangkan untuk saluran pemasaran I

menjadi saluran pemasaran dengan nilai rasio keuntungan dan biaya yang sedikit lebih rendah dibanding saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp150 per kilogram. Artinya setiap satuan biaya yang dikeluarkan, maka lembaga pemasaran akan memperoleh keuntungan sebesar Rp150 per kilogram. Hal tersebut terjadi karena saluran pemasaran II memiliki nilai total keuntungan yang lebih tinggi dibanding saluran pemasaran I.

#### **4.5.4. Efisiensi Pemasaran**

Pemasaran yang efisien dapat dicapai apa bila sistem pemasaran yang dijalankan mampu menyampaikan hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu memberikan kepuasan kepada lembaga pemasaran yang ikut serta dalam proses pemasaran. Efisiensi sistem pemasaran dapat diketahui dari beberapa indikator seperti sebaran margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan dan biaya (Jujur, 2021).

Tujuan akhir yang ingin dicapai dalam proses pemasaran adalah efisiensi sistem pemasaran yang dapat memberikan kepuasan kepada seluruh pelaku yang terlibat dalam pemasaran. Ukuran dari efisiensi salah kepuasan dari konsumen, petani, maupun lembaga lembaga pemasaran yang terlibat di dalam kegiatan pendistribusian kedelai dari petani sampai ke konsumen akhir. Efisiensi pemasaran dapat diukur dengan melihat nilai margin, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya serta pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat.

Berdasarkan analisis pada distribusi pemasaran kedelai di daerah penelitian didapat hasil gambaran pemasaran dan nilai efisiensi pemasaran. Gambaran pemasaran menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran dengan hasil analisis

efisiensi meliputi margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya yang dapat dilihat pada Tabel 17 berikut.

**Tabel 17. Rekapitulasi Nilai Indikator Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2023**

| Indikator Nilai Efisiensi Pemasaran | Saluran I | Saluran II |
|-------------------------------------|-----------|------------|
| Harga Ditingkat Petani (Rp/kg)      | 13.000    | 9.667      |
| Harga Ditingkat Konsumen (Rp/kg)    | 14.766    | 15.000     |
| Biaya (Rp/kg)                       | 707       | 1.614      |
| Keuntungan (Rp/kg)                  | 1.059     | 3.719      |
| Margin (Rp/kg)                      | 1.766     | 5.333      |
| <i>Farmer's Share (%)</i>           | 88,04     | 64,44      |
| Rasio $\pi / C$ (Rp/Kg)             | 150       | 230        |

Sumber : Hasil Olahan Primer 2023

Tabel 17 menunjukkan bahwa nilai efisiensi pemasaran dapat dilihat dari margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya yang dikeluarkan dalam saluran pemasaran, dimana dikatakan efisien apabila :

1. Saluran pemasaran memiliki nilai total margin 0 – 33%.
2. Saluran pemasaran memiliki nilai *farmer's share* yang sama dengan atau lebih dari 50%.
3. Saluran pemasaran memiliki nilai rasio keuntungan terhadap biaya lebih dari satu dan lebih tinggi dibanding saluran pemasaran yang lain untuk komoditas yang sama (Asmarantaka, 2014).

Dari indikator diatas maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran kedelai yang berada di Kecamatan Rantau Rasau merupakan saluran yang efisien karena keduanya memiliki nilai *farmer's share* diatas 50%. Selain itu nilai rasio keuntungan terhadap biaya dari masing-masing saluran juga memiliki nilai lebih dari satu. Tetapi jika dilihat dari sisi margin pemasaran, saluran pemasaran I

dikatakan efisien dibandingkan saluran pemasaran II karena memiliki nilai margin yang lebih rendah dan persentasi total margin sebesar 12% sedangkan pada saluran pemasaran II sebesar 36% (Tabel 14).

Jika membandingkan keduanya maka saluran pemasaran I merupakan saluran yang lebih efisien karena memiliki nilai *farmer's share* sebesar 88,04% dimana nilai tersebut cukup lebih tinggi dibanding dengan saluran pemasaran II yang hanya 64,44%. Sedangkan dari sisi margin pemasaran, saluran pemasaran I memiliki nilai margin yang relatif lebih rendah yaitu Rp1.766/kg dibanding dengan saluran pemasaran II yang memiliki nilai margin pemasaran mencapai Rp5.333/kg. Meski dari sisi rasio keuntungan terhadap biaya saluran pemasaran I sedikit lebih rendah dari saluran pemasaran II, yaitu hanya mampu memberikan nilai keuntungan sebesar Rp150/kg terhadap satu rupiah biaya yang dikeluarkan.

Berdasarkan hasil penelitian, kedua saluran pemasaran yang berada di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur sama-sama memberikan keuntungan. Namun secara ekonomis saluran pemasaran I menjadi yang lebih efisien dibanding saluran pemasaran II. Hal tersebut disebabkan karena semakin rendahnya margin pemasaran, maka semakin tingginya bagian harga yang diterima oleh petani dan semakin pendeknya saluran pemasaran maka akan semakin efisien. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Rahim, Husaini, and Yulianti 2020), dengan judul penelitian “Analisis Pemasaran Kedelai (*Glycine Max*) di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan. Menyatakan bahwa semakin tinggi margin pemasaran pada sebuah saluran pemasaran, maka akan membuat nilai *farmer's share* semakin rendah. Sebaliknya

jika nilai margin pemasaran rendah dari saluran lain maka akan membuat nilai *farmer's share* semakin tinggi.

#### **4.6 Implikasi Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran umum pemasaran kedelai dan efisiensi pemasaran berdasarkan nilai margin, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya yang diterima pada masing-masing saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Penelitian ini berfokus pada kedelai dalam bentuk biji yang dibeli dari petani dan dijual kembali pada pedagang besar dan industri tahu dan tempe yang berada di Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran mana yang lebih efisien jika dilihat dari margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya. Berdasarkan hasil penelitian, kedua saluran pemasaran yang ada dilokasi penelitian sama-sama memberikan keuntungan. Namun secara ekonomis saluran pemasaran I menjadi yang lebih efisien dibanding saluran pemasaran II. Hal tersebut dikarenakan semakin rendahnya margin pemasaran dibandingkan saluran lain, maka semakin tinggi bagian harga yang diterima oleh petani dan semakin pendeknya saluran pemasaran maka akan semakin efisien.

Namun ada keterbatasan dalam saluran pemasaran I yaitu nilai rasio keuntungan terhadap biaya yang masih lebih rendah dibandingkan saluran pemasaran II. Oleh karena itu, petani memerlukan penguatan pada fungsi kelompok tani dan peran pemerintah Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur agar petani memiliki informasi pasar mengenai pemasaran kedelai sehingga petani memperoleh keuntungan yang lebih maksimal.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur diperoleh kesimpulan:

1. Pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau memiliki beberapa saluran yang melibatkan lembaga pemasaran seperti petani yang berperan sebagai produsen, Pedagang Pengumpul Desa (PPD), Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK), Pedagang Besar Kabupaten (PBK) dan Industri Tahu dan Tempe. Penjualan kedelai dari petani yaitu berupa biji kedelai yang telah melalui proses pengeringan dan perontokan biji dari batangnya. Saluran pemasaran I yaitu Petani - Pedagang Besar Kabupaten - Industri Tahu dan Tempe. Untuk saluran pemasaran II yaitu terdiri dari Petani - Pedagang Pengumpul Desa - Pedagang Pengumpul Kecamatan - Pedagang Besar Kabupaten - Industri Tahu dan Tempe.
2. Berdasarkan efisiensi pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur, kedua saluran pemasaran yang ada dilokasi penelitian sama-sama memberikan keuntungan. Namun secara ekonomis saluran pemasaran I menjadi yang lebih efisien dibanding saluran pemasaran II dilihat dari nilai margin dan *farmer's share*. Hal tersebut dikarenakan semakin rendahnya margin pemasaran, maka semakin tingginya bagian harga yang diterima oleh petani dan semakin pendeknya saluran pemasaran maka akan semakin efisien.

## 5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur diharapkan petani dapat memilih saluran yang relatif efisien dibandingkan saluran II. Saluran pemasaran I dapat dipilih oleh petani sebagai alternatif saluran pemasaran karena memberikan bagian harga yang lebih tinggi.
2. Peran pemerintah dan penyuluh pertanian sangat diperlukan untuk membantu petani dalam meningkatkan kualitas pemasaran melalui pembentukan lembaga yang dapat memberi bantuan berupa modal dan ilmu untuk cara berusahatani kedelai yang baik. Dapat berupa penguatan kelompok tani, koperasi atau badan usaha lainnya serta adanya informasi perkembangan harga pada tingkat konsumen yang dapat diakses oleh setiap petani ataupun per kelompok petani.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. 2015. Saluran Pemasaran dan Efisiensi Biaya Serta Pendapatan Usahatani Tembakau Terhadap Kontribusi Pendapatan Keluarga di Desa Brani Kulon Probolinggo. *Skripsi*: Universitas Jember. Jember.
- Asmarantaka, R. W. 2014. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Departemen Agribisnis FEM- IPB. Bogor.
- Anindita. 2014. Pemasaran Produk Pertanian. Papyrus. Surabaya.
- Atman. 2014. Produksi Kedelai; Strategi Meningkatkan Produksi Kedelai Melalui PTT. Yogyakarta.
- Aziz, S. 2016. Analisis Saluran Pemasaran Kripik Ubi Kayu (Studi Kasus pada Perusahaan Jaya Sari di Desa Selamanik Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis. *Jurnal Agroinfo Galuh*, 2(2) : 125 - 130.
- Balai Penyuluh Pertanian. 2022. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Kedelai Kelurahan/Desa di Kecamatan Rantau Rasau Tahun 2021. Tanjung Jabung Timur.
- Charisma, A. Y. 2017. “Analisis Pemasaran Padi Sawah Di Kabupaten Sleman.” *Jurnal Agritas* 1(1): 1–9.
- Darus, D. 2018. “Analisis Pemasaran Padi Sawah Di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu.” *Jurnal Agribisnis* 20(1): 1–10.
- Daryanto, A., Sahara, dan Pipin, K. 2020. *Tata Niaga Pertanian (Edisi Ketiga)*. Universitas Terbuka. Banten.
- Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jambi. 2022. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Kedelai Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jambi. Jambi.
- Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Tanjung Jabung Timur. 2022. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Kedelai Menurut Kecamatan di Tanjung Jabung Timur. Jambi.
- Fatima, U., Ratya A., dan Condro P. N. 2022. “Analisis Efisiensi Pemasaran Gabah Di Desa Randuharjo, Kecamatan Pungging, Kabupaten Mojokerto.” *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 6(3): 840.
- Fatmawati, F. 2021. “Analisis Efisiensi Dan Margin Pemasaran Kedelai (Glycine Max) Di Kecamatan Taluditi Kabupaten Pohuwato.” *Gorontalo Agriculture Technology Journal* 4(1): 22.
- Fauziah, Nurul, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Universitas Borneo Tarakan. 2021. “Analisis Saluran Pemasaran Komoditas Ubi Kayu

(Manihot Esculenta) Di Kota Tarakan.”

Fiona, Y., Soetoro S., dan Noormansyah, Z. 2017. “Analisis Pemasaran Kedelai.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh* 1(2): 137-142.

Gunawan, C. I., Karunia S. S., dan Anung P. N. 2020. *Sosial Ekonomi Pertanian: Suatu Pengantar*.

Hartitiningtias, C. D. 2015. “Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai Di Kabupaten Grobogan.” *Agrista* 3(2): 63–70.

Jujur, E. 2021. *Analisis Efisiensi Pemasaran Kentang di Kecamatan Gunung Tujuh Kabupaten Kerinci*. Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Jambi.

Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2020. Outlook Kedelai Tahun 2020. Diunduh dari [https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/OUTLOOK KEDELAI\\_2020.pdf](https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/OUTLOOK KEDELAI_2020.pdf) (diakses pada 28 Juli 2023).

Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2022. “Analisis PDB Sektor Pertanian Tahun 2022 Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian 2022.” *Kementrian Pertanian RI*: 1–53.

Kotler, P. dan Amstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*. Erlangga. Jakarta.

Marwoto H. 2013. *Budidaya Tanaman Palawija (Jagung, Kacang Tanah Dan Kedelai)*. Marago Borneo Tarigas PT. Kalimantan Barat.

Muniroh, P. R. A., Kustopo B., dan Mukson, M. 2022. “Analisis Efisiensi Pemasaran Kentang Di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang.” *Mediagro* 123(2): 123–35.

Rahim, Abdur, Husaini, dan Mira Yulianti. 2020. “Analisis Pemasaran Kedelai (Glycine Max) Di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan.” *Frontier Agribisnis* 4(3): 82–90.

Soepanto, Achmad. 2008. “Produksi Kedelai Di Daerah Produsen Dan Rantai Pemasarannya.” *jurnal pangan* 17.

Sitorus, M. L. 2019. *Analisis Tataniaga Salak (Studi Kasus di Desa Kutambaru, Kec Tiganderket, Kab Karo)*. Skripsi: Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. Medan.

Sudarma. 2013. *Pembibitan Palawija dan Hortikultura*. Bola Bintang Publishing. Klaten.

Sudarsono, H. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi. Surabaya.

Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukino. 2013. *Pembangunan Pertanian dengan Pemberdayaan Masyarakat Tani*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Suminartika, E., dan Iin D. 2017. “Efisiensi Pemasaran Beras Di Kabupaten Ciamis Dan Jawabarat.” *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 3(1): 13.
- Suryadewi, A. D., Endang S. R., dan Setyowati. 2018. “Efisiensi Pemasaran Jagung Di Kabupaten Sragen.” *Jurnal Agrista* 6(1): 17–25.
- Taufik. 2020. Analisis Pemasaran beras di Desa Laantulaya Jaya Kecamatan Wita Ponda Kabupaten Morowali. *Agrotekbis* 8 (4), : 829 - 835.
- Wahyuni, Ira, Ardhiyan Saputra, dan Endy Effran. 2021. *Performance of Supply Chain of Arabica Coffee in Kerinci Regency Jambi Province Indonesia*.

## LAMPIRAN

**Lampiran 1. Luas Panen, Produksi, Produktivitas dan Jumlah Petani Kedelai Menurut Kelurahan/Desa di Kecamatan Rantau Rasau Tahun 2021**

| No.           | Kelurahan/Desa  | Luas Panen (ha) | Produksi (ton) | Produktivitas (ton/ha) | Jumlah Petani |
|---------------|-----------------|-----------------|----------------|------------------------|---------------|
| 1.            | Bandar Jaya     | 20              | 1,2            | 0,060                  | 50            |
| 2.            | Marga Mulia     | 23              | 1,4            | 0,061                  | 43            |
| 3.            | Harapan Makmur  | 25              | 1,3            | 0,052                  | 32            |
| 4.            | Bangun Karya    | -               | -              | -                      | 15            |
| 5.            | Karya Bhakti    | -               | -              | -                      | 15            |
| 6.            | Pematang Mayan  | -               | -              | -                      | -             |
| 7.            | Tri Mulya       | -               | -              | -                      | -             |
| 8.            | Rantau Jaya     | -               | -              | -                      | -             |
| 9.            | Rantau Rasau I  | -               | -              | -                      | -             |
| 10.           | Rantau Rasau II | -               | -              | -                      | -             |
| 11.           | Sungai Dusun    | -               | -              | -                      | -             |
| <b>Jumlah</b> |                 | <b>68</b>       | <b>3,9</b>     | <b>0,057</b>           | <b>155</b>    |

*Sumber : BPP Kecamatan Rantau Rasau, 2022*

**Lampiran 2. Identitas Petani Sampel Penelitian Tahun 2023**

| No. | Nama Petani       | Alamat      | Umur<br>(Tahun) | Jenis<br>Kelamin<br>(L/P) | Tingkat<br>Pendidikan | Pengalaman<br>berusahatani<br>(Tahun) | Luas<br>Lahan<br>(Ha) | Produksi<br>(Ton) | Status<br>Kepemilikan<br>Lahan | Tujuan<br>Penjualan |
|-----|-------------------|-------------|-----------------|---------------------------|-----------------------|---------------------------------------|-----------------------|-------------------|--------------------------------|---------------------|
| 1   | Nadiso            | Bandar Jaya | 46              | P                         | SMP                   | 5                                     | 1                     | 1                 | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 2   | Aten Sumanto      | Bandar Jaya | 44              | P                         | SMP                   | 5                                     | 1.2                   | 1.2               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 3   | Sutirman          | Bandar Jaya | 51              | L                         | SD                    | 8                                     | 1.4                   | 1.2               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 4   | Ngadino           | Bandar Jaya | 47              | L                         | SD                    | 8                                     | 1.4                   | 1.3               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 5   | Sriyanto          | Bandar Jaya | 39              | L                         | SMP                   | 3                                     | 1.2                   | 1.1               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 6   | Ruhyanto<br>Nadan | Bandar Jaya | 42              | L                         | SMP                   | 5                                     | 1                     | 1                 | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 7   | Heriyanto         | Bandar Jaya | 36              | L                         | SMA                   | 5                                     | 1                     | 1.1               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 8   | Ali Markunus      | Bandar Jaya | 37              | L                         | SMP                   | 3                                     | 1                     | 1.2               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 9   | Aminoto           | Bandar Jaya | 55              | L                         | SD                    | 11                                    | 1                     | 1                 | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 10  | Sutiman           | Bandar Jaya | 59              | L                         | SD                    | 17                                    | 1.7                   | 1.3               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 11  | Rasid             | Bandar Jaya | 41              | P                         | SMP                   | 5                                     | 1                     | 1                 | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 12  | Edi Purwanto      | Bandar Jaya | 36              | L                         | SMA                   | 5                                     | 1                     | 1.2               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 13  | Ngadiso           | Bandar Jaya | 48              | L                         | SD                    | 10                                    | 2                     | 1.3               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 14  | Hendarsono        | Bandar Jaya | 52              | L                         | SD                    | 13                                    | 1.2                   | 1                 | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 15  | Nuryadi           | Bandar Jaya | 44              | L                         | SMA                   | 9                                     | 1                     | 1                 | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 16  | Sahri             | Bandar Jaya | 40              | L                         | SD                    | 6                                     | 1.2                   | 1.2               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 17  | Srihadi           | Bandar Jaya | 57              | L                         | SD                    | 20                                    | 1                     | 1.1               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 18  | Albar Bafadhal    | Marga Mulia | 57              | L                         | SD                    | 21                                    | 2                     | 1.4               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 19  | Rian              | Marga Mulia | 43              | L                         | SMA                   | 7                                     | 1                     | 1.1               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 20  | Budi Ngadiyo      | Marga Mulia | 42              | L                         | SMA                   | 7                                     | 1                     | 1                 | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 21  | Sukatno           | Marga Mulia | 54              | L                         | SD                    | 10                                    | 1.2                   | 1                 | Milik sendiri                  | PPD                 |

**Lampiran 2. Lanjutan**

| No. | Nama Petani     | Alamat         | Umur<br>(Tahun) | Jenis<br>Kelamin<br>(L/P) | Tingkat<br>Pendidikan | Pengalaman<br>berusahatani<br>(Tahun) | Luas<br>Lahan<br>(Ha) | Produksi<br>(Ton) | Status<br>Kepemilikan<br>Lahan | Tujuan<br>Penjualan |
|-----|-----------------|----------------|-----------------|---------------------------|-----------------------|---------------------------------------|-----------------------|-------------------|--------------------------------|---------------------|
| 22  | Agus Saidil Ali | Marga Mulia    | 53              | L                         | SD                    | 11                                    | 1                     | 1.1               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 23  | Buyani          | Marga Mulia    | 57              | L                         | SD                    | 15                                    | 1.4                   | 1.1               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 24  | Firdaus         | Marga Mulia    | 56              | L                         | SD                    | 25                                    | 1.9                   | 1.3               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 25  | Paimin          | Marga Mulia    | 67              | L                         | SD                    | 25                                    | 1.7                   | 1.3               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 26  | Kiswanto        | Marga Mulia    | 43              | L                         | SMP                   | 15                                    | 1.4                   | 1.2               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 27  | Tobroni         | Marga Mulia    | 62              | L                         | SD                    | 23                                    | 1                     | 1                 | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 28  | Tardi           | Marga Mulia    | 48              | L                         | SD                    | 13                                    | 1.2                   | 1.2               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 29  | Sugimen         | Marga Mulia    | 65              | L                         | SD                    | 30                                    | 1.2                   | 1.2               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 30  | Mulyono         | Marga Mulia    | 66              | L                         | SD                    | 30                                    | 1                     | 1.1               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 31  | Towil Imron     | Marga Mulia    | 36              | L                         | SMA                   | 6                                     | 1                     | 1.2               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 32  | Sumarno         | Harapan Makmur | 39              | L                         | SMP                   | 5                                     | 2                     | 1.4               | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 33  | Rohimat         | Harapan Makmur | 43              | L                         | SD                    | 8                                     | 1                     | 1.2               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 34  | Nanto           | Harapan Makmur | 36              | L                         | SMA                   | 3                                     | 1                     | 1                 | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 35  | Dedi            | Harapan Makmur | 42              | L                         | SMP                   | 7                                     | 1.9                   | 1.3               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 36  | Yaya            | Harapan Makmur | 46              | L                         | SMP                   | 7                                     | 2                     | 1.6               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 37  | Darjo           | Harapan Makmur | 56              | L                         | SD                    | 17                                    | 1.4                   | 1.2               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 38  | Sobirin         | Harapan Makmur | 41              | L                         | SMP                   | 3                                     | 1                     | 1.1               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 39  | Ahmad           | Harapan Makmur | 37              | L                         | SMA                   | 2                                     | 1                     | 1                 | Milik sendiri                  | PBK                 |
| 40  | Sukirno         | Harapan Makmur | 57              | L                         | SD                    | 5                                     | 1.2                   | 1.1               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 41  | Kateno          | Harapan Makmur | 55              | L                         | SD                    | 13                                    | 1                     | 1.1               | Milik sendiri                  | PPD                 |
| 42  | Kartono         | Harapan Makmur | 60              | L                         | SD                    | 20                                    | 1.4                   | 1.1               | Milik sendiri                  | PPD                 |

Sumber : Hasil Olahan Primer 2023

**Lampiran 3. Identitas Pedagang Sampel di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| Pedagang  |           | Jenis Kelamin (L/P) | Umur (Tahun) | Tingkat Pendidikan | Lama Berdagang | Volume Pembelian (Ton) | Harga Beli (Rp/Kg) | Harga Jual (Rp/Kg) |
|-----------|-----------|---------------------|--------------|--------------------|----------------|------------------------|--------------------|--------------------|
| Nama      | Pekerjaan |                     |              |                    |                |                        |                    |                    |
| Ardi      | PBK       | L                   | 38           | SMA                | 5              | 15                     | 13,000             | 15,000             |
| Suseno    | PPD       | L                   | 57           | SD                 | 7              | 5                      | 9,500              | 11,000             |
| Saparudin | PPK       | L                   | 42           | SMA                | 3              | 7                      | 11,000             | 13,000             |
| Ishak     | PPK       | L                   | 44           | SMP                | 4              | 11                     | 10,000             | 12,500             |
| Sofiyan   | PPK       | L                   | 45           | SMA                | 4              | 15                     | 10,000             | 12,500             |
| Narudin   | PPD       | L                   | 45           | SMA                | 2              | 8                      | 9,500              | 11,000             |
| Sasyanto  | PBK       | L                   | 35           | SARJANA            | 3              | 10,3                   | 13,000             | 15,000             |
| Edi       | PPD       | L                   | 50           | SMP                | 6              | 5                      | 9,500              | 11,000             |

*Sumber : Hasil Olahan Primer 2023*

**Lampiran 4. Biaya Pemasaran Setiap Petani Pada Lembaga dan Saluran Pemasaran I di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| No. | Nama Petani     | Komponen Biaya |     |      |      | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) |
|-----|-----------------|----------------|-----|------|------|-------------------------------|
|     |                 | Pgsn           | BM  | Sort | Pgkt |                               |
| 1   | Aten Sumanto    | 175            | 220 | 160  | 175  | <b>730</b>                    |
| 2   | Sriyanto        | 190            | 220 | 180  | 230  | <b>820</b>                    |
| 3   | Ali Markunus    | 190            | 210 | 175  | 200  | <b>775</b>                    |
| 4   | Rasid           | 200            | 220 | 180  | 225  | <b>825</b>                    |
| 5   | Edi Purwanto    | 180            | 210 | 160  | 175  | <b>725</b>                    |
| 6   | Ngadiso         | 210            | 240 | 190  | 253  | <b>893</b>                    |
| 7   | Nuryadi         | 220            | 230 | 185  | 220  | <b>855</b>                    |
| 8   | Albar Bafadha   | 150            | 160 | 125  | 140  | <b>575</b>                    |
| 9   | Agus Saidil Ali | 200            | 200 | 185  | 210  | <b>795</b>                    |
| 10  | Buyani          | 200            | 250 | 195  | 200  | <b>845</b>                    |
| 11  | Paimin          | 160            | 189 | 150  | 180  | <b>679</b>                    |
| 12  | Sugimen         | 190            | 210 | 185  | 190  | <b>775</b>                    |
| 13  | Towil Imron     | 150            | 160 | 125  | 140  | <b>575</b>                    |
| 14  | Sumarno         | 170            | 190 | 150  | 180  | <b>690</b>                    |
| 15  | Ahmad           | 200            | 220 | 180  | 225  | <b>825</b>                    |

*Sumber : Hasil Olahan Primer 2023*

**Lampiran 5. Biaya Pemasaran Setiap Petani Pada Lembaga dan Saluran Pemasaran II di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| No. | Nama Petani     | Komponen Biaya PPD |     |      |      | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) | Komponen Biaya PPK |     |      |      | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) | Komponen Biaya PBK |     |      |      | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) |
|-----|-----------------|--------------------|-----|------|------|-------------------------------|--------------------|-----|------|------|-------------------------------|--------------------|-----|------|------|-------------------------------|
|     |                 | Pgsn               | BM  | Sort | Pgkt |                               | Pgsn               | BM  | Sort | Pgkt |                               | Pgsn               | BM  | Sort | Pgkt |                               |
| 1   | Nadiso          | 120                | 180 | 0    | 200  | 500                           | 115                | 160 | 150  | 210  | 635                           | 100                | 140 | 110  | 150  | 500                           |
| 2   | Sutirman        | 120                | 180 | 0    | 200  | 500                           | 115                | 140 | 100  | 200  | 555                           | 100                | 100 | 100  | 150  | 450                           |
| 3   | Ngadino         | 150                | 185 | 0    | 210  | 545                           | 100                | 115 | 150  | 220  | 585                           | 100                | 100 | 100  | 150  | 450                           |
| 4   | Ruhyanto        | 140                | 185 | 0    | 210  | 525                           | 145                | 200 | 190  | 250  | 785                           | 100                | 100 | 100  | 150  | 450                           |
| 5   | Nadan Heriyanto | 75                 | 100 | 0    | 150  | 325                           | 150                | 200 | 180  | 250  | 780                           | 70                 | 90  | 65   | 100  | 325                           |
| 6   | Aminoto         | 79                 | 0   | 0    | 100  | 179                           | 150                | 195 | 200  | 230  | 775                           | 100                | 100 | 75   | 100  | 375                           |
| 7   | Sutiman         | 100                | 0   | 0    | 100  | 200                           | 155                | 190 | 200  | 230  | 775                           | 100                | 100 | 75   | 100  | 375                           |
| 8   | Hendarsono      | 100                | 50  | 0    | 105  | 255                           | 155                | 190 | 200  | 230  | 775                           | 100                | 100 | 100  | 150  | 450                           |
| 9   | Sahri           | 85                 | 110 | 0    | 130  | 325                           | 110                | 140 | 150  | 185  | 585                           | 100                | 100 | 100  | 100  | 400                           |
| 10  | Srihadi         | 150                | 150 | 0    | 200  | 500                           | 110                | 140 | 150  | 185  | 585                           | 100                | 100 | 100  | 150  | 450                           |
| 11  | Rian            | 130                | 160 | 0    | 200  | 475                           | 200                | 250 | 230  | 265  | 945                           | 110                | 125 | 140  | 185  | 575                           |
| 12  | Budi Ngadiyo    | 130                | 175 | 0    | 195  | 500                           | 140                | 185 | 175  | 200  | 700                           | 200                | 220 | 195  | 210  | 825                           |
| 13  | Sukatno         | 110                | 150 | 0    | 185  | 445                           | 130                | 160 | 170  | 190  | 650                           | 200                | 220 | 195  | 210  | 825                           |
| 14  | Firdaus         | 60                 | 95  | 0    | 100  | 255                           | 130                | 160 | 170  | 190  | 650                           | 130                | 170 | 180  | 195  | 675                           |
| 15  | Kiswantoro      | 60                 | 95  | 0    | 100  | 255                           | 150                | 200 | 180  | 220  | 750                           | 215                | 225 | 195  | 220  | 855                           |
| 16  | Tobroni         | 60                 | 95  | 0    | 100  | 255                           | 150                | 200 | 185  | 220  | 755                           | 155                | 190 | 200  | 230  | 775                           |
| 17  | Tardi           | 60                 | 85  | 0    | 100  | 245                           | 160                | 200 | 190  | 220  | 770                           | 100                | 100 | 85   | 100  | 385                           |
| 18  | Mulyono         | 85                 | 90  | 0    | 110  | 285                           | 130                | 160 | 170  | 195  | 655                           | 100                | 100 | 100  | 100  | 400                           |
| 19  | Rohimat         | 50                 | 85  | 0    | 100  | 225                           | 130                | 160 | 170  | 195  | 655                           | 130                | 160 | 180  | 195  | 665                           |
| 20  | Nanto           | 60                 | 75  | 0    | 100  | 225                           | 175                | 200 | 190  | 220  | 785                           | 130                | 160 | 170  | 190  | 650                           |
| 21  | Dedi            | 75                 | 100 | 0    | 110  | 285                           | 100                | 100 | 100  | 150  | 450                           | 130                | 160 | 170  | 190  | 650                           |

**Lampiran 5. Lanjutan**

| N0. | Nama Petani | Komponen Biaya PPD |     |      |      | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) | Komponen Biaya PPK |     |      |      | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) | Komponen Biaya PBK |     |      |      | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) |
|-----|-------------|--------------------|-----|------|------|-------------------------------|--------------------|-----|------|------|-------------------------------|--------------------|-----|------|------|-------------------------------|
|     |             | Pgsn               | BM  | Sort | Pgkt |                               | Pgsn               | BM  | Sort | Pgkt |                               | Pgsn               | BM  | Sort | Pgkt |                               |
| 22  | Yaya        | 125                | 175 | 0    | 200  | <b>500</b>                    | 100                | 100 | 100  | 150  | <b>450</b>                    | 155                | 190 | 200  | 230  | <b>775</b>                    |
| 23  | Darjo       | 40                 | 55  | 0    | 90   | <b>195</b>                    | 110                | 140 | 100  | 200  | <b>550</b>                    | 155                | 190 | 200  | 230  | <b>775</b>                    |
| 24  | Sobirin     | 150                | 160 | 0    | 190  | <b>500</b>                    | 110                | 125 | 140  | 185  | <b>575</b>                    | 155                | 190 | 200  | 230  | <b>775</b>                    |
| 25  | Sukirno     | 135                | 150 | 0    | 150  | <b>435</b>                    | 110                | 125 | 140  | 185  | <b>575</b>                    | 130                | 160 | 180  | 195  | <b>665</b>                    |
| 26  | Katono      | 140                | 185 | 0    | 200  | <b>525</b>                    | 220                | 230 | 215  | 260  | <b>925</b>                    | 150                | 175 | 190  | 210  | <b>725</b>                    |
| 27  | Kartono     | 140                | 160 | 0    | 200  | <b>500</b>                    | 210                | 230 | 200  | 255  | <b>895</b>                    | 100                | 100 | 85   | 100  | <b>385</b>                    |

Sumber : Hasil Olahan Primer 2023

**Lampiran 6. Perhitungan Harga Beli, Harga Jual Dan Total Biaya Pemasaran Pada Lembaga dan Saluran Pemasaran I di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| No.              | Nama Petani     | Produksi (kg) | Harga Beli (Rp/kg) | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) | Harga Jual (Rp/kg) |
|------------------|-----------------|---------------|--------------------|-------------------------------|--------------------|
| 1                | Aten Sumanto    | 1,200         | 13,000             | 730                           | 15,000             |
| 2                | Sriyanto        | 1,100         | 13,000             | 820                           | 15,000             |
| 3                | Ali Markunus    | 1,200         | 13,000             | 775                           | 15,000             |
| 4                | Rasid           | 1,000         | 13,000             | 825                           | 14,000             |
| 5                | Edi Purwanto    | 1,200         | 13,000             | 725                           | 15,000             |
| 6                | Ngadiso         | 1,300         | 13,000             | 893                           | 14,500             |
| 7                | Nuryadi         | 1,000         | 13,000             | 855                           | 15,000             |
| 8                | Albar Bafadha   | 1,400         | 13,000             | 575                           | 15,000             |
| 9                | Agus Saidil Ali | 1,100         | 13,000             | 795                           | 14,000             |
| 10               | Buyani          | 1,100         | 13,000             | 845                           | 15,000             |
| 11               | Paimin          | 1,300         | 13,000             | 679                           | 14,500             |
| 12               | Sugimen         | 1,200         | 13,000             | 775                           | 15,000             |
| 13               | Towil Imron     | 1,200         | 13,000             | 575                           | 15,000             |
| 14               | Sumarno         | 1,400         | 13,000             | 690                           | 15,000             |
| 15               | Ahmad           | 1,000         | 13,000             | 825                           | 14,500             |
| <b>Jumlah</b>    |                 | <b>17,700</b> | <b>195,000</b>     | <b>10,607</b>                 | <b>221,500</b>     |
| <b>Rata-Rata</b> |                 | <b>1,180</b>  | <b>13,000</b>      | <b>707,13</b>                 | <b>14,766</b>      |

*Sumber : Hasil Olahan Primer 2023*

**Lampiran 7. Perhitungan Harga Beli, Harga Jual Dan Total Biaya Pemasaran Pada Lembaga dan Saluran Pemasaran II di Daerah Penelitian Tahun 2023**

| No. | Nama Petani    | Produksi (kg) | Harga Beli (Rp/kg) | PPD                           |                    | PPK                           |                    | PBK                           |                    |                     |
|-----|----------------|---------------|--------------------|-------------------------------|--------------------|-------------------------------|--------------------|-------------------------------|--------------------|---------------------|
|     |                |               |                    | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) | Harga Jual (Rp/kg) | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) | Harga Jual (Rp/kg) | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) | Harga Jual (Rp/kg) | Total Biaya (Rp/kg) |
| 1   | Nadiso         | 1,000         | 9,500              | 500                           | 11,000             | 635                           | 13,000             | 500                           | 15,000             | 1,635               |
| 2   | Sutirman       | 1,200         | 10,000             | 500                           | 11,000             | 555                           | 12,500             | 450                           | 15,000             | 1,505               |
| 3   | Ngadino        | 1,300         | 10,000             | 545                           | 11,500             | 585                           | 13,000             | 450                           | 15,000             | 1,853               |
| 4   | Ruhyanto Nadan | 1,000         | 9,500              | 525                           | 11,000             | 785                           | 13,000             | 450                           | 15,000             | 1,560               |
| 5   | Heriyanto      | 1,100         | 9,500              | 325                           | 11,000             | 780                           | 12,500             | 325                           | 15,000             | 1,430               |
| 6   | Aminoto        | 1,000         | 9,500              | 179                           | 11,000             | 775                           | 12,500             | 375                           | 15,000             | 1,329               |
| 7   | Sutiman        | 1,300         | 10,000             | 200                           | 11,500             | 775                           | 13,000             | 375                           | 15,000             | 1,405               |
| 8   | Hendarsono     | 1,000         | 9,500              | 255                           | 11,000             | 775                           | 13,000             | 450                           | 15,000             | 1,480               |
| 9   | Sahri          | 1,200         | 9,500              | 325                           | 11,000             | 585                           | 12,500             | 400                           | 15,000             | 1,310               |
| 10  | Srihadi        | 1,100         | 10,000             | 500                           | 11,000             | 585                           | 13,000             | 450                           | 15,000             | 1,535               |
| 11  | Rian           | 1,100         | 9,500              | 475                           | 11,000             | 945                           | 13,000             | 575                           | 15,000             | 1,995               |
| 12  | Budi Ngadiyo   | 1,000         | 9,500              | 500                           | 11,000             | 700                           | 12,500             | 825                           | 15,000             | 2,025               |
| 13  | Sukatno        | 1,000         | 9,500              | 445                           | 11,000             | 650                           | 12,500             | 825                           | 15,000             | 1,920               |
| 14  | Firdaus        | 1,300         | 10,000             | 255                           | 11,500             | 650                           | 12,500             | 675                           | 15,000             | 1,580               |

**Lampiran 7. Lanjutan**

| No.              | Nama Petani | Produksi<br>(kg) | Harga<br>Beli<br>(Rp/kg) | PPD                                    |                          | PPK                                 |                          | PBK                                 |                          |                           |
|------------------|-------------|------------------|--------------------------|----------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|---------------------------|
|                  |             |                  |                          | Total<br>Biaya<br>Pemasaran<br>(Rp/kg) | Harga<br>Jual<br>(Rp/kg) | Total Biaya<br>Pemasaran<br>(Rp/kg) | Harga<br>Jual<br>(Rp/kg) | Total Biaya<br>Pemasaran<br>(Rp/kg) | Harga<br>Jual<br>(Rp/kg) | Total<br>Biaya<br>(Rp/kg) |
| 16               | Tobroni     | 1,000            | 9,500                    | 255                                    | 11,000                   | 755                                 | 13,000                   | 775                                 | 15,000                   | 1,805                     |
| 17               | Tardi       | 1,200            | 9,500                    | 245                                    | 11,000                   | 770                                 | 13,000                   | 385                                 | 15,000                   | 1,400                     |
| 18               | Mulyono     | 1,100            | 9,500                    | 285                                    | 11,000                   | 655                                 | 13,000                   | 400                                 | 15,000                   | 1,340                     |
| 19               | Rohimat     | 1,200            | 9,500                    | 225                                    | 11,000                   | 655                                 | 12,500                   | 665                                 | 15,000                   | 1,545                     |
| 20               | Nanto       | 1,000            | 9,500                    | 225                                    | 11,500                   | 785                                 | 13,000                   | 650                                 | 15,000                   | 1,660                     |
| 21               | Dedi        | 1,300            | 9,500                    | 285                                    | 11,500                   | 450                                 | 12,500                   | 650                                 | 15,000                   | 1,600                     |
| 22               | Yaya        | 1,600            | 9,500                    | 500                                    | 11,500                   | 450                                 | 13,000                   | 775                                 | 15,000                   | 1,725                     |
| 23               | Darjo       | 1,200            | 10,000                   | 195                                    | 11,000                   | 550                                 | 13,000                   | 775                                 | 15,000                   | 1,520                     |
| 24               | Sobirin     | 1,100            | 9,500                    | 500                                    | 11,000                   | 575                                 | 13,000                   | 775                                 | 15,000                   | 1,850                     |
| 25               | Sukirno     | 1,100            | 9,500                    | 435                                    | 11,000                   | 575                                 | 13,000                   | 665                                 | 15,000                   | 1,675                     |
| 26               | Katono      | 1,100            | 10,000                   | 525                                    | 11,000                   | 925                                 | 12,500                   | 725                                 | 15,000                   | 2,178                     |
| 27               | Kartono     | 1,100            | 10,000                   | 500                                    | 11,000                   | 895                                 | 12,500                   | 385                                 | 15,000                   | 1,780                     |
| <b>Jumlah</b>    |             | <b>30,800</b>    | <b>261,000</b>           | <b>9,959</b>                           | <b>300,000</b>           | <b>17,995</b>                       | <b>345,500</b>           | <b>15,605</b>                       | <b>405,000</b>           | <b>44,500</b>             |
| <b>Rata-rata</b> |             | <b>1,141</b>     | <b>9,667</b>             | <b>369</b>                             | <b>11,111</b>            | <b>667</b>                          | <b>12,796</b>            | <b>578</b>                          | <b>15,000</b>            | <b>1,648</b>              |

Sumber : Hasil Olahan Primer 2023

## Lampiran 8. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Judul : Analisis Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau  
Kabupaten Tanjung Jabung Timur

Nama : Nur Cahaya Intan MD

NIM : D1B019140

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Hari/ tanggal :

No. Sampel :

**PETANI PRODUSEN**

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden : \_\_\_\_\_
2. Alamat : \_\_\_\_\_  
Desa : \_\_\_\_\_  
Kecamatan : \_\_\_\_\_  
Kabupaten : \_\_\_\_\_
3. Umur : \_\_\_\_\_ Tahun
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan
5. Asal Usul : Penduduk Asli / Pendatang
6. Lama Bermukim di desa ini : \_\_\_\_\_ Tahun
7. Pengalaman Berusahatani Kedelai : \_\_\_\_\_ Tahun
8. Jumlah Anggota Keluarga : \_\_\_\_\_ Tahun
8. Status Responden dalam Masyarakat :  
a. Pamong Desa                      b. Tomas (Adat / Agama / Cendikia)  
c. Tokoh Pemuda                      d. Masyarakat Biasa  
e.
9. Riwayat Pendidikan Formal  
a. Tidak Sekolah  
b. SD/Sederajat  
c. SMP/Sederajat  
d. SMA/Sederajat  
e. Perguruan Tinggi/Akademi

## B. LUAS, STATUS DAN PRODUKSI KEDELAI

### 1. Status dan Luas Lahan Kebun

| No | Status        | Luas (Ha) | Umur Tanaman | Jumlah TM (batang) | Produksi Kedelai (Kg/Panen) |
|----|---------------|-----------|--------------|--------------------|-----------------------------|
| 1  | Milik Sendiri |           |              |                    |                             |
| 2  | Bagi Hasil    |           |              |                    |                             |

## C. PEMANENAN KEDELAI

- Berapa kali panen kedelai dalam satu tahun ?
  - milik sendiri ..... X/setahun
  - bagi hasil ..... X/setahun
- Apakah di desa bapak terdapat Penyuluhan yang berkunjung ? (Ya / Tidak )
- Apakah PPL memberikan metode penanaman kedelai ? (Ya / Tidak )
- Jika iya metode tanam yang seperti apa ?
- Apakah Bapak mengikuti sistem tanaman anjuran tersebut ? (Ya / Tidak )
- Jika tidak, bagaimana cara penanaman yang bapak lakukan ?  
.....
- Kenapa bapak melakukan cara tersebut?  
.....

### PENANGANAN PASCA PANEN

- Apa bentuk yang bapak hasilkan? (deskripsikan)  
.....
- Berapa rata rata yang bapak hasilkan ? ..... %
- Apakah bapak mengetahui syarat syarat kedelai yang baik? (Ya / Tidak )  
Jika ya sebutkan!
- Bagaimana proses yang dilakukan setelah pemanenan kedelai sampai siap untuk dijual : \_\_\_\_\_

## D. PEMASARAN KEDELAI

- Berapa kali (frekuensi) penjualan kedelai dalam satu kali panen? \_\_\_\_\_ kali.
- Kepada siapa bapak menjual kedelai yang Bapak hasilkan:
  - Pedagang Pengumpul Desa, ( Nama \_\_\_\_\_ )
  - Pedagang Kecamatan, ( Nama \_\_\_\_\_ )
  - Pedagang Kabupaten, ( Nama \_\_\_\_\_ )

- d. Koperasi
  - e. Pool Lelang
  - f. Pabrik
  - g. Tidak tentu, tergantung harga yang ditawarkan
3. Apa hubungan Bapak dengan Pedagang Pengumpul Desa tersebut :
    - a. Keluarga (saudara sedarah)
    - b. Pemilik Kebun
    - c. Toke
    - d. Kenalan baik.
  4. Sudah berapa lama Bapak menjual kedelai ke pedagang tersebut : \_\_\_\_Tahun
  5. Mengapa Bapak menjual kedelai ke pedagang tersebut ? \_\_\_\_\_
  6. Apakah bapak selalu menjual ke pedagang tersebut? (ya/tidak)  
Alasan bapak? .....
  7. Apakah pedagang tersebut pernah membantu Bapak dalam peminjaman uang?  
(Ya / Tidak )
  8. Jika Ya, apa saja syaratnya :
    - a.
    - b.
    - c.
  9. Selain dalam bentuk pinjaman uang, apa saja bentuk bantuan lainnya yang pernah Bapak dapatkan dari pedagang tersebut: \_\_\_\_\_
  10. Apakah ada Toke di luar desa yang bisa meminjamkan uang kepada petani kedelai jika diperlukan ? (Ada / Tidak Ada)
  11. Jika ada, Siapa namanya \_\_\_\_\_ dan dimana Toke tersebut berdomisili  
\_\_\_\_\_
  12. Berapa harga kedelai yang Bapak jual saat ini: \_\_\_\_\_ Rp/kg
  13. Berapa harga kedelai yang bapak terima selama 5 periode penjualan terakhir?
    - a. ....
    - b. ....
    - c. ....
    - d. ....
    - e. ....

#### **E. LAIN-LAIN**

1. Apakah di desa Bapak ada organisasi (bukan orang perorangan) yang dapat menyediakan modal/ pinjaman uang jika sewaktu-waktu diperlukan ? (Ada / Tidak).

2. Jika tidak, kepada siapa Bapak meminjam uang jika memang sangat dibutuhkan ?
  - a. Saudara
  - b. Teman
  - c. Toke kedelai
  - d. ..

3. Apakah menurut bapak dibutuhkan suatu bentuk kelembagaan yang dapat melaksanakan kemitraan pemasaran kedelai tersebut? (Ya/tidak)

Jika Ya, bagaimana bentuk kelembagaan yang dapat memasarkan kedelai secara langsung ke pabrik?

- a. Kelompok Tani
  - b. Koperasi (KUD) yang telah ada
  - c. Koperasi (bentukan baru)
  - d. Lainnya .....
4. Menurut Bapak apakah penghasilan dari penjualan kedelai saat ini dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarga ? (Cukup / Tidak)
  5. Jika cukup, adakah penghasilan tersebut yang ditabung ? (Ada / Tidak )
  6. Jika tidak, menurut Bapak apa usaha yang dapat dilakukan ?

## KUESIONER PENELITIAN

Judul : Analisis Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau  
Kabupaten Tanjung Jabung Timur

Nama : Nur Cahaya Intan MD

NIM : D1B019140

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Hari/ tanggal :

No. Sampel :

|                 |
|-----------------|
| <b>PEDAGANG</b> |
|-----------------|

### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden : \_\_\_\_\_
2. Alamat : \_\_\_\_\_  
Desa : \_\_\_\_\_  
Kecamatan : \_\_\_\_\_  
Kabupaten : \_\_\_\_\_
3. Umur : \_\_\_\_\_ Tahun
5. Asal Usul : Penduduk Asli / Pendetang
6. Lama Bermukim : \_\_\_\_\_ Tahun
7. Pengalaman menjadi pedagang kedelai : \_\_\_\_\_ tahun
8. Status Responden dalam Masyarakat : \_\_\_\_\_  
  - a. Pamong Desa
  - b. Tomas (Adat / Agama / Cendikia)
  - c. Tokoh Pemuda
  - d. Masyarakat Biasa
  - e.
8. Riwayat Pendidikan Formal
  - a. Tidak Sekolah
  - b. SD/Sederajat
  - c. SMP/Sederajat
  - d. SMA/Sederajat
  - e. Perguruan Tinggi/Akademi

## **B. PEMBELIAN DAN PENJUALAN KEDELAI**

1. Berapa kali (frekuensi) pembelian kedelai dalam satu kali panen?
  - a. Satu kali dalam seminggu
  - b. Tiap hari
  - c. Tidak tertentu
2. Bagaimana sistem pembayaran yang Bapak lakukan?
  - a. Tunai
  - b. Dipotong hutang penjual yang ada
  - c. Dibayar setelah kedelai terjual
  - d. Lainnya .....
3. Bagaimana cara pembelian kedelai dilakukan ?
  - a. Penjual membawa ke tempat Pedagang.
  - b. Pedagang mendatangi penjual.
  - c. Lainnya .....
4. Apakah Bapak menyimpan kedelai yang dibeli atau langsung menjual kedelai tersebut? (Menyimpan / Langsung Menjual)
5. Jika melakukan penyimpanan, berapa lama disimpan ? ..... hari.
6. Dimana biasanya Bapak menyimpan kedelai tersebut?
  - a. Gudang
  - b. Tempat terbuka
  - c. Lainnya .....
7. Berapa orang tenaga kerja yang Bapak gunakan untuk melakukan penyimpanan kedelai tersebut ? ..... orang.
8. Bagaimana cara pembayaran upah tenaga kerja tersebut?.....
9. Apakah Bapak memilih dan membagi-bagi kedelai yang dibeli tersebut menjadi kelompok-kelompok yang seragam? ( Ya / Tidak )
10. Jika Ya, apa dasar Bapak melakukan pengelompokkan tersebut.....
11. Berapa rata-rata volume kedelai yang Bapak jual dalam satu penjualan:  
\_\_\_\_\_ Kg/ton
12. Bagaimana cara penjualan kedelai dilakukan ?
  - a. Dibawa ke pedagang lain.
  - b. Pedagang mendatangi Bapak.
  - c. Dibawa langsung ke Pabrik
  - d. Lainnya .....
13. Berapa harga rata-rata kedelai yang Bapak jual..... Rp/kg/ton.

14. Biaya-biaya apa saja yang Bapak keluarkan setelah membeli kedelai hingga Bapak menjual kembali ke pihak lain dan berapa besarnya?

| No | Jenis Biaya       | Jumlah Biaya /Satuan |
|----|-------------------|----------------------|
| 1  | Transportasi      |                      |
| 2  | Bongkar Muat      |                      |
| 3  | Sortasi           |                      |
| 4  | Gudang            |                      |
| 5  | Retribusi / Pajak |                      |
| 6  | Penyusutan        |                      |
| 7  | Penyimpanan       |                      |
| 8  | Biaya Lainnya     |                      |

15. Selain membeli kedelai, apakah Bapak juga menjual kebutuhan sehari-hari?:  
(Ya / Tidak).
16. Jika penjual (petani) padi sedang tidak punya uang, bisakah Bapak membantu mereka untuk mengambil terlebih dahulu barang kebutuhan tersebut (bon/hutang) (Bisa / Tidak Bisa)
17. Jika bisa, apa syarat atau kewajiban yang harus mereka lakukan ?
- - 
  -
18. Selain bentuk bantuan (bon kebutuhan sehari-hari) seperti di atas, bentuk bantuan apa saja yang sering Bapak berikan kepada Petani kedelai?
- ..
  - ..
  - ..
19. Menurut Bapak apa saja resiko yang akan dialami dalam perdagangan kedelai
- ...
  - ...
  - ...

### C. LAIN-LAIN

1. Dari mana sumber modal yang digunakan untuk berdagang kedelai ?
- Modal sendiri
  - Pinjaman Bank
  - Pinjaman dari Teman

## Lampiran 9. Dokumentasi Penelitian

