

**KAJIAN SISTEM PEMASARAN KEDELAI DI KECAMATAN  
BERBAK KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR**

**HILY SILVIA**

**ED1B012004**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Pada Fakultas Pertanian Universitas Jambi**

**JURUSAN PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS JAMBI**

**2017**

## LEMBAR PENGESAHAN

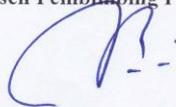
Skripsi dengan judul “ Kajian Sistem Pemasaran Kedelai di Kecamatan  
Berkab Kabupaten Tanjung Jabung Timur” oleh Hily Silvia (ED1B012004).

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada tanggal 2 Maret 2017 dihadapan Tim

Penguji yang terdiri atas:

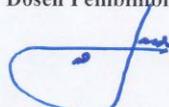
Ketua : Ir. Yanuar Fitri, M.Si  
Sekretaris : Zakky Fathoni, S.P M.Sc  
Penguji Utama : Ir. Yusma Damayanti, M.Si  
Penguji Anggota : 1. Prof. Dr. Ir. H. Zulkifli Alamsyah, M.Sc  
2. Ir. Adlaida Malik, M.S

Dosen Pembimbing I



Prof. Dr. Ir. H. Zulkifli Alamsyah, M.Sc  
NIP. 19560809 198403 1 002

Dosen Pembimbing II



Ir. Adlaida Malik, M.S  
NIP.19561113 198403 2 002

Mengetahui :

Ketua Program S1 Reguler Mandiri



Ir. Buhaira, MP  
NIP : 19621013 198803 1 004

## ABSTRAK

**HILY SILVIA.** Kajian Sistem Pemasaran Kedelai Kecamatan Berbak Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Dibimbing oleh **Prof. Dr. Ir. H. Zulkifli Alamsyah, M.Sc dan Ir. Adlaida Malik, M.S.**

Penelitian ini bertujuan mengetahui sistem pemasaran kedelai dan Menghitung besarnya marjin, biaya dan *farmer's share* dalam saluran pemasaran kedelai di Desa Simpang dan Rantau Makmur Kecamatan Berbak Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Penelitian ini dilaksanakan dari tanggal 5 Agustus 2016 sampai dengan 5 September 2016 di Desa Simpang dan Rantau Makmur Kecamatan Berbak Kabupaten Tanjung Jabung Timur, data diperoleh dari 40 petani sampel dan 5 pedagang sampel yang memproduksi dan memasarkan kedelai. Metode penarikan sampel petani kedelai yang digunakan adalah acak sederhana (*Simple Random Sampling*) dengan Metode Slovin atau Taro Yamane dan Metode *Snowball Sampling* digunakan untuk penarikan sampel pada pedagang Kedelai.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa sistem pemasaran kedelai (biji kering) untuk konsumsi yang dilaksanakan belum efisien. Hal ini terlihat dari fungsi fasilitas dengan tidak melaksanakan fungsi standarisasi dan grading yang dilaksanakan hanya kegiatan sortasi. Harga jual kedelai ke pengrajin dan pabrik tahu tempe lebih cocok dari pada menjual kedelai ke pedagang pengumpul desa. Nilai marjin pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 1000/Kg, *farmer's share* pemasaran kedelai diperoleh sebesar 85% tujuan konsumen akhir Kota Jambi. Lembaga pemasaran yang terlibat hanya pedagang pengumpul desa. Pada saluran II dan III tidak terlibat lembaga pemasaran karena petani menjual langsung kedelai ke konsumen akhir.

***Kata Kunci : Sistem Pemasaran, Kedelai, Berbak.***

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR IS</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>v</b>
<b>1. PENDAHULUAN</b> .....	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	9
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Konsep Pemasaran.....	10
2.2 Konsep Sistem Pemasaran .....	11
2.3 Konsep Lembaga dan Saluran Pemasaran .....	15
2.4 Konsep Biaya Pemasaran.....	18
2.5 Konsep Marjin dan Bagian Harga yang Diterima Petani.....	19
2.6 Penelitian Terdahulu .....	22
2.7 Kerangka Pemikiran .....	23
<b>III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	26
3.2 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	27
3.3 Metode Pengambilan Sampel .....	28
3.4 Metode Analisis Data .....	30
3.5 Konsepsi Pengukuran .....	31

## **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	34
4.1.1	Keadaan Geografis Daerah Penelitian.....	34
4.1.2	Keadaan Penduduk.....	35
4.1.3	Keadaan Sosial Ekonomi Penduduk .....	35
4.1.4	Sarana dan Prasarana.....	36
4.2	Karakteristik Responden.....	37
4.2.1	Identitas Petani Responden.....	37
4.2.2	Identitas Pedagang Responden .....	39
4.3	Analisis Lembaga dan Saluran Pemasaran .....	41
4.4	Sistem Pemasaran Kedelai.....	47
4.4.1	Saluran Pemasaran 1.....	47
4.4.1.1	Pendekatan Serba Barang.....	47
4.4.1.2	Pendekatan Serba Fungsi .....	49
4.4.1.3	Pendekatan Serba Lembaga .....	51
4.4.2	Saluran Pemasaran II	
4.4.2.1	Pendekatan Serba Barang .....	51
4.4.2.1	Pendekatan Serba Fungsi .....	52
4.4.2.3	Pendekatan Serba Lembaga .....	53
4.4.3	Saluran Pemasaran III	
4.4.3.1	Pendekatan Serba Barang.....	53
4.4.3.2	Pendekatan Serba Fungsi .....	54
4.4.3.3	Pendekatan Serba Lembaga .....	55
4.5	Biaya Pemasaran.....	55
4.6	Analisis Marjin Pemasaran dan Bagian Harga Yang Diterima Patani ( <i>Farmer's Share</i> ).....	57
4.6.1	Analisis Marjin Saluran Pemasaran 1.....	58
4.7	Implikasi Penelitian .....	63

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran .....	66

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Luas tanam, panen, produksi, dan produktivitas kedelai di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2010 – 2014 .....	2
2. Perkembangan harga beli kedelai ditingkat petani di Daerah Penelitian Tahun 2012 – 2015 .....	4
3. Alokasi jumlah sampel petani di Kecamatan Berbak Tahun 2016 .....	29
4. Distribusi penduduk berdasarkan jenis kelamin di Daerah Penelitian Tahun 2016 .....	35
5. Identitas responden petani kedelai menurut umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, luas lahan dan produksi di Desa Simpang dan Rantau Makmur Tahun 2016 .....	37
6. Identitas responden pedagang kedelai menurut umur, tingkat Pendidikan dan pengalaman berdagang di Desa Simpang dan Rantau Makmur Tahun 2016 .....	40
7. Perbedaan aktivitas setiap saluran pemasaran kedelai di Daerah Penelitian Tahun 2016 .....	47
8. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran kedelai pada saluran 1 .....	50
9. Biaya pemasaran yang dikeluarkan lembaga pemasaran pada setiap saluran .....	56
10. Analisis marjin pemasaran dan <i>farmer's share</i> kedelai di Daerah Penelitian pada Saluran 1 .....	58

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Contoh saluran pemasaran dengan beberapa tingkat .....	17
2. Skema kerangka pemikiran.....	25
3. Skema saluran pemasaran kedelai di Daerah Penelitian.....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Luas panen, produksi dan produktivitas kedelai menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jambi Tahun 2014 .....	66
2. Luas tanam dan luas panen kedelai di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2014 .....	67
3. Perkembangan luas tanam dan luas panen dan produksi kedelai di Kecamatan Berbak Tahun 2009-2014.....	68
4. Luas tanam, luas panen, produksi dan produktivitas tanaman Kedelai Per Desa/Kelurahan di Kecamatan Berbak Tahun 2013 .....	69
5. Nama-nama kelompok tani, jumlah anggota usahatani kedelai di Desa Rantau Makmur Kecamatan Berbak Tahun 2015.....	70
6. Nama-nama kelompok tani, jumlah anggota usahatani kedelai di Desa Simpang Kecamatan Berbak Tahun 2015.....	71
7. Jumlah sarana dan prasarana di Daerah Penelitian Tahun 2016.....	72
8. Identitas petani sampel di Daerah Penelitian Tahun 2016.....	73
9. Identitas pedagang sampel di Daerah Penelitian Tahun 2016 .....	75
10. Volume penjualan (Kg) dan harga jual petani ke Pedagang Pengumpul Desa di Daerah Penelitian Tahun 2016 .....	76
11. Data volume penjualan dan harga jual petani ke Pabrik Tahu Tempe di Daerah Penelitian Tahun 2016.....	77
12. Data volume penjualan dan harga jual petani ke Pengrajin Tahu Tempe di Daerah Penelitian Tahun 2016 .....	78
13. Biaya pemasaran petani pada saluran I di Daerah Penelitian Tahun 2016.....	79
14. Proses tahapan penjemuran dan pengemasan kedelai di Daerah Penelitian Tahun 2016 .....	80
15. Perhitungan margin dan bagian harga yang diterima petani di Daerah Penelitian Tahun 2016 .....	81
16. Kuisisioner penelitian .....	82
17. Dokumentasi penelitian	

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sektor tanaman pangan merupakan penghasil bahan makanan pokok bagi penduduk Indonesia salah satunya adalah komoditi kedelai. Kedelai merupakan tanaman pangan yang penting setelah padi dan jagung serta memiliki kandungan gizi yang baik. Dalam 100 gram kedelai mengandung 331 kalori, protein 35 gram, lemak 18,1 gram, karbohidrat 34,8 gram, serat 4,20 gram, kalsium 227 mg, fosfor 585 mg, besi 8 mg, vitamin A 110 SI, vitamin B1 1,1 mg, air 7,5 gram (Cahyadi, 2012).

Kandungan gizi serta protein yang tinggi menjadikan kedelai potensial untuk dikembangkan di Indonesia. Beberapa argumen pentingnya pengembangan kedelai adalah pertambahan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan masyarakat dan kesadaran masyarakat pentingnya mengkonsumsi protein nabati, perkembangan industri makanan berbahan baku kedelai seperti tahu, tempe, kecap dan tauco, serta perkembangan industri pakan yang salah satu komponen utamanya adalah bungkil kedelai (Zakaria, 2010).

Kedelai merupakan sumber protein nabati yang memiliki harga relatif murah dibandingkan bahan makanan sumber protein hewani. Masyarakat Indonesia mengkonsumsi biji kedelai dalam bentuk olahan yaitu menjadi tahu, tempe, tauco, oncom, kecap, dan susu kedelai. Olahan kedelai berupa tahu dan tempe merupakan pangan utama yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tempe juga memberikan sumber vitamin B12 dan menjadi bahan makanan yang baik untuk kaum vegetarian sebagai pengganti daging. Tahu merupakan olahan kedelai yang bertekstur lunak, berwarna putih atau kuning dan memiliki

kandungan gizi diantaranya kalsium, fosfor, dan zat besi. Olahan kedelai lainnya adalah tauco yang dipakai sebagai penyedap rasa pada makanan karena baunya yang khas. Tauco mempunyai nilai gizi yang terdiri dari protein 10%, lemak 5%, dan karbohidrat 24% (Cahyadi 2009).

Besarnya konsumsi biji kedelai yang diolah menjadi tahu dan tempe berada diatas rata-rata konsumsi kedelai segar. Pada tahun 2002-2012 rata-rata konsumsi tahu sebesar 7,28 kilogram/kapita/tahun. Rata-rata konsumsi tempe adalah sebesar 7,61 kilogram/kapita/tahun. Bentuk olahan kedelai yang lain seperti tauco memiliki rata-rata konsumsi yang lebih rendah dibandingkan konsumsi tahu dan tempe yaitu sebesar 0,033% kilogram/kapita/tahun (Pusdatin 2013).

Provinsi Jambi merupakan daerah penghasil dan mengusahakan komoditi kedelai mengingat keadaan geografis sangat mendukung. Terdapat 11 kabupaten yang menjadi sentra produksi kedelai di Provinsi Jambi salah satunya adalah Kabupaten Tanjung Jabung Timur (Lampiran 1). Kabupaten Tanjung Jabung Timur merupakan kabupaten yang cukup potensial dalam memproduksi kedelai dengan tingkat produktivitas tertinggi keempat yaitu sebesar 12,92 Kw/ha/tahun dengan luas panen 976 hektar dan produksi sebesar 1.261 ton. Adapun jumlah perkembangan luas tanam, panen, produksi dan produktivitas kedelai dalam lima tahun terakhir disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Luas tanam, panen, produksi, dan produktivitas kedelai di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2010-2014**

No	Tahun	Luas Tanam (Ha)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Kw)
1	2010	1.625	1.444	1.899	13,15
2	2011	1.088	802	1.075	13,41
3	2012	483	585	770	13,16
4	2013	351	317	408	12,88
5	2014	1.079	976	1.261	12,92

Sumber : Dinas Pertanian Tanaman Pangan Tahun, 2015

Pada Tabel 1 dapat dilihat perkembangan jumlah produksi kedelai di Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Produksi kedelai selama lima tahun terakhir cenderung mengalami penurunan dan terjadi peningkatan pada tahun 2014 sebesar 32,35% dibandingkan produksi tahun sebelumnya. Rata-rata tingkat produksi kedelai dalam lima tahun terakhir berada dalam kisaran 1082,6 ton. Produksi terendah terjadi pada tahun 2013 disebabkan menurunnya luas areal tanam dan berdampak pada luas panen yang menurun.

Kabupaten Tanjung Jabung terdiri dari 11 Kecamatan, 10 kecamatan diantaranya memproduksi kedelai, hanya ada satu kecamatan yang tidak memproduksi yaitu kecamatan Mendahara. Sentra penghasil kedelai terbesar berada pada kecamatan Berbak (Lampiran 2).

Perkembangan luas tanam, luas panen kedelai di Kecamatan Berbak dalam lima tahun terakhir cenderung mengalami penurunan dan terjadi peningkatan luas tanam sebesar 40%, luas panen sebesar 42% pada tahun 2014 (Lampiran 3). Kecenderungan menurunnya luas tanam berdampak pada luas panen. Berdasarkan informasi keterangan Penyuluh Pertanian di BP3K Kecamatan Berbak diketahui bahwa berkurangnya luas tanam dan luas panen disebabkan minimnya minat dan motivasi petani dalam mengusahakan tanaman kedelai, petani enggan berproduksi kedelai karena tinggi risiko gagal panen atau puso akibat serangan hama penyakit atau terkena banjir dan harga beli kedelai ditingkat petani yang kerap tidak menjamin dalam kegiatan pemasaran kedelai terutama pada saat panen raya harga kedelai sering turun/jatuh sehingga mengurangi kegairahan petani untuk menanam kedelai.

Harga kedelai di lokasi penelitian menunjukkan perkembangan fluktuasi setiap tahunnya. Fluktuasi ini disebabkan oleh ketersediaan pasokan kedelai. Untuk lebih jelas bisa dilihat pada Tabel 2 berikut ini :

**Tabel 2. Perkembangan harga beli kedelai ditingkat petani di Daerah Penelitian Tahun 2012 – 2015**

No	Tahun	Harga Rp / Kg
1	2012	4500 – 5000
2	2013	5000
3	2014	5500 – 6000
4	2015	5500

Sumber : BP3K Kecamatan Berbak Tahun, 2015

Pada Tabel 2 terlihat harga kedelai di lokasi penelitian mengalami fluktuasi selama beberapa tahun terakhir dan terjadi penurunan harga beli kedelai pada tahun 2015 sebesar 1,09% dibanding tahun sebelumnya. Penurunan harga beli kedelai disebabkan karena terjadinya panen serentak pada semua titik daerah produksi kedelai mengakibatkan pasokan kedelai membanjir, hal ini berdampak pada rendahnya harga beli ditingkat petani terutama pada awal musim panen (panen raya) kedelai.

Petani di lokasi penelitian melakukan penanaman kedelai hanya satu kali musim tanam dalam satu tahun. Pada umumnya semua petani menjual kedelai pada awal musim panen (panen raya) meskipun dengan kondisi harga beli rendah ataupun tinggi. Biasanya petani menjual cepat kedelai tersebut karena membutuhkan uang (biaya) untuk keperluan kebutuhan sehari-hari keluarga yang mendesak. Petani tidak melakukan penyimpanan kedelai untuk dijual, mereka hanya menyimpan kedelai untuk kebutuhan bibit pada musim tanam selanjutnya.

Kecamatan Berbak terdiri atas 5 Desa 1 Kelurahan (Statistik Daerah Kecamatan Berbak 2015). Desa/kelurahan Simpang dan Rantau Makmur merupakan desa yang berada di Kecamatan Berbak dan sebagian besar penduduk

di desa ini memiliki mata pencaharian sebagai petani namun tidak semua desa yang mengusahakan atau memproduksi kedelai (Lampiran 4).

Desa/kelurahan Simpang dan Rantau Makmur merupakan sentra produksi kedelai di Kecamatan Berbak. Dalam Desa/kelurahan Simpang dan Rantau Makmur tidak terdapat pasar sebagai tempat atau wadah aktif dalam hal pengumpulan/penampung hasil produksi pertanian. Pada umumnya Petani produsen hanya memproduksi kedelai dan dijual ke pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul desa kemudian pedagang menjual kembali kedelai dalam bentuk biji kering ke konsumen akhir di daerah setempat atau ke Kota Jambi. Jumlah pedagang yang terlibat sebanyak 5 orang.

Setiap lembaga pemasaran melakukan aktivitas/kegiatan pemasaran (pengumpulan, pengangkutan dan bongkar muat). Pedagang pengumpul desa melakukan pembelian kedelai dengan cara mendatangi ke rumah petani, kemudian oleh pedagang membawa kedelai tersebut yang siap dijual ke konsumen akhir. Petani tidak menjual langsung ke konsumen akhir Kota Jambi karena jarak tempuh yang cukup jauh  $\pm 120$  Km. Jarak tempuh yang cukup jauh tersebut diduga menimbulkan biaya pemasaran yang cukup besar akibat besar kecilnya kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pemasaran. Besar kecilnya biaya pemasaran yang dikeluarkan lembaga pemasaran akan mempengaruhi besarnya perbedaan atau selisih harga yang terima produsen dengan harga yang dibayar konsumen (Marjin pemasaran).

Sistem pemasaran kedelai di Desa/Kelurahan Simpang dan Rantau Makmur terdiri atas dua jenis pemasaran, pertama kedelai yang dipasarkan untuk konsumsi dan kedua kedelai yang dipasarkan untuk usaha pembenihan kedelai. Pemasaran

kedelai untuk konsumsi pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat akan kedelai tersebut. Pada pemasaran kedelai ini konsumen akhirnya adalah industri rumah tangga (*home industry*) yang bergerak dalam mengolah bahan kedelai menjadi bahan makanan seperti tahu dan tempe. Berdasarkan survey awal pemasaran kedelai untuk konsumsi terdapat dua saluran pemasaran. Pertama, dari produsen ke konsumen. Pada saluran yang pertama biasanya pembelian dilakukan dalam jumlah yang tidak terlalu banyak. Kedua, dari produsen ke pedagang pengumpul desa kemudian dilanjutkan ke konsumen akhir (agroindustri).

Adanya dua saluran tersebut mengakibatkan harga beli kedelai ditingkat petani berbeda dengan harga ditingkat konsumen. Harga kedelai ditingkat petani sebesar Rp. 5500/Kg sedangkan harga kedelai ditingkat konsumen akhir mencapai Rp. 6000/Kg dan Rp. 6500/Kg. Selisih harga tersebut disebut margin pemasaran yang diakibatkan oleh kegiatan setiap lembaga yang berperan dalam kegiatan pemasaran, semakin besar margin pemasaran maka pemasaran suatu komoditi semakin tidak efisien. Mubyarto (1995) menyatakan sistem tataniaga dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya (2) mampu mengadakan pembagian yang adil daripada keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka penulis menganggap perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Kajian Sistem Pemasaran Kedelai di Kecamatan Berbak Kabupaten Tanjung Jabung Timur”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sistem pemasaran kedelai di Desa/Kelurahan Simpang dan Rantau Makmur terdiri dari dua jenis pemasaran, yaitu pemasaran kedelai untuk konsumsi dan pemasaran kedelai untuk usaha pembenihan. Dalam jenis pemasaran kedelai untuk konsumsi tersebut terdiri atas dua saluran dan satu lembaga pemasaran yang terlibat. Dari setiap lembaga tersebut melakukan aktivitas/kegiatan pemasaran yang mau tidak mau harus mengeluarkan biaya dalam kegiatan tersebut. Biaya yang dikeluarkan setiap lembaga pemasaran berbeda tergantung atas kegiatan yang dilakukan perlembaga. Sedikit banyaknya lembaga pemasaran yang ada dalam saluran pemasaran kedelai di Desa/Kelurahan Simpang dan Rantau Makmur, menyebabkan biaya yang harus dikeluarkan dalam suatu saluran pemasaran semakin besar.

Jarak tempuh yang cukup jauh tersebut diduga menimbulkan biaya pemasaran yang cukup besar akibat sedikit banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pemasaran. Besar kecilnya biaya pemasaran yang dikeluarkan lembaga pemasaran akan mempengaruhi besarnya perbedaan atau selisih harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayar konsumen (Marjin pemasaran).

Permasalahan lain dari sistem pemasaran kedelai ini dimana petani tetap menjual kedelai pada awal musim panen meskipun dengan situasi pada saat panen raya harga kedelai sering turun/jatuh. Hal ini diduga disebabkan produksi yang melimpah disemua titik produksi kedelai disetiap daerah dan berdampak rendahnya harga beli pada awal musim panen. Dimana harga harga beli ditingkat petani pada awal musim panen tahun 2015 sebesar Rp. 5500/Kg.

Berdasarkan informasi harga di Desa/Kelurahan Simpang dan Rantau Makmur, harga kedelai (biji kering) dari petani ke pedagang pengumpul desa pada tahun 2015 adalah Rp. 5500/Kg. Sebaliknya harga yang dibayar oleh konsumen sebesar Rp. 6000 dan Rp. 6500/Kg. Perbedaan harga kedelai yang terjadi ditingkat petani dengan konsumen cukup besar mengindikasikan bahwa terdapat pihak-pihak lembaga pemasaran yang mengambil keuntungan cukup besar dari sistem pemasaran kedelai di Desa/Kelurahan Simpang dan Rantau Makmur. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah sistem pemasaran kedelai di Desa Simpang dan Rantau Makmur Kecamatan Berbak Kabupaten Tanjung Jabung Timur?
2. Berapa besar margin, biaya, dan *farmer's share* pemasaran di Desa Simpang dan Rantau Makmur Kecamatan Berbak Kabupaten Tanjung Jabung Timur?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian adalah :

1. Mengetahui sistem pemasaran kedelai di Desa Simpang dan Rantau Makmur Kecamatan Berbak Kabupaten Tanjung Jabung Timur
2. Untuk menghitung besarnya margin, biaya, dan *farmer's share* dalam saluran pemasaran kedelai di Desa Simpang dan Rantau Makmur Kecamatan Berbak Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian adalah :

1. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi sarjana pada Fakultas Pertanian Universitas Jambi
2. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam melakukan penelitian.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pengamatan pada pemasaran kedelai (biji kering) ini, sistem pemasaran untuk konsumsi yang dilaksanakan belum efisien. Hal ini terbukti dari fungsi pemasaran yaitu fasilitas dengan tidak dilaksanakannya fungsi standarisasi dan grading yang dilakukan hanya kegiatan sortasi. Pada pendekatan serba barang, harga jual kedelai oleh petani ke pengrajin tahu tempe dan pabrik tahu tempe sebagai konsumen akhir lebih sesuai dibandingkan menjual kedelai ke pedagang pengumpul desa. Lembaga yang terlibat dalam pemasaran kedelai ini hanya Pedagang Pengumpul Desa.
2. Berdasarkan hasil analisis margin, nilai margin pemasaran hanya terdapat pada saluran pemasaran 1 yaitu sebesar Rp. 1000/Kg, karena pada saluran ini melibatkan satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul desa. Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) pemasaran kedelai untuk konsumsi pada saluran I sebesar 85% untuk tujuan konsumen akhir Kota Jambi. Sedangkan pada saluran II dan III petani menjual kedelai langsung ke konsumen akhir tanpa melibatkan lembaga pemasaran.

### 5.2 Saran

1. Sebaiknya petani menjual langsung hasil produksi kedelai ke industri pengolahan/agroindustri atau konsumen, dengan demikian bagian harga yang diterima petani akan lebih besar.
2. Dibutuhkan perhatian pemerintah dalam hal perbaikan sarana dan prasarana seperti perbaikan jalan lebih lanjut meskipun kondisi jalan sudah cukup baik

dibandingkan sebelumnya, dengan tujuan mengurangi biaya yang harus dikeluarkan dalam pemasaran kedelai.