

**ANALISIS EFESIENSI PEMASARAN ASPARAGUS (*Asparagus Officinalis*)
DI DESA SUKA SIPILIHEN KECAMATAN TIGA PANAH**

***MARKETING EFFICIENCY ANALYSIS OF ASPARAGUS (*Asparagus Officinalis*)
IN THE VILLAGE OF SUKA SIPILIHEN, TIGA PANAH DISTRICT***

Raka Pandu Dewantara¹, Khairunnisa Rangkuti², Ira Apriyanti³, Hardiansyah Sinaga⁴

¹Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

^{2,3,4}Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email : 24rakapandu@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran Asparagus, mengetahui share margin Asparagus dan menganalisis efisiensi pemasaran Asparagus. Penelitian ini berlokasi di Desa Suka Sipilihén, Kecamatan Tiga Panah. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengadakan wawancara, memberikan daftar kusioner dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tipe saluran pemasaran terdiri dari satu saluran pemasaran yaitu saluran distribusi dua tingkat (*two stage channel*), dari petani kepada pedagang pengumpul lalu kemudian dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer dan berakhir pada pedagang pengecer ke konsumen akhir. Efisiensi pemasaran pada saluran distribusi dua tingkat sebesar $18\% < 33\%$, menunjukkan bahwa pemasaran asparagus efisien.

Kata Kunci: Efisiensi, Saluran Pemasaran, Pemasaran Asparagus

ABSTRACT

This study aims to determine the Asparagus marketing channel, determine the share margin of Asparagus and analyze the efficiency of Asparagus marketing. This research is located in Suka Silection Village, Tiga Panah District. The location selection was done purposively. Data collection was carried out by conducting interviews, providing a list of questionnaires and documentation. The data sources used are primary and secondary data sources. The data analysis method used in this research is descriptive analysis method. The results of this study indicate that the type of marketing channel consists of one marketing channel, namely a two-stage distribution channel, from farmers to collectors and then from collectors to retailers and ends at retailers to final consumers. Marketing efficiency in the two-level distribution channel is $18\% < 33\%$, indicating that asparagus marketing is efficient.

Keywords: Efficiency, Marketing Channels, Asparagus Marketing

PENDAHULUAN

Sayuran adalah salah satu kelompok hortikultura yang mempunyai arti dan kedudukan tersendiri dalam proses pembangunan nasional di sub sektor pertanian. Sayuran merupakan sumber vitamin dan mineral yang penting bagi pemenuhan gizi masyarakat. Idealnya, seseorang harus mengkonsumsi sayuran sekitar 200 gr per hari agar metabolisme di dalam tubuh tidak terganggu akibat kekurangan serat. Artinya penduduk Indonesia yang berjumlah

sekitar 170 juta jiwa memerlukan 34.000 ton sayuran per hari. Katakanlah hanya kira-kira 50% yang membeli sayuran, jumlah total kebutuhan sayuran tetap merupakan potensi yang besar bagi pasar sayuran¹.

Asparagus (*Asparagus officinalis*) merupakan salah satu tanaman sayuran yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan memiliki gizi yang sangat tinggi pula. Asparagus merupakan sumber terbaik asam folat nabati, sangat rendah kalori, tidak mengandung lemak atau kolesterol, serta mengandung sangat sedikit natrium². Asparagus adalah tanaman subtropis yang diambil rebunginya untuk di konsumsi. Sup Asparagus adalah menu yang wajib tersedia di hotel dan restoran berbintang. Beda dengan sayuran subtropis lain seperti kol, brokoli, kentang dan wortel yang sudah dibudidayakan di Indonesia, maka asparagus masih harus diimpor³. Pada masa sekarang ini bukan suatu rahasia lagi bahwa sebenarnya konsumen adalah raja sebenarnya, oleh karena itu produsen yang memiliki prinsip holistic marketing sudah seharusnya memperhatikan semua yang menjadi hak-hak konsumen⁴.

Oleh karena itu, asparagus kini menjadi salah satu jenis tanaman sayuran yang sedang naik daun. Sejauh ini, ada dua jenis asparagus yang biasa dikonsumsi, yaitu asparagus hijau dan asparagus putih. Umumnya masyarakat Indonesia lebih senang menanam asparagus hijau, karena sesuai dengan kondisi tanah dan cuaca. Hal ini sesuai dengan hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti bahwa budidaya asparagus sudah mulai berkembang di Provinsi Sumatera Utara tepatnya di Kabupaten Karo. Namun di Kabupaten Karo budidaya asparagus hanya ada di Kecamatan Tiga Panah. Hal tersebut kemungkinan dikarenakan petani belum mengetahui bagaimana cara budidaya asparagus dan biaya produksi yang tinggi. Padahal asparagus memiliki potensi pasar yang cukup besar jika dilihat dari sisi permintaan dengan harga jual yang cukup tinggi berkisar Rp 40.000 sampai Rp 70.000 per kilogramnya, hal ini menjanjikan untuk tingkat pendapatan petani asparagus dibandingkan dengan tanaman lain. Oleh sebab itu, perlu adanya analisis ilmiah mengenai usahatani dan pemasaran asparagus.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*). Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung permasalahan yang timbul disuatu daerah dimana keadaannya belum tentu sama dengan daerah lain dalam kurun waktu tertentu. Menurut Hanafi (2010), metode ini dibatasi oleh kasus, lokasi, tempat, serta waktu tertentu dan tidak bisa disimpulkan pada daerah tertentu atau kasus lain⁵.

Metode Penentuan Lokasi

Daerah penelitian ditentukan secara purposive atau secara sengaja, yaitu di Desa Suka Sipilihen, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo. Berdasarkan hasil pra survei sebelumnya bahwa pada daerah tersebut merupakan daerah sentra produksi usahatani tanaman asparagus.

Metode Penarikan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jumlah populasi yang ada pada penelitian ini relatif kecil, oleh karena itu semua petani yang ada di lokasi penelitian di jadikan dalam penarikan sampel yang berjumlah 30 orang, maka metode yang digunakan dalam penarikan sampel adalah metode

sampling jenuh atau sensus. Metode sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil⁶.

Metode Pengumpulan Data

Jenis dan sumber yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh langsung dari responden, dimana data diperoleh langsung melalui wawancara dengan daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah dipersiapkan, selanjutnya dengan menggunakan data sekunder yaitu data yang dicatat secara sistematis dan dikutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait mengenai penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi, kondisi umum lokasi penelitian, jumlah petani asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo dan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Metode Analisis Data

Untuk identifikasi masalah yang pertama dapat dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif Untuk identifikasi masalah 2, metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung Persentase Margin (Share Margin)

$$SM = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

- Sm = Persentase margin (Share Margin) dihitung dalam persen (%)
- Pf = Biaya – biaya pada lembaga tataniaga (Rp)
- Pr = Harga beli konsumen (Rp) (Gultom, 1996 dalam Bisuk, 2009)⁷.

Menurut (Soekartawi,2002) untuk menghitung efisiensi pada setiap saluran pemasaran digunakan rumus sebagai berikut⁸:

- b. Mengitung efisiensi pemasaran

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

Keterangan:

- Ep = Efisiensi Pemasaran
- Dengan kreteria:
1. 0 – 33% = efisien
 2. 34 – 67% = Kurang Efisien
 3. 68 – 100% = tidak efisien

Menurut Widiastuti (2013) untuk menghitung marjin dari setiap lembaga pemasaran, dapat dihitung dengan menggunakan rumus⁹:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

- Mp = Marjin pemasaran (Rp/kg)
- Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)
- Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/kg)

Kriteria efisiensi tataniaga menurut Soekartawi (2002), adalah sebagai berikut¹⁰:

- a. Efisiensi tataniaga tidak terjadi jika
 1. Biaya pemasaran semakin besar
 2. Nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar.
- b. Efisiensi tataniaga akan terjadi jika
 1. Biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan tataniaga dapat lebih tinggi
 2. Persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi.

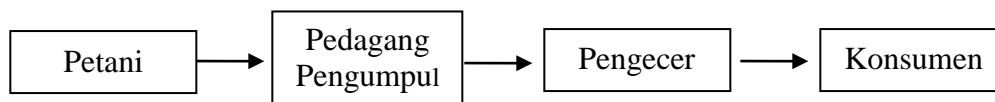
HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Asparagus

Sistem saluran pemasaran (marketing channel system) merupakan sekelompok saluran pemasaran tertentu yang digunakan oleh sebuah perusahaan dan keputusan tentang sistem ini merupakan salah satu keputusan terpenting yang dihadapi manajemen. Peran utama saluran pemasaran adalah mengubah pembeli potensial menjadi pelanggan yang menguntungkan, tidak hanya melayani pasar namun harus membentuk pasar.

Proses pemasaran asparagus di Desa Suka Sipilihen Sampai ke konsumen akhir melibatkan beberapa lembaga pemasaran, yaitu orang atau lembaga yang terlibat dalam pemasaran asparagus. Dari penelitian yang dilakukan di Desa Suka Sipilihen terdapat satu saluran pemasaran yang dilakukan, adapun saluran pemasaran yang terdapat di desa Suka Sipilihen adalah sebagai berikut:

Saluran Distribusi Dua Tingkat (two stage channel).



Gambar 2. Saluran Distribusi Dua Tingkat (two stage channel)

Pada tipe saluran distribusi dua tingkat ini petani langsung menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul di Desa Suka Sipilihen. Dari 30 sampel dalam penelitian ini, petani yang menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul sebanyak 30 petani keseluruhan sampel dalam penelitian ini. Para petani asparagus secara langsung mengantarkan hasil panennya ke tempat pengumpul. Pedagang pengumpul membeli hasil panen asparagus petani dengan harga berkisar dari Rp 18.000 harga ini disesuaikan dengan kualitas dari hasil panen asparagus tersebut.

Pedagang pengumpul di desa Suka Sipilihen berjumlah satu orang. pedagang pengumpul tersebut menerima hasil panen asparagus para petani. Pedagang pengumpul mampu menampung jumlah hasil produksi petani asparagus dengan rata-rata jumlah pembelian 150kg/harinya.

Pedagang pengumpul menjual asparagus kepada pedagang pengecer yang berada disekitar daerah kota medan yaitu Pasar Raya Komplek Medan Metropolitan Trade Centre (MMTC) Jl. Williem Iskandar, Desa Kenangan Baru, Kecamatan Percut Sei Tuan, Deli Serdang. Pedagang pengumpul juga mengirimkan asparagus tersebut pada penerima di domisili Jakarta yang sejatinya juga sudah biasa membeli pada pedagang pengumpul di Desa

Suka Sipilihen. Untuk memasarkan asparagus, pedagang pengumpul biasanya langsung mengantar asparagus ke lokasi pedagang pengecer yang telah memesan. Dalam tipe saluran distribusi dua tingkat ini harga beli dan harga jual ditentukan oleh pedagang pengumpul.

Biaya Pemasaran dan Share Margin Asparagus

Tabel 9. Biaya Pemasaran dan Share Margin Pemasaran Asparagus

No	Lembaga dan Komponen Biaya Pemasaran	Margin Pemasaran	Harga Jual (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Share Margin
1	Harga Jual Petani		18.000		
2	Biaya Pemasaran Pengumpul				
	A. Harga Beli Pengumpul			18.000	
	Packing				
	1. Kardus			1.000	
	2. Keranjang			1.500	
	3. Tali			50	
	4. Solatip			40	
	Transportasi				
	1. Medan			1.000	
	2. Jakarta			2.600	
	Tenaga Kerja			155	
	Total Biaya				
	Medan			21.745	
	Jakarta			23.345	
3	Harga Jual Pengumpul				
	Medan		29.000		38.29%
	Jakarta		30.000		
4	Profit Penjualan				
	Medan		7.255		
	Jakarta		6.655		
5	Margin Pemasaran				
	Medan	11.000			
	Jakarta	12.000			
	B. Biaya Pemasaran				
	Pengecer				
6	Harga Beli Pengecer		29.000		
	Transportasi		240		
	Tenaga Kerja		2.400		
	Total Biaya		31.640		
7	Harga Jual Pengecer		47.000		
8	Profit Penjualan		15.360		
9	Harga Beli Konsumen		47.000		
10	Margin Pemasaran	29.000			

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Pada saluran Distribusi dua tingkat dapat dilihat harga jual asparagus ditingkat petani sebesar Rp. 18.000/Kg, petani menjual hasil produksinya langsung kepada pedagang pengumpul. Pada saluran distribusi dua tingkat biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul asparagus antara lain: biaya packing, transportasi dan tenaga kerja.

Dapat dilihat biaya packing meliputi kardus Rp 1000/Kg, keranjang Rp 1500/Kg, tali Rp 50/Kg, solatip Rp 40/Kg dan untuk biaya tenaga kerja sebesar Rp. 155/Kg, biaya transportasi pedagang pengumpul mengeluarkan biaya sebesar Rp. 3.600/Kg.

Pedagang pengumpul menjual asparagus untuk pengiriman ke Medan yaitu Rp 29.000/Kg sedangkan pengiriman ke Jakarta Rp 30.000/Kg. Margin yang diperoleh untuk pengiriman ke Medan 11.000, Jakarta 12.000. Profit yang diperoleh oleh pedagang pengumpul dari pemasaran asparagus pada saluran distribusi dua tingkat ini yaitu medan Rp 7.255 dan Jakarta Rp 6.655. Pedagang pengecer membeli asparagus kepada pengumpul sebesar Rp 29.000/Kg, pedagang pengecer juga mengeluarkan biaya transportasi Rp 240/Kg dan biaya tenaga kerja Rp 2.400/Kg. Kemudian pedagang pengecer menjual asparagusnya kembali ke konsumen sebesar Rp 47.000/Kg. Margin yang diperoleh yaitu 29.000 dan profit yang diperoleh pedagang pengecer dari pemasaran asparagus yaitu Rp 15.360.

Efisiensi Lembaga Pemasaran Asparagus

Aspek pemasaran merupakan aspek yang penting dari penelitian ini apabila aspek ini berjalan cukup baik, maka seluruh pihak akan sama-sama diuntungkan. Artinya pemasaran yang baik akan membawa dampak positif terhadap petani, pedagang dan konsumen. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran asparagus di daerah penelitian maka dapat kita lihat pada tabel dibawah ini

Tabel 10. Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran Asparagus

	8.485 : 47.000 x 100%
Saluran Distribusi Dua Tingkat	0,18 x 100%
	18%

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Dapat dilihat pada tingkat efisiensi saluran distribusi dua tingkat sebesar 18%. Hal ini disebabkan marketing margin saluran distribusi dua tingkat ini melibatkan dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, dimana setiap lembaga memiliki biaya pemasaran yaitu Rp 8.485 pada pedagang pengumpul dan Rp 47.000 pada pedagang pengecer. Ini menunjukkan bahwa semakin kecil tingkat efisiensi dari sistem tataniaga maka semakin efisien sistem tersebut, sehingga dalam saluran distribusi dua tingkat efisien di daerah penelitian

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap sistem pemasaran Asparagus di daerah penelitian, disimpulkan bahwa Tipe saluran pemasaran di Desa Suka Sipilihan terdiri dari satu saluran pemasaran yaitu tipe saluran distribusi dua tingkat (two stage channel), dari petani kepedagang pengumpul lalu dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer lalu dari pedagang pengecer ke konsumen akhir. Efisiensi pemasaran pada saluran distribusi dua tingkat sebesar 18% < 33%, menunjukkan bahwa pemasaran asparagus efisien

DAFTAR PUSTAKA

- Rahardi, F. 2000. *Agribisnis Tanaman Sayur*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- BPP Garokgek, 2013. *Asparagus, Peluang dan Budidaya*. <http://kiarapedes.blogspot.co.id/2013/09/asparagus-peluang-danbudidaya.html> 2013.
- Susetyo, W. 2015. *Sukses Bertanam Asparagus*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Rangkuti, K. (2018). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tanaman Anggrek (Orchidaceae) Di Kota Medan. *Biolink (Jurnal Biologi Lingkungan Industri Kesehatan)*, 4(2), 129-137.
- Hanafi, R. 2010. *Pengantar ekonomi pertanian*. Penerbit Andi.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:PT.Alfabeta.
- Bisuk, P. 2009. *Analisis Tataniaga dan Elastisitas Transmisi Harga CPO Internasional Terhadap Harga TBS (Tandan Buah Segar) Kelapa Sawit (Studi Kasus: Desa Mananti Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas)*. Skripsi. USU. Medan. Hal. 76
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 238 hal.
- Widiastuti, N dan Mohd. Harisudin, 2013. *Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung di Kabupaten Grobogan*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta