
**ANALISIS USAHATANI DAN SALURAN PEMASARAN KEMBANG KOL DI DESA
BELENDUNG, KECAMATAN KLARI, KABUPATEN KARAWANG JAWA BARAT**

Oleh:

Evi Sumiati

Rini Setyowati

Tungga Buana Diana

Program Studi Agribisnis,
Universitas Borobudur

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the existing marketing margins in the cauliflower farm in Belendung Village. Analyzing the existing marketing channels in the cauliflower farm in Belendung Village. Analysis of cauliflower farm income on a 0.32 hectare land, the R / C value is 1.8. This indicates that cauliflower farming is profitable or feasible to be developed by farmers. The marketing process of cauliflower from farmers to consumers involves collecting traders, wholesalers and retailers. There are three cauliflower marketing channels in Belendung Village. The largest total profit to cost ratio for each cauliflower marketing channel was channel I at 1.8, channel II at 2.9 and channel III at 3.9. Channel III is the most profitable channel for farmers because it has the highest ratio value.

Keywords : Cauliflower, Farming

ABSTRAK

Tujuan dari Penelitian ini adalah menganalisis margin pemasaran yang ada pada usahatani kembang kol yang ada di Desa Belendung. Menganalisis saluran pemasaran yang ada pada usahatani kembang kol yang ada di Desa Belendung. Analisis pendapatan usahatani kembang kol pada luasan lahan 0.32 hektar nilai R/C nya adalah 1.8. Hal ini menunjukkan usahatani kembang kol menguntungkan atau layak untuk dikembangkan oleh petani. Proses pemasaran kembang kol dari petani hingga ke konsumen melibatkan pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Terdapat tiga saluran pemasaran kembang kol di Desa Belendung. Total rasio keuntungan terhadap biaya terbesar pada masing-masing saluran pemasaran kembang kol yaitu pada saluran I sebesar 1.8, saluran II sebesar 2.9 dan saluran III sebesar 3.9. Saluran III merupakan saluran yang paling menguntungkan bagi petani karena mempunyai nilai rasio tertinggi.

Keywords: kembang kol, usaha tani

PENDAHULUAN

Pentingnya sektor pertanian dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat harus didukung oleh peran pemerintah dalam menerapkan kebijakannya guna membantu

petani dalam mengelola sistem dan lahan pertaniannya. Kebijakan pemerintah diharapkan dapat mengutamakan kesejahteraan petani di Indonesia sehingga petani memiliki motivasi

dalam mengembangkan kemampuannya dalam mengembangkan pertaniannya.

Pertanian merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi terhadap pembangunan terutama di daerah. Indonesia memiliki sumber daya pertanian yang sudah selayaknya dikembangkan. Selain untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat Indonesia, pertanian juga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan petani.

Prospek pengembangan budidaya kembang kol sebagai salah satu komoditas hortikultura sayuran di Indonesia sangat baik karena berdampak positif bagi perbaikan gizi masyarakat. Selain itu dapat meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja serta pengembangan agribisnis. Kembang kol termasuk sayuran yang mempunyai nilai jual tinggi. Hal ini disebabkan karena setiap tahunnya harga jual kembang kol mengalami peningkatan. Untuk itu, kembang kol memberikan peluang usaha yang terbuka lebar karena banyaknya permintaan dari dalam negeri.

Prospek pengembangan budidaya kembang kol sebagai salah satu komoditas hortikultura sayuran di Indonesia sangat baik. Kembang kol termasuk sayuran yang mempunyai nilai jual tinggi. Hal ini disebabkan karena setiap tahunnya harga jual kembang kol mengalami peningkatan. Kembang kol memberikan peluang usaha yang

terbuka lebar karena banyaknya permintaan dari dalam negeri.

Beberapa provinsi yang menjadi sentra produksi kembang kol yaitu Sumatera Utara, Sumatera Barat, Bengkulu, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Di Jawa Barat terdapat beberapa daerah penghasil kembang kol, yaitu Kabupaten Bogor, Kabupaten Cianjur, Kabupaten Bandung, Kabupaten Sukabumi, dan salah satunya Kabupaten Karawang khususnya di Desa Belendung, Kecamatan Klari. Desa Belendung merupakan dataran rendah yang berada pada ketinggian 25 meter dari permukaan laut dengan suhu rata-rata 27°C sehingga petani memanfaatkan lahan sawahnya untuk menanam kembang kol.

Perumusan Masalah

Masalah utama yang dihadapi oleh petani kembang kol di Desa Belendung adalah ketidakstabilan harga dan ketidakpastian pasar. Harga komoditas kembang kol sering tidak stabil dengan fluktuasi harga yang cukup besar. Harga jual yang diterima oleh petani relatif lebih kecil dibandingkan harga jual pedagang pengecer dan di pasar tradisional.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan perumusan masalah diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pendapatan usaha tani kembang kol di desa Belendung?
 2. Bagaimana saluran pemasaran pada usaha tani kembang kol di Desa Belendung?
-

Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari Penelitian ini adalah:

1. Menganalisis margin pemasaran yang ada pada usahatani kembang kol yang ada di Desa Belendung.
2. Menganalisis saluran pemasaran yang ada pada usahatani kembang kol yang ada di Desa Belendung.

METODE PENELITIAN

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Belendung, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive). Pertimbangannya adalah bahwa Desa Belendung merupakan salah satu daerah penghasil kembang kol di Karawang. Pemilihan Desa Belendung disebabkan karena wilayah tersebut merupakan daerah yang produktivitas kembang kol cukup banyak di Kabupaten Karawang

Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi (pengamatan) dan wawancara langsung terhadap kegiatan yang dilakukan responden, dengan menggunakan data kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya. Data sekunder sebagai data penunjang dari

catatan yang terdapat di berbagai instansi yang berkaitan dengan masalah penelitian seperti Badan Pusat Statistik, Direktorat Jendral Bina Produksi Hortikultura, Departemen Pertanian dan dari berbagai literatur.

Metode Penentuan Sampel

Petani yang dipilih sebagai responden adalah seluruh petani yang ada di Desa Belendung yang memproduksi kembang kol. *Sampling* yang dilakukan untuk menganalisis aspek pemasaran dengan mengikuti arus komoditi kembang kol dari petani sampai ke konsumen. Responden yang diambil meliputi dua orang pedagang pengumpul, satu orang pedagang besar dan satu orang pedagang pengecer.

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Data primer dan data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisis secara kualitatif maupun kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat kegiatan produksi, sistem pemasaran pada usahatani kembang kol di lokasi penelitian dan beberapa hal lain yang terkait akan diuraikan secara deskriptif, sedangkan analisis kuantitatif disajikan dalam bentuk tabulasi. Analisis ini bertujuan untuk menyederhanakan data dalam bentuk yang mudah dibaca. Dalam penelitian analisis kuantitatif dilakukan dengan analisis pendapatan, analisis R/C rasio, analisis margin, dan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran

Analisis Saluran Pemasaran

Analisis saluran pemasaran usahatani kembang kol dilakukan dengan metode deskriptif dan metode ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk melihat dan menganalisis usahatani kembang kol yang dilakukan oleh petani di Desa Belendung, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang dalam memasarkan kembang kol. Saluran pemasaran komoditas kembang kol ditelusuri dari produsen sampai ke konsumen akhir

Saluran pemasaran kembang kol di Desa Belendung, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang dapat dianalisis dengan mengamati lembaga pemasaran yang membentuk saluran pemasaran tersebut. Lembaga-lembaga pemasaran ini berperan sebagai perantara dalam penyampaian barang dari produsen ke konsumen akhir dan arus barang yang melalui lembaga-lembaga yang menjadi perantara membentuk saluran pemasaran.

Analisis Marjin Pemasaran

Analisis pemasaran dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi lembaga pemasaran yang terlibat serta mendeskripsikan alur pemasaran yang terjadi dalam bentuk skema. Skema pemasaran dapat terbentuk beberapa macam tergantung alur pemasaran yang terjadi. Untuk melihat tingkat efisiensi pemasaran diukur dengan margin pemasaran, rasio keuntungan atau biaya.

Analisis margin pemasaran digunakan untuk melihat tingkat efisiensi pemasaran kembang kol. Margin pemasaran merupakan

perbedaan harga yang terjadi di tingkat produsen (harga beli) dengan harga di tingkat konsumen (harga jual). Margin pemasaran dihitung berdasarkan hasil pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap lembaga pemasaran. (Limbong dan Sitorus, 1987).

Perhitungan margin pemasaran secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M_i = H_{ji} - H_{bi}$$

$$M_i = C_i + \pi_i$$

$$H_{ji} - H_{bi} = C_i + \pi_i$$

Berdasarkan persamaan diatas, keuntungan pemasaran pada tingkat ke-i adalah :

$$\pi_i = H_{ji} - H_{bi} - C_i$$

Maka besarnya margin pemasaran adalah :

$$M_t = M_i$$

Keterangan :

M_i : Margin pemasaran pada tingkat ke – i
(Rp/Kg)

H_{ji} : Harga penjualan pada pasar tingkat ke – i
(Rp/Kg)

H_{bi} : Harga pembelian pada pasar tingkat ke – i
(Rp/Kg)

C_i : Biaya pada pasar tingkat ke – i (Rp/Kg)

π_i : Keuntungan pemasaran pada pasar tingkat ke – i (Rp/Kg)

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

M_t : Total margin pemasaran

Berdasarkan nilai margin pemasaran yang diperoleh dapat diketahui tingkat rasio keuntungan terhadap biaya yang dikeluarkan

oleh lembaga pemasaran. Rasio ini menunjukkan besarnya keuntungan yang diperoleh terhadap biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Semakin tinggi nilai rasio semakin besar keuntungan yang diperoleh. Rasio tersebut diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rasio Keuntungan} = \frac{\text{Keuntungan } (\pi)}{\text{Biaya Pemasaran } (C_i)}$$

Analisis Pendapatan Usaha Tani

Analisis pendapatan usahatani kembang kol merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menganalisis apakah usahatani kembang kol yang dilakukan di Desa Belendung, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang mendapatkan keuntungan atau justru mengalami kerugian. Alat ini digunakan untuk melihat tingkat keberhasilan petani kembang kol dalam melakukan produksi kembang kol dilahan sawah pada saat tidak menanam padi. Menurut Soekartawi (2002), pendapatan dari sektor usahatani dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$I = TR - (FC + VC)$$

Keterangan :

- I = Pendapatan
- TR = Penerimaan
- FC = Biaya Tetap
- VC = Biaya Variabel

R/C ratio merupakan alat untuk mengukur biaya dari suatu produksi.

$$RC \text{ Ratio} = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

Kriteria :

- R/C Ratio > 1, usahatani layak dikembangkan
- R/C Ratio < 1, usahatani tidak layak dikembangkan
- R/C Ratio = 1, usahatani impas

Secara teoritis R/C menunjukkan bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan akan memperoleh penerimaan sebesar nilai R/C nya dikurangi satu. Suatu usaha dapat dikatakan menguntungkan dan layak untuk diusahakan apabila nilai R/C rasio lebih besar dari satu ($R/C > 1$), makin tinggi nilai R/C menunjukkan bahwa penerimaan yang diperoleh semakin besar. Namun apabila nilai R/C lebih kecil dari satu ($R/C < 1$), usaha ini tidak mendatangkan keuntungan sehingga tidak layak untuk diusahakan.

Biaya penyusutan alat-alat pertanian diperhitungkan dengan membagi selisih antara nilai pembelian dengan nilai sisa yang ditafsirkan dengan lamanya modal pakai. Metode yang digunakan ini adalah metode garis lurus. Metode ini digunakan karena jumlah penyusutan alat tiap tahunnya dianggap sama dan diasumsikan tidak laku bila dijual. Rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Biaya Penyusutan} = \frac{Nb - Ns}{n}$$

Keterangan:

Nb : Nilai pembelian (Rp)

Ns : Tafsiran nilai sisa (Rp)

N : Umur ekonomis (Tahun)

Sumber: Husen Umar (2003)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Belendung merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Klari Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat yang berbatasan dengan Desa Pasir Mulya di sebelah utara, sebelah timur berbatasan dengan Desa Pancawati, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Darawolong, dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Cibalongsari. Luas wilayah Desa Belendung adalah 569 ha dan termasuk desa yang ada di Kecamatan Klari. Luas wilayah Kecamatan Klari 5,978.825 ha yang terdiri dari tanah darat 3,867.826 ha, tanah sawah teknis 1,408 ha, tanah sawah non teknis 865 ha dan tanah bengkok 37.721 ha.

Jumlah penduduk Kecamatan Klari adalah 167,611 jiwa yang terdiri atas 84,945 laki-laki dan 82,666 perempuan. Rasio jenis kelamin laki-laki dengan perempuan adalah 102.76. Ini menunjukkan jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dari jumlah perempuan. Persebaran penduduk paling banyak di kelompok usia 25–29 tahun, ini artinya potensi tenaga kerja di Kecamatan Klari tinggi, masih banyaknya generasi muda. Jumlah penduduk di Kecamatan Klari dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin, serta Sex Ratio di Kecamatan Klari Tahun 2016

Kelompok Umur	Jumlah		Sex Ratio
	Laki – Laki	Perempuan	
0 – 4	8.938	8.486	105,33
5 – 9	7.630	7.213	105,78
10 – 14	6.847	6.398	107,02
15 – 19	7.062	7.064	99,97
20 – 24	7.641	8.448	90,45
25 – 29	8.833	9.152	96,51
30 – 34	8.903	8.979	99,15
35 – 39	7.846	7.308	107,36
40 – 44	6.371	5.492	116,01
45 – 49	4.537	3.967	114,37
50 – 54	3.267	3.073	106,31
55 – 59	2.563	2.373	108,01
60 – 64	1.786	1.744	102,41
65 – 69	1.260	1.194	105,53
70 – 74	734	800	91,75
75+	727	975	74,56
Jumlah	84.945	82.666	102,76

Sumber : BPS (2017)

Luas lahan sawah di Kecamatan Klari 1.606 Ha. Pada tahun 2015 hasil panen di wilayah Kecamatan Klari mencapai 76.777 Ton dengan hasil per Hektar 4.75 Ton. Sebagian besar wilayah Kecamatan Klari adalah pemukiman. Hal tersebut dapat dilihat dengan besarnya persentase penggunaan lahan pemukiman mencapai 50.7% sedangkan luas

tanah sawah Kecamatan Klari hanya 26.15% dari luas keseluruhan di Kecamatan Klari.

Analisis Pendapatan Usahatani Kembang Kol

Sarana produksi pada usahatani kembang kol terdiri dari bibit, lahan, tenaga kerja, dan alat-alat pertanian.

1. Bibit

Petani kembang kol di Desa Belendung memilih membeli bibit unggul *Mona FI* yang dibeli di toko pertanian di Karawang agar proses pemanenan lebih cepat. Untuk harga 1 batang bibit kembang kol adalah Rp. 300,-. Per batang. Masing-masing petani membutuhkan jumlah batang bibit yang berbeda-beda sesuai dengan luas lahan tanam. Terdapat 1 responden petani kembang kol yang melakukan pembibitan sendiri karena biayanya lebih murah dibandingkan dengan membeli bibit. Sedangkan 7 responden petani lebih memilih membeli bibit karena menginginkan proses panen lebih cepat. Rata-rata biaya bibit yang dibutuhkan oleh petani di Desa Belendung adalah Rp. 2,556,875,-.

2. Lahan

Lahan yang digunakan petani responden di Desa Belendung untuk berusahatani kembang kol sebagian besar adalah pesawahan dan merupakan milik sendiri. Petani yang lahannya milik sendiri sebanyak 7 orang (87.5%) dan 1 petani yang menyewa lahan (12.5%). Biaya sewa lahan yang ditanggung petani adalah sebesar Rp.

1,500,000,- per hektar per musim tanam, biaya yang dikenakan untuk lahan 0.1 hektar adalah Rp,150,000,-. Rata-rata luas lahan petani kembang kol di Desa Belendung adalah 0.32 hektar. Sehingga dalam perhitungan analisis usahatani kembang kol menggunakan luasan lahan 0.32 hektar.

3. Tenaga Kerja

Tenaga kerja untuk usahatani kembang kol di Desa Belendung berasal dari tenaga kerja luar keluarga yang merupakan tenaga kerja upahan. Terdapat 2 petani kembang kol yang menggunakan tenaga kerja dalam keluarga. Waktu kerja petani kembang kol di Desa Belendung yaitu mulai pukul 07.00 sampai pukul 15.00 (delapan jam kerja) dengan upah yang dibayarkan adalah Rp. 100,000,- per hari. Jumlah tenaga kerja dalam keluarga yang terlibat dalam usahatani kembang kol terdiri dari 3 orang yaitu petani, istri petani dan anak petani yang sudah dewasa. Sedangkan untuk petani yang menggunakan tenaga kerja luar keluarga seluruhnya karena anggota keluarganya memiliki usaha lain. Sebagian besar tenaga kerja laki-laki yang digunakan dalam kegiatan usahatani kembang kol. Untuk tenaga kerja perempuan biasanya hanya melakukan pekerjaan yang lebih ringan seperti membuat lubang tanam. Satuan yang digunakan untuk tenaga kerja usahatani kembang kol adalah HOK (hari orang kerja). Rata-rata tenaga kerja

pada usahatani kembang kol di Desa Belendung adalah 61 HOK.

4 Alat-alat Pertanian

Jenis alat-alat pertanian yang digunakan pada usahatani kembang kol adalah cangkul, kored, golok dan tangki. Cangkul digunakan untuk menggemburkan atau mengolah tanah dan membuat bedengan. Kored digunakan untuk membersihkan atau menyingi gulma. Dan tangki digunakan untuk penyemprotan pestisida. Peralatan tersebut biasanya merupakan milik petani sendiri dan biasanya petani tidak selalu membeli alat-alat pertanian setiap musim tanam karena alat yang digunakan memiliki umur teknis lebih dari tiga tahun sampai tidak dapat digunakan lagi. Penyusutan dihitung dengan metode garis lurus dengan asumsi peralatan tersebut tidak dapat digunakan lagi setelah melewati umur teknis. Rata-rata penyusutan alat pertanian petani kembang kol di Desa Belendung adalah Rp. 215,625,-.

Selain lahan dan tenaga kerja, biaya yang dikeluarkan petani adalah biaya pemupukan dan obat-obatan. Pupuk yang digunakan petani adalah Urea, NPK, Phoska dan Blower. Obat-obatan yang digunakan adalah *Atabron*, *D.molis*, *Amezo*, *Marshal*, *Endure*, *Premix*, *Jimmy hantu*, *Manohara*, *Fujigib*, *Gandasil B*, *Gandasil D* dan *Bangkit*. Biaya yang dikeluarkan petani untuk biaya pemupukan dan obat-obatan berbeda. Rata-rata biaya pupuk yang dikeluarkan petani

kembang kol di Desa Belendung adalah Rp. 7,415,000,- dan rata-rata biaya obat-obatan adalah Rp. 1,083,750,-.

Analisis pendapatan usahatani kembang kol pada petani di Desa Belendung menggambarkan besarnya penggunaan input-input produksi dan biaya-biaya yang harus dikeluarkan selama proses usahatani berlangsung. Tujuan dari kegiatan usahatani kembang kol adalah untuk mendapatkan keuntungan sebagai imbalan atas usaha dan kerja yang telah dilakukan petani.

Analisis yang dilakukan berdasarkan pada selisih antara penerimaan dan biaya yang dikeluarkan, yang meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan yang tidak mempengaruhi besar kecilnya tingkat produksi seperti sewa lahan atau pajak lahan, dan penyusutan alat. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan mempengaruhi besar kecilnya tingkat produksi seperti biaya bibit, pupuk, obat-obatan dan tenaga kerja.

Untuk usahatani kembang kol, penerimaan total di peroleh petani dari produksi yang dihasilkan dikalikan dengan harga yang berlaku. Produksi petani kembang kol di Desa Belendung berbeda-beda tergantung luasan lahan dan jumlah bibit yang ditanam. Selain hasil produksi yang dijual, ternyata terdapat resiko panen yang harus ditanggung oleh petani sehingga penerimaan total yang diterima petani berkurang karena

hasil produksi yang dijual berkurang. Analisis pendapatan usahatani kembang kol di Desa Belendung dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Pendapatan Usahatani Kembang Kol di Desa Belendung

Uraian	Nilai (Rp)
Biaya Tetap (BT) (Fixed cost)	
a. Pajak dan Sewa Lahan	5,181,250
b. Penyusutan Alat	215,625
Jumlah BT (Total fixed cos)	5,396,875
Biaya Variabel (BV) (Variable cost)	
a. Bibit	2,556,875
b. Pupuk	7,437,500
c. Obat-obatan	1,181,875
d. Tenaga Kerja	6,087,500
Jumlah BV (Total variable cost)	17,263,750
Jumlah BT + BV	22,660,625
Penerimaan	40,312,500
Pendapatan	17,651,875
R/C ratio	1.8

Sumber : Data Primer, diolah (2017)

Pada Tabel 2, diketahui bahwa penerimaan petani kembang kol dengan luas lahan 0.32 hektar di Desa Belendung adalah Rp. 40,312,500 dengan pendapatan Rp. 17,651,875 dan R/C ratio menunjukkan 1.8 yang menunjukkan bahwa usahatani kembang kol di Desa Belendung layak untuk dikembangkan.

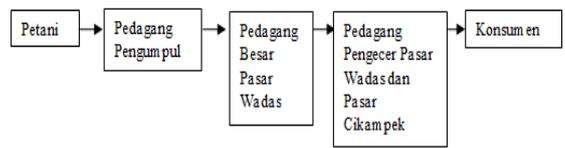
Penerimaan adalah penghasilan yang belum dikurangi biaya produksi. Penerimaan ini merupakan harga jual dikali dengan hasil produksi. Rata-rata penerimaannya sebesar Rp. 40,312,500,-. Pendapatan adalah penerimaan yang diperoleh dari hasil penjualan yang dikurangi dengan biaya produksi. Pendapatan rata-rata petani per periode adalah Rp. 22,169,063,-.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran kembang kol pada penelitian ini diawali dari petani, Jumlah petani responden pada penelitian ini adalah 8 orang. Petani responden merupakan petani kembang kol yang ada di tiga dusun yang terdiri dari 6 petani Dusun Sembang, 1 Petani Dusun Pundong dan 1 Petani Dusun Boled. Petani responden merupakan petani yang melakukan usahatani kembang kol baik sebagai usaha sampingan maupun sebagai usaha pokok. Karakteristik petani responden yang ada di Desa Belendung dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Petani Responden Berdasarkan Karakteristiknya

No	Karakteristik	Uraian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Usia	<30	1	12,5
		30 – 50	6	75
		>50	1	12,5
2	Pendidikan	SMP	4	50
		SMA	4	50
3	Pengalaman	4 Tahun	1	12,5
		3 Tahun	3	37,5
		2 Tahun	3	37,5
		1 Tahun	1	12,5



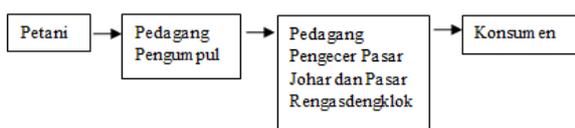
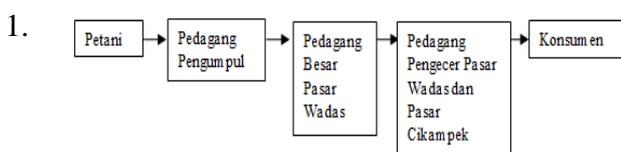
		Tahun		
4	Status Lahan	Milik Sendiri	7	87,5
		Sewa	1	12,5
5	Luas Tanam	>0,7	1	12,5
		0,2 – 0,5	5	62,5
		0,1	2	25

Sumber : Data Primer, diolah (2017)

Kegiatan pemasaran kembang kol di Desa Blendung melibatkan lembaga pemasaran atau pedagang pengumpul dalam penyaluran barang yang disebabkan karena adanya jarak antara produsen dengan konsumen. Pedagang pengumpul yang terdapat di desa Blendung berjumlah empat orang yang terdiri dari dua pedagang pengumpul, satu pedagang besar dan satu pedagang pengecer.

Lokasi pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer berbeda dengan lokasi penelitian, yaitu melakukan penjualan kembang kol di pasar-pasar tradisional seperti Pasar Wadas, Pasar Telagasarai, Pasar Kosambi, Pasar Cikampek, Pasar Johar dan Pasar Rengasdengklok.

Terdapat tiga saluran pemasaran yang digunakan petani untuk menyalurkan kembang kol kepada konsumen. Secara rinci pola saluran pemasaran tersebut dapat dijelaskan pada gambar 3.



2.

3.

Gambar 1. Tiga Pola Saluran pemasaran kembang kol di Desa Blendung

Dari 8 petani responden diketahui 87.5% menjual kembang kol kepada pedagang pengumpul, pedagang pengumpul mendatangi langsung petani untuk melakukan penawaran pembelian kembang kol, sehingga petani dapat dengan mudah langsung memasarkan kembang kol. Sedangkan 12.5% petani menjual kembang kol langsung ke pasar kepada pedagang pengecer. Petani yang menjual langsung kembang kol kepada pedagang pengecer karena harga di pasar lebih besar dan dapat mengetahui perkembangan harga.

Petani memiliki kebebasan untuk menentukan saluran mana yang akan dipilih untuk menjual hasil panen kembang kol tersebut. pada saluran I dan II petani dapat menjual kembang kol nya melalui pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul tersebut melanjutkan proses pendistribusian ke pedagang besar dan pedagang pengecer. Pada saluran III petani dapat menjual hasil panen

kembang kol langsung ke pasar tujuan seperti Pasar Kosambi dan Pasar Telagasari.

Marjin Pemasaran

Perhitungan margin pemasaran berdasarkan perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen atau nilai jasa dari jasa-jasa pelaksana kegiatan pemasaran mulai dari tingkat produsen hingga ke tingkat konsumen akhir, yang terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Terdapat tiga pola saluran pemasaran yang akan dianalisis yaitu pola I (Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar (Pasar Wadas) – Pedagang Pengecer (Pasar Wadas dan Pasar Cikampek) – Konsumen), pola II (Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer (Pasar Johar dan Pasar Rengasdengklok) – Konsumen), pola III (Petani – Pedagang Pengecer (Pasar Kosambi dan Pasar Telagasari) – Konsumen).

Biaya merupakan komponen terpenting dalam menganalisis margin pemasaran kembang kol. Biaya tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan dalam penyaluran kembang kol dari petani ke konsumen seperti biaya panen, pengemasan, pengangkutan, retribusi, bongkar muat, standarisasi dan *grading*, sewa tempat, dan penyusutan.

Biaya panen adalah biaya yang dikeluarkan petani pada saat kegiatan panen kembang kol. Biaya panen tersebut meliputi biaya tenaga kerja pemanen. Biaya pengemasan yaitu pembelian karung.

Pengemasan dilakukan pada saat kegiatan panen sudah selesai. Biaya panen pada saluran pemasaran I sampai III ditanggung oleh petani Rp. 2.000 , - per kilogram. Sedangkan besarnya biaya pengemasan pada saluran I dan II semuanya ditanggung oleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 115, - per kilogram dan pada saluran III sebesar Rp. 70, - per kilogram.

Biaya transportasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengangkut kembang kol sampai tujuan pemasaran. Besarnya biaya tersebut tergantung dari jaraknya pemasaran, semakin jauh maka akan semakin mahal biaya transportasinya. Biaya tersebut mencakup biaya sopir dan bensin. Alat transportasi yang digunakan adalah *pick up* dengan kapasitas 2.000 – 2.500 kilogram. Biaya transportasi pada tingkat pedagang pengumpul saluran pemasaran I dengan tujuan Pasar Wadas sebesar Rp. 400,- per kilogram kembang kol. Pada saluran pemasaran II dengan tujuan pedagang pengecer Pasar Johar dan Pasar Rengasdengklok sebesar Rp. 450, - per kilogram. Biaya transportasi pada saluran III pada tingkat petani yang menjual kembang kol langsung ke pasar Kosambi dan Telagasari sebesar Rp. 300, - per kilogram.

Biaya retribusi adalah pungutan yang dibayar lembaga pemasaran untuk biaya pemeliharaan pasar seperti kebersihan dan juga untuk biaya pungutan lain yang dikenakan pada saat pendistribusian kembang

kol berlangsung. Rata-rata biaya retribusi di tingkat pedagang pengumpul dan petani saluran I dan II adalah Rp. 10,- per kilogram dan untuk saluran III petani tidak dikenakan biaya retribusi. Pada tingkat pedagang besar sebesar Rp. 7,- per kilogram. Rata-rata biaya retribusi di tingkat pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 15,- per kilogram di Pasar Cikampek dan Pasar Wadas, Rp. 20,- per kilogram di Pasar Kosambi dan Telagasari, dan Rp. 25,- per kilogram di Pasar Johar dan Rengasdengklok.

Biaya bongkar muat adalah biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja dan biayanya dikeluarkan oleh pedagang besar sebesar Rp. 12,- per kilogram. Untuk pedagang pengecer tidak mengeluarkan biaya bongkar muat karena lokasi pedagang besar dan pedagang pengecer masih berada di lokasi yang sama. Rincian biaya pemasaran pada setiap lembaga pemasaran dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rincian Biaya Pemasaran Masing-Masing Pola Pemasaran

No	Komponen Biaya	Saluran I (Rp/Kg)	Saluran II (Rp/Kg)	Saluran III (Rp/Kg)
1.	Petani			
	a. Panen	2.000	2.000	2.000
	b. Pengemasan			70
	c. Pengangkutan			300
	d. Retribusi			7
	e. Bongkar Muat			
	f. Sortasi dan Grading			
	g. Sewa tempat			
	h. Penyusutan			
	Jumlah	2.000	2.000	2.377
2.	Pedagang Pengumpul			
	a. Panen			
	b. Pengemasan	115	115	

	c. Pengangkutan	400	450	
	d. Retribusi	10	10	
	e. Bongkar Muat			
	f. Sortasi dan Grading			
	g. Sewa tempat			
	h. Penyusutan			
	Jumlah	525	460	
3.	Pedagang Besar			
	a. Panen			
	b. Pengemasan	160		
	c. Pengangkutan			
	d. Retribusi	7		
	e. Bongkar Muat	12		
	f. Sortasi dan Grading	120		
	g. Sewa tempat	17		
	h. Penyusutan	540		
	Jumlah	856		
4.	Pedagang Pengecer			
	a. Panen			
	b. Pengemasan			
	c. Pengangkutan	400	450	300
	d. Retribusi	15	20	25
	e. Bongkar Muat			
	f. Sortasi dan Grading	120	80	75
	g. Sewa tempat	50	50	50
	h. Penyusutan	1.620	1.510	1.200
	Jumlah	2.205	2.110	1.650

Biaya sewa tempat dikeluarkan oleh pedagang besar dan pedagang pengecer. Untuk pedagang besar biaya sewa yang dikeluarkan adalah biaya untuk satu bulan, sedangkan untuk pedagang pengecer biaya sewanya dikeluarkan per hari. Biaya sewa rata-rata pada pedagang besar adalah Rp. 17,- per kilogram untuk pedagang besar di Pasar Wadas. Untuk biaya sewa tempat yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah Rp. 50,- per kilogram. Biaya sortasi dan *grading* adalah biaya tenaga kerja pada kegiatan tersebut.

Biaya penyusutan adalah biaya yang ditanggung lembaga pemasaran karena kembang kol yang dijual mengalami

penurunan kuantitas akibat adanya proses pendistribusian dan pemotongan daun yang tidak layak atau rusak. Penyusutan tersebut dialami oleh pedagang besar dan pedagang pengecer dengan rata-rata tiga persen perhari. Petani dan pedagang pengumpul tidak menanggung biaya penyusutan karena hasil panen langsung dikirim ke pedagang besar. Penyusutan kembang kol terjadi karena tidak habis terjual di hari yang sama dan juga terdapat kembang kol yang tidak layak jual pada saat proses sortasi dan *grading*.

Untuk sebaran margin pemasaran, secara umum petani menyalurkan melalui dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Saluran yang melalui pedagang pengumpul terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu saluran I dan II sedangkan saluran yang melalui pedagang pengecer adalah saluran III. Tujuan pasar kembang kol adalah Pasar Wadas, Pasar Cikampek, Pasar Kosambi, Pasar Telagasari, Pasar Johar dan Pasar Rengasdengklok.

Biaya panen yang dikeluarkan petani sebesar Rp. 2,000,- per kilogram. Lembaga pemasaran pada tingkat pedagang pengecer merupakan lembaga pemasaran yang memiliki biaya pemasaran terbesar yaitu Rp. 2,205,- per kilogram pada saluran I, Rp. 2,110,- per kilogram pada saluran II dan Rp. 1,650,- per kilogram pada saluran III. Untuk margin pemasaran, saluran III merupakan yang terkecil yaitu sebesar Rp. 5,500,- per kilogram

sedangkan pada saluran I dan II margin pemasarannya sebesar Rp. 7,000,- per kilogram. Margin pada saluran III terkecil karena petani menjual langsung kembang kol ke pedagang pengecer kemudian dari pedagang pengecer dijual ke konsumen.

Tingkat keberhasilan sistem pemasaran dapat dilihat dari rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran. Total rasio keuntungan terhadap biaya terbesar pada masing-masing saluran pemasaran kembang kol yaitu pada saluran I sebesar 1.8, saluran II sebesar 2.9 dan saluran III sebesar 3.9. Saluran III merupakan saluran yang paling menguntungkan bagi petani karena mempunyai nilai rasio tertinggi. Margin pemasaran kembang kol dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 6. Margin Pemasaran Kembang Kol di Desa Belendung

Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III
	Nilai (Rp/Kg)	Nilai (Rp/Kg)	Nilai (Rp/Kg)
Petani			
Biaya Panen	2000	2000	2000
Biaya Pemasaran			377
Keuntungan	3000	3000	4123
Harga Jual	5000	5000	6500
Margin			
Rasio π/C			10.9
Pedagang Pengumpul			
Harga Beli	5000	5000	
Biaya Pemasaran	525	460	
Keuntungan	975	1540	
Harga Jual	6500	7000	
Margin	1500	2000	
Rasio π/C	1.9	3.3	
Pedagang Besar			
Harga Beli	6500		
Biaya Pemasaran	856		
Keuntungan	144		
Harga Jual	7500		
Margin	1000		
Rasio π/C	0.2		
Pedagang Pengecer			
Harga Beli	7500	7000	6500
Biaya Pemasaran	2205	2110	1650
Keuntungan	2295	2890	3850
Harga Jual	12000	12000	12000
Margin	4500	5000	5500
Rasio π/C	1.0	1.4	2.3
Total Biaya Pemasaran	3586	2570	2027
Total Keuntungan	6414	7430	7973
Total Margin	7000	7000	5500
π/C	1.8	2.9	3.9

Kesimpulan

1. Analisis pendapatan usahatani kembang kol pada luasan lahan 0.32 hektar nilai R/C nya adalah 1.8. Hal ini menunjukkan usahatani kembang kol menguntungkan atau layak untuk dikembangkan oleh petani kembang kol di Desa Belendung.
2. Proses pemasaran kembang kol dari petani hingga ke konsumen melibatkan pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Terdapat tiga saluran pemasaran kembang kol di Desa Belendung, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat.
3. Total rasio keuntungan terhadap biaya terbesar pada masing-masing saluran pemasaran kembang kol yaitu pada saluran I sebesar 1.8, saluran II sebesar 2.9 dan saluran III sebesar 3.9. Saluran III merupakan saluran yang paling menguntungkan bagi petani karena mempunyai nilai rasio tertinggi

Saran

1. Adanya bantuan dari pemerintah berupa penyediaan informasi mengenai teknik budidaya kembang kol yang efisien seperti penggunaan sarana produksi sehingga biaya yang dikeluarkan petani rendah sehingga hasil yang pendapatan petani tinggi.
2. Petani memilih saluran pemasaran III karena nilai rasio keuntungannya besar diantara saluran pemasaran lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, Ratya dkk. 2017. Pemasaran Produk Pertanian. Yogyakarta.: ANDI.
- Anonim. 2009. "Kembang Kol". Diakses tanggal 15 November 2017 dari https://id.wikipedia.org/wiki/Kembang_kol
- Anonim. 2012. "Pemasaran Hasil Pertanian". Diakses tanggal 13 November 2017 dari <http://pertanianstppmedan.blogspot.co.id/2012/11/pemasaran-hasil-pertanian.html>
- Anonim. 2013. "Teori Pemasaran". Diakses tanggal 27 Februari 2018 dari <http://ilmudaninformasi.blogspot.co.id/2013/06/teori-pemasaran-30.html>
- Anonim. 2014. "Kembang Kol Brassica Oleracea". Diakses tanggal 06 Januari 2018 dari <http://www.petanihebat.com/2014/03/kembang-kol-brassica-oleracea-var.html>
- Badan Pusat Statistik, 2017. "Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin, serta Sex Ratio di Kecamatan Klari Tahun 2016". Diunduh tanggal 28 Desember 2017 <http://bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik, 2017. "Laju Pertumbuhan PDB Menurut Lapangan Usaha". Diunduh tanggal 15 November 2017 <http://bps.go.id>
- Direktorat Jenderal Hortikultura, 2017. "Perkembangan dan Kenaikan/Penurunan Luas Panen Rata-Rata, Hasil Produksi, Kembang Kol di Indonesia Tahun 2010-2014". Diunduh tanggal 15 November 2017 <http://hortikultura.pertanian.go.id>
- Direktorat Jenderal Hortikultura, 2017. "Produksi Tanaman Sayuran Kembang Kol berdasarkan Provinsi di Indonesia Tahun 2012-2016". Diunduh tanggal 15 November 2017 <http://hortikultura.pertanian.go.id>

Direktorat Jenderal Hortikultura, 2017. “Produktivitas Kembang Kol di Indonesia Tahun 2010-2014”. Diunduh tanggal 16 November 2017 <http://hortikultura.pertanian.go.id>

Laila Sedyawati, 2016. “Analisis Efisiensi dan Margin Pemasaran Janggolan di Kecamatan Karangtengah Kabupaten Wonogiri [Skripsi]”. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Sebelas Maret. Yogyakarta.

Laras Sirly Safitri, 2013. “Analisis Pendapatan Usahatani Kubis Bunga di Desa Gandasari, Kecamatan Subang [Skripsi]”. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Noer dan Rauf, 2014. “Analisis Pendapatan dan Pemasaran Usahatani Semangka di Desa Maranatha, Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi [Skripsi]”. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako.Palu.

Muhammad Taufiq Ghozali, 2017. “Usahatani dan Efisiensi Pemasaran Padi di Kabupaten Klaten [Skripsi]”. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Novitasari, 2014. “Pemasaran dan Pendapatan Usahatani Cabai Merah Keriting Anggota dan Non Anggota Gapoktan Rukun Tani, Desa Citapen, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor [Skripsi]”. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
