

**Deskripsi Saluran Pemasaran Kubis
Di Desa Linelean Kecamatan Modinding Kabupaten Minahasa Selatan**

***Description Of Cabbage Marketing Channels
In Linelean Village Modinding District South Minahasa Regency***

Agnes Korompis ^{(1)(*)}, Nordy Fritsgerald Lucky Waney ⁽²⁾, Melissa Lady Gisela Tarore ⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: agneskorompis19@gmail.com

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id	: Kamis, 07 Maret 2024
Disetujui diterbitkan	: Jumat, 31 Mei 2024

ABSTRACT

The purpose of this study was to describe the cabbage marketing channel in Linelean Village, Modinding District, South Minahasa Regency. Data collection was conducted for one month, namely in September 2023, carried out in Linelean Village, Modinding Subdistrict, South Minahasa Regency and Bersehati Market, Manado City. Data were collected through primary data through the use of questionnaires with interview techniques to respondent farmers, intermediary traders. Secondary data were obtained from the Modinding sub-district office, BPP office, Linelean village office, Modinding sub-district. Determination of the research sample using purposive sampling method to determine the sample of farmers who produce cabbage crops in the period January to May 2023, which was obtained as many as 20 farmers, the sample number of traders collectors 2 people, and the sample number of retailers 9 people, and the use of snowball method (snowball sampling) which is determined based on the acquisition of information from the respondent cabbage vegetable farmers where to sell cabbage vegetable crops, and so on to the final consumer level. Data analysis of cabbage marketing channels from the farm level to the final producer using descriptive analysis, as well as the calculation of marketing margins, marketing costs, marketing profits, and farmer's share. The results showed that there were two marketing channels, namely marketing channel-1: farmers to retailers to consumers, and marketing channel-2: farmers to intermediary traders to retailers to consumers. The marketing margin received by each marketing channel, namely marketing channel-1 amounted to Rp1,000 and marketing channel-2 amounted to Rp2,000. Farmer's share is the share received by farmers from the price paid by consumers. Farmer's share of each marketing channel is marketing-1 at 80 percent and channel-2 at 67 percent.

Keywords : marketing channel; margin; farmer's share

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan saluran pemasaran kubis di Desa Linelean Kecamatan Modinding Kabupaten Minahasa Selatan. Pengumpulan data dilakukan selama satu bulan yaitu pada bulan September 2023, dilaksanakan di Desa Linelean Kecamatan Modinding Kabupaten Minahasa Selatan dan Pasar Bersehati Kota Manado. Data dikumpulkan melalui data primer melalui penggunaan kuesioner dengan teknik wawancara kepada responden petani, pedagang perantara. Sedangkan data sekunder diperoleh di Kantor Kecamatan Modinding, Lantor BPP Kecamatan Modinding, Kantor Desa Linelean Kecamatan Modinding. Penentuan sampel penelitian menggunakan metode pengambilan sampel secara sengaja (*purposive sampling*) untuk menentukan sampel petani yang memproduksi tanaman kubis pada periode bulan Januari sampai Mei 2023, yang diperoleh sebanyak 20 petani, jumlah sampel pedagang pengumpul 2 orang, dan jumlah sampel pedagang pengecer 9 orang, dan penggunaan metode bola salju (*snowball sampling*) yang ditentukan berdasarkan perolehan informasi dari responden petani sayur kubis kemana menjual hasil panen sayur kubis, demikian seterusnya sampai ke tingkat konsumen akhir. Analisis data saluran pemasaran kubis dari tingkat petani sampai produsen akhir menggunakan analisis deskriptif, serta perhitungan margin pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, dan *farmer's share*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran-1: petani ke pedagang pengecer ke konsumen, dan saluran pemasaran-2: petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen. Margin pemasaran yang diterima oleh setiap saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran-1 sebesar Rp1.000. dan saluran pemasaran-2 sebesar Rp2.000. *Farmer's share* merupakan bagian yang diterima oleh petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. *Farmer's share* dari setiap saluran pemasaran yaitu pemasaran-1 sebesar 80 persen dan saluran-2 sebesar 67 persen.

Kata kunci : saluran pemasaran; margin; *farmer's share*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi untuk mengembangkan beragam produk dari tanaman hortikultura. Kondisi agroklimat yang baik serta ketersediaan sumberdaya sangat mendukung tumbuh kembang tanaman hortikultura. Berbagai jenis tanaman hortikultura, terdapat beberapa jenis sayuran yang banyak dikembangkan di Indonesia, salah satunya adalah tanaman kubis. Kubis merupakan sayuran yang dimanfaatkan daunnya karena memiliki nilai gizi tinggi. Kubis pada kalangan masyarakat lebih dikenal dengan sebutan kol (Direktorat Jenderal Hortikultura 2015).

Harga sayur kubis berfluktuasi dari waktu ke waktu, tergantung pada jumlah penawaran dari daerah produksi dan permintaan di daerah konsumsi. Rendahnya harga kubis disebabkan oleh melimpah produksi dan kualitas kubis yang tidak baik, sedangkan harga kubis yang tinggi biasanya terjadi saat diluar musim tanam kubis sehingga pasokan kubis menjadi berkurang.

Sarana transportasi merupakan faktor pendukung yang sangat penting agar produk hortikultura yang dihasilkan cepat sampai ke tangan konsumen, mengingat produk hortikultura harus dikonsumsi dalam bentuk segar dan mudah rusak apabila tidak ditangani secara serius, sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi petani (Zulkarnain, 2010).

Kecamatan Modoinding merupakan daerah penghasil kubis utama di Sulawesi Utara karena iklim dan struktur tanah cocok untuk budidaya kubis. Kubis banyak digunakan baik di rumah tangga konsumen, rumah makan, restoran bahkan pada industri kuliner. Berkembangnya industri kuliner meningkatkan jumlah permintaan kubis baik dalam jumlah maupun tuntutan terhadap mutu yang aman untuk dikonsumsi. Kecamatan Modoinding di Kabupaten Minahasa Selatan merupakan sentra produksi kubis. Mayoritas

penduduk berprofesi sebagai petani sayuran dataran tinggi. Permintaan produk sayuran dataran tinggi yang terus-menerus memungkinkan komoditas ini berperan penting dalam perekonomian daerah. Satu diantara sayuran dataran tinggi dengan potensi permintaan tinggi adalah sayur kubis (Mumek, 2017).

Data BPS Tahun 2020 bahwa Kecamatan Modoinding terletak di ketinggian ± 1600 m dari permukaan laut. Luas wilayah Modoinding adalah 47,91 km²/ 4.791 Hektar, dengan jumlah penduduk sebanyak 13.848 jiwa. Produksi tanaman kubis mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2019 mencapai 499.500 kg dan tahun 2020 mencapai 360.300 kg, hal ini berarti telah terjadi penurunan produksi kubis sebanyak 139.200 kg di Kecamatan Modoinding, sehingga perlu diimbangi dengan sistem distribusi yang baik dikarenakan pemasaran berperan penting dalam menghasilkan pendapatan yang maksimal.

Hasil produksi kubis di Kecamatan Modoinding dijual agar dapat menambah pendapatan keluarga. Hasil produksi kubis yang ada di Kecamatan Modoinding tidak hanya di pasarkan di Kecamatan Modoinding, melainkan sampai keluar daerah. Selain itu, untuk dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas, perlu melibatkan lembaga-lembaga pemasaran yang bertugas menyalurkan hasil produksi dengan tepat dan cepat. Masyarakat di Kecamatan Modoinding memiliki ketergantungan terhadap usahatani kubis.

Desa Linelean merupakan salah satu desa di Kecamatan Modoinding yang sebagian petani menanam tanaman kubis dikarenakan struktur tanah yang cocok untuk penanaman kubis. Desa Linelean memiliki kontur perbukitan serta dianugerahi tanah yang subur membuat Desa Linelean dikenal dengan sentra penghasil sayuran yang produktif dan penghasil sayuran bermutu dan berkualitas baik.

Masalah yang dialami oleh para petani di Desa Linelean yaitu, pendapatan yang

diperoleh pada umumnya masih rendah hal ini disebabkan hasil usahatani dalam proses pemasaran, dimana petani menjual hasil panen usahatani melalui lembaga-lembaga pemasaran, disisi lain lembaga-lembaga pemasaran selalu berusaha memperoleh selisih harga beli dan harga jual. Selisih harga beli dan harga jual dari setiap lembaga pemasaran adalah margin pemasaran. Pendapatan petani kubis masih berkemungkinan meningkat jika petani secara kolektif mampu memotong saluran pemasaran sehingga memperoleh keuntungan serta dapat menetapkan harga hasil produksi setelah mengetahui perbandingan harga jual tiap lembaga pemasaran.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan saluran pemasaran kubis di Desa Linelean Kecamatan Modinding Kabupaten Minahasa Selatan.

Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis dapat menambah pengetahuan dan menyelesaikan studi serta meraih gelar Sarjana Pertanian.
2. Memberikan informasi ilmiah tentang saluran pemasaran kubis di Desa Linelean Kecamatan Modinding Kabupaten Minahasa Selatan.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Pengumpulan data dilakukan selama satu bulan yaitu pada bulan September 2023. Lokasi penelitian dilaksanakan di Desa Linelean Kecamatan Modinding Kabupaten Minahasa Selatan dan Pasar Bersehati Kota Manado.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei sampel. Jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer dan data sekunder. Data

primer dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan teknik wawancara kepada responden petani, pedagang perantara. Sedangkan data sekunder diperoleh di Kantor Kecamatan Modinding, Lantor BPP Kecamatan Modinding, Kantor Desa Linelean Kecamatan Modinding.

Metode Pengambilan Sampel

Penentuan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Metode *purposive sampling* atau pengambilan sampel secara sengaja digunakan untuk menentukan sampel petani yang memproduksi tanaman kubis pada periode bulan Januari sampai dengan Mei 2023, yang diperoleh sebanyak 20 petani, jumlah sampel pedagang pengumpul 2 orang, dan jumlah sampel pedagang pengecer 9 orang. Metode *snowball sampling* atau metode bola salju ditentukan berdasarkan informasi yang diperoleh dari responden petani sayur kubis kemana menjual hasil panen sayur kubis, demikian seterusnya sampai ke tingkat konsumen akhir.

Konsep Pengukuran Variabel

1. Karakteristik responden:
 - a. Umur (tahun).
 - b. Tingkat pendidikan (SD, SMP, SMA, PT).
 - c. Jenis kelamin (Laki-laki/Perempuan).
 - d. Luas lahan (Ha).
 - e. Lama berusahatani (Tahun).
2. Margin pemasaran:
 - a. Volume, jumlah penjualan kubis dalam satu masa panen (Kg/Rp).
 - b. Harga jual, ditingkat petani, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer (Kg/Rp).
 - c. Biaya, yaitu pengeluaran petani, pedang pengumpul, pedagang besar dan pengecer (Rp).
3. Saluran pemasaran, banyaknya lembaga pemasaran yang berfungsi dalam menyalurkan kubis dari produsen sampai ke tangan konsumen.

Metode Analisa Data

Analisis data saluran pemasaran kubis di Desa Linelean Kecamatan Modinding Kabupaten Minahasa Selatan dari tingkat petani sampai produsen akhir menggunakan analisis deskriptif, serta perhitungan margin pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, dan *farmer's share*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Wilayah Penelitian

Desa Linelean merupakan salah satu desa diantara 10 desa yang terletak di Kecamatan Modinding Kabupaten Minahasa Selatan dengan luas wilayah 7.8 km²/780 Hektar yang terdiri dari 6 dusun atau jaga. Mempunyai jarak 0,8 km dari Kantor Kecamatan Modinding dan jarak 81 km dari Kantor Bupati Minahasa Selatan. Batas-batas wilayah Desa Linelean adalah:

Sebelah Utara : Desa Pinasungkulan Utara
 Sebelah Selatan : Desa Sinisir
 Sebelah Barat : Desa Pinasungkulan
 Sebelah Timur : Desa Kakenturan

Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk di Desa Linelean pada tahun 2023 adalah sebanyak 1166 jiwa. Jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki sebanyak 607 jiwa dan untuk penduduk berjenis kelamin perempuan sebanyak 559 jiwa dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 366 KK.

Tingkat Pendidikan Penduduk

Pendidikan merupakan proses yang dilalui seseorang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap. Proses tersebut dapat ditempuh melalui pendidikan formal maupun pendidikan non formal. Pendidikan mempengaruhi pola pikir dalam menghadapi masalah.

Tingkat pendidikan penduduk di Desa Linelean Kecamatan Modinding yaitu sebanyak 417 penduduk yang tidak sekolah

dan yang tidak tamat SD, sebanyak 359 yang tamatan SD, sebanyak 215 penduduk tamatan SMP, sebanyak 130 penduduk tamatan SMA dan 45 penduduk tamatan perguruan tinggi.

Mata Pencanharian Penduduk

Desa Linelean merupakan desa dengan sebagian daerahnya merupakan lahan pertanian yang membuat sebagian besar penduduk bermata pencaharian sebagai petani. Penduduk yang bekerja sebagai petani sebanyak 457 orang, buruh 115 orang, pedagang 10 orang, PNS 20 orang dan lainnya 564 orang.

Karakteristik Responden

Petani dan Pedagang Perantara

Karakteristik pada penelitian ini diklasifikasi berdasarkan umur, luas lahan, pendidikan terakhir, dan pengalaman berusaha. Hal ini diharapkan dapat menggambarkan karakteristik dan kondisi responden.

Tingkat Umur

Umur merupakan faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja dikarekan bekerja pada sektor pertanian mengandalkan kemampuan fisik. Umur juga mempengaruhi kemampuan fisik terhadap hal-hal baru dalam melakukan usahatani. Semakin tua umur petani maka semakin menurunkan kemampuan fisik petani dalam melakukan usahatani.

Tabel 1. Karakteristik Responden Petani Menurut Umur

Umur	Petani	Persentase (%)
25-35	2	10
36-45	6	30
46-55	6	30
56-65	3	15
66-70	3	15
Jumlah	20	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tabel 1 menunjukkan umur responden petani yang paling banyak berumur 36-45 tahun dan 46-55 tahun yaitu dengan responden petani sebanyak masing-masing 6 orang dengan total 30 persen, sedangkan untuk responden petani yang paling sedikit

berada pada umur 25-35 tahun dengan responden petani sebanyak 2 orang dengan total 10 persen.

Tabel 2. Karakteristik Responden Pedagang Perantara

Umur	Pengumpul	Persentase (%)	Pengecer	Persentase (%)
20-30	0	0	3	34
31-40	0	0	2	22
41-50	0	0	2	22
51-60	2	100	1	11
61-65	0	0	1	11
Jumlah	2	100	9	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tabel 2 menunjukkan umur responden pedagang pengumpul dan pengecer. Responden pedagang pengumpul berada pada umur 51-60 tahun yaitu sebanyak 100 persen, dan untuk responden pedagang pengecer yang paling banyak berada pada umur 20-30 tahun yaitu sebanyak 34 persen.

Jenis Kelamin

Jenis kelamin petani secara tidak langsung mempengaruhi usahatani. Jenis kelamin merupakan salah satu faktor penting dalam usahatani. Jenis kelamin terdiri dari laki-laki dan perempuan, dimana petani berjenis kelamin laki-laki memiliki kekuatan fisik yang berbeda dengan perempuan.

Tabel 3. Karakteristik Jenis Kelamin Responden Petani

Jenis Kelamin	Petani	Persentase (%)
Laki-laki	20	100
Perempuan	0	0
Jumlah	20	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tabel 3 menunjukkan responden petani adalah 100 persen laki-laki yang memproduksi kubis pada periode bulan Januari sampai Mei 2023.

Tabel 4. Karakteristik Jenis Kelamin Pedagang Perantara

Jenis kelamin	Pengumpul	Persentase (%)	Pengecer	Persentase (%)
Laki-laki	2	100	7	78
Perempuan	0	0	2	22
Jumlah	2	100	9	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tabel 4 menunjukkan jenis kelamin responden pedagang pengumpul yang berjumlah 2 responden dengan persentase 100 persen berjenis kelamin laki-laki dan untuk

responden pedagang pengecer sebanyak 9 responden dengan jumlah responden laki-laki sebanyak 7 responden dengan persentase 78 persen dan pedagang pengecer berjenis kelamin perempuan sebanyak 2 responden dengan persentase sebanyak 22 persen.

Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam melakukan usahatani. Tingkat pendidikan yang tinggi berpengaruh terhadap pola dan cara berfikir petani dalam melakukan usahatani kubis, semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh maka semakin mudah para petani dalam melakukan penerapan teknologi maupun pengolahan dalam usahatani.

Tabel 5. Karakteristik Tingkat Pendidikan Responden Petani

Pendidikan	Petani	Persentase (%)
SD	5	25
SMP	3	15
SMA	11	55
PT	1	5
Jumlah	20	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tabel 5 menunjukkan responden petani terbanyak memiliki tingkat pendidikan di tingkat SMA sebanyak 11 responden dengan persentase 55 persen dan untuk responden petani yang paling sedikit yaitu petani yang memiliki tingkat pendidikan di tingkat perguruan tinggi yaitu 1 responden dengan persentase 5 persen.

Tabel 6. Karakteristik Tingkat Pendidikan Responden Pedagang Perantara

Pendidikan	Pengumpul	Persentase (%)	Pengecer	Persentase (%)
SD	0	0	1	11
SMP	0	0	1	11
SMA	2	100	7	78
PT	0	0	0	0
Jumlah	2	100	9	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tabel 6 menunjukkan tingkat pendidikan pedagang pengumpul yang berada pada tingkat SMA sebanyak 2 responden dengan persentase 100 persen dan untuk pedagang pengecer terbanyak berada pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 7 responden dengan persentase 78 persen.

Berdasarkan Pengalaman Berusaha

Pengalaman beusahatani dapat di artikan lamanya petani responden menjalani usahatani. Pengalaman yang dimiliki petani responden menentukan kelanjutan usahatani. Semakin banyak pengalaman petani dalam berusahatani maka semakin berkembang keterampilan yang dimiliki.

Tabel 7. Karakteristik Pengalaman Berusaha Petani

Lama Usaha (Tahun)	Petani	Persentase (%)
1-20	5	25
21-40	15	75
Jumlah	20	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tabel 7 menunjukkan pengalaman berusahatani petani terbanyak berada pada 21-40 tahun sebanyak 15 responden dengan persentase sebanyak 75 persen dan responden petani yang berusaha selama 1-20 tahun sebanyak 5 responden dengan persentase sebanyak 25 persen.

Tabel 8. Karakteristik Pengalaman Berusaha Pedagang Perantara

Lama Usaha (Tahun)	Pengumpul	Persentase (%)	Pengecer	Persentase (%)
1-10	0	0	4	45
11-20	2	100	4	45
21-30	0	0	1	10
Jumlah	2	100	9	100

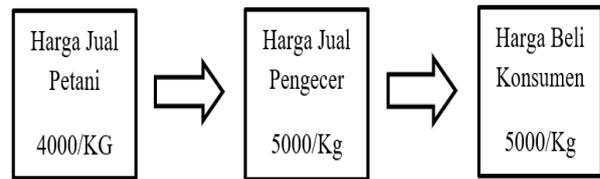
Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tabel 8 menunjukkan responden pedagang pengumpul sebanyak 2 responden yang memiliki pengalaman berusaha berada pada 11-20 tahun dengan persentase 100 persen, sedangkan untuk pedagang pengecer terbanyak berada pada 1-10 tahun dan 11-20 tahun berusaha dengan persentase masing-masing 45 persen.

Saluran Pemasaran

Saluran Pemasaran Satu Tingkat: Saluran-1

Pola saluran pemasaran 1 melibatkan satu lembaga pemasaran yang juga disebut saluran 1 tingkat, dimana pengecer membeli langsung dari petani kemudian dipasarkan dalam bentuk kecil.

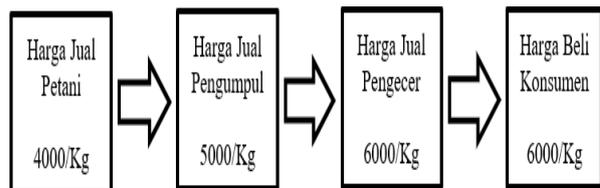


Gambar 1. Saluran Pemasaran-1

Hasil penelitian jumlah pedagang pengecer terdapat sebanyak 2 responden dengan persentase 22 persen. Harga beli kubis dari tingkat petani yaitu Rp4.000/Kg dan untuk harga jual ke konsumen yaitu Rp5.000/Kg.

Saluran Pemasaran Dua Tingkat: Saluran-2

Pola saluran pemasaran-2 melibatkan 2 lembaga pemasaran yang juga disebut saluran-2 tingkat, saluran ini diperoleh jumlah pedagang pengumpul sebanyak 2 responden dengan persentase 100 persen dan pedagang pengecer sebanyak 7 responden dengan persentase 78 persen dimana pedagang pengumpul membeli langsung dari petani kemudian menjual ke pedagang pengecer dan menyalurkan ke konsumen akhir pembayaran yang dilakukan pada saluran-2 bisa secara tunai dan non-tunai.



Gambar 2. Saluran Pemasaran-2

Harga jual kubis ditetapkan oleh petani dilanjutkan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer menentukan harga yang sesuai kemudian pedagang pengecer menjual kubis dalam bentuk kecil dan dipasarkan. Harga jual kubis tingkat petani sebesar Rp4.000/Kg dan untuk tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp5.000/Kg sedangkan untuk tingkat pedagang pengecer sebesar Rp6.000/Kg.

Margin Pemasaran dan *Farmer's Share*

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima petani. Perbedaan harga terdiri dari biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang melalui peran pemasaran yang dilakukan dan keuntungan pemasaran yang diperoleh semua lembaga pemasaran yang berperan dalam memasarkan produk tersebut dari produsen ke konsumen.

Farmer's share merupakan bagian yang diterima oleh petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. *Farmer's share* merupakan analisis pemasaran yang dapat membandingkan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang harus dibayarkan oleh konsumen akhir.

Bentuk Saluran Pemasaran-1

Saluran pemasaran I yaitu saluran tingkat 1, atau pemasaran yang melibatkan satu Lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer.

Tabel 9. Bentuk Saluran Pemasaran-1

Uraian	Harga (Rp/Kg)	Margin Pemasaran	Share (%)
Petani			
Harga jual	4000		80
Pedagang pengecer			
Harga beli	4000		80
Biaya pemasaran	300		6
Keuntungan	700		14
Harga Jual	5000		100
Konsumen		1000	
Harga beli	5000		100
Total biaya pemasaran	300		6
Total keuntungan	700		14
Total margin	1000		20

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tabel 9 menunjukkan total biaya pemasaran yang dikeluarkan petani sebesar Rp300/Kg dan total keuntungan sebesar Rp700/Kg. Saluran pemasaran 1 petani menjual hasil tani kepada pedagang pengecer dengan harga Rp4.000/kg, kemudian pengecer menjual kembali dengan harga Rp5.000/Kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer sebesar Rp300/Kg, dan total keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp700/Kg. Total margin pemasaran atau

selisih harga jual produsen ke konsumen yaitu Rp1.000/Kg pada saluran pemasaran-1

Farmer's share merupakan bagian yang diterima oleh petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Berdasarkan Tabel 9 bagian yang diterima petani sebesar 80 persen, kemudian pengecer menjual ke konsumen akhir. Bagian yang diterima pedagang pengecer sebesar 14 persen hal ini terjadi karena adanya aktivitas pemasaran sebesar 6 persen. Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran 1 sebesar 6 persen dan untuk keuntungan yang diterima pada saluran tersebut sebesar 14 persen, namun saluran pemasaran 1 ini bisa dikatakan efisien dikarenakan bagian yang diterima oleh petani lebih dari 50 persen.

Bentuk Saluran Pemasaran-2

Tabel 10. Bentuk Saluran Pemasaran-2

Uraian	Harga (Rp/Kg)	Margin Pemasaran	Share (%)
Petani			
Harga jual	4000		67
Pedagang pengumpul			
Harga beli	4000		67
Biaya pemasaran	500		8
Keuntungan	500		8
Harga jual	5000		83
Pedagang pengecer		1000	
Harga beli	5000		83
Biaya pemasaran	275		4
Keuntungan	725		12
Harga jual	6000		100
Konsumen		1000	
Harga beli	6000		100
Total biaya pemasaran	772		12
Total keuntungan	1.225		20
Total margin	2000		33

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tabel 10 menunjukkan saluran pemasaran 2 yaitu saluran tingkat-2, atau pemasaran yang melibatkan 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Data diperoleh total biaya pemasaran sebesar Rp775/Kg dan total keuntungan sebesar Rp1.225/Kg. Saluran pemasaran-2 petani menjual hasil produksi kepada pedagang pengumpul dengan harga Rp4.000/Kg, kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer dengan harga

Rp5.000/Kg, kemudian pedagang pengecer menjual kembali dengan harga Rp6.000/Kg dan dipasarkan secara kecil. Total keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp500/Kg dan total keuntungan pedagang pengecer sebesar Rp725/Kg. Total margin pemasaran atau selisih harga jual produsen ke konsumen yaitu sebesar Rp2.000/Kg pada saluran pemasaran-2.

Farmer's share merupakan bagian yang diterima oleh petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Berdasarkan data pada Tabel 10 bagian yang diterima petani sebesar 67 persen, Bagian yang diterima pedagang pengumpul sebesar 8 persen hal ini terjadi karena adanya aktivitas pemasaran ditingkat pedagang pengumpul sebesar 8 persen, dan bagian yang diterima oleh pedagang pengecer sebesar 12 persen. Berdasarkan data diperoleh biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran-2 ini sebesar 12 persen dan untuk keuntungan yang diterima oleh tiap saluran sebesar 32 persen, namun saluran ini bisa dikatakan efisien dikarenakan *share* yang diterima petani lebih dari 50 persen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Saluran pemasaran kubis yang ada di Desa Linelean Kecamatan Modoinding Kabupaten Minahasa Selatan terdapat dua saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran-1: petani ke pedagang pengecer ke konsumen, dan saluran pemasaran-2: petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen. Margin pemasaran yang diterima oleh setiap saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran-1 sebesar Rp1.000. dan saluran pemasaran-2 sebesar Rp2.000. *Farmer's share* merupakan bagian yang diterima oleh petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. *Farmer's share* dari setiap saluran pemasaran yaitu pemasaran-1 sebesar 80 persen dan saluran-2 sebesar 67 persen.

Saran

Petani kubis di Desa Linelean Kecamatan Modoinding Kabupaten Minahasa Selatan diharapkan untuk dapat memilih saluran pemasaran yang dapat memberikan keuntungan kepada petani. Sebaiknya pemerintah atau instansi terkait bisa memperhatikan petani dan pedagang lainnya agar bisa memperoleh keuntungan setara.

DAFTAR PUSTAKA

- Direktorat Jendral Holtikultura. 2015. Statistik Produksi Hortikultura Tahun 2014. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Mumek, A.R., Kindangen, P., & Pondaag, J.J. 2017. Identifikasi Desain Jaringan Rantai Pasokan Sayur Kubis di Kecamatan Modoinding Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Zulkarnain. 2010. *Dasar-Dasar Hortikultura*. Bumi Aksara. Jakarta.