

**Saluran Pemasaran Kentang Di Desa Kakenturan  
Kecamatan Modinding Kabupaten Minahasa Selatan**

***Potato Marketing Channels in Kakenturan Village  
Modinding District, South Minahasa Regency***

**Qivainsi Pratama Komaling (\*), Rine Kaunang, Gene Henfried Meyer Kapantow**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

\*Penulis untuk korespondensi: qivainsikomaling034@student.unsrat.ac.id

---

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisosioekonomi@unsrat.ac.id	: Jumat, 13 November 2024
Disetujui diterbitkan	: Jumat, 29 November 2024

---

**ABSTRACT**

*This research aims to describe marketing channels and calculate marketing margins and farmer's share in Kakenturan Village, Modinding District, South Minahasa Regency. Data collection used used a survey method by collecting primary data and secondary data. The sampling method used was snowball sampling at a marketing institution with a sample size of 10 farmers, 3 village collectors, 2 inter-city retailers and 2 inter-island traders. The results of research on potato marketing channels in Kakenturan Village consist of three channels, namely marketing channel I: farmers to collectors to consumers, marketing channel II: farmers to collectors to retailers to consumers, and marketing channel III: farmers to collectors. to inter-island traders to consumers. The highest marketing margin is in marketing channel III of IDR 5,000. The highest Farmer's share is in marketing channel I at 90.90%.*

*Keywords : marketing channels; potato; marketing margin; farmer's share*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran dan menghitung marjin pemasaran dan farmer's share di Desa Kakenturan Kecamatan Modinding, Kabupaten Minahasa Selatan. Pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling* pada lembaga pemasaran dengan jumlah sampel 10 petani, 3 pedagang pengumpul desa, 2 pedagang pengecer antar kota dan 2 pedagang antar pulau. Hasil penelitian saluran pemasaran kentang yang ada di Desa Kakenturan terdiri dari tiga saluran, yaitu saluran pemasaran I : petani ke pedagang pengumpul ke konsumen, saluran pemasaran II : petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen, dan saluran pemasaran III : petani ke pedagang pengumpul ke pedagang antar pulau ke konsumen. Margin pemasaran tertinggi yaitu pada saluran pemasaran III sebesar Rp5.000. *Farmer's share* tertinggi yaitu pada saluran pemasaran I sebesar 90,90%.

Kata kunci : saluran pemasaran; kentang; marjin pemasaran; *farmer's share*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Tanaman hortikultura merupakan bagian dari sektor pertanian yang dapat memberikan kontribusi cukup besar dalam peningkatan pendapatan petani dan pemenuhan gizi keluarga. Salah satu tanaman hortikultura yang memiliki peluang untuk memenuhi kebutuhan pangan adalah kentang. Tanaman kentang adalah komoditas yang memiliki potensi dan prospek yang baik dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan yang berkelanjutan (Setiadi, 2009).

Kentang (*Solanum Tuberosum L.*) merupakan salah satu tanaman hortikultura yang dibudidayakan. Kentang mempunyai arti penting dalam perwujudan ketahanan pangan. Budidaya tanaman kentang layak untuk diprioritaskan karena selain memiliki nilai ekonomi tinggi, kentang juga dapat dijadikan sebagai bahan pangan alternatif bahan baku industri makanan. Sebagai bahan pangan, kandungan karbohidrat pada kentang mencapai sekitar 18 persen, protein 2,4 persen dan lemak 0,1 persen (Astawan, 2009).

Kentang layak untuk diusahakan dan dikembangkan karena nilai ekonomisnya tinggi dan permintaan kentang terus meningkat seiring dengan semakin meluasnya pendayagunaan kentang untuk berbagai keperluan, sebagai kentang konsumsi maupun kentang industri. Pemasaran kentang yang baik akan mengalirkan kentang dari petani ke konsumen dan memberikan indikasi tentang perubahan penawaran permintaan kentang kepada petani (Nurulita, 2011).

Kecamatan Modinding terdiri dari 10 desa dimana Desa Kakenturan dengan luas wilayah 1.456,69 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk 1099 jiwa penduduk (BPS,2023). Menurut data Desa Kakenturan tahun 2023 hasil produksi kentang mencapai 547.800 ton, hasil produksi tersebut yang membuat Desa Kakenturan menjadi salah satu penghasil kentang di Kecamatan Modinding.

Hasil produksi tanaman kentang di Desa Kakenturan pada tahun 2022-2023 hasil produksi kentang pada tahun 2022 sebesar 748,200 ton, pada tahun 2023 hasil produksi kentang mengalami penurunan hingga 200,400ton sehingga menjadi 547,800 ton. Hasil produksi kentang di Desa Kakenturan dijual agar dapat menambah pendapatan keluarga dan ada yang

dibuat bibit. Selain itu, untuk dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas, perlu melibatkan lembaga-lembaga pemasaran yang bertugas untuk menyalurkan hasil produksi kentang dengan tepat dan cepat. Masyarakat di Desa Kakenturan memiliki ketergantungan salah satunya terhadap usahatani kentang, maka dari itu diperlukan usaha peningkatan pemasaran kentang.

Permasalahan yang sering dihadapi dalam mewujudkan pemasaran kentang yang baik adalah tinggi rendahnya tingkat harga yang diterima petani erat kaitannya dengan pola pemasaran yang terbentuk dan besarnya margin pemasaran, sehingga untuk meningkatkan pemasaran kentang dapat dicapai apabila pola pemasaran dan penyebab tingginya margin pemasaran diketahui (Widayanti, 2008).

Panjang pendeknya saluran pemasaran kentang sampai ke konsumen sangat mempengaruhi pendapatan petani. Terdapat kecenderungan, semakin panjang suatu rantai pemasaran akan menyebabkan selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima petani semakin besar yang berarti keuntungan petani kecil. Selisih harga yang diterima dengan harga yang dibayarkan konsumen dapat diidentifikasi melalui margin pemasaran. Salah satu indikator keberhasilan pemasaran suatu produk adalah sistem pemasaran yang terjadi berlangsung secara efisien. Sistem pemasaran yang efisien berarti mampu mengalirkan produk dengan biaya seminimal mungkin, tingkat harga dan keuntungan yang wajar dan adil serta penjualannya dapat dilakukan dengan tepat.

Berdasarkan latar belakang maka yang menjadi permasalahan utama dalam penelitian ini mengenai saluran pemasaran kentang yang terjadi di Desa Kakenturan Kecamatan Modinding, Kabupaten Minahasa Selatan khususnya untuk mengetahui keuntungan yang diterima dan biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran dengan menggunakan perhitungan margin pemasaran dan *farmer's share*, dikarenakan dengan menggunakan perhitungan margin pemasaran dan *farmer's share* dapat diketahui keuntungan yang diterima dan biaya pemasaran yang dikeluarkan.

### Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan mendeskripsikan saluran pemasaran dan menghitung margin pemasaran dan

*farmer's share* di Desa Kakenturan Kecamatan Modoinding, Kabupaten Minahasa Selatan.

### **Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis dapat menambah pengetahuan dan dapat menyelesaikan studi serta dapat meraih gelar Sarjana Pertanian.
2. Bagi pembaca dapat memberikan pengetahuan serta dapat juga dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.
3. Bagi petani dan pedagang dapat memberikan pengetahuan tentang saluran pemasaran kentang di Desa Kakenturan, Kecamatan Modoinding, Kabupaten Minahasa Selatan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini telah dilaksanakan selama 6 bulan yakni dari bulan April sampai September 2024. Tempat penelitian ini di di Desa Kakenturan, Kecamatan Modoinding, Kabupaten Minahasa Selatan, Provinsi Sulawesi Utara.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan wawancara langsung kepada pelaku pemasaran kentang mulai dari petani sampai ke konsumen akhir dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner). Data sekunder diperoleh literatur, jurnal, buku studi pustaka.

### **Metode Pengambilan Sampel**

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah snowball sampling pada lembaga pemasaran bukan produsen. Snowball sampling adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang terus menerus. Di Desa Kakenturan terdapat 40 orang petani kentang tetapi hanya dipilih 10 petani yang lain homogen karena menjual kepada pedagang pengumpul yang sama, 3 pedagang pengumpul desa, 2 pedagang pengecer antar kota dan 2 pedagang antar pulau.

### **Konsep Pengukuran Variabel**

1. Karakteristik responden

- a. Umur (tahun)
  - b. Tingkat pendidikan
  - c. Jenis kelamin (L/P)
  - d. Luas lahan (ha)
  - e. Lamanya berusaha (tahun)
2. Margin pemasaran
    - a. Volume di tingkat petani, jumlah penjualan kentang dalam satu masa panen (ton).
    - b. Harga jual, di tingkat petani, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer (Kg/Rp).
    - c. Biaya yaitu, biaya yang dikeluarkan oleh petani, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pengecer (Rp).
  3. Saluran pemasaran
  4. Tingkat Saluran Pemasaran terdiri dari:
    - a. Petani merupakan produsen kentang yang mengawali saluran pemasaran kentang di Desa Kakenturan.
    - b. Pedagang pengumpul merupakan seseorang yang membeli hasil produksi kentang dari petani dengan cara mendatangi petani secara langsung, tanpa melakukan perjanjian terlebih dahulu, sehingga petani dapat dengan luas menjual hasil produksi kentang ke pedagang pengumpul lainnya dan juga dapat menentukan harga jual kentang yang sesuai dengan harga pasaran. Kemudian pedagang pengumpul menjual kentang ke pedagang antar pulau dan pedagang pengecer yang berada di Desa Kakenturan.
    - c. Pedagang pengecer merupakan pedagang yang membeli kentang dari pedagang pengumpul yang berada di Desa Kakenturan dan menjualnya dalam bentuk kecil di pasar Modoinding, pasar Amurang, pasar Kotamobagu dan pasar Manado.
    - d. Pedagang antar pulau merupakan pedagang yang membeli kentang dari pedagang pengumpul yang berada di Desa Kakenturan dan menjualnya di Gorontalo.

### **Metode Analisa Data**

Analisis data saluran pemasaran kentang di Desa Kakenturan Kecamatan Modoinding Kabupaten Minahasa Selatan dari tingkat petani

sampai produsen akhir dan untuk margin pemasaran dan *farmer's share* dihitung menggunakan rumus matematik sebagai berikut :

1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran membantu dalam menilai seberapa efisien saluran pemasaran bekerja dalam mendistribusikan produk dari produsen ke konsumen. Dengan melihat perbedaan antara harga yang diterima oleh petani dan harga yang dibayar oleh konsumen.

$$Mp = Pr - Pf$$

Dimana :

MP : Margin Pemasaran (Rp)

Pf : Harga yang diterima oleh produsen (Kg/Rp)

Pr : Harga ditingkat konsumen (Kg/Rp)

2. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah selisih antara margin pemasaran dan keuntungan pemasaran. Ini mencakup semua biaya yang terkait dengan distribusi, penyimpanan, dan lain-lain yang tidak termasuk dalam keuntungan pemasaran.

$$Bp = Mp - Kp$$

Dimana :

Bp : Biaya pemasaran

Mp : Margin pemasaran

Kp : Keuntungan pemasaran

3. Keuntungan pemasaran

Keuntungan pemasaran bagian dari margin pemasaran yang diperoleh oleh perantara dalam saluran pemasaran, seperti distributor, grosir, dan pengecer.

$$Kp = Mp - Bp$$

Dimana :

Kp : Keuntungan pemasaran

Bp : Biaya pemasaran

Mp : Margin pemasaran

4. *Farmer's share*

*Farmer's share* adalah persentase dari harga akhir produk yang diterima oleh petani. Ini memberikan gambaran tentang seberapa besar keuntungan yang diperoleh petani dibandingkan dengan harga yang dibayar oleh konsumen di tingkat ritel. Adapun untuk memahami seberapa efisien saluran mendistribusikan nilai petani.

$$F = Pf/Pr \times 100\%$$

Dimana :

F : Bagian yang diterima petani

Pf : Harga kentang ditingkat petani

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambar Umum Lokasi Penelitian

Desa Kakenturan merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Modinding yang terdiri dari sepuluh desa, dimana untuk tingkat desa dipimpin oleh kepala desa (hukum tua) yang dipilih langsung oleh masyarakat. Desa Kakenturan dibagi menjadi dua yaitu Desa Kakenturan dan Desa Kakenturan Barat. Desa Kakenturan memiliki luas 1,973 km<sup>2</sup> dan berada pada ketinggian lebih dari 1,181m dari permukaan laut, dengan batas-batas wilayah sebagai berikut

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Maesaan, Kabupaten Minahasa Selatan
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Moaat, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Moaat, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Passi Timur, Kabupaten Bolaang Mongondow

Jumlah penduduk Desa Kakenturan yang tercatat pada akhir tahun 2024 sebanyak 1,132 jiwa dimana laki-laki berjumlah 550 dan perempuan berjumlah 582. Jumlah keseluruhan petani di Desa Kakenturan yaitu berjumlah 40 petani. Jumlah tersebut mencakup penduduk yang bertempat tinggal tetap maupun penduduk yang bertempat tinggal tidak tetap.

### Karakteristik Responden Petani dan Pedagang Umur

Tabel 1. Responden Petani Menurut Umur

No	Umur (Tahun)	Orang (Petani)	Persentase (%)
1	20 - 30	1	10%
2	31 - 41	1	10%
3	42 - 52	5	50%
4	53 - 63	3	30%
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 1 menunjukkan menunjukkan umur responden petani. Responden petani yang paling banyak berada pada umur 42-52 tahun yaitu dengan responden petani 5 orang (50%), untuk responden petani yang paling sedikit berada pada umur 20-30 dan 31-41 tahun yaitu dengan responden petani 1 orang (10%).

**Tabel 2. Responden Pedagang Perantara Menurut Umur**

Umur	Pengumpul	Persentase	Pengecer	Persentase	Pulau	Persentase
20 - 30	0	0%	0	0%	0	0%
31 - 41	2	80%	0	0%	2	100%
42 - 52	0	0%	0	0%	0	0%
53 - 63	1	20%	2	100%	0	0%
<b>Jumlah</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 2 menunjukkan umur responden pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan pedagang antar pulau yang paling banyak berada pada umur 31-41 dan 53-63 tahun yaitu untuk responden pedagang pengumpul 2 orang 80% dan 100%.

### Jenis Kelamin

**Tabel 3. Jenis Kelamin Petani**

No	Umur (Tahun)	Orang (Petani)	Persentase (%)
1	20 - 30	1	10%
2	31 - 41	1	10%
3	42 - 52	5	50%
4	53 - 63	3	30%
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 3 menunjukkan jenis kelamin petani laki-laki dan perempuan yaitu 9 orang, dimana untuk jenis kelamin laki-laki yaitu 9 orang dengan 90% dan perempuan 1 orang dengan 10%.

**Tabel 4. Jenis Kelamin Responden Pedagang Perantara**

Jenis Kelamin	Pengumpul	Persentase	Pengecer	Persentase	Pulau	Persentase
Laki-Laki	3	100%	0	0%	2	100%
Perempuan	0	0%	2	100%	0	0%
<b>Jumlah</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 4 menunjukkan jenis kelamin responden pedagang pengumpul 3 orang, dimana untuk jenis kelamin laki-laki 3 orang 100% dan perempuan tidak ada. Jumlah responden pedagang pengecer 2 orang, dimana untuk jenis kelamin laki-laki tidak ada dan perempuan 2 orang dengan 100%. Untuk responden pedagang antar pulau 2 orang, dimana untuk jenis kelamin laki-laki semua yaitu 2 orang dengan 100%.

### Tingkat Pendidikan

**Tabel 5. Tingkat Pendidikan Petani**

No	Pendidikan	Orang (Petani)	Persentase (%)
1	SD	1	10%
2	SMP	1	10%
3	SMA	8	80%
4	S1	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 5 menunjukkan tingkat pendidikan responden petani yaitu SD 1 orang 10%, SMP 1 orang 10% dan SMA 8 orang 80%.

**Tabel 6. Tingkat Pendidikan Pedagang Perantara**

Pendidikan	Pengumpul	Persentase	Pengecer	Persentase	Pulau	Persentase
SD	0	0%	1	50%	0	0%
SMP	1	33,33%	1	50%	0	0%
SMA	1	33,33%	0	0%	1	50%
S1	1	33,33%	0	0%	1	50%
<b>Jumlah</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 6 menunjukkan tingkat pendidikan pedagang pengumpul yaitu SMP, SMA dan S1 1 orang 33,33%, tingkat pedagang pengecer yaitu SD dan SMP 1 orang 50%, dan tingkat pedagang pulau yaitu SMA dan S1 1 orang 50%.

### Lamanya Usahatani

**Tabel 7. Pengalaman Berusahatani Responden Petani**

No	Lama Usaha (Tahun)	Orang (Petani)	Persentase (%)
1	1-25	3	30%
2	26-50	7	70%
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 7 menunjukkan pengalaman berusahatani responden 1-25 tahun yaitu 3 orang dengan persentase 30% dan 26-50 yaitu 7 orang dengan 70%.

**Tabel 8. Pengalaman Berusahatani Pedagang Perantara**

Lama Usaha	Pengumpul	Persentase	Pengecer	Persentase	Pulau	Persentase
1-25	3	100%	2	100%	2	100%
26-50	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Jumlah</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 8 menunjukkan pengalaman berusahatani pedagang pengumpul 1-25 tahun yaitu 3 orang dengan persentase 100%. Pengalaman berusahatani pedagang pengecer 1-25 tahun yaitu 2 orang dengan persentase 100%, untuk pengalaman antar pulau 1-25 tahun yaitu 2 orang dengan persentase 100%.

### Usahatani Kentang

### Luas Lahan

**Tabel 9. Pengalaman Luas Lahan Petani Di Kecamatan Modioinding**

No	Luas Lahan (tetek)	Orang (Petani)	Persentase (%)
1	1	5	50%
2	2	3	30%
3	3	1	10%
4	5	1	10%
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 9 menunjukkan karakteristik responden petani berdasarkan luas lahan. Luas lahan 1 tetek yaitu 5 orang dengan 50%, luas lahan 3 tetek dan 5 tetek yaitu 1 orang.

**Produksi**

1. Jumlah Produksi

**Tabel 10. Volume Produksi Usahatani Kentang**

No	Jumlah Produksi (ton)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	3	5	50%
2	6	3	30%
3	9	1	10%
4	15	1	10%
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>

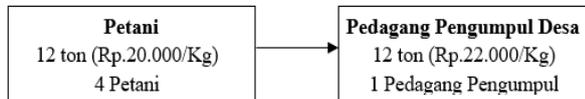
Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 10 menunjukkan hasil produksi kentang 3 ton yaitu 5 orang dengan 50%, hasil produksi 6 ton yaitu 3 orang 30% , hasil produksi kentang 9 ton dan 15 ton yaitu 1 orang dengan 10%.

2. Harga Jual

Sesuai dengan penelitian dilakukan harga kentang pada tingkat petani yaitu Rp20.000/kg, pada tingkat pedagang pengumpul Rp21.666/kg dibulatkan menjadi Rp22.000/kg, pada tingkat pedagang pengecer Rp23.333/kg dibulatkan menjadi Rp23.000/kg dan pada tingkat antar pulau Rp25.000/kg.

**Saluran Pemasaran Satu Tingkat : Saluran Pemasaran I**



Gambar 1. Saluran Pemasaran I

Pola saluran pemasaran I melibatkan satu lembaga pemasaran yang juga disebut pemasaran satu tingkat.

**Tabel 11. Biaya Saluran Pemasaran I**

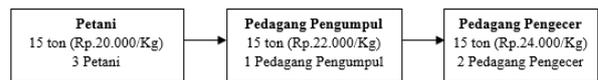
Uraian	Volume (Ton)	Harga/Biaya (Rp/Kg)
<b>Petani</b>		
Volume Produksi	12 ton	
Harga Jual		20.000
Biaya Pemasaran		300
Keuntungan		700
<b>Pedagang Pengumpul</b>		
Harga Beli		20.000
Biaya Pemasaran		250
Harga Jual		22.000
Keuntungan		1.750
<b>Total Biaya Pemasaran</b>		<b>550</b>
<b>Total Margin</b>		<b>2.000</b>
<b>Total Keuntungan</b>		<b>1.450</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 11 menunjukkan bahwa saluran pemasaran I yaitu saluran tingkat 1, atau dapat dikatakan pemasaran yang melibatkan satu

lembaga pemasaran, yakni pedagang pengumpul. Total biaya pemasaran yaitu sebesar Rp550/kg dan total keuntungan sebesar Rp1.450/kg. Pada saluran pemasaran I petani mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp300/kg. Pada saluran pemasaran I petani menjual hasil taninya kepada pedagang pengumpul dengan harga Rp20.000/kg, kemudian pengumpul menjual kembali dengan harga Rp22.000/kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp250/kg, sehingga keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengumpul sebesar Rp1.750/kg. Pada saluran pemasaran I total margin pemasaran atau selisih harga jual produsen ke konsumen sebesar Rp2.000.

**Saluran Pemasaran Dua Tingkat : Saluran Pemasaran II**



Gambar 2. Saluran Pemasaran II

Pola saluran pemasaran II melibatkan dua lembaga pemasaran yang juga disebut pemasaran dua tingkat.

**Tabel 12. Biaya Saluran Pemasaran II**

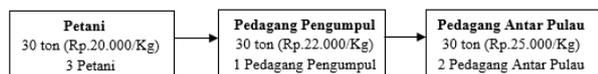
Uraian	Volume (Ton)	Harga/Biaya (Rp/Kg)
<b>Petani</b>		
Volume Produksi	15 ton	
Harga Jual		20.000
Biaya Pemasaran		300
Keuntungan		700
<b>Pedagang Pengumpul</b>		
Harga Beli		20.000
Biaya Pemasaran		250
Harga Jual		22.000
Keuntungan		1.750
<b>Pedagang Pengecer</b>		
Harga Beli		22.000
Biaya Pemasaran		450
Harga Jual		24.000
Keuntungan		1.550
<b>Total Biaya Pemasaran</b>		<b>1.000</b>
<b>Total Margin</b>		<b>4.000</b>
<b>Total Keuntungan</b>		<b>3.000</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 12 menunjukkan bahwa saluran pemasaran II melibatkan dua lembaga pemasaran dan dapat dikatakan saluran dua tingkat. Dari data diatas menunjukkan total biaya pemasaran yaitu sebesar Rp1.000/kg dan total keuntungan sebesar Rp3.000/kg. Pada saluran pemasaran II petani mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp

300/kg. Petani menjual hasil taninya kepada pedagang pengumpul dengan harga Rp20.000/kg, dan pedagang pengumpul menjual kembali kepada pedagang pengecer dengan harga Rp22.000/kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp250/kg, sehingga keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengumpul sebesar Rp1.750/kg, dan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sebesar Rp450/kg, sehingga keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer sebesar Rp1.550/kg. Pada saluran pemasaran II total margin pemasaran atau selisih harga jual produsen ke konsumen sebesar Rp4.000.

### Saluran Pemasaran Dua Tingkat : Saluran Pemasaran III



Gambar 2. Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran III diperoleh jumlah pedagang pengumpul 1 orang dengan persentase 33,33 persen dan pedagang pulau 2 orang dengan persentase 100 persen. Hasil pembelian kentang oleh pedagang pengumpul dari petani akan dijual ke pedagang antar pulau yang kemudian akan dijual ke Gorontalo, dimana pedagang antar pulau mengambil kentang tersebut melalui mobil *pick – up* di Desa Kakenturan. Pembayaran yang dilakukan pada saluran pemasaran III yaitu secara non tunai (transfer).

Tabel 13. Biaya Saluran Pemasaran III

Uraian	Volume (ton)	Harga Biaya Rp/Kg
<b>Petani</b>		
Volume Produksi	30 ton	
Harga Jual		20.000
Biaya Pemasaran		300
Keuntungan		700
<b>Pedagang Pengumpul</b>		
Harga Beli		20.000
Biaya Pemasaran		250
Harga Jual		22.000
Keuntungan		1.750
<b>Pedagang Antar Pulau</b>		
Harga Beli		22.000
Biaya Pemasaran		550
Harga Jual		25.000
Keuntungan		2.450
<b>Total Biaya Pemasaran</b>		<b>1.100</b>
<b>Total Margin</b>		<b>5.000</b>
<b>Total Keuntungan</b>		<b>3.900</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 13 menunjukkan bahwa saluran pemasaran III melibatkan tiga lembaga pemasaran dan dapat dikatakan saluran dua tingkat. Dari data diatas menunjukkan total biaya pemasaran yaitu sebesar Rp1.100/kg dan total keuntungan sebesar Rp3.900/kg. Pada saluran pemasaran III petani mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp300/kg. Petani menjual hasil taninya kepada pedagang pengumpul dengan harga Rp20.000/kg, dan pedagang pengumpul menjual kembali kepada pedagang antar pulau dengan harga Rp22.000/kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp250/kg, sehingga keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengumpul sebesar Rp1.750/kg, dan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang antar pulau sebesar Rp550/kg, sehingga keuntungan yang diterima oleh pedagang antar pulau sebesar Rp2.450/kg. Pada saluran pemasaran II total margin pemasaran atau selisih harga jual produsen ke konsumen sebesar Rp5.000.

### Margin Pemasaran dan *Farmer's Share*

Tabel 14. Biaya Saluran Pemasaran III

Saluran Pemasaran	Margin (Rp)	<i>Farmer's Share</i> (%)
Saluran Pemasaran I	2.000	90,90
Saluran Pemasaran II	4.000	83,33
Saluran Pemasaran III	5.000	80

Sumber: Diolah dari data primer, 2024

Tabel 14 menunjukkan bahwa margin pemasaran terendah adalah saluran pemasaran I sebesar Rp2.000. Dilihat dari nilai *farmer's share* semua saluran pemasaran dikatakan efisien karena memiliki nilai *farmer's share*  $\geq 60\%$  dan nilai *farmer's share* tertinggi pada saluran pemasaran I yaitu 90,90%. Nilai margin tertinggi terdapat pada saluran pemasaran III yaitu sebesar Rp5.000 tetapi memperoleh persentase *farmer's share* terendah yaitu 80%. Dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dibanding saluran pemasaran II dan III.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Saluran pemasaran kentang yang ada di Desa Kakenturan terdiri dari tiga saluran, yaitu saluran pemasaran I : petani ke pedagang pengumpul saluran pemasaran II : petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer, dan saluran

pemasaran III : petani ke pedagang pengumpul ke pedagang antar pulau. Margin pemasaran tertinggi yaitu pada saluran pemasaran III sebesar Rp5.000. *Farmer's share* tertinggi yaitu pada saluran pemasaran I sebesar 90,90%.

### **Saran**

Petani kentang yang ada di Desa Kakenturan Kecamatan Modoinding Kabupaten Minahasa Selatan diharapkan dapat mengoptimalkan tiap lembaga pemasaran kentang mulai dari petani hingga pedagang antar pulau.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Astawan, M. 2009. *Panduan Karbohidrat Terlengkap*. PT Gramedia Pustaka: Jakarta.
- Nurulita, F. S. 2011. *Analisis Pemasaran Kentang (Solanum Tuberosum L.) Di Kabupaten Wonosobo*. Universitas Sebelas Maret: Surakarta.
- Setiadi. (2009). *Budidaya Kentang*. Penebar Swadaya: Jakarta.
- Widayanti, S. (2008). *Analisis Kadar Hemoglobin Pada Anak Buah Kapal PT. Salam Pacific Indonesia Lines Di Belawan Tahun 2007*. *Skripsi*. Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara: Medan.