

Evo Afrianto

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muara Bungo

e-mail : evo_juventini@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui saluran dan margin tataniaga sayur-sayuran di Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan komprehensif metode survey observasi, yaitu menelusuri potensi produksi sayur-sayuran di Kecamatan Jambi Selatan dan proses pemasarannya mulai dari tingkat petani sampai pedagang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode komplikasi data serta analisis data survey. Data ditabulasi selanjutnya dilakukan analisis deskriptif kuantitatif, kemudian dihitung margin pemasarannya, dengan rumus : $M_i = H_{e_i} - H_{p_i}$(1). Adapun hasil penelitian menunjukkan Dalam distribusi komoditi sayuran di Kota Jambi terdapat 3 pola saluran tataniaga yang ada, yaitu pola saluran; 1) Petani–Pedagang Pengumpul–Pedagang Pengecer– Konsumen; 2) Petani–Pedagang Pengecer–Konsumen; 3) Petani –Konsumen. Persentase margin pemasaran sayuran di Kota Jambi untuk masing-masing komoditi melalui saluran 1 adalah sebagai berikut; sawi sebesar 43,3%, kacang panjang 37,14%, terung 43,61%, dan tomat sebesar 56,41%. Saluran 2 untuk komoditi sawi sebesar 38,46% dan tomat sebesar 50%, sedangkan untuk saluran 3 karena petani langsung menjual kekonsumen sehingga margin pemasaran menjadi 0%.

Kata Kunci : Margin Tataniaga, Petani Sayuran**PENDAHULUAN**

Perekonomian penduduk Indonesia sebagian besar berasal dari sektor pertanian, baik dari subsektor kehutanan, perikanan, peternakan, perkebunan, dan subsektor pertanian tanaman pangan dan hortikultura. Ditinjau dari segi mata pencaharian utama penduduk Indonesia sebagian besar sangat tergantung dari subsektor pertanian. Ketersediaan sumber daya khususnya lahan merupakan faktor pendukung bagi perkembangan sektor pertanian. Luas tanam merupakan ukuran potensi ekonomi petani untuk mengelola usahatani. Petani dengan tanah garapan yang luas akan memungkinkan untuk memperoleh pendapatan yang tinggi persatuan luas apabila dibandingkan dengan tanah garapan yang sempit. Untuk tercapainya pertanian yang baik hendaknya dipenuhi salah satu syarat yaitu adanya luas

tanam yang cukup. Hal ini sejalan dengan pendapat Mubyarto (1995) yang menjelaskan bahwa luas pemilikan lahan mempunyai hubungan yang positif dengan besarnya pendapatan total.

Perkembangan perekonomian kota yang pada hakekatnya sudah mulai meninggalkan sektor primer menuju sektor sekunder dan tersier menyebabkan alih fungsi lahan dari sektor pertanian ke penggunaan lain khususnya perumahan dan industri yang semakin pesat. Akibat dari alih fungsi lahan ini menyebabkan peran pertanian kota (*Urban Agriculture*) akan bergeser.

Pertumbuhan penduduk dan meningkatnya urbanisasi merupakan tantangan pada masa mendatang. Pada tahun 1994, 45 % penduduk dunia tinggal di Kota dan diperkirakan pada tahun 2025 meningkat menjadi 65 %. Keadaan ini akan menimbulkan permasalahan tentang infrastrur

publik, tempat tinggal, tenaga kerja, kerawanan pangan serta permasalahan lingkungan dan sanitasi. Karena kota sebagai sentra konsumsi terbesar, oleh karena itu pertanian kota perlu dikembangkan yang ditujukan untuk (a) peningkatan ketahanan pangan, (b) pengentasan kemiskinan, (c) peningkatan kesehatan masyarakat, dan (d) pengendalian lingkungan (Baumgartner dan Belevi, 2007 dalam Nuhfil Hanani, 2010).

Salah satu komoditi pertanian kota yang mempunyai peluang untuk dikembangkan adalah tanaman hortikultura diantaranya sayur-sayuran yang kebutuhannya dirasakan terus meningkat. Peningkatan kebutuhan terhadap sayur-sayuran disebabkan oleh meningkatnya

Tanaman sayuran mengandung nilai gizi tinggi yang dibutuhkan oleh tubuh manusia. Gizi sayuran meningkatkan daya cerna metabolisme serta menimbulkan daya tahan terhadap gangguan penyakit atau kelemahan jasmani lainnya. Kebutuhan sayuran bagi orang Indonesia per kapita per hari berdasarkan *Workshop on Food* tahun 1968 adalah 150 g/hari. Sepertiga di antaranya berasal dari sayuran daun. Sedangkan konsumsi rata-rata penduduk Asia, termasuk Indonesia baru mencapai 100 g/hari, dengan demikian kebutuhan sayuran keluarga baru mencapai 66 % (Sumeru Azhari, 2006).

Lembaga pemasaran diperlukan untuk menjaga ketersediaan produksi sayuran di Kecamatan Jambi Selatan agar sampai ketangan konsumen dengan baik dan mampu mendistribusikan produk melalui saluran pemasaran. Komoditas sayuran umumnya relatif cepat busuk sehingga petani dan pedagang tidak mampu menahan penjualannya terlalu lama dalam rangka mengatur volume pasokan yang sesuai dengan kebutuhan pasar, karena hal itu dapat berdampak pada penurunan harga jual yang disebabkan oleh penurunan kesegaran produk. Konsekuensinya adalah pengaturan volume pasokan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen tidak mudah dilakukan karena

setelah dipanen petani cenderung segera menjual hasil panennya agar sayuran yang dipasarkan masih dalam keadaan segar. Oleh karena itu, pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam suatu usahatani sayuran. Dalam pemasaran komoditi sayur-sayuran di Kecamatan Jambi Selatan petani memasarkannya ke pedagang perantara yang disebut dengan pedagang pengumpul.

Lembaga pemasaran merupakan pihak-pihak perantara yang terlibat dalam pemasaran komoditi sayuran di Kecamatan Jambi selatan. Semakin banyaknya lembaga-lembaga pemasaran yang dilalui oleh komoditi sayuran dari produsen ke konsumen akhir, menyebabkan besarnya biaya pemasaran sayuran sehingga harga yang dibayarkan konsumen akhir menjadi besar. Hal ini mengakibatkan margin pemasaran semakin besar, sehingga bagian harga yang diterima petani (*Farmer's Share*) akan semakin kecil. *Farmer's share* dari pemasaran sayuran yang besar umumnya merupakan daya tarik utama petani untuk terus meningkatkan produksi sayurannya.

Berdasarkan gambaran situasi tersebut penulis melakukan penelitian dengan judul **“Kajian Tataniaga Sayuran Di Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi”**. Dengan tujuan untuk mengetahui saluran dan margin tataniaga sayur-sayuran di Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan komprehensif metode survey observasi, yaitu menelusuri potensi produksi sayur-sayuran di Kecamatan Jambi Selatan dan proses pemasarannya mulai dari tingkat petani sampai pedagang. Metode Pengumpulan Data, data Primer pengumpulan data primer dilakukan dengan cara wawancara langsung ke petani sayuran, pedagang pengumpul, pedagang pengecer yang dituntun oleh daftar pertanyaan terstruktur meliputi harga jual dan

harga beli, biaya-biaya yang terdapat dalam pemasaran sayuran (sawi, kacang panjang, terung, tomat). Data Sekunder, metode pengumpulan data sekunder meliputi produktivitas, luas lahan, dan lainnya dilakukan dengan menggunakan metode studi pustaka, mengutip dan dokumentasi dari berbagai literatur, laporan-laporan dari instansi pemerintah seperti Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jambi dan Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kota Jambi. Serta hasil-hasil penelitian yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode komplikasi data serta analisis data survey. Data ditabulasi selanjutnya dilakukan analisis deskriptif kuantitatif, kemudian dihitung margin pemasarannya, dengan rumus :

$$M_i = H_e_i - H_p_i \dots\dots\dots(1)$$

Dimana :

M_i = Margin pemasaran » produk ke i (i = 1,2,3.....n)

i = 1 » Sawi (Rp/Kg)

i = 2 » Kacang Panjang

(Rp/Kg)

i = 3 » Terung (Rp/Kg)

i = 4 » Tomat (Rp/Kg)

H_e_i = Harga yang dibayarkan konsumen kepada pedagang » produk ke i (i = 1,2,3.....n)

i = 1 » Sawi (Rp/Kg)

i = 2 » Kacang Panjang

(Rp/Kg)

i = 3 » Terung (Rp/Kg)

i = 4 » Tomat (Rp/Kg)

H_p_i = Harga yang diterima petani produsen » produk ke i (i = 1,2,3.....n)

i = 1 » Sawi (Rp/Kg)

i = 2 » Kacang Panjang

(Rp/Kg)

i = 3 » Terung (Rp/Kg)

i = 4 » Tomat (Rp/Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Tataniaga Sayur-sayuran di Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi

Saluran pemasaran merupakan suatu rentetan kegiatan pemindahan barang dari produsen ke konsumen, melalui lembaga-lembaga pemasaran dan setiap lembaga pemasaran akan menimbulkan biaya yang membebani harga jual produk yang akan ditanggung oleh konsumen akhir. Besar kecilnya biaya tataniaga untuk hasil pertanian tergantung dari besar kecilnya kegiatan lembaga-lembaga tataniaga dan jumlah fasilitas yang diperlukan dalam proses pergerakan barang itu.

Dari hasil penelitian didapatkan hasil bahwa terdapat 3 pola saluran tataniaga sayuran di Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi.

a. Pola Saluran 1

Pola saluran 1 merupakan pola saluran yang dominan dilakukan oleh petani sampel, dari 36 sampel berkisar 80,5% petani yang melakukan penjualan sayurannya melalui saluran 1. Produk yang dihasilkan oleh petani di lahan pertanian, diangkut oleh pedagang pengumpul untuk dijual kepada para pedagang pengecer yang ada dipasar induk Angso Duo Jambi. Mayoritas petani memasarkan sayurannya kepedagang pengumpul karena motif balas budi petani atas kebaikan pedagang pengumpul berjalan cukup lama, sehingga mereka merasa telah terikat dengan pedagang tersebut. Kondisi ini menepatkan petani “tanpa posisi tawar” (*lost of bargaining position*). Sayuran yang telah dipanen ditumpuk oleh petani dipinggir kebunnya untuk selanjutnya diambil oleh pedagang pengumpul, petani itu sendiri tidak menyaksikan penimbangan sayuran yang dijual. Disini petani hanya menerima hasil

penjualan sayurannya sesuai dengan keputusan pedagang yang dilakukan sepihak. Pola saluran 1 ini sering mengakibatkan kerugian tanpa disadari oleh petani dan membuat keterbatasan informasi terhadap petani mengenai harga sayuran dipasaran.

b. Pola Saluran 2

Pola saluran 2 merupakan pola alternatif yang digunakan oleh sebagian kecil petani yang ingin mendapatkan untung lebih besar dari proses berusahatani, yaitu berkisar 16,7% petani yang melalui pola saluran 2 ini. Petani membawa produknya langsung kepada pedagang pengecer yang ada dipasar. Petani memberikan respon positif terhadap perwujudan tataniaga sayuran dimana petani tidak terikat kepada pedagang pengumpul, dengan sistem pemasaran sayuran yang telah terbentuk sendirinya dimana pedagang pengecer hanya menerima sayuran melalui pedagang pengumpul, sehingga mempersulit petani untuk mengakses pasar sendiri. Pola saluran 2 ini untuk menembus pasar tradisional sangat sulit biasanya petani langsung menjual produksi sayurannya di mall atau supermarket, dengan adanya kesepakatan bersama oleh pemilik swalayan. Petani yang tidak mampu menembus penjualannya langsung ke pasar induk Angso Duo, dikarenakan petani tidak mempunyai *link* untuk menjual sayurannya kepedagang pengecer. Pedagang pengecer pada pasar tradisional pada umumnya akan mengambil sayuran dari langganannya yaitu pedagang pengumpul, hal ini juga diakibatkan karena adanya keterkaitan antara pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

c. Pola Saluran 3

Pola saluran 3 merupakan pemasaran yang sangat jarang dilakukan oleh petani

karena hanya berkisar 2,8 % dari total populasi 36 sampel petani, tetapi hal ini membuktikan bahwa ada peluang jika petani ingin menjual langsung produksi sayurannya kepada konsumen, dimana petani tidak terikat kepada pedagang pengumpul atau pedagang pengecer karena petani tersebut memiliki kesempatan untuk langsung menjualnya kekonsumen atau dengan cara langsung mendagangkan sendiri hasil produk sayur-sayurannya dipasaran, guna mendapatkan peluang yang lebih besar untuk memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, upaya ideal yang dapat dilakukan guna meningkatkan daya tawar petani sayur adalah dengan cara mendorong dan memfasilitasi petani agar dapat memasarkan komoditi sayuran yang mereka hasilkan secara kelompok.

Analisis Margin Tataniaga Sayur-sayuran di Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi

Margin merupakan selisih antara harga yang diterima produsen dengan yang dibayarkan konsumen. Dihitung dengan mengetahui harga eceran dipasaran dan harga yang dijual petani, sehingga akan diketahui berapa besar persentase bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*). Analisis margin pemasaran sayur-sayuran di Kecamatan Jambi selatan ini akan dilihat perbandingan dari masing-masing saluran pemasaran yang dipilih oleh petani.

Analisis Margin tataniaga sayur-sayuran di Kecamatan Jambi Selatan Melalui Pola Saluran 1.

Pola saluran 1 ini merupakan pola saluran yang mayoritas petani di Kecamatan Jambi Selatan menjual produksi sayurannya kepada pedagang pengumpul. Besarnya margin dan biaya sistem tataniaga dari keempat komoditi dapat dilihat pada perhitungan analisis margin tataniaga tiap komoditi sayuran, sebagai berikut :

1. Analisis Margin Tataniaga Komoditi Sawi Hijau (*Brassica juncea*)

Produksi sayuran sawi yang telah dipanen petani kemudian dijual kepada pedagang pengumpul, selanjutnya pedagang pengumpul menjual kepedagang pengecer, dan pedagang pengecer menjual kekonsumen akhir. Produksi sayuran sawi ini agar sampai ketangan konsumen membutuhkan berbagai biaya yang dikeluarkan oleh pedagang perantara, dan biaya ini akan ditanggung oleh konsumen. Soekartawi (2002), menyatakan bahwa besarnya biaya pemasaran ini berbeda satu sama lain disebabkan karena; macam komoditi, lokasi pemasaran dan lembaga

pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Total biaya dari pedagang pengumpul sebesar Rp. 355,81/Kg atau 6,12%, sedangkan total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sebesar Rp. 655,83/Kg atau 10,44%. Dari data pada Tabel 12 terlihat bahwa margin tataniaga sayuran sawi di Kecamatan Jambi Selatan sebesar Rp. 2.511,67/Kg atau 43,3% dengan harga jual ditingkat petani sebesar Rp. 3.288,33/Kg dan harga jual kekonsumen akhir sebesar Rp. 5.800/Kg. Untuk lebih jelasnya analisis biaya dan margin tataniaga komoditi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Biaya dan Margin Tataniaga Komoditi Sawi (Saluran 1)

<i>Uraian</i>	<i>Nilai (Rp/Kg)</i>	<i>Persentase (%)</i>
Harga Jual Petani	3288.33	56.7
Harga Beli P. Pengumpul	3288.33	
Biaya :		
- Transportasi	84.16	1.45
- Bongkar Muat	33.33	0.57
- Penimbangan	11.67	0.20
- <i>Sortasi dan Grading</i>	49.16	0.85
- <i>Packing</i>	12.5	0.21
- Retribusi	19.16	0.33
- Tenaga Kerja	75	1.29
- Resiko	70.83	1.22
Total Biaya	355.81	
Keuntungan	622.53	10.73
Harga Jual P. Pengumpul	4266.67	73.56
Margin	978.34	16.87
Harga Beli P. Pengecer	4266.67	
Biaya :		
- Bongkar Muat	45.83	0.79
- <i>Sortir, grade&packing</i>	31.67	0.54
- Retribusi	50	0.86
- Penyimpanan	50	0.86
- Penyusutan	66.67	1.15
- Listrik	62.5	1.07
- Air	41.67	0.72
- Resiko	258.33	4.45
Total Biaya	655.83	

Keuntungan	877.5	15.12
Harga Jual P. Pengecer	5800	100
Margin	1533.33	26.4
Margin Total	2511.67	43.3

Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa margin pemasaran sayuran sawi besarnya hampir sama dengan harga jual petani. Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) dari total harga yang dibayarkan konsumen akhir adalah 56,7%. Hal ini menyatakan bahwa semakin besar margin pemasaran maka bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) semakin kecil, dan keuntungan pemasaran dari sayuran sawi ini sebagian besar dinikmati oleh pedagang perantara.

2. Analisis Margin Tataniaga Komoditi Kacang Panjang (*Vigna sinensis*)

Sistem pemasaran sayuran kacang panjang tidak jauh berbeda dengan sistem pemasaran sayuran sawi, dimana petani menjual produksi sayuran kacang panjangnya kepada pedagang pengumpul dengan harga Rp. 5.035/Kg, pedagang pengecer membelinya dengan harga sebesar Rp. 6.013/Kg, sehingga margin antara pedagang pengumpul dan pedagang pengecer adalah Rp. 978/Kg atau 12,2%, kemudian pedagang pengecer menjual kembali kacang panjang tersebut kepada konsumen akhir dengan harga Rp. 8.010/Kg, maka margin antara pedagang pengecer dan konsumen sebesar Rp. 1.997/Kg atau 24,9%.

Margin total dari pemasaran sayuran kacang panjang sebesar Rp. 2.975/Kg atau 37,14% dengan masing-masing keuntungan yang diperoleh dari setiap pedagang perantara untuk pedagang pengumpul sebesar Rp. 623,54/Kg atau 7,79% dan pedagang pengecer sebesar Rp. 1.481/Kg atau 18,49%. Rata-rata keuntungan pemasaran kacang panjang terbesar diperoleh oleh pedagang pengecer, dengan bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) sebesar 62,8%.

Bagian harga yang diterima petani pada umumnya tidak menetap dan berubah-ubah, menyebabkan pendapatan yang diperoleh petani pun tidak stabil.

3. Analisis Margin Tataniaga Komoditi Terung (*Solanum melongena*)

Produksi komoditi terung yang telah dipanen petani kemudian dijual kepada pedagang pengumpul, selanjutnya pedagang pengumpul menjual kepedagang pengecer, dan pedagang pengecer menjual kekonsumen akhir. produksi sayuran terung ini agar sampai ketangan konsumen membutuhkan berbagai biaya, karena telah melalui fungsi pertukaran, fungsi fasilitas dan fungsi fisik. Total biaya dari pedagang pengumpul sebesar Rp. 312,49/Kg atau 6,49%, dengan keuntungannya yang diperoleh sebesar Rp. 730,84/Kg atau 15,22%. Sedangkan total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sebesar Rp. 491,66/Kg atau 10,22%, dengan keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 558,34/Kg atau 11,63%.

Margin tataniaga sayuran terung di Kecamatan Jambi Selatan sebesar Rp. 2.093,33/Kg atau 43,61% dengan harga jual ditingkat petani sebesar Rp. 2.706,67/Kg dan harga jual kekonsumen akhir sebesar Rp. 4.800/Kg. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa margin dari pemasaran komoditi terung besarnya hampir sama dengan harga jual petani, dan keuntungan dari pemasaran tersebut diperoleh oleh pedagang perantara.

Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) dari total harga yang dibayarkan konsumen akhir adalah 56,4%. Hal ini menyatakan bahwa pemasaran sayuran terung di Kecamatan Jambi Selatan dapat dikatakan kurang efisien, karena rata-rata

bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) masih dibawah 70%.

4. Analisis Margin Tataniaga Komoditi Tomat (*Lycopersicum esculentum*)

Produksi sayuran tomat yang telah dipanen petani kemudian dijual kepada pedagang pengumpul, selanjutnya pedagang pengumpul menjual kepedagang pengecer, dan pedagang pengecer menjual kekonsumen akhir. Produksi komoditi tomat ini agar sampai ketangan kekonsumen membutuhkan berbagai biaya, karena telah melalui fungsi pertukaran, fungsi fasilitas dan fungsi fisik. Total biaya dari pedagang pengumpul sebesar Rp. 305,79/Kg atau 9,37% dengan keuntungannya diperoleh sebesar Rp 435,87/Kg atau 13,41%. Sedangkan total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sebesar Rp. 460,8/Kg atau 14,32%, dengan keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 630,87/Kg atau 19,41%.

Margin tataniaga sayuran tomat di Kecamatan Jambi Selatan sebesar Rp.

1.833,33/Kg atau 56,41% dengan harga jual ditingkat petani sebesar Rp. 1.416,67/kg dan harga jual kekonsumen akhir sebesar Rp. 3.250/Kg. Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) dari total harga yang dibayarkan konsumen akhir adalah 43,59%. Hal ini menunjukkan bahwa makin besar biaya yang harus dibayar oleh pedagang perantara makin kecil harga yang diterima petani. *Farmer's share* sayuran tomat sangat kecil, hal ini disebabkan karena segala biaya yang harus dibayar oleh pedagang perantara mempengaruhi penerimaan bersih petani. Selain itu resiko pemasaran komoditi tomat yang besar sehingga harga yang diterima petani kecil, seperti adanya persaingan produk tomat yang datang dari daerah lain dan komoditi tomat yang mudah rusak dan busuk.

Pada Tabel 2 disajikan data hasil analisis komponen tataniaga dari keempat komoditi sayuran di Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi.

Tabel 2. Komponen Biaya Tataniaga Keempat Komoditi Sayuran Saluran 1

<i>Uraian</i>	<i>Sawi</i> (Rp/Kg)	<i>K.Pjg</i> (Rp/Kg)	<i>Terung</i> (Rp/Kg)	<i>Tomat</i> (Rp/Kg)
Harga ditingkat petani	3288.33	5035	2706.67	1416.67
Biaya tataniaga p. pengumpul	355.81	354.16	312.49	305.79
Keuntungan p. pengumpul	622.53	623.84	730.84	435.87
Harga jual p. pengumpul	4266.67	6013	3750	2158.33
Margin p. pengumpul	978.34	978	1043.33	916.66
Harga ditingkat p. pengecer	4266.67	8010	4800	2158.33
Biaya tataniaga p. pengecer	655.83	516	491.66	460.8
Keuntungan p. pengecer	877.5	1481	558.34	625.88
Harga jual p. pengecer	5800	8010	4800	3250
Margin p. pengecer	1533.33	1997	1050	1091.67
Margin total	2511.67	2975	2093.33	1833.33
Farmer's Share	56.7 %	62.8 %	56.4 %	43.59 %

Tabel 2 menunjukkan bahwa margin tataniaga dan *farmer's share* dari keempat komoditi sayuran di Kota Jambi, dari keempat komoditi tersebut yang memiliki persentase margin pemasaran sangat besar dan bagian

harga yang diterima petani (*farmer's share*) sangat kecil adalah komoditi tomat dengan persentase 56,41% dan 43,59%.

Sri Nurmala Sari (2010), yang meneliti sistem pemasaran komoditi tomat di

Kota Jambi, dimana rata-rata bagian harga yang diterima petani tomat sangat kecil dengan nilai 46,15%. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahayuningsih (2009), mengemukakan bahwa margin pemasaran tomat lebih besar dari harga ditingkat konsumen, dimana bagian yang diterima produsen sebesar 48%. Artinya harga yang diterima produsen kurang dari setengah harga yang dibayar konsumen, dapat dikatakan pula bahwa harga yang dibayarkan konsumen untuk membeli tomat 48% dinikmati oleh produsen sedangkan sisanya 52% dinikmati oleh pedagang. Hal ini terjadi karena harga yang terbentuk dapat dimonopoli oleh pedagang pengumpul. Hal lain yang menjadi penyebab harga yang diterima oleh produsen lebih rendah daripada harga yang dibayarkan oleh konsumen adalah pemberian harga yang sama untuk kualitas yang berbeda, artinya dari produsen tomat sayur dijual tanpa *grade* berarti baik tomat yang besar maupun yang kecil dijual dengan harga yang sama. Apabila produsen melakukan *grading*, produsen dapat meningkatkan pendapatan karena tomat yang berukuran besar dan tomat yang berukuran kecil dapat dijual dengan harga yang berbeda.

Bambang irawan (2007), mengemukakan bahwa bagian harga yang diterima petani dari pemasaran sayuran berkisar 52%-58%, hal ini menunjukkan masih rendahnya harga yang diterima produsen. Sejalan dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa rata-rata *farmer's share* dari pemasaran sayuran di Kota Jambi berkisar 43,59%-62,8%, dengan *farmer's share* yang cukup kecil dari keempat komoditi sayuran tersebut menggambarkan bahwa keuntungan dari kegiatan tataniaga petani sebagian besar tidak didapatkan oleh petani

itu sendiri melainkan didapatkan oleh lembaga tataniaga diluar petani selaku produsen produk pertanian di Kota Jambi.

Analisis Margin tataniaga sayur-sayuran di Kecamatan Jambi Selatan Melalui Pola Saluran 2.

Biaya dan keuntungan dari lembaga pemasaran melalui saluran 2 ini dari petani di Kecamatan Jambi Selatan ke pedagang pengecer, pedagang pengecer yang dimaksud adalah tokoswalayan atau mall yang ada di Kota Jambi. Pada umumnya petani tidak mampu mengakses kepedagang pengecer dipasar induk Angso Duo karena tidak mempunyai *link*. Keterikatan antara pedagang pengumpul dan pedagang pengecer yang terjalin sangat lama sehingga pedagang di pasar tradisional hanya akan mengambil dari pedagang pengumpul langganannya. Keuntungan petani menjual kepada pemilik swalayan atau mall harganya lebih mahal dibandingkan harga yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul. Berdasarkan dari sampel penelitian ini petani yang menjual produksi sayurannya ke pedagang pengecer hanya ditemukan petani sayur sawi dan tomat. Adapun harga jual untuk komoditi sawi tersebut sebesar Rp. 4.000, dan pedagang pengecer atau pemilik swayan akan menjual dengan harga yang sedikit mahal dari pasar induk Angso Duo, dengan harga sebesar Rp. 6.500. Hal ini terjadi karena pemilik swalayan telah memilih kualitas sayuran yang sangat bagus dan mengemas produk sayuran tersebut lebih baik, sehingga konsumen berani untuk membayar mahal. Adapun analisis margin tataniaga komoditi sawidan tomat melalui saluran 2 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis Biaya dan Margin Tataniaga Komoditi Sawidan Tomat Melalui Pola Saluran 2

Uraian	Sawi		Tomat	
	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)

Harga Jual Petani	4000	61.53	2000	50
Harga Beli P. Pengecer	4000		2000	50
Biaya :				
- Transportasi	96.16	1.48	96.16	2.4
- Bongkar Muat	43.33	0.66	43.33	1.0
- Penimbangan	15.75	0.24	15.75	0.39
- <i>Sortasi dan Grading</i>	52.16	0.80	68.16	1.7
- <i>Packing</i>	65.5	1.0	95.5	2.38
- Air	27.5	0.39	27.5	0.68
- Listrik	32.14	0.49	32.14	0.8
- Retribusi	19.16	0.29	19.16	0.47
- Tenaga Kerja	85	1.3	85	2.1
- Resiko	72.83	1.12	74.21	1.8
Total Biaya	529.53		556.91	
Keuntungan	1970.47	30.31	1443.09	36.07
Harga Jual P. Pengecer	6500	100	4000	100
Margin	2500	38.46	2000	50
Margin Total	2500	38.46	2000	50

Dari Tabel 3 menunjukkan bahwa margin pemasaran sayuran sawi melalui saluran 2 sebesar Rp. 2500 atau 38,46%, dengan *farmer's share* sebesar 61,53%. Sedangkan margin pemasaran dari tomat tersebut sebesar 50%, dengan *farmer's share* sebesar 50%. Melalui saluran 2 dari kedua komoditi tersebut, yang memperoleh keuntungan pemasaran yang cukup besar adalah komoditi sawi, sedangkan keuntungan pemasaran komoditi tomat yang diperoleh petani melalui saluran 2 ini masih rendah. Harga komoditi tomat dari petani di Kecamatan Jambi Selatan cukup murah, karena banyaknya persaingan komoditi tomat dari daerah lain sehingga komoditi tomat lokal kalah saing dengan tomat luar.

Analisis Margin tataniaga sayur-sayuran di Kecamatan Jambi Selatan Melalui Pola Saluran 3.

Pola saluran 3 ini merupakan pilihan pemasaran yang dilakukan petani guna meraih keuntungan yang lebih besar. Petani langsung menjual komoditi sayur-sayurannya ke konsumen, sehingga petani tidak mengeluarkan biaya dalam hal pemasarannya, dimana petani hanya menjual sayurannya disekitar tempat tinggalnya. Pada saluran ini petani menjual harga sayurannya dengan harga sedikit lebih murah, untuk menarik konsumen membeli sayurannya tersebut. Penelitian ini hanya menemukan 1 petani yang menjual produk sayur-sayurannya langsung kekonsumen, petani tersebut hanya menghasilkan komoditi kacang panjang dengan harga jual sebesar Rp 6.000 sampai Rp. 6.500/Kg. Saluran 3 ini cukup memberi keuntungan petani.

Perbandingan margin tataniaga dan *farmer's share* dari keempat komoditi sayuran, untuk masing-masing saluran pemasaran dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Margin Tataniaga dan Farmer's Share Keempat Komoditi Sayuran dari Masing-masing Saluran Pemasaran di Kec.Jambi Selatan

Komoditi	Saluran 1		Saluran 2		Saluran 3	
	Margin (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)	Margin (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)	Margin (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
Sawi	2.511,67	56,7	2,500	61,53	-	-
Kcg Pjg	2.975	62,85	-	-	0	100
Terung	2.093,33	56,39	-	-	-	-
Tomat	1.833,33	43,59	2,000	50	-	-

Dari Tabel 4 terlihat bahwa bagian harga yang diterima petani untuk komoditi sawi lebih lebih besar melalui saluran 2 dibandingkan melalui saluran 1, sedangkan komoditi kacang panjang melalui saluran 3 sangat menguntungkan petani, dimana bagian harga yang diterima 100% karena petani langsung menjual sayuran tersebut kekonsumen dengan harga yang ditentukannya sendiri, tetapi tidak melebihi harga dipasaran sehingga konsumen membayar harga sayuran relatif murah. Walaupun saluran 3 ini sangat menguntungkan jika dilihat dari besaran *farmer's share* yang diterima, tetapi banyak resiko dan pertimbangan yang harus dipikirkan oleh petani karena petani tidak punya cukup waktu untuk menjual sayuran itu sendiri, dikhawatirkan kebun mereka akan terbengkalai jika petani hanya fokus mencari keuntungan yang lebih besar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 2,8 % dari 36 sampel penelitian yang melakukan pemasaran langsung kekonsumen dan 16,7% melalui pedagang pengecer, hal ini membuktikan bahwa petani mempunyai peluang untuk memasarkan sayuran tersebut langsung kekonsumen atau kepedagang pengecer tanpa terikat oleh pedagang pengumpul sehingga keuntungan yang diperoleh cukup besar, tetapi kegiatan pemasaran melalui saluran 2 dan saluran 3 ini bisa saja berjalan dengan

baik tanpa merugikan petani jika dimanajemen dengan baik dengan memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan hingga ketangan konsumen, sehingga petani sebagai pengusaha mampu mengolah, menghasilkan, mendistribusikan dan menjual hasil produksi sayurannya sendiri.

Petani Langsung Menjual Kekonsumen

Jika memungkinkan petani untuk menjual sendiri hasil produksi sayurannya agar pendapatan yang diperoleh menjadi besar, dan petani tidak terikat oleh pedagang perantara. Inovasi ini diharapkan agar petani mampu mengelolah, menghasilkan, mendistribusikan dan menjual produksi sayurannya sendiri. Adapun analisis keuntungan pemasaran sayuran dan komponen biaya sistem tataniaga yang diperoleh petani jika langsung dijual kepada konsumen dari keempat komoditi tersebut dapat dilihat pada masing-masing perhitungan analisis margin tataniaga dan *farmer's share* tiap komoditi sayuran, sebagai berikut :

1. Analisis Biaya dan Margin Tataniaga Komoditi Sawi

Melalui pemasaran langsung dengan memperpendek jalur distribusi pemasaran sayuran dari petani ke konsumen dapat dilihat pada Tabel 5 mengenai analisis biaya dan margin tataniaga komoditi sayuran sawi tersebut.

Tabel 5. Analisis Biaya dan Margin Tataniaga Komoditi Sawi, Jika Petani Langsung Menjual Kekonsumen

<i>Uraian</i>	<i>Nilai (Rp/Kg)</i>	<i>Persentase(%)</i>
Harga Jual Petani	5800	83.4
Biaya :		
- Transportasi	84.16	1.45
- Bongkar Muat	79.16	0.57
- Penimbangan	11.67	0.20
- <i>Sortir, grade&packing</i>	93.33	16.09
- Penyimpanan	50	
- Penyusutan	66.67	0.86
- Listrik	62.5	1.14
- Air	41.67	1.07
- Retribusi	69.16	0.71
- Tenaga Kerja	75	1.19
- Resiko	329.16	1.29
Total Biaya	962.48	5.67
Harga Jual	5800	100
Margin Total	962.48	16.59

Dari Tabel 5 terlihat bahwa biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer seandainya dilakukan oleh petani maka total biaya yang harus dikeluarkan adalah Rp. 926,48/Kg atau 16,59% sama dengan margin total pemasaran sayuran sawi. Hal ini membuktikan bahwa sistem tataniaga bisa saja dilakukan oleh petani, jika petani ingin mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari komoditi sayurannya. Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) komoditi sawisebesar 84,3%, dengan cara penjualan langsung produk sayur-sayuran dari petani kekonsumen menunjukkan bahwa keuntungan pemasaran yang diperoleh petani lebih besar dibandingkan dengan dilakukannya *sortasi, grading* dan *packing*. Walaupun *farmer's share* yang diterima petani jika melalui *sortasi, grading dan packing* lebih kecil tetapi dengan peningkatan kualitas sayuran itu sendiri sehingga memberikan kepuasan terhadap konsumen, dengan demikian konsumen pun berani membayar dengan harga yang mahal jika memperoleh kualitas yang jauh lebih baik.

2. Analisis Biaya dan Margin Tataniaga Komoditi Kacang Panjang

Jika petanilangsung menjual kekonsumenproduksi kacang panjangnya, dengan asumsi keuntungan yang diperoleh petani menjadi besar, maka biaya yang harus dikeluarkan sebesar Rp. 870,16/Kg, dengan harga jual Rp. 8.010/Kg (Lampiran 32).Biaya-biaya yang dikeluarkan petani menjadi harga beli yang ditanggung oleh konsumen akhir.

Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) komoditi sawisebesar 89,13%. Melalui penjualan langsung kekonsumen menunjukkan bahwa keuntungan pemasaran yang diperoleh petani lebih besar.Simulasi ini diharapkan mampu memberikan inovasi baru bagi petani dimana, petani sebagai manajer yang mengelola usahataniya sampai penjualan, dan harga ditentukan oleh petani dengan menerima informasi pasar yang lebih terbuka dibandingkan petani hanya menerima hasil penjualannya melalui pedagang pengumpul.

3. Analisis Biaya dan Margin Tataniaga Komoditi Terung

Analisis biaya tataniaga komoditi terung jika petani langsung menjual kekonsumen, maka biaya-biaya yang harus dikeluarkan sebesar Rp. 804,09/Kg, dengan harga jual Rp. 4.800/Kg, maka margin total komoditi kacang panjang ini sebesar Rp. 804,09/Kg atau 16,75%.

Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) komoditi terung sebesar 83,25%. Penjualan ini menunjukkan bahwa keuntungan pemasaran yang diperoleh petani lebih besar dibandingkan melalui pedagang pengumpul, karena setiap pedagang perantara mengambil keuntungan setiap pemasaran sehingga bagian harga yang diterima petani menjadi kecil. Oleh karena itu, perlu adanya solusi untuk petani agar keuntungan yang diperolehnya menjadi besar, sehingga petani menjadi lebih termotivasi untuk memproduksi sayurannya, salah satunya melalui sistem tataniaga.

4. Analisis Margin Tataniaga Komoditi Tomat

Komoditi tomat merupakan salah satu produk sayuran yang persaingannya sangat besar karena banyak didatangkan dari daerah lain yang menyebabkan komoditi tomat lokal kalah saing. Selain itu karakteristik tomat yang

mudah rusak. Sehingga perlu adanya perlakuan khusus untuk penjualan komoditi tersebut, agar tidak menimbulkan kerugian oleh petani. Melalui penjualan langsung yang dilakukan petani kekonsumen akhir, diharapkan mampu meningkatkan keuntungan pemasaran komoditi tersebut oleh petani dengan pertimbangan biaya yang sesuai sehingga tidak terlalu membebani konsumen. Biaya-biaya pemasaran yang harus dikeluarkan petani untuk komoditi tomat sebesar Rp. 771,58/Kg, dengan harga jual ditingkat konsumen sebesar Rp. 3.250/Kg. Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) dari komoditi tomat ini sebesar 76.25%. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi-fungsi pemasaran yang biasanya dilakukan oleh pedagang perantara seandainya dilakukan oleh petani, maka biaya-biaya yang harus dikeluarkan petani untuk melakukan penjualan langsung kekonsumen meliputi, fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk tiap fungsi-fungsi pemasaran menjadi harga jual yang dibeli konsumen akhir.

Adapun rata-rata komponen biaya tataniaga keempat komoditi sayuran di Kecamatan Jambi Selatan, jika petani langsung menjual kekonsumen untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Komponen Biaya Tataniaga Keempat Komoditi Sayuran di Kec. Jambi Selatan, Jika Petani Menjual Langsung Kekonsumen

<i>Finansial Pemasaran</i>	<i>Sawi (Rp/Kg)</i>	<i>K.Pjg (Rp/Kg)</i>	<i>Terung (Rp/Kg)</i>	<i>Tomat (Rp/Kg)</i>
Harga ditingkat petani	5800	8010	4800	3250
Biaya tataniaga petani	962.48	870.16	804.09	771.58
Margin total	962.48	870.16	804.09	771.58
Harga jual	5800	8010	4800	3250
Farmer's Share	83.4 %	89.13 %	83.25 %	76.25 %

Dari Tabel 6 menunjukkan bahwa keuntungan pemasaran melalui penjualan langsung ini lebih menguntungkan, terlihat pada komoditi kacang panjang *farmer's share*

yang diterima sebesar 89,13%. Sedangkan dari masing-masing simulasi yang memiliki keuntungan pemasaran lebih besar terletak pada simulasi 2, dimana rata-rata *farmer's*

share yang diperoleh diatas 75%. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran sayuran melalui simulasi 2 ini lebih efisien. Untuk

lebih jelasnya margin tataniaga dan *farmer's share* keempat komoditi sayuran dari masing-masing simulasi dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Margin Tataniaga dan Farmer's Share Keempat Komoditi Sayuran dari Masing-masing Simulasi Pemasaran di Kec. Jambi Selatan

Komoditi	Simulasi 1		Simulasi 2	
	Margin (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)	Margin (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
Sawi	1.889,14	67,42	962,48	83,4
Kacang Panjang	2.351,16	70,64	870,16	89,13
Terung	1.362,49	71,61	804,09	83,25
Tomat	1.397,46	57	771,58	76,25

Tabel 7 menunjukkan bahwa untuk masing-masing komoditi terlihat bahwa keuntungan pemasaran sayuran jauh lebih besar jika petani langsung menjual produk sayurannya kekonsumen, dibandingkan petani sebelum menjual sayurannya melalui *sortasi*, *grading* dan *packing*. Dari keempat komoditi ini maka yang memiliki keuntungan pemasaran sayuran yang lebih besar melalui simulasi 2 ini adalah komoditi kacang panjang sebesar 89,13% dengan persentase margin 10,86%. Keuntungan pemasaran sayuran yang lebih kecil adalah komoditi terung sebesar 76,25% dengan persentase margin sebesar 23,74%. Hal ini menunjukkan bahwa biaya-biaya pemasaran yang besar, mengakibatkan bagian harga yang diterima petani pun menjadi kecil, selain itu semakin tinggi sifat mudah rusak suatu komoditas, semakin tinggi pula margin tataniaga komoditas bersangkutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Dalam distribusi komoditi sayuran di Kota Jambi terdapat 3 pola saluran tataniaga yang ada, yaitu pola saluran; 1) Petani–Pedagang Pengumpul–Pedagang

Pengecer– Konsumen; 2) Petani–Pedagang Pengecer–Konsumen; 3) Petani –Konsumen. Persentase margin pemasaran sayuran di Kota Jambi untuk masing-masing komoditi melalui saluran 1 adalah sebagai berikut; sawi sebesar 43,3%, kacang panjang 37,14%, terung 43,61%, dan tomat sebesar 56,41%. Saluran 2 untuk komoditi sawi sebesar 38,46% dan tomat sebesar 50%, sedangkan untuk saluran 3 karena petani langsung menjual kekonsumen sehingga margin pemasaran menjadi 0%.

Saran

Untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk pertanian dibutuhkan perencanaan yang matang mengenai arah pengembangan pertanian itu sendiri, khususnya arah pengembangan pertanian di Kota Jambi. Rekomendasi arah pengembangan pertanian kota Jambi yang akan ditawarkan adalah dengan membuat suatu wadah pertanian kota terpadu. Pertanian terpadu yang dimaksud adalah pertanian yang dapat menjalankan sistem tataniaga secara mandiri. Mulai dari aspek usaha tani, aspek pemasaran, hingga aspek pengolahan produk sehingga produk memiliki nilai tambah yang lebih tinggi, dan untuk meningkatkan persentase keuntungan yang diperoleh oleh petani itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, Witono. 2010. *Peran Litbang Mendukung Pengembangan pertanian Kota*. www.scribd.com/.../Peran-Litbang-Mendukung-an-Pertanian-Urban - (Diakses 27 Februari 2011)
- Antara, Nyoman Semadi, 2007. *Proses Minimum Untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk Hortikultura*. Bali, Fakultas Teknologi Pertanian Unud, Kampus Bukit Jimbaran. nsantara@ftp.unud.ac.id (Diakses 2 Maret 2011)
- Ashari, Sumeru, 2006. *Hortikultura Aspek Budidaya*. Jakarta, Universitas Indonesia.
- Badan Pusat Statistik, 2009. *Konsumsi Kalori dan Protein Penduduk Indonesia dan Provinsi Tahun 2009*. Jakarta, BPS.
- Badan Pusat Statistik Kota Jambi, 2009. *Kecamatan Jambi Selatan Dalam Angka 2009*. Jambi, BPS.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, 2009. *Produksi Tanaman Sayuran dan Buah-buahan 2009*. Jambi, BPS.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kota Jambi, 2009. *Statistik Tanaman Pangan dan Hortikultura 2009*. Jambi, BPS.
- Hanani, Nuhfil, 2010. *Peran pertanian Kota*. [www. Google.co.id](http://www.Google.co.id) (Diakses 2 Maret 2011)
- Handayani, Titi, 2010. *Pemanfaatan Media Komunikasi Dan Hubungannya Dengan Penerapan Tehnik Budidaya Sayuran Sawi Di Kelurahan Paal Merah Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi*. Jambi, Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
- Hamid, 1972. *Tataniaga pertanian*. Makassar, Fakultas pertanian Hasanuddin.
- Herdyansyah, Rikky, 2011. *Analisis Risiko Pemasaran Sayur-sayuran Pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern Di Kota Jambi*. Jambi, Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
- Hernanto, Fadholi. 1991. *Ilmu Usahatani*. Jakarta, Penebar Swadaya.
- Irawan, Bambang, 2007. *Fluktuasi Harga, Transmisi Harga Dan Margin Pemasaran Sayur Dan Buah*. Bogor, Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. pse.litbang.deptan.go.id (Diakses 27 Februari 2011)
- Kamaluddin, 2010. *Usahatani, Pertanian dan Agribisnis*. Palembang, Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. <http://kamaluddin86.blogspot.com> (Diakses 20 Maret 2011)
- Kastaman, Roni, et al, *Penyusunan Rencana Pembangunan Pertanian Kota*. Teknologi Industri Pertanian. UNPAD. Resources.unpad.ac.id (Diakses 18 Oktober 2010)
- Kotler, Philip, 1998. *Manajemen Pemasaran*. Surabaya, Perdana Printing Arts.
- Mubyarto, 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta, LP3ES.
- _____, 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta, LP3ES.
- Mosher, A.T. 1991. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian*. Jakarta, Yasaguna.
- Murni, Feronika, 2009. *Analisis Sistem Pemasaran Tahu Di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo*. Jambi, Fakultas Pertanian Universitas Jambi.

Mursyid, M. 2008. *Manajaemen Pemasaran*. Jakarta, Bumi Aksara.

Nugroho, Yusuf, 2010. *Peran Pertanian Kota Melawan Kemiskinan dan Kelaparan*. <http://yusuf.nugroho10.student.ipb.ac.id/2010/10/29/peran-pertanian-kota-melawan-kemiskinan-dan-kelaparan/>(Diakses 27 Februari 2011)

Rahayuningsih, 2009. *Analisis Keterpaduan Pasar Tomat Antara Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Dengan Pasar Legi Kota Surakarta*. Surakarta, Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.

Rianse, Usman dan Abdi, 2008. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Bandung, Alfabeta.

Rizal, M. Yose. 2007. *Analisis Pemasaran Komoditi Kentang Asal Kecamatan Jangkat Di Provinsi Jambi*. Jambi, Fakultas Pertanian Universitas Jambi.

Sari, Sri Nurmala, 2010. *Analisis Sistem Pemasaran Komoditi Tomat Di Kota Jambi*. Jambi, Fakultas Pertanian Universitas Jambi.

Seflina, Siska, 2010. *Analisis Komparatif Nilai Tambah Berdasarkan Kapasitas Produksi Pada Agroindustri Dodol Kentang (Studi Kasus Di Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi)*. Jambi, Fakultas Pertanian Universitas Jambi.

Setiawan, Iwan, 2008. *Alternatif Pemberdayaan Bagi Peningkatan Kesejahteraan Petani Lahan Kering (Studi Literatur Petani Jagung Di Jawa Barat)*. Bandung, Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran. <http://berusahatani.blogspot.com/2011/03/nilai-tambah-komoditas-pertanian.html>(Diakses 19 April 2011)

Soekartawi, 1993. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta, Raja Grafindo Persada.

_____, 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Jakarta, Raja Grafindo Persada.

Suratiyah, Ken, 2006. *Ilmu Usahatani*. Jakarta, Penebar Swadaya.

Susanto, et al, 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Yogyakarta, UPFE UMY.

Sutarya, Rahmat dan Gerard, 1995. *Pedoman Bertanam Sayuran Dataran Rendah*. Yogyakarta, Gadjah Mada University Press.

Swastha, Basu, 1979. *Saluran Pemasaran*. Yogyakarta, BPFE-UGM.

Swastha, Basu dan Irawan, 1986. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta, Liberty Yogyakarta.

Tarigan, Robinson. 2007. *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasinya*. Jakarta, Bumi Aksara.