**ANALISIS PEMASARAN LABU KUNING (*Cucurbita moschata* D.*)***

**DI KECAMATAN PLAOSAN KABUPATEN MAGETANJAWA TIMUR**

**Rachmania Ardhyani,Wiwit Rahayu, Mei Tri Sundari**

Program Studi Agribisnis Fakultas PertanianUniversitas Sebelas Maret

Jl.Ir. Sutami No. 36 A Kentingan Surakarta 57126 Telp./ Fax.(0271) 637457

Email: rachmania21@gmail.com, Telp: 085655601025

*Abstract : This study is aimed at knowing the total of cost, revenue and the income of Yellow Pumpkin, to analyze the pattern of marketting’s channel, to analyze the price and cost of Yellow Pumpkin’s marketing, and to analyze the marketing margin and efficeincy of Yellow Pumpkin in Plaosan Sub District, Magetan Regency, East Java. Based on the result of study showed that based on total average cost of Pumpkin farming was IDR 718.927/farming/seaason or IDR 16.118.227,34/Ha/season. The average of the revenue of Yellow Pumpkin farming was IDR 4.355.833/farming/seaason or Rp. 97.657.125,78/Ha/season. The average income of Yellow Pumpkin farming was 3.636.907/farming/seaason or Rp. 81.538.898,44/ Ha/season. There are four types of marketting pattern of Yellow Pumpkin. Pattern 1 : Farmers – trades – retailers – consumers. Pattern II : Farmers – wholessalers – retailers – consumers. Pattern III : Farmers – retalilers – consumers. Pattern IV : Farmers – consumers. Total cost of marketing in first channel is IDR 109.89/Kg and the total profit of marketing IDR 4756.03 / Kg. On the second channel, total marketing costs IDR 199/Kg, and the total profit was IDR 9798.77/Kg. Total cost of marketing on the third channel of Rp 11.36 / kg, and the total profit of Rp 4.900 / Kg. Total cost of marketing the fourth channel is IDR 76,67/Kg, and total profit of IDR 3.065/Kg. Marketing margin on the first channel is at 73%, the farmer's share of 27%. Marketing margin on the second channel 66.67% with the farmer's share of 47%. Marketing margin on the third channel is 49% with the farmer's share of 51%. In the fourth channel a large percentage of marketing margin is 31.42% with a large farmer's share is 68.6%. Based on these results, the most efficient channel is channel IV, as has the percentage of farmer's share of the highest and lowest marketing margin.*

***Keywords : Yellow Pumpkin, Marketing, Efficiency, Margin, Farmer’s share***

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya, penerimaan, dan pendapatan usahatani labu kunig, mengkaji pola saluran pemasaran labu kuning, menganalisis biaya dan keuntungan pemasaran labu kuning, menganalisis marjin dan efisiensi pemasaran labu kuning di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis usahatani dengan konsep biaya alat-alat luar, perhitungan penerimaan dan pendapatan, menghitung biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, serta marjin dan efisiensi pemasaran. Hasil analisis menunjukan total biaya usahatani labu kuning adalah sebesar Rp. 718.927/UT/MT atau Rp. 16.118.227,34/Ha/MT. Penerimaan yang diterima oleh petani adalah sebesar Rp. 4.355.833/UT/MT atau Rp. 97.657.125,78/Ha/MT. Pendapatan yang diperoleh petani adalah sebesar Rp. 3.636.907/UT/MT atau Rp. 81.538.898,44/Ha/MT. Terdapat 4 saluran pemasaran labu kuning di Kabupaten Magetan yaitu, pola Saluran I : petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer –konsumen, pola saluran II : Petani –pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen, pola saluran III : petani – pedagang pengecer – konsumen, pola Saluran IV : petani – konsumen. Total biaya pemasaran pada saluran I adalah sebesar Rp 109,89/Kg dan total keuntungan sebesar Rp 4.756,03/Kg. Pada saluran II, total biaya pemasaran sebesar Rp 199/Kg, dan total keuntungan adalah sebesar Rp. 9.798,77/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran III sebesar Rp 11,36/Kg, dan total keuntungan sebesar Rp 4.900/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran IV adalah Rp 76,67/Kg, dan total keuntungan sebesar Rp. 3.065/Kg. Marjin pemasaran pada saluran I adalah sebesar 73%, dengan *farmer’s share* sebesar 27%. Marjin pemasaran pada saluran II sebesar 66,67% dengan *farmer’s share* sebesar 47%. Marjin pemasaran pada saluran III adalah sebesar 49% dengan *farmer’s share* sebesar 51%. Pada saluran IV besar persentase marjin pemasaran adalah 31,42% dengan besar *farmer’s share* yaitu 68,6%.Saluran IV merupakan saluran yang paling efisien, karena memiliki nilai *farmer’s share* yang paling tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya, yaitu sebesar 68,6% dan marjin pemasaran sebesar 31,42%.

**Kata Kunci : Labu Kuning, Pemasaran, Efisiensi, Marjin, *Farmer’s share***

**PENDAHULUAN**

Labu kuning atau *Kabocha* merupakan komoditas pertanian baru yang mulai dikenalkan di Indonesia khususnya di Kabupaten Magetan yaitu pada akhir tahun 2013. Beberapa daerah di Kabupaten Magetan sangat berpotensi untuk memproduksi labu kuning, salah satunya di Kecamatan Plaosan yang merupakan daerah dataran tinggi di Kabupaten Magetan dan paling tepat untuk budidaya tanaman hortikultura khususnya labu kuning (Dinas Pertanian, 2015). Lokasi budidaya labu kuning banyak ditemukan di sepanjang jalan yang menghubungkan Kabupaten Magetan Jawa Timur dan Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah melalui Gunung Lawu. Labu kuning yang dibudidayakan disini adalah labu kuning varietas *Hibrida Golden Mama 35*. Jenis labu ini memiliki ciri khas yang agak berbeda dibandingkan labu kuning lainnya, yaitu ukuran maksimalnya relatif lebih kecil dibandingkan labu jenis lainnya. Berat untuk satu buah labu yaitu 1-1,5 Kg, warna labu kuning ini lebih mencolok yaitu berwarna oranye tua ketika usia tua dan kuning menyala di usia muda. Kondisi iklim dan keadaan geografis di daerah budidaya sangat tepat untuk budidaya labu kuning, serta lokasi budidaya yang merupakan daerah wisata dapat mendukung pengembangan labu kuning ke depannya.

Budidaya komoditas pertanian tidak dapat terlepas dari usahatani dan pemasaran. Usahatani merupakan suatu kegiatan yang dilakukan petani dalam mengalokasikan sumberdaya yang ada secara efektif dan efisien guna memperoleh keuntungan. Usahatani tersebut perlu didukung dengan kegiatan pemasaran pertanian supaya komoditas pertanian dapat terdistribusi dengan baik sampai ke tangan konsumen. Pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditi yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu, guna tempat, dan guna bentuk, yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran. Labu kuning merupakan komoditas yang baru dikenalkan di Indonesia terlebih di Kabupaten Magetan, oleh karena itu belum diketahui secara pasti saluran pemasaran yang ada.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meenganalisis biaya, penerimaan, dan pendapatan usahatani labu kuning di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan, mengkaji pola saluran pemasaran labu kuning di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan, menganalisis biaya dan keuntungan pemasaran labu kuning ditingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran labu kuning, dan menganalisis marjin dan efisiensi pemasaran secara ekonomis labu kuning di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan.

**METODE PENELITIAN**

Metode dasar yang digunakan pada penelitian Analisis Pemasaran Labu Kuning di Kabupaten Magetan Jawa Timur ini menggunakan metode deskriptif analitis*.*Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*yaitu di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur.

Responden pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu responden petani dan responden lembaga pemasaran. Pemilihan responden petani dilakukan menggunakan *convinience sampling* dengan jumlah 30 petani yang menanam labu kuning di Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan, Jawa Timur. Penentuan responden lembaga pemasaran di Kabupaten Magetan menggunakan metode *snowball sampling.* Lembaga pemasaran yang terlibat dalam penelitian ini adalah pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, dan konsumen akhir labu kuning.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara, observasi dan pencatatan.

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Analisis Usahatani**

Analisis usahatani digunakan untuk mengetahui berapa biaya, penerimaan, dan pendapatan yang diperoleh petani labu kuning dalam proses produksi labu kuning, sehingga dapat diketahui perbedaan harga dari produsen sampai ke tangan konsumen. Konsep biaya yang digunakan adalah konsep biaya eksplisit yaitu biaya yang benar-benar dikeluarkan oleh petani labu kuning. Adapaun rumus-rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

TR = Y . Py

Keterangan :

**TR** : Total Penerimaan (Rp), **Y**: Produksi labu kuning yang diperoleh dalam suatu usahatani (Kg), **Py**: Harga labu kuning (Rp)

Adapun rumus untuk menghitung total biaya adalah sebagai berikut :

TC = FC + VC

Keterangan :

**TC** : Total Biaya (Rp), **FC**: Biaya tetap (Rp), **VC**= Biaya tidak tetap (Rp).

Pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya.

Pd = TR – TC

Keterangan :

**Pd** :Pendapatan usahatani labu kuning (Rp), **TR** : Total penerimaan (Rp). **TC** : Total biaya (Rp).

**Analisis Saluran dan Lembaga Pemasaran**

Saluran pemasaran labu kuning di Kecamatan Plaosan diketahui dengan cara mengamati dan melakukan wawancara langsung dengan lembaga-lembaga pemasaran yang terkait dalam proses penyampaian produk labu kuning tersebut. Saluran pemasaran labu kuning ini diketahui dengan cara mengikuti saluran pemasaran mulai dari produsen (petani) sampai ke tangan konsumen. Setelah diperoleh data primer melalui metode observasi, wawancara, dan pencatatan, maka dapat diketahui pola saluran dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran labu kuning di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur.

**Analisis Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran Labu Kuning**

Alat analisis yang digunakan adalah analisis biaya dan marjin pemasaran (*cost margin analysis*).

Biaya Pemasaran

Bp = Bp1 + Bp2 + … + Bpn

Keterangan:

**Bp** : Biaya pemasaran labu kuning (Rp/Kg), **Bp1, Bp2,…Bpn**: Biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran labu kuning (Rp/Kg)

Keuntungan Pemasaran

Kp = Kp1 + Kp2 + … + Kpn

Keterangan:

**Kp**:Keuntungan pemasaran labu kuning (Rp/Kg), **Kp1, Kp2, …,Kpn** : Keuntungan tiap-tiap lembaga pemasaran labu kuning (Rp/Kg).

Marjin Pemasaran

Mp = Pr - Pf

Keterangan:

**Mp**: Marjin pemasaran labu kuning (Rp/Kg), **Pr**: Harga labu kuning di tingkat konsumen (Rp/Kg), **Pf**: Harga labu kuning di tingkat petani (Rp/Kg)

**Analisis Efisiensi Pemasaran Secara Ekonomis**

Analisis efisiensi pemasaran secara ekonomis diperoleh dengan cara menghitung nilai persentase marjinpemasarandan persentase *farmer’s share.*

Persentase Marjin Pemasaran

Mp = $\left(\frac{Pr-Pf}{Pr}\right)$ x 100%

Keterangan:

**%Mp**: Marjin pemasaran labu kuning (%), **Pr**: Harga produk ditingkat produsen labu kuning (Rp /Kg), **Pf**: Harga produk ditingkat petani labu kuning (Rp /Kg).

*Farmer*’s *Share*

F = 

Keterangan :

**F** : Bagian yang diterima petani labu kuning (%), **Mp** : Marjin pemasaran labu kuning (Rp/Kg), **Pr**: Harga labu kuning ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Semakin besar nilai *farmer’s share*, maka semakin kecil nilai persentase marjin pemasaran, maka pemasaran tersebut semakin efisien.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap petani labu kuning di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan diperoleh gambaran mengenai karakteristik responden yang akan disajikan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Identitas Petani Responden Usahatani Labu kuning di Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Identitas Petani | Jumlah | Persentase (%) |
| 1. | Rata-rata usia (tahun) |  46 | - |
|  | a. Usia < 15 tahun (orang) |  0 |  0 |
|  | b. Usia 15-64 tahun (orang) |  30 |  100,00 |
|  | c. Usia ≥ 65 tahun (orang) |  0 |  0 |
| 2.  | Status Pekerjaan (orang) |  |  |
|  | a. Pokok |  29 |  96,67 |
|  | b. Sampingan  |  1 |  3,33 |
| 3.  | Rata-rata pengalaman usahatani (tahun) |  2 | - |
| 4.  | Pendidikan (orang) |  |  |
|  | a. SD |  17 |  56,67 |
|  | b. SMP |  11 |  36,67 |
|  | c. SMA |  2 |  6,67 |
|  | d. Perguruan Tinggi | - | - |
| 5. | Rata-rata jumlah anggota keluarga yang aktif dalam usahatani labu kuning (orang) |  2 | - |
| 6. | Rata-rata luas lahan tanam labu kuning (Ha) |  0,04 | - |

Sumber: Analisis Data Primer, 2015

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa petani responden yang berjumlah 30 seluruhnya berusia produktif atau 100% berusia produktif, dengan rata-rata usia 46 tahun. Usia produktif berpengaruh terhadap produktifvitas kerja petani, dengan banyaknya petani dalam usia produktif di suatu daerah, memungkinkan daerah tersebut dapat berkembang. Status pekerjaan petani responden terbagi menjadi dua yaitu pokok dan sampingan. Sebanyak 96,66% petani responden dimana menanam labu kuning merupakan pekerjaan pokok dan 3,33% yang merupakan pekerjaan sampingan. Rata-rata pengalaman usahatani yaitu 2 tahun, karena labu kuning sendiri merupakan komoditas baru yang dikenalkan pada petani di Kecamatan Plaosan. Sebagian besar responden petani berpendidikan SD, yaitu sejumlah 17 petani atau 56,67%. Petani yang berpendikan SMP sejumlah 36,67% atau 11 petani, dan yang paling rendah jumlahnya adalah petani yang berpendidikan SMA yaitu sebesar 6,67% atau sejumlah 2 petani. Petani juga menjalani pendidikan non formal yaitu sekolah lapang yang diadakan oleh Dinas Pertanian Kabupaten Magetan.

**Usahatani Labu kuning**

Usahatani merupakan suatu pengetahuan yang mempelajari aspek-aspek ekonomi usaha pertanian dengan kaca mata seorang petani atau organisasi yang mengelola. Penjelasan mengenai rata-rata luas tanam, produksi, produktivitas lahan, dan modal petani labu kuning di Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan disajikan dalam Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Rata-Rata Luas Tanam, Produksi, Produktivitas Lahan, dan Modal Petani Labu Kuning di Kecamatan Palosan Kabupaten Magetan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No.  | Uraian | Rata-rata |
| 1. | Luas tanam (Ha) | 0,04 |
| 2. | Produksi (Kg) |  702,33  |
| 3. | Produktivitas (Kg/Ha) | 17.174,43  |
| 4. | Modal (Rp/UT) |  |
|  | a. Dalam  | 781.666,67 |
|  | b. Luar | - |

Sumber: Analisis Data Primer, 2015

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa rata-rata luas lahan usahatani labu kuning yaitu 0,04 Ha atau 400 m2. Jumlah produksi yang dihasilkan sebanyak 702,33 Kg. Produktivitasnya sebesar 17.174,43 Kg/Ha. Petani responden menggunakan modal pribadi dalam kegiatan usahataninya. Modal diperoleh dari hasil penjualan labu kuning ditambah dengan komoditas lain yang juga diusahakan di periode tanam sebelumnya. Rata-rata modal yang digunakan sebesar Rp. 781.666,67 per masa tanam. Masa tanam labu kuning yaitu 70-90 hari, atau kurang lebih 3 bulan.

Kegiatan usahatani labu kuning juga tidak terlepas dari biaya. Biaya dikeluarkan untuk mendukung kegiatan usahatani agar dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan harapan. Biaya yang dikeluarkan diharapkan dapat tergantikan dengan penerimaan sehingga menghasilkan pendapatan bagi petani. Penerimaan petani yaitu volume labu kuning yang dijual dikali dengan harga jual labu kuning sesuai dengan harga yang berlaku. Pendapatan labu kuning yaitu hasil dari penerimaan labu kuning dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan. Penerimaan sama seperti pendapatan kotor karena belum dikurangi dengan biaya, sedangkan yang disebut pendapatan adalah pendapatan bersih karena sudah dikurangi dengan biaya. Rata-rata biaya usahatani, penerimaan, dan pendapatan usahatani labu kuning dapat disajikan dalam Tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Rata-Rata Biaya Usahatani, Penerimaan, dan Pendapatan Usahatani Labu Kuning.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Uraian | Per UT | Per Ha |
| 1.  | Volume Penjualan (kg) |  739 |  18.475,00 |
| 2. | Harga Jual (Rp/kg) |  5.233,33 |  5.233,33 |
| 3. | Penerimaan (Rp) |  3.867.430,87 | 96.685.711,75 |
| 3. | Biaya Variabel |  |  |
|  | a. Benih (Rp) |  474.700,00 | 11.192.500,00 |
|  | b. Pupuk (Rp) |  101.583,00 |  2.539.575,00 |
|  |  Urea |  45.333,33 |  113.333.25 |
|  |  Phonska |  65.350,00 |  1.633.750,00 |
|  |  Organik |  7.750,00 |  1.173.753,83 |
|  | c. Obat / Pestisida (Rp) |  37.650,00 |  941.250,00 |
|  | d. Tenaga kerja (Rp)e. PBB(Rp)f. Pengairan(Rp)g. Lainnya (Rp) |  42.000,00 22.633,00 43.533,00 9.333,00 |  1.050.000,00 565.825,00 1.088.325,00  233.325,00  |
| 4. | Total biaya (Rp) |  704.433,00 |  17.610.625,00 |
| 5. | Penerimaan (Rp) |  3.867.430,87 |  96.685.711,75 |
| 6. | Pendapatan (Rp) |  3.162.998,00 |  79.075.000,00 |

Sumber: Analisis Data Primer, 2015

Biaya usahatani labu kuning diperhitungkan selama satu masa tanam yaitu kurang lebih 70-90 hari atau 3 bulan. Berdasarkan rincian biaya diatas, dapat diperoleh total biaya usahatani sebesar Rp. 704.433/UT/MT atau Rp. 17.610.625,00/Ha/MT. Total penerimaan yang diperoleh petani sebesar Rp. 3.867.430,87/UT/MT atau Rp. 96.685.711,75/Ha/MT.

Pendapatanyang diperoleh petani adalah sebesar Rp. 3.162.998/UT/MT atau Rp. 79.075.000,00/Ha/MT. Berdasarkan perhitungan diatas, usahatani labu kuning yang layak untuk dijalankan, karena jumlah pendapatan lebih besar daripada jumah penerimaan.

**Identitas Responden Lembaga Pemasaran Labu Kuning**

Responden berikutnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden lembaga pemasaran. Identitas responden lembaga pemasaran disajikan dalam Tabel 5 berikut :

Tabel 5. Identitas Responden Pedagang Lembaga Pemasaran Labu Kuning di Kabupaten Magetan.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Uraian | Status Lembaga Pemasaran | Jumlah | Persentase(%) |
| PedagangPengumpul | PedagangBesar | PedagangPengecer |
| 1. | Umur (tahun)1. < 15 tahun
2. 15-64 tahun
3. > 65 tahun
 | -2- | -2- | -4- | -8- | -100- |
| Jumlah | 2 | 2 | 4 | 8 | 100 |
| 2. | Pendidikan1. Tamat SD
2. Tamat SMP
3. Tamat SMA
4. Tamat PT
 | 2--- | 2--- | 31-- | 71-- | 87,512,5-- |
| Jumlah | 2 | 2 | 4 | 8 | 100 |
| 3. | Lamanya Usaha (tahun)1. 1-2
2. 4-6
 | 11 | 2- | 4- | 71 | 87,512,5 |
| Jumlah | 2 | 2 | 4 | 8 | 100 |

Sumber: Analisis Data Primer, 2015

Tabel 6. Jenis Saluran dan Jumlah Petani Responden Labu kuning Di Kabupaten Magetan.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No.  | Saluran pemasaran | Jumlah petani | Persentase % | Jenis saluran pemasaran |
| 1. | Saluran I |  14 |  46,67 | Saluran tiga tingkat *(three level channel)* |
| 2. | Saluran II |  4 |  13,33 | Saluran dua tingkat *(two level channel)* |
| 3. | Saluran III |  10 |  33,33 | Saluran satu tingkat *(one level channel)* |
| 4. | Saluran IV |  2 |  6,67 | Saluran nol tingkat *(zero level channel)* |

Sumber : Analisis Data Primer, 2015

Lembaga pemasaran yang terlibat terdiri dari 2 orang pedagang pengumpul, 2 orang pedagang besar, dan 4 orang pedagang pengecer. Usia produktif responden lembaga pemasaran seluruhnya merupakan usia produktif yaitu 15-64 tahun. Tingkat pendidikan responden lembaga pemasaran sebanyak 7 orang responden atau 87,5% tamat SD dan 1 orang responden pedagang memiliki pendidikan tamat SMP.Pendidikan formal yang ditempuh akan berpengaruh pada cara menganalisis proses pemasaran yang dilakukan.

**Saluran Pemasaran Labu Kuning**

Pola saluran pemasaran yang ada sebanyak 4 pola, terdiri dari saluran nol-tingkat (*zero level channel*), saluran satu-tingkat (*one level channel*), saluran dua-tingkat (*two level channel*) dan saluran tiga-tingkat (*three level channel*). Mayoritas petani berada pada saluran 1 sejumlah 14 petani atau 46,67%. Saluran 1 merupakan saluran tiga-tingkat. Saluran ini melewati beberapa lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer baru sampai ke tangan konsumen. Jumlah petani paling sedikit adalah pada saluran IV sejumlah 2 petani tau 6,67%. Saluran IV merupakan saluran nol-tingkat, yaitu petani menjual langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara. Petani memasarkan labu kuning langsung pada konsumen dengan sistem petik sendiri yang ditujukan khususnya bagi wisatawan seperti yang sudah diterapkan oleh kebun Strawberry di daerah Sarangan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui pola saluran pemasaran labu kuning yang ada di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan yaitiu, pola saluran I : Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang pengecer – Konsumen, pola saluran II : Petani – Pedagang Besar–Pedagang Pengecer – Konsumen, pola saluran III : Petani –Pedagang Pengecer – Konsumen, pola saluran IV : Petani – Konsumen.

**Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Labu Kuning**

Saluran 1 memiliki nilai persentase marjin pemasaran yang paling tinggi yaitu sebesar 73% dan nilai persentase *farmer’s share* yang paling rendah yaitu sebesar 27%. Saluran IV memiliki nilai persentase yang paling rendah yaitu 31,42%, namun memiliki nilai persentase *farmer’s share* yang palig tinggi dibandingkan saluran lain yaitu sebesar 68,6%. Saluran ke IV merupakan saluran yang paling efisien karena tidak melalui banyak lembaga pemasaran dengan *farmer’s share* sebesar 68,6% dan persentase marjin pemasaran sebesar 31,42% yang merupakan marjin pemasaran terendah diantara saluran lainnya. *Farmer’s share* terendah ada pada saluran I yaitu sebesar 27% dengan marjin pemasaran sebesar 73%. Perbedaan tersebut disebabkan karena adanya perbedaan biaya pemasaran yang dikeluarkan seperti biaya transportasi, tenaga kerja, retribusi, dan biaya bongkar muat.

Tabel 7. Total Biaya Pemasaran, Total Keuntungan Pemasaran, dan Total Margin Pemasaran pada setiap Saluran Pemasaran Labu Kuning di Kabupaten Magetan.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Saluran Pemasaran | Total Biaya (Rp) | Total Keuntungan (Rp) | Total Marjin Pemasaran | Persentase Marjin Pemasaran (%) | *Farmer’s share (%)* |
|  | Saluran I |  257 |  4.266,67 |  7.299,99 |  73 |  27 |
|  | Saluran II |  199 | 9.798,77 | 10.000 | 66,67 |  47 |
|  | Saluran III |  11,36 |  4.900 |  4.900 |  49 |  51 |
|  | Saluran IV | 0,77 | 3.065 |  3.141,67 |  31,42 |  68,6 |

Sumber: Analisis Data Primer, 2015

**SIMPULAN**

Total biaya usahatani labu kuning adalah sebesar Rp. 704.433/UT/MT atau Rp. 17.610.625,00/Ha/MT. Penerimaan yang diterima oleh petani adalah sebesar Rp. 3.867.430,87/UT/MT atau Rp. 96.685.711,75/Ha/MT. Pendapatan yang diperoleh petani adalah sebesar Rp. 3.162.998/UT/MT atau Rp. 79.075.000,00/Ha/MT.Saluran pemasaran labu kuning di Kecamatan Palosan Kabupaten Magetan ada 4 pola, yaitu : a. Pola Saluran I : Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang – Pengecer – Konsumen, b. Pola Saluran II : Petani – Pedagang Besar – Pedagang –Pengecer –Konsumen, c. Pola Saluran III : Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen, d. Pola Saluran IV : Petani – Konsumen. Total biaya pemasaran pada saluran I adalah sebesar Rp 109,89/Kg dan total keuntungan sebesar Rp 4.756,03/Kg. Pada saluran II, total biaya pemasaran sebesar Rp 199/Kg, dan total keuntungan adalah sebesar Rp. 9.798,77/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran III sebesar Rp 11,36/Kg, dan total keuntungan sebesar Rp 4.900/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran IV adalah Rp 76,67/Kg, dan total keuntungan sebesar Rp. 3.065/Kg.Saluran yang paling efisien adalah saluran IV, karena memiliki persentase *farmer’s share* yang paling tinggi dan marjin pemasaran yang paling rendah. Pada saluran IV besar persentase marjin pemasaran adalah 31,42% dengan besar *farmer’s share* yaitu 68,6%.

Saran yang dapat diberikan kepada petani yaitu sebaiknya petani melakukan perluasan pemasaran di luar kota atau pada swalayan-swalayan, karena pangsa pasar labu kuning ini adalah untuk kalangan menengah keatas. Petani yang memiliki lahan di tepi jalan yang dilalui wisatawan, selain menjual kepada lembaga pemasaran yang ada, sebaiknya juga dapat memasarkan produknya melalui saluran IV yaitu dengan menjual produk labu kuning dengan konsep petik sendiri terutama pada saat hari libur, untuk mendapatkan *farmer’s shar*e yang paling tinggi dan saluran pemasaran yang paling efisien.

**DAFTAR PUSTAKA**

Dinas Pertanian Kabupaten Magetan, 2015. *Standar Operasional Prosedur (SOP) Labu Kuning*. Magetan.

Downey, W. David dan Erickson Steven P. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Penerbit Erlangga. Jakarta : 124.

Fachrul, Melati Ferianita 2007. *Metode Sampling Bioekologi*. PT Bumi Aksara. Jakarta : 18.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. PT INDEKS. Indonesia.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi 12*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Soedarsono, Hadisapoetro 1994. *Biaya dan Pendapatan di dalam Usaha Tani*. Fakultas Pertanian UGM. Yogyakarta.

Soehiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. CV Alfabeta. Bandung.

Soekartawi 2006. *Analisis Usahatani*. Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press). Jakarta.

Soekartawi dan Soeharjo, A. 2011. *Ilmu Usahatni dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil*. Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press). Jakarta.

Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.

Sukmadinata, N. S, 2011. Metode Penelitian Pendidikan. Cetakan ke 7. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Suratiyah, Ken 2011. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.