

ANALISIS PEMASARAN SAYUR MAYUR DI DESA ALEBO KECAMATAN KONDA KABUPATEN KONAWA SELATAN

Anggi Anggraeni Julianti Syahputri¹⁾, Mukhtar²⁾, La Ode Geo²⁾

¹⁾Alumni Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian UHO

²⁾Pengajar Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian UHO

ABSTRACK

The purpose of this study was to find out the marketing strategies of vegetables in Alebo Village, find out the revenue from the sale of vegetables and the number of contributions from vegetable farming to the total income of farmer households. This research was conducted in Alebo Village, Konda District, South Konawe Regency. The population in this study were all vegetable farmers in Alebo Village with a total of 150 people. Determination of the sample is done by simple random sampling. Determination of the number of samples using the Slovin formula in Rianse (2009) which is as many as 60 people. The data collected consists of primary data and secondary data. Data analysis using descriptive method is a method that aims to analyze marketing strategies based on marketing mix strategies, namely product, price, place, and promotion, the results of vegetable sales at the Farmer level in Alebo Village Konda Sub-District, South Konawe District and to find out contributions income from vegetable farming to farmers' total income is used percentage formula. The results showed that the marketing strategy of vegetables produced by farmers in Alebo Village was to use a mixed marketing strategy such as the first strategy of product mix was the farmers' strategy on four vegetable products such as kale, spinach, long beans and chili having a product. quality and quantity are determinants and influence competitive advantage in the vegetable industry. Farmers must pay more attention to the characteristics of marketable vegetables. The second strategy of price mix, namely pricing at the level of vegetable farmers in Alebo Village is determined based on market mechanisms. Given the collectors commonly called papalele to have the capital to do marketing and are most able to access the market. the third mixed distribution strategy is the vegetable marketing channel that this farmer has one channel in which producer farmers do vegetable marketing through papalele. And four promotional mix strategies are a form of promotion carried out by vegetable farmers in their products by means of personal sales promotions. Receipt of sales results are often faced with price fluctuations sometimes high even low if low but farmers do not lose. Based on the results of the study, vegetable prices at the time of the study were categorized as normal prices. And vegetables are sold out. The contribution from vegetable farming to the total household income in Alebo village is 88%. This shows that vegetable farming is a source of income that contributes greatly to respondent farmers.

Keywords: Vegetables, Marketing, Strategy, Income, Contribution.

PENDAHULUAN

Pengembangan pertanian saat ini masih mempunyai peranan yang sangat strategis dalam pengembangan ekonomi Sulawesi Tenggara. Kabupaten Konawe Selatan merupakan salah satu daerah di Sulawesi Tenggara yang pengemban ekonominya bergerak di bidang pertanian. Selain komoditas tanaman pangan yang diusahakan, komoditas yang menjadi andalan Kabupaten Konawe Selatan adalah tanaman hortikultura khususnya sayuran. Sebagai produk unggulan sayuran seperti kangkung, bayam, kacang panjang dan cabe merupakan komoditi pertanian yang cukup dominan dan tinggi tingkat permintaannya untuk daerah lain.

Skala usahatani sayuran di Kecamatan Konda masih sangat kecil sehingga menyebabkan kurangnya efisien produksi. Selain itu kemampuan petani untuk membiayai usahataniya sangat terbatas sehingga produktivitas yang dicapai masih dibawah produktivitas potensial. Salah satu sebab rendahnya produksi adalah pertama tidak adanya penggunaan bibit unggul. Bibit yang digunakan dapat diperoleh dari sesama petani walaupun sebagian bibit rusak yang penting masih bisa ditanam. Kedua, tidak menggunakan budidaya anjuran (tidak dipupuk dan cara panen yang masih tradisional). Petani masih tidak mau terlalu banyak berkorban seperti pembelian pupuk dan

pestisida, semua mengharap bantuan pemerintah setempat padahal hasilnya mereka sendiri yang akan menikmati nantinya.

Desa Alebo merupakan salah satu desa di Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan Sulawesi Tenggara yang memiliki potensi untuk mengembangkan berbagai jenis tanaman, utamanya tanaman semusim. Jenis tanaman semusim yang diusahakan adalah sayur-sayuran (kacang panjang, bayam, kangkung, sawi dan cabai). Karena sayuran merupakan barang dagangan yang meruah, mudah busuk (*perishable*) atau tidak tahan lama disimpan. Berdasarkan ciri – ciri tersebut, maka sayuran perlu mendapatkan penanganan yang intensif mulai dari prapanen, pasca panen sampai dengan pemasaran sehingga dapat sampai ditujuan dengan keadaan yang masih segar.

Umur penyimpanan sayuran yang relatif pendek yaitu hanya dapat bertahan sekitar 2-3 hari, mengakibatkan petani memerlukan pemasaran yang cepat. Pada umumnya petani di Desa Alebo kecamatan Konda memiliki kelemahan dalam kegiatan pemasaran hasil panennya, termasuk petani sayur mayur belum memiliki sistem pemasaran yang memadai. Untuk saluran distribusinya terdapat satu saluran yaitu pemasaran tidak langsung. Pemasaran yang dilakukan oleh petani seringkali dihadapkan dengan persoalan yaitu harga sayuran yang cenderung fluktuatif (tidak stabil), sehingga hasil pendapatan yang diterima oleh petani relatif rendah jika dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh petani. Hal tersebut menunjukkan pemasaran sayuran yang kurang optimal dan pembagian keuntungan yang diterima oleh petani relatif rendah. Harga hasil produk pertanian selalu mengalami fluktuasi yang bergantung dari perubahan yang terjadi dalam jangka pendek yaitu perbulan, perminggu bahkan perhari, atau dapat terjadi dalam jangka panjang. Keadaan tersebut menyebabkan petani sulit melakukan perencanaan produksi, pedagang juga sulit dalam memperkirakan permintaan.

Kurangnya informasi, keputusan yang lemah atau kesulitan uang tunai memaksa pihak penjual berada dalam posisi tawar (*bargaining position*) yang rendah di pasar. Hal ini menyebabkan pendapatan yang diperoleh petani menjadi rendah. Berdasarkan uraian tersebut, maka perlu dilakukan penelitian analisis pemasaran usahatani sayur mayur di Desa Alebo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua petani sayuran Desa Alebo yang jumlahnya 150 orang. Penentuan sampel dilakukan dengan cara acak sederhana (*simple random sampling*). Penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin dalam Rianse (2009) yaitu sebanyak 60 orang. Data yang dikumpulkan terdiri data primer dan data sekunder. Untuk menjawab permasalahan pada rumusan masalah yang ada maka digunakan analisis data metode deskriptif yaitu metode yang bertujuan Menganalisis strategi pemasaran dengan berdasarkan pada strategi bauran pemasaran (*Marketing mix*) yaitu :produk (*product*), harga (*price*), tempat/ saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Menganalisis hasil penjualan sayuran di tingkat Petani di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan. Serta Untuk mengetahui kontribusi pendapatan dari usahatani sayur mayur terhadap total pendapatan petani digunakan rumus persentase sebagai berikut :

$$\text{Kontribusi (\%)} = \frac{\text{Pendapatan Usahatani Sayur Mayur}}{\text{Pendapatan Total Rumah Tangga Petani}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran

Kegiatan pemasaran sayuran yang dilakukan petani telah mengacu pada konsep bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu bauran produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan distribusi (*place*).

Strategi Produk (*Product Strategy*)

Pada aspek produk ini, peneliti melakukan penelitian keempat jenis sayur yaitu sayur kangkung darat, bayam cabut, cabai dan kacang panjang. Berdasarkan hasil penelitian, petani tidak mengalami kesulitan dalam pengadaan bibit karena biasanya bibit diperoleh di toko tani desa maupun di kota. sebagian besar petani sebanyak 76,70% memperoleh bibit di toko tani yang berada di desa Alebo, petani sebesar 21,70% petani memperoleh bibit di toko tani di kota Kendari sedangkan yang mengembangbiakkan sendiri bibit sayuran hanya 1 orang petani atau 1,60% nilai persentasenya.

Dalam menjual sayur mayur tersebut, petani produsen memiliki standar sendiri untuk dapat dijual ke konsumen sehingga petani produsen sayuran harus lebih memperhatikan ciri-ciri sayuran yang layak dipasarkan. Karakteristik keempat sayur mayur yang dapat dijual disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1. Karakteristik Sayur Mayur yang dapat Dijual

Kangkung Darat	Bayam Cabut	Cabai	Kacang Panjang
Daunnya lebar dan panjang, berwarna hijau subur, tidak cacat seperti : tidak ada ulatnya dan tidak lubang-lubang .	Daunnya lebar, berwarna hijau subur, tidak cacat seperti : tidak ada ulatnya dan tidak lubang-lubang .	Kulitnya mulus, kulitnya tidak ada bercak hitam, dan tidak berlobang, dan busuk	Kulitnya mulus berwarna hijau, keras jika dipegang, tidak berlobang dan tidak busuk.

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Strategi Harga (*Price Strategy*)

Berdasarkan hasil penelitian, penentuan harga di tingkat petani sayuran di Desa Alebo ditentukan berdasarkan mekanisme pasar umumnya dilakukan secara tawar-menawar dan kesepakatan. Namun karena petani sebagai penjual menghadapi pembeli dalam jumlah banyak sehingga harga yang terjadi tidak dapat dipengaruhi oleh petani. Mengingat pedagang pengumpul biasa disebut dengan *papalele* memiliki modal untuk melakukan pemasaran dan paling mampu mengakses pasar, maka penetapan harga beli sayur kepada petani sangat tergantung yang ditetapkan *papalele*. Harga yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul kepada petani berdasarkan harga yang terbentuk di pasar.

Berdasarkan hasil penelitian, untuk sayuran kangkung, bayam, kacang panjang dijual perikat sedangkan cabai dijual perkilogram. Harga stabil sayur kangkung dan bayam dengan berat 150 gram perikatnya adalah Rp. 2000-3000 sedangkan jika harga anjlok menjadi Rp. 1500-1000. Untuk harga kacang panjang dengan berat 200 gram perikatnya harga stabilnya adalah Rp. 6000/ikat sedangkan harga anjloknnya adalah berkisar Rp. 2000-1500. Dan cabai bisa mencapai harga Rp. 75.000-60.000 perkilogramnya jika pemasok cabai kurang dan permintaan sedang tinggi, ini terjadi jika akan dekat bulan ramadhan sampai lebaran. Harga normal berkisar Rp. 20.000 perkilogramnya. Sedangkan harga anjlok bisa menurun sebesar Rp. 10.000 perkilogramnya.

Strategi Distribusi (*Place Strategy*)

Berdasarkan hasil penelitian, jalur distribusi keempat sayuran di Desa Alebo hingga ke tangan konsumen memiliki satu saluran yaitu :

Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen

Dilihat dari saluran pemasaran sayuran di desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan menunjukkan bahwa terdapat dua lembaga pemasaran yang terlibat. Petani produsen melakukan proses pemasaran sayuran melalui pedagang pengumpul atau biasa disebut *papalele* dengan penentuan harga didominasi oleh pedagang pengumpul dan menempatkan petani sebagai penerima harga.

Strategi Promosi (*Promotion Strategy*)

Berdasarkan hasil penelitian, promosi yang dilakukan oleh petani dalam mempromosikan hasil sayurannya hanya menggunakan promosi *personal selling* dan belum ada yang menggunakan promosi dalam bentuk lain. Petani-petani tersebut hanya menjualkan sayurannya ke *papalele* yang sudah menjadi langganan atau hanya ke konsumen yang mengetahui informasi bahwa desa Alebo merupakan desa yang petani produsen sayur mayurnya lebih banyak.

Analisis Hasil Penjualan Sayuran di tingkat Petani

Penerimaan Hasil Penjualan Sayur Mayur

Penerimaan adalah sejumlah uang yang diperoleh petani dari usahatani sayur mayur, yaitu jumlah produksi dikali dengan harga. Harga sayur mayur tersebut sering mengalami fluktuasi sewaktu-waktu.

Berdasarkan hasil penelitian, untuk sayuran kangkung, bayam dan kacang panjang petani menjual dengan hitungan perikat. Sayur kangkung dalam satu ikatan mencapai 50-60 batang dengan berat 150 gram dengan harga Rp. 2000/ikat. Sayur Bayam juga sama dalam satu ikatan mencapai 50-60 batang dengan berat 150 gram namun harga berbeda yaitu Rp. 3000/ikat. Untuk hasil produksi

sayur kangkung dan bayam dalam satu periode bisa mencapai 150 kilogram dimana mencapai 1050 ikat. Sedangkan kacang panjang dijual dengan harga Rp. 6000/ikat dengan berat 200 gram mencapai 40-50 batang juga. Untuk hasil produksi kacang panjang dalam satu periode bisa menghasilkan 100 kilogram sampai 140 kilogram dimana mencapai 500-700 ikat. Sedangkan Cabai dijual dengan perkilogram dengan harga Rp. 20.000 perkilogramnya. Adapun penerimaan dari hasil penjualan sayuran ditingkat petani dalam tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Penjualan ditingkat Petani di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan.

No.	Hasil Penjualan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	≤ 5.000.000	35	58.30
2.	> 5.000.000 - ≥ 15.000.000	19	31.70
3.	> 15.000.000 - > 25.000.000	6	10.00
Jumlah		60	100.00

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa pendapatan petani dari hasil penjualan sayuran adalah sebesar 58.30% pendapatan hasil penjualan sayuran di bawah ≤ 5.000.000 artinya petani hanya memiliki lahan ≤ 0,5 ha (setengah hektar) untuk membudidayakan 1 komoditi atau 2 komoditas (tidak termasuk cabai). Satu komoditi artinya petani hanya mengusahakan kangkung saja, bayam saja atau hanya kacang panjang. Dua komoditas artinya seperti kangkung dan bayam.

Selanjutnya sebesar 31.70% pendapatan hasil penjualan sayuran antara >5.000.000 - ≥ 15.000.000 artinya petani memiliki lahan 0.5 ha yang hanya ditanam cabai sampai dengan 1 ha yang dapat dibudidayakan 3 komoditas sekaligus seperti kangkung, bayam dan kacang panjang atau kangkung, bayam dan cabai. Untuk sebesar 10.00% dengan pendapatan antara > 15.000.000 - >25.000.000 artinya petani memiliki luas lahan 1 ha atau lebih yang dimana seluruh lahan tersebut dimanfaatkan untuk berusahatani. Petani membudidayakan 1 hektar tanaman cabai sedangkan setengah hektar dibudidayakan sayuran lain.

Analisis Hasil Penjualan Sayuran Di tingkat Petani

Penerimaan Hasil Penjualan Sayur Mayur

Penerimaan dari hasil penjualan sayuran ditingkat petani dalam tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Penjualan ditingkat Petani di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan.

No.	Hasil Penjualan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	≤ 5.000.000	35	58.30
2.	> 5.000.000 - ≥ 15.000.000	19	31.70
3.	> 15.000.000 - > 25.000.000	6	10.00
Jumlah		60	100.00

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa pendapatan petani dari hasil penjualan sayuran adalah sebesar 58.30% pendapatan hasil penjualan sayuran di bawah ≤ 5.000.000 artinya petani hanya memiliki lahan ≤ 0,5 ha (setengah hektar) untuk membudidayakan 1 komoditi atau 2 komoditas (tidak termasuk cabai). Satu komoditi artinya petani hanya mengusahakan kangkung saja, bayam saja atau hanya kacang panjang. Dua komoditas artinya seperti kangkung dan bayam.

Selanjutnya sebesar 31.70% pendapatan hasil penjualan sayuran antara >5.000.000 - ≥ 15.000.000 artinya petani memiliki lahan 0.5 ha yang hanya ditanam cabai sampai dengan 1 ha yang dapat dibudidayakan 3 komoditas sekaligus seperti kangkung, bayam dan kacang panjang atau kangkung, bayam dan cabai. Untuk sebesar 10.00% dengan pendapatan antara > 15.000.000 - >25.000.000 artinya petani memiliki luas lahan 1 ha atau lebih yang dimana seluruh lahan tersebut dimanfaatkan untuk berusahatani. Petani membudidayakan 1 hektar tanaman cabai sedangkan setengah hektar dibudidayakan sayuran lain.

Biaya Produksi Usahatani Sayur Mayur

Biaya produksi dari usahatani sayur mayur dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4. Biaya produksi usahatani sayur mayur di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan.

No.	Biaya Produksi (Rp)	Frekuensi	Persentase
1	< 500.000	5	8.33
2	500.000 – 1.500.000	45	75.00
3	> 1.500.000	10	16.67
Jumlah		60	100.00

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Biaya produksi juga dipengaruhi oleh luas lahan dan komoditi yang diproduksi. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa biaya produksi usahatani sayur mayur berkisaran antara Rp. 500.000,- – Rp.1.500.000,-.

Pendapatan Responden

Pendapatan responden digolongkan menjadi tiga yaitu pendapatan yang berasal dari usaha pertanian, pendapatan dari usaha non pertanian dan pendapatan dari usahatani sayur mayur.

Pendapatan dari Pertanian dan Non Pertanian

Pendapatan dari pertanian dan non pertanian adalah pendapatan yang diperoleh responden selain berusaha sebagai petani sayur mayur dan pertanian lainnya seperti bekerja sebagai buruh, pedagang dan lain sebagainya dalam kurun waktu satu bulan. Lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 5. Pendapatan yang diperoleh dari Pertanian dan Non Pertanian di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan.

No.	Kegiatan	Pendapatan (Rp)	Frekuensi	Persentase
1	Pertanian	Tidak Berpenghasilan	42	70.00
		≤ 1.000.000	6	10.00
		>1.000.000 - ≥ 2.000.000	12	20.00
Jumlah			60	100.00
2	Non Pertanian	Tidak Berpenghasilan	24	40.00
		≤ 1.000.000	27	45.00
		> 1.000.000	9	15.00
Jumlah			60	100.00

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Pendapatan dari Usahatani Sayur Mayur

Pendapatan ini merupakan pendapatan bersih usahatani sayur mayur yang berasal dari penerimaan hasil penjualan hasil produksi dikurangi dengan biaya produksi selama satu periode dalam satuan rupiah. Pendapatan dari usahatani sayur mayur dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 6. Pendapatan yang diperoleh dari Usahatani Sayur Mayur di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan.

No.	Pendapatan (Rp)	Frekuensi	Persentase
1	≤ 5.000.000	35	58.33
2	>5.000.000 – 10.000.000	15	25.00
3	> 10.000.000	10	16.67
Jumlah		60	100.00

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Perbandingan dari ketiga pendapatan yang berasal dari usaha pertanian, pendapatan non pertanian dan pendapatan dari usahatani sayur mayur menunjukkan bahwa besarnya kontribusi yang diberikan pada pendapatan petani.

Total Pendapatan Rumah Tangga

Total pendapatan rumah tangga merupakan hasil seluruh pendapatan bersih dari pendapatan usahatani sayur mayur, pendapatan dari pertanian diluar usahatani sayur mayur dan pendapatan dari non pertanian. Total pendapatan rumah tangga dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 7. Total Pendapatan yang diperoleh Rumah Tangga petani di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan.

No.	Pendapatan (Rp)	Frekuensi	Persentase
1	≤ 5.000.000	33	55.00
2	>5.000.000 – 10.000.000	16	26.67
3	> 10.000.000 - ≥ 20.000.000	8	13.33
4	>20.000.000	3	5.00
Jumlah		60	100.00

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Pendapatan dari usaha pertanian meliputi usaha padi, palawija dan jeruk. Sedangkan pendapatan dari luar usaha non pertanian seperti berdagang, berternak, buruh atau lain sebagainya dan pendapatan dari usahatani sayur mayur yang ditambah sehingga dapat diketahui besarnya total pendapatan yang diterima petani di daerah penelitian.

Kontribusi dari Usahatani Sayur Mayur terhadap Total Pendapatan Rumah Tangga Responden

Kontribusi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sumbangan dari usahatani sayur mayur yang dilakukan di daerah penelitian sebanyak 60 petani responden.

Pendapatan total rumah tangga disini dapat dihitung dari pendapatan usahatani sayur mayur dan pendapatan diluar usahatani sayur mayur (pertanian atau non pertanian). Untuk lebih jelasnya besarnya kontribusi usahatani sayur mayur dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 8. Kontribusi Usahatani Sayur Mayur terhadap Total Pendapatan Rumah Tangga

Sumber Pendapatan	Jumlah Pendapatan (Rp)	Persentase (%)
Usahatani Sayur Mayur	417.462.000	88.60
Usaha Pertanian Non Sayur Mayur	23.850.000	5.06
Usaha Non Pertanian	29.900.000	6.34
Jumlah	471.212.000	100.00

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa kontribusi usahatani sayur mayur terhadap pendapatan total rumah tangga adalah 88.60%. Hal ini menunjukkan lebih besar Pendapatan rumah tangga petani berasal dari usahatani sayur mayur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran sayur mayur yang diproduksi petani di Desa Alebo yaitu dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (*mix marketing*) diantaranya: pertama strategi bauran produk merupakan strategi petani pada keempat produk sayur mayur seperti kangkung, bayam, kacang panjang dan cabai yang mempunyai kualitas produk dan kuantitas merupakan faktor yang menentukan dan mempengaruhi keunggulan bersaing dalam industri sayuran. Petani produsen sayuran harus lebih memperhatikan ciri-ciri sayuran yang layak dipasarkan. Kedua strategi bauran harga yaitu penentuan harga di tingkat petani sayuran di Desa Alebo ditentukan berdasarkan mekanisme pasar. Mengingat pedagang pengumpul biasa disebut dengan *papalele* memiliki modal untuk melakukan pemasaran dan paling mampu mengakses pasar. Ketiga strategi bauran distribusi yaitu saluran pemasaran sayuran yang dilakukan petani ini memiliki satu saluran dimana petani produsen melakukan proses pemasaran sayuran melalui *papalele*. Dan Keempat strategi bauran promosi merupakan bentuk promosi yang dilakukan oleh petani sayur mayur dalam produknya dengan cara promosi *personal selling*. Penerimaan hasil penjualan sering kali dihadapkan dengan harga yang berfluktuasi terkadang tinggi bahkan rendah jika rendah tetapi petani tidak mengalami rugi. Berdasarkan hasil penelitian, harga sayur mayur pada saat penelitian dikategorikan harga normal. Dan sayur mayur terjual habis. Besarnya kontribusi dari usahatani sayur mayur terhadap total pendapatan rumah tangga di desa Alebo adalah 88%. Hal ini menunjukkan bahwa usahatani sayur

mayur merupakan sumber pendapatan yang memberikan kontribusi cukup besar bagi para petani responden.

Saran

Untuk mengoptimalkan penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran sayur mayur dengan baik dan berdasarkan hasil analisis peneliti, adapun saran yang dapat penulis berikan adalah dalam hal produk, para petani sayur mayur harus berusaha untuk menciptakan produk yang berkualitas dan bermutu tinggi dan melakukan pemisahan antara produk yang bermutu, sedang, dan kurang serta menciptakan identitas produk. Hal tersebut akan sangat mendukung penawaran kepada pasar karena kualitas menjadi kunci dalam pemasaran suatu produk. Petani harus mencari alternatif informasi yang akurat agar harga yang diterima oleh petani sepadan dengan hasil produksi yang dilakukan oleh petani. Serta perlu adanya peran pemerintah dalam membantu menetapkan harga sayuran agar petani tidak memiliki resiko posisi tawar yang rendah. Hal yang harus diperhatikan petani sayur mayur adalah tempat/ saluran distribusi, yaitu pemilihan saluran pemasaran produk sebaiknya produk dijual tanpa melakukan perantara. Petani perlu lebih meningkatkan promosi yang digunakan dalam mempromosikan hasil produk yang dihasilkan seperti misalnya menggunakan secara langsung teknologi yang ada seperti media sosial, internet dan lain sebagainya, agar produk dinikmati atau diketahui oleh masyarakat umum.

REFERENSI

- Alma, B. 2005. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran. Edisi Revisi. Alfabeta. Bandung
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Konawe Selatan. 2016. Kabupaten Konawe Selatan dalam Angka. Sulawesi Tenggara
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Terjemahan. Jilid 1. Edisi Milenium. PrenhAlindo. Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta
- Lusi F.S, L O. Kakisina, J M. Luhukay. Sistem Pemasaran Sayur Daun Di Pasar Moderen (Hypermart) Dan Pasar Tradisional. Jurnal AGRILAn. Vol. 4. No.1. Hal : 45 – 56.
- Rianse, U dan Abdi. 2009. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi. Alfabeta. Bandung
- Setyati Harjadi, Sri. 1989. Dasar-Dasar Hortikultura. Jurusan Budidaya Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang
- Yulida, R. 2012. "Kontribusi usahatani lahan pekarangan terhadap ekonomi rumahtangga petani di Kecamatan Kerinci Kabupaten Pelalawan". Indonesian Journal of Agricultural Economics. 3(2):135-154