

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BUNGA KOL (*Brassica oleracea* var. *botrytis* L.)
DI PASAR TRADISIONAL KABUPATEN BOYOLALI**

Asnan Adib^{1*}, Endang Siti Rahayu², Rhina Uchyani Fajarningsih³

¹Mahasiswa Jurusan Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta

^{2,3}Staff Pengajar Jurusan Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta

*Email korespondensi: adiphnowitzky011@gmail.com

Asal Negara: Indonesia

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara agraris karena memiliki lahan pertanian yang cukup luas, yaitu mencapai 7.463.948 Ha (BPS 2020) dan sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian. Seiring berkembangnya kebutuhan konsumsi hasil pertanian, salah satu komoditas yang banyak dibudidayakan petani Indonesia adalah sayuran. Namun demikian terdapat beberapa sayuran yang harganya terbilang cukup tinggi ketika sampai ke konsumen seperti halnya bunga kol (*Brassica oleracea* var. *botrytis* L.), yang dapat mencapai harga Rp. 30,000 / kg di pasar tradisional. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis efisiensi saluran pemasaran yang dilakukan oleh setiap pelaku pemasaran bunga kol di Pasar Tradisional Kabupaten Boyolali dengan menggunakan margin tataniaga, *farmer share*, dan rasio keuntungan. Penelitian ini dilakukan pada pelaku saluran tataniaga yang ada di Pasar Tradisional Kabupaten Boyolali. Jumlah responden dalam penelitian sebanyak 30 responden petani dan 15 responden pedagang besar dan 20 responden pedagang pengecer. Analisis data menggunakan metode *purposive* untuk pedagang besar dan *snowball sampling* dari pedagang pengecer hingga petani. Adapun hasil penelitian ini terdapat tiga saluran tataniaga bunga kol di Pasar Tradisional Kabupaten Boyolali dengan tingkat efisiensi tataniaga bunga kol yang dinilai paling efisien adalah saluran II yaitu pada saluran pedagang besar memiliki hasil margin sebesar Rp. 2,500 dan efisiensi sebesar 1,107. Dengan demikian perlu dilakukan analisis lebih terkait pengembangan strategi pemasaran komoditas bunga kol di Pasar Tradisional Kabupaten Boyolali terkait kegiatan dan saluran tataniaga.

Kata kunci: Bunga kol, Saluran Tataniaga, Margin dan Fungsi Tataniaga, *Farmer's share*.

ABSTRACT

*Indonesia is an agricultural country because it has a fairly large agricultural land, which reaches 7,463,948 Ha (BPS 2020) and most of the population works in the agricultural sector. As the need for consumption of agricultural products grows, one of the commodities that many Indonesian farmers cultivate is vegetables. However, there are some vegetables whose prices are quite high when they reach consumers, such as cauliflower (*Brassica oleracea* var. *botrytis* L.), which can reach a price of*

IDR 30,000/kg in traditional markets. The purpose of this study was to analyze the efficiency of marketing channels carried out by each cauliflower marketing actor in the Boyolali Regency Traditional Market using the trading margin, farmer share, and profit ratio. This research was conducted on the actors of the marketing channel in the Traditional Market of Boyolali Regency. The number of respondents in the study were 30 farmer respondents and 15 large trader respondents and 20 retailer respondents. Data analysis used purposive method for farmers and snowball sampling from large traders to retailers. As for the results of this study, there are three channels of cauliflower tataniaga in the Traditional Market of Boyolali Regency with the level of efficiency of cauliflower tataniaga which is considered the most efficient is channel II, that's large trader channels, which has a margin of Rp. 2,500 and an efficiency of 1.107. Therefore, it is necessary to do another analysis related to the development marketing strategy of cauliflower commodities in the Traditional Market.

Keywords: Cauliflower, Margins and Business Functions, Farmer's share, Traditional Markets.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris karena memiliki lahan pertanian yang cukup luas, yaitu mencapai 7.463.948 Ha (BPS 2020) dan sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian. Seiring berkembangnya kebutuhan konsumsi hasil pertanian, banyak petani yang membudidayakan berbagai jenis tanaman pertanian salah satunya hortikultura guna memperoleh hasil ekonomi yang tinggi.

Salah satu komoditas hortikultura yang banyak dibudidayakan petani Indonesia adalah sayuran. Tingginya kandungan gizi dan tingginya kebutuhan pasar, menjadikan para petani di Indonesia tertarik membudidayakan sayuran sebagai komoditas utama. Selain itu sayuran juga memiliki jangka waktu panen yang cukup singkat, sehingga petani akan lebih cepat memperoleh hasil produksinya.

Namun demikian terdapat beberapa sayuran yang harganya terbilang cukup tinggi ketika sampai ke konsumen seperti halnya bunga kol, yang dapat mencapai harga Rp. 30,000 / kg di pasar tradisional.

Produksi bunga kol di Jawa Tengah khususnya di Kabupaten Boyolali mencapai berdasarkan data BPS selama kurun waktu 2018 s/d 2020 mencapai rata-rata produksi selama tiga tahun sebanyak 16.872 Ton per Tahunnya.

Bunga kol merupakan jenis sayuran yang cukup diminati oleh semua golongan masyarakat. Jumlah permintaan bunga kol juga terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan kesadaran kebutuhan gizi masyarakat. Kandungan gizi yang terdapat pada tanaman kembang kol adalah air sebanyak 90 ml, protein 3g, lemak 0,2 g, karbohidrat 5 g, serat 1 g, kalsium 30 mg, besi 1mg, vitamin A 20 IU, tiamin 0,1 mg, riboflavin 0,1 mg, nikotinamide 0,7 mg, dan asam askorbat 80 mg (Rukmana 1994). Maka dari itu bunga kol sangat bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan gizi serta sangat diminati oleh masyarakat.

Bunga kol sangat mudah didapatkan baik dari pasar tradisional hingga supermarket. Namun demikian harga bunga kol dapat dikatakan cukup tinggi hingga mencapai Rp. 30,000 per Kg ke konsumen di pasar tradisional.

Padahal jumlah ketersediaan bunga kol di pasar tradisional bisa dikatakan tidak pernah kurang karena sangat sering kita jumpai limbah bunga kol yang tidak laku terjual hanya dibuang begitu saja di tempat penampungan limbah pasar tradisional.

Maka dari itu sangat layak kita kaji lebih lanjut terkait efisiensi pemasaran atau tataniaga bunga kol, khususnya di Kabupaten Boyolali sebagai produsen bunga kol tertinggi di Jawa Tengah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis saluran pemasaran bunga kol dari produsen (petani) ke konsumen, menganalisis fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap pelaku pemasaran di Pasar Tradisional Kabupaten Boyolali, dan menganalisis efisiensi pemasaran dengan menggunakan margin tataniaga, *farmer's share*, dan rasio keuntungan sehingga dapat diketahui hasil efisiensi saluran pemasaran bunga kol di pasar Tradisional Kabupaten Boyolali.

METODE

Penelitian mengenai analisis efisiensi pemasaran bunga kol di Pasar Tradisional Kabupaten Boyolali dilaksanakan di Pasar Tradisional Cepogo, Pasar Tradisional Sunggingan dan Pasar Tradisional Boyolali. Waktu penelitian dan pengambilan data dilaksanakan pada bulan Agustus s/d November 2023. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 30 responden petani, 15 responden pedagang besar, dan 20 reponden pedagang pengecer. Pemilihan lokasi dilakukan dengan carasengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Pasar Tradisional Cepogo, Pasar

Tradisional Sunggingan dan Pasar Tradisional Boyolali merupakan penyedia sayuran khususnya bunga kol di Kabupaten Boyolali dan sekitarnya. Jenis sumber data yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder.

Metode pengambilan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive* untuk pedagang besar dan *snowball sampling* dari pedagang pengecer sampai ke petani.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran seringkali diartikan sebagai tataniaga, yaitu sebagai suatu aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat aliran barang dan jasa dari titik produksi sampai ke titik konsumen. Secara sederhana tataniaga mencakup serangkaian kegiatan untuk memindahkan barang atau jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi disertai peningkatan nilai ekonomi. Tataniaga pertanian merupakan proses pengaliran komoditas pertanian dari produsen sampai ke konsumen melalui pedagang perantara (tengkulak, pengumpul, pedagang besar, dan pengecer) sesuai fungsi-fungsi tataniaga (Rahim dan Hastuti, 2008). Pemasaran atau tataniaga pertanian merupakan suatu alur proses kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan produk pertanian dari produsen (petani) hingga sampai ke tangan konsumen akhir yang dilakukan oleh lembaga – lembaga tataniaga. Lembaga tataniaga pada penelitian ini yaitu lembaga yang memasarkan komoditi bunga kol. Lembaga yang berperan sebagai penyaluran komoditi bunga kol pada penelitian ini antara lain: Petani,

Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer. Pada penelitian ini, analisis dilakukan pada masing – masing lembaga, sehingga didapat saluran tataniaga yang paling efisien. Lembaga – lembaga yang dilalui selama proses distribusi bunga kol dari petani ke konsumen akan membentuk saluran tataniaga. Saluran tataniaga dapat menunjukkan efisiensi tataniaga berbeda-beda dan memberikan keuntungan yang berbeda-beda pula pada masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat.

Tabel 1. Hasil Analisis Tataniaga Bunga Kol Di Pasar Tradisional Kabupaten Boyolali

Pelaku Pemasaran	Harga Rp/Kg	Distribusi Margin %	Share %	Efisiensi
1. Petani				
a. Harga Jual	10.500		62%	
b. Biaya Produksi	9.000			
c. Margin	1.500			
d. Resiko Produksi	7%			
e. Keuntungan	1.395			
2. Pedagang Besar				1,1070
a. Harga Beli	10.500			
b. Harga Jual	14.000			
c. Operasional	1.000	16%	5%	
d. Margin	2.500	38%	15%	
e. Resiko Produksi	1,50%			
f. Keuntungan	2.462,5			
3. Pedagang Pengecer				1,0007
a. Harga Beli	14.000			
b. Harga Jual	17.000			
c. Operasional	500	8%	3%	
d. Margin	2.500	38%	15%	
e. Resiko Produksi	1,50%			
f. Keuntungan	2.462,5			
4. Konsumen Akhir				
a. Harga Beli	17.000			
Margin Pemasaran	6.500			

Berdasarkan analisis rata-rata tataniaga bunga kol di pasar tradisional Kabupaten Boyolali, *farmer's share* sebesar 62% berarti setiap Rp 100 yang dibayar oleh konsumen akan

didistribusikan ke petani sebesar 62%. Sedangkan nilai margin pada saluran pedagang besar sebesar Rp 2.500, pada saluran pedagang pengecer nilai margin sebesar Rp. 2.500 dan pada petani nilai margin sebesar Rp. 1.500.

Dengan demikian dapat dikatakan efisiensi pemasaran atau tataniaga bunga kol di pasar tradisional Kabupaten Boyolali cukup baik, karena memiliki nilai lebih dari 1, yaitu 1,107 pada saluran pedagang besar dan 1,000 pada saluran pedagang pengecer.

SIMPULAN DAN SARAN

Terdapat tiga saluran pemasaran bunga kol di Pasar Tradisional Kabupaten Boyolali yaitu Petani – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen.

Berdasarkan analisis rata-rata tataniaga bunga kol di pasar tradisional Kabupaten Boyolali, *farmer's share* sebesar 62%. Sedangkan nilai pada saluran pedagang besar sebesar Rp 2.500, pada saluran pedagang besar, pada saluran pedagang pengecer nilai margin sebesar Rp. 2.500 dan pada petani nilai margin sebesar Rp. 1.000.

Untuk efisiensi pemasaran bunga kol di Pasar Tradisional Kabupaten Boyolali dapat dikatakan cukup baik karena menunjukkan nilai lebih dari 1, yaitu 1,107 pada saluran pedagang besar dan 1,000 pada saluran pedagang pengecer.

Petani disarankan untuk tidak hanya menjual sayuran pada satu saluran pemasaran / tataniaga (dapat langsung ke pedagang pengecer). Hal inidilakukan guna mendapatkan harga terbaik dari penjualan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan analisis terkait strategi pengembangan pemasaran bunga kol khususnya di Kabupaten Boyolali.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rahim dan Diah Retno Dwi Hastuti. 2008. Pengantar, Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Aziz. 2013. Analisis Efisiensi Tataniaga Komoditas Manggis (Studi Kasus di Desa Karacak Kecamatan Leuwiliang Kabupaten Bogor) [Skripsi]. Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Pusat Statistik, Provinsi Jawa Tengah. 2020. Produksi Bunga Kol Kabupaten di Jawa Tengah 2018-2020. Jawa Tengah : BPS Provinsi Jawa Tengah.
- Faisal, H. N. 2015. Analisis Pendapatan Usahatani dan Saluran Pemasaran Pepaya (Carica papaya L) di Kabupaten Tulungagung (Studi Kasus di Desa Bangoan, Kecamatan Kedunwaru, Kabupaten Tulungagung). Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Unita.
- Hidayani, Nezi. 2012. Analisis Tataniaga Kayu Manis (Cynamomum burmanii BLUME) di Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi. Skripsi. Departmen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Nocifera, Ika. 2017. Analisis Tataniaga Kelapa (Cocos Nucifera) Di Nagari Limau Paruik Kecamatan V Koto Timur Kabupaten Padang Pariaman. [Skripsi]: Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.
- Rukmana, R. 1994. Budidaya Kubis Bunga Dan Broccoli. Kanisius. Yogyakarta. Surtinah. 2004.