

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN ASPARAGUS**  
*(Asparagus officinalis)*  
**(STUDI KASUS: DESA SUKA SIPILIHEN, KECAMATAN**  
**TIGA PANAHA, KABUPATEN KARO)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

RAKA PANDU DEWANTARA  
NPM: 1604300054  
Program Studi: AGRIBISNIS



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2021**

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN ASPARAGUS  
(*Asparagus officinalis*)  
(STUDI KASUS: DESA SUKA SIPILIHEN, KECAMATAN TIGA  
PANAHAH, KABUPATEN KARO)**

**SKRIPSI**

Oleh:

RAKA PANDU DEWANTARA  
1604300054  
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Komisi Pembimbing



Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si  
Ketua



Ira Apriyanti, S.P., M.Sc.  
Anggota

Disahkan Oleh :  
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Ir. Asmitanarni Munar, M.P.



Tanggal Lulus : 18-09-2021

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Raka Pandu Dewantara  
NPM : 1604300054

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Efisiensi Pemasaran Asparagus (*Asparagus officinalis*) di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan cantumkan sumber yang jelas.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (*plagiarisme*), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 27 Oktober 2021

Yang Menyatakan



Raka Pandu Dewantara

## RINGKASAN

RAKA PANDU DEWANTARA 1604300054 ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN ASPARAGUS (*Asparagus officinalis*) di Desa Suka Sipilihan Kecamatan Tiga Panah Kabupaten Karo. Penyusunan skripsi ini dibimbing oleh Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Ira Apriyanti, S.P.,M.Sc selaku Anggota Komisi Pembimbing.

Tujuan dari penelitian ini adalah pertama untuk mengetahui saluran pemasaran Asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo. Dan yang kedua untuk mengetahui share margin Asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo. Dan yang ketiga Menganalisis efisiensi pemasaran Asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo.

Penelitian ini berlokasi di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengadakan wawancara, memberikan daftar kusioner dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tipe saluran pemasaran di Desa Suka Sipilihan terdiri dari satu saluran pemasaran yaitu saluran distribusi dua tingkat (*two stage channel*), dari petani kepada pedagang pengumpul lalu kemudian dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer dan berakhir pada pedagang pengecer ke konsumen akhir. Efisiensi pemasaran pada saluran distribusi dua tingkat sebesar  $18\% < 33\%$ , menunjukkan bahwa pemasaran asparagus efisien.

## SUMARRY

RAKA PANDU DEWANTARA 1604300054 MARKETING EFFICIENCY ANALYSIS OF ASPARAGUS (*Asparagus officinalis*) in Suka Sipilihen Village, Tiga Panah Subdistrict, Karo Regency. The preparation of this thesis was supervised by Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si as the Chair of the Advisory Commission and Ira Apriyanti, S.P., M.Sc as a Member of the Advisory Commission.

The purpose of this study was first to determine the marketing channel of Asparagus in Suka Sipilihen Village, Tiga Panah District, Karo Regency. And the second is to find out the share margin of Asparagus in Suka Sipilihen Village, Tiga Panah District, Karo Regency. And the third is to analyze the marketing efficiency of Asparagus in Suka Sipilihen Village, Tiga Panah District, Karo Regency.

This research is located in Suka Sipilihen Village, Tiga Panah District, Karo Regency. The location selection was done purposively. Data was collected by conducting interviews, providing a list of questionnaires and documentation. Sources of data used are primary and secondary data sources. The data analysis method used in this research is descriptive analysis method.

The results of this study indicate that the type of marketing channel in Suka Sipilihen Village consists of one marketing channel, namely a two-stage distribution channel, from farmers to collectors and then from collectors to retailers and ends at retailers to final consumers. Marketing efficiency in the two-level distribution channel is  $18\% < 33\%$ , indicating that asparagus marketing is efficient.

## **RIWAYAT HIDUP**

Raka Pandu Dewantara, lahir di Sinaksak Kecamatan Tapian Dolok Kabupaten Simalungun, pada tanggal 24 Maret 1997 anak dari pasangan Bapak Suhardiman dan Ibu Juliana, penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara.

1. Tahun 2009, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 106870 Parlambean, Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara
2. Tahun 2012, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Tapian Dolok, Kecamatan Tapian Dolok, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara
3. Tahun 2015, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Dolok Merawan, Kecamatan Dolok Merawan, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara
4. Tahun 2016, di terima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis
5. Tahun 2016, mengikuti Organisasi Jurusan Agribisnis HIMAGRI Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Tahun 2019, mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Bandar Labuhan, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara.
7. Tahun 2019, mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Kebun Dolok Ilir, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara.

8. Tahun 2020, melakukan penelitian skripsi tentang Analisis Efisiensi Pemasaran Asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas karunia dan nikmat yang telah dilimpahkan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Efisiensi Pemasaran Asparagus (*Asparagus Officinalis*) di Desa Suka Sipilih, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo**”. Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang penulis laksanakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Assoc. Prof. Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan selaku Ketua Komisi Pembimbing
5. Ibu Ira Apriyanti, S.P., M.Sc. selaku Anggota Komisi Pembimbing.
6. Seluruh Staff Biro Administrasi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam penyelesaian Administrasi selama proses perkuliahan.

7. Teristimewa kepada kedua orangtua saya tercinta Ayahanda Suhardiman dan Ibunda Juliana, yang telah mengasuh dan membesarkan saya dengan rasa cinta, kasih sayang, dan selalu memberikan dukungan moril dan materi.
8. Petani beserta pengumpul Asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membantu selama melakukan penelitian.
9. Seluruh rekan-rekan Agribisnis-2 stambuk 2016 Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendukung dan memberikan doa.

Penyusunan skripsi dari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, serta tidak luput dari adanya kekurangan baik isi maupun kaidah penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan masukan yang bersifat konstruktif dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini.

Medan, Oktober 2020

Penulis

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas karunia dan nikmat yang telah dilimpahkan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Efisiensi Pemasaran Asparagus (*Asparagus Officinalis*) di Desa Suka Sipilihien, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo**”. Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang penulis laksanakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis sadar bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dari pembaca. Sebagai akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca dan terutama untuk mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, Oktober 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN .....	i
SUMARRY .....	ii
RIWAYAT HIDUP .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	3
Tujuan Penelitian .....	3
Kegunaan Penelitian.....	3
TINJAUAN PUSTAKA.....	4
Asparagus .....	4
Aspek Pemasaran .....	6
Saluran Pemasaran .....	7
Lembaga Pemasaran.....	9
Fungsi Pemasaran.....	10
Efisiensi Pemasaran.....	12
Penelitian Terdahulu .....	13
Kerangka Pemikiran.....	16
METODE PENELITIAN.....	18
Metode Penelitian.....	18
Metode Penentuan Lokasi Penelitian .....	18
Metode Penarikan Sampel.....	18

Metode Pengumpulan Data .....	19
Metode Analisis Data .....	19
Definisi dan Batasan Operasional .....	21
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN .....	23
Letak Geografis, Batas dan Luas Wilayah .....	23
Tata Guna Lahan .....	23
Keadaan Penduduk .....	24
Sarana dan Prasarana Desa Suka Sipilihen .....	25
Karakteristik Petani Sampel .....	26
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	30
Saluran Pemasaran Asparagus .....	30
Biaya Pemasaran dan Share Margin Asparagus .....	32
Efisiensi Lembaga Pemasaran Asparagus .....	34
KESIMPULAN DAN SARAN .....	35
Kesimpulan .....	35
Saran .....	35
DAFTAR PUSTAKA .....	36
LAMPIRAN .....	38

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Penggunaan Tanah di Desa Suka Sipilihan .....	24
2.	Distribusi Penduduk Menurut Umur .....	24
3.	Distribusi Penduduk Menurut Jenis Mata Pencaharian .....	25
4.	Sarana Prasarana di Desa Suka Sipilihan .....	26
5.	Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Umur .....	26
6.	Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	27
7.	Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Jumlah Tanggungan .....	28
8.	Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Luas Lahan .....	29
9.	Biaya Pemasaran dan Share Margin Pemasaran Asparagus .....	32
10.	Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran Asparagus .....	34

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran .....	17
2.	Saluran Distribusi Dua Tingkat (two stage channel) .....	30

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	38
2.	Karakteristik Sampel Petani Asparagus .....	42
3.	Harga Jual Petani.....	43
4.	Karakteristik Pengumpul.....	44
5.	Analisis Biaya Pemasaran Pengumpul .....	44
6.	Keuntungan Pedagang Pengumpul.....	44
7.	Karakteristik Pengecer .....	44
8.	Analisis Biaya Pemasaran Pengecer .....	44
9.	Keuntungan Pedagang Pengecer .....	44
10.	Dokumentasi Penelitian .....	45

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Indonesia dikenal dengan potensi sumber daya alam yang luar biasa. Hal ini di buktikan dengan tingginya keanekaragaman hayati yang dimiliki, baik dilihat dari sektor pertanian, perikanan, maupun peternakan. Indonesia juga di kenal juga sebagai negara agraris dan maritim, karena kekayaan sumber daya alamnya. Selain itu kondisi geografis yang strategis dan beriklim tropis menjadikan kualitas potensi alam yang lebih unggul dibandingkan dengan negara lain. Potensi ini harus bermanfaat secara optimal untuk menjadikan indonesia maju, terutama dari sektor yang dekat dengan sumber daya alam yaitu pertanian.

Sayuran adalah salah satu kelompok hortikultura yang mempunyai arti dan kedudukan tersendiri dalam proses pembangunan nasional di sub sektor pertanian. Sayuran merupakan sumber vitamin dan mineral yang penting bagi pemenuhan gizi masyarakat. Idealnya, seseorang harus mengkonsumsi sayuran sekitar 200 gr per hari agar metabolisme di dalam tubuh tidak terganggu akibat kekurangan serat. Artinya penduduk Indonesia yang berjumlah sekitar 170 juta jiwa memerlukan 34.000 ton sayuran per hari. Katakanlah hanya kira-kira 50% yang membeli sayuran, jumlah total kebutuhan sayuran tetap merupakan potensi yang besar bagi pasar sayuran (Rahardi, 2000).

Asparagus (*Asparagus officinalis*) merupakan salah satu tanaman sayuran yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan memiliki gizi yang sangat tinggi pula. Asparagus merupakan sumber terbaik asam folat nabati, sangat rendah kalori tidak mengandung lemak atau kolesterol, serta mengandung sangat sedikit natrium (BPP Garokgek, 2013).

Asparagus adalah tanaman subtropis yang diambil rebungnya untuk di konsumsi. Sup Asparagus adalah menu yang wajib tersedia di hotel dan restoran berbintang. Beda dengan sayuran subtropis lain seperti kol, brokoli, kentang dan wortel yang sudah dibudidayakan di Indonesia, maka Asparagus masih harus diimpor (Susetyo, 2015).

Oleh karena itu, asparagus kini menjadi salah satu jenis tanaman sayuran yang sedang naik daun. Sejauh ini, ada dua jenis asparagus yang biasa dikonsumsi, yaitu asparagus hijau dan asparagus putih. Umumnya masyarakat Indonesia lebih senang menanam asparagus hijau, karena sesuai dengan kondisi tanah dan cuaca. Hal ini sesuai dengan hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti bahwa budidaya asparagus sudah mulai berkembang di Provinsi Sumatera Utara tepatnya di Kabupaten Karo. Namun di Kabupaten Karo budidaya asparagus hanya ada di Kecamatan Tiga Panah. Hal tersebut kemungkinan dikarenakan petani belum mengetahui bagaimana cara budidaya asparagus dan biaya produksi yang tinggi. Padahal asparagus memiliki potensi pasar yang cukup besar jika dilihat dari sisi permintaan dengan harga jual yang cukup tinggi berkisar Rp 40.000 sampai Rp 70.000 per kilogramnya, hal ini menjanjikan untuk tingkat pendapatan petani asparagus dibandingkan dengan tanaman lain. Oleh sebab itu, perlu adanya analisis ilmiah mengenai usahatani dan pemasaran asparagus.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana efisiensi saluran pemasaran asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo.

**Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran Asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo ?
2. Bagaimana share margin Asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo ?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran Asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo ?

**Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran Asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo.
2. Untuk mengetahui share margin Asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo.
3. Menganalisis efisiensi pemasaran Asparagus di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo.

**Kegunaan Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti dapat dijadikan acuan bahan penelitian selanjutnya
2. Sebagai bahan informasi bagi para pelaku pemasaran Asparagus di Desa Suka Sipilihan
3. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah Desa Suka Sipilihan pembuat kebijakan khususnya berkaitan dengan komoditas Asparagus di Desa Suka Sipilihan

## TINJAUAN PUSTAKA

### ***Asparagus (Asparagus officinalis)***

Asparagus merupakan salah satu jenis sayuran yang dikonsumsi pada bagian batang muda atau tunasnya. Biasanya rebung digunakan sebagai sayuran segar berupa sup atau tumis, serta banyak dikonsumsi oleh masyarakat dunia baik dalam kemasan biasa maupun dalam kaleng. Sayuran ini merupakan tanaman berumah dua. Artinya, tanaman ini ada yang jantan dan ada yang betina.

Klasifikasi yang dimiliki oleh tanaman asparagus dapat diuraikan seperti yang berikut ini:

Kingdom : Plantae  
Divisi : Magnoliophyta  
Kelas : Liliopsida  
Ordo : Asparagales  
Famili : Asparagaceae  
Genus : *Asparagus*  
Spesies : *Asparagus officinalis* (Susetyo, 2015).

Pada umumnya, *Asparagus* memiliki 2 jenis yaitu *Asparagus* hijau dan *Asparagus* putih. *Asparagus* hijau, jenis ini yang paling populer dan sering ditemukan. Banyak tumbuh di Amerika dan sekitarnya. Batang pada *Asparagus* hijau lebih tebal daripada yang putih. *Asparagus* hijau adalah jenis yang paling banyak dikonsumsi. *Asparagus* putih, jenis ini tidak banyak dijumpai di Indonesia, namun sangat banyak jumlahnya di budidayakan yang terdapat di kawasan Eropa.

*Asparagus* putih yang warna rebungnya putih karena dipanen saat masih

tertimbun dalam tanah. Rebung putih ini tubuhnya agak gemuk, dagingnya lebih berserat namun lunak dan segar. Harganya paling mahal karena penanganannya harus tepat. Produksi rebung putih biasanya dikemas dalam kaleng. Varietas yang terkenal penghasil rebung putih adalah Locullus yang berasal dari Jerman.

Asparagus hijau merupakan jenis yang populer di Indonesia, ditanam pada dataran tinggi Jawa Timur (Batu-Malang) dan Jawa Barat (Puncak, Sukabumi) dan di Sumatera Utara satu-satunya hanya ada di Karo. Rebung Asparagus ini berwarna hijau karena batang sudah menyembul di atas tanah. Warna hijau muncul karena terbentuknya klorofil oleh adanya sinar matahari. Tubuhnya ramping, seperti mata tombak dengan ujung masih kompak (belum mekar), digigit lebih renyah, rasanya manis namun agak sedikit pahit. Varietas yang terkenal penghasil rebung hijau adalah Mery Washington dan Yersey Giant yang berasal dari Amerika.

Lahan yang dibutuhkan oleh sayuran Asparagus adalah dataran tinggi dengan ketinggian 600-900 mdpl. Asparagus dapat tumbuh optimal pada suhu antara 15-25°C dengan curah hujan yang cukup banyak dan merata sepanjang tahun, yaitu berkisar 2.500-3000 mm/tahun. Oleh karena itu, syarat utama lahan harus dataran tinggi, berhawa sejuk, dan dekat sumber air agar kebutuhan air di musim kemarau tercukupi. Areal dengan kondisi seperti di atas jarang ditemukan di Indonesia. Asparagus dapat tumbuh pada tanah podsolik merah kuning, latosol, maupun andosol. Asparagus lebih menyukai tanah yang agak berpasir dan berlapisan tanah olah yang tebal. Perlu diingat, Asparagus tidak suka tanah yang berdrainase buruk dan banyak liat. Sedangkan pH yang diinginkan adalah 6-6,5 karena tidak toleran terhadap tanah yang bereaksi masam.

## **Aspek Pemasaran**

Aspek pasar dan pemasaran memegang peranan yang sangat penting sebelum memulai bisnis karena sumber pendapatan utama perusahaan berasal dari penjualan produk yang dihasilkan. Analisis aspek pasar menganalisis jenis produk yang akan diproduksi, banyaknya produk yang diminta oleh konsumen, serta menganalisis banyaknya produk yang ditawarkan oleh pesaing. Sedangkan analisis aspek pemasaran menganalisis cara atau strategi agar produk yang dihasilkan dapat sampai ke konsumen dengan efisien dibanding pesaing (Suliyanto, 2010). Pasar dalam teori ekonomi adalah suatu institusi yang pada umumnya tidak wujud secara fisik yang mempertemukan penjual dan pembeli suatu barang. Melalui interaksi antara penjual dan pembeli yang berlaku dalam pasar akan dapat ditentukan tingkat harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjual belikan. Interaksi antara penjual dan pembeli yang berlaku dalam pasar akan dapat ditentukan tingkat harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjual belikan (Sukirno, 2013).

Pemasaran adalah hasil sebuah prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen (Harahap, 2011). Proses pemasaran meliputi perencanaan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi barang, ide dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi (Irmawati, 2014).

Analisis biaya merupakan suatu kegiatan yang meliputi identifikasi biaya, pengukuran, alokasi dan pengendalian yang merupakan kegiatan penting dalam suatu perusahaan. Analisis biaya dilakukan untuk mengetahui kelayakan suatu produk bila dipasarkan dan dijual kepada konsumen dalam produksi skala industri

atau skala yang lebih kecil. Analisis yang diperlukan adalah kebutuhan modal awal (modal, investasi, praoperasional dan modal kerja) dan biaya produksi (biaya tetap dan biaya tidak tetap) berdasarkan asumsi-asumsi tertentu (Tari, 2007)

### **Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran (*marketing channels*) merupakan sekelompok organisasi yang saling bergantung, mempunyai beragam fungsi serta terlibat dalam pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau dikonsumsi. Sebagian besar produsen membutuhkan saluran pemasaran guna menjual produk atau jasanya sampai ke pengguna akhir. Sistem saluran pemasaran (*marketing channel system*) merupakan sekelompok saluran pemasaran tertentu yang digunakan oleh sebuah perusahaan dan keputusan tentang sistem ini merupakan salah satu keputusan terpenting yang dihadapi manajemen. Peran utama saluran pemasaran adalah produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau dikonsumsi. Sebagian besar produsen membutuhkan saluran pemasaran guna menjual produk atau jasanya sampai ke pengguna akhir. Sistem saluran pemasaran (*marketing channel system*) merupakan sekelompok saluran pemasaran tertentu yang digunakan oleh sebuah perusahaan dan keputusan tentang sistem ini merupakan salah satu keputusan terpenting yang dihadapi manajemen. Peran utama saluran pemasaran adalah mengubah pembeli potensial menjadi pelanggan yang menguntungkan, tidak hanya melayani pasar namun harus membentuk pasar.

Saluran pemasaran merupakan saluran yang menghubungkan pembeli dengan penjual. Terdapat dua jenis saluran, yaitu saluran komunikasi dan saluran distribusi. Saluran komunikasi mengirimkan ke pembeli dan menerima pesan dari

pembeli sasaran. Saluran distribusi menunjukan, menjual, dan mengirimkan fisik produk atau layanan kepada pembeli atau pemakai.

Adapun jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Saluran distribusi langsung, Saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (*zero stage chanel*).
- b. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (*one stage chanel*).
- c. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distrinusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (*two stage chanel*).
- d. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage channel*).

## **Lembaga Pemasaran**

Menurut Sudiyono (2004) tengkulak adalah lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, tengkulak ini melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijon maupun kontrak pembelian. Sedang pedagang pengumpul adalah lembaga pemasaran yang membeli dari petani dan tengkulak dan menjualnya kembali kepada pedagang perantara selanjutnya seperti pedagang besar dan pedagang pengecer.

Menurut Sudiyono (2004), lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Tengkulak, lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani.
2. Pedagang pengumpul, lembaga yang membeli komoditi dari tengkulak.
3. Pedagang besar, lembaga yang melakukan proses konsentrasi (pengumpulan) komoditi dari pedagang-pedagang pengumpul, melakukan distribusi ke agen penjualan atau pengecer.
4. Agen penjualan, lembaga yang membeli komoditi yang dimiliki pedagang dalam jumlah banyak dengan harga yang relative murah dibanding pengecer.
5. Pengecer, lembaga yang berhadapan langsung dengan konsumen.

Lembaga tataniaga juga memegang peranan penting dan juga menentukan saluran pemasaran. Fungsi lembaga ini berbeda satu sama lain, dicirikan oleh aktivitas yang dilakukan dan skala usaha (Soekartawi, 1989).

Lembaga tataniaga ini melakukan kegiatan fungsi pemasaran yang meliputi kegiatan: Pembelian, Sorting atau grading (membedakan barang

berdasarkan ukuran atau kualitasnya), Penyimpanan, Pengangkutan, dan pengolahan (Processing). Masing-masing lembaga tataniaga, sesuai dengan kemampuan dimiliki, akan melakukan fungsi pemasaran ini secara berbeda-beda. Karena perbedaan kegiatan dan biaya yang dilakukan, maka tidak semua kegiatan dalam fungsi kegiatan pemasaran dilakukan oleh lembaga tataniaga. Karena perbedaan inilah, maka biaya dan keuntungan pemasaran menjadi berbeda di tiap tingkat lembaga pemasaran (Soekartawi, 1989).

### **Fungsi Pemasaran**

Pengertian pemasaran menurut pendapat William J Stanton adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Menurut Phillip Kotler (2002), Pengertian pemasaran ialah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Proses penyampaian barang dari tingkat produsen ke tingkat konsumen diperlukan berbagai kegiatan atau tindakan-tindakan yang dapat memperlancar proses penyampaian barang atau jasa bersangkutan, dan kegiatan tersebut dinamakan sebagai fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran tersebut dapat dikelompokkan atas tiga fungsi yaitu: (1) fungsi pertukaran, (2) fungsi fisik, (3) fungsi fasilitas.

#### a. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran adalah merupakan kegiatan yang memperlancar perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Adapun fungsi pertukaran meliputi: pembelian dan penjualan.

#### b. Fungsi Fisik

Fungsi fisik adalah semua tindakan yang langsung berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, kegunaan bentuk dan kegunaan waktu. Adapun fungsi fisik meliputi kegiatan : penyimpanan, pengolahan dan pengangkutan

#### c. Fungsi Fasilitas

Fungsi Fasilitas adalah semua tindakan yang bertujuan untuk memperlancar kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dan konsumen. Adapun fungsi fasilitas terdiri dari empat yaitu: fungsi standarisasi atau grading, fungsi penanggungan risiko dan fungsi pembiayaan. Fungsi ini meliputi hal-hal berikut.

- a. Informasi pasar. Pembeli memerlukan informasi mengenai harga dan sumber-sumber penawaran. Informasi pasar ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, baik itu media massa, pemerintahan, perusahaan swasta, maupun lembaga pendidikan.
- b. Penanggungan risiko. Pemilik produk menghadapi risiko sepanjang saluran pemasaran.
- c. Standarisasi dan grading. Standarisasi memudahkan produk untuk dijual dan dibeli, sedangkan grading adalah klasifikasi hasil pertanian ke dalam

beberapa golongan mutu yang berbeda-beda, masing-masing dengan label dan nama tertentu.

- d. Pembiayaan. Pemasaran modern memerlukan modal (uang) dalam jumlah besar untuk membeli mesin-mesin dan bahan-bahan mentah, serta untuk menggaji tenaga kerja. Proses pemasaran pun menghendaki pemberian kredit kepada pembeli.

### **Efisiensi Pemasaran**

Tingkat produktivitas sistem pemasaran dapat dilihat dari efisiensi dan efektifitas seluruh kegiatan fungsional pemasaran, yang juga menentukan kinerja operasi dan proses sistem. Efisiensi pemasaran dapat ditinjau dari terselenggaranya integrasi vertikal dan integrasi horizontal yang kuat, terjadi pembagian yang adil dari rasio nilai tambah yang tercipta dengan biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan produktif masing-masing pelaku (Gumbira. E dan A. Haritz Intan, 2001).

Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila mampu meneruskan permintaan kepada petani/ produsen dengan wajar dan penawaran dari produsen kepada konsumen dengan biaya pemasaran yang minimum. Mekanisme pemasaran tersebut mampu meneruskan informasi harga, kualitas dan kuantitas komoditi dari produsendan sebaliknya. Selain itu harga yang layak dan rasional baik di pihak produsen, lembaga pemasaran maupun konsumen adalah keharusan untuk mencapai efisiensi pemasaran.

Pengukuran efisiensi pemasaran dapat melalui dua pendekatan yaitu pendekatan melalui teliti unsur pemasaran yang meliputi struktur pasar, tingkah laku perusahaan pedagang dalam memasarkan komoditi, kinerja pasar (market

performance) yang terkait dengan market structure. Pendekatan yang kedua dapat melalui analisis rantai pemasaran berdasarkan kriteria harga dan jasa-jasa yang diberikan.

### **Penelitian Terdahulu**

1. David Koko Naibaho (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Usahatani dan Pemasaran Asparagus (Studi Kasus : Desa Suka, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengelolaan usahatani asparagus, untuk mengetahui besar biaya produksi, penerimaan dan pendapatan usahatani asparagus, untuk mengetahui kelayakan finansial usahatani asparagus dan untuk mengetahui saluran pemasaran asparagus di daerah penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, tabulasi sederhana dan analisis kelayakan. Responden untuk petani yang melakukan usahatani asparagus dengan menggunakan metode sensus yaitu sebanyak 15 petani. Hasil penelitian diperoleh pengelolaan usahatani asparagus di daerah penelitian layak diusahakan dengan rata-rata nilai R/C adalah 2,56. Terdapat 2 saluran pemasaran asparagus di daerah penelitian yaitu Saluran I adalah petani, pedagang pengumpul, konsumen. Saluran II adalah petani, pedangan pengumpul, pedagang pengecer, konsumen. Kedua saluran pemasaran asparagus sudah efisien karena nilai  $E > 1$  yaitu 1,58 dan 2,64.
2. Avery Arthur Sidebang (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran Sapi Potong di Pasar Hewan Desa Suka Kecamatan Tigapanah Kabupaten Karo”. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui lembaga pemasaran, bentuk saluran, fungsi pemasaran, struktur pasar, perilaku pasar, keragaan pasar, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran sapi potong di pasar hewan Desa Suka Kecamatan Tigapanah Kabupaten Karo. Hasil penelitian ini menunjukkan dua lembaga pemasaran yang terlibat yaitu peternak dan pedagang pengumpul. Saluran pemasaran terdapat dua yaitu saluran pertama: peternak – konsumen dan saluran kedua: peternak – pedagang pengumpul – konsumen. Fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fisik dan fasilitas. Struktur pasar dalam penelitian ini yaitu oligopoli dan oligopsoni. Perilaku pasar dalam penelitian ini yaitu praktek penentuan harga yang jauh dari ketidakjujuran dan biaya pemasaran yang belum seragam dan tidak adanya intervensi dari pemerintah. Keragaan pasar dalam penelitian ini yaitu tidak terdapat kemajuan teknologi dan tidak adanya perbaikan kualitas produk dan maksimasi jasa. Melalui saluran pemasaran I didapat margin pemasaran Rp.0 dan saluran kedua adalah Rp.815.384. Farmer's share pada saluran I adalah 100% dan saluran II adalah 95,59%. Rasio keuntungan terhadap biaya pada saluran I adalah 105,86 dan saluran II adalah 2,55. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu pemasaran sapi potong di pasar hewan Desa Suka Kecamatan Tigapanah Kabupaten Karo sudah efisien.

3. Rahmat Nur Yaqin (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pemasaran Buah Jambu Deli Hijau Di Kota Binjai (Studi Kasus Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai). Tujuan penelitian yaitu untuk

mengetahui pola saluran pemasaran jambu air deli hijau, untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran serta untuk mengetahui pemasaran mana yang paling efisien secara ekonomi. Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive (sengaja), dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu metode analisis deskriptif dan analisis biaya margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 pola pemasaran jambu air deli hijau di Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai, pola pemasaran yang paling efisien adalah pola pemasaran 2 dimana total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 2.325,25 (28,24), total keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 2.329,65 (37%) dan total margin pemasaran sebesar Rp 4.654,9 (65,25%).

4. Veena Goel & Suku Bhaskaran (2006) On this research Marketing Practices and Distribution System of Rice in Punjab, India. The study focuses on the marketing practices, market structures, and firms' motives for vertical co-ordination of the paddy-rice distribution system during the post green revolution period in the Punjab state of India. The study is based upon secondary data taken from several published sources and intensive interviews with the market agents in the entire distribution chain from growers to the retailers. Study highlighted the emergence of public sector as a giant player in the paddy (non-basmati) wholesale markets, unscrupulous practices for paddy/rice supplies, wide disparities in the issue prices for the below and above poverty line families, reduced off take from the public distribution system, launching of several schemes to off

load excessive stocks, and improve market efficiency. Open market segment of the industry is highly fragmented wherein a large majority of the market agents have confined at the levels they can be best managed, vertical co-ordination plays a pivotal role to cope up with market imperfections and supply agents constitute a strategic link for rice sales. However, private milling gains momentum particularly during the downward phase of the industry due to increased profitability.

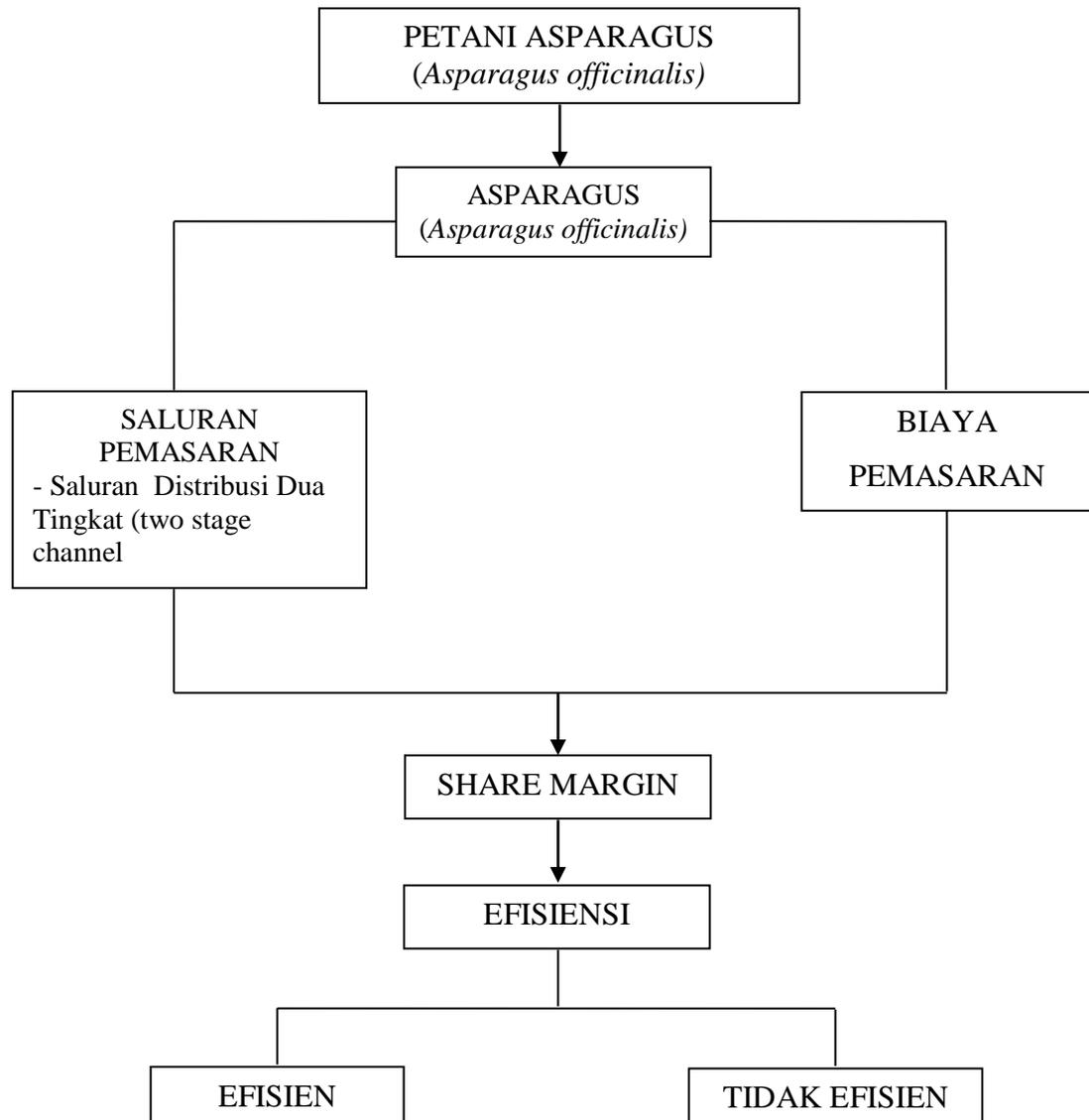
### **Kerangka Pemikiran**

Asparagus merupakan sayuran yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Konsumsi asparagus di Sumatera Utara khususnya di Medan tidak banyak, sama halnya seperti di daerah penelitian. Namun permintaan akan asparagus di daerah penelitian tergolong lumayan tinggi sehingga para petani masih mempertahankan untuk melakukan usaha tani asparagus ini.

Lembaga-lembaga pemasaran yang melakukan fungsi pemasaran akan menimbulkan biaya. Dalam saluran pemasaran yang melibatkan pedagang terdapat perbedaan harga antara petani dengan harga di tingkat konsumen akhir. Harga yang dibayar konsumen dialokasikan kepada share margin. Tinggi rendahnya marjin pemasaran akan mempengaruhi efisiensi pemasaran.

Untuk mencapai tingkat efisiensi perlu kiranya pengaturan pemasaran dengan menerapkan prinsip efisiensi agar share margin petani dan pedagang dapat memperoleh laba yang adil pada tingkat harga yang terjangkau oleh konsumen.

Secara skematis kerangka pemikiran dapat di gambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*). Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung permasalahan yang timbul disuatu daerah dimana keadaannya belum tentu sama dengan daerah lain dalam kurun waktu tertentu. Menurut Hanafi (2010), metode ini dibatasi oleh kasus, lokasi, tempat, serta waktu tertentu dan tidak bisa disimpulkan pada daerah tertentu atau kasus lain.

### **Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Daerah penelitian ditentukan secara purposive atau secara sengaja, yaitu di Desa Suka Sipilihen, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo. Berdasarkan hasil pra survei sebelumnya bahwa pada daerah tersebut merupakan daerah sentra produksi usahatani tanaman asparagus.

### **Metode Penarikan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jumlah populasi yang ada pada penelitian ini relatif kecil, oleh karena itu semua petani yang ada di lokasi penelitian di jadikan dalam penarikan sampel yang berjumlah 30 orang, maka metode yang digunakan dalam penarikan sampel adalah metode sampling jenuh atau sensus. Metode sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel

bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil (Sugiyono,2016).

### **Metode Pengumpulan Data**

Jenis dan sumber yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh langsung dari responden, dimana data diperoleh langsung melalui wawancara dengan daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah dipersiapkan, selanjutnya dengan menggunakan data sekunder yaitu data yang dicatat secara sistematis dan dikutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait mengenai penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi, kondisi umum lokasi penelitian, jumlah petani asparagus di Desa Suka Sipilihen, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo dan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

### **Metode Analisis Data**

Untuk identifikasi masalah yang pertama dapat dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif Untuk identifikasi masalah 2, metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung Persentase Margin (Share Margin)

$$SM = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

Sm = Persentase margin (Share Margin) dihitung dalam persen (%)

Pf = Biaya – biaya pada lembaga tataniaga (Rp)

Pr = Harga beli konsumen (Rp) (Gultom, 1996 dalam Bisuk, 2009).

Menurut (Soekartawi,2002) untuk menghitung efisiensi pada setiap saluran

pemasaran digunakan rumus sebagai berikut:

a. Mengitung efisiensi pemasaran

$$E_p = \frac{\text{Biaya Tataniaga}}{\text{Nilai Produk yang Dipasarkan}} \times 100\%$$

Keterangan:

$E_p$  = Efisiensi Pemasaran

Dengan kreteria:

1. 0 – 33% = efisien
2. 34 – 67% = Kurang Efisien
3. 68 – 100% = tidak efisien

Menurut Widiastuti (2013) untuk menghitung margin dari setiap lembaga pemasaran, dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

$M_p$  = Margin pemasaran (Rp/kg)

$P_r$  = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

$P_f$  = Harga ditingkat produsen (Rp/kg)

Kriteria efisiensi tataniaga menurut Soekartawi (2002), adalah sebagai berikut:

a. Efisiensi tataniaga tidak terjadi jika

1. Biaya pemasaran semakin besar
2. Nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar.

b. Efisiensi tataniaga akan terjadi jika

1. Biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan tataniaga dapat lebih tinggi
2. Persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi

### **Definisi dan Batasan Operasional**

Defenisi

1. Asparagus merupakan tanaman tahunan. Asparagus memiliki batang dalam tanah (rhizome), yang akan menumbuhkan rebung. Sementara batang yang tampak di luar tanah merupakan tempat tumbuhnya cabang, ranting, dan daun
2. Pada umumnya, Asparagus memiliki 2 jenis yaitu Asparagus hijau dan Asparagus putih. Asparagus hijau, jenis ini yang paling populer dan sering ditemukan.
3. Pemasaran adalah Suatu kegiatan usaha/bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pendistribusian suatu produk.
4. Lembaga pemasaran adalah orang atau badan yang terlibat dalam proses pemasaran Asparagus di Desa Suka Sipilihen, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo Sumatera Utara
5. Share margin adalah yaitu bagian harga yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran terhadap harga beli.
6. Biaya pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran.

7. Efisiensi pemasaran adalah suatu keadaan yang digunakan dalam penilaian prestasi kerja proses pemasaran bagi semua lembaga yang terkait dalam pemasaran atau biaya pemasaran dibagi dengan nilai produk yang dihasilkan.

#### Batasan Operasional

1. Lokasi penelitian berada di Desa Suka Sipilihan, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo Sumatera Utara
2. Respondennya adalah petani, pengepul, pedagang besar, pengecer, dan konsumen.

## **DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN**

### **Letak Geografis, Batas dan Luas Wilayah**

Desa Suka Sepilihan terletak di Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara dengan luas wilayah 1.950 ha. Jumlah penduduk di Desa Suka Sepilihan sebanyak 1.867 Jiwa. Desa Suka Sepilihan berada pada ketinggian 800 m diatas permukaan laut dengan temperature udara berkisar antara 180 s/d 210C.

Desa Suka Sepilihan memiliki jarak 3 km dari ibukota kecamatan, 8 km dari ibukota kabupaten. Adapun batas-batas Desa Suka Sepilihan adalah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Desa Suka Mbayak, Desa Kuta Kepar, Desa Salit  
Kecamatan Tiga Panah
2. Sebelah Selatan : Desa Regaji, Desa Suka Mandi Kecamatan Tiga Panah
3. Sebelah Timur : Desa Lambar Kecamatan Tiga Panah, Desa Tambunan  
Kecamatan Barus jahe
4. Sebelah Barat : Desa Manuk Mulia Kecamatan Tiga Panah, Desa Aji  
nembah Kecamatan Merek, Desa Kuta Kepar Utara

### **Tata Guna Lahan**

Tanah di Desa Suka Sepilihan menurut fungsinya dibagi menjadi areal jalan, perkebunan atau ladang, pemukiman, perkantoran dan kuburan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Penggunaan Tanah di Desa Suka Sepilihan**

No	Uraian	Luas (ha)	Persentase (%)
1	Jalan	38,5	2
2	Perkebunan ( ladang )	1.840,3	94,4
3	Pemukiman dan Perkantoran	66,7	3,4
4	Perkuburan	4,5	0,2
<b>Total</b>		<b>1950</b>	<b>100</b>

Sumber: Kantor Desa Suka Sepilihan Tahun 2020

Penggunaan tanah di Desa Suka Sepilihan untuk perkebunan (ladang) memiliki persentase terbesar dengan luas 1.840,3 ha atau sebesar 94,4 % dari total luas lahan yang dimiliki Desa Suka Sepilihan. Di dalam persentase ini pula usahatani tanaman sayur asparagus (*Asparagus officinalis*) dibudidayakan dan dikembangkan oleh sebagian masyarakat desa dengan luas lahan asparagus sebesar 10,2 ha atau sebesar 0,6 % dari total luas lahan perkebunan (ladang).

### **Keadaan Penduduk**

Penduduk Desa Suka Sepilihan sebanak 1.867 jiwa meliputi 911 jiwa laki-laki dan 956 jiwa perempuan serta memiliki 4561 KK. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Distribusi Penduduk Menurut Umur**

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Persentase (%)
1	0-1	43	2,3
2	1-4	132	7,2
3	5-15	360	19,2
4	15-39	589	31,5
5	40-64	628	33,6
6	65 keatas	115	6,2
<b>Jumlah</b>		<b>1.867</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Demografi Desa Suka Sepilihan Tahun 2020

Tabel 2 memperlihatkan bahwa jumlah penduduk yang paling besar terdapat pada kelompok umur 40-64 tahun yaitu 628 jiwa (33,6%) dan jumlah penduduk terkecil berada pada kelompok umur di bawah 1 tahun (2,3%).

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa kelompok usia produktif (40-64 tahun) berjumlah 628 jiwa. Pada saat usia 40-64 inilah angkatan kerja sangat produktif.

**Tabel 3. Distribusi Penduduk Menurut Jenis Mata Pencarian**

No	Uraian	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	1028	80
2	Buruh Tani	95	7,1
3	PNS	34	2,4
4	Pegawai Swasta	1	0,1
5	Wiraswasta / Pedagang	128	10
6	Polri	1	0,1
7	Bidan Honorer	3	0,3
<b>Jumlah</b>		<b>1.290</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Demografi Desa Suka Sepilihan Tahun 2020*

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa penduduk desa penelitian memiliki beragam mata pencarian. Di Desa Suka Sepilihan, petani adalah mata pencarian terbesar dengan jumlah penduduk sebesar 1.028 jiwa dengan persentase 80 % dari jumlah penduduk yang bekerja dimana usahatani tanaman sayur asparagus termasuk kedalam mata pencarian ini.

### **Sarana dan Prasarana Desa Suka Sepilihan**

Sarana dan prasarana merupakan insfrastruktur yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat, karena sarana dan prasarana sangat menunjang kegiatan penduduk sehari-harinya. Perkembangan suatu daerah sangat membutuhkan suatu alat yang dapat mempercepat akses masuknya arus informasi bagi perkembangan daerah tersebut. Berikut Tabel 4 yang menyajikan sarana dan prasarana yang terdapat di desa penelitian.

**Tabel 4. Sarana Prasarana di Desa Suka Sepilihan**

No	Fasilitas	Sarana Prasarana	Jumlah (Satuan)
1	Pendidikan	SD	1 Unit
		SLTP	1 Unit
2	Kesehatan	Poliklinik	1 Unit
3	Transportasi	Jalan Beraspal	10 km
4	Rumah Ibadah	Masjid	1 Unit
		Gereja	2 Unit

*Sumber: Kantor Desa Suka Sepilihan Tahun 2020*

Tabel 4. memperlihatkan bahwa ketersediaan sarana dan prasarana di daerah penelitian cukup baik dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dibidang pendidikan, perekonomian, keagamaan maupun sosial budaya. Dilihat pula infrastruktur yang baik seperti jalan aspal yang ada membuat tingkat distribusi semakin baik karena salah satunya adanya jalan yang baik, semua itu tentunya akan meningkatkan kesejahteraan petani tanaman sayur asparagus.

### **Karakteristik Petani Sampel**

#### **Umur Petani Sampel**

**Tabel 5. Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Umur**

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	25-34	3	10
2	35-44	7	23
3	45-54	15	50
4	55 keatas	5	17
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Hasil Kuesioner Petani Desa Suka Sepilihan Tahun 2020*

Umur petani juga menjadi salah satu pendukung bagi para petani dalam membudidayakan tanaman sayur asparagus, umur yang mendominasi dari petani yaitu pada usia 45 – 54 karena di usia ini para petani masih produktif dalam mengusahakan budidaya tanaman sayur asparagus dan hasil dari budidaya ini juga cukup baik karena pada usia seperti ini petani sudah memiliki pengalaman bertani yang cukup baik serta ketekunan yang sangat baik untuk mengusahakan usahatani tanaman sayur asparagus. Dengan umur petani yang terbanyak 45-54 tahun,

tentunya hal ini berpengaruh terhadap produktivitas karena di umur ini petani sudah memiliki pengalaman tentang bertani dan juga masih memiliki kemampuan fisik yang kuat untuk melakukan budidaya yang baik sehingga mampu untuk meningkatkan produksi pertaniannya.

### **Pendidikan Petani Sempel**

Pendidikan merupakan suatu hal yang penting, dimana dengan adanya pendidikan yang pernah diikuti oleh seseorang secara langsung akan mempengaruhi pola pikir dan pengetahuan. Dalam hal ini pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan yang bersifat formal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6 dibawah ini.

**Tabel 6. Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

<b>No</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah (Jiwa)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	SD	3	10
2	SMP	8	27
3	SMA	19	63
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Kuesioner Petani Asparagus Desa Suka Sepilihan Tahun 2020*

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan penduduk di Desa Suka Sepilihan, Kecamatan Tiga Panah petani yang memiliki pendidikan terbanyak adalah jenjang pendidikan SMA berjumlah 19 jiwa dengan persentase sebesar 63 % sedangkan petani yang memiliki pendidikan terendah adalah jenjang pendidikan SD sebesar 3 jiwa dengan persentase sebesar 10 %.

Jenjang pendidikan formal rata-rata petani tanaman sayur asparagus yaitu pada tingkat SMA (Sekolah Menengah Atas). Tingkat pendidikan mempengaruhi wawasan, pengetahuan serta cara berfikir petani untuk dapat bertindak dan mengelola usahatani tanaman sayur asparagus untuk menghasilkan produksi yang baik. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap produktivitas petani karena dengan

pendidikan SMA petani memiliki pengetahuan dan cara berpikir yang baik di bandingkan dengan pendidikan SMP maupun SD, dalam hal itu pula sangat mudah menerapkan teknologi baru yang digunakan karena sangat mudah dalam penyerapan penerapan teknologi baru.

### **Jumlah Tanggungan Petani**

Jumlah tanggungan merupakan banyaknya anggota keluarga yang menjadi tanggung jawab seseorang dalam memenuhi semua kebutuhan hidup. Untuk lebih jelasnya jumlah tanggungan petani sampel di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 7 dibawah ini.

**Tabel 7. Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Jumlah Tanggungan**

<b>No</b>	<b>Jumlah Tanggungan</b>	<b>Jumlah (Jiwa)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	0-1	18	60
2	2-3	12	40
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Kuesioner Petani Asparagus Desa Suka Sepilihan Tahun 2020*

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa tingkat jumlah tanggungan petani sampel di Desa Suka Sepilihan, Kecamatan Tiga Panah petani yang memiliki jumlah tanggungan terbanyak adalah 18 jiwa dengan persentase sebesar 60 % sedangkan petani yang memiliki jumlah tanggungan terendah adalah sebesar 12 jiwa dengan persentase sebesar 40 %

Jumlah tanggungan petani tanaman sayur asparagus yang paling dominan berjumlah 0 - 1 jiwa. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap pengeluaran para petani tanaman sayur asparagus. Semakin sedikit jumlah tanggungan yang ada pada keluarga petani maka semakin sedikit pula pengeluaran yang harus di keluarkan yang akan di tanggung oleh petani tersebut.

### Luas Lahan Petani

Untuk lebih jelasnya jumlah luas lahan petani sampel di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 8 dibawah ini.

**Tabel 8. Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Luas Lahan**

No	Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 - 2.500	12	40
2	1.501 - 5.000	16	54
3	5.001 - 7.500	1	3
4	7.501 - 10.000	1	3
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Kuesioner Petani Asparagus Desa Suka Sepilihan Tahun 2020*

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa tingkat jumlah Luas Lahan petani sampel di Desa Suka Sepilihan, Kecamatan Tiga Panah petani yang memiliki jumlah Luas Lahan terbanyak adalah 16 jiwa dengan persentase sebesar 54 % sedangkan petani yang memiliki jumlah Luas Lahan terendah adalah sebesar 1 jiwa dengan persentase sebesar 3 %

Jumlah Luas Lahan petani tanaman sayur asparagus yang paling dominan berjumlah 2.501 – 5.000 m<sup>2</sup>. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap produksi para petani tanaman sayur asparagus

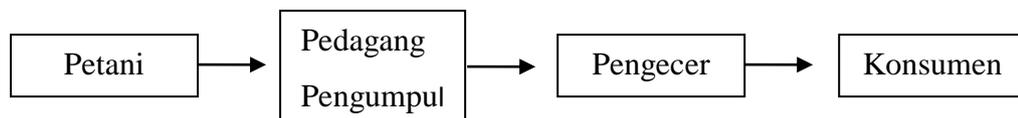
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Pemasaran Asparagus

Sistem saluran pemasaran (marketing channel system) merupakan sekelompok saluran pemasaran tertentu yang digunakan oleh sebuah perusahaan dan keputusan tentang sistem ini merupakan salah satu keputusan terpenting yang dihadapi manajemen. Peran utama saluran pemasaran adalah mengubah pembeli potensial menjadi pelanggan yang menguntungkan, tidak hanya melayani pasar namun harus membentuk pasar.

Proses pemasaran asparagus di Desa Suka Sipilihen Sampai ke konsumen akhir melibatkan beberapa lembaga pemasaran, yaitu orang atau lembaga yang terlibat dalam pemasaran asparagus. Dari penelitian yang dilakukan di Desa Suka Sipilihen terdapat satu saluran pemasaran yang dilakukan, adapun saluran pemasaran yang terdapat di desa Suka Sipilihen adalah sebagai berikut:

Saluran Distribusi Dua Tingkat (two stage channel)



*Gambar 2. Saluran Distribusi Dua Tingkat (two stage channel)*

Pada tipe saluran distribusi dua tingkat ini petani langsung menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul di Desa Suka Sipilihen. Dari 30 sampel dalam penelitian ini, petani yang menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul sebanyak 30 petani keseluruhan sampel dalam penelitian ini. Para petani asparagus secara langsung mengantarkan hasil panennya ke tempat pengumpul. Pedagang pengumpul membeli hasil panen asparagus petani dengan harga berkisar dari Rp 18.000 harga ini disesuaikan dengan kualitas dari hasil

panen asparagus tersebut.

Pedagang pengumpul di desa Suka Sipilihen berjumlah satu orang. pedagang pengumpul tersebut menerima hasil panen asparagus para petani. Pedagang pengumpul mampu menampung jumlah hasil produksi petani asparagus dengan rata-rata jumlah pembelian 150kg/harinya.

Pedagang pengumpul menjual asparagus kepada pedagang pengecer yang berada disekitar daerah kota medan yaitu Pasar Raya Komplek Medan Metropolitan Trade Centre (MMTC) Jl. Williem Iskandar, Desa Kenangan Baru, Kecamatan Percut Sei Tuan, Deli Serdang. Pedagang pengumpul juga mengirimkan asparagus tersebut pada penerima di domisili Jakarta yang sejatinya juga sudah biasa membeli pada pedagang pengumpul di Desa Suka Sipilihen. Untuk memasarkan asparagus, pedagang pengumpul biasanya langsung mengantar asparagus ke lokasi pedagang pengecer yang telah memesan. Dalam tipe saluran distribusi dua tingkat ini harga beli dan harga jual ditentukan oleh pedagang pengumpul. Namun, terkadang harga tersebut juga dapat berubah karna beberapa faktor tertentu.

## Biaya Pemasaran dan Share Margin Asparagus

**Tabel 9. Biaya Pemasaran dan Share Margin Pemasaran Asparagus**

No	Lembaga dan Komponen Biaya Pemasaran	Margin Pemasaran	Harga Jual (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Share Margin
1	Harga Jual Petani		18.000		
2	Biaya Pemasaran Pengumpul				
	A. Harga Beli Pengumpul Packing			18.000	
	1. Kardus			1.000	
	2. Keranjang			1.500	
	3. Tali			50	
	4. Solatip			40	
	Transportasi				
	1. Medan			1.000	
	2. Jakarta			2.600	
	Tenaga Kerja			155	
	<b>Total Biaya</b>				
	Medan			21.745	
	Jakarta			23.345	
3	Harga Jual Pengumpul Medan		29.000		38.29%
	Jakarta		30.000		
4	Profit Penjualan				
	Medan		7.255		
	Jakarta		6.655		
5	Margin Pemasaran				
	Medan	11.000			
	Jakarta	12.000			
	B. Biaya Pemasaran Pengecer				
6	Harga Beli Pengecer		29.000		
	Transportasi		240		
	Tenaga Kerja		2.400		
	<b>Total Biaya</b>		<b>31.640</b>		
7	Harga Jual Pengecer		47.000		
8	Profit Penjualan		15.360		
9	Harga Beli Konsumen Akhir		47.000		
10	Margin Pemasaran	29.000			

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Pada saluran Distribusi dua tingkat dapat dilihat harga jual asparagus ditingkat petani sebesar Rp. 18.000/Kg, petani menjual hasil produksinya

langsung kepada pedagang pengumpul. Pada saluran distribusi dua tingkat biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul asparagus antara lain: biaya packing, transportasi dan tenaga kerja. Dapat dilihat biaya packing meliputi kardus Rp 1000/Kg, keranjang Rp 1500/Kg, tali Rp 50/Kg, solatip Rp 40/Kg dan untuk biaya tenaga kerja sebesar Rp. 155/Kg, biaya transportasi pedagang pengumpul mengeluarkan biaya sebesar Rp. 3.600/Kg. Pedagang pengumpul menjual asparagus untuk pengiriman ke Medan yaitu Rp 29.000/Kg sedangkan pengiriman ke Jakarta Rp 30.000/Kg. Margin yang diperoleh untuk pengiriman ke Medan 11.000, Jakarta 12.000. Profit yang diperoleh oleh pedagang pengumpul dari pemasaran asparagus pada saluran distribusi dua tingkat ini yaitu medan Rp 7.255 dan Jakarta Rp 6.655. Pedagang pengecer membeli asparagus kepada pengumpul sebesar Rp 29.000/Kg, pedagang pengecer juga mengeluarkan biaya transportasi Rp 240/Kg dan biaya tenaga kerja Rp 2.400/Kg. Kemudian pedagang pengecer menjual asparagusnya kembali ke konsumen sebesar Rp 47.000/Kg. Margin yang diperoleh yaitu 29.000 dan profit yang diperoleh pedagang pengecer dari pemasaran asparagus yaitu Rp 15.360.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya pemasaran asparagus margin pemasarannya berbeda-beda tiap pemasaran. Perbedaan margin pemasaran pada pemasaran asparagus disebabkan oleh banyaknya lembaga pemasaran yang dilalui, seperti yang diketahui semakin sedikit saluran pemasarn yang dilewati dalam proses pemasaran maka margin pemasarannya akan semakin rendah dan keuntungan dari pemasarannya akan semakin tinggi.

### **Efisiensi Lembaga Pemasaran Asparagus**

Aspek pemasaran merupakan aspek yang penting dari penelitian ini apabila aspek ini berjalan cukup baik, maka seluruh pihak akan sama-sama diuntungkan. Artinya pemasaran yang baik akan membawa dampak positif terhadap petani, pedagang dan konsumen. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran asparagus di daerah penelitian maka dapat kita lihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 10. Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran Asparagus**

	$8.485 : 47.000 \times 100\%$
<b>Saluran Distribusi Dua Tingkat</b>	$0,18 \times 100\%$
	18%

*Sumber: Data Primer Diolah 2021*

Dapat dilihat pada tingkat efisiensi saluran distribusi dua tingkat sebesar 18%. Hal ini disebabkan marketing margin saluran distribusi dua tingkat ini melibatkan dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, dimana setiap lembaga memiliki biaya pemasaran yaitu Rp 8.485 pada pedagang pengumpul dan Rp 47.000 pada pedagang pengecer. Ini menunjukkan bahwa semakin kecil tingkat efisiensi dari sistem tataniaga maka semakin efisien sistem tersebut, sehingga dalam saluran distribusi dua tingkat efisien di daerah penelitian.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap sistem pemasaran Asparagus di daerah penelitian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Tipe saluran pemasaran di Desa Suka Sipilihen terdiri dari satu saluran pemasaran yaitu tipe saluran distribusi dua tingkat (two stage channel), dari petani ke pedagang pengumpul lalu dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer lalu dari pedagang pengecer ke konsumen akhir.
2. Efisiensi pemasaran pada saluran distribusi dua tingkat sebesar  $18\% < 33\%$ , menunjukkan bahwa pemasaran asparagus efisien.

### **Saran**

1. Diharapkan kepada petani Asparagus di daerah penelitian agar menggunakan input produksi secara optimal agar meningkatkan produksi dari Asparagus tersebut
2. Diharapkan kepada pemerintah untuk lebih memperhatikan secara lebih memberikan bantuan baik berupa modal maupun pengetahuan tentang budidaya Asparagus kepada petani dan lebih meningkatkan peran penyuluhan terhadap sosialisasi tentang teknologi terbaru dibidang budidaya Asparagus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bisuk, P. 2009. Analisis Tataniaga dan Elastisitas Transmisi Harga CPO Internasional Terhadap Harga TBS (Tandan Buah Segar) Kelapa Sawit (Studi Kasus: Desa Mananti Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas). Skripsi. USU. Medan. Hal. 76
- BPP Garokgek, 2013. Asparagus, Peluang dan Budidaya. <http://kiarapedes2013.blogspot.co.id/2013/09/asparagus-peluang-danbudidaya.html>
- Hanafi, R. 2010. *Pengantar ekonomi pertanian*. Penerbit andi.
- Harahap, S.S. 2011. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Penerbit Grasindo, Jakarta
- Irmawati, L.I. 2014. Manajemen Pemasaran di Rumah Sakit. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P., dan K.L. Keller., 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Tiga. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip 2002. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1 Jakarta: Erlangga
- Rahardi, F. 2000. Agribisnis Tanaman Sayur. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Said E. Gumbira-dan A. Haritz Intan. 2001. Manajemen Agribisnis, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Soekartawi. 1989. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasinya. Penerbit Rajawali. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 238 hal.
- Sudiyono, A, 2004. Pemasaran Pertanian, PT Universitas Muhammadiyah Malang
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:PT.Afabeta.
- Sukirno, S. 2013. Mikroekonomi. PT Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.
- Suliyanto. 2010. Studi Kelayakan Bisnis. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Susetyo, W. 2015. Sukses Bertanam Asparagus. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Tari, A.A. 2007. Produk Keripik Nanas sebagai Alternatif Produksi Olahan Buah Nanas (*Ananas comosus* L. Merr) di Daerah Palangkaraya Kalimantan Tengah. Program Sarjana Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor.(SkripsiTeknologiPertanian).

Widiastuti, N dan Mohd. Harisudin, 2013. *Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung di Kabupaten Grobogan*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN ASPARAGUS (*Asparagus officinalis*)

(STUDI KASUS: DESA SUKA SIPILIHEN, KECAMATAN TIGA PANAHAH,

KABUPATEN KARO)

Assalamuallaikum wr.wb

Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu untuk menjadi salah satu responden dalam pengisian kuesioner ini merupakan instrumen penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Nama : Raka Pandu Dewantara

Npm : 1604300054

Fakultas : Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Untuk memenuhi tugas penyelesaian skripsi program sarjana, saya harap Bapak/Ibu menjawab dengan jujur dan terbuka, sebab tidak ada jawaban yang benar atau salah. Semua sesuai dengan kode etik penelitian. Peneliti menjamin kerahasiaan semua data. Ketersediaan bapak/ibu dalam mengisi kuesioner ini adalah bantuan yang tak ternilai bagi saya. Akhir kata saya sampaikan terima kasih atas kerja samanya.

Wasalamualaikum wr.wb

**Identitas Petani**

Nama	
Umur	.....Tahun
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki- Laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Alamat	
Status Pernikahan	<input type="checkbox"/> Menikah <input type="checkbox"/> Belum Menikah
Pendidikan Terakhir	<input type="checkbox"/> SD <input type="checkbox"/> SMA <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> S1

**Pertanyaan Untuk Petani**

No		
1	Sudah berapa lama anda bertani asparagus	Tahun
2	Berapa luas lahan yang anda miliki	Ha
3	Kepada siapa anda menjual usahatani asparagus	a.Konsumen <input type="checkbox"/> c.Pengepul <input type="checkbox"/> b.Pengecer <input type="checkbox"/> d.Pedagang besar <input type="checkbox"/>
4	Apakah anda melakukan grading di saat penjualan usaha tani asparagus	Ya <input type="checkbox"/> Tidak <input type="checkbox"/>
5	Berapa harga jual asparagus (apabila anda melakukan grading) a. Kualitas baik b. Kualitas sedang	Rp/kg  Rp/kg Rp/kg
6	Berapa biaya yang anda keluarkan untuk menjual produk ke pedagang?	Transportasi Sortir DII
7	Berapa periode panen dalam 1 tahun usahatani asparagus yang anda lakukan	
8	Berapa produksi yang dikeluarkan dalam tiap periode panen	
9	Apakah petani yang menentukan harga	Ya <input type="checkbox"/>

	jual	Tidak <input type="checkbox"/>
10	Dalam menentukan harga pihak mana yang lebih dominan dalam penentuan harga	Petani <input type="checkbox"/> Pedagang <input type="checkbox"/>
11	Apa yang menjadi permasalahan petani dalam pemasaran asparagus? Bagaimana petani mengatasinya?	

### Identitas Pedagang

Nama	
Umur	.....Tahun
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki- Laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Alamat	
Status Pernikahan	<input type="checkbox"/> Menikah <input type="checkbox"/> Belum Menikah
Pendidikan Terakhir	<input type="checkbox"/> SD <input type="checkbox"/> S1 <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> SMA
Status Pedagang	<input type="checkbox"/> Agen/Tengkulak <input type="checkbox"/> Pedagang Besar <input type="checkbox"/> Pedagang Eceran

### Pertanyaan Untuk Pedagang

No		
1	Berapa lama anda menjadi pedagang?	Tahun
2	Cara membeli	Mendatangin <input type="checkbox"/> Di datangin <input type="checkbox"/>
3	Berapa volume pembelian dan penjualan dalam satu bulan?	
4	Dari mana anda membeli asparagus?	Petani <input type="checkbox"/> pengepul <input type="checkbox"/> dll

5	Berapa harga beli asparagus?	
6	Berapa harga jual asparagus?	
7	Berapa biaya pemasaran	Pengangkutan: Rp/kg Pergudangan : Rp/kg Keamanan : Rp/kg Tenaga kerja : Rp/kg Sewa tempat : Rp/kg Pengemasan : Rp/kg Lainnya : Rp/kg
8	Lamanya menampung produk?	
9	Permasalahan apa yang anda hadapi dalam memasarkan usahatani asparagus?	
10	Solusi/antisipasi apa yang anda lakukan dalam menghadapi persoalan di atas?	

## Lampiran 2. Karakteristik Sampel Petani Asparagus

No	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan (Orang)	Status Lahan	Luas Lahan (m <sup>2</sup> )
1	Hema Br Ginting	47	SMA	2	Pemilik	2.500
2	Herdianto Tarigan	31	SMA	3	Pemilik	2.500
3	Perdamentah Tarigan	55	SMP	2	Pemilik	2.000
4	Tomong Pranginangin	73	SD	-	Pemilik	700
5	Darmin Sitanggung	49	SMA	1	Sewa	7.500
6	Kristaufan N Tarigan	35	SMA	3	Pemilik	1.000
7	Kesatria Ginting	61	SMP	2	Pemilik	4.500
8	Rahayati Ginting	45	SMA	-	Pemilik	4.000
9	Indah Tarigan	45	SMA	-	Pemilik	3.000
10	Vidi Brian Tarigan	28	SMA	-	Pemilik	3.000
11	Jeri Ginting	30	STM	1	Pemilik	2.500
12	Junaidi Tarigan	46	SMP	2	Pemilik	10.000
13	Permata Ginting	40	SMA	1	Pemilik	2.500
14	Rahman Tarigan	50	SMA	-	Pemilik	2.500
15	Jhason Tarigan	39	SMP	2	Pemilik	4.000
16	Alfredo Ginting	35	SMA	2	Pemilik	4.500
17	Erwin Peranginangin	35	SMA	1	Pemilik	4.000
18	Jhon I Sitanggung	55	SMA	-	Pemilik	3.000
19	Hengki Ginting	52	SMA	-	Pemilik	2.500
20	David Ginting	38	SMA	2	Pemilik	3.000
21	Alex Bungo Tarigan	42	SD	1	Pemilik	3.000
22	Charles Tarigan	45	SMA	1	Pemilik	4.000
23	Daniel Tarigan	50	SMA	1	Pemilik	3.000
24	Ignasius Sitanggung	52	SMP		Pemilik	4.500
25	Jhonatan Ginting	47	SMA	2	Pemilik	2.500
26	Kristian L Tarigan	49	SMP	-	Pemilik	2.500
27	Ambrosius Ginting	53	SD	-	Pemilik	3.000
28	Sandy Ade Tarigan	35	SMA	3	Pemilik	4.000
29	Bernadeus Ginting	46	SMP	2	Pemilik	3.000
30	Bonaventura Ginting	56	SMP	-	Pemilik	2.500
<b>Jumlah</b>		<b>1.364</b>	<b>0,00</b>	<b>34</b>	<b>0,00</b>	<b>101.200</b>
<b>Rataan</b>		<b>45,47</b>	<b>0,00</b>	<b>1,79</b>	<b>0,00</b>	<b>3.373</b>

Sumber: Data Primer Diolah 2021

## Lampiran 3. Harga Jual Petani

No	Nama	Jumlah Asparagus Dijual (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Tempat Penjualan
1	Hema Br Ginting	18	18.000	Pengumpul
2	Herdianto Tarigan	18	18.000	Pengumpul
3	Perdamentah Tarigan	16	18.000	Pengumpul
4	Tomong Pranginangin	8	18.000	Pengumpul
5	Darmin Sitanggung	26	18.000	Pengumpul
6	Kristaufan N Tarigan	14	18.000	Pengumpul
7	Kesatria Ginting	22	18.000	Pengumpul
8	Rahayati Ginting	20	18.000	Pengumpul
9	Indah Tarigan	20	18.000	Pengumpul
10	Vidi Brian Tarigan	22	18.000	Pengumpul
11	Jeri Ginting	18	18.000	Pengumpul
12	Junaidi Tarigan	30	18.000	Pengumpul
13	Permata Ginting	18	18.000	Pengumpul
14	Rahman Tarigan	18	18.000	Pengumpul
15	Jhason Tarigan	20	18.000	Pengumpul
16	Alfredo Ginting	22	18.000	Pengumpul
17	Erwin Peranginangin	20	18.000	Pengumpul
18	Jhon I Sitanggung	20	18.000	Pengumpul
19	Hengki Ginting	18	18.000	Pengumpul
20	David Ginting	20	18.000	Pengumpul
21	Alex Bungo Tarigan	20	18.000	Pengumpul
22	Charles Tarigan	20	18.000	Pengumpul
23	Daniel Tarigan	20	18.000	Pengumpul
24	Ignasius Sitanggung	22	18.000	Pengumpul
25	Jhonatan Ginting	18	18.000	Pengumpul
26	Kristian L Tarigan	18	18.000	Pengumpul
27	Ambrosius Ginting	20	18.000	Pengumpul
28	Sandy Ade Tarigan	20	18.000	Pengumpul
29	Bernadeus Ginting	20	18.000	Pengumpul
30	Bonaventura Ginting	18	18.000	Pengumpul
<b>Jumlah</b>		<b>584</b>	<b>540.000</b>	<b>0</b>
<b>Rataan</b>		<b>19,4</b>	<b>18.000</b>	<b>0</b>

Sumber: Data Primer Diolah 2021

## Lampiran 4. Karakteristik Pengumpul

No	Nama	Umur (Thn)	Pendidikan	Jumlah Tanggungans	Pengalaman(Thn)
1	Junedi Tarigan	48	SMP	2	12
<b>Total</b>		<b>48</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>12</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2021

## Lampiran 5. Analisis Biaya Pemasaran Pengumpul

No	Volume Pembelian (Kg/Hari)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya TK (Rp/Kg)	Transportasi (Rp/Kg)	Pengemasan (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	150	18.000	155	3.600	2.590	45.090
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>18.000</b>	<b>155</b>	<b>3.600</b>	<b>2.590</b>	<b>45.090</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2021

## Lampiran 6. Keuntungan Pedagang Pengumpul

No	Volume Pembelian (Kg/hari)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
1	150	29.000	45.090	14.180
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>29.000</b>	<b>45.090</b>	<b>14.180</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2021

## Lampiran 7. Karakteristik Pengecer

No	Nama	Umur (Thn)	Pendidikan	Jumlah Tanggungans	Pengalaman(Thn)
1	Mhd Syahmad Surbakti	46	S1	2	10
2	Siti Nurlela	44	SMA	2	8
<b>Total</b>		<b>90</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>18</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2021

## Lampiran 8. Analisis Biaya Pemasaran Pengecer

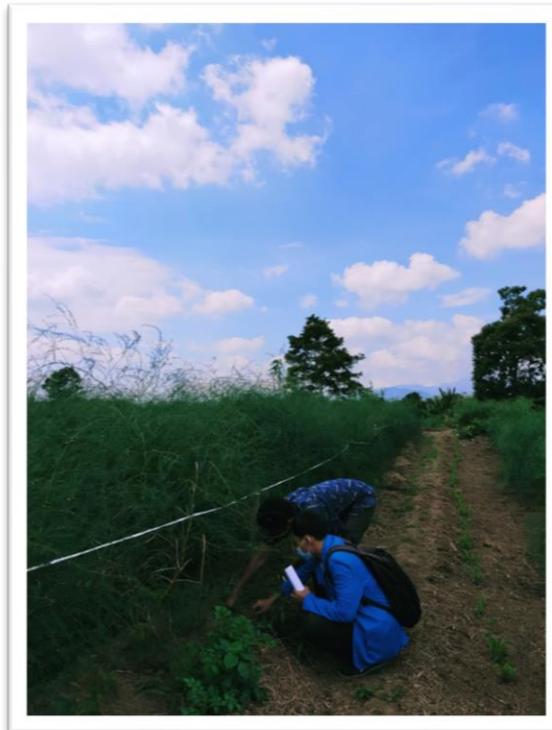
No	Volume Pembelian (Kg/Hari)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya TK (Rp/Kg)	Transportasi (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	50	29.000	2.400	240	31.640
2	50	29.000	2.000	100	31.100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>58.000</b>	<b>4.400</b>	<b>340</b>	<b>62.740</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2021

## Lampiran 9. Keuntungan Pedagang Pengecer

No	Volume Pembelian (Kg/Hari)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
1	40	47.000	31.640	15.360
2	45	47.000	31.100	15.900
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>94.000</b>	<b>62.740</b>	<b>31.260</b>

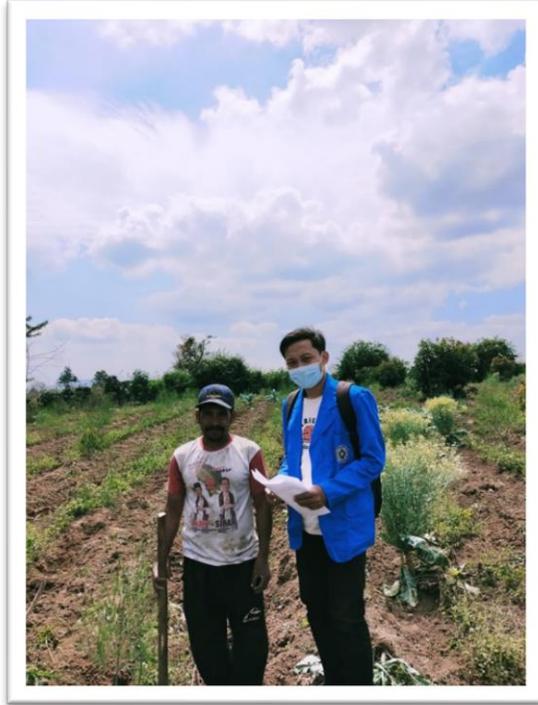
Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian  
**Survei Lapangan di Kebun Asparagus**



**Tanaman Asparagus**



**Petani Asparagus**





**Penyortiran Asparagus**





## Pengemasan Asparagus





**Pengiriman Asparagus**





**Asparagus Yang Di Jual Pada Pasar MMTC**



