

**ANALISIS PROFITABILITAS DAN PEMASARAN BIBIT SAYURAN DI  
KECAMATAN PRAYA KABUPATEN LOMBOK TENGAH  
(STUDI KASUS PADA UD. JAGO FARM)**

***PROFITABILITY AND MARKETING ANALYSIS OF VEGETABLE NURSERY  
PRODUCT IN PRAYA DISTRICT CENTRAL LOMBOK REGENCY  
(CASE STUDY OF UD. JAGO FARM'S)***

**Nurtaji Wathoni<sup>1\*</sup>, Efendy<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

<sup>\*</sup>*Email Penulis korespondensi: efendyefendy9@gmail.com*

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui biaya produksi; profitabilitas, dan saluran serta efisiensi pemasaran produk usaha pembibitan tanaman sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik dan pedagang produk usaha UD. Jago Farm. Penentuan responden pedagang dilakukan secara Snowball Sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis biaya, analisis profitabilitas, dan analisis saluran serta efisiensi Pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata total biaya produksi yang dikeluarkan tahun 2022 adalah biaya variabel adalah Rp. 15.275.000,- dan biaya tetap Rp. 386.960,- dengan total biaya produksi Rp. 19.395.000,- per periode produksi. Profitabilitas Usaha sebesar 61,16% lebih besar dari bunga bank BRI (3% per 6 bulan) dengan keuntungan Rp 12.098.040,- per periode produksi dan total penerimaan Rp 31.880.000,-. Sehingga usaha pembibitan tanaman sayuran layak untuk diusahakan. Pemasaran bibit tanaman sayuran UD. Jago Farm terdapat dua saluran yaitu: produsen – konsumen akhir dan produsen – pedagang pengecer – konsumen akhir. Usaha bibit tanaman sayuran di UD. Jago Farm, untuk bibit cabai rawit, cabai besar, cabai keriting, kubis, dan tomat terbilang efisien dengan margin pemasaran 40,00 sampai 75,00, share harga 72,73% sampai 84,62%, dan distribusi keuntungan yaitu 100.

Kata Kunci: Profitabilitas, Pemasaran, Pembibitan, Sayuran

**ABSTRACT**

*The aim of this research is to determine production costs; profitability, and channels and marketing efficiency of UD's vegetable plant nursery business products. Jago Farm in Jago Village, Praya District, Central Lombok Regency. Respondents in this research are owners and traders of UD business products. Jago Farm. The determination of trader respondents was carried out using Snowball Sampling. The data analysis methods used are cost analysis, profitability analysis, and channel analysis and marketing efficiency. The research results show that the average total production costs incurred in 2022 are variable costs, namely Rp. 15,275,000,- and fixed costs Rp. 386,960,- with total production costs of Rp. 19,395,000,- per production period. Business Profitability of 61.16% is greater than BRI bank interest (3% per 6 months) with a profit of IDR 12,098,040 per production period and total revenue of IDR 31,880,000. So the vegetable plant nursery business is worth pursuing. Marketing of UD vegetable seeds. Jago Farm has two channels, namely: producer – final consumer and producer – retailer – final consumer. Vegetable seedling business at UD. Jago Farm, for cayenne pepper seeds, large chilies, curly chilies, cabbage and tomatoes, is considered efficient with a marketing margin of 40.00 to 75.00, price share of 72.73% to 84.62%, and profit distribution of 100.00.*

Keywords: Profitability, Marketing, Nurseries, Vegetables

**PENDAHULUAN**

Indonesia sebagai negara agraris digambarkan dengan sebagian besar penduduknya hidup dari pertanian. Pembangunan dan pengembangan agribisnis hortikultura belum sepenuhnya dilaksanakan dari hulu sampai ke hilir. Untuk menjamin ketahanan pangan bagi masyarakat di Indonesia, agribisnis hortikultura mempunyai peran penting dan berpengaruh yang besar. Guna

mencapai kesejahteraan masyarakat, agribisnis hortikultura ini perlu diperhatikan oleh pemerintah. Tanaman hortikultura memiliki prospek pengembangan yang baik karena memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan potensi pasar yang terbuka lebar, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Tanaman hortikultura pun mampu meningkatkan apresiasi terhadap berbagai komoditas dan produk berbagai hortikultura bukan lagi hanya sebagai bahan pangan, tetapi juga terkait dengan fungsi-fungsi lainnya (Arnanto et al., 2014). Secara sederhana fungsi utama tanaman hortikultura yaitu sebagai penyedia pangan, seperti pemberian vitamin, mineral, serat, dan senyawa lainnya untuk pemenuhan gizi serta sebagai salah satu unsur keindahan dan kenyamanan lingkungan, sehingga memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan menjadi sumber pendapatan petani, pedagang, dan kalangan industri dan lain-lain (Azizah, 2020; Wahyudi, 2021).

Salah satu tanaman hortikultura di Nusa Tenggara Barat yang mempunyai prospek yang bagus untuk dikembangkan yaitu tanaman sayuran. Tanaman sayuran banyak dikembangkan di berbagai wilayah kabupaten yang ada di Nusa Tenggara Barat (BPS Provinsi Nusa Tenggara Barat, 2020). Kabupaten Lombok Tengah merupakan salah satu wilayah kabupaten yang banyak dikembangkan tanaman sayuran. Dalam memenuhi kebutuhan bibit khususnya bibit tananam sayuran, di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah terdapat unit usaha pembibitan berbagai tanaman sayuran, yaitu UD. Jago Farm. Beberapa bibit sayuran yang dominan diusahakan pada UD. Jago Farm di Desa Jago meliputi: bibit cabai rawit, cabai besar, cabai keriting, kubis dan tomat.

Dalam pemasaran produk, bibit tanaman sayuran biasanya melakukan promosi dan ada juga yang datang sendiri ke penangkar. Dalam pemasarannya, bibit sayuran sudah memiliki jangkauan pasar yang cukup luas dari mulai daerah pulau Lombok hingga ke luar pulau Lombok. Potensi pemasaran bibit sayuran memiliki potensi yang tinggi dan berkelanjutan dikarenakan meningkatnya jumlah petani menanam sayuran. Oleh sebab itu penting untuk mengetahui bagaimana sayuran dalam pemasaran bibit sayuran.

Penelitian ini dilakukan dengan fokus kepada lima komoditi utama pada usahatani bibit sayuran, yaitu cabai rawit, cabai besar, cabai keriting, kubis dan tomat. Adapun hasil dari penelitian ini sesuai harapannya adalah agar dapat menjadi bahan pertimbangan petani pembibitan tanaman sayuran UD. Jago Farm untuk memperluas usahanya dan memperbanyak jumlah sayuran yang paling diminati dan memiliki keuntungan yang lebih besar. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa tidak ada kerugian bagi petani dalam melakukan usahatani mengingat kemampuan dan pengetahuan finansial dan analisis ekonomi masih terbilang kurang. Berdasarkan uraian diatas maka dilakukan penelitian tentang “Analisis Profitabilitas dan Pemasaran Bibit Sayuran di Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah (Studi Kasus pada UD. Jago Farm)”. Adapun tujuan penelitian ini adalah: (1) Mengetahui biaya produksi usaha pembibitan tanaman sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah (2) Mengetahui profitabilitas produk usaha pembibitan tanaman sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah (3) Mengetahui saluran dan efisiensi pemasaran produk usaha pembibitan tanaman sayuran UD. Jago Farm di Desa jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus (Nazir, 2017). Unit analisis dalam penelitian ini adalah unit usaha pembibitan tanaman sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah. Penentuan daerah penelitian merupakan studi kasus pada UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah. Responden dalam penelitian ini adalah

pemilik dan penentuan responden pedagang menggunakan *Snowball Sampling* dengan menelusuri lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bibit mulai dari tingkat produsen sampai ke tingkat konsumen akhir. Sumber data dalam penelitian ini ada 2 macam meliputi data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survey yaitu dengan mengadakan wawancara menggunakan kuisioner.

### Analisis Data

Untuk biaya produksi pada usaha pembibitan tanaman sayuran, dapat dianalisis menggunakan rumus (Soekartawi, 2016):

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = Total Biaya

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel,

Pendapatan usahatani dapat dihitung menggunakan rumus, yaitu:

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan:

Pd = Pendapatan usahatani

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya

Total Penerimaan, yaitu:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

QR = Total Penerimaan

P = Harga

Q = Jumlah Produksi.

Profitabilitas dapat dihitung menggunakan rumus (Syamsuddin, 2011):

$$\text{Profitabilitas} = \frac{\text{Nilai produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$$

Keterangan:

Pendapatan bersih = Selisih penerimaan dengan Total Biaya

Biaya Produksi = Total Biaya Tetap ditambah Biaya Variabel

Kriteria keputusan:

1. Jika  $R/C > 1$  rata-rata tingkat suku bunga deposito bank, maka usaha dinyatakan menguntungkan daripada menyimpan uang di bank dalam bentuk deposito.
2. Jika  $R/C = 1$  rata-rata tingkat suku bunga deposito bank, maka usaha dinyatakan tidak menguntungkan dan tidak merugikan daripada menyimpan uang di bank dalam bentuk deposito.

3. Jika  $R/C < 1$  rata-rata tingkat suku bunga deposito bank, maka usaha dinyatakan merugikan daripada menyimpan uang di bank dalam bentuk deposito.

### Analisis Saluran Pemasaran

Untuk mengetahui saluran pemasaran pembibitan tanaman sayuran dilakukan dengan menelusuri secara langsung dari tingkat petani bibit sayuran sampai tingkat konsumen akhir (Martina et al., 2022), kemudian dianalisis secara deskriptif menggunakan analisis Marjin Pemasaran, distribusi biaya dan distribusi keuntungan. Rumus untuk menghitung Margin Pemasaran, yaitu:

$$MP = \sum_{i=1}^m C_i - \sum_{j=1}^n \pi_j$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran (Rp.bibit)

$C_i$  = Biaya Pemasaran ke  $i$  (Rp/bibit)

$m$  = Jumlah jenis pembiayaan (Rp/bibit)

$\pi_j$  = Keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran (Rp/bibit)

$n$  = Jumlah lembaga pemasaran

Rumus untuk menghitung share produsen/petani, yaitu:

$$SP = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

$S_p$  = Share Produsen (%)

$P_f$  = Harga ditingkat petani (Rp)

$P_r$  = Harga ditingkat konsumen akhir (Rp)

Kriteria keputusan bahwa pemasaran hasil pertanian ditinjau dari bagian harga yang diterima petani produsen dikatakan efisien yaitu apabila harga jual produsen lebih dari porsi harga ditingkat konsumen. Rumus untuk menghitung distribusi keuntungan, yaitu (Asmarantaka, 2008):

$$DK = \frac{\left(\frac{\pi}{C}\right)_{\text{terendah}}}{\left(\frac{\pi}{C}\right)_{\text{tertinggi}}}$$

Keterangan:

DK = Distribusi Keuntungan

$\pi$  = Keuntungan Pemasaran

$C$  = Biaya Pemasaran

Kriteria keputusan yaitu: Pemasaran dikatakan adil atau merata apabila nilai DK antara 0,5 sampai 1, jika DK lebih kecil dari 0,5 maka pemasaran dikatakan tidak adil atau tidak efisien.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi bibit sayuran. Dalam penelitian ini, biaya variabel meliputi: biaya sarana produksi, yaitu biaya untuk membeli sarana produksi seperti benih, pupuk, obat-obatan dan bahan media tanam, serta biaya tenaga kerja.

### Biaya Sarana Produksi

Biaya sarana produksi adalah biaya yang dikeluarkan petani dalam usaha pembibitan tanaman sayuran untuk membeli sarana produksi seperti benih, pupuk, obat-obatan dan bahan media tanam. Rata-rata biaya sarana produksi yang dikeluarkan pada usaha pembibitan tanaman sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah, 2022 disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-rata Penggunaan dan Biaya Sarana Produksi per Periode Produksi pada Usaha Pembibitan Tanaman Sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah

No.	Uraian	Satuan Fisik	Jumlah Fisik	Harga Satuan (Rp/unit)	Nilai (Rp.)
1	Benih Sayuran:				
	(1) Benih Cabai Rawit	(pack)	25	50.000	1.250.000
	(2) Benih Cabai Besar	(pack)	15	180.000	2.700.000
	(3) Benih Cabai Keriting	(pack)	20	125.000	2.500.000
	(4) Benih Kubis	(pack)	10	85.000	850.000
	(5) Benih Tomat	(pack)	20	200.000	4.000.000
	Total Biaya Benih				11.300.000
2	Bahan Media Tanam:				
	(1) Tanah Subur	(truck)	1	500.000	500.000
	(2) Sekam Bakar	(kw)	500	1.200	600.000
	(3) Kompos	(kw)	1	1.000.000	1.000.000
	(4) Polybag	(pack)	3	250.000	750.000
	Total Bhn Media Tanam	(pack)	505		2.850.000
3	Pupuk:				
	(5) POC	(liter)	10	75.000	750.000
	(6) Kaptan	(kg)	250	1.500	375.000
	Total Biaya Pupuk	(Rp)			1.125.000
	Total Biaya Sarana Produksi	(Rp)			15.275.000

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 1, menunjukkan bahwa rata-rata biaya sarana produksi yang dikeluarkan pada usaha pembibitan tanaman sayuran UD Jago Farm di Desa Jago adalah Rp 15.275.000,- per periode produksi. Biaya sarana produksi tersebut meliputi: biaya untuk pembelian benih tanaman sayuran sebesar Rp 11.300.000,- per periode produksi. Benih tanaman sayuran meliputi: benih cabi rawit, cabai besar, cabai keriting, kol, dan tomat. Selain biaya untuk benih, terdapat biaya untuk pembelian bahan media tanam sebesar Rp 2.850.000,- per periode produksi yang meliputi: pembelian tanah subur, sekam bakar, kompos, dan polybag. Selanjutnya biaya untuk pembelian pupuk sebesar Rp 1.125.000,- per periode produksi.

### **Biaya Tenaga Kerja**

Terdapat beberapa jenis pekerjaan dalam usaha pembibitan tanaman sayuran, yaitu: persiapan media tanam, pengayakan, pencampuran media, pengisian polybag, penyemaian, pemindahan bibit, dan penyiraman. Rata-rata penggunaan dan biaya tenaga kerja yang dikeluarkan pada usaha pembibitan tanaman sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah, 2022 disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Penggunaan dan Biaya Tenaga Kerja per Periode Produksi pada Usaha Pembibitan Tanaman Sayuran UD Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah

No.	Uraian	Jumlah TK (HKO)	Upah (Rp/hr)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)
1	Persiapan media tanam	1,43	25.000	50.000
2	Pengayakan	2,14	75.000	225.000
3	Pencampuran media	0,86	25.000	75.000
4	Pengisian Polybag	72,00	25.000	2.100.000
5	Penyemaian	3,43	25.000	150.000
6	Pemindahanbibit	30,00	50.000	1.500.000
7	Penyiraman	0,57	10.000	20.000
	Jumlah	110,43		4.120.000

Sumber: Data Primer diolah (2022)

### **Biaya Tetap**

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak tergantung atas besar kecil atau kuantitas bibit sayuran yang dihasilkan. Beberapa alat yang digunakan dalam usaha pembibitan tanaman sayuran meliputi: rumah bibit, arco, sekop, cangkul, alat cetak media penyemaian, gergaji kayu, gareng, hand sprayer, ayakan dan trai bambu serta pajak tanah lahan usaha (Fadhilah & Rochdiani, 2021). Biaya tetap dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rata-rata Biaya Tetap Usaha Pembibitan Tanaman Sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah

No.	Uraian	Jumlah Fisik	Harga Satuan (Rp/unit)	Nilai (Rp)	Lama Pakai (th)	Nilai Sisa (Rp)	Penyusutan Alat	
							per Tahun (Rp/th)	per Proses (Rp/pp)
1	Penyusutan Alat							
a	Rumah Bibit	1	75.000.000	75.000.000	5	60.000.000	3.000.000	250.000
b	Arco	3	600.000	1800.000	5	480.000	264.000	22.000
c	Sekop	4	50.000	200.000	5	40.000	32.000	2.667
d	Cangkul	4	200.000	800.000	5	160.000	128.000	10.667
e	Alat Cetak	35	50.000	1750.000	5	40.000	342.000	28.500
f	Gergaji Kayu	2	75.000	150.000	5	60.000	18.000	1.500
g	Gareng	3	100.000	300.000	5	80.000	44.000	3.667
h	Hand Sprayer	1	750.000	750.000	5	600.000	30.000	2.500
i	Ayakan	2	150.000	300.000	5	120.000	36.000	3.000
j	Trai Bambu	1000	3.000	3000.000	5	2.400	599.520	49.960

Total		374.460
Penyusutan		
2 Pajak Tanah	150.000	12.500
<b>Jumlah</b>	<b>4.493.520</b>	<b>386.960</b>

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.,rata-rata biaya tetap pada usaha pembibitan tanaman sayuran UD Jago Farm adalah Rp 386.960,- per periode produksi. Biaya tetap tersebut terdiri atas biaya penyusutan alat dan pajak tanah (lahan usaha). Rata-rata nilai penyusutan alat adalah Rp 374.00,- per periode produksi dan untuk pajak lahan adalah Rp 12.500,- per periode produksi.

### Produksi dan Penerimaan

Pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa total penerimaan UD. Jago Farm adalah Rp 31.880.000,- per periode produksi. Dari total penerimaan tersebut, persentase penerimaan terbesar adalah pada bibit tomat, yaitu Rp 9.000.000,- per periode produksi (28%), selanjutnya diikuti oleh bibit cabai rawit yaitu sebesar Rp 8.000.000,- per periode produksi (25%). Dari kelima jenis bibit tanaman sayuran yang diusahakan UD. Jago Farm, penerimaan yang paling sedikit adalah pada bibit kol, yaitu sebesar Rp 3.600.000,- per periode produksi. Besar kecilnya penerimaan yang diperoleh pada usah pembibitan tanaman sayuran sebagai mana hasil penelitian disebabkan oleh jumlah produksi dan harga jual per satuan (Firdaus & Ariyoso, 2010; Mulyana & Syaifullah, 1996; Nailufar, 2018). Jumlah bibit tanaman sayuran yang dihasilkan untuk jenis bibit cabai rawit adalah 40.000 pohon dengan harga jual Rp 200,- per pohon. Selain itu, bibit cabai besar yang dihasilkan sebanyak 20.000 pohon dengan harga jual Rp 300,- per pohon; bibit cabai keriting sebanyak 24.000 pohon dengan harga jual Rp 220,- per pohon; bibit kol sebanyak 20.000 pohon dengan harga jual Rp 180,- per pohon; dan bibit tomat sebanyak 30.000 pohon dengan harga jual Rp 300,- per pohon.

Tabel 4. Rata-rata Produksi, Harga Satuan dan Penerimaan pada Usaha Pembibitan Tanaman Sayuran di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah

No.	Uraian	Satuan Fisik	Jumlah Fisik	Harga Satuan (Rp/phn)	Nilai (Rp.)	Persentase (%)
1	Bibit Cabai Rawit	(phn)	40.000	200	8.000.000	25
2	Bibit Cabai Besar	(phn)	20.000	300	6.000.000	19
3	Bibit Cabai Keriting	(phn)	24.000	220	5.280.000	17
4	Bibit Kubis	(phn)	20.000	180	3.600.000	11
5	Bibit Tomat	(phn)	30.000	300	9.000.000	28
<b>Total Penerimaan</b>		<b>(Rp)</b>			<b>31.880.000</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer diolah (2022)

### Profitabilitas Usaha Pembibitan Tanaman Sayuran

Berdasarkan pada Tabel 5., rata-rata total penerimaan yang diperoleh usaha pembibitan tanaman sayuran UD. Jago Farm yaitu sebesar Rp 31.880.000,- per periode produksi. Selanjutnya dengan total biaya produksi Rp 19.781.960,- per priode produksi diperoleh keuntungan atau laba sebesar Rp 12.098.040,- pe periode produksi.

Selanjutnya, dari hasil perhitungan profitabilitas dapat diketahui bahwa tingkat profitabilitas usaha pembibitan tanaman sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah sebesar Rp 61,16%. Nilai tersebut artinya setiap 100% biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi bibit tanaman sayuran di UD. Jago Farm dapat menghasilkan laba sebesar 61,16%. Sementara itu, tingkat suku bunga deposito per 6 bulan Bank BRI, Tahun 2022 (pada saat penelitian) sebesar 3% dan suku bunga kredit 5,4% per 6 bulan (Lifepal, 2023). Suatu usaha dikatakan layak jika profitabilitasnya lebih besar dari 1 (Martina et al., 2022; Sugiyanto & Robiyanto, 2020). Hal ini berarti bahwa usaha pembibitan tanaman sayuran pada UD. Jago Farm dapat dikatakan menguntungkan dan layak beroperasi karena tingkat profitabilitas yang diperoleh 61,16%.

Tabel 5. Profitabilitas Produk Usaha Pembibitan Tanaman Sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan praya Kabupaten Lombok Tengah

No.	Uraian	Nilai (Rp.)
1	Total Penerimaan	31.880.000
2	Total Biaya Produksi	19.781.960
3	Keuntungan	12.098.040
4	Profitabilitas (%)	61,16
5	Tingkat Suku Bunga BRI 2022	3,00

Sumber: Data Primer diolah (2022)

## Saluran dan Efisiensi Pemasaran Bibit Tanaman Sayuran

### *Saluran Pemasaran Bibit Tanaman Sayuran*

Saluran Pemasaran atau disebut juga saluran distribusi merupakan jalur pemasaran produk dari tangan produsen hingga sampai ke konsumen (Rahardja & Manurung, 2008). Berdasarkan hasil penelitian bahwa pemasaran dimulai dari produsen Pembibitan Tanaman Sayuran ke konsumen dan melalui pengecer sebagai perantara yang menyalurkan bibit sayuran tersebut ke tangan konsumen akhir. Lembaga perantara yang ikut terlibat memasarkan hasil bibit sayuran yaitu pedagang pengecer (PP) serta memasarkan langsung ke konsumen akhir. Untuk pembayaran bibit sayuran dengan cara pembayaran secara langsung (cash). Dalam kegiatan pemasaran bibit tanaman sayuran masing-masing pelaku pemasaran memiliki peran. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 2 (dua) saluran pemasaran yang dilalui produsen bibit tanaman sayuran yaitu:

1. Saluran Pemasaran I : Produsen menjual langsung ke konsumen akhir.
2. Saluran Pemasaran II : Produsen menjual ke pedagang pengecer kemudian pengecer menjualnya ke konsumen akhir.

Efisien pemasaran adalah kemampuan petani dan lembaga pemasaran untuk menyalurkan produk hingga ke konsumen akhir dengan biaya serendah-rendahnya dan mampu melakukan pembagian keuntungan kepada setiap lembaga pemasaran yang terlibat secara adil sesuai dengan pengorbanan yang diberikan oleh setiap lembaga pemasaran dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen (Marwanti & Astuti, 2012).

### *Efisiensi Pemasaran*

Untuk mengetahui saluran pemasaran bibit tanaman sayuran dilakukan dengan menelusuri secara langsung dari tingkat petani bibit sayuran sampai ke tingkat konsumen akhir, kemudian dianalisis secara deskriptif menggunakan analisis Marjin Pemasaran, distribusi biaya dan distribusi keuntungan (Astuti et al., 2016).

### Margin Pemasaran

Marjin pemasaran masing-masing produk bibit tanaman sayuran pada usaha pembibitan tanaman sayuran di UD. Jago disajikan pada Tabel 6.

#### *Saluran Pemasaran Bibit Cabai Rawit*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah bibit cabai rawit yang dijual produsen kepada pedagang pengecer sebesar 14.000 pohon dengan harga rata-rata yaitu Rp 200/pohon. Harga dari pedagang pengecer ke konsumen akhir yaitu sebesar Rp 260/pohon dengan total biaya pemasaran sebesar Rp 4,31/pohon, dengan total keuntungan pemasran sebesar Rp 55,69/pohon, dengan margin pemasaran sebesar Rp 60,00/pohon, dengan share harga sebesar 76,92%, dengan distribusi keuntungan sebesar 100. Setiap Rp 1,- biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer akan memberikan keuntungan pemasaran sebesar 12,93.

Tabel 6. Efisiensi Pemasaran Produk Usaha Pembibitan Tanaman Sayuran di UD. Jago Farm Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah

No.	Pelaku Pasar	Jenis Bibit Tanaman Sayuran					Rata-rata
		Cabai Rawit	Cabai Besar	Cabai Keriting	Kubis	Tomat	
1	Petani						
	Harga Jual (Rp/phn)	200	300	220	200	300	244
2	Pedagang Pengecer						
	Harga Beli (Rp/phn)	200	300	220	200	300	244
	Harga Jual (Rp/phng)	260	355,83	260	275	358	302
	Biaya Pemasaran (Rp/phn)	4,31	4,31	6,46	5,35	3,12	4,71
	Keuntungan (Rp/phn)	55,69	51,53	33,54	69,65	55,22	53,13
	Margin (Rp/phn)	60,00	55,83	40,00	75,00	58,33	57,83
	Π/C	12,93	11,96	5,19	13,02	17,73	11,29
	Konsumen Akhir (Rp/kg)	260,00	355,83	260,00	275,00	358,33	301,83
3	Total Biaya Pemasaran (Rp/phn)	4,31	4,31	6,46	5,35	3,12	4,71
	Total Keuntungan Pemas. (Rp/phn)	55,69	51,53	33,54	69,65	55,22	53,13
	Total Margin Pemasaran (Rp/phn)	60,00	55,83	40,00	75,00	58,33	57,83
	Share Petani (%)	76,92	84,31	84,62	72,73	83,72	80,84
	Distribusi Keuntungan	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Data Primer diolah (2022)

#### *Saluran Pemasaran Bibit Cabai Besar*

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa produsen menjual bibit tanaman cabai besar kepada pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer akan menjual ke konsumen akhir (Hasan & Haribowo\_P, 2007). Sehingga terbentuk margin pemasaran pada saluran pemasarannya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah bibit cabai besar yang dijual produsen kepada pedagang pengecer sebesar 10.500 pohon dengan harga rata-rata yaitu Rp 300/pohon. Harga dari pedagang pengecer ke konsumen akhir yaitu sebesar Rp 356/pohon dengan total biaya pemasaran sebesar Rp 4,31/pohon, dengan total keuntungan pemasaran sebesar Rp 51,53/pohon, dengan margin pemasaran sebesar Rp 55,83/pohon, dengan share harga sebesar 84,31%, dengan distribusi keuntungan sebesar 100. Setiap Rp 1,- biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer akan memberikan keuntungan pemasaran sebesar 11,96.

### ***Saluran Pemasaran Bibit Cabai Keriting***

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa produsen menjual bibit tanaman cabai keriting kepada pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer akan menjual ke konsumen akhir. Sehingga terbentuk margin pemasaran pada saluran pemasarannya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah bibit cabai keriting yang dijual produsen kepada pedagang pengecer sebesar 5000 pohon dengan harga rata-rata yaitu Rp 220/pohon. Harga dari pedagang pengecer ke konsumen akhir yaitu sebesar Rp 260/pohon dengan total biaya pemasaran sebesar Rp 6,46/pohon, dengan total keuntungan pemasaran sebesar Rp 33,54/pohon, dengan margin pemasaran sebesar Rp 40,00/pohon, dengan share harga sebesar 84,62%, dengan distribusi keuntungan sebesar 100. Setiap Rp 1,- biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer akan memberikan keuntungan pemasaran sebesar 5,19.

### ***Saluran Pemasaran Bibit Kubis***

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah bibit kubis yang dijual produsen kepada pedagang pengecer sebesar 5000 pohon dengan harga rata-rata yaitu Rp 200/pohon. Harga dari pedagang pengecer ke konsumen akhir yaitu sebesar Rp 275/pohon dengan total biaya pemasaran sebesar Rp 5,35/pohon, dengan total keuntungan pemasaran sebesar Rp 69,65/pohon, dengan margin pemasaran sebesar Rp 75,00/pohon, dengan share harga sebesar 72,73%, dengan distribusi keuntungan sebesar 100. Setiap Rp 1,- biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer akan memberikan keuntungan pemasaran sebesar 13,02.

### ***Saluran Pemasaran Bibit Tomat***

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah bibit tomat yang dijual produsen kepada pedagang pengecer sebesar 10.000 pohon dengan harga rata-rata yaitu Rp 300/pohon. Harga dari pedagang pengecer ke konsumen akhir yaitu sebesar Rp 358/pohon dengan total biaya pemasaran sebesar Rp 3,12/pohon, dengan total keuntungan pemasaran sebesar Rp 55,22/pohon, dengan margin pemasaran sebesar Rp 58,33/pohon, dengan share harga sebesar 83,72%, dengan distribusi keuntungan sebesar 100. Setiap Rp 1,- biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer akan memberikan keuntungan pemasaran sebesar 17,73.

### ***Share Petani***

- a. Share petani pada saluran pemasaran bibit cabai rawit  
Pada saluran pemasaran bibit cabai rawit memiliki share harga sebesar 76,92% dikatakan efisien karena memiliki share petani >60% .
- b. Share petani pada saluran pemasaran bibit cabai besar  
Pada saluran pemasaran bibit cabai besar memiliki share harga sebesar 84,31% dikatakan efisien karena memiliki share petani >60% .
- c. Share petani pada saluran pemasaran bibit cabai keriting  
Pada saluran pemasaran bibit cabai keriting memiliki share harga sebesar 84,62% dikatakan efisien karena memiliki share petani >60% .
- d. Share petani pada saluran pemasaran bibit kubis  
Pada saluran pemasaran bibit kol memiliki share harga sebesar 72,73% dikatakan efisien karena memiliki share petani >60% .
- e. Share petani pada saluran pemasaran bibit tomat

Pada saluran pemasaran bibit tomat memiliki share harga sebesar 83,72% dikatakan efisien karena memiliki share petani >60% .

### ***Distribusi Keuntungan***

Berdasarkan hasil penelitian pada usaha bibit tanaman sayuran di UD. Jago Farm Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah, untuk semua bibit tanaman sayuran yaitu bibit cabai rawit, bibit cabai besar, bibit cabai keriting, bibit kol, dan bibit tomat memiliki nilai distribusi keuntungan sebesar 100. Sehingga distribusi keuntungan pada saluran pemasaran bibit tanaman sayuran tersebut atau saluran pemasaran produk bibit ini dikatakan adil.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Rata-rata total biaya produksi yang dikeluarkan usaha pembibitan tanaman sayuran UD. Jago farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah adalah biaya variabel sebesar Rp 15.275.000,- dan biaya tetap sebesar Rp 386.960,- dengan total biaya produksi sebesar Rp 19.395.000,- per periode produksi.
2. Profitabilitas Usaha Pembibitan Tanaman Sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah adalah 61,16% lebih besar dari bunga bank BRI (3% per 6 bulan) dengan keuntungan yaitu Rp 12.098.040,- per periode produksi dan total penerimaan yaitu Rp 31.880.000,-. Hal ini membuktikan bahwa usaha pembibitan tanaman sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah layak untuk diusahakan.
3. Pemasaran bibit tanaman sayuran UD. Jago Farm di Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah terdapat dua saluran SP I: produsen – konsumen akhir, SP II: produsen – pedagang pengecer – konsumen akhir Berdasarkan hasil penelitian pada usaha bibit tanaman sayuran di UD. Jago Farm Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah, untuk bibit cabai rawit, cabai besar, cabai keriting, kubis, dan tomat terbilang efisien dengan margin pemasaran 40,00 sampai 75,00. Dengan share harga yaitu 72,73% sampai 84,62%, dan distribusi keuntungan yaitu 100

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Kepada pemerintah setempat agar lebih memperhatikan perkembangan produksi pembibitan tanaman sayuran dengan cara melakukan penuluhan tentang pembibitan tanaman sayuran.
2. Diharapkan bagi pengusaha bibit tanaman sayuran agar terus meningkatkan produksi, karena usaha bibit tanaman sayuran cukup tinggi dari sisi pendapatan dan keuntungan

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arnanto, Hartoyo, S., & Rindayati, W. (2014). Analisis Integrasi Pasar Spasial Komoditi Pangan Antar Propinsi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 3(2), 136–157. <https://doi.org/10.29244/jekp.3.2.2014.136-157>
- Asmarantaka, R. W. (2008). Analisis Rumah Tangga Petani Dan Keterpaduan Pasar Kopi Di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Dan Ekonomi Pertanian*, 2(1), 39–52.

- <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalagribisnis/article/view/5994>
- Astuti, T. W., Maharani, E., & Yusmini. (2016). Fungsi-Fungsi Pemasaran Jagung Manis Di Desa Ridan Permai Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Pertanian*, 3(2), 1–9. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFAPERTA/article/view/10583>
- Azizah, L. (2020). No Strategi Pengembangan Kontribusi Usaha Pertanian Hortikultura Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Ditinjau Dari Perspektif Islam (Di Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan). *Airlangga Journal of Innovation Management*, 1(2), 207–225. <https://doi.org/10.20473/ajim.v1i2.21908>
- BPS Provinsi Nusa Tenggara Barat. (2020). *Statistika Produksi Tanaman Hortikultura Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2020*. Badan Pusat Statistika Nusa Tenggara Barat.
- Fadhilah, M., & Rochdiani, D. (2021). Analisis Pendapatan Petani Usahatani Manggis Di Desa Simpang Sugiran Kecamatan Guguak Kabupaten Limapuluh Kota. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 796–804. <https://doi.org/10.25157/MA.V7I1.4790>
- Firdaus, M., & Ariyoso. (2010). Keterpaduan Pasar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Kakao Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 3(1), 69–79. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/53625>
- Hasan, F., & Haribowo\_P, R. Y. K. (2007). Analisis Keterpaduan Pasar Gula Pasir Domestik dan Internatinal. *Embryo*, 4(2), 107–113. <https://pertanian.trunojoyo.ac.id/jurnal/embryo/vol-4-no-2/>
- Lifepal. (2023). *Ini Besaran Bunga Pinjaman Bank BRI Sesuai dengan Jenisnya*. <https://lifepal.co.id/media/bunga-pinjaman-bank-bri/>
- Martina, Y., Wagini, & Hidayah, N. R. (2022). Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Kimia Farma (PERSERO) Tbk. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 67–75. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1696>
- Marwanti, S., & Astuti, I. D. (2012). Model Pemberdayaan Perempuan Miskin melalui Pengembangan Kewirausahaan Keluargamenuju Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Karanganyar. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 9(1), 134–144. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:7NlCk04nj00J:https://core.ac.uk/download/pdf/12346271.pdf+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id>
- Mulyana, W., & Syaifullah, E. (1996). *Pemasaran dan Integrasi Pasar Minyak Goreng dalam Ekonomi Minyak Goreng di Indonesia*. IPB Press.
- Nailufar, M. (2018). *Analisis Integrasi Pasar Beras Di Provinsi Jawa Timur*. Universitas Brawijaya.
- Nazir. (2017). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Soekartawi. (2016). *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia Press.
- Sugiyanto, S. C., & Robiyanto. (2020). Integrasi Dinamis Pasar Modal Indonesia dengan Pasar Modal Internasional pada Masa Pandemi Covid-19. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 3(2), 143–151. <https://doi.org/10.26905/afr.v3i2.551>
- Wahyudi, T. (2021). *Pengelolaan Komoditas Hortikultura Unggulan Berbasis Lingkungan*. Politeknik Pembangunan Pertanian Malang.