

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pola Produksi, Distribusi, Dan Pemasaran Sayuran Di Kota Pangkalpinang

Oleh:

Dr. Eni Karsiningsih, S.P., M.Si.

Dr. Henny Helmi, S.Si., M.Si.

Latar Belakang

Menurut Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, tahun 2022 Indonesia mengimpor sayuran sebesar 1 Juta ton dan 62% impor sayuran tersebut berasal Tiongkok Cina. Hal ini menunjukkan bahwa peluang bisnis sayuran di Indonesia masih sangat terbuka. Kota Pangkalpinang juga merupakan salah satu daerah yang ketersediaan sayurannya belum mampu memenuhi kebutuhan masyarakatnya. keterbatasan lahan pertanian di Kota Pangkalpinang menyebabkan produksi sayuran terbatas. Berdasarkan data Dinas Pangan dan Pertanian Kota Pangkalpinang tahun 2022, Konsumsi sayuran masyarakat Kota Pangkalpinang sebesar 11.255 ton. Sedangkan produksi sayuran di Kota Pangkalpinang hanya sebesar 84,8 ton. Sehingga kekurangan sayuran di Kota Pangkalpinang adalah sebesar 11.171 ton yang masih didatangkan dari luar Kota Pangkalpinang.

Dalam memproduksi sayuran di Kota Pangkalpinang, KWT dan kelompok tani memiliki beberapa kendala, yaitu lahan untuk melakukan usahatani sayuran terbatas, usahatani sayuran belum berorientasi komersial, manajemen pengelolaan KWT masih sederhana, motivasi anggota KWT masih rendah, Kesadaran Anggota KWT masih rendah, Pola produksi belum direncanakan dengan baik, Informasi harga sayuran masih terbatas (harga konvensional dengan media tanah dan hidroponik sama), belum ada pola kemitraan yang jelas antara KWT/kelompok tani dengan pedagang, Saluran pemasaran belum efisien, dan Kurangnya Promosi (jangkauan pasar terbatas). Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh KWT/kelompok tani di Kota Pangkalpinang, maka perlu dilakukan kajian mengenai pola produksi, distribusi, dan pemasaran sayuran di Kota Pangkalpinang.

Tujuan

1. Mengetahui pola produksi sayuran di Kota Pangkalpinang.
2. Mengetahui saluran pemasaran sayuran di Kota Pangkalpinang.
3. Mendeskripsikan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh KWT/kelompok tani dan pedagang
4. Menganalisis margin pemasaran sayuran di Kota pangkalpinang.
5. Menganalisis efisiensi saluran pemasaran sayuran di Kota Pangkalpinang.
6. Menghitung Farmer's Share yang diterima KWT/Kelompok Tani

Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberi masukan berupa arahan kebijakan dan strategi serta program implementasi yang berkaitan dengan pola produksi, distribusi, dan pemasaran sayuran kepada pemerintah Kota Pangkalpinang yang berpedoman pada pembangunan berkelanjutan untuk peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pangkalpinang Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Waktu pengambilan data dilakukan bulan Juni 2023. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode survei. Adapun responden dalam penelitian ini adalah 43 KWT dan 5 kelompok tani yang melakukan usahatani sayuran baik yang dilakukan secara konvensional (media tanah) atau hidroponik yang berada di Kota Pangkalpinang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling jenuh yaitu semua KWT dan kelompok tani dijadikan responden. Berdasarkan teknik analisis data, pola produksi sayuran, saluran pemasaran sayuran, dan fungsi-fungsi pemasaran sayuran dianalisis secara deskripsi. Adapun margin pemasaran, efisiensi pemasaran, dan *farmer's share* dihitung sesuai dengan rumus yang telah ditentukan.

Hasil Penelitian

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa 51 persen KWT/kelompok tani aktif melakukan usahatani sayuran dan 49 persen tidak aktif. Alasan KWT/kelompok tani tidak aktif melakukan usahatani sayuran adalah 58 persen disebabkan masalah-masalah manajemen pengelolaan KWT/kelompok tani, 34 persen masalah lahan, 8 persen tidak ada dukungan dari pemerintah desa setempat. Terdapat 17 Pola produksi sayuran dengan media tanah dan 8 pola produksi sayuran secara hidroponik. Produksi sayuran yang dilakukan oleh KWT/kelompok tani di Kota Pangkalpinang dibedakan menjadi 2, yaitu usahatani sayuran konvensional (media tanah) dan hidroponik. Secara konvensional, jenis sayuran yang paling banyak ditanam adalah Kangkung dengan pola tanam yang paling banyak dilakukan adalah Cabe + Selada + Pakcoy + Sawi Hijau + Bayam + Kangkung + Seledri + Tomat + Kembang Kol + Kacang Panjang + Jagung Manis. Sedangkan secara hidroponik, jenis sayuran yang paling banyak ditanam oleh KWT adalah Pakcoy dengan pola tanam yang paling banyak dilakukan adalah Selada + Pakcoy + Sawi Hijau + Sawi Keriting. Bertanam sayuran secara hidroponik hanya dilakukan oleh KWT saja, sedangkan semua kelompok tani melakukan usahatani sayuran secara konvensional.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 3 saluran pemasaran sayuran di Kota Pangkalpinang, yaitu saluran 1: KWT/kelompok tani -> konsumen; saluran 2: KWT/kelompok tani -> pedagang pengecer -> konsumen; saluran 3: KWT/kelompok tani -> Pengumpul/tengkulak -> pedagang pengecer -> Konsumen. KWT/kelompok tani melakukan hampir semua fungsi-fungsi pemasaran seperti fungsi penjualan, fungsi pengangkutan, fungsi penyimpanan, fungsi pengemasan, fungsi sortasi dan grading, fungsi pembiayaan, fungsi resiko fisik, fungsi resiko pasar, informasi pasar, promosi, dan penelitian. KWT/kelompok tani melakukan semua fungsi pemasaran kecuali fungsi pembelian. Sedangkan pedagang juga melakukan semua fungsi pemasaran kecuali fungsi penyimpanan dan fungsi penelitian. Margin pemasaran merupakan selisih harga beli dengan harga jual sayuran. Margin Pemasaran terbesar terdapat pada saluran 3 untuk tanaman Cabai Rawit yang ditanam dengan media tanah yaitu sebesar Rp 7.000/Kg dan terkecil yaitu Rp 2.000/Kg terdapat pada saluran 2 sayuran kangkung. Sedangkan margin pemasaran sayuran terbesar hidroponik terdapat pada saluran 3 Pakcoy yaitu sebesar Rp 7000/Kg. Efisiensi pemasaran merupakan perbandingan total dari biaya produksi sayuran dengan harga yang diterima konsumen akhir dikalikan 100 persen. Saluran pemasaran dikatakan efisien jika nilai efisiensi pemasarannya kurang dari 50 persen. Semakin kecil nilai efisiensi pemasaran, maka saluran pemasaran semakin efisien. Semua saluran pemasaran sayuran baik yang ditanam dengan media tanah atau hidroponik efisien. Saluran pemasaran yang paling Efisiensi untuk sayuran baik yang ditanam dengan media tanah maupun hidroponik adalah saluran 1 yaitu dari KWT/kelompok tani langsung menjual ke Konsumen. Farmer's share terbesar yang diperoleh KWT/kelompok tani dalam melakukan pemasaran sayuran adalah saluran 1 yaitu KWT/kelompok tani langsung menjual sayuran mereka ke konsumen.

Kesimpulan

1. Terdapat 17 Pola produksi sayuran dengan media tanah dan 8 pola produksi sayuran secara hidroponik.
2. Terdapat 3 saluran Pemasaran Sayuran baik dengan media tanah maupun secara hidroponik, yaitu 1) KWT/Kelompok Tani -> Konsumen; 2) KWT/Kelompok Tani -> Pedagang Pengecer -> Konsumen; 3) KWT/Kelompok Tani -> Pedagang Pengumpul/Tengkulak -> Pedagang Pengecer -> Konsumen.
3. KWT/kelompok tani melakukan semua fungsi pemasaran kecuali fungsi pembelian. Sedangkan pedagang juga melakukan semua fungsi pemasaran kecuali fungsi penyimpanan dan fungsi penelitian.
4. Marjin Pemasaran terbesar terdapat pada saluran 3 untuk tanaman Cabai Rawit yang ditanam dengan media tanah yaitu sebesar Rp 7.000/Kg dan terkecil yaitu Rp 2.000/Kg terdapat pada saluran 2 sayuran kangkung. Sedangkan marjin pemasaran sayuran terbesar hidroponik terdapat pada saluran 3 Pakcoy yaitu sebesar Rp 7000/Kg.
5. Semua saluran pemasaran sayuran baik yang ditanam dengan media tanah atau hidroponik efisien. Saluran pemasaran yang paling Efisiensi untuk sayuran baik yang ditanam dengan media tanah maupun hidroponik adalah saluran 1 yaitu dari KWT/Kelompok Tani langsung menjual ke Konsumen.
6. Farmer's share terbesar yang diperoleh KWT/Kelompok tani dalam melakukan pemasaran sayuran adalah saluran 1 yaitu KWT/Kelompok Tani ke Konsumen.

Saran

1. Jika produksi sayuran terbatas, KWT/Kelompok Tani sebaiknya menjual sayuran secara langsung ke konsumen (saluran 1).
2. Jika produksi banyak, sebaiknya KWT/Kelompok Tani menjual kepada pedagang dengan menjalin kemitraan terlebih dahulu, sehingga kualitas terjaga dan harga yang diperoleh KWT/Kelompok Tani dapat maksimal.
3. Sebaiknya ada Stasiun Terminal Agribisnis yang menghubungkan antara KWT/Kelompok Tani dengan Konsumen sayuran.
4. Pemberian bantuan kepada KWT/Kelompok Tani diprioritaskan dengan mempertimbangkan tingkat kontinuitas produksi sayuran dan komitmen yang tinggi dari KWT/Kelompok Tani.