

## **MARGIN PEMASARAN KENTANG (*Solanum tuberosum L.*) DI KABUPATEN BREBES**

*Marketing Margin of Potato (*Solanum tuberosum L.*) in Brebes Regency*

**Khusnul Khatimah<sup>1\*</sup>, Siti Mudmainah<sup>2</sup>**

<sup>1,2)</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Peradaban  
Jl. Raya Pagojengan KM.3 Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes 52276

\*Sur-el : [kusnulkhat@gmail.com](mailto:kusnulkhat@gmail.com)

Diterima / Disetujui

### **ABSTRAK**

Kabupaten Brebes merupakan daerah ketiga penghasil kentang di Propinsi Jawa Tengah. Kentang hanya dibudidayakan di Kecamatan Paguyangan dan Kecamatan Sirampog. Di daerah tersebut memiliki potensi yang baik untuk budidaya kentang, tetapi tidak diimbangi dengan manajemen pemasaran yang baik. Pola pemasaran yang panjang menjadi salah satu permasalahan yang terjadi sehingga berpengaruh terhadap margin pemasarannya. Metode daerah penelitian menggunakan *purposive*. Pengambilan responden menggunakan metode *snowball* sehingga diperoleh 50 responden. Metode penelitian menggunakan analisis margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan kentang terbagi menjadi 3 grade (grade AB, AL, AP). Margin pemasaran yang paling tinggi yakni Grade AP pada saluran 1. Margin pemasaran yang paling rendah pada Grade AL pada saluran 4. Semakin panjang rantai pemasaran maka margin pemasaran semakin tinggi, begitu pula sebaliknya.

Kata kunci: Kentang, Margin, Pemasaran

### **ABSTRACT**

*Brebes Regency is the third potato-producing area in Central Java Province. Potatoes are only cultivated in Paguyangan and Sirampog Districts. This area has good potential for potato cultivation, but it is not balanced with good marketing management. The long marketing pattern is one of the problems that occurs so that it affects the marketing margin. Research area method using purposive. Respondents were taken using the snowball method so that 50 respondents were obtained. The research method uses marketing margin analysis. The results showed that potatoes were divided into 3 grades (grade AB, AL, AP). The highest marketing margin is Grade AP on channel 1. The lowest marketing margin is Grade AL on channel 4. The longer the marketing chain, the higher the marketing margin, and vice versa.*

*Keywords:* Potato, Margin, Marketing

### **PENDAHULUAN**

Pangan merupakan kebutuhan utama manusia yang perlu senantiasa diusahakan ketersediaannya oleh seluruh lapisan masyarakat. Menurut Gunarto (2003), terdapat berbagai permasalahan yang harus dihadapi antara lain penyediaan karena peningkatan jumlah

penduduk, pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya beli masyarakat, perubahan selera, dan kapasitas pangan nasional yang pertumbuhannya semakin lambat. Astawan (2009) berpendapat bahwa harus ada usaha yang dilakukan untuk menjamin ketersediaan pangan sekaligus adanya upaya agar pendapatan masyarakat dapat meningkat. Prioritas

utamanya pada komoditas yang memiliki nilai ekonomi tinggi, seperti tanaman kentang (Gunarto, 2003).

Jawa Tengah memiliki potensi pertanian hortikultura, salah satunya komoditas kentang. Menurut data BPS Jawa Tengah (2019) komoditas kentang berada pada urutan keempat produksi tanaman sayur buah semusim di Jawa Tengah sejumlah 2,87 juta kuintal pada tahun 2019.

Terdapat tiga produsen kentang utama di Jawa Tengah yaitu Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Wonosobo, dan Kabupaten Brebes. Pada tahun 2018 Kabupaten Brebes memiliki luas panen kentang sebesar 2.491 ha dan jumlah produksinya 50.241 ton. Pada tahun 2019 bertambah menjadi 2.568 ha dengan jumlah produksi 51.715 ton (BPS Jawa Tengah, 2019).

Komoditas kentang dibudidayakan di dua kecamatan yakni Kecamatan Sirampog dan Kecamatan Paguyangan. Wilayah tersebut sesuai dengan letak geografis syarat tumbuh kentang. Menurut Sugiharyanto (2008), kentang dapat tumbuh dengan baik jika memenuhi persyaratan agroklimatologi rata-rata suhu harian 15-22° C dengan ketinggian 1000-2000 mdpl.

Luas panen kentang di Kecamatan Sirampog lebih besar jika dibandingkan dengan Kecamatan Paguyangan yaitu berturut-turut memiliki luas panen sebesar 1.740 ha dan 825 ha (2.565 ha) dengan jumlah produksi sebesar 48.401 ton pada tahun 2017, namun lebih rendah dibandingkan tahun 2016 dengan luas panen 2.657 ha, serta jumlah produksi 52.290 ton (BPS Kabupaten Brebes, 2017).

Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian (2011) menyatakan bahwa kondisi rantai pemasaran yang panjang dan lemahnya kekuatan tawar menawar (*bargaining power*) petani mengakibatkan harga jual di tingkat

petani, tengkulak, pedagang dan pengecer terdapat selisih margin yang tinggi. Berbagai permasalahan tersebut menyebabkan minat petani dalam berbudi daya kentang mengalami penurunan. Oleh karena itu, analisis margin pemasaran kentang perlu dilakukan supaya terjadi perbaikan pada sistem manajemen pemasaran yang berkelanjutan.

## METODE ANALISIS

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari - Maret 2021. Pengambilan daerah penelitian menggunakan teknik *purposive* (sengaja) yakni di Kecamatan Sirampog dan Paguyangan Kabupaten Brebes. Pemilihan lokasi dikarenakan hanya dua kecamatan tersebut yang membudidayakan komoditas kentang di Kabupaten Brebes. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik *snowball sampling*. Jumlah responden petani sebanyak 50 petani kentang yang tergabung dalam gapoktan atau poktan baik di Kecamatan Sirampog maupun Kecamatan Paguyangan. Selanjutnya menelusuri rantai pemasaran kentang di dua kecamatan tersebut berdasarkan informasi yang diperoleh dari responden petani sebelumnya hingga ke responden pedagang kecil.

### Analisis Margin Pemasaran

Rita (2010) Rumus analisis margin pemasaran secara matematis adalah sebagai berikut:

$$Mi = Pji - Pbi$$

$$Mi = Ci - \pi i$$

$$Psi - Pbi = Ci + \pi i$$

Keuntungan pelaku rantai pemasaran ke-i :

$$\pi = Pji - Pbi - Ci$$

sehingga besarnya margin pemasaran yakni:

$$MT = \sum Mi$$

Keterangan:

$M_i$  = Margin pemasaran di tingkat pelaku ke-i

$P_{ji}$  = Harga penjualan untuk pelaku ke-i

$P_{bi}$  = Harga pembelian untuk pelaku ke-i

$C_i$  = Biaya pelaku tingkat ke-i

$\pi_i$  = Keuntungan pelaku tingkat ke-i

MT = Margin total

i = 1, 2, 3, ..., n

Jika hasil nilai margin pemasaran makin kecil berarti mengindikasikan tingkat efisiensi saluran pemasaran yang makin tinggi, begitu pula sebaliknya (Sudiyono, 2002).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis margin pemasaran dapat digunakan untuk menghitung perbedaan harga produk serta perbedaan pendapatan yang diterima oleh anggota rantai pemasaran dalam mengalirkan produk dari produsen sampai ke konsumen.

Besar biaya total margin pemasaran didapat dari jumlah margin pemasaran pada tiap anggota rantai pemasaran. Margin pemasaran tiap anggota rantai pemasaran merupakan selisih dari harga jual produk dengan harga beli produk. Margin pemasaran menggambarkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap anggota dalam rantai pemasaran serta laba yang didapat para anggota

rantai pemasaran sebagai balas jasa atas kontribusinya, dan besarnya berbeda tergantung dari kegiatan yang dilakukan oleh masing-masing anggota rantai pemasaran.

Komoditas kentang di Kabupaten Brebes merupakan varietas granola. Menurut Purwito dan Wattimena (2008), kentang varietas Granola memiliki keunggulan berumur pendek, hasil yang cukup tinggi, tahan terhadap *Potato Virus X* (PVX) dan *Potato Virus Y* (PVY) agak tahan hawar daun dan penyakit layu. Hasil komoditas kentang di Kabupaten Brebes terbagi menjadi 3 grade, yakni grade AB, grade AL, dan grade PL. Grade AB adalah grade kentang yang memiliki kualitas dan harga yang paling baik. Grade AL adalah grade kentang yang memiliki kualitas dan harga sedang. Grade PL adalah grade kentang yang memiliki kualitas dan harga paling rendah.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, saluran pemasaran kentang di Kabupaten Brebes memiliki 4 pola saluran. Saluran 1 yakni Petani-Tengkulak-Pedagang besar-Pedagang kecil-Pedagang pengecer-Konsumen. Saluran 2 yakni Petani-Tengkulak-Pedagang besar-Pedagang kecil-Konsumen akhir. Saluran 3 yakni Petani-Pedagang besar-Pedagang kecil-Pedagang pengecer-Konsumen akhir. Saluran 4 yakni Petani-Pedagang besar-Pedagang kecil-Konsumen.

Berikut ini rekapitulasi nilai margin pemasaran komoditas kentang berdasarkan 3 grade pada 4 pola saluran pemasaran di Kabupaten Brebes.

**Tabel 1. Analisis Margin Pemasaran Komoditas Kentang Di Kabupaten Brebes Grade AB**

<b>Harga di Setiap Pelaku Pemasaran (Rp / Kg)</b>	<b>Saluran Pemasaran</b>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Petani</b>				
Harga Jual	9.000	9.000	9.500	9.500
<b>Tengkulak</b>				
Harga Beli	9.000	9.000	-	-
Harga Jual	9.500	9.500	-	-
Margin	500	500	-	-
<b>Pedagang Besar</b>				
Harga Beli	9.500	9.500	9.500	9.500
Harga Jual	11.000	11.000	11.000	11.000
Margin	1.500	1.500	1.500	1.500
<b>Pedagang Kecil</b>				
Harga Beli	11.000	-	11.000	-
Harga Jual	12.500	-	12.500	-
Margin	1.500	-	1.500	-
<b>Pedagang Pengecer</b>				
Harga Beli	12.500	11.000	12.500	11.000
Harga Jual	14.500	13.000	14.000	12.500
Margin	2.000	2.000	1.500	1.500
<b>Konsumen Akhir</b>				
	14.500	13.000	14.000	12.500
<b>Total Margin</b>	<b>5.500</b>	<b>4.000</b>	<b>4.500</b>	<b>3.000</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Pada penelitian ini cakupan area rantai pemasaran dipengaruhi oleh panjang pendeknya rantai pemasaran. Apabila rantai pemasaran makin Panjang maka cakupan areanya makin luas. Biaya rantai permasaran paling tinggi ada pada saluran 1 yaitu Rp 1000/kg. Hal ini berarti saluran 1 secara struktur biaya masih belum efisien apabila dibandingkan dengan saluran lainnya. Biaya paling rendah Rp 550/kg ada di saluran 4. Hal tersebut merupakan sesuatu yang wajar terjadi sebab

didasarkan pada cakupan area pasok komoditas kentang pada rantai pemasaran.

Jika diperhatikan dari segi margin pemasaran maka margin pemasaran paling tinggi ada pada saluran 1 yaitu sebesar Rp. 5.500/kg. Sedangkan margin pemasaran paling rendah ada pada saluran 4 yaitu sebesar Rp 3.000. Saluran 2 dan 3 masing-masing sebesar Rp 4.000 dan Rp 4.500. Besar kecilnya margin pemasaran dipengaruhi dari besar kecilnya biaya dan laba yang diperoleh.

**Tabel 2. Analisis Margin Pemasaran Komoditas Kentang Di Kabupaten Brebes Grade AL**

<b>Harga di setiap Pelaku Pemasaran (Rp / Kg)</b>	<b>Saluran Pemasaran</b>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Petani</b>				
Harga Jual	8.500	8.500	9.000	9.000
<b>Tengkulak</b>				
Harga Beli	8.500	8.500	-	-
Harga Jual	9.000	9.000	-	-
Margin	500	500	-	-
<b>Pedagang Besar</b>				
Harga Beli	9.000	9.000	9.000	9.000
Harga Jual	10.000	10.000	10.000	10.000
Margin	1.000	1.000	1.000	1.000
<b>Pedagang Kecil</b>				
Harga Beli	10.000	-	10.000	-
Harga Jual	11.500	-	11.500	-
Margin	1.500	-	1.500	-
<b>Pedagang Pengecer</b>				
Harga Beli	11,500	10.000	11.500	10.000
Harga Jual	13.000	12.000	13.000	12.000
Margin	1.500	2.000	1.500	2.000
<b>Konsumen Akhir</b>	13.000	12.000	13.000	12.000
<b>Total Margin</b>	<b>4.500</b>	<b>3.500</b>	<b>4.000</b>	<b>3.000</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Sesuai kesepakatan pelaku pemasaran kentang, kentang grade AL merupakan kentang dengan ukuran sedang dengan kualitas buah yang standar dan kulit yang tidak rusak. Harga rata-rata kentang dengan grade AL mencapai Rp 12.000 – 13.000/kg. Biaya rantai pemasaran grade AL sama dengan grade AB. Biaya rantai pemasaran paling tinggi yaitu pada saluran 1 sebesar Rp 1.000/kg. Artinya, secara struktur biaya saluran pemasaran 1 kurang efisien dibanding dengan saluran pemasaran lainnya. Biaya terendah Rp 550/kg

terdapat di saluran pemasaran 4, karena berdasarkan pada cakupan wilayah pasok kentang serta saluran yang lumayan pendek pada rantai pemasaran.

Margin pemasaran paling tinggi ada di saluran 1 yaitu Rp 4.500/kg. Sedangkan yang paling rendah ada di saluran 4 yaitu Rp 3.000 dan saluran 2 dan saluran 5 masing-masing sebesar Rp 2.750 dan Rp 3.500. Besar kecilnya margin pemasaran dipengaruhi oleh besar kecilnya biaya yang dikeluarkan serta laba yang didapat.

**Tabel 3. Analisis Margin Pemasaran Komoditas Kentang Di Kabupaten Brebes Grade PL**

<b>Harga di setiap Pelaku Pemasaran (Rp / Kg)</b>	<b>Saluran Pemasaran</b>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Petani</b>				
Harga Jual	5.500	5.500	6.500	6.500
<b>Tengkulak</b>				
Harga Beli	5.500	5.500	-	-
Harga Jual	6.500	6.500	-	-
Margin	1.000	1.000	-	-
<b>Pedagang Besar</b>				
Harga Beli	6.500	6.500	6.500	6.500
Harga Jual	8.000	8.000	8.000	8.000
Margin	1.500	1.500	1.500	1.500
<b>Pedagang Kecil</b>				
Harga Beli	8.000	-	8.000	-
Harga Jual	9.500	-	9.500	-
Margin	1.500	-	1.500	-
<b>Pedagang Pengecer</b>				
Harga Beli	9.500	8.000	9.500	8.000
Harga Jual	11.000	10.000	11.000	10.000
Margin	1.500	2.000	1.500	2.000
<b>Konsumen Akhir</b>				
Total Margin	<b>5.500</b>	<b>4.500</b>	<b>4.500</b>	<b>3.500</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3, apabila dilihat dari segi margin pemasaran maka dapat dilihat bahwa margin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran 1 yakni sebesar Rp 5500/kg. Sedangkan margin pemasaran terendah terdapat pada saluran 4 yakni sebesar Rp 3.500. Saluran 2 dan 3 memiliki margin pemasaran yang sama yaitu sebesar Rp 4.500. Besar kecilnya margin pemasaran dipengaruhi dengan besar kecilnya biaya yang dikelurkan dan keuntungan yang diperoleh. Dalam penelitian ini biaya dan keuntungan terkecil ada pada saluran 4. Total keuntungan tertinggi diperoleh saluran 1 yakni sebesar Rp 4.000/kg dan keuntungan paling rendah diperoleh saluran 4 sebesar Rp 2950/kg.

## **KESIMPULAN**

Di Kabupaten Brebes, hasil kentang terbagi menjadi 3 grade, yakni grade AB, grade AL, grade AP dengan 4 pola saluran pemasaran. Pada kentang grade AB, margin pemasaran paling tinggi Saluran 1 (Rp 5.500) dan paling rendah Saluran 4 (Rp 3.000). Pada kentang grade AL, margin pemasaran paling tinggi Saluran 1 (Rp 4.500) dan paling rendah Saluran 4 (Rp 3.000). Pada kentang grade AP, margin pemasaran paling tinggi Saluran 1 (Rp 5.500) dan paling rendah Saluran 4 (Rp 3.500). Saluran 1 memiliki margin paling tinggi dikarenakan rantai pemasaran yang paling panjang, yakni Petani – Tengkulak - Pedagang besar - Pedagang kecil - Pedagang pengecer - Konsumen. Saluran 4 memiliki margin paling rendah dikarenakan rantai pemasaran yang

paling pendek, yakni Petani - Pedagang besar - Pedagang kecil - Konsumen.

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Riset dan Teknologi (Kemenristek) yang telah berkontribusi pendanaan dalam Hibah Penelitian Dosen Pemula (PDP) Monotahun pada tahun 2020 dengan nomor surat kontrak penelitian 240/RISET/K.LPPM.061042/V/2020.

Sugiharyanto. 2008. Prospek Pengembangan Budidaya Tanaman Kentang di Indonesia. *Jurnal Geomedia*. 6(2), 43-52.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Astawan, M. 2009. *Ensiklopedia Gizi Pangan Untuk Keluarga*. Dian Rakyat. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2017. *Brebes Dalam Angka 2017*. BPS Kabupaten Brebes.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2019. *Jawa Tengah Dalam Angka 2019*. BPS Propinsi Jawa Tengah.
- Gunarto. 2003. Pengaruh Penggunaan Ukuran Bibit Terhadap Pertumbuhan, Produksi Dan Mutu Umbi Kentang Bibit G4 (*Solanum tuberosum L.*). *Jurnal Sains Dan Teknologi*. 5(5).173–179.
- Purwito, A., & Wattimena, G. A. 2008. Kombinasi Persilangan Dan Seleksi In Vitro Untuk Mendapatkan Kultivar Unggul Kentang. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*. 13(3). 142-150.
- Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. 2011. PSE-KP. Jakarta.
- Rita, H. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.