

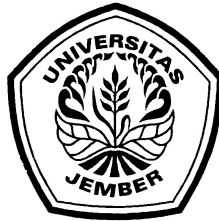


**ANALISIS KERAGAAN RANTAI PEMASARAN, EFISIENSI,  
DAN MARJIN PEMASARAN KOMODITAS SAYURAN  
DI PASAR TANJUNG KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

**Oleh  
Rizki Inggelina Fajrin  
NIM. 071510201011**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN/AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**



**ANALISIS KERAGAAN RANTAI PEMASARAN, EFISIENSI,  
DAN MARJIN PEMASARAN KOMODITAS SAYURAN  
DI PASAR TANJUNG KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Sosial Ekonomi (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Pertanian

Oleh

**Rizki Inggelina Fajrin**  
**NIM. 071510201011**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN/AGRIBISNIS**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**2011**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibunda H. Chayatul Muflichah dan Ayahanda Hj. Sigit Rekso Bawono yang tercinta;
2. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
3. Almamater Fakultas Pertanian Universitas Jember

## MOTO

Kesuksesan adalah sebuah sudut pandang, jika anda ingin sukses, mulailah berpikir bahwa anda adalah orang yang sukses.\*)

---

\*) Anonim

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Inggelina Fajrin

NIM : 071510201011

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “*Analisis Keragaan Rantai Pemasaran, Efisiensi, dan Marjin Pemasaran Komoditas Sayuran di Pasar Tanjung Kabupaten Jember*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, November 2011  
Yang menyatakan,

Rizki Inggelina Fajrin  
NIM. 071510201011

**SKRIPSI**

**ANALISIS KERAGAAN RANTAI PEMASARAN, EFISIENSI,  
DAN MARJIN PEMASARAN KOMODITAS SAYURAN  
DI PASAR TANJUNG KABUPATEN JEMBER**

Oleh

**Rizki Inggelina Fajrin**  
**NIM 071510201011**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Ir. M. Sunarsih, M.S.

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Ir. Yuli Hariyati, M.S

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “*Analisis Keragaan Rantai Pemasaran, Efisiensi, dan Margin Pemasaran Komoditas Sayuran di Pasar Tanjung Kabupaten Jember*” telah diuji dan disahkan pada :

hari, tanggal : Selasa, 29 November 2011

tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Tim penguji :

Penguji 1,

Ir. M. Sunarsih, M.S.  
NIP 194812271980102001

Penguji 2,

Penguji 3,

Dr. Ir. Yuli Hariyati, M.S.  
NIP 196107151985032002

Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M.Rur.M  
NIP 197006261994031002

Mengesahkan  
Dekan,

Dr. Ir. Bambang Hermiyanto, M.P.  
NIP 196111101988021001

## RINGKASAN

**Analisis Keragaan Rantai Pemasaran, Efisiensi, dan Marjin Pemasaran Komoditas Sayuran di Pasar Tanjung Kabupaten Jember;** Rizki Inggelina Fajrin, 071510201011; 2011; 82 halaman; Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Jember

Sayuran adalah salah satu komoditas dari Sektor Pertanian yang banyak diusahakan oleh masyarakat kita. Sayuran yang memiliki banyak manfaat dan kegunaan setiap hari dikonsumsi oleh masyarakat kita. Selama ini tataniaga sayuran sebagai salah satu produk pertanian masih kurang efisien, ditinjau dari pembagian keuntungan, hal ini tergambar dari sangat rendahnya harga produk sayuran ditingkat produsen sayuran terutama skala kecil atau petani. Namun harga yang diterima oleh konsumen akhir, relatif mahal. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui keragaan rantai pemasaran; (2) untuk mengetahui, tingkat efisiensi masing-masing saluran pemasaran; dan (3) untuk mengetahui distribusi marjin pada masing-masing lembaga pemasaran dalam tiap saluran, komoditas sayur-sayuran di Pasar Tanjung Kabupaten Jember.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan hasil wawancara secara langsung kepada pedagang sayur menggunakan kuisioner. Metode analisis pertama menggunakan metode deskriptif untuk mengetahui keragaan rantai pemasaran komoditas sayuran di Pasar Tanjung. Jenis sayur yang menjadi obyek penelitian ini adalah sawi, labu siam, cabai rawit, kubis, kentang, dan wortel. Metode analisis yang kedua adalah metode analisis efisiensi pemasaran, dan yang ketiga adalah metode analisis marjin pemasaran.

Hasil studi menunjukkan bahwa lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran sayuran di Pasar Tanjung adalah petani, pedagang besar, pedagang antar pasar, pedagang pengecer dan konsumen. Terdapat 3 jenis saluran yang digunakan oleh para lembaga pemasaran sayur sawi, terdapat 2 jenis saluran pemasaran sayur labusiam, terdapat 2 jenis saluran pemasaran sayur cabai rawit, terdapat 3 jenis saluran pemasaran sayur kubis, terdapat 3 jenis saluran pemasaran



sayur kentang, terdapat 3 jenis saluran pemasaran sayur wortel di Pasar Tanjung Kabupaten Jember. Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang paling umum digunakan adalah dari petani ke pedagang besar, lalu ke pedagang pengecer dan kepada konsumen

Saluran pemasaran sawi yang paling efisien adalah saluran pemasaran 2 dengan tingkat efisiensi 2,86%, saluran pemasaran labu siam yang paling efisien adalah saluran pemasaran 2 dengan tingkat efisiensi 11,67%, saluran pemasaran cabai rawit yang paling efisien adalah saluran pemasaran 2 dengan tingkat efisiensi 4,58%, saluran pemasaran komoditas kubis yang paling efisien adalah saluran pemasaran 2 dengan tingkat efisiensi 3,62%, saluran pemasaran kubis, yang paling efisien adalah saluran pemasaran saluran pemasaran 2 dengan tingkat efisiensi 2,22%, saluran pemasaran komoditas wortel, yang paling efisien adalah saluran pemasaran 2 dengan tingkat efisiensi 7,32%.

Dari seluruh saluran pemasaran sayur secara umum dapat disimpulkan bahwa saluran yang paling efisien adalah yang paling pendek yakni dengan satu tingkat pedagang perantara. Hanya pada komoditas labu siam saja, saluran yang paling efisien adalah saluran panjang yakni saluran dengan tiga tingkat pedagang perantara.

Besarnya volume penjualan lembaga pemasaran mempengaruhi besarnya keuntungan. Semakin besar volume penjualan maka biaya pemasaran tiap satuannya menjadi lebih rendah. Sehingga dengan biaya pemasaran yang lebih rendah, maka bagian keuntungan yang diperoleh menjadi lebih besar. Namun pembagian keuntungan sebagian besar lembaga pemasaran, belum terdistribusi secara proporsional.

Kata kunci : keragaan pasar, rantai pemasaran, efisiensi pemasaran, marjin pemasaran, sayuran

## SUMMARY

**Analysis of Marketing Channel Performance, Efficiency, and Marketing Margins of Vegetables in Pasar Tanjung Kabupaten Jember;** Rizki Inggelina Fajrin, 071510201011; 2011; 77 pages; Department of Agriculture, University of Social Economy Jember

Vegetables are one of the commodities from the Agriculture Sector, which is widely cultivated by our society. Vegetables which has many benefits and uses, every day is consumed by our society. so far, vegetable trading system, as one of agricultural products, still less efficient, in terms of profit sharing, this is reflected in the extremely low price of vegetables, especially the level of small-scale vegetable producers or farmers. However, the price received by the final consumer, are relatively expensive. The purpose of this study were (1) to determine the marketing channels, (2) to determine, the level of efficiency of each marketing channel, and (3) to determine the distribution margin at each institution in each channel marketing, commodity vegetables in Pasar Tanjung Kabupaten Jember.

This study uses primary and secondary data. Primary data obtained by interviews directly to the vegetable seller, using questionnaire. The first analysis method, using the descriptive method, to determine the marketing channels, vegetables that are the object of this study is the mustard, squash, pepper, cabbage, potatoes, and carrots. The second method of analysis, is analytical methods of marketing efficiency, and the third method is analysis of marketing margins.

The study shows that, marketing agencies are involved in vegetable marketing channels of Pasar Tanjung is farmers, wholesalers, traders who sell across markets, retailers and consumers. There are three types of channels used by marketing agencies of mustard. there are 2 channels of squash, there are 2 channels of chili, there are 3 channels of cabbage, there are 3 channels of potato, there are 3 channels of carrot, in Pasar Tanjung Kabuaten Jember. The results also

showed that, the most common marketing channels are used, is channel that starts from farmers to wholesalers, then to retailers and to consumers.

Marketing channels of Mustard, the most efficient marketing of it's channel is the second with 2.86% efficiency rate. Marketing channels of squash, the most efficient marketing of it's channel is the second with 11.67% efficiency rate. Marketing channels of pepper, the most efficient of it's channels is the second with 4.58% efficiency rate. Marketing channels of cabbage, the most efficient of it's channels is the second with 3.62% efficiency rate. Marketing channels of potatoes, the most efficient of it's channels is the second with 2.22%,. Marketing channels of carrots, the most efficient of it's channels is the second with 7.32% efficiency rate.

Of all the marketing channels of vegetables, in general it can be concluded that the most efficient channel is the shortest, that is the channel with a level of broker or seller. Only in commodity squash, the most efficient channel is the channel with three levels of broker or seller.

The large volume of sales marketing agencies, affects the amount of profit. The greater volume of sales, then the cost of marketing per unit will be lower. So with that condition, the benefits could be greater. But, most of the profit sharing of marketing agencies, has not distributed proportionally.

Key words: market performance, channel marketing, marketing efficiency, marketing margins

## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT. atas limpahan rahmat dan Ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Analisis Keragaan Rantai Pemasaran, Efisiensi, dan Marjin Pemasaran Komoditas Sayuran di Pasar Tanjung Kabupaten Jember*.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Jember,
2. Dr. Ir. Bambang Hermiyanto, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember;
3. Dr. Ir. Evita Soliha Hani, M.P selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Jember;
4. Ir. M. Sunarsih, M.S., selaku Dosen Pembimbing Utama (Penguji 1), Dr. Ir. Yuli Hariyati, M.S. selaku Dosen Penguji 2, dan Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M selaku Dosen Penguji 3 yang telah meluangkan waktu, pikiran, serta perhatian dalam penyusunan skripsi ini;
5. Diah Puspaningrum, SP, MP. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama menjadi mahasiswa;
6. Para Responden pedagang sayuran di Pasar Tanjung Kabupaten Jember,
7. Bapak Kepala dan Staff UPTD Pasar Tanjung atas informasinya,
8. Bapak ibuku H. Sigit & Hj. Chahyatul Muflichah, nenekku Hj. Siti Fatima, *best sister* Lolita, dan juga Ismail yang memberi dorongan dan doa demi terselesaikannya skripsi ini;
9. Achmad Fardiansyah yang telah menghabiskan banyak waktu bersama saya;
10. KTMS : bN, Dayu, Dian, Griska, Jepi, Mama Rita, Marhamah, Mimi, dan Pita. Teman SOSEK '07 yang telah memberi dukungan & semangat;

Penulis juga menerima kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, November 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>x</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1. Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Permasalahan .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Tinjauan Pustaka.....</b>	<b>6</b>
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.1.2 Komoditas Sayuran.....	7
2.1.3 Teori Pemasaran .....	10
2.1.4 Teori Efisiensi Pemasaran.....	13
2.1.5 Teori Marjin Pemasaran.....	15
2.1.6 Teori Pasar .....	18
2.1.7 Teori Permintaan Primer dan Penawaran Primer.....	19
<b>2.2 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3 Hipotesis .....</b>	<b>26</b>

<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
<b>3.1 Penentuan Daerah Penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>3.2 Metode Penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3 Metode Pengambilan Sampel .....</b>	<b>27</b>
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>28</b>
<b>3.5 Metode Analisis.....</b>	<b>29</b>
<b>3.6 Terminologi .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
<b>4.1 Keadaan Geografis .....</b>	<b>33</b>
<b>4.2 Keadaan Penduduk .....</b>	<b>34</b>
4.2.1 Keadaan Penduduk Menurut Kelompok Umur .....	34
4.2.2 Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan .....	35
<b>4.3 Lokasi Pasar Tanjung .....</b>	<b>36</b>
4.3.1 Sejarah Pasar Tanjung .....	38
4.3.2 Jumlah Toko di Pasar Tanjung .....	38
4.3.3 Jumlah Pedagang berdasar Produk dan Komoditas Yang diperdagangkan.....	38
<b>BAB 5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
<b>5.1 Keragaan Rantai Pemasaran Komoditas Sayur-sayuran         di Pasar Tanjung Kabupaten Jember.....</b>	<b>42</b>
<b>5.2 Efisiensi Pemasaran pada Berbagai Komoditas Sayur         Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember .....</b>	<b>52</b>
<b>5.3 Distribusi Marjin Komoditas Sayur-sayuran di Pasar         Tanjung Kabupaten Jember.....</b>	<b>57</b>
<b>BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
<b>6.1 Kesimpulan.....</b>	<b>66</b>
<b>6.2 Saran .....</b>	<b>67</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Hubungan Kurva Permintaan Primer dan Permintaan Turunan.....	20
2.2	Hubungan Kurva Penawaran Primer dan Penawaran Turunan.....	20
2.3	Kurva Permintaan Primer dan Turunan Serta Marjin Pemasaran.....	21
2.4	Kerangka Pemikiran.....	25
5.1	Skema Saluran Pemasaran Sayur Sawi.....	42
5.2	Skema Saluran Pemasaran Sayur Labusiam.....	44
5.3	Skema Saluran Pemasaran Sayur Cabai.....	45
5.4	Skema Saluran Pemasaran Sayur Kubis.....	47
5.5	Skema Saluran Pemasaran Sayur Kentang.....	48
5.6	Skema Saluran Pemasaran Sayur Wortel.....	50
5.7	Skema Saluran Pemasaran yang Paling Banyak Digunakan di Pasar Tanjung Kabupaten Jember	51

## **DAFTAR TABEL**

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
3.1	Jumlah Pedagang dan Sampel yang Diambil di Pasar Tanjung Kabupaten Jember Tahun 2011.....	28
4.1	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Hasil Sensus Penduduk tahun 2000 .....	34
4.2	Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan dan Ijasah yang terakhir yang Dimiliki, BPS 2010.....	35
4.3	Jumlah dan Luas Toko Lantai Atas dan lantai Bawah Pasar Tanjung .....	38
4.4	Jumlah Pedagang di Lantai Bawah Pasar Tanjung .....	39
4.5	Jumlah Pedagang Lesehan di Lantai Bawah Pasar Tanjung .....	40
4.6	Jumlah Pedagang di Lantai Atas Pasar Tanjung .....	41
5.1	Efisiensi Pemasaran Komoditas Sayur Sawi.....	52
5.2	Efisiensi Pemasaran Komoditas Sayur Labusiam.....	53
5.3	Efisiensi Pemasaran Komoditas Sayur Cabai.....	54
5.4	Efisiensi Pemasaran Komoditas Sayur Kubis.....	54
5.5	Efisiensi Pemasaran Komoditas Sayur Kentang.....	55
5.6	Efisiensi Pemasaran Komoditas Sayur Wortel.....	56
5.7	Distribusi Marjin pada saluran Pemasaran Komoditas Sayur Sawi.....	58
5.8	Distribusi Marjin pada saluran Pemasaran Komoditas Sayur Labusiam.....	59
5.9	Distribusi Marjin pada saluran Pemasaran Komoditas Sayur Cabai.....	60
5.10	Distribusi Marjin pada saluran Pemasaran Komoditas Sayur Kubis.....	61
5.11	Distribusi Marjin pada saluran Pemasaran Komoditas Sayur Kentang.....	63
5.12	Distribusi Marjin pada saluran Pemasaran Komoditas Sayur Wortel.....	64

## DAFTAR LAMPIRAN



<b>Nomor</b>	<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
A	Harga Beli, Harga Jual, dan Distribusi Marjin pada Saluran Pemasaran Komoditas Sayur Sawi di Pasar Tanjung Kabupaten Jember.....	72
B	Harga Beli, Harga Jual, dan Distribusi Marjin pada Saluran Pemasaran Komoditas Sayur Labusiam di Pasar Tanjung Kabupaten Jember.....	73
C	Harga Beli, Harga Jual, dan Distribusi Marjin pada Saluran Pemasaran Komoditas Sayur Labusiam di Pasar Tanjung Kabupaten Jember.....	74
D	Harga Beli, Harga Jual, dan Distribusi Marjin pada Saluran Pemasaran Komoditas Sayur Labusiam di Pasar Tanjung Kabupaten Jember.....	75
E	Harga Beli, Harga Jual, dan Distribusi Marjin pada Saluran Pemasaran Komoditas Sayur Labusiam di Pasar Tanjung Kabupaten Jember.....	76
F	Harga Beli, Harga Jual, dan Distribusi Marjin pada Saluran Pemasaran Komoditas Sayur Labusiam di Pasar Tanjung Kabupaten Jember.....	77
G	Daftar Kuisisioner Pedagang Sayuran.....	78