

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN OKRA  
(*Abelmoschus esculentus* L.)  
DI KECAMATAN MEDAN KOTA**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**MURNI NILAM CAHYANUM**

**14.822.0021**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
2018**

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN OKRA  
(*Abelmoschus esculentus* L.)  
DI KECAMATAN MEDAN KOTA**

**SKRIPSI**

*Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Studi S1 di Fakultas Pertanian  
Universitas Medan Area*



**OLEH:**


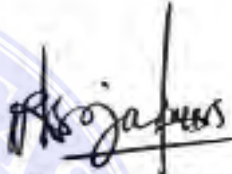
**MURNI NILAM CAHYANUM**

**14.822.0021**


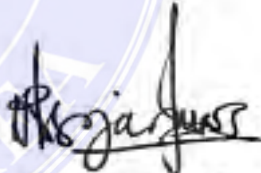
**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
2018**

Judul Skripsi : Analisis Saluran Pemasaran Okra (*Abelmoschus esculentus L.*) di Kecamatan Medan Kota,  
Nama : Murni Nilam Cahyaum  
NPM : 14.822.0021  
Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing

  
(Prof. Dr. Ir. Ahmad Rafiqi Tantawi, MS) Pembimbing I  
  
(Rahma Sari Siregar, S.P., M.Si) Pembimbing II

Diketahui :

  
(Dr. H. Suhbudin Hasibuan, M.Si)  
Dekan Fakultas Pertanian  
  
(Rahma Sari Siregar, S.P., M.Si)  
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 29 September 2018

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Desember 2019



Murni Nilam Cahyanum  
14 822 0021

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Murni Nilam Cahyanum  
NPM : 14 822.0021  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Analisis Saluran Pemasaran Okra (*Abelmoschus esculentus L.*) di Kecamatan Medan Kota.”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada Tanggal : Desember 2019  
Yang menyatakan

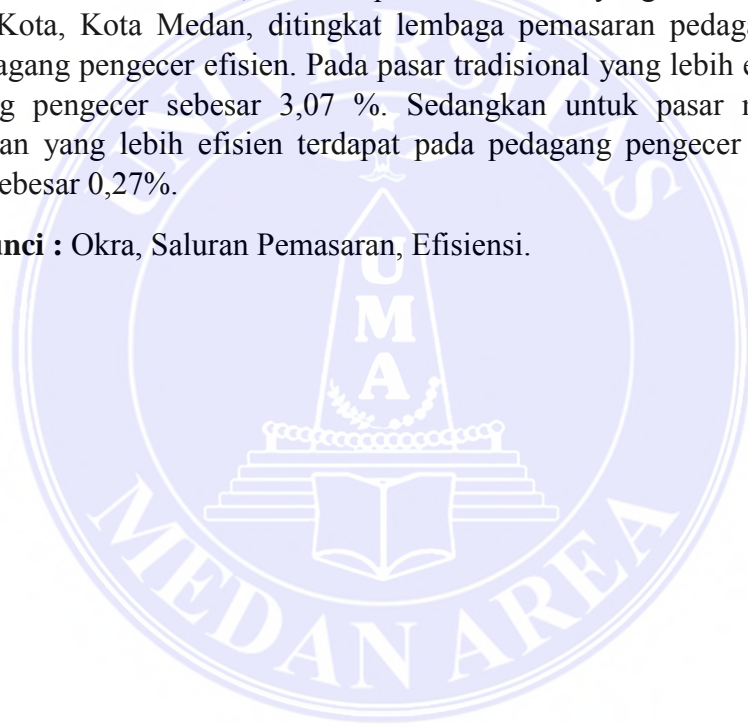


**Murni Nilam Cahyanum**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran okra serta bagaimana efisiensi saluran pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota. Metode penelitian yang digunakan adalah secara *Purposive* (Sengaja). Sampel penelitian ini sebanyak 24. Berdasarkan prasurvey yang dilakukan terdapat 2 pasar modern, yaitu Pasar Berastagi dan Transmart Carefour yang menjual okra, maka diambil masing-masing pengumpul dari 2 pasar modern tersebut, dan 2 konsumen dari pasar tersebut. Metode yang digunakan adalah *Snowball Sampling* serta metode perhitungan Microsoft Excel. Data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Penelitian dilakukan pada bulan April sampai dengan Mei 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota mulai dari petani→pedagang pengumpul→pedagang pengecer→konsumen okra, Saluran pemasaran okra yang berada di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, ditingkat lembaga pemasaran pedagang pengumpul dan pedagang pengecer efisien. Pada pasar tradisional yang lebih efisien ditingkat pedagang pengecer sebesar 3,07 %. Sedangkan untuk pasar modern saluran pemasaran yang lebih efisien terdapat pada pedagang pengecer dengan tingkat efisien sebesar 0,27%.

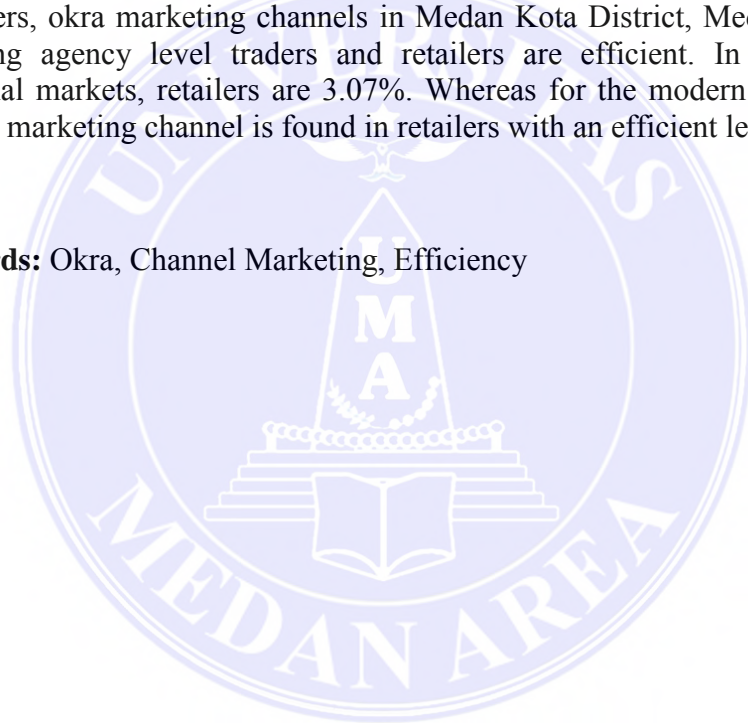
**Kata kunci :** Okra, Saluran Pemasaran, Efisiensi.



## ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the marketing channels of okra in Medan city, and how the efficiency of the okra marketing channel in the city of Medan. Research methods use are generally purposive (intentionally), namely the traditional market selling okra in Medan city sample at this research as much as 24 respondents. For complete results of the study in the market's take is around the city of Medan. According to prasurey done. There are two modern market, namely the Market Berastagi and Transmard A Carrefour Supermarket. The sell okra then each gatherer taket from 2 tahe modern market, and 2 consumers from the market. To certain the determination of the sample is Methods of snowball sampling. Methods of analysis used is calculation method using microsoft excel. The data used are secondary data and primary data. The research was conducted from April to May 2018. The results showed that the marketing channels of okra in Medan Kota Subdistrict starting from farmer → trader gatherer → retailers → consumers, okra marketing channels in Medan Kota District, Medan City, at the marketing agency level traders and retailers are efficient. In more efficient traditional markets, retailers are 3.07%. Whereas for the modern market a more efficient marketing channel is found in retailers with an efficient level of 0.27%.

**Keywords:** Okra, Channel Marketing, Efficiency



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tak lupa penulis sampaikan keharibaan junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang membuka mata hati dari alam kegelapan ke alam yang penuh rahmat dan dihiasi dengan ilmu pengetahuan. Skripsi ini berjudul “Analisis Saluran Pemasaran Okra (*Abelmoschus esculentus* L.) di Kecamatan Medan Kota” yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Ahmad Rafiqi Tantawi, MS selaku ketua Komisi Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
2. Rahma Sari Siregar S.P., M.Si selaku anggota komisi Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
3. Dr. Ir. Syahbudin Hasibuan, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah banyak memberikan ilmu serta pelayanan yang baik kepada penulis.
5. Kedua orang tua tercinta dan terkasih Ayahanda Zainuddin dan Ibunda Sri Irawati yang telah memberikan kasih sayang, dorongan, motivasi, semangat dan do'a tulus yang tiada henti bagi penulis. Penulis bangga kepada ayah dan



ibu yang telah memperjuangkan anakmu ini menjadi seorang “Sarjana” dan kakakku tersayang (Uci Ernawati) Serta Abang ipar yang terbaik (Warisman) yang selalu siap siaga dalam memberikan bantuan baik materi dan non materi.

6. Sahabat terbaikku kakakku Afriamah, yang slalu mendampingi dalam memberikan semangat, doa, waktu, tenaga dan pikiran bagi penulis selama penyusunan tugas akhir.
7. Sahabat spesialku, sahabat seperjuangan dari awal masuk kuliah sampai sekarang Ayu, dani, mutia, Dayu, Arief, Jufri, Daud, Puji, terima kasih banyak atas doa dan dukungannya selama ini.
8. Seseorang terdekat dan terkasih Ridwan Fadly Nasution, yang tak henti-hentinya memberikan semangat, support, doa, waktu, tenaga, pikiran dan kasih sayang kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman sejawat dan seperjuangan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area stambuk 2014 yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu, semoga doa dan dorongan dapat menjadi motivasi bagi penulis untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan.

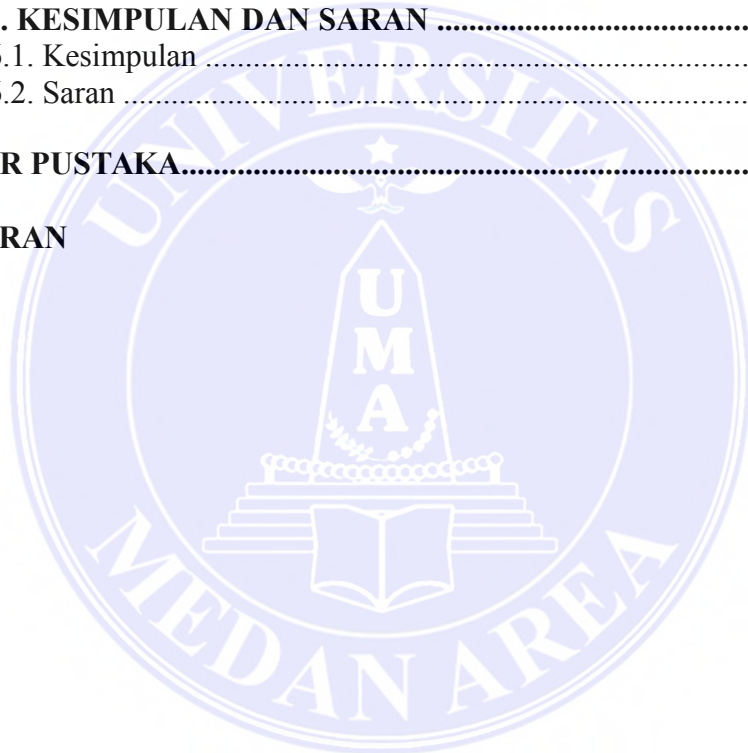
Penulis

Murni Nilam Cahyanum

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Pemikiran.....	6
1.6. Hipotesis Penelitian.....	8
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1. Tanaman Okra.....	9
2.1.1. Klasifikasi Okra ( <i>Abelmoschus esculentus</i> L.).....	9
2.1.2. Syarat Tumbuh.....	11
2.2. Pemasaran Okra.....	13
2.3. Saluran Pemasaran.....	14
2.4. Efisiensi Pemasaran.....	16
2.5. Penelitian Terdahulu.....	18
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	20
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	21
3.4. Metode Analisis Data.....	22
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	23
<b>BAB IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
4.1. Kondisi dan Letak Geografi .....	24
4.2. Jumlah Penduduk, Kepadatan Penduduk per Km dirinci Menurut Kelurahan di Kecamatan Medan Kota .....	24
4.3. Pasar untuk Lokasi Penelitian dan Letak Geografis.....	25
4.3.1. Pasar Sambas.....	25
4.3.2. Pasar Kemiri.....	25
4.3.3. Pasar Ramai.....	25
4.3.4. Pasar Beruang.....	25
4.4. Karakteristik Sampel Penelitian.....	26
4.4.1. Petani Okra.....	26
4.4.2. Pedagang Pengumpul.....	31

4.4.3. Pedagang Pengecer.....	34
4.4.4. Konsumen.....	37
<b>BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
5.1. Saluran Pemasaran Okra di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan .....	42
5.1.1. Pola Saluran Pemasaran Okra .....	47
5.1.2. Biaya Produksi dan Pemasaran Okra .....	48
5.1.3. Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Sayuran Okra di Kecamatan Medan Kota .....	53
5.2. Biaya Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Okra Di Pasar Transmart Carefour dan Pasar Berastagi Di Lokasi Penelitian.....	56
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
6.1. Kesimpulan .....	61
6.2. Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



**DAFTAR TABEL**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
------------	-------------------	----------------

1.	Kandungan nutrisi pada 100 g buah okra.....	4
2.	Karakteristik Petani, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer Dan Konsumen Okra.....	41
3.	Harga Jual, Luas Lahan dan Biaya Produksi Petani Okra dalam Penelitian.....	49
4.	Biaya Pemasaran Petani dalam Satu Kali Periode Musim Tanam dilokasi peneltian.....	50
5.	Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Okra per Tiga Bulan Dilokasi Penelitian.....	51
6.	Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Okra per tiga Bulan Di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan.....	52
7.	Margin Pemasaran di Masing-Masing Lembaga Pemasaran Sayuran Okra Di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan.....	54
8.	Biaya Pemasaran Okra di Pasar Transmart Carefour di Lokasi Penelitian.....	57
9.	Biaya Pemasaran Okra di Pasar	

Brastagi di Lokasi Penelitian..... 57

**10. Margin Pemasaran di Masing-Masing**

Lembaga Pemasaran Sayuran Okra

Di Pasar Transmart Carefour..... 58

**11. Margin Pemasaran di Masing-Masing**

Lembaga Pemasaran Sayuran Okra

Di Pasar Brastagi..... 58



**DAFTAR GAMBAR**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	8
2.	Umur Petani Okra.....	26
3.	Pendidikan Petani Okra.....	27
4.	Luas Lahan Petani Okra.....	27
5.	Pendapatan Petani Okra.....	28
6.	Pengalaman Petani Okra.....	29
7.	Grafik Pengalaman Terhadap Pendapatan Petani Okra.....	29
8.	Grafik Luas Lahan Terhadap Pendapatan Petani Okra.....	30
9.	Umur Pedagang Pengumpul Okra.....	31

10. Pendidikan Pedagang Pengumpul Okra.....	31
11. Pendapatan Pedagang Pengumpul Okra.....	32
12. Pengalaman Pedagang Pengumpul Okra.....	33
13. Umur Pedagang Pengecer Okra.....	34
14. Pendidikan Pedagang Pengecer Okra.....	35
15. Pendapatan Pedagang Pengecer Okra.....	36
16. Pengalaman Pedagang Pengecer Okra.....	37
17. Umur Konsumen Okra.....	38
18. Pendidikan Konsumen Okra.....	38
19. Pendapatan Konsumen Okra.....	39
20. Pengalaman Konsumen Okra.....	40
21. Penawaran Pedagang Pengecer Okra.....	45
22. Permintaan Konsumen Okra.....	46
23. Bagan Pola Saluran Pemasaran Okra di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan.....	47
24. Harga yang ditetapkan oleh Masing-Masing Lembaga Pemasaran Okra di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan.....	48



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang menopang kehidupan sebagian besar masyarakat Indonesia. Hal ini karena sektor pertanian mampu memberikan pemasukan dalam mengatasi krisis yang terjadi (Husodo dkk., 2004 *dalam* Khaina, 2012). Oleh karena itu sektor pertanian di Indonesia perlu terus dikembangkan seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan perkembangan teknologi guna meningkatkan produksi hasil pertanian. Produksi hasil pertanian berperan penting dalam pembangunan, terutama untuk memenuhi konsumsi pangan masyarakat (Antara, 2009 *dalam* Gaol, 2017).

Sayuran merupakan komoditas hortikultura yang memiliki kontribusi besar dalam pertanian di Indonesia. Adapun salah satunya yaitu sayuran okra atau biasanya disebut bendi atau jagung belanda di daerah Kalimantan. Aslinya, tanaman ini berasal dari Afrika Barat (Yudo, 1991 *dalam* Werdhiwati, 2016).

Okra (*Abelmoschus esculentus* L.) adalah tanaman ekonomis penting, tumbuh di daerah tropis dan bagian subtropis. Tanaman ini cocok untuk dibudidayakan sebagai tanaman taman serta perkebunan komersial besar. Hal ini ditanam secara komersial di India, Turki, Iran, Afrika Barat, Yugoslavia, Bangladesh, Afganistan, Pakistan, Burma, Jepang, Malaysia, Brazil, Ghana, Ethiopia, dan Cyprus Amerika Serikat Selatan. India menempati urutan pertama di dunia dengan 1,5 juta ton (70% dari total produksi dunia) okra yang dihasilkan dari 350.000 ha lahan (Reksohadiprojo, 2009 *dalam* Saifullah, 2017).



Okra (*Abelmoscus esculentus* L.) merupakan tanaman herba tahunan sayuran yang berasal di daerah tropis Afrika. Tanaman okra memiliki batang berbulu tegak yang ternyata sangat berserat, daunnya memiliki petioles panjang, berbulu dan berbentuk hati. Bunga-bunga mencolok besar diproduksi tunggal pada axils cuti, Polong berwarna hijau muda (Ministry of Environment and Forest, 2009 dalam Putri, 2017).

Menurut Santoso, 2016 dalam Putri, 2017 bahwa tanaman okra (*Abelmoschus esculentus* L.) di Indonesia ditanam sejak tahun 1877 terutama di Kalimantan Barat. Sayuran okra masih terdengar asing bagi sebagian masyarakat Indonesia khususnya di Sumatera Utara belum mengenal okra dengan baik. Tanaman ini belum dibudidayakan secara luas, sedangkan tanaman ini memiliki manfaat yang banyak bagi kesehatan sehingga berpotensi untuk dikembangkan di Sumatera Utara. Berbeda dengan masyarakat negara-negara di kawasan Asia Tengah maupun Asia Selatan, dimana okra sangat digemari, okra merupakan sayuran berbentuk buah yang dapat diolah menjadi beragam makanan lezat dan berkhasiat bagi kesehatan (Nadira dkk., 2009).

Di Indonesia budidaya tanaman okra masih jarang ditemui, karena belum banyak petani yang mau menanamnya, sehingga konsumsi sayuran okra ini masih rendah, akan tetapi belakangan ini nama okra mulai banyak dikenal terutama di Sumatera Utara di mana sudah banyak dibicarakan dari mulut ke mulut, bahwa tanaman okra sangat baik untuk penderita diabetes, karena sangat ampuh menurunkan gula darah dan kolesterol. Bahkan salah satu berita online menyatakan okra adalah sayuran yang manfaatnya “bejibun”, bisa turunkan kadar kolestrol (<https://Surabaya.Uri.Co.id/read/16967/2017/di> Akses 3 Januari 2017).

Tanaman ini lebih sering dibudidayakan oleh petani Tionghoa sebagai sayuran untuk kebutuhan keluarga sehari-hari dan hanya banyak ditemukan dipasar swalayan, rumah makan, restoran dan hotel. Okra dapat juga menjadi komoditas non migas yang potensial, sehingga tanaman ini mempunyai peluang bisnis yang mendatangkan keuntungan yang besar bagi petani (Saragih, 2017).

Kurang dikenalnya tanaman sayuran ini dikarenakan banyak yang belum mengetahui kandungan dan kegunaannya. Buah okra mempunyai kandungan gizi yang cukup tinggi dimana pada setiap 100 gram buah muda okra mengandung 33 kalori, 7 gr karbohidrat, 3,2 gr serat dan 81 mg kalsium. Buah okra mengandung banyak lendir karena kandungan seratnya yang tinggi. Lendir okra merupakan hidrokoloid polisakarida rantai panjang dengan berat molekul tinggi dan protein penyusun yang mengandung kedua zat hidrofilik dan hidrofobik. Karakteristik ini menyebabkan lendir buah okra memiliki potensi sebagai agen penstabil, pengental dan agen pengikat (Lim dkk., 2015 dalam Pratiwi dkk., 2016).

Menurut Idawati, 2012 okra tidak memerlukan syarat khusus untuk pertumbuhannya. Okra dapat tumbuh di dataran rendah sampai dataran tinggi pada hampir semua jenis tanah dengan pH tanah minimal 4,5. Okra dapat tumbuh dengan baik, pada tanah berpasir dengan pengairan yang baik, dan pH antara 6,5-7,5.

Idawati, 2012 juga menyatakan bahwa okra merupakan tanaman semusim, termasuk famili *Malvaceae* dan dikenal dengan beberapa nama antara lain *bhindi*, *bhendi*, *okwuru*, *gumbo*, *quimbombo* atau *guigambo*, *quiabo*, *bandakka*, *benda kaya*, *vendaikkai*, *bende kaya*, *krajiabmawn*, *bamya*, *bamija*, *bamje*, *bamia*, *molondron*, *naju* dan *lady's finger*.

Okra dimanfaatkan daun dan buah mudanya untuk dikonsumsi. Okra mengandung nutrisi penting sebagai berikut:

**Tabel 1: Kandungan Nutrisi pada 100 g Buah Okra.**

<b>Nutrisi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Nutrisi</b>	<b>Jumlah</b>
Air	90,17 g	Mg	57 mg
Energi	31 kkal	Zn	0,60 mg
Protein	2,00 g	Mn	0,990 mg
Lemak total	0,10 g	K	303 mg
Abu	0,70 g	Vitamin a	375 iu
Karbohidrat	7,03 g	Vitamin c	21,1 mg
Total serat	3,2 g	Vitamin e	0,36 mg
Total gula	1,2 g	Vitamin k	53 mg
Ca	81 mg	Tiamin	0,02 mg
Fe	0,8 mg	Riboflavin	0,06 mg

(Roy dkk., 2014).

Okra merupakan tanaman multiguna karena banyak bagian yang dapat dimanfaatkan dari daun segar, tunas, bunga, polong, batang sampai biji. Buah okra yang belum matang dikonsumsi sebagai sayuran, dapat digunakan untuk salad, sup dan minuman, dimakan segar atau kering, digoreng atau direbus. Okra memiliki lendir yang dapat diaplikasikan sebagai obat, yaitu digunakan sebagai penggantian plasma atau volume darah expander. Biji okra merupakan sumber potensi minyak dengan konsentrasi yang bervariasi dari 20% sampai 40%, yang terdiri dari asam linoleat hingga 47,4% yaitu sebuah asam lemak esensial tak jenuh ganda untuk nutrisi manusia (Habtamu dkk., 2014 *dalam* Werdhiwati, 2016).

Beberapa negara telah menggunakan okra sebagai tanaman sayuran sekaligus obat untuk beberapa penyakit kronis antara lain disentri, iritasi lambung, iritasi usus besar, radang tenggorokan, kencing nanah, Lim, 2012 *dalam* Raditya dkk., 2017, dan diabetes mellitus Amin, 2011 *dalam* Raditya dkk., 2017. Selain itu, buah okra juga bermanfaat bagi wanita hamil, sebab okra dapat membantu menurunkan resiko cacat pada tabung syaraf janin dalam kandungan, (Rukmana dkk., 2016 *dalam* Saragih, 2017).

Buah okra yang masih muda biasa dikonsumsi sebagai sayur. Buah okra juga dapat digoreng, ditumis, disup atau dikeringkan dan dibuat tepung untuk digunakan sebagai penyedap rasa. Di Jepang okra dijadikan makanan pelengkap dengan sebutan *okura*, sedangkan di India, okra dimasak menjadi makanan kebangsaan yang disebut dengan kari (Idawati, 2012).

Pemasaran adalah semua kegiatan yang berkaitan dengan usaha memasarkan produk, termasuk juga jalur pemasaran/tataniaganya. Pasar dapat diartikan sebagai suatu organisasi tempat para penjual dan pembeli dapat dengan mudah saling berhubungan. Bagi pengusaha okra, pasar merupakan tempat melempar hasil produksinya (Soekartawi, 1993).

Sepanjang penelusuran yang peneliti lakukan mengenai saluran pemasaran okra di Indonesia belum tersedia data, sehingga peneliti kesulitan mencari data untuk literatur. Meskipun belum familiar bagi masyarakat Sumatera Utara (Sumut) tetapi sayuran okra ini memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Berawal dari keingintahuan kepada sayuran okra yang baru dikenal secara pribadi dan mencoba menelusurinya di masyarakat. Prasurey telah dilakukan pada bulan Februari 2018, dengan menelusurinya melalui pedagang okra di beberapa pasar tradisional dan pasar modern di Kota Medan. Berdasarkan hasil prasurey tersebut harga jual okra cukup bagus, berkisar Rp.30.000/Kg. Kemudian peneliti menemukan pedagang okra dan mendapatkan informasi untuk mengetahui pengumpul sayuran okra sampai dari petani okra.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk mengetahui saluran pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana saluran pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota?
2. Bagaimana efisiensi saluran pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota.
2. Untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti lainnya yang ingin memperluas atau memperdalam penelitian ini, maupun bagi pihak-pihak lainnya.
2. Sebagai bahan pertimbangan pemerintah dan pihak terkait untuk dapat meningkatkan kesejahteraan dan meningkatkan pendapatan
3. Skripsi ini diharapkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan sebagai bahan acuan atau masukan terhadap penelitian selanjutnya.

## **1.5. Kerangka Pemikiran**

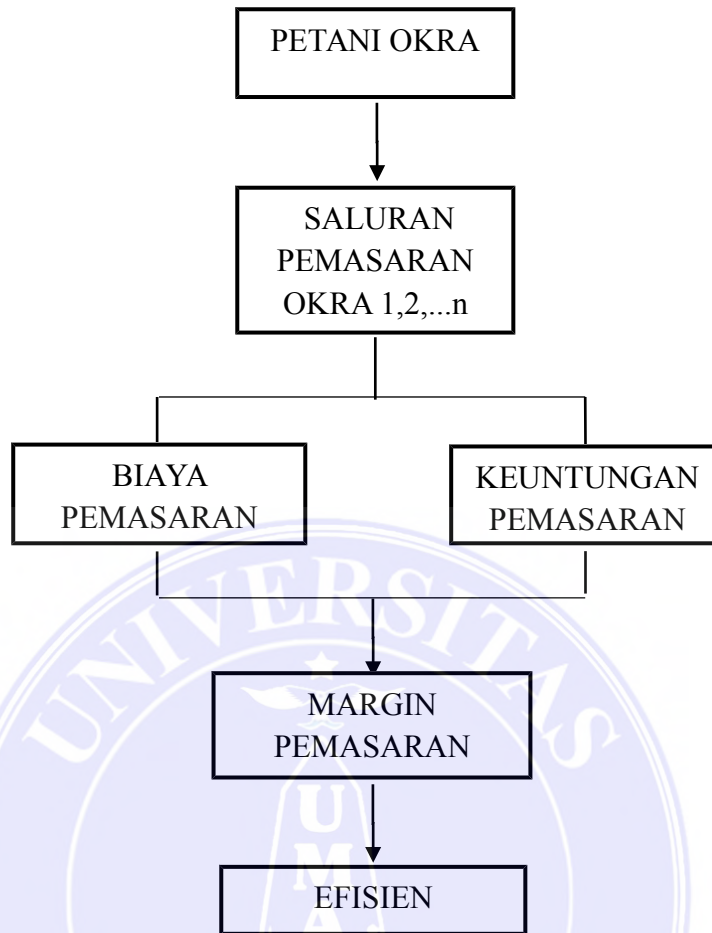
Okra (*Abelmoscus esculentus* L.) merupakan tanaman herba tahunan sayuran yang berasal di daerah tropis Afrika. Buah okra mempunyai kandungan gizi yang cukup tinggi serta manfaat yang baik bagi kesehatan manusia. Tanaman ini cocok untuk dibudidayakan sebagai tanaman taman serta perkebunan komersial besar. Hal ini ditanam secara komersial di India, Turki, Iran, Afrika Barat, Yugoslavia,

Bangladesh, Afganistan, Pakistan, Burma, Jepang, Malaysia, Brazil, Ghana, Ethiopia, dan Cyprus Amerika Serikat Selatan. India menempati urutan pertama di dunia dengan 1,5 juta ton (70% dari total produksi dunia) okra yang dihasilkan dari 350.000 ha lahan (Reksohadiprojo, 2009 *dalam* Saifullah, 2017).

Tiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsi pemasaran yang berbeda satu sama lain yang dicirikan oleh aktivitas yang dilakukan. Dengan adanya pelaksanaan fungsi pemasaran, maka akan terbentuk biaya pemasaran. Besarnya biaya pemasaran menentukan tingkat harga yang diterima produsen dan lembaga pemasaran. Atas jasa lembaga-lembaga pemasaran maka tiap lembaga akan mengambil keuntungan (*profit*). Dari biaya pemasaran dan harga jual akan didapatkan margin keuntungan yang merupakan pengukuran untuk efisiensi pemasaran. Berarti semakin banyak lembaga pemasaran yang berperan dalam pemasaran okra.

Biaya pemasaran suatu produk biasanya diukur secara kasar dengan *share margin*. Margin pemasaran adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir.

Atas dasar tinjauan teori di atas, maka dapat disusun kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini, seperti tersaji dalam gambar 1 berikut :



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran.

### 1.6. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ;

1. Diduga terdapat beberapa saluran pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota.
2. Diduga saluran pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota efisien.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Tanaman Okra

Tanaman okra (*Abelmoschus esculentus* L.) atau yang lebih dikenal dengan kacang arab, adalah sayuran yang berasal dari Benua Afrika. Okra termasuk famili *Malvaceae* (kapas-kapasan) yang tersebar di daerah tropik dan subtropik seperti India, Afrika Barat dan Brazil. Tanaman ini sangat populer di negara-negara Eropa dan Australia. Masyarakat Thailand menyebut tanaman ini dengan sebutan *lady'sfinger* karena bentuknya yang silindris berujung runcing seperti jari wanita bangsawan (Idawati, 2012).

##### 2.1.1. Klasifikasi Okra (*Abelmoschus esculentus* L.)

Adapun klasifikasi tanaman okra menurut Idawati, 2012 adalah sebagai berikut:

Kingdom	: <i>Plantae</i> (Tumbuhan)
Subkingdom	: <i>Tracheobionta</i> (Tumbuhan Berpembuluh)
Super Divisi	: <i>Spermatophyta</i> (Menghasilkan Biji)
Divisi	: <i>Magnoliophyta</i> (Tumbuhan Berbunga)
Kelas	: <i>Magnoliopsida</i> (Berkeping Dua/Dikotil)
Sub Kelas	: <i>Dilleniidae</i>
Ordo	: <i>Malvales</i>
Familiy	: <i>Malvaceae</i> (Suku Kapas-Kapasan)
Genus	: <i>Abelmoschus</i>
Spesies	: <i>Abelmoschus esculentus</i> (L.) Moench



Department of Biotechnology Ministry of Science and Technology Government of India, 2011 *dalam* Werdhiwati, 2016 menyatakan bahwa Batang okra tegak bercabang dengan tinggi antara 0,5 – 4 m, berdaun tunggal dengan panjang tangkai daun sekitar 50 cm. Tunas bunga muncul pertama pada ketiak daun ke 6 dan 8, atau saat tanaman berumur 5 – 7 minggu setelah tanam. Selama produksi bunga maksimal, ujung batang mampu menghasilkan 10 bakal bunga. Bunga termasuk hemaprodit dan *self compatibility* dengan diameter 4 – 8 cm, memiliki 5 kelopak yang berwarna putih kekuningan.

Selanjutnya mengenai ciri-ciri fisik okra menurut Idawati, 2012 Buah okra berbentuk silindris panjang, berongga, dan berujung runcing berwarna hijau muda, hijau tua atau hijau kekuningan tergantung varietasnya dan mampu tumbuh cepat setelah bunga mekar. Panen buah okra optimal dilakukan pada umur 5–6 hari setelah bunga mekar. Hal tersebut disebabkan karena kadar serat masih rendah dan kandungan lendir tinggi. Apabila panen buah okra dilakukan 9 hari setelah bunga mekar, buah telah mengeras. Okra akan terus berbunga dan berbuah selama waktu tertentu bergantung pada varietas, musim, kesuburan dan kelembaban tanah. Pemanenan buah yang teratur dapat merangsang pertumbuhan buah berikutnya, oleh karena itu okra sebaiknya dipanen setiap 3 kali dalam seminggu. Okra yang akan dijadikan benih dibiarkan tua dan kering di pohon, setelah itu dipetik dan dikeluarkan bijinya yang langsung bisa ditanam atau dikeringkan dahulu.

### 2.1.2. Syarat Tumbuh

Okra tumbuh di daerah tropis dan sub-tropis. Okra tumbuh baik pada tanah lempung berpasir dengan drainase yang baik. Tingkat kemasaman tanah (pH) optimum yang mendukung pertumbuhan okra berkisar antara 4,5 sampai 7.5. Dosis pupuk kandang yang baik adalah 4-6 ton/ha dan diusahakan tanah mengandung K tinggi (Idawati, 2012).

Tanaman okra dapat tumbuh dengan baik pada tanah dengan ketinggian 1-800 mdpl pada daerah dengan suhu diatas 20°C. Suhu paling baik untuk penanaman okra berkisar antara 30-35°C. Tanaman okra tahan terhadap kekeringan dan juga tahan pada kondisi musim hujan. Namun, tanaman ini sangat tidak tahan terhadap genangan air, sehingga pembuatan drainase yang baik sangat diperlukan agar pertumbuhan okra bisa optimal. Adapun curah hujan yang ideal untuk pertumbuhan okra adalah 1.700–3.000 mm/tahun (Idawati, 2012).

Departement of Biotechnology Ministry of Science and Technology Government of India, 2011 dalam Werdhiwati, 2016 menyatakan bahwa bunga okra mempunyai diameter 4-8 cm dengan 5 mahkota berwarna kuning. Pangkal petal berwarna merah atau ungu dan bunga hanya mempunyai *self-life* satu hari. Inisiasi pembungaan dipengaruhi oleh genotipe dan faktor iklim seperti suhu dan kelembaban. Bunga muncul pada ketiak daun. Kuncup bunga mulai muncul pada 22-26 HST dan bunga pertama membuka sempurna pada 41-48 HST, kemudian bunga terus muncul selama 40-60 hari. Bunga mekar sempurna antara pukul 6 s/d 10 pagi. *Pollen viable* satu jam sebelum dan satu jam setelah antesis. Stigma paling reseptif saat antesis (90-100%). Okra memiliki bunga sempurna dan menyerbuk silang. Bunga okra hanya membuka sekali di pagi hari, setelah terjadi

penyerbukan kelopak dan mahkota bunga gugur. Tanaman okra terus berbunga dan berbuah untuk waktu yang tidak terbatas, tergantung pada varietas, musim, kesuburan tanah, dan air.

Tanaman okra termasuk tanaman dengan tipe pertumbuhan *indeterminate*. Tanaman okra memiliki akar tunggang yang dalam. Batang tanaman okra semi berkayu dan berwarna hijau atau hijau kemerahan. Daun muncul secara berseling, berbentuk hati, dan biasanya mempunyai lima lekukan daun. Buah okra berbentuk kerucut kapsul panjang, terdiri atas 5 lokul (Departement of Biotechnology Ministry of Science and Technology Government of India, 2011 *dalam* Werdhiwati, 2016).

Berdasarkan pernyataan Yudo, 1991 *dalam* Werdhiwati, 2016 Okra mulai masuk dan ditanam di Indonesia pada tahun 1877 di Kalimantan Barat dan telah dibudidayakan oleh petani Tionghoa sebagai sayuran. Menurut Idawati, 2012 bahwa Kandungan minyak pada biji okra dapat mencapai 40%. Minyak biji okra kaya akan asam lemak tak jenuh seperti asam oleat dan asam linoleat. Buah okra mengandung protein cukup tinggi, yaitu 3,9% dan lemak 2,05%. Energi di dalam 100 gram buah okra 40 kkal. Mineral di dalam buah okra adalah kalium 6,68% dan fosfor 0,77%.

Berdasarkan pernyataan Idawati, 2012 Okra termasuk sayuran hijau yang kaya akan serat pangan. Selain serat, okra juga mengandung glutation. Serat sangat penting bagi tubuh, karena dapat mencegah konstipasi (susah buang air besar), obesitas, hiperkolesterolemia (kolestrol tinggi), diabetes (kencing manis), dan kanker kolon (usus besar). Tanaman ini perlu dibudidayakan dan diperkenalkan agar masyarakat dapat memperoleh manfaat dari tanaman ini.

Tanaman okra sampai saat ini belum dikenal dengan baik secara luas oleh masyarakat. Saat ini ketersediaan okra di Indonesia masih terbatas dan perlu ditingkatkan produksinya.

## **2.2. Pemasaran Okra**

Untuk mencapai tujuan pemasaran yang efisien maka para pelaku budidaya okra harus memperhatikan beberapa konsep pemasaran okra, agar pemasaran berjalan dengan seimbang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Gates and Mc. Daniel, 2001 yang menyatakan bahwa agar mencapai agar pemasaran menjadi efisien maka harus menganut konsep pemasaran seperti: 1). Orientasi konsumen, 2) Orientasi tujuan, dan 3) Orientasi sistem. Orientasi konsumen berarti mengidentifikasi dan fokus pada orang-orang dan perusahaan yang kemungkinan besar akan membeli produk dan produksi barang dan jasa yang akan memberi kebutuhan mereka yang lebih efektif. Orientasi tujuan fokus pada pencapaian tujuan perusahaan yaitu memenuhi kebutuhan konsumen. Orientasi sistem ditekankan pada pengawasan lingkungan eksternal dan mengirimkan bauran pemasaran ke pasar sasaran.

Pada suatu usaha, Pemasaran mempunyai fungsi yang luas dan dalam yang mempengaruhi seluruh aspek operasional usaha tersebut. Oleh karena itu perlu adanya suatu bagian yang tepat dan bertanggung jawab untuk tugas pemasaran. Bagian yang tepat untuk memainkan peran itu adalah manajemen tataniaga. Pemasaran tidak hanya merupakan lalu lintas barang dari produsen ke konsumen tetapi juga mencakup kegiatan sebelum dan sesudah pemasaran seperti perencanaan kegiatan (Nitisemito, 1982).

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, Menawarkan, dan Mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler dkk., 2005).

Pemasaran dapat juga didefinisikan sebagai sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan penentuan harga, Mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan, Baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Stanton, 1996).

Pemasaran adalah semua kegiatan yang berkaitan dengan usaha memasarkan produk, termasuk juga jalur pemasaran/tata niaganya. Pasar dapat diartikan sebagai suatu organisasi tempat para penjual dan pembeli dapat dengan mudah saling berhubungan. Bagi pengusaha okra, pasar merupakan tempat melempar hasil produksinya (Soekartawi, 1993).

### **2.3. Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran merupakan alat dan sarana yang dapat digunakan oleh produsen untuk menyalurkan hasil produksinya hingga ke konsumen. Menurut (Kotler dkk., 2002), Saluran pemasaran dapat berlangsung apabila ada (a) adanya kelompok lembaga (b) adanya kegiatan atau fungsi yang dilaksanakan oleh lembaga tersebut (c) adanya arah pergerakan barang atau produsen serta kepemilikannya dari lingkungan produsen dan konsumen.

Kotler dkk., 2002 memberikan definisi saluran pemasaran sebagai “rangkaiannya organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk barang atau jasa siap dikonsumsi”. Dalam proses penyaluran produk

dari pihak produsen hingga mencapai konsumen akhir, sering ditemui adanya lembaga-lembaga perantara, mulai dari produsen sendiri, lembaga-lembaga perantara, hingga konsumen akhir. Karena adanya perbedaan jarak dari lokasi produsen kelokasi konsumen, maka fungsi lembaga perantara sering diharapkan kehadirannya untuk membantu penyaluran barang dari produsen kekonsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dengan konsumen, maka saluran pemasaran yang terbentuk pun akan semakin panjang.

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 menunjukkan, menjual dan mengirimkan fisik produk atau layanan kepada pembeli atau pemakai (Kotler dkk., 2002).

Lebih jelas Kotler dkk., 2002 menyatakan 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 mendatangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran non 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. Selama ini bisa disebut dengan saluran tingkat satu (*one stage chanel*).

c. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi 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. Saluan 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 chanel*).

#### **2.4. Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran merupakan bentuk awal dari bekerjanya pasar persaingan sempurna, yang artinya sistem tersebut dapat memberikan kepuasan bagi lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat. Efisiensi pemasaran merupakan sistem pemasaran yang efisien apabila memenuhi syarat mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut (Mubyarto, 1989)

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam suatu sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran tercapai jika sistem tersebut

dapat memberikan kepuasan pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran, yaitu produsen, konsumen akhir dan lembaga- lembaga pemasaran (Limbong, 1987).

Biaya pemasaran mencakup semua biaya yang terjadi sejak produk selesai diproduksi sampai dengan produk diubah kembali dengan bentuk uang. Dengan demikian biaya pemasaran meliputi biaya pergudangan, penjualan, pengepakan, kredit dan penagihan, (Sudarsono,1998).

Menurut Sudiyono, 2001 margin pemasaran dapat diartikan sebagai analisis perbedaan harga ditingkat produsen (harga beli) dengan harga ditingkat konsumen akhir (harga jual). Menurut Mubyarto, 1997 Share Margin adalah persentase harga terhadap harga beli konsumen akhir, yaitu bagian harga yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran terhadap harga beli konsumen dalam persen.

Secara matematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$Mi = \frac{Psi - Pbi}{Psi} \times 100\%$$

Dimana:

Mi = Margin pemasaran pasar di tingkat lembaga pemasaran ke-i.

Psi = Harga jual pasar di tingkat lembaga pemasaran ke-i.

Pbi = Harga beli pasar di tingkat lembaga pemasaran ke-i.

Menurut Soekartawi, 2002 adapun untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai akhir produk}} \times 100\%$$



## 2.5. Penelitian Terdahulu

Menurut Patel dkk., 2013 bahwa hasil rata-rata per hektar okra diperkirakan 143,90 kwintal. Produksi tertinggi ditemukan pada April (20,78%) dan terendah pada bulan Desember (0,65%). Tertinggi harga pada bulan Desember (Rs. 3200/ q) atau sekitar Rp.677.382,92 dan terendah pada bulan Oktober (Rs 1073/ q) atau sekitar Rp.227,134,96. Keseluruhan biaya per kwintal pemasaran okra diperkirakan (Rs. 271.50) atau sekitar Rp.574,717,1. Di samping berbagai komponen biaya, biaya komisi pun 36,83 persen, grading dan biaya pengepakan adalah 16,57 persen, bongkar muat, dan biaya penimbangannya adalah 18,41 persen diikuti oleh biaya transportasi 13,61 persen dari total biaya pemasaran. Penyebaran harga total diamati 39 persen dari harga konsumen saat produksinya dijual melalui pedagang grosir dan pengecer. Itu efisiensi pemasaran yang diperkirakan okra adalah 1,56 untuk pasar Deesa di Gujarat Utara.

Menurut Kelechi dkk., 2013 terdapat delapan (8) saluran pemasaran yang diidentifikasi. Dari model koefisien ini, yang ditentukan tingkat konsentrasi dalam kaitannya dengan struktur pasar-pasar grosir dan eceran, tidak ada hambatan untuk masuk dan keluar dari pasar selama periode musim kemarau. Adapun persentase yang tertinggi (93%) pada margin pemasaran pemasar. Peran pemerintah sangat diperlukan dalam membangun dan memperbaiki usang jalan, serta membangun yang baru, yang pada gilirannya akan membawa pengurangan biaya transportasi dan minimisasi kerugian sayuran dalam proses pemasaran harus didorong.

Menurut Ngebede dkk., 2014 bahwa sebagian besar responden berada di dalam usia produktif aktif mereka, dengan usia rata-rata 30,5 tahun, jenis kelamin laki-laki mendominasi proses produksi sementara 76,7% menikah memperoleh setidaknya pendidikan menengah 41,7% yang dibantu kemampuan mereka untuk memahami dan mengadopsi inovasi baru dimaksudkan untuk meningkatkan produktivitas. Produksi skala kecil dilakukan dengan ukuran lahan sebesar 0,5 ha menunjukkan tingkat produksi yang subsistem. Pengolahan dilakukan dengan teknik tradisional. Pemasaran hasil produksi dilakukan di Sektor pertanian dan pasar lokal, Pemanfaatan okra segar dan kering sebagian besar yaitu untuk membuat sup. Kendala utama yang dihadapi petani di daerah tersebut adalah fluktuasi harga dan jalan yang buruk. Jika kendala ini ditangani dengan baik dapat meningkatkan produktivitas yang tinggi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tradisional Kecamatan Medan Kota, Provinsi Sumatera Utara. Berdasarkan data dari perusahaan daerah (PD) Pasar Kota Medan (2016) bahwa pasar di Kecamatan Medan Kota memiliki luas pasar sekitar 50.230,23 m<sup>2</sup> dengan banyaknya 9 pasar. Berdasarkan prasurvey yang telah dilakukan, hanya terdapat 4 pasar tradisional yang menjual okra, yaitu Pasar Sambas, Pasar Ramai, Pasar Beruang, Pasar Kemiri. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Mei 2018 di Kecamatan Medan Kota.

#### **3.2. Metode Pengambilan Sampel**

Metode menentukan lokasi penelitian dengan secara *purposive* (sengaja) yaitu pasar tradisional yang menjual okra di Kecamatan Medan Kota. Berdasarkan prasurvey yang telah dilakukan hanya terdapat 4 pasar tradisional di Kecamatan Medan Kota yaitu Pasar Sambas, Pasar Ramai, Pasar Beruang, Pasar Kemiri yang menjual okra sehingga lokasi penelitian ini di ambil di Kecamatan Medan Kota.

Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah metode *snowball sampling* (bola salju), yaitu dengan menemui satu orang penjual okra untuk menunjukkan responden/sampel berikutnya yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah petani okra, pedagang pengumpul okra, pedagang pengecer okra dan konsumen okra.

Dari 4 pasar tradisional yang ditemukan menjual okra, setiap pasar memiliki 1 pedagang pengecer, masing-masing pedagang pengecer memiliki 1 pengumpul tiap pasar tradisional, dari masing-masing pengumpul ditemukan informasi petani-petani yang memproduksi okra. Berdasarkan informasi pengumpul di ambil 2 petani per tiap pengumpul yang menjual okra secara tetap. Maka secara keseluruhan sampel penelitian ini ada 4 orang pedagang pengecer, 4 orang pedagang pengumpul, 8 orang petani okra dan 8 orang konsumen dengan jumlah sampel 24. Untuk melengkapi hasil penelitian ini, di ambil pasar modern yang ada di sekitar kota medan, berdasarkan prasurvey yang di lakukan terdapat 2 pasar modern, yaitu Pasar Brastagi dan Transmart Carefour yang menjual okra, maka di ambil masing-masing pengumpul dari 2 pasar modern tersebut, dan 2 konsumen dari pasar tersebut.

### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

Data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, dengan cara melakukan wawancara langsung dengan petani okra, pedagang pengumpul okra, pedagang pengecer okra dan terakhir konsumen okra dengan menggunakan kuisisioner yang telah dipersiapkan.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil instansi terkait yaitu perusahaan daerah (PD) Pasar Kota Medan, jurnal-jurnal penelitian, literatur-dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 3.4. Metode Analisis Data

Analisis dengan metode deskriptif, yaitu mengumpulkan, mengklasifikasikan, menganalisa dan menginterpretasikan data sehingga memberikan suatu gambaran mengenai analisis saluran pemasaran okra.

Efisiensi pemasaran okra di analisis secara kuantitatif dengan menggunakan margin pemasaran. Menurut Sudiyono, 2001 margin pemasaran dapat diartikan sebagai analisis perbedaan harga ditingkat produsen (harga beli) dengan harga ditingkat konsumen akhir (harga jual).

Secara matematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$M_i = P_{si} - P_{bi}$$

Dimana:

$M_i$  = Margin pemasaran pasar di tingkat lembaga pemasaran ke-i.

$P_{si}$  = Harga jual pasar di tingkat lembaga pemasaran ke-i.

$P_{bi}$  = Harga beli pasar di tingkat lembaga pemasaran ke i.

Menurut Soekartawi, 2002 adapun untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai akhir produk}} \times 100\%$$

Maka apabila saluran pemasaran <50% maka saluran pemasaran efisien, dan jika saluran pemasaran >50% maka saluran pemasaran tidak efisien.

### **3.5. Defenisi Operasional Variabel**

Untuk menghindari kesalahan pemahaman maka diuraikan beberapa defenisi dan batasan operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Responden adalah petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen yang memproduksi atau mengkonsumsi okra.
2. Pedagang pengumpul adalah lembaga pemasaran atau orang yang melakukan kegiatan pemasaran hasil produksi okra dari petani.
3. Pemasaran adalah suatu proses memindahkan okra dari tangan produsen sampai ke tangan konsumen.
4. Saluran pemasaran adalah seperangkat lembaga yang melaksanakan kegiatan (fungsi pemasaran) yang digunakan untuk mengalirkan komoditas okra dari tangan produsen sampai ke konsumen akhir.
5. Biaya pemasaran adalah keseluruhan komponen biaya yang diperlukan untuk memasarkan okra dari produsen sampai ketangan konsumen okra
6. Margin pemasaran adalah perbedaan harga okra yang dibayar konsumen okra dengan harga yang diterima produsen okra.
7. Efisiensi pemasaran merupakan suatu keadaan yang digunakan dalam memberikan kepuasan bagi semua lembaga dalam pemasaran okra.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

#### **4.1. Kondisi dan Letak Geografi**

Kecamatan Medan Kota merupakan salah satu dari 21 kecamatan di Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia. Tipe Kecamatan Medan Kota adalah Kecamatan di bidang jasa/perdagangan dan pariwisata. Secara ekonomi merupakan bagian dari wilayah pusat perekonomian masyarakat perkotaan dan sebagian pemukiman penduduk (Badan Pusat Statistik Kecamatan Medan Kota, 2017).

Menurut Badan Pusat Statistik Kecamatan Medan Kota, 2017 bahwa Kecamatan Medan Kota terletak antara  $20^{\circ}$  -  $30^{\circ}$ LU dan  $98^{\circ}$  -  $44^{\circ}$ BT yang memiliki wilayah dengan luas  $5,98 \text{ km}^2$  ini terletak pada ketinggian 27 m di atas permukaan laut dan beriklim tropis. Secara administrasi berbatasan dengan :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Medan Area dan Kec. Medan Timur.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kec. Medan Amplas
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kec. Medan Denai dan Kec. Medan Area
- Sebelah Barat berbatasan dengan Medan Maimun

#### **4.2. Jumlah Penduduk, Kepadatan Penduduk per Km dirinci Menurut Kelurahan di Kecamatan Medan Kota Tahun 2016.**

Kecamatan Medan Kota dihuni oleh 75.072 jiwa penduduk. Dimana penduduk terbanyak berada di kelurahan Sudi Rejo I yakni sebanyak 13.036 jiwa dan jumlah penduduk terkecil di kelurahan Pasar Baru yakni sebanyak 2.979 jiwa dan Medan Kota terdiri atas 17.829 rumah tangga dan rata-rata anggota rumah tangganya sebesar 4,21 jiwa.

### **4.3. Pasar untuk Lokasi Penelitian dan Letak Geografis**

#### **4.3.1. Pasar Sambas**

Pasar sambas berdiri pada tahun 1968 yang bertempat di jalan Jl. sambas/Jl. Banjarmasin Kel. Masjid Kec. Medan Kota dengan luas areal Pasar Sambas sebesar 2258,03 m<sup>2</sup> yang memiliki jumlah pedagang sebanyak 445 pedagang yang terbagi atas 226 pedagang yang berjualan menggunakan stand meja dan 219 pedagang yang menggunakan kios.

#### **4.3.2. Pasar Kemiri**

Pasar kemiri terletak di Jl. Kemiri kel. Sidorejo II Kec. Medan Kota yang telah berdiri sejak tahun 1991 dengan luas areal pasar sebesar 130,00 m<sup>2</sup> dengan jumlah pedagang 212 kepala keluarga yang terbagi atas 198 kepala keluarga yang berjualan menggunakan Stand meja dan 14 yang menggunakan kios.

#### **4.3.3. Pasar Ramai**

Pasar ramai terletak di Jl. Thamrin, Sh kel. Pandau Hulu I Kec. Medan kota pedagang yang berada di Pasar Ramai terdiri dari pedagang kios dan pedagang stand meja yang buka setiap hari.

#### **4.3.4. Pasar Beruang**

Pasar Beruang terletak di Jalan Beruang, Pandau Hulu I, Medan Kota, Pandau Hulu I, Medan Kota, Kota Medan di pasar pedagang di pasar ini terdiri dari pedagang kios dan pedagang stand dan kios yang buka setiap hari.

### **4.4. Karakteristik Sampel Penelitian**

Pada penelitian ini karakteristik sampel adalah petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen okra di Kecamatan Medan Kota Kabupaten/Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, adapun Karakteristik

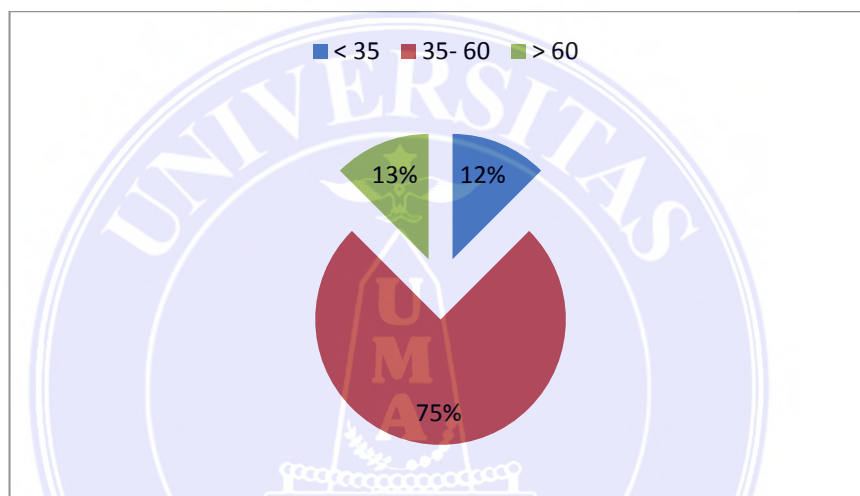


responden lembaga pemasaran okra yang akan diuraikan meliputi umur, Pendidikan, pengalaman, dan pendapatan antara lain sebagai berikut :

#### 4.4.1. Petani okra

##### a. Umur

Pada penelitian ini, tingkat umur petani okra diketahui umur terendah adalah umur 30 tahun dan umur tertinggi petani okra adalah umur 61 tahun. Secara lengkap karakteristik petani okra berdasarkan umur dapat dilihat pada gambar 2.



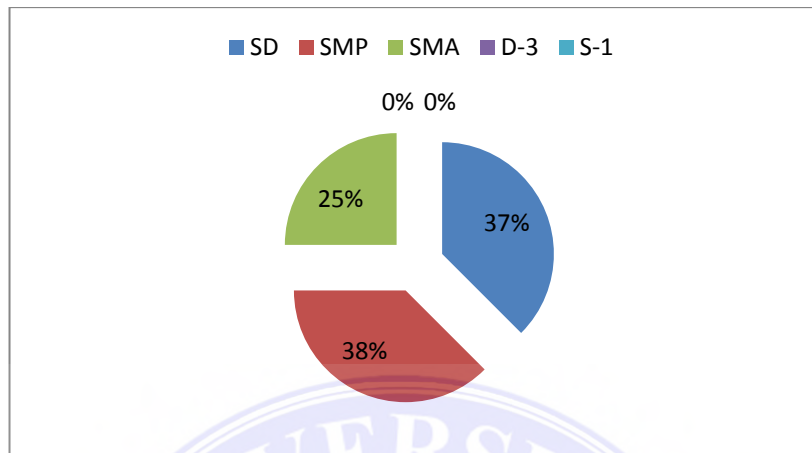
Gambar 2. Umur Petani Okra

Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada gambar 2, umur terbanyak petani okra adalah 35-60 tahun dengan persentase 75%. Kemudian umur lebih dari >60 tahun dengan persentase 13% dan umur di bawah <35 tahun dengan persentase 12%. Hal ini menunjukkan bahwa petani okra tergolong umur produktif.

##### b. Pendidikan

Pada penelitian ini, tingkat pendidikan petani okra, diketahui bahwa pendidikan terendah petani okra adalah tingkat SD dan pendidikan tertinggi

adalah tingkat SMA. Secara lengkap karakteristik petani okra berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada gambar 3.

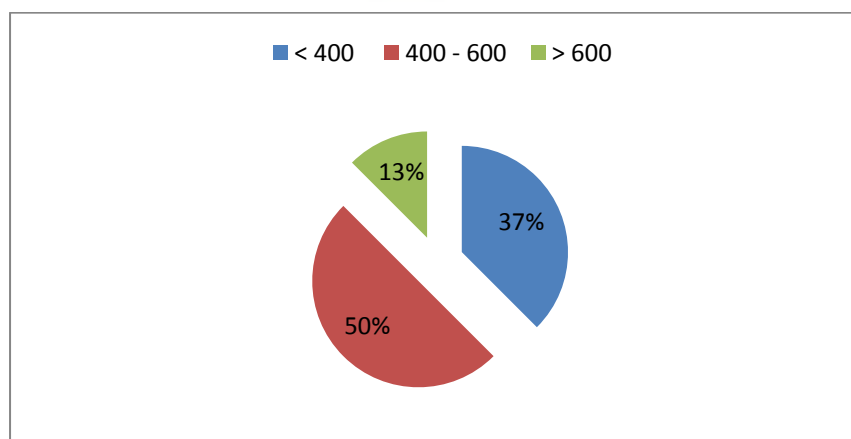


Gambar 3. Pendidikan Petani Okra

Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada gambar 3, pendidikan petani okra bervariasi dari tingkat SD sampai dengan tingkat SMA. Sebagian besar petani okra berpendidikan SMP dengan persentase 38%. SD dengan persentase 37%, SMA dengan persentase 25%.

### c. Luas Lahan

Pada penelitian ini, diketahui bahwa luas lahan terendah petani okra adalah 200 m<sup>2</sup> dan luas lahan tertinggi petani okra adalah 800 m<sup>2</sup>. Secara lengkap karakteristik petani okra berdasarkan luas lahan dapat dilihat pada gambar 4.

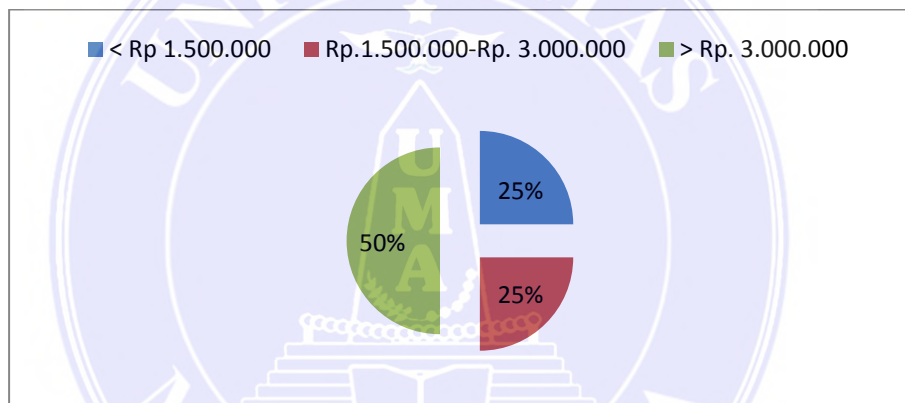


Gambar 4. Luas Lahan Petani Okra

Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada tabel 4, bahwa sebagian besar petani okra memiliki luas lahan antara 400-600 m<sup>2</sup> dengan persentase sebesar 50%. kemudian luas lahan di bawah <400 m<sup>2</sup> dengan persentase 37%, dan luas lahan lebih dari >600 m<sup>2</sup> dengan persentase sebesar 13%.

#### **d. Pendapatan**

Pada penelitian ini, tingkat pendapatan okra diketahui bahwa pendapatan terendah petani okra adalah Rp.700.000 dan pada pendapatan tertinggi petani okra adalah Rp.3.300.000. Secara lengkap karakteristik petani okra berdasarkan pendapatan petani okra per bulan dapat dilihat pada gambar 5.



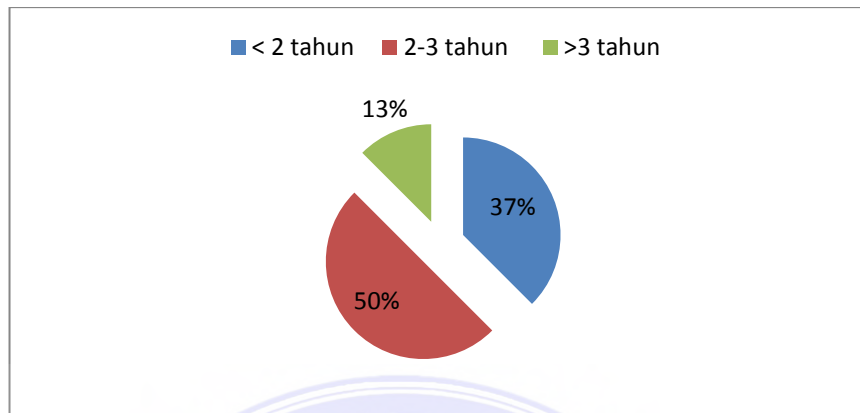
Gambar 5. Pendapatan Petani Okra

Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada gambar 5, petani okra yang memiliki pendapatan di bawah <Rp.1.500.000 dengan persentase 25%. Pendapatan Rp.1.500.000–Rp.3.000.000 dengan persentase 50%, dan pendapatan lebih dari >Rp. 3.000.000 dengan persentase 25%.

#### **e. Pengalaman**

Pada penelitian ini, tingkat pengalaman petani okra yang memiliki pengalaman terendah adalah 1 tahun dan pengalaman tertinggi adalah 4 tahun.

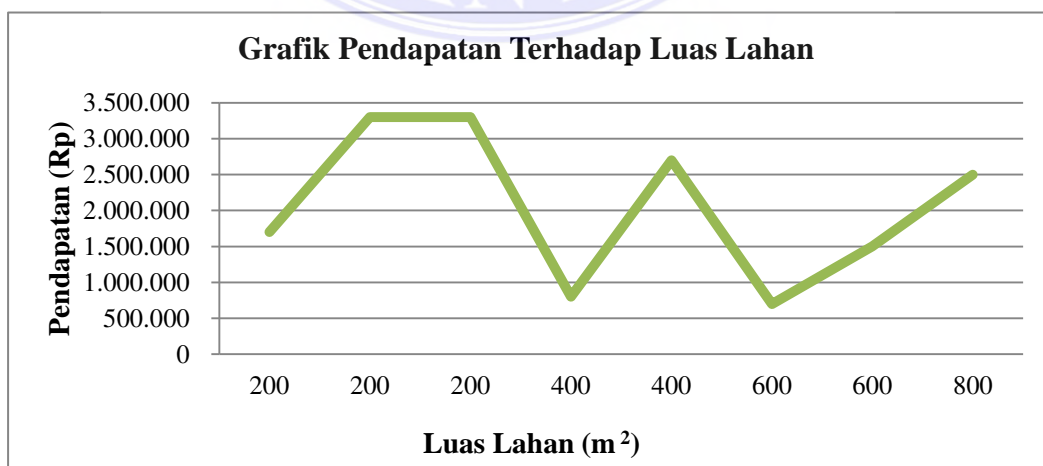
Secara lengkap karakteristik petani okra berdasarkan pengalaman petani okra dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Pengalaman Petani Okra

Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada gambar 6, dapat diketahui bahwa rata-rata petani okra telah memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha budidaya okra selama 2 sampai dengan 3 tahun dengan persentase 50%. kemudian pengalaman di bawah <2 tahun dengan persentase 37%, dan pengalaman lebih dari >3 tahun dengan persentase 13%.

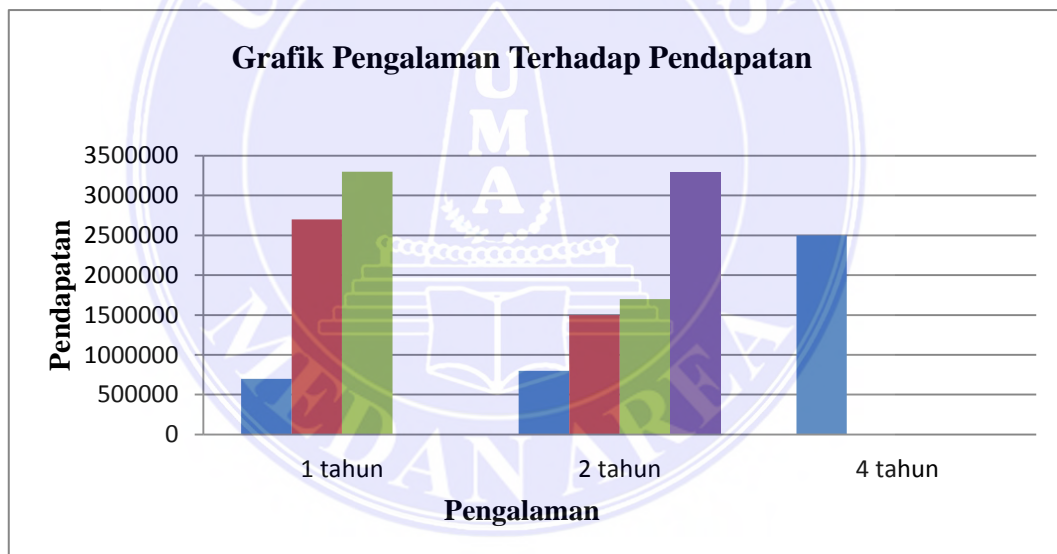
Berdasarkan karakteristik petani okra, jika dilihat berdasarkan luas lahan dan pendapatan, tidak memiliki hubungan secara langsung, data ini dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Grafik Luas Lahan Terhadap Pendapatan Petani Okra.

Berdasarkan hasil penelian pada gambar 7, dapat dilihat bahwa luas lahan tidak berpengaruh terhadap pendapatan petani. Dikarenakan luas lahan tidak ditanami secara keseluruhan oleh petani okra, tetapi hanya beberapa luas areal tanaman saja seperti lahan areal bapak supriadi yang mempunyai luas lahan 800 m<sup>2</sup> tetapi hanya 400 m<sup>2</sup> yang ditanami tanaman okra. selain luas tanaman juga dipengaruhi musim tanam, jumlah produksi dan harga jual pada tiap-tiap petani yang berbeda-beda.

Pendapatan petani dilihat berdasarkan pengalaman juga menunjukkan hal yang sama dimana tidak berhubungan secara langsung. Hal ini dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Grafik Pengalaman Terhadap Pendapatan Petani Okra.

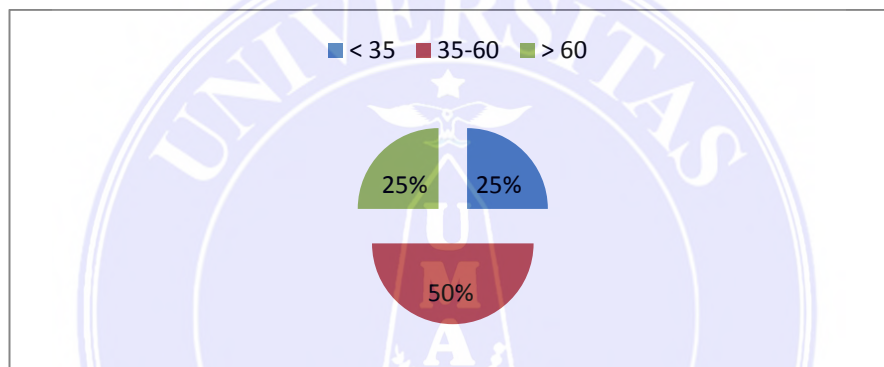
Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada gambar 8, dapat dilihat bahwa pengalaman tidak berpengaruh terhadap pendapatan dari 8 petani yang menjadi sampel dalam penelitian ini, pendapatan petani tidak dapat diukur dari pengalaman karena harga jual okra dari petani ke pedagang pengumpul yang berbeda-beda dari Rp.8000-9000/Kg dan jumlah produksi pada 8 sampel petani

okra yang tidak sama, dikarenakan luas tanam yang ditanami oleh 8 petani itu yang berbeda-beda .

#### 4.4.2. Pedagang Pengumpul

##### a. Umur

Pada penelitian ini, tingkat umur pedagang pengumpul okra diketahui umur terendah adalah umur 32 tahun dan umur tertinggi pedagang pengumpul okra adalah umur 64 tahun. Secara lengkap karakteristik pedagang pengumpul berdasarkan umur dapat dilihat pada gambar 9.

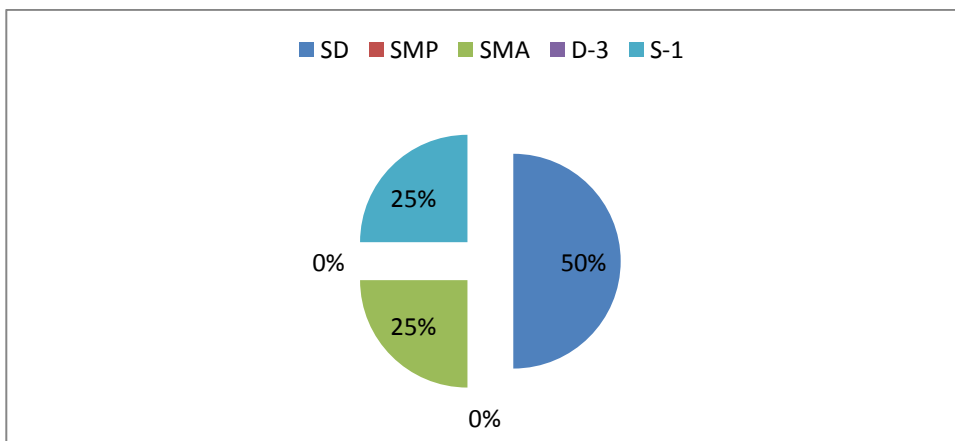


Gambar 9. Umur Pedagang Pengumpul Okra

Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada gambar 9, umur pedagang pengumpul okra tertinggi adalah 35-60 tahun dengan persentase 50%. Kemudian umur lebih dari >60 tahun dengan persentase 25%. dan umur di bawah <35 tahun dengan persentase 25%. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang pengumpul okra tergolong umur produktif.

##### b. Pendidikan

Dari karakteristik pedagang pengumpul, yakni pendidikan dapat dilihat bahwa pendidikan terendah pedagang pengumpul okra adalah tingkat SD dan pendidikan tertinggi adalah tingkat S-1. Secara lengkap karakteristik pedagang pengumpul berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada gambar 10.

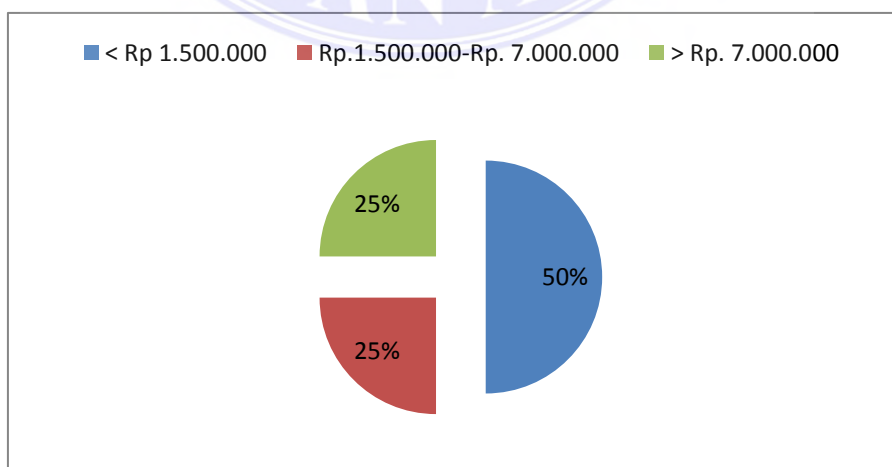


Gambar 10. Pendidikan Pedagang Pengumpul Okra

Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada gambar 10, sebagian besar pedagang pengumpul okra berpendidikan SD dengan persentase 50%. SMA dengan persentase 25%, S-1 sebanyak 1 orang dengan persentase 25%.

### c. Pendapatan

Pada penelitian ini, tingkat pendapatan pedagang pengumpul okra diketahui bahwa pendapatan terendah pedagang pengumpul okra adalah Rp.400.000 dan pada pendapatan tertinggi pedagang pengumpul okra adalah Rp.7.500.000. Secara lengkap karakteristik pedagang pengumpul okra berdasarkan pendapatan pedagang pengumpul okra dapat dilihat pada gambar 11.

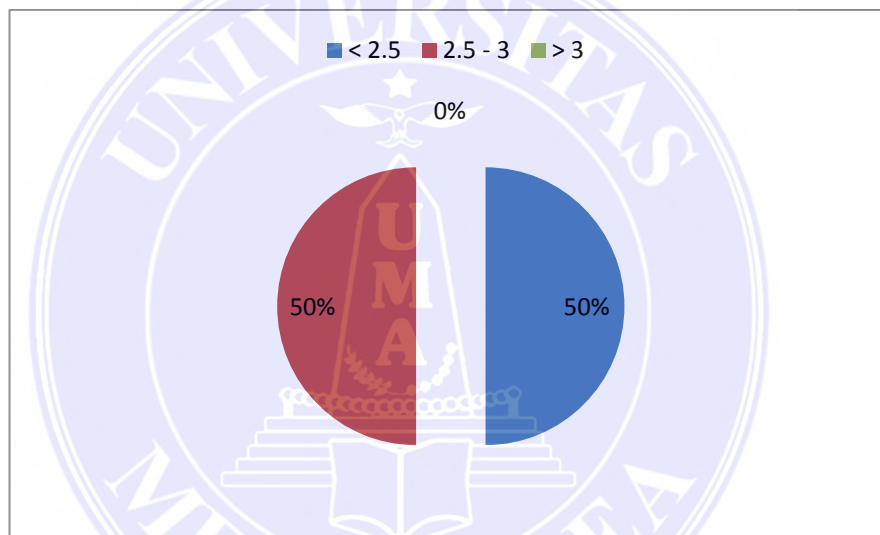


Gambar 11. Pendapatan Pedagang Pengumpul Okra

Pada gambar 11, pendapatan pedagang pengumpul okra dengan persentase 50% di bawah <Rp.1.500.000. Berikutnya, dengan persentase 25% pedagang pengumpul okra berjumlah Rp.1500.000 – Rp.7.000.000 dan persentase 25% berikutnya pendapatan pedagang pengumpul okra >Rp.7.000.000.

#### d. Pengalaman

Pengalaman pedagang pengumpul okra yang didapat selama dilakukan penelitian ini tergolong masih rendah, yakni 2-3 tahun. Karakteristik pedagang pengumpul okra lebih akurat dapat dilihat pada gambar 12.



Gambar 12. Pengalaman Pedagang Pengumpul Okra.

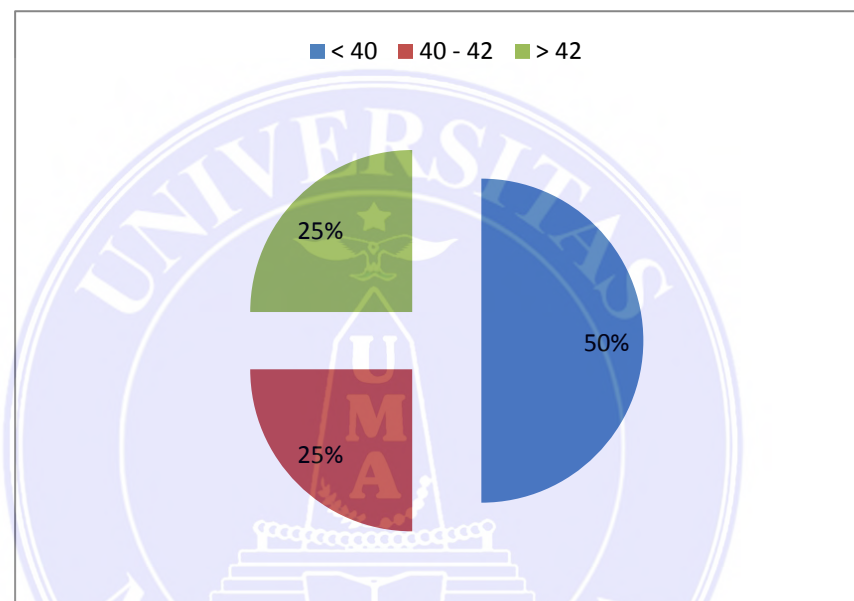
Berdasarkan gambar 12, menunjukkan bahwa pedagang pengumpul okra telah memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha sebagai pedagang pengumpul okra selama 2,5 sampai dengan 3 tahun dengan persentase 50%. kemudian pengalaman di bawah <2,5 tahun dengan persentase 50%, dan pengalaman lebih dari >3 tahun dengan persentase 0%.



### 4.4.3. Pedagang Pengecer

#### a. Umur

Pada karakteristik umur pedagang pengecerokra yang didapat pada penelitian ini cukup beragam yakni umur terendah adalah umur 32 tahun dan umur tertinggi pedagang pengecerokra adalah umur 64 tahun. Secara lengkap karakteristik pedagang pengecer okra berdasarkan umur dapat dilihat pada gambar 14.



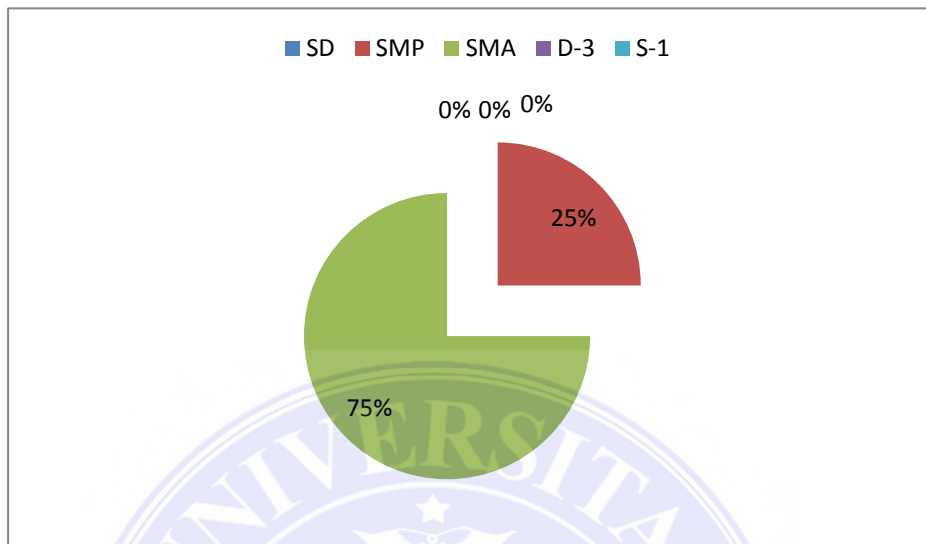
Gambar 13. Umur Pedagang Pengecer Okra

Dari gambar 13, umur pedagang pengecer okra di bawah <40 tahun dengan persentase 40%. Kemudian umur 40-42 tahun dengan persentase 25%, dan umur lebih dari >42 tahun dengan persentase 25%. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang pengecer okra tergolong umur produktif.

#### b. Pendidikan

Pada pendidikan pedagang pengecer okra, menunjukkan bahwa pendidikan terendah pedagang pengecer okra adalah tingkat SD dan pendidikan tertinggi

adalah tingkat S-1. Secara lengkap karakteristik pedagang pengecer okra berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada gambar 14.



Gambar 14. Pendidikan Pedagang Pengecer Okra.

Berdasarkan gambar 14, menunjukkan bahwa pendidikan pedagang pengecer okra dari tingkat SMP dan tingkat SMA. Sebagian besar pedagang pengecer okra berpendidikan SMA dengan persentase 75%. SMP dengan persentase 25%.

### c. Pendapatan

Karakteristik pendapatan pedagang pengecer okra didapat pendapatan terendah pedagang pengecer okra adalah Rp.130.000.- dan pada pendapatan tertinggi pedagang pengecer okra adalah Rp.900.000. Secara lengkap karakteristik pedagang pengecer okra berdasarkan pedagang pengecer okra dapat dilihat pada gambar 15.

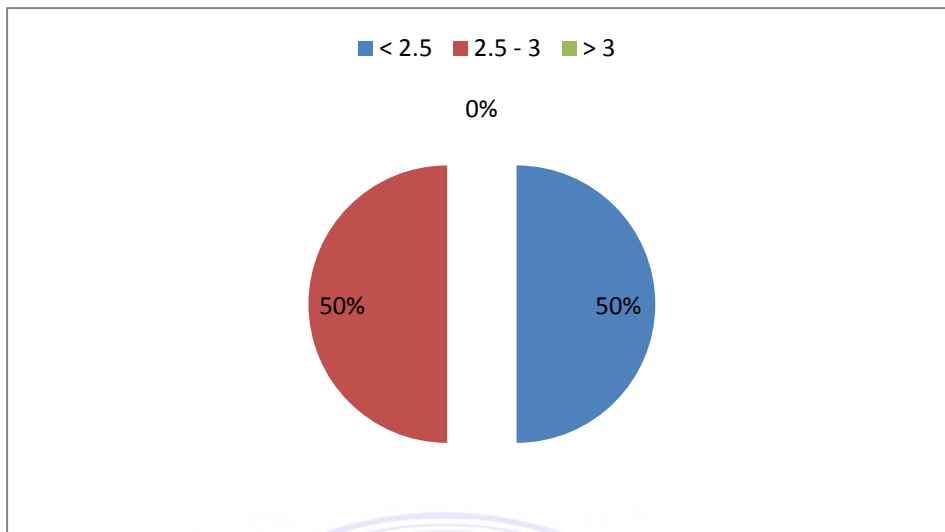


Gambar 15. Pendapatan Pedagang Pengecer Okra

Berdasarkan pada gambar 15 diatas, pendapatan pedagang pengecer okra di bawah <Rp.300.000 dengan persentase 50%. pendapatan Rp.300.000 – Rp.800.000 dengan persentase 25%, dan pendapatan lebih dari >Rp.800.000 dengan persentase 25%.

#### **d. Pengalaman**

Tingkat pengalaman pedagang pengecer okra yang merupakan salah satu karakteristik pada penelitian ini menyatakan bahwa pengalaman terendah adalah 2 tahun dan pengalaman tertinggi adalah 3 tahun. Secara lengkap karakteristik pedagang pengecer okra berdasarkan pengalaman pedagang pengecer okra dapat dilihat pada gambar 16.



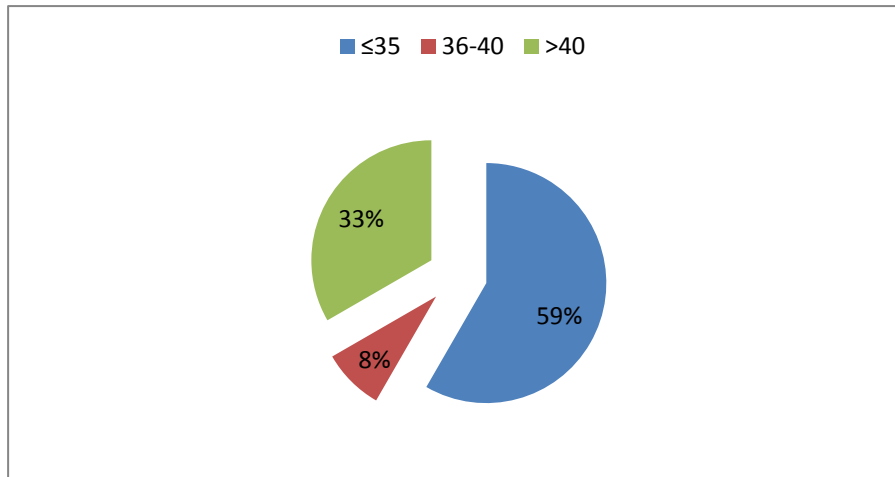
Gambar 16. Pengalaman Pedagang Pengecer Okra.

Berdasarkan pada gambar 16, menunjukkan bahwa pedagang pengecer okra memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha sebagai pedagang pengecer okra selama 2,5 sampai dengan 3 tahun dengan persentase 50%. kemudian pengalaman di bawah <2,5 tahun dengan persentase 50%, dan pengalaman lebih dari >3 tahun sebanyak 0%.

#### 4.4.4. Konsumen

##### a. Umur

Konsumen merupakan salah satu karakteristik penting dalam penelitian ini, di mana pada tingkat umur konsumen okra diketahui umur terendah adalah umur 32 tahun dan umur tertinggi pedagang pengecer okra adalah umur 64 tahun. Secara lengkap karakteristik konsumen okra berdasarkan umur dapat dilihat pada gambar 17.

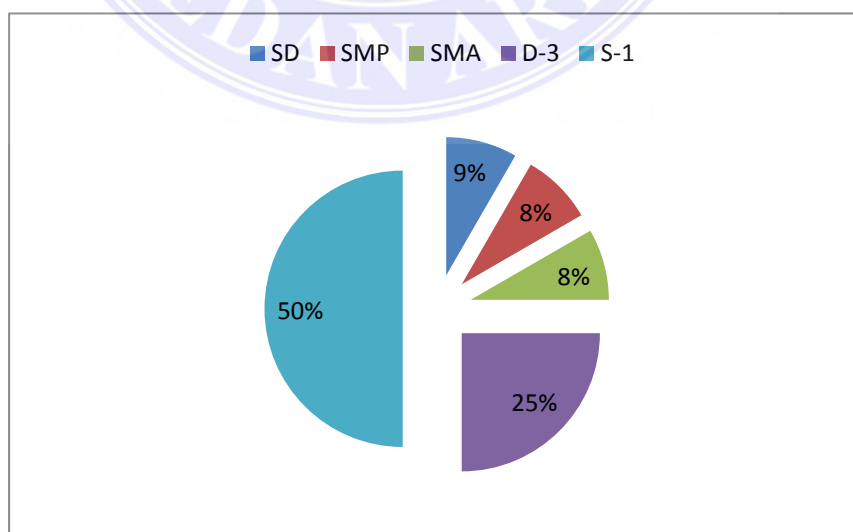


Gambar 17. Umur Konsumen Okra

pada gambar 17, dapat dilihat bahwa umur konsumen okra 36-40 dengan persentase 8%. Kemudian umur konsumen okra lebih dari >40 tahun dengan persentase 33%, dan umur di bawah <35 tahun dengan persentase 59%.

#### e. Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan konsumen okra yang didapat dari penelitian ini, diketahui bahwa pendidikan terendah konsumen okra adalah tingkat SD dan pendidikan tertinggi adalah tingkat S-1. Secara lengkap karakteristik konsumen okra berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada gambar 18.

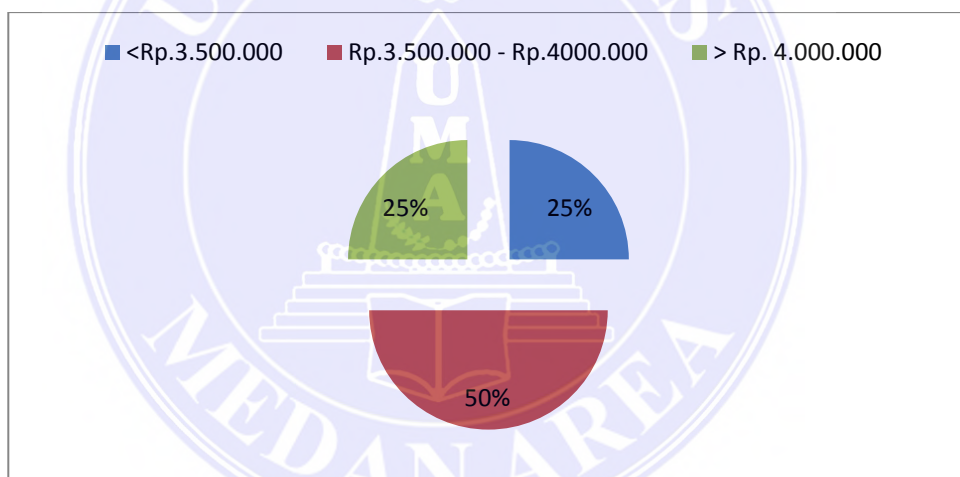


Gambar 18. Pendidikan Konsumen Okra

Berdasarkan pada gambar 20, menunjukkan bahwa pendidikan konsumen okra bervariasi dari tingkat SD sampai dengan tingkat S-1. Sebagian besar konsumen okra berpendidikan SD dengan persentase 50%. SMP dengan persentase 8%. SMA dengan persentase 8%, D3 dengan persentase 9%. S-1 dengan persentase 50%.

#### a. Pendapatan

Tingkat pendapatan konsumen okra yang di dapat selama penelitian ini, yaitu pendapatan terendah konsumen okra adalah Rp.3.000.000.- dan pada pendapatan tertinggi konsumen okra adalah Rp.5.000.000.- Secara lengkap karakteristik konsumen okra berdasarkan konsumen okra dapat dilihat pada gambar 21.

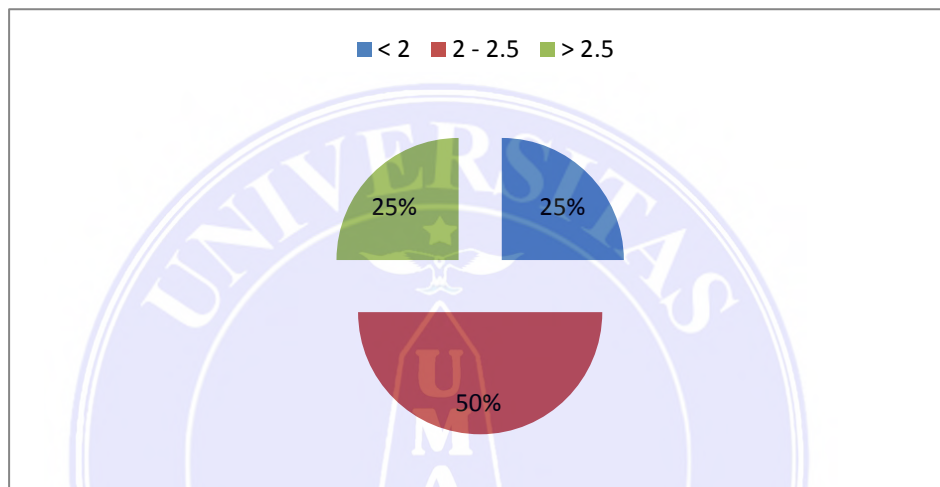


Gambar 19. Pendapatan Konsumen Okra

Gambar 19 menunjukkan bahwa pendapatan konsumen okra kurang dari <Rp.3.500.000 dengan persentase 25%. pendapatan Rp.3.500.000 – Rp.4.000.000 dengan persentase 50%, dan pendapatan <Rp. 4.000.000 dengan persentase 25%.

### a. Pengalaman

Berdasarkan pada penelitian ini, tingkat pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi okra yang memiliki pengalaman terendah adalah 1 tahun dan pengalaman tertinggi adalah 3 tahun. Secara lengkap karakteristik konsumen okra berdasarkan pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi okra dapat dilihat pada gambar 20.



Gambar 20. Pengalaman Konsumen Okra

Berdasarkan gambar 20, hasil penelitian yang didapat adalah pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi okra adalah selama 2,5 sampai dengan 3 tahun dengan persentase 50%. kemudian pengalaman di bawah <2.5 dengan persentase 50%, dan pengalaman lebih dari >3 tahun dengan persentase 0%.

Berdasarkan karakteristik dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen okra, maka rata-rata dari karakteristik tersebut, dapat dilihat secara langsung pada tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Petani, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer dan Konsumen Okra.

Karakteristik	Petani Okra	Pedagang Pengumpul Okra	Pedagang Pengecer Okra	Konsumen
<b>Umur</b>	35 - 60	35 - 60	< 40	≤ 35
<b>Pendidikan</b>	SMP	SD	SMA	S-1
<b>Pendapatan</b>	Rp.1.500.000 – 3000.000	Rp.1.500.000 – 7000.000	< Rp.300.000	> Rp. 4.000.000
<b>Pengalaman</b>	2-3 Tahun	2 -3 Tahun	2 – 3 Tahun	2 – 2.5 Tahun

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat bahwa umur rata-rata petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer okra mulai dari 35 tahun ke atas, sedangkan konsumen okra umurnya rata-rata di bawah < 35 karena yang mengkonsumsi okra adalah orang-orang yang usianya lebih muda dan lebih aktif untuk mengkonsumsi obat-obat herbal. Untuk pendidikan petani okra rata-rata SMP, pedagang pengumpul rata-rata SD, sedangkan pedagang pengumpul SMP, dan konsumen S1. Sementara untuk pendapatan rata-rata petani okra sebesar Rp.1.500.000 – 3000.000, karena harga jual petani kepada pedagang pengumpul sebesar Rp.8000-9000/Kg. Pedagang pengumpul rata-rata sebesar Rp.1.500.000 – 7000.000, karena harga jual pedagang pengumpul okra kepada pedagang pengecer sebesar Rp.15.000-20.000/Kg, sedangkan untuk pedagang pengecer okra rata-rata sebesar < Rp.300.000, karena jumlah okra yang dijual hanya sedikit, sekitar 1 sampai 2 Kg saja, dan untuk harga jual kepada konsumen sebesar Rp.25.000-30.000/1Kg dan pendapatan konsumen rata-rata sebesar > Rp. 4.000.000, dan untuk pengalaman petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen rata-rata memiliki pengalaman yang sama.



## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1. Saluran Pemasaran Okra di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan.**

Pemasaran adalah suatu kegiatan usaha/bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pendistribusian suatu produk. Menurut Angipora, 2002 menyatakan bahwa pemasaran hasil pertanian berarti kegiatan bisnis dimana menjual produk berupa komoditas pertanian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan harapan konsumen akan puas dengan mengkonsumsi komoditas tersebut. Lembaga pemasaran merupakan lembaga perantara yang terlibat dalam proses perpindahan barang atau produk pertanian dari produsen kepada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian pelaku pemasaran okra yang terlibat di daerah penelitian, yaitu dari petani→pedagang pengumpul→pedagang pengecer dan konsumen okra. Fokus dalam penelitian ini adalah saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan.

Menurut Lamb dkk., 2001 menyatakan bahwa pemasaran yang panjang akan melibatkan lebih banyak lembaga pemasaran sehingga tidak efisien karena akan memperbesar margin pemasaran. Margin pemasaran okra merupakan selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani okra. Keadaan demikian akan menjadi beban bagi konsumen untuk meningkatkan daya belinya dan akan menyebabkan rendahnya harga pada tingkat petani okra. Maka hal ini jelas akan menurunkan pendapatan yang diterima oleh petani okra. Sebaliknya dengan menggunakan jalur pemasaran yang pendek, dapat meningkatkan daya beli konsumen dengan harga yang layak dan meningkatkan penerimaan petani

okra, karena dengan saluran pemasaran yang pendek, petani okra dapat menjual okra dengan harga yang tinggi.

**a. Petani**

Menurut Marzali, 2000 menyatakan bahwa petani adalah masyarakat yang hidup menetap dalam komunitas-komunitas pedesaan yang mengolah tanah dengan bantuan tenaga keluarga sendiri. Dalam penelitian ini jumlah sampel petani okra yang di ambil sebanyak 8 petani sampel petani okra. Setelah petani okra melakukan pembudidayaan okra serta memproduksi okra, petani okra menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul. Dalam proses pemasaran okra ini peneliti mendatangi seluruh petani okra yang memasarkan hasil produksi okra tersebut ke pedagang pengumpul yang dihargai sebesar Rp.8000–Rp.9000/Kg. Pada penelitian ini petani langsung menjual hasil produksi okranya ke pedagang pengumpul dikarenakan petani-petani tersebut sudah memiliki langganan pedagang pengumpul, jumlah sampel pedagang pengumpul pada penelitian ini sebanyak 4 sampel.

**b. Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul adalah lembaga pemasaran yang menjual komoditi yang dibeli dari beberapa petani. Peranan pedagang pengumpul adalah mengumpulkan komoditi yang di beli dari petani-petani, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi pemasaran. Pada penelitian ini sampel pedagang pengumpul terdapat sebanyak 6 orang, dari 6 pedagang pengumpul tersebut ada 2 pedangan pengumpul yang sama memasarkan okra ke pasar modren dan kepasar tradisional yang menjadi lokasi sampel peneliti. Dalam proses pembelian okra pedagang pengumpul menggunakan dua cara yaitu dengan cara pedagang

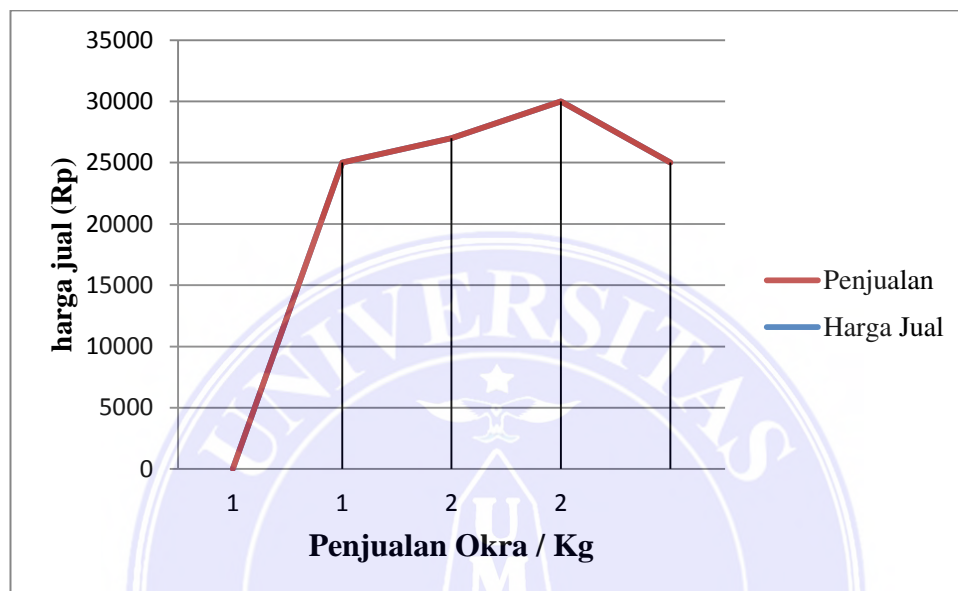
pengumpul langsung ke lokasi yang dimiliki oleh petani okra, dan menunggu petani yang mengantarkan hasil panen okra setiap harinya dengan harga Rp.8000–Rp.9000/Kg, seluruh hasil panen tersebut akan dibeli oleh pedagang pengumpul. Adapun alat komunikasi yang digunakan baik petani ke pedagang pengumpul, pedagang pengumpul ke petani dan pedagang pengumpul ke pedagang pengecer dengan menggunakan handphone. Kemudian pedagang pengumpul melanjutkan saluran pemasaran okra, dengan menjual okra kepada pedagang pengecer yang sudah menjadi pelanggan tetap, yang berada di pasar Kecamatan Medan Kota. Adapun harga dari okra tersebut adalah sebesar Rp. 15.000 – Rp. 20.000/Kg.

### **c. Pedagang Pengecer**

Pedagang pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen. Pedagang pengecer merupakan ujung tombak dari suatu proses produksi yang bersifat komersil, artinya kelanjutan proses produksi yang dilakukan oleh produsen dan lembaga-lembaga pemasaran sangat tergantung dengan aktivitas pengecer dalam menjual produk ke konsumen. Pedagang pengecer okra pada penelitian ini diambil 4 sampel dari pasar di Kecamatan Medan Kota yang terletak di Pasar Sambas, Pasar Ramai, Pasar Beruang, Pasar Kemiri. Pada umumnya pedagang pengecer membeli okra dari pedagang pengumpul yang sudah menjadi langganan pedagang pengecer tersebut, harga dari okra tersebut berkisar dari Rp.15.000 – Rp.20.000.-, kemudian pedagang pengecer memasarkan/menjual okra kepada konsumen yang berada di 4 pasar tersebut dengan harga Rp.25.000-Rp.30.000.-

Hukum ekonomi penawaran menyatakan bahwa bila tingkat harga mengalami kenaikan maka jumlah barang yang ditawarkan akan naik dan sebaliknya bila

tingkat harga turun maka jumlah barang yang ditawarkan akan turun. namun pada penelitian ini berdasarkan data penjualan okra tidak terjadi hukum penawaran tersebut. Dimana ketika harga barang naik dari Rp.25.000/Kg menjadi Rp.30.000/kg, Hal ini dapat dilihat secara lengkap pada gambar 21.



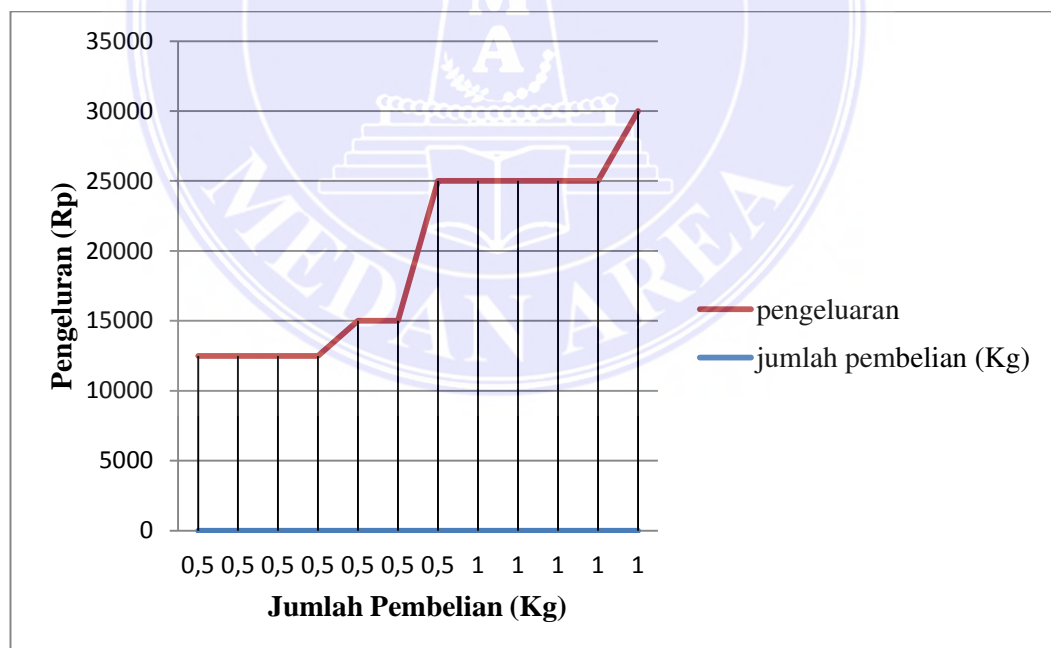
Gambar 21 : Penawaran Pedagang Pengecer Okra.

#### d. Konsumen

Konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk atau jasa yang di pasarkan. serta merupakan titik akhir dari saluran pemasaran. sampel Konsumen pada penelitian ini di ambil dari 4 pasar tradisional di Kecamatan Medan Kotadan 2 pasar modern yaitu pasar Berastagi dan Transmart Carefour yang berada di kota Medan yang masing-masing pasar diambil 2 konsumen dengan demikian jumlah keseluruhan 12 sampel, konsumen membeli okra dari pedagang pengecer sebesar Rp.25.000-Rp.30.000/Kg. Rata-rata konsumen yang membeli okra menjadikan okra sebagai obat alternatif seperti memperkuat tulang, melancarkan buang air besar, mengontrol kadar kolestrol, mencegah asam urat, mengatasi nyeri kepala,

mencegah diabetes dan mencegah darah tinggi, menurut konsumen okra tersebut harga okra ini relatif mahal.

Hukum permintaan menyatakan adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta, apabila harga naik maka jumlah barang yang di minta akan turun, begitu juga sebaliknya apabila harga turun maka permintaan akan naik, namun pada kasus pembelian okra dapat kita lihat pada gambar 22 di bawah ini, namun pada penelitian ini berdasarkan data penjualan okra tidak terjadi hukum permintaan tersebut, karena konsumen okra akan tetap membeli okra pada harga Rp.25.000.- pembelian okra berjumlah 1 Kg, dan pada saat harga okra naik menjadi Rp.30.000.- pembelian okra tetap berjumlah 1 Kg. Hal ini bertolak belakang dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa pembelian akan menurun apabila harga barang naik.



Gambar 22 : Permintaan Konsumen Okra.

### 5.1.1. Pola Saluran Pemasaran Okra

Pola saluran pemasaran merupakan gambaran dari proses pemasaran yang dilakukan mulai dari produsen hingga sampai kepada konsumen dengan mekanisme tertentu. Pada penelitian ini saluran pemasaran okra hanya memiliki satu saluran pemasaran, yang dimulai dari petani okra → pedagang pengumpul okra → pedagang pengecer okra → konsumen okra. Adapun pola pemasarannya sebagai berikut :

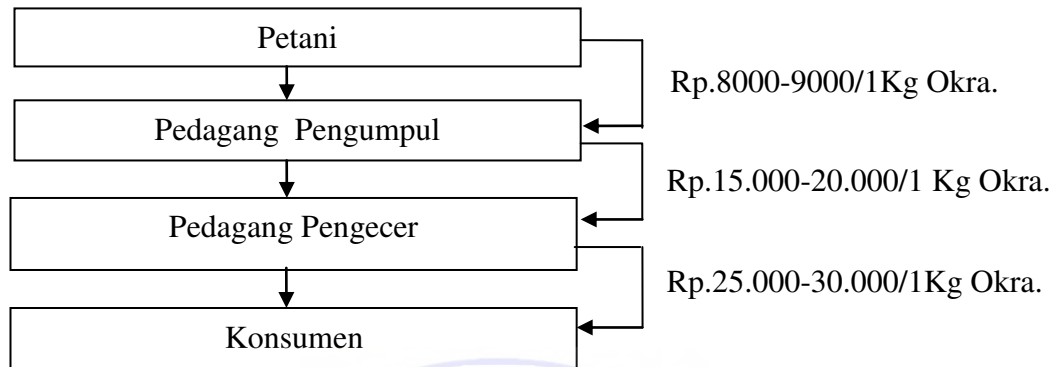


Gambar 23 : Bagan Pola Saluran Pemasaran Okra di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, petani okra berada di daerah marelan pasar 9, bandar setia pasar 12, tembung pasar 9 dan laut dendang. Untuk pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen didapati di Pasar Sambas, Pasar Ramai, Pasar Beruang, Pasar Kemiri, Pasar Berastagi dan Transmart Carefour.

Petani yang menjual hasil produksi okra ke pedagang pengumpul dengan langsung mendatangi pedagang pengumpul dan ada juga yang menunggu pedagang pengumpul yang datang membeli hasil produksi okranya dengan harga Rp.8000-9000/Kg. Pedagang pengumpul menjual okra tersebut ke pedagang pengecer dengan mendatangi masing-masing pedagang pengecer yang sudah menjadi langganan tetapnya dengan harga Rp.15000-20.000/Kg, lalu pedagang-pedagang pengecer menjual okra tersebut ke konsumen dengan cara konsumen langsung datang ke kios-kios pedagang pengecer yang berada di pasar dengan

harga Rp.25.000-30.000/Kg. Adapun harga-harga yang ditetapkan oleh masing-masing lembaga pemasaran dapat dilihat pada gambar 24 sebagai berikut:



Gambar 24. Harga yang ditetapkan Oleh Masing-Masing Lembaga Pemasaran Okra di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan.

Sumber: Data Primer di olah, 2018.

Penyebab terjadinya perbedaan harga yang terjadi dari tiap-tiap saluran pemasaran yang ada disebabkan adanya biaya-biaya tambahan yang diperlukan oleh petani, pedagang pengumpul dan juga pedagang pengecer seperti tenaga kerja, transportasi, pengemasan okra tersebut dan jumlah kuantitas yang diminta dari setiap lembaga pemasaran yang membeli okra tersebut berbeda.

### 5.1.2. Biaya Produksi dan Pemasaran Okra.

#### a. Biaya Produksi dan Pemasaran Petani Okra

Dalam proses budidaya tanaman okra yang dilakukan oleh petani pada umumnya menanam okra 4 kali dalam setahun atau dengan rentang waktu 3 bulan sekali akan di lakukan penanaman tanaman baru untuk menjaga produksi tetap stabil. Panen dilaksanakan  $\pm$  30 hari setelah masa tanam, setelah buah okra berukuran 7-10 cm.

Pada proses pembibitan sampai dengan panen diperlukan pemeliharaan tanaman guna meningkatkan hasil produksi. Pada proses pemeliharaan kegiatan ini memerlukan tenaga kerja sebanyak 1 orang dengan upah tenaga kerja wanita

sebesar Rp.50.000/hari untuk masing-masing kegiatan baik pembibitan, penanaman, pemupukan, pemeliharaan (penyiangan/penyemprotan).

Bibit okra yang dibutuhkan untuk luas lahan 400 m<sup>2</sup> diperlukan petani adalah sejumlah 400 batang okra dengan jarak tanam 50 X 50 cm, Untuk jenis pupuk yang digunakan pada komoditi okra ini adalah NPK, KCl dan ZA sebanyak masing-masing 1000 gram dengan pemakaian 2 kali selama 1 kali musim tanam, sedangkan pupuk TSP yang digunakan hanya 500 gram dengan pemakaian 1 kali saat melakukan pengolahan lahan pada 1 kali musim tanam, untuk mengendalikan hama ulat bulu, semut api dan kutu daun dengan menggunakan pestisida Dursban dengan dosis 0,5 ml/l untuk satu kali masa tanam, dengan rincian harga sebagai berikut,

**Tabel 3. Harga Jual, Luas Lahan dan Biaya Produksi Petani Okra dalam Penelitian.**

No Sampel	Harga Jual (Rp)	Luas Lahan m <sup>2</sup>	Biaya Produksi (Rp)						
			Bibit	Pupuk	Pestisida	Mulsa	Cangkul	Gembor	Tenaga Kerja (Rp)
1	9.000,00	200,00	200.000,00	75.000,00	125.000,00	261.289,80	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00
2	8.000,00	800,00	50.000,00	100.000,00	45.000,00	1.045.159,20	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00
3	8.000,00	400,00	50.000,00	110.000,00	55.000,00	522.579,60	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00
4	9.000,00	200,00	350.000,00	100.000,00	43.000,00	261.289,80	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00
5	8.000,00	600,00	50.000,00	125.000,00	43.000,00	783.869,40	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00
6	8.000,00	200,00	50.000,00	80.000,00	50.000,00	261.289,80	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00
7	9.000,00	400,00	50.000,00	42.000,00	40.000,00	522.579,60	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00
8	9.000,00	600,00	50.000,00	42.000,00	50.000,00	783.869,40	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00
<b>Total</b>	<b>68.000,00</b>	<b>3.400,00</b>	<b>850.000,00</b>	<b>674.000,00</b>	<b>451.000,00</b>	<b>4.441.926,60</b>	<b>40.000,00</b>	<b>10.000,00</b>	<b>36.000.000,00</b>
<b>Rataan</b>	<b>8.500,00</b>	<b>425,00</b>	<b>106.250,00</b>	<b>84.250,00</b>	<b>56.375,00</b>	<b>555.240,83</b>	<b>5.000,00</b>	<b>1.250,00</b>	<b>4.500.000,00</b>

Sumber: Data Primer di olah, 2018.

Dapat dilihat pada tabel 3, bahwa biaya produksi petani okra di Kecamatan Medan Kota meliputi bibit, pupuk, pestisida, mulsa, gembor, tenaga kerja. Adapun biaya yang paling besar adalah biaya tenaga kerja sebesar Rp.36.000.000,00/3 bulan dan dengan rata-rata per petani sebesar Rp.4.500.000,00/bulan, kemudian di



ikuti dengan biaya mulsa, biaya bibit, biaya pupuk, biaya pestisida, biaya cangkol dan biaya gembor.

Dalam proses pemasaran okra petani menggunakan timbangan kiloan duduk untuk melihat berapa kg setiap panen, serta petani menggunakan kantong plastik ukuran 10 kg untuk mengemas hasil panen sebelum pedagang pengumpul membeli hasil produksi okra tersebut. Adapun biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani dalam satu kali periode musim tanam dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

**Tabel 4. Biaya Pemasaran Petani dalam Satu Kali Periode Musim Tanam di Lokasi Penelitian.**

No Sampel	Biaya Pemasaran (Rp)		Total Biaya Pemasaran (Rp)
	Kantong Plastik	Timbangan	
1	225.000,00	1.275,51	226.275,51
2	225.000,00	1.275,51	226.275,51
3	225.000,00	1.275,51	226.275,51
4	225.000,00	1.275,51	226.275,51
5	168.750,00	1.275,51	170.025,51
6	168.750,00	1.275,51	170.025,51
7	112.500,00	1.275,51	113.775,51
8	112.500,00	1.275,51	113.775,51
<b>Total</b>	<b>1.462.500,00</b>	<b>10.204,08</b>	<b>1.472.704,08</b>
<b>Rataan</b>	<b>182.812,50</b>	<b>1.275,51</b>	<b>184.088,01</b>

Sumber: Data Primer di olah, 2018.

Dari tabel 4, dapat dilihat total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh 8 petani sebesar Rp.1.472.704,08 dengan rata-rata sebesar Rp.184.088,01 biaya pemasaran yang dibutuhkan oleh petani adalah kantong plastik dengan ukuran 10 kg dan timbangan kiloan duduk dengan rata-rata biaya kantong plastik sebesar Rp.182.812,50 dan rata-rata biaya timbangan sebesar Rp.1.275,51.

**a. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul**

Sasaran pedagang pengumpul untuk menyalurkan okra yang di beli dari para petani adalah para pedagang pengecer. Dalam hal ini pedagang pengumpul

membutuhkan biaya pemasaran untuk memasarkan okra tersebut, biaya pemasaran pedagang pengumpul antara lain pulsa yang dibutuhkan untuk menghubungi petani untuk memudahkan dalam berkomunikasi mencari informasi saat pemanenan okra yang dilakukan petani, plastik PE berukuran 15 x 30 cm dengan muatan 1 kg, timbangan kiloan duduk untuk menimbang seberapa banyak okra yang di beli dari petani dalam proses pengemasan okra memerlukan lilin untuk merekatkan plastik agar produk tidak mudah tercecer. Tenaga kerja yang di perlukan untuk mengemas dan mengangkut okra dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer, untuk mengangkut produk mulai dari petani hingga ke tangan pedagang pengecer memerlukan transportasi berupa becak dan mobil pick up, untuk rincian biaya lebih lengkap dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut ini:

**Tabel 5. Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Okra per tiga Bulan di Lokasi Penelitian.**

No Sampel	Biaya Pemasaran (Rp)						Total Biaya Pemasaran (Rp)
	Plastik PE	Biaya Komunikasi	lilin	Timbangan	TK	Transportasi	
1	648.000,00	225.000,00	32.000,00	800	10.800.000,00	9.000.000,00	20.705.800,00
2	486.000,00	225.000,00	32.000,00	800	9.000.000,00	9.000.000,00	18.743.800,00
3	324.000,00	225.000,00	32.000,00	800	-	9.000.000,00	9.581.800,00
4	324.000,00	225.000,00	32.000,00	800	-	9.000.000,00	9.581.800,00
<b>Total</b>	<b>1.782.000,00</b>	<b>900.000,00</b>	<b>128.000,00</b>	<b>3.200,00</b>	<b>19.800.000,00</b>	<b>36.000.000,00</b>	<b>58.613.200,00</b>
<b>Rataan</b>	<b>445.500,00</b>	<b>225.000,00</b>	<b>32.000,00</b>	<b>800</b>	<b>9.900.000,00</b>	<b>9.000.000,00</b>	<b>14.653.300,00</b>

Sumber: Data Primer di olah, 2018.

Dapat dilihat pada tabel 5 bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh 4 pedagang pengumpul meliputi atas biaya plastik PE ukuran 1 Kg, pulsa, lilin, timbangan kiloan duduk, tenaga kerja dan transportasi, total biaya yang dikeluarkan oleh 4 pedagang pengumpul sebesar Rp.58.613.200 dengan rata-rata sebesar Rp.14.653.300 dan biaya pemasaran yang paling tinggi dikeluarkan pada biaya tenaga kerja sebesar Rp.19.800.000,00 dengan rata-rata sebesar

Rp.9.900.000,00 dan di ikuti dengan biaya pemasaran yang lain seperti tenaga kerja, plastik PE, lilin dan timbangan kiloan duduk.

**b. Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer**

Pedagang pengecer berfungsi menyalurkan produk yang dipasok oleh pedagang pengumpul pada konsumen sekitar. Untuk memenuhi hal tersebut, dengan demikian pedagang pengecer memerlukan biaya pemasaran untuk menyalurkan produk okra tersebut, adapun biaya pemasaran yang dibutuhkan oleh pedagang pengecer okra adalah kantong plastik ukuran 1 kg dan timbangan kiloan duduk. Rincian biaya dapat dilihat pada tabel 6 berikut :

**Tabel 6. Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Okra Per tiga Bulan di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan.**

No Sampel	Biaya Pemasaran (Rp)		Total Biaya Pemasaran (Rp)
	Kantong Plastik	Timbangan	
1	72.000,00	800,00	72.800,00
2	72.000,00	800,00	72.800,00
3	144.000,00	800,00	144.800,00
4	144.000,00	800,00	144.800,00
<b>Total</b>	<b>432.000,00</b>	<b>3.200,00</b>	<b>435.200,00</b>
<b>Rataan</b>	<b>108.000,00</b>	<b>800,00</b>	<b>108.800,00</b>

Sumber: Data Primer di olah, 2018.

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa biaya pemasaran yang dibutuhkan oleh pedagang pengecer adalah biaya kantong plastik ukuran 1 kg dan timbangan kiloan duduk adapun total biaya pemasan yang dibutukan oleh 4 pedagang yang menjadi sampel adalah sebesar Rp.435.200,00 dan rata-rata para pedagang membutuhkan rata-rata biaya pemasaran sebesar Rp.108.800,00 per bulanya.

### 5.1.3. Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Okra di Kecamatan Medan Kota.

Analisis margin merupakan analisis perbedaan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen. Menurut Sudiyono, 2001 Margin pemasaran yang secara sistematis dihitung dengan rumus:

$$Mi = Psi - Pbi$$

Di mana:

Mi = Margin pemasaran pasar di tingkat lembaga pemasaran ke-i.

Psi = Harga jual pasar di tingkat lembaga pemasaran ke-i.

Pbi = Harga beli pasar di tingkat lembaga pemasaran ke i.

Setelah menghitung margin pemasaran maka akan dibahas efisiensi saluran pemasaran dalam penelitian ini. Menurut Soekartawi, 2003 untuk menghitung efisiensi saluran pemasaran di daerah penelitian sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai akhir produk}} \times 100\%$$

Maka apabila saluran pemasaran <50% maka saluran pemasaran efisien, dan jika saluran pemasaran >50% maka saluran pemasaran tidak efisien.

Margin pemasaran okra merupakan penambahan nilai atau harga jual sayuran okra dari petani, pedagang pengumpul ke pedagang pengecer sampai dengan kepada konsumen akhir. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti telah mengambil data dan mengolahnya dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini.

**Tabel 7. Margin Pemasaran di Masing-Masing Lembaga Pemasaran Sayuran Okra di Kecamatan Medan Kota.**

No.	Uraian	Harga dan Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	
1	<b>Petani</b>	Harga Jual	8500,00	12,50
	<b>Pedagang</b>			
2	<b>Pengumpul</b>	Harga Beli	8500,00	12,50
		Harga Jual	17500,00	25,00
		<b>Margin</b>	<b>9000,00</b>	<b>25,00</b>
		Biaya Pemasaran	5835,05	25,00
		Keuntungan Bersih	3164,95	25,00
	<b>Pedagang</b>			
3	<b>Pengecer</b>	Harga Beli	17500,00	25,00
		Harga Jual	26250,00	25,00
		<b>Margin</b>	<b>8750,00</b>	<b>25,00</b>
		Biaya Pemasaran	806,67	25,00
		Keuntungan Bersih	7943,33	25,00
4	<b>Konsumen</b>	Harga Beli	26250,00	8,33

Sumber: Data Primer di olah, 2018.

Sedangkan untuk perhitungan efisiensi pemasaran bertujuan untuk melihat apakah saluran pemasaran tersebut dikatakan efisien atau tidak efisien. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran okra pada penelitian ini, sudah mengambil data dan di olah berdasarkan perhitungan dan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pedagang Pengumpul

$$\begin{aligned}
 \text{Efisiensi} &= \frac{\text{biaya pemasaran}}{\text{nilai akhir produk}} \times 100 \% \\
 &= \frac{\text{Rp. } 5835,05}{\text{Rp. } 17500,00} \times 100 \% \\
 &= 33,34\%
 \end{aligned}$$

2. Pedagang Pengecer

$$\begin{aligned}
 \text{Efisiensi} &= \frac{\text{biaya pemasaran}}{\text{nilai akhir produk}} \times 100 \% \\
 &= \frac{\text{Rp. } 806,67}{\text{Rp. } 26250,00} \times 100 \% \\
 &= 3,07\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel margin pemasaran dan perhitungan efisiensi pemasaran dapat dilihat ditingkat lembaga petani memiliki margin pemasaran sebesar 12,5%, untuk ditingkat lembaga pedagang pengumpul memiliki margin pemasaran sebesar 25% dengan tingkat margin sebesar Rp.9.000.- sedangkan untuk tingkat lembaga pedagang pengecer memiliki margin pemasaran sebesar 25% dengan tingkat margin sebesar Rp.8.570.-

Tidak meratanya margin pemasaran yang didapat oleh masing-masing lembaga pemasaran dikarenakan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran berbeda-beda.

Untuk efisiensi pemasaran dapat kita lihat bahwa di tingkat lembaga pemasaran pedagang pengumpul memiliki efisiensi pemasaran sebesar 33,34% dan untuk di tingkat lembaga pemasaran pedagang pengecer memiliki efisiensi pemasaran sebesar 3,07 %. Dengan begitu saluran pemasaran okra yang berada di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan baik ditingkat lembaga pemasaran pedagang pengumpul dan pedagang pengecer memiliki saluran pemasaran yang efisien. Maka dapat kita lihat bahwa efisiensi pemasaran yang paling efisien di antara lembaga pemasaran okra yaitu terdapat pada lembaga pemasaran pedagang pengecer dikarenakan biaya pemasaran ditingkat lembaga pemasaran pedagang pengecer lebih rendah dibandingkan lembaga pemasaran lainnya yaitu sebesar Rp.806,67. Dengan rincian pada pedagang pengecer tidak memerlukan tenaga kerja dan biaya yang diperlukan hanya biaya kantong plastik dan timbangan. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Soekartawi, 2003 yaitu apabila saluran pemasaran <50% maka saluran pemasaran efisien, dan jika saluran pemasaran >50% maka saluran pemasaran tidak efisien, dan juga hasil penelitian ini sesuai

dengan penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian Tobari, 2008 bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran II: petani→pedagang pengumpul→pedagang pengecer→konsumen dan untuk lembaga pemasaran yang paling efisien adalah pedagang pengecer dikarenakan biaya pemasaran ditingkat lembaga pemasaran pedagang pengecer lebih rendah dibanding lembaga lainnya.

## **5.2. Biaya Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Okra di Pasar Transmart Carefour dan Pasar Brastagi di Lokasi Penelitian.**

Selain pemasaran okra pada pasar-pasar tradisional di empat Pasar Tradisional Kecamatan Medan Kota yang menjadi lokasi dalam penelitian ini, maka pasar modern juga dijadikan tambahan informasi untuk melengkapi data penelitian. Adapun pasar-pasar modern tersebut adalah Pasar Transmart Carefour dan Pasar Berastagi.

Transmart Carefour adalah supermarket yang menawarkan berbagai macam produk mulai dari pakaian, kosmetik, makanan, minuman, ikan dan sayuran. Dalam kasus ini Transmart Carefour juga menjual sayuran okra.

Pasar Berastagi merupakan salah satu supermarket yang bergerak dibidang ritel dengan spesifikasi sayuran dan buah segar. Salah satu produk sayuran yang ditawarkan Brastagi supermarket adalah okra.

Berdasarkan hasil penelitian ini, proses pemasaran okra dilakukan oleh petani dan pedagang pengumpul yang sama memasarkan okra di empat Pasar Tradisional Kecamatan Medan Kota yang menjadi lokasi dalam penelitian ini, dan pedagang pengumpul memasarkan ke Pasar Transmart Carefour dan Pasar Berastagi. Adapun biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer di

Pasar Transmart Carefour dan Pasar Berastagi dapat dilihat di tabel 7 dan 8 berikut:

**Tabel 8. Biaya Pemasaran Okra di Pasar Transmart Carefour di Lokasi Penelitian.**

Harga Beli(Rp/Kg)	Harga Jual (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)				Total Biaya Pemasaran (Rp)
		Styrofoam	Plastik Wrab	Timbangan	Kertas Label	
20.000	42630	1600	5250	135,41	5,88	6991,29

Sumber: Data Primer di olah, 2018.

Dapat dilihat pada tabel 8, bahwa biaya pemasaran okra yang di butuhkan di Pasar Transmart carefour adalah biaya styrofoam 12 cm x 6 cm , plastik wrap, timbangan digital dan kertas label, adapun total biaya pemasaran sebesar Rp.6991,29.

**Tabel 9. Biaya pemasaran Okra di Pasar Berastagi di Lokasi Penelitian.**

Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual(Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)				Total Biaya Pemasaran (Rp)
		Styrofoam	Plastik Wrab	Timbangan	Kertas Label	
20.000,00	24333	1600	5250	135,41	11,76	6997,17

Sumber: Data Primer di olah, 2018.

Dapat dilihat pada tabel 9, bahwa biaya pemasaran okra yang dibutuhkan di Pasar Berastagi adalah biaya styrofoam, plastik wrap, timbangan digital dan kertas label, adapun total biaya pemasaran sebesar Rp.6997,17/Kg.



**Tabel 10. Margin Pemasaran di Masing-Masing Lembaga Pemasaran Okra di Pasar Transmart Carefour.**

No	Uraian	Harga Dan Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Efisiensi Pemasaran (%)
1	<b>Petani</b>	Harga Jual	8000,00	50,00
2	<b>Pedagang Pengumpul</b>	Harga Beli	8000,00	100,00
		Harga Jual	20000,00	100,00
		<b>Margin</b>	<b>12000,00</b>	<b>25,00</b>
		Biaya Pemasaran	5751,61	100,00
		Keuntungan Bersih	6248,39	25,00
3	<b>Pedagang Pengecer</b>	Harga Beli	20000,00	100,00
		Harga Jual	42630	100,00
		<b>Margin</b>	<b>22630,00</b>	<b>100,00</b>
		Biaya Pemasaran	130,58	100,00
		Keuntungan Bersih	22499,42	100,00
4	<b>Konsumen</b>	Harga Beli	42630	50,00

**Tabel 11. Margin Pemasaran di Masing-Masing Lembaga Pemasaran Okra di Pasar Berastagi.**

No	Uraian	Harga dan Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Efisiensi Pemasaran (%)
1	<b>Petani</b>	Harga Jual	9000,00	50,00
2	<b>Pedagang Pengumpul</b>	Harga Beli	9000,00	100,00
		Harga Jual	20000,00	100,00
		<b>Margin</b>	<b>11000,00</b>	<b>25,00</b>
		Biaya Pemasaran	6942,15	100,00
		Keuntungan Bersih	4057,85	25,00
3	<b>Pedagang Pengecer</b>	Harga Beli	20000,00	100,00
		Harga Jual	24333	100,00
		<b>Margin</b>	<b>4333,00</b>	<b>100,00</b>
		Biaya Pemasaran	66,63	100,00
		Keuntungan Bersih	4266,37	100,00
4	<b>Konsumen</b>	Harga Beli	24333	50,00

Efisiensi pemasaran di pasar Transmart Carefour dan Pasar Berastagi dapat dilihat pada perhitungan sebagai berikut:

A. Pasar Transmart Carefour

1. Pedagang Pengumpul

$$\begin{aligned}\text{Efisiensi} &= \frac{\text{biaya pemasaran}}{\text{nilai akhir produk}} \times 100 \% \\ &= \frac{\text{Rp. 5751,61}}{\text{Rp. 20.000}} \times 100 \% \\ &= 28,76 \%\end{aligned}$$

2. Pedagang Pengecer

$$\begin{aligned}\text{Efisiensi} &= \frac{\text{biaya pemasaran}}{\text{nilai akhir produk}} \times 100 \% \\ &= \frac{\text{Rp. 130,58}}{\text{Rp. 42630}} \times 100 \% \\ &= 0,31 \%\end{aligned}$$

B. Pasar Berastagi

1. Pedagang Pengumpul

$$\begin{aligned}\text{Efisiensi} &= \frac{\text{biaya pemasaran}}{\text{nilai akhir produk}} \times 100 \% \\ &= \frac{\text{Rp. 6942,15}}{\text{Rp. 20.000}} \times 100 \% \\ &= 34,71 \%\end{aligned}$$

2. Pedagang Pengecer

$$\begin{aligned}\text{Efisiensi} &= \frac{\text{biaya pemasaran}}{\text{nilai akhir produk}} \times 100 \% \\ &= \frac{\text{Rp.66,63}}{\text{Rp.243.33}} \times 100 \% \\ &= 0,27 \%\end{aligned}$$

Berdasarkan tabel margin pemasaran dan perhitungan efisiensi pemasaran di Pasar Transmart Carefour dapat dilihat ditingkat lembaga petani memiliki margin pemasaran sebesar 50%, untuk ditingkat lembaga pedagang pengumpul memiliki margin pemasaran sebesar 25% dengan tingkat margin sebesar Rp.12.000.- sedangkan untuk tingkat lembaga pedagang pengecer memiliki margin pemasaran sebesar 100% dengan tingkat margin sebesar Rp.22.630.-

Sedangkan untuk di Pasar Berastagi dapat dilihat ditingkat lembaga petani memiliki margin pemasaran sebesar 50%, untuk ditingkat lembaga pedagang pengumpul memiliki margin pemasaran sebesar 25% dengan tingkat margin sebesar Rp.11.000.- sedangkan untuk tingkat lembaga pedagang pengecer memiliki margin pemasaran sebesar 100% dengan tingkat margin sebesar Rp.4.333.-

Untuk efisiensi pemasaran di Pasar Transmart Carefour memiliki efisiensi ditingkat lembaga pedagang pengumpul sebesar 28,76% dan ditingkat lembaga pedagang pengecer sebesar 0,31%. Sedangkan untuk efisiensi pemasaran di Pasar Berastagi memiliki efisiensi ditingkat lembaga pedagang pengumpul sebesar 34,71% dan ditingkat lembaga pedagang pengecer sebesar 0,27%. Kedua pasar modern tersebut memiliki saluran pemasaran yang efisien. Maka dapat dilihat bahwa saluran pemasaran yang paling efisien di antara kedua pasar modern adalah Pasar Berastagi dengan persentase sebesar 0,27%. Dikarenakan di Pasar Berastagi biaya pemasaran yang diperlukan lebih kecil dibandingkan dengan biaya pemasaran di Transmart Carefour.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran sayuran okra di Kecamatan Medan Kota dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota mulai dari petani→pedagang pengumpul→pedagang pengecer→konsumen.
2. Saluran pemasaran okra yang berada di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, ditingkat lembaga pemasaran pedagang pengumpul dan pedagang pengecer efisien. Pada pasar tradisional yang lebih efisien ditingkat pedagang pengecer sebesar 3,07 %. Sedangkan untuk pasar modern saluran pemasaran yang lebih efisien terdapat pada pedagang pengecer dengan tingkat efisien sebesar 0,27%.

#### **6.2. Saran**

1. Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran okra di Kecamatan Medan Kota, bahwa saluran pemasarannya lengkap dan efisien, dengan demikian peran semua lembaga pemasaran di harapkan dapat untuk mempertahankan dan meningkatkannya.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar membahas aspek-aspek yang lain dari okra seperti peluang bisnis dan kelayakan usaha okra.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kedua*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2017. *Kecamatan Medan Kota dalam Angka*. Medan.
- Dharsan, S.,1975. *Okra a Beloved Virgin*. Agricultural Experiment Station, Kingshill.
- Gaol, E. L., 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Bokar (Bahan olah Karet) di Kabupaten Batanghari*. Fakultas Pertanian. Universitas Jambi.
- Gultom, H. L. T., 1996. *Tataniaga Pertanian*. USU-Press. Medan.
- Hasan, D. I., 2007. *Okra adalah Buah yang Manfaatnya Bejibun, bisa Turunkan Kadar Kolsetrol*. diunduh di<https://Surabaya.Uri.Co.Id/Read/16967/2017/>diakses 3 Januari 2017.
- Idawati, N., 2012. *Peluang Besar Budidaya Okra*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Kelechi, A. I., N. N. Jackson, A. A. Ifeyinwa and O. Ajuruchukwu. 2013. *Market Structure, Conduct, Channel and Margin of Dry Season Okra Vegetable in South-Eastern Nigeria*. Department of Agricultural Economics, University of Nigeria. Afica.
- Khaina, F., 2012. *Kelayakan Usaha Tani Buah Naga di UD, Sabila Farm Kecamatan Pakem. Kabupaten Sleman*. Yogyakarta.
- Khatun, H. M. A., and M. Biswas. 2010. In-Vitro Study of The Effects of Viscous Soluble Dietary Fibers of (*Abelmoschus esculentus* L.). in Lowering Intestinal Glucose Absorption. *Bangladesh Pharmaceutical Journal* 13(2): 35-40.
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Pengendalian Jakarta*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Menejemen Pemasaran, Analisis Pemasaran, Implementasi dan Kontrol, Jilid I*. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 2. Edisi 12*. PT. Indeks.
- Kustiah, K., 1988. *Ekonomi Pemasaran dalam Pertanian*. PT. Gramedia. Jakarta.

- Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., dan Mc Daniel. 2001. *Pemasaran Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Limbong, W. H., P. Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Mubyarto, 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. PT. Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Mubyarto, M., 1997. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. PT. Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Nadira, S., B. Hatidjah dan Nuraeni. 2009. Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Okra (*Abelmoschus esculentus*) pada Perlakuan Pupuk Dekaform dan Defoliasi. *J. Agrisains* 10 (1) : 10-15.
- Ngebede, S. O., H. N. Ibekwe, S. C. Okpara, U. N. Oyegbule, and L. Adejumo, 2014. An Overview Okra Production, Processing, Marketing, Utilization And Contraints in Ayaragu in Ivo Local Government Area Ebonyi State, Nigeria. *Greener Journal of Agricultural Sciences*. 4(4):136-143.
- Nitisemito, 1982. *Fungsi dan Aspek Pemasaran yang Mempunyai Fungsi Mempengaruhi Seluruh Aspek Operasional*. Institute Pertanian Bogor, Bogor.
- Patel, R. M., R. R. Patel and A. J. Patel. 2013. *Marketing of Okra in Banaskantha District of North Gujarat*. College of Agribusiness Management. S. D. Sardarkrushinagar (Gujarta). India.
- Pranata, I., 2017. *Pertumbuhan dan Produksi Okra (Abelmoschus esculentus) dengan Berbagai Pemupukan Organik Diperkaya Batuan Fosfat*. Fakultas Hewan dan Pertanian, Universitas Diponego. Semarang.
- Pratiwi, K. I., M. A. Zaini dan Nazaruddin. 2016. *Pengaruh Konsentrasi Gel Buah Okra (Abelmoschus esculentus L.) Terhadap Mutu Es Krim Campuran Susu Sapi dan Susu Kedelai*. Fakultas Teknologi Pangan Dan Agroindustri. Universitas Mataram. Lombok.
- Putri, Y. H. 2017. *Fenologi dan Pengaruh Umur Panen Buah Terhadap Viabilitas dan Vigor Benih Okra (Abelmoschus Esculentus (L). Moench)*. Fakultas Pertanian. Universitas Andalas. Padang.
- Raditya, J., E. D. Purbajanti dan W. Slamet. 2017. *Pertumbuhan dan Produksi Okra (Abelmoschus esculentus L.) pada Level Pemupukan Nitrogen dan Jarak Tanam yang Berbeda*. Fakultas Hewan dan Pertanian, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rice, Phillip, L., 1987. *Stress and Health. 1<sup>st</sup> ed. California: Brooks/Cole Publishing Company*.
- Rofaudin, M. N. F., A. F. Hadadi. *Ekstraksi Maserasi Sayur Okra (Abelmoschus esculentus L.) Sebagai Bahan Pembuatan Kapsul Ekstrak Okra*. Fakultas Vokasi. Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.

- Roy, A., S. L. Shrivastava dan M. Mandal 2014. Functional Properties of Okra *Abelmoschus esculentus* L. (Moench): Traditional Claims and Scientific Evidences. *Plant Science Today* No.1 (3): 124
- Saifullah, 2017. *Respon Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Okra (Abelmoschus esculentus) pada Beberapa Jenis Media Tanam dengan Pupuk Organik dan Defoliasi*. Fakultas Pertanian. Universitas Syiah Kuala Darussalam. Banda Aceh.
- Saragih, E. S. P., 2017. *Pengaruh Perbedaan Jenis Tanah Sebagai Media Tanam Terhadap Produksi Budidaya Tanaman Okra Hijau (Abelmoschus esculentus (L.) Moench)*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Soekartawi, 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Soekarwati, 1993. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil Pertanian, Teori dan Aplikasi*. Rajawali Grafindo Persada Jakarta.
- Stanton, J. W., 1993. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarsono, 1998. *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Universitas Terbuka.
- Sudiyono, A., 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Tobari, S. G., 2008. Strategi Peningkatan Efisiensi Pemasaran Kentang di Kecamatan Pulosari Kabupaten Pematang. *Jurnal Sutaatmadja Subang*. 5(1):40
- Uray, M. D., U. Yuniarni and R. Choesrina. 2015. *Uji Aktivitas Hipoglikemik Ekstrak Etanol Daun Okra [Abelmoschus esculentus (L.) Moench] pada Mencit Jantan Galur Swiss Webster dengan Metode Toleransi Glukosa Oral. Peran Unisba dalam Pemanfaatan Hasil Penelitian untuk Pengembangan dan Penyebar luasan Iptek dan Imtaq yang Berkelanjutan di Jawa Barat*. Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba Gelombang I; Bandung, 18-20 Agustus 2015.
- Werdhiwati, P., 2016. *Karakterisasi Genotipe Okra Merah dan Okra Hijau Hasil Induksi Mutasi*. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor

Lampiran 1.

### Daftar Kuisisioner Penelitian

Bapak/Ibu/Saudara/I yang terhormat, saya mahasiswa Universitas Medan Area melaksanakan penelitian mengenai Analisis Saluran Pemasaran Okra (*Abelmoschus esculentus* L.) di Kecamatan Medan Kota. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berharga sebagai bahan masukan untuk proses pengambilan keputusan dari penelitian ini. Saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan perhatiannya.

No. Kuisisioner :

Medan  
Kota

#### A. Identitas Responden

1. Nama responden : .....
2. Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan
3. Status :
  - a. Menikah
  - b. Belum menikah
4. Jumlah anggota keluarga : .....orang
5. Umur (tahun) : .....
6. Alamat : .....
7. Pendidikan :
  - a. SD Sederajat
  - b. SMP Sederajat
  - c. SMA Sederajat
  - d. D-3
  - e. S-1
8. Jumlah pendapatan saudara : ...../Bulan





14. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :
- a. Ada                      b. Tidak
15. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan : .....orang
16. Berapa upah tenaga kerja/orang :Rp .....
17. Apa alasan saudara melakukan usaha budidaya okra.
- a. Keuntungan yang baik
- b. Pemasaran yang sudah terjamin
- c. Keturunan/tradisi
- d. Lainnya .....
18. Apakah usaha okra ini masih memiliki prospek?
- a. Ya, mengapa :.....
- b. Tidak, mengapa :.....
19. Sebelum melakukan penjualan, apakah saudara melakukan penyortiran terlebih dahulu
- a. Ya                      b. Tidak
- jika ya, berdasarkan apa :.....
20. Menurut saudara okra ini dijual kemanakah yang lebih menguntungkan dari pelaku pemasaran dibawah ini, berikan alasannya ?
- a. Pedagang pengumpul                      b. Pedagang pengecer                      c. Pasar
- Alasan : .....

21. Biaya produksi :

No	Jenis Biaya	Uraian	Jumlah (Rp)
1.	Sarana produksi	Bibit	
		Pupuk	
		Pestisida	
2	Tenaga kerja	Persiapan lahan	
		Penanaman	
		Pemeliharaan	
		Panen	

22. Dengan siapa saudara melakukan penjualan okra:

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)

### C. Lembaga Pemasaran

#### • Pedagang Pengumpul

1. Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai pedagang pengumpul okra :.....(tahun).
2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain : a. Ya      b. Tidak  
Jika ya, sebutkan.....
3. Selain okra, apa lagi yang dikumpulkan? :.....
4. Diperoleh dari manakah okra tersebut :.....
5. Berapa harga beli okra dari pembudidaya :Rp .....

6. Dengan siapa saudara melakukan penjualan okra:

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)

7. Berapa banyak okra yang saudara beli dari petani: .....(kg/sekali panen)
8. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi okra :  
.....
9. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :  
  - b. Ada
  - b. Tidak
10. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan : .....orang
11. Berapa upah tenaga kerja/orang :Rp .....

• **Pedagang Pengecer**

1. Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai pedagang pengecer okra :.....(tahun).
2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain : a. Ya b. Tidak  
Jika ya, sebutkan.....
3. Diperoleh dari manakah okra tersebut :.....
4. Berapa harga beli okra: Rp...../Kg
5. Berapa pendapatan saudara/i satu kali pemasaran:Rp.....
6. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi okra:.....
7. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :  
  - a. Ada
  - b. Tidak
8. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan : .....orang

9. Berapa upah tenaga kerja/orang :Rp .....
10. Dengan siapa saudara melakukan penjualan okra :

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)

• **Konsumen**

1. Apakah Pekerjaan saudara saat ini :.....
2. Berapakah jumlah pembelian okra dalam sekali membeli.....Kg/Ons
3. Berapa kali dalam seminggu saudara membeli okra :.....
4. Dari mana anda memperoleh okra :
  - a. Pedagang pengecer/pasar
  - b. Pedagang pengumpul
  - c. teman
  - d. lainnya
5. Alasan anda membeli okra
  - a. Digunakan untuk obat.....
  - b. Untuk sayuran
  - c. Dll, sebutkan .....
6. Berapa lama anda telah mengkonsumsi okra :.....
7. Berapa harga beli okra : Rp.....
8. Apakah anda mengetahui manfaat dari sayuran okra ini :
  - a. Ya
  - b. Tidak

Jika Ya, jelaskan apa saja.....

9. Dibandingkan dengan harga sayuran lain, apakah menurut saudara sayuran okra ini cukup mahal :

- a. Ya                      b. Tidak

Jika tidak, berikan alasan anda.....

10. Sayuran apa yang di bandingkan itu :.....

11. Menurut saudara sayuran apa yang dapat pengganti sayuran okra :.....

12. Jika di bandingkan dengan obat sejenis, apakah okra cukup mahal .....



**Lampiran 2. Karakteristik Petani Okra**

No Sampel	Umur	Pendidikan	Pengalaman	Jenis Kelamin	Status Pekerjaan	Luas Lahan m <sup>2</sup>	Pendapatan (Rp/Bulan)
1	43	SMP	1	Laki- Laki	Petani	200	3.300.000
2	47	SMA	4	Laki- Laki	Petani	800	2.500.000
3	61	SD	1	Laki- Laki	Petani	400	2.700.000
4	40	SD	2	Laki- Laki	Petani	200	3.300.000
5	35	SMP	2	Laki- Laki	Petani	600	1.500.000
6	48	SD	2	Laki- Laki	Petani	200	1.700.000
7	30	SMA	2	Laki- Laki	Petani	400	800.000
8	38	SMP	1	Laki- Laki	Petani	600	700.000

**a. Umur**

No	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 35	1	12,50
2	35- 60	6	75,00
3	> 60	1	12,50
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100,00</b>

**b. Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	3	37,5
2	SMP	3	37,5
3	SMA	2	25
4	D-3	0	0
5	S-1	0	0
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100</b>

**c. Pendapatan**

No	Pendapatan Petani Okra (Rp / Bulan)	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp 1.500.000	2	25,00
2	Rp.1.500.000-Rp. 3.000.000	4	50,00
3	> Rp. 3.000.000	2	25,00
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100,00</b>

**d. Pengalaman**

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 2 Tahun	3	37,50
2	2-3 Tahun	4	50,00
3	>3 Tahun	1	12,50
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100,00</b>

**e. Luas Lahan**

No	Luas Lahan (M)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 400	3	37,50
2	400 - 600	4	50,00
3	> 600	1	12,50
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100,00</b>



Lampiran 3. Karakteristik Pengumpul Okra

No Sampel	Umur	Pendidikan	Pengalaman	Jenis Kelamin	Status Pekerjaan	Pendapatan (Rp/ 3 Bulan)
1	53	SD	3	Laki-Laki	Pengumpul	7.500.000
2	42	S-1	2	Laki-Laki	Pengumpul	3.700.000
3	64	SD	3	Perempuan	Pengumpul	1.000.000
4	32	SMA	2	Laki-Laki	Pengumpul	400.000

a. Umur

No	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 35	1	25,00
2	35-60	2	50,00
3	> 60	1	25,00
<b>Total</b>		4	100,00

b. Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	2	50,00
2	SMP	0	0,00
3	SMA	1	25,00
4	D-3	0	0,00
5	S-1	1	25,00
<b>Total</b>		4	100,00

c. Pendapatan

No	Pendapatan Pengumpul Okra (Rp / Bulan)	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp 1.500.000	1	50,00
2	Rp.1.500.000-Rp. 7.000.000	2	25,00
3	> Rp. 7.000.000	1	25,00
<b>Total</b>		4	100,00

#### d. Pengalaman

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 2.5	2	50,00
2	2.5 - 3	2	50,00
3	> 3	0	0,00
<b>Total</b>		4	100,00

#### Lampiran 4. Karakteristik Pedagang Pengecer Okra

No Sampel	Umur	Pendidikan	Pengalaman	Jenis Kelamin	Status Pekerjaan	Pendapatan (Rp/ 3 Bulan)
1	44	SMA	2	Laki-Laki	Pedagang Pengecer	Rp.130.000
2	38	SMA	3	Perempuan	Pedagang Pengecer	Rp.130.000
3	42	SMA	2	Laki-Laki	Pedagang Pengecer	Rp.900.000
4	36	SMP	3	Laki-Laki	Pedagang Pengecer	Rp.600.000

##### a. Umur

No	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 40	2	50,00
2	40 - 42	1	25,00
3	> 42	1	25,00
<b>Total</b>		4	100,00

##### b. Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	1	25
3	SMA	3	75
4	D-3	0	0
5	S-1	0	0
<b>Total</b>		4	100

c. Pendapatan

No	Pendapatan Pedagang Pengecer Okra (Rp / Bulan)	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp 300.000	2	50,00
2	Rp.300.000-Rp. 800.000	1	25,00
3	> Rp. 800.000	1	25,00
<b>Total</b>		4	100,00

d. Pengalaman

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 2.5	2	50,00
2	2.5 - 3	2	50,00
3	> 3	0	0,00
<b>Total</b>		4	100,00

Lampiran 5. Karakteristik Konsumen Okra

No Sampel	Umur	Pendidikan	Jenis Kelamin	Status Pekerjaan	Pendapatan(Rp/ 3 Bulan)
1	31	SMA	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.3.000.000
2	45	SD	Perempuan	Wiraswasta	Rp.3.500.000
3	47	SMP	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.3.000.000
4	32	D-3	Laki-Laki	Gojek	Rp.3.500.000
5	32	S-1	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.3.000.000
6	60	S-1	Perempuan	Wiraswasta	Rp.5.000.000
7	58	S-1	Laki-Laki	Pegawai Negri	Rp.4.000.000
8	34	D-3	Perempuan	Bidan	Rp.3.500.000
9	33	D-3	Perempuan	Wiraswasta	Rp.4.000.000
10	37	S-1	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Rp.5.000.000
11	26	S-1	Perempuan	Pegawai Swasta	Rp.4.000.000
12	32	S-1	Perempuan	Wiraswasta	Rp.5.000.000

a. Umur

No	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	≤35	7	58,33
2	36-40	1	8,33
3	>40	4	33,33
<b>Total</b>		12	100,00

**b. Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	1	8,33
2	SMP	1	8,33
3	SMA	1	8,33
4	D-3	3	25,00
5	S-1	6	50,00
	<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,00</b>

**c. Pendapatan**

No	Pendapatan Konsumen Okra (Rp / Bulan)	Jumlah	Persentase (%)
1	<Rp.3.500.000	3	25,00
2	Rp.3.500.000 - Rp.4000.000	3	50,00
3	> Rp. 4.000.000	6	25,00
	<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,00</b>

**d. Pengalaman**

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 2	2	25,00
2	2 - 2.5	4	50,00
3	> 2.5	2	25,00
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>

**Lampiran 6. Harga Jual, Produksi, Penerimaan Biaya Produksi dan Keuntungan dari Masing-Masing Lembaga Pemasaran di Lokasi Penelitian.**

**Lampiran 7. Harga Jual, Produksi, Penerimaan Biaya produksi dan Keuntungan Petani Okra Satu Kali Periode Tanam.**

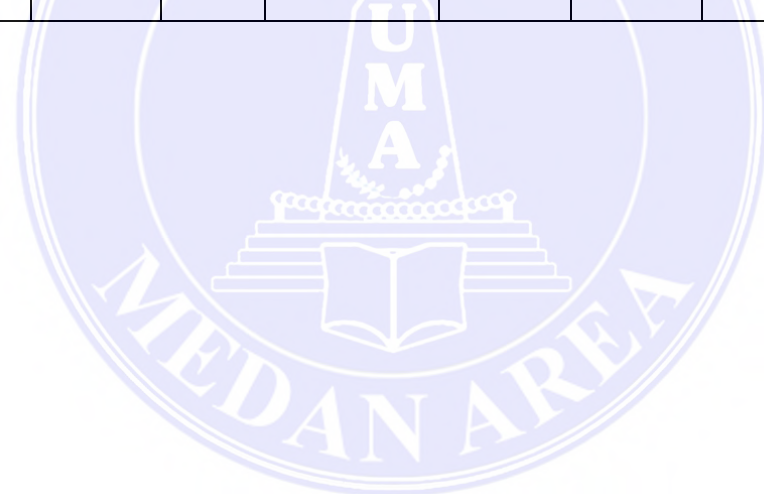
No Sampel	Harga Jual (Rp/Kg)	Luas Lahan (M <sup>2</sup> )	Kebutuhan Mulsa (Cm)	Produksi (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Produksi (Rp)							Biaya Pemasaran (Rp)		Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
						Bibit	Pupuk	Pestisida	Mulsa	Cangkul	Gembor	Tenaga Kerja	Kantong Plastik	Timbangan		
1	9.000,00	200,00	108,00	1.800,00	16.200.000,00	200.000,00	75.000,00	125.000,00	261.289,80	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	225.000,00	1.275,51	5.393.815,31	10.806.184,69
2	8.000,00	800,00	432,00	1.800,00	14.400.000,00	50.000,00	100.000,00	45.000,00	1.045.159,20	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	225.000,00	1.275,51	5.972.684,71	8.427.315,29
3	8.000,00	400,00	216,00	1.800,00	14.400.000,00	50.000,00	110.000,00	55.000,00	522.579,60	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	225.000,00	1.275,51	5.470.105,11	8.929.894,89
4	9.000,00	200,00	108,00	1.800,00	16.200.000,00	350.000,00	100.000,00	43.000,00	261.289,80	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	225.000,00	1.275,51	5.486.815,31	10.713.184,69
5	8.000,00	600,00	324,00	1.350,00	10.800.000,00	50.000,00	125.000,00	43.000,00	783.869,40	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	168.750,00	1.275,51	5.678.144,91	5.121.855,09
6	8.000,00	200,00	108,00	1.350,00	10.800.000,00	50.000,00	80.000,00	50.000,00	261.289,80	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	168.750,00	1.275,51	5.117.565,31	5.682.434,69
7	9.000,00	400,00	216,00	900,00	8.100.000,00	50.000,00	42.000,00	40.000,00	522.579,60	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	112.500,00	1.275,51	5.274.605,11	2.825.394,89
8	9.000,00	600,00	324,00	900,00	8.100.000,00	50.000,00	42.000,00	50.000,00	783.869,40	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	112.500,00	1.275,51	5.545.894,91	2.554.105,09
<b>Total</b>	<b>68.000,00</b>	<b>3.400,00</b>	<b>1.836,00</b>	<b>11.700,00</b>	<b>99.000.000,00</b>	<b>850.000,00</b>	<b>674.000,00</b>	<b>451.000,00</b>	<b>4.441.926,60</b>	<b>40.000,00</b>	<b>10.000,00</b>	<b>36.000.000,00</b>	<b>1.462.500,00</b>	<b>10.204,08</b>	<b>43.939.630,68</b>	<b>55.060.369,32</b>
<b>Rataan</b>	<b>8.500,00</b>	<b>425,00</b>	<b>229,50</b>	<b>1.462,50</b>	<b>12.375.000,00</b>	<b>106.250,00</b>	<b>84.250,00</b>	<b>56.375,00</b>	<b>555.240,83</b>	<b>5.000,00</b>	<b>1.250,00</b>	<b>4.500.000,00</b>	<b>182.812,50</b>	<b>1.275,51</b>	<b>5.492.453,84</b>	<b>6.882.546,17</b>

Lampiran 8. Harga Beli, Total Penerimaan, Harga Jual, Penjualan, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Pedagang Pengumpul Okra Per Satu Kali Periode Tanam.

No Sampel	Harga Beli(Rp/Kg)	Total Pembelian (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Penjualan (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)						Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
						Plastik PE	Biaya Komunikasi	Lilin	Timbangan	Tenaga Kerja	Trasportasi			
1	8.000,00	28.800.000,00	20.000,00	3.600,00	72.000.000,00	648.000,00	225.000,00	32.000,00	800,00	10.800.000,00	9.000.000,00	20.705.800,00	49.505.800,00	22.494.200,00
2	9.000,00	24.300.000,00	20.000,00	2.700,00	54.000.000,00	486.000,00	225.000,00	32.000,00	800,00	9.000.000,00	9.000.000,00	18.743.800,00	43.043.800,00	10.956.200,00
3	8.000,00	14.400.000,00	15.000,00	1.800,00	27.000.000,00	324.000,00	225.000,00	32.000,00	800,00	-	9.000.000,00	9.581.800,00	23.981.800,00	3.018.200,00
4	9.000,00	16.200.000,00	15.000,00	1.800,00	27.000.000,00	324.000,00	225.000,00	32.000,00	800,00	-	9.000.000,00	9.581.800,00	25.781.800,00	1.218.200,00
Total	34.000,00	83.700.000,00	70.000,00	9.900,00	180.000.000,00	1.782.000,00	900.000,00	128.000,00	3.200,00	19.800.000,00	36.000.000,00	58.613.200,00	142.313.200,00	37.686.800,00
Rataan	8.500,00	20.925.000,00	<b>17.500,00</b>	2.475,00	45.000.000,00	445.500,00	225.000,00	32.000,00	800,00	9.900.000,00	9.000.000,00	14.653.300,00	35.578.300,00	9.421.700,00

**Lampiran 9. Harga Beli, Total Penerimaan, Harga Jual, Penjualan, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pemasaran, Total Biaya, Keuntungan dan Margin Pedagang Pengumpul Okra Per Satu Kali Periode Tanam.**

No Sampel	Harga Beli (Rp/Kg)	Total Pembelian (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Penjualan (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)						Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)	Margin (Rp)
						Plastik PE	Biaya Komunikasi	Lilin	Timbangan	Tenaga Kerja	Trasportasi				
1	8,000.00	20,000.00	<b>20,000.00</b>	1.00	20000	180	62.5	8.88875	0.22225	3000	2500	<b>5751.611</b>	13,751.61	6,248.39	<b>12,000.00</b>
2	9,000.00	20,000.00	<b>20,000.00</b>	1.00	20000	180	83.33333333	11.85166667	0.296333333	3333.333333	3333.333333	<b>6942.148</b>	15,942.15	4,057.85	<b>11,000.00</b>
3	8,000.00	15,000.00	<b>15,000.00</b>	1.00	15000	180	125	17.7775	0.4445		5000	<b>5323.222</b>	13,323.22	1,676.78	<b>7,000.00</b>
4	9,000.00	15,000.00	<b>15,000.00</b>	1.00	15000	180	125	17.7775	0.4445		5000	<b>5323.222</b>	14,323.22	676.78	<b>6,000.00</b>
Total	34,000,-	70,000.00	<b>70,000.00</b>	4.00	70,000.00	720.00	395.83	56.30	1.41	6,333.33	15,833.33	<b>23,340.20</b>	57,340.20	12,659.80	<b>36,000.00</b>
Rataan	8,500,-	17,500.00	<b>17,500.00</b>	1.00	17,500.00	180.00	98.96	14.07	0.35	3,166.67	3,958.33	<b>5,835.05</b>	14,335.05	3,164.95	<b>9,000.00</b>



Lampiran 10. Harga Beli, Total Penerimaan, Harga Jual, Penjualan, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Pedagang Pengecer Okra Per Satu Kali Periode Tanam

No Sampel	Harga Beli(Rp)	Total Pembelian(Rp)	Harga Jual(Rp)	Penjualan (Kg)	Penerimaan(Rp)	Biaya Pemasaran(Rp)		Total Biaya Pemasaran(Rp)	Total Biaya(Rp)	Keuntungan (Rp)
						Kantong Plastik	Timbangan			
1,00	20.000,00	1.800.000,00	25.000	90	2.250.000,00	72.000,00	800,00	72.800,00	1.872.800,00	377.200,00
2,00	20.000,00	1.800.000,00	25.000	90	2.250.000,00	72.000,00	800,00	72.800,00	1.872.800,00	377.200,00
3,00	15.000,00	2.700.000,00	30.000	180	5.400.000,00	144.000,00	800,00	144.800,00	2.844.800,00	2.555.200,00
4,00	15.000,00	2.700.000,00	25.000	180	4.500.000,00	144.000,00	800,00	144.800,00	2.844.800,00	1.655.200,00
<b>Total</b>	<b>70.000,00</b>	<b>9.000.000,00</b>	<b>105.000,00</b>	<b>540,00</b>	<b>14.400.000,00</b>	<b>432.000,00</b>	<b>3.200,00</b>	<b>435.200,00</b>	<b>9.435.200,00</b>	<b>4.964.800,00</b>
<b>Rataan</b>	<b>17.500,00</b>	<b>2.250.000,00</b>	<b>26.250,00</b>	<b>135,00</b>	<b>3.600.000,00</b>	<b>108.000,00</b>	<b>800,00</b>	<b>108.800,00</b>	<b>2.358.800,00</b>	<b>1.241.200,00</b>

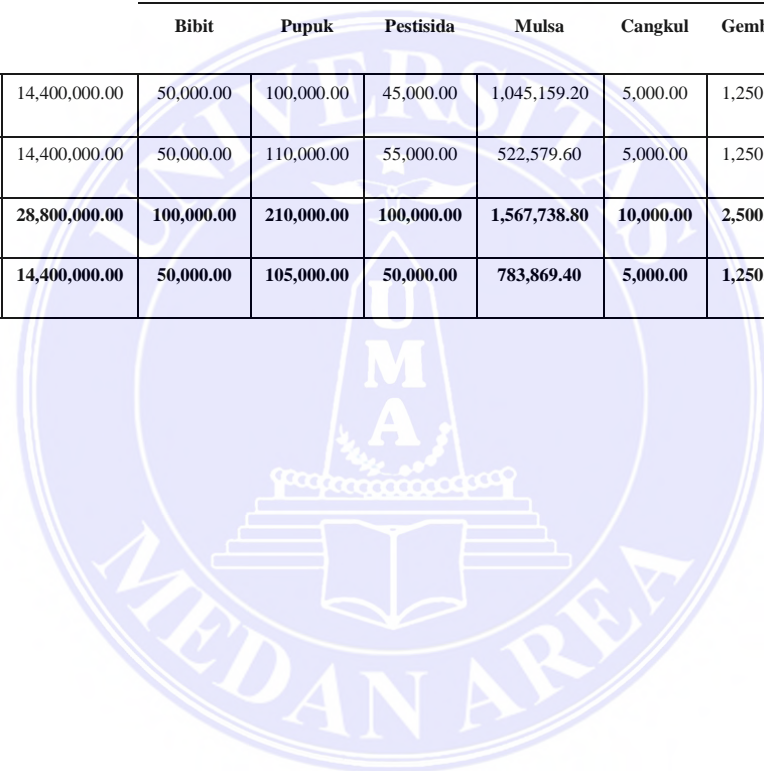


Lampiran 11. Harga Beli, Total Penerimaan, Harga Jual, Penjualan, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pemasaran, Total Biaya, Keuntungan dan Margin Pedagang Pengecer Okra Per Satu Kali Periode Tanam

No Sampel	Harga Beli (Rp/Kg)	Total Pembelian (Rp)	Harga Jual (Rp)	Penjualan (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)		Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Biaya Produksi (Rp)	Keuntungan (Rp)	Margin (Rp)
						Kantong Plastik	Timbangan				
1.00	20,000.00	20,000.00	<b>25000</b>	1	25000	800	8.89	<b>808.89</b>	20,808.89	4,191.11	<b>5,000.00</b>
2.00	20,000.00	20,000.00	<b>25000</b>	1	25000	800	8.89	<b>808.89</b>	20,808.89	4,191.11	<b>5,000.00</b>
3.00	15,000.00	15,000.00	<b>30000</b>	1	30000	800	4.445	<b>804.45</b>	15,804.45	14,195.56	<b>15,000.00</b>
4.00	15,000.00	15,000.00	<b>25000</b>	1	25000	800	4.445	<b>804.45</b>	15,804.45	9,195.56	<b>10,000.00</b>
Total	70,000.00	70,000.00	<b>105,000.00</b>	4.00	105,000.00	3,200.00	26.67	<b>3,226.67</b>	73,226.67	31,773.33	<b>35,000.00</b>
Rataan	17,500.00	17,500.00	<b>26,250.00</b>	1.00	26,250.00	800.00	6.67	<b>806.67</b>	18,306.67	7,943.33	<b>8,750.00</b>

Lampiran 12. Harga Jual, Luas Lahan, Produksi, Penerimaan, Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Petani Pasar Transmart Carefour

No Sampel	Harga Jual (Rp/Kg)	Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Kebutuhan Mulsa (Cm)	Produksi (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Produksi (Rp)							Biaya Pemasaran (Rp)		Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
						Bibit	Pupuk	Pestisida	Mulsa	Cangkul	Gembor	Tenaga Kerja	Kantong Plastik	Timbangan		
1	8,000.00	800.00	432.00	1,800.00	14,400,000.00	50,000.00	100,000.00	45,000.00	1,045,159.20	5,000.00	1,250.00	4,500,000.00	225,000.00	1,275.51	5,972,684.71	8,427,315.29
2	8,000.00	400.00	216.00	1,800.00	14,400,000.00	50,000.00	110,000.00	55,000.00	522,579.60	5,000.00	1,250.00	4,500,000.00	225,000.00	1,275.51	5,470,105.11	8,929,894.89
<b>Total</b>	<b>16,000.00</b>	<b>1,200.00</b>	<b>648.00</b>	<b>3,600.00</b>	<b>28,800,000.00</b>	<b>100,000.00</b>	<b>210,000.00</b>	<b>100,000.00</b>	<b>1,567,738.80</b>	<b>10,000.00</b>	<b>2,500.00</b>	<b>9,000,000.00</b>	<b>450,000.00</b>	<b>2,551.02</b>	<b>11,442,789.82</b>	<b>17,357,210.18</b>
<b>Rataan</b>	<b>8,000.00</b>	<b>600.00</b>	<b>324.00</b>	<b>1,800.00</b>	<b>14,400,000.00</b>	<b>50,000.00</b>	<b>105,000.00</b>	<b>50,000.00</b>	<b>783,869.40</b>	<b>5,000.00</b>	<b>1,250.00</b>	<b>4,500,000.00</b>	<b>225,000.00</b>	<b>1,275.51</b>	<b>5,721,394.91</b>	<b>8,678,605.09</b>



Lampiran 13. Harga Jual, Luas Lahan, Produksi, Penerimaan, Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Petani Pasar Berastagi.

No Sampel	Harga Jual (Rp/Kg)	Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Kebutuhan Mulsa (Cm)	Produksi (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Produksi (Rp)						Biaya Pemasaran (Rp)			Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
						Bibit	Pupuk	Pestisida	Mulsa	Cangkul	Gembor	Tenaga Kerja	Kantong Plastik	Timbangan		
1	9,000.00	200.00	108.00	1,800.00	16,200,000.00	200,000.00	75,000.00	125,000.00	261,289.80	5,000.00	1,250.00	4,500,000.00	225,000.00	1,275.51	5,393,815.31	10,713,184.69
2	9,000.00	200.00	108.00	1,800.00	16,200,000.00	350,000.00	100,000.00	43,000.00	261,289.80	5,000.00	1,250.00	4,500,000.00	225,000.00	1,275.51	5,486,815.31	10,806,184.69
<b>Total</b>	<b>18,000.00</b>	<b>400.00</b>	<b>216.00</b>	<b>3,600.00</b>	<b>32,400,000.00</b>	<b>550,000.00</b>	<b>175,000.00</b>	<b>168,000.00</b>	<b>522,579.60</b>	<b>10,000.00</b>	<b>2,500.00</b>	<b>9,000,000.00</b>	<b>450,000.00</b>	<b>2,551.02</b>	<b>10,880,630.62</b>	<b>21,519,369.38</b>
<b>Rataan</b>	<b>9,000.00</b>	<b>200.00</b>	<b>108.00</b>	<b>1,800.00</b>	<b>16,200,000.00</b>	<b>275,000.00</b>	<b>87,500.00</b>	<b>84,000.00</b>	<b>261,289.80</b>	<b>5,000.00</b>	<b>1,250.00</b>	<b>4,500,000.00</b>	<b>225,000.00</b>	<b>1,275.51</b>	<b>5,440,315.31</b>	<b>10,759,684.69</b>

Lampiran 14. Harga Beli, Total Pembelian, Penerimaan, Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Pedagang Pengumpul Pasar Transmart Carefour.

No Sampel	Harga Beli (Rp)	Total Pembelian	Harga Jual (Rp)	Penjualan	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)						Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)	
						Plastik PE	Pulsa	Lilin	Timbangan	Tenaga Kerja	Trasportasi			Total Biaya Pemasaran (Rp)
1	8,000.00	28,800,000.00	20,000.00	3,600.00	72,000,000.00	648,000.00	225,000.00	32,000.00	800.00	10,800,000.00	9,000,000.00	20,705,800.00	49,505,800.00	22,494,200.00

Lampiran 15. Harga Beli, Total Pembelian, Penerimaan, Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Pedagang Pengumpul Pasar Berastagi.

No Sampel	Harga Beli (Rp)	Total Pembelian	Harga Jual (Rp)	Penjualan	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)							Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
						Plastik Pe	Pulsa	Lilin	Timbangan	Tenaga Kerja	Trasportasi	Total Biaya Pemasaran (Rp)		
1	9,000.00	24,300,000.00	20,000.00	2,700.00	54,000,000.00	486,000.00	225,000.00	32,000.00	800.00	9,000,000.00	9,000,000.00	18,743,800.00	43,043,800.00	10,956,200.00

Lampiran 16. Harga Beli, Total Pembelian, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Pasar Transmart Carefour

Harga Beli (Rp)	Pembelian/Kg	Harga Jual	Total Pembelian (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)				Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Biaya (Rp)
				Styrofoam	Plastik Wrab	Timbangan	Kertas Label		
20,000	52.5	42630	1050000	1600	5250	135.41	5.88	6991.29	1056991.29

Lampiran 17. Harga Beli, Total Pembelian, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pedagang Pengecer Pasar Berastagi.

Harga Beli (Rp)	Pembelian /Kg	Harga Jual (Rp)	Total Pembelian (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)				Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Biaya (Rp)
				Styrofoam	Plastik Wrab	Timbangan	Kertas Label		
20,000.00	105	24333	2100000	1600	5250	135.41	11.76	6997.17	2106997.17

Lampiran 18. Harga Beli, Jumlah Pembelian dan Pengeluaran Konsumen Pasar Transmart Carefour.

No Sampel	Harga Beli (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg/Minggu)	Pengeluaran
1	42630	0.25	10657.5
2	42630	0.5	21315
<b>Total</b>	<b>85260</b>	<b>0.75</b>	<b>31972.5</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>42630</b>	<b>0.375</b>	<b>15986.25</b>

Lampiran 19. Harga Beli, Jumlah Pembelian Dan Pengeluaran Konsumen Pasar Berastagi

No Sampel	Harga Beli (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg/Minggu)	Pengeluaran
1	24333	0.5	6083.25
2	24333	0.5	6083.25
<b>Total</b>	<b>48666</b>	<b>1</b>	<b>12166.5</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>24333</b>	<b>0.5</b>	<b>6083.25</b>

Lampiran 20. Perhitungan Margin dan Efisiensi Pemasaran Pasar Transmart Carefour.

No	Uraian	Harga Dan Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Efisiensi Pemasaran (%)	
1	<b>Petani</b>	Harga Jual	8000.00	50.00	
2	<b>Pedagang Pengumpul</b>	Harga Beli	8000.00	100.00	28.76
		Harga Jual	20000.00	100.00	
		Margin	12000.00	25.00	
		Biaya Pemasaran	5751.61	100.00	
		Keuntungan Bersih	6248.39	25.00	
3	<b>Pedagang Pengecer</b>	Harga Beli	20000.00	100.00	0.31
		Harga Jual	42630	100.00	
		Margin	22630.00	100.00	
		Biaya Pemasaran	130.58	100.00	
		Keuntungan Bersih	22499.42	100.00	
4	<b>Konsumen</b>	Harga Beli	42630	50.00	

Lampiran 21. Perhitungan Margin dan Efisiensi Pemasaran Pasar Berastagi.

No	Uraian	Harga Dan Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Efisiensi Pemasaran (%)	
1	<b>Petani</b>	Harga Jual	9000.00	50.00	
2	<b>Pedagang Pengumpul</b>	Harga Beli	9000.00	100.00	34.71
		Harga Jual	20000.00	100.00	
		Margin	11000.00	25.00	
		Biaya Pemasaran	6942.15	100.00	
		Keuntungan Bersih	4057.85	25.00	
3	<b>Pedagang Pengecer</b>	Harga Beli	20000.00	100.00	0.27
		Harga Jual	24333	100.00	
		Margin	4333.00	100.00	
		Biaya Pemasaran	66.63	100.00	
		Keuntungan Bersih	4266.37	100.00	
4	<b>Konsumen</b>	Harga Beli	24333	50.00	

## Lampiran 22. Dokumentasi Penelitian



Pengambilan data penelitian pada Petani Okra.

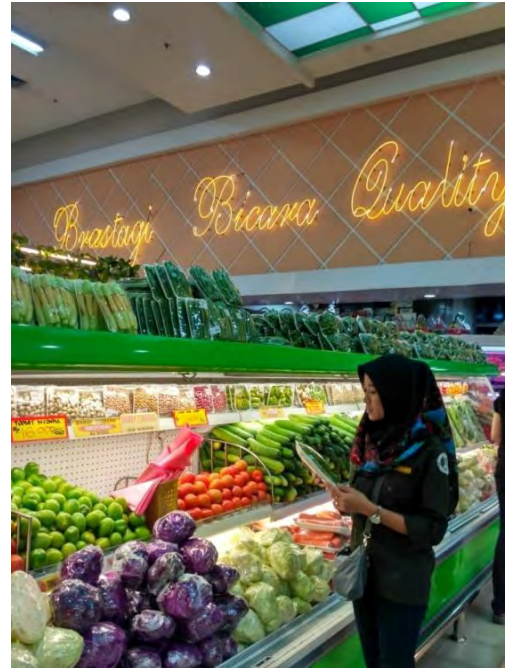




Pengambilan data Penelitian pada Pedagang Pengumpul Okra.



Pengambilan data penelitian pada Pedagang Pengecer Okra.



Pengambilan data penelitian pada Konsumen Okra.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kedua*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2017. *Kecamatan Medan Kota dalam Angka*. Medan.
- Dharsan, S., 1975. *Okra a Beloved Virgin*. Agricultural Experiment Station, Kingshill.
- Gaol, E. L., 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Bokar (Bahan olah Karet) di Kabupaten Batanghari*. Fakultas Pertanian. Universitas Jambi.
- Gultom, H. L. T., 1996. *Tataniaga Pertanian*. USU-Press. Medan.
- Hasan, D. I., 2007. *Okra adalah Buah yang Manfaatnya Bejibun, bisa Turunkan Kadar Kolsetrol*. diunduh di <https://Surabaya.Uri.Co.Id/Read/16967/2017/> diakses 3 Januari 2017.
- Idawati, N., 2012. *Peluang Besar Budidaya Okra*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Kelechi, A. I., N. N. Jackson, A. A. Ifeyinwa and O. Ajuruchukwu. 2013. *Market Structure, Conduct, Channel and Margin of Dry Season Okra Vegetable in South-Eastern Nigeria*. Department of Agricultural Economics, University of Nigeria. Afica.
- Khaina, F., 2012. *Kelayakan Usaha Tani Buah Naga di UD, Sabila Farm Kecamatan Pakem. Kabupaten Sleman*. Yogyakarta.
- Khatun, H. M. A., and M. Biswas. 2010. In-Vitro Study of The Effects of Viscous Soluble Dietary Fibers of (*Abelmoschus esculentus* L.). in Lowering Intestinal Glucose Absorption. *Bangladesh Pharmaceutical Journal* 13(2): 35-40.
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Pengendalian Jakarta*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Menejemen Pemasaran, Analisis Pemasaran, Implementasi dan Kontrol, Jilid I*. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 2. Edisi 12*. PT. Indeks.
- Kustiah, K., 1988. *Ekonomi Pemasaran dalam Pertanian*. PT. Gramedia. Jakarta.

- Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., dan Mc Daniel. 2001. *Pemasaran Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Limbong, W. H., P. Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Mubyarto, 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. PT. Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Mubyarto, M., 1997. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. PT. Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Nadira, S., B. Hatidjah dan Nuraeni. 2009. Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Okra (*Abelmoschus esculentus*) pada Perlakuan Pupuk Dekaform dan Defoliasi. *J. Agrisains* 10 (1) : 10-15.
- Ngebede, S. O., H. N. Ibekwe, S. C. Okpara, U. N. Oyegbule, and L. Adejumo, 2014. An Overview Okra Production, Processing, Marketing, Utilization And Contraints in Ayaragu in Ivo Local Government Area Ebonyi State, Nigeria. *Greener Journal of Agricultural Sciences*. 4(4):136-143.
- Nitisemito, 1982. *Fungsi dan Aspek Pemasaran yang Mempunyai Fungsi Mempengaruhi Seluruh Aspek Operasional*. Institute Pertanian Bogor, Bogor.
- Patel, R. M., R. R. Patel and A. J. Patel. 2013. *Marketing of Okra in Banaskantha District of North Gujarat*. College of Agribusiness Management. S. D. Sardarkrushinagar (Gujarta). India.
- Pranata, I., 2017. *Pertumbuhan dan Produksi Okra (Abelmoschus esculentus) dengan Berbagai Pemupukan Organik Diperkaya Batuan Fosfat*. Fakultas Hewan dan Pertanian, Universitas Diponego. Semarang.
- Pratiwi, K. I., M. A. Zaini dan Nazaruddin. 2016. *Pengaruh Konsentrasi Gel Buah Okra (Abelmoschus esculentus L.) Terhadap Mutu Es Krim Campuran Susu Sapi dan Susu Kedelai*. Fakultas Teknologi Pangan Dan Agroindustri. Universitas Mataram. Lombok.
- Putri, Y. H. 2017. *Fenologi dan Pengaruh Umur Panen Buah Terhadap Viabilitas dan Vigor Benih Okra (Abelmoschus Esculentus (L). Moench)*. Fakultas Pertanian. Universitas Andalas. Padang.
- Raditya, J., E. D. Purbajanti dan W. Slamet. 2017. *Pertumbuhan dan Produksi Okra (Abelmoschus esculentus L.) pada Level Pemupukan Nitrogen dan Jarak Tanam yang Berbeda*. Fakultas Hewan dan Pertanian, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rice, Phillip, L., 1987. *Stress and Health. 1<sup>st</sup> ed. California*: Brooks/Cole Publishing Company.
- Rofaudin, M. N. F., A. F. Hadadi. *Ekstraksi Maserasi Sayur Okra (Abelmoschus esculentus L.) Sebagai Bahan Pembuatan Kapsul Ekstrak Okra*. Fakultas Vokasi. Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.

- Roy, A., S. L. Shrivastava dan M. Mandal 2014. Functional Properties of Okra *Abelmoschus esculentus* L. (Moench): Traditional Claims and Scientific Evidences. *Plant Science Today* No.1 (3): 124
- Saifullah, 2017. *Respon Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Okra (Abelmoschus esculentus) pada Beberapa Jenis Media Tanam dengan Pupuk Organik dan Defoliasi*. Fakultas Pertanian. Universitas Syiah Kuala Darussalam. Banda Aceh.
- Saragih, E. S. P., 2017. *Pengaruh Perbedaan Jenis Tanah Sebagai Media Tanam Terhadap Produksi Budidaya Tanaman Okra Hijau (Abelmoschus esculentus (L.) Moench)*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Soekartawi, 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Soekarwati, 1993. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Basil Pertanian, Teori dan Aplikasi*. Rajawali Grafindo Persada Jakarta.
- Stanton, J. W., 1993. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarsono, 1998. *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Universitas Terbuka.
- Sudiyono, A., 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Tobari, S. G., 2008. Strategi Peningkatan Efisiensi Pemasaran Kentang di Kecamatan Pulosari Kabupaten Pemalang. *Jurnal Sutaatmadja Subang*. 5(1):40
- Uray, M. D., U. Yuniarni and R. Choerina. 2015. *Uji Aktivitas Hipoglikemik Ekstrak Etanol Daun Okra [Abelmoschus esculentus (L.) Moench] pada Mencit Jantan Galur Swiss Webster dengan Metode Toleransi Glukosa Oral. Peran Unisba dalam Pemanfaatan Hasil Penelitian untuk Pengembangan dan Penyebar luasan Iptek dan Imtaq yang Berkelanjutan di Jawa Barat*. Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba Gelombang I; Bandung, 18-20 Agustus 2015.
- Werdhiwati, P., 2016. *Karakterisasi Genotipe Okra Merah dan Okra Hijau Hasil Induksi Mutasi*. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor

Lampiran 1.

### Daftar Kuisisioner Penelitian

<p>Bapak/Ibu/Saudara/I yang terhormat, saya mahasiswa Universitas Medan Area melaksanakan penelitian mengenai Analisis Saluran Pemasaran Okra (<i>Abelmoschus esculentus</i> L.) di Kecamatan Medan Kota. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berharga sebagai bahan masukan untuk proses pengambilan keputusan dari penelitian ini. Saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan perhatiannya.</p>	
No. Kuisisioner :	Medan Kota

#### A. Identitas Responden

1. Nama responden : .....
2. Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan
3. Status :
  - a. Menikah
  - b. Belum menikah
4. Jumlah anggota keluarga : .....orang
5. Umur (tahun) : .....
6. Alamat : .....
7. Pendidikan :
  - a. SD Sederajat
  - b. SMP Sederajat
  - c. SMA Sederajat
  - d. D-3
  - e. S-1
8. Jumlah pendapatan saudara : ...../Bulan

## B. Pembudidaya

1. Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai petani okra :.....(tahun).
2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain : a. Ya            b. Tidak  
Jika ya, sebutkan :.....
3. Berapa jumlah luas lahan okra yang saudara miliki : .....
4. Berapakah produksi yang dihasilkan dalam sekali panen :...../Kg
5. Berapa jumlah pendapatan saudara dalam sekali panen : Rp .....
6. Apakah okra yang sudah di panen selalu habis terjual :  
a. Ya                                  b. Tidak  
jika tidak, bagaimana cara penanggulangannya:.....
7. Berapakah jumlah penjualan/hari/minggu/bulan untuk komoditi okra:.....
8. Bagaimana saudara menentukan harga jual :.....
9. Bagaimana sistem upah/bayar dalam menjual okra kepada pedagang pengumpul/konsemen okra :  
a. Harian  
b. Mingguan  
c. Bulanan
10. Dari manakah modal usaha yang anda miliki : .....
- a. Modal sendiri  
b. Pinjam bank  
c. Dll, sebutkan :.....
11. Dari mana saudara memperoleh benih/bibit : .....
12. Berapa harga benih/bibit tersebut :Rp .....
13. Bagaimana saudara mendapatkan informasi mengenai harga jual okra : .....

14. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :
- a. Ada                      b. Tidak
15. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan : .....orang
16. Berapa upah tenaga kerja/orang :Rp .....
17. Apa alasan saudara melakukan usaha budidaya okra.
- a. Keuntungan yang baik
- b. Pemasaran yang sudah terjamin
- c. Keturunan/tradisi
- d. Lainnya .....
18. Apakah usaha okra ini masih memiliki prospek?
- a. Ya, mengapa :.....
- b. Tidak, mengapa :.....
19. Sebelum melakukan penjualan, apakah saudara melakukan penyortiran terlebih dahulu
- a. Ya                      b. Tidak
- jika ya, berdasarkan apa :.....
20. Menurut saudara okra ini dijual kemanakah yang lebih menguntungkan dari pelaku pemasaran dibawah ini, berikan alasannya ?
- a. Pedagang pengumpul              b. Pedagang pengecer              c. Pasar
- Alasan : .....



21. Biaya produksi :

No	Jenis Biaya	Uraian	Jumlah (Rp)
1.	Sarana produksi	Bibit	
		Pupuk	
		Pestisida	
2	Tenaga kerja	Persiapan lahan	
		Penanaman	
		Pemeliharaan	
		Panen	

22. Dengan siapa saudara melakukan penjualan okra:

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)

### C. Lembaga Pemasaran

#### • Pedagang Pengumpul

- Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai pedagang pengumpul okra :.....(tahun).
- Apakah saudara memiliki jenis usaha lain : a. Ya      b. Tidak  
Jika ya, sebutkan.....
- Selain okra, apa lagi yang dikumpulkan? :.....
- Diperoleh dari manakah okra tersebut :.....
- Berapa harga beli okra dari pembudidaya :Rp .....
- Dengan siapa saudara melakukan penjualan okra:

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)

7. Berapa banyak okra yang saudara beli dari petani: .....(kg/sekali panen)

8. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi okra :

.....

9. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :

b. Ada                      b. Tidak

10. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan : .....orang

11. Berapa upah tenaga kerja/orang :Rp .....

• **Pedagang Pengecer**

1. Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai pedagang pengecer okra :.....(tahun).

2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain : a. Ya                      b. Tidak

Jika ya, sebutkan.....

3. Diperoleh dari manakah okra tersebut :.....

4. Berapa harga beli okra: Rp...../Kg

5. Berapa pendapatan saudara/i satu kali pemasaran:Rp.....

6. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi okra:.....

7. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :

a. Ada                      b. Tidak

8. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan : .....orang

9. Berapa upah tenaga kerja/orang :Rp .....

10. Dengan siapa saudara melakukan penjualan okra :

<b>Lembaga Pemasaran</b>	<b>Alamat/Lokasi</b>	<b>Harga Jual (Rp/Kg)</b>	<b>Jumlah Penjualan (Kg)</b>

• **Konsumen**

1. Apakah Pekerjaan saudara saat ini :.....

2. Berapakah jumlah pembelian okra dalam sekali membeli.....Kg/Ons

3. Berapa kali dalam seminggu saudara membeli okra :.....

4. Dari mana anda memperoleh okra :

- a. Pedagang pengecer/pasar      c. teman
- b. Pedagang pengumpul          d. lainnya

5. Alasan anda membeli okra

- a. Digunakan untuk obat.....
- b. Untuk sayuran
- c. Dll, sebutkan .....

6. Berapa lama anda telah mengkonsumsi okra :.....

7. Berapa harga beli okra : Rp.....

8. Apakah anda mengetahui manfaat dari sayuran okra ini :

- a. Ya                      b. Tidak

Jika Ya, jelaskan apa saja.....

9. Dibandingkan dengan harga sayuran lain, apakah menurut saudara sayuran okra ini cukup mahal :

- a. Ya                      b. Tidak

Jika tidak, berikan alasan anda.....

10. Sayuran apa yang di bandingkan itu :.....

11. Menurut saudara sayuran apa yang dapat pengganti sayuran okra :.....

12. Jika di bandingkan dengan obat sejenis, apakah okra cukup mahal .....

**Lampiran 2. Karakteristik Petani Okra**

No Sampel	Umur	Pendidikan	Pengalaman	Jenis Kelamin	Status Pekerjaan	Luas Lahan m <sup>2</sup>	Pendapatan (Rp/Bulan)
1	43	SMP	1	Laki- Laki	Petani	200	3.300.000
2	47	SMA	4	Laki- Laki	Petani	800	2.500.000
3	61	SD	1	Laki- Laki	Petani	400	2.700.000
4	40	SD	2	Laki- Laki	Petani	200	3.300.000
5	35	SMP	2	Laki- Laki	Petani	600	1.500.000
6	48	SD	2	Laki- Laki	Petani	200	1.700.000
7	30	SMA	2	Laki- Laki	Petani	400	800.000
8	38	SMP	1	Laki- Laki	Petani	600	700.000

**a. Umur**

No	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 35	1	12,50
2	35- 60	6	75,00
3	> 60	1	12,50
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100,00</b>

**b. Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	3	37,5
2	SMP	3	37,5
3	SMA	2	25
4	D-3	0	0
5	S-1	0	0
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100</b>

**c. Pendapatan**

No	Pendapatan Petani Okra (Rp / Bulan)	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp 1.500.000	2	25,00
2	Rp.1.500.000-Rp. 3.000.000	4	50,00
3	> Rp. 3.000.000	2	25,00
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100,00</b>

**d. Pengalaman**

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 2 Tahun	3	37,50
2	2-3 Tahun	4	50,00
3	>3 Tahun	1	12,50
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100,00</b>

**e. Luas Lahan**

No	Luas Lahan (M)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 400	3	37,50
2	400 - 600	4	50,00
3	> 600	1	12,50
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100,00</b>

Lampiran 3. Karakteristik Pengumpul Okra

No Sampel	Umur	Pendidikan	Pengalaman	Jenis Kelamin	Status Pekerjaan	Pendapatan (Rp/ 3 Bulan)
1	53	SD	3	Laki-Laki	Pengumpul	7.500.000
2	42	S-1	2	Laki-Laki	Pengumpul	3.700.000
3	64	SD	3	Perempuan	Pengumpul	1.000.000
4	32	SMA	2	Laki-Laki	Pengumpul	400.000

a. Umur

No	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 35	1	25,00
2	35-60	2	50,00
3	> 60	1	25,00
<b>Total</b>		4	100,00

b. Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	2	50,00
2	SMP	0	0,00
3	SMA	1	25,00
4	D-3	0	0,00
5	S-1	1	25,00
<b>Total</b>		4	100,00

c. Pendapatan

No	Pendapatan Pengumpul Okra (Rp / Bulan)	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp 1.500.000	1	50,00
2	Rp.1.500.000-Rp. 7.000.000	2	25,00
3	> Rp. 7.000.000	1	25,00
<b>Total</b>		4	100,00

#### d. Pengalaman

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 2.5	2	50,00
2	2.5 - 3	2	50,00
3	> 3	0	0,00
<b>Total</b>		4	100,00

Lampiran 4. Karakteristik Pedagang Pengecer Okra

No Sampel	Umur	Pendidikan	Pengalaman	Jenis Kelamin	Status Pekerjaan	Pendapatan (Rp/ 3 Bulan)
1	44	SMA	2	Laki-Laki	Pedagang Pengecer	Rp.130.000
2	38	SMA	3	Perempuan	Pedagang Pengecer	Rp.130.000
3	42	SMA	2	Laki-Laki	Pedagang Pengecer	Rp.900.000
4	36	SMP	3	Laki-Laki	Pedagang Pengecer	Rp.600.000

#### a. Umur

No	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 40	2	50,00
2	40 - 42	1	25,00
3	> 42	1	25,00
<b>Total</b>		4	100,00

#### b. Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	1	25
3	SMA	3	75
4	D-3	0	0
5	S-1	0	0
<b>Total</b>		4	100



c. Pendapatan

No	Pendapatan Pedagang Pengecer Okra (Rp / Bulan)	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp 300.000	2	50,00
2	Rp.300.000-Rp. 800.000	1	25,00
3	> Rp. 800.000	1	25,00
<b>Total</b>		4	100,00

d. Pengalaman

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	<2.5	2	50,00
2	2.5 - 3	2	50,00
3	> 3	0	0,00
<b>Total</b>		4	100,00

Lampiran 5. Karakteristik Konsumen Okra

No Sampel	Umur	Pendidikan	Jenis Kelamin	Status Pekerjaan	Pendapatan(Rp/ 3 Bulan)
1	31	SMA	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.3.000.000
2	45	SD	Perempuan	Wiraswasta	Rp.3.500.000
3	47	SMP	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.3.000.000
4	32	D-3	Laki-Laki	Gojek	Rp.3.500.000
5	32	S-1	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.3.000.000
6	60	S-1	Perempuan	Wiraswasta	Rp.5.000.000
7	58	S-1	Laki-Laki	Pegawai Negri	Rp.4.000.000
8	34	D-3	Perempuan	Bidan	Rp.3.500.000
9	33	D-3	Perempuan	Wiraswasta	Rp.4.000.000
10	37	S-1	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Rp.5.000.000
11	26	S-1	Perempuan	Pegawai Swasta	Rp.4.000.000
12	32	S-1	Perempuan	Wiraswasta	Rp.5.000.000

a. Umur

No	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	≤35	7	58,33
2	36-40	1	8,33
3	>40	4	33,33
<b>Total</b>		12	100,00

**b. Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	1	8,33
2	SMP	1	8,33
3	SMA	1	8,33
4	D-3	3	25,00
5	S-1	6	50,00
	<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,00</b>

**c. Pendapatan**

No	Pendapatan Konsumen Okra (Rp / Bulan)	Jumlah	Persentase (%)
1	<Rp.3.500.000	3	25,00
2	Rp.3.500.000 - Rp.4000.000	3	50,00
3	> Rp. 4.000.000	6	25,00
	<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,00</b>

**d. Pengalaman**

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 2	2	25,00
2	2 - 2.5	4	50,00
3	> 2.5	2	25,00
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>

**Lampiran 6. Harga Jual, Produksi, Penerimaan Biaya Produksi dan Keuntungan dari Masing-Masing Lembaga Pemasaran di Lokasi Penelitian.**

**Lampiran 7. Harga Jual, Produksi, Penerimaan Biaya produksi dan Keuntungan Petani Okra Satu Kali Periode Tanam.**

No Sampel	Harga Jual (Rp/Kg)	Luas Lahan (M <sup>2</sup> )	Kebutuhan Mulsa (Cm)	Produksi (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Produksi (Rp)							Biaya Pemasaran (Rp)		Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
						Bibit	Pupuk	Pestisida	Mulsa	Cangkul	Gembor	Tenaga Kerja	Kantong Plastik	Timbangan		
1	9.000,00	200,00	108,00	1.800,00	16.200.000,00	200.000,00	75.000,00	125.000,00	261.289,80	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	225.000,00	1.275,51	5.393.815,31	10.806.184,69
2	8.000,00	800,00	432,00	1.800,00	14.400.000,00	50.000,00	100.000,00	45.000,00	1.045.159,20	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	225.000,00	1.275,51	5.972.684,71	8.427.315,29
3	8.000,00	400,00	216,00	1.800,00	14.400.000,00	50.000,00	110.000,00	55.000,00	522.579,60	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	225.000,00	1.275,51	5.470.105,11	8.929.894,89
4	9.000,00	200,00	108,00	1.800,00	16.200.000,00	350.000,00	100.000,00	43.000,00	261.289,80	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	225.000,00	1.275,51	5.486.815,31	10.713.184,69
5	8.000,00	600,00	324,00	1.350,00	10.800.000,00	50.000,00	125.000,00	43.000,00	783.869,40	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	168.750,00	1.275,51	5.678.144,91	5.121.855,09
6	8.000,00	200,00	108,00	1.350,00	10.800.000,00	50.000,00	80.000,00	50.000,00	261.289,80	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	168.750,00	1.275,51	5.117.565,31	5.682.434,69
7	9.000,00	400,00	216,00	900,00	8.100.000,00	50.000,00	42.000,00	40.000,00	522.579,60	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	112.500,00	1.275,51	5.274.605,11	2.825.394,89
8	9.000,00	600,00	324,00	900,00	8.100.000,00	50.000,00	42.000,00	50.000,00	783.869,40	5.000,00	1.250,00	4.500.000,00	112.500,00	1.275,51	5.545.894,91	2.554.105,09
<b>Total</b>	<b>68.000,00</b>	<b>3.400,00</b>	<b>1.836,00</b>	<b>11.700,00</b>	<b>99.000.000,00</b>	<b>850.000,00</b>	<b>674.000,00</b>	<b>451.000,00</b>	<b>4.441.926,60</b>	<b>40.000,00</b>	<b>10.000,00</b>	<b>36.000.000,00</b>	<b>1.462.500,00</b>	<b>10.204,08</b>	<b>43.939.630,68</b>	<b>55.060.369,32</b>
<b>Rataan</b>	<b>8.500,00</b>	<b>425,00</b>	<b>229,50</b>	<b>1.462,50</b>	<b>12.375.000,00</b>	<b>106.250,00</b>	<b>84.250,00</b>	<b>56.375,00</b>	<b>555.240,83</b>	<b>5.000,00</b>	<b>1.250,00</b>	<b>4.500.000,00</b>	<b>182.812,50</b>	<b>1.275,51</b>	<b>5.492.453,84</b>	<b>6.882.546,17</b>

Lampiran 8. Harga Beli, Total Penerimaan, Harga Jual, Penjualan, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Pedagang Pengumpul Okra Per Satu Kali Periode Tanam.

No Sampel	Harga Beli(Rp/Kg)	Total Pembelian (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Penjualan (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)						Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
						Plastik PE	Biaya Komunikasi	Lilin	Timbangan	Tenaga Kerja	Trasportasi			
1	8.000,00	28.800.000,00	20.000,00	3.600,00	72.000.000,00	648.000,00	225.000,00	32.000,00	800,00	10.800.000,00	9.000.000,00	20.705.800,00	49.505.800,00	22.494.200,00
2	9.000,00	24.300.000,00	20.000,00	2.700,00	54.000.000,00	486.000,00	225.000,00	32.000,00	800,00	9.000.000,00	9.000.000,00	18.743.800,00	43.043.800,00	10.956.200,00
3	8.000,00	14.400.000,00	15.000,00	1.800,00	27.000.000,00	324.000,00	225.000,00	32.000,00	800,00	-	9.000.000,00	9.581.800,00	23.981.800,00	3.018.200,00
4	9.000,00	16.200.000,00	15.000,00	1.800,00	27.000.000,00	324.000,00	225.000,00	32.000,00	800,00	-	9.000.000,00	9.581.800,00	25.781.800,00	1.218.200,00
Total	34.000,00	83.700.000,00	70.000,00	9.900,00	180.000.000,00	1.782.000,00	900.000,00	128.000,00	3.200,00	19.800.000,00	36.000.000,00	58.613.200,00	142.313.200,00	37.686.800,00
Rataan	8.500,00	20.925.000,00	<b>17.500,00</b>	2.475,00	45.000.000,00	445.500,00	225.000,00	32.000,00	800,00	9.900.000,00	9.000.000,00	14.653.300,00	35.578.300,00	9.421.700,00

**Lampiran 9. Harga Beli, Total Penerimaan, Harga Jual, Penjualan, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pemasaran, Total Biaya, Keuntungan dan Margin Pedagang Pengumpul Okra Per Satu Kali Periode Tanam.**

No Sampel	Harga Beli (Rp/Kg)	Total Pembelian (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Penjualan (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)						Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)	Margin (Rp)
						Plastik PE	Biaya Komunikasi	Lilin	Timbangan	Tenaga Kerja	Trasportasi				
1	8,000.00	20,000.00	<b>20,000.00</b>	1.00	20000	180	62.5	8.88875	0.22225	3000	2500	<b>5751.611</b>	13,751.61	6,248.39	<b>12,000.00</b>
2	9,000.00	20,000.00	<b>20,000.00</b>	1.00	20000	180	83.33333333	11.85166667	0.296333333	3333.333333	3333.333333	<b>6942.148</b>	15,942.15	4,057.85	<b>11,000.00</b>
3	8,000.00	15,000.00	<b>15,000.00</b>	1.00	15000	180	125	17.7775	0.4445		5000	<b>5323.222</b>	13,323.22	1,676.78	<b>7,000.00</b>
4	9,000.00	15,000.00	<b>15,000.00</b>	1.00	15000	180	125	17.7775	0.4445		5000	<b>5323.222</b>	14,323.22	676.78	<b>6,000.00</b>
Total	34,000.-	70,000.00	<b>70,000.00</b>	4.00	70,000.00	720.00	395.83	56.30	1.41	6,333.33	15,833.33	<b>23,340.20</b>	57,340.20	12,659.80	<b>36,000.00</b>
Rataan	8,500.-	17,500.00	<b>17,500.00</b>	1.00	17,500.00	180.00	98.96	14.07	0.35	3,166.67	3,958.33	<b>5,835.05</b>	14,335.05	3,164.95	<b>9,000.00</b>

Lampiran 10. Harga Beli, Total Penerimaan, Harga Jual, Penjualan, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Pedagang Pengecer Okra Per Satu Kali Periode Tanam

No Sampel	Harga Beli(Rp)	Total Pembelian(Rp)	Harga Jual(Rp)	Penjualan (Kg)	Penerimaan(Rp)	Biaya Pemasaran(Rp)		Total Biaya Pemasaran(Rp)	Total Biaya(Rp)	Keuntungan (Rp)
						Kantong Plastik	Timbangan			
1,00	20.000,00	1.800.000,00	25.000	90	2.250.000,00	72.000,00	800,00	72.800,00	1.872.800,00	377.200,00
2,00	20.000,00	1.800.000,00	25.000	90	2.250.000,00	72.000,00	800,00	72.800,00	1.872.800,00	377.200,00
3,00	15.000,00	2.700.000,00	30.000	180	5.400.000,00	144.000,00	800,00	144.800,00	2.844.800,00	2.555.200,00
4,00	15.000,00	2.700.000,00	25.000	180	4.500.000,00	144.000,00	800,00	144.800,00	2.844.800,00	1.655.200,00
<b>Total</b>	<b>70.000,00</b>	<b>9.000.000,00</b>	<b>105.000,00</b>	<b>540,00</b>	<b>14.400.000,00</b>	<b>432.000,00</b>	<b>3.200,00</b>	<b>435.200,00</b>	<b>9.435.200,00</b>	<b>4.964.800,00</b>
<b>Rataan</b>	<b>17.500,00</b>	<b>2.250.000,00</b>	<b>26.250,00</b>	<b>135,00</b>	<b>3.600.000,00</b>	<b>108.000,00</b>	<b>800,00</b>	<b>108.800,00</b>	<b>2.358.800,00</b>	<b>1.241.200,00</b>

Lampiran 11. Harga Beli, Total Penerimaan, Harga Jual, Penjualan, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pemasaran, Total Biaya, Keuntungan dan Margin Pedagang Pengecer Okra Per Satu Kali Periode Tanam

No Sampel	Harga Beli (Rp/Kg)	Total Pembelian (Rp)	Harga Jual (Rp)	Penjualan (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)		Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Biaya Produksi (Rp)	Keuntungan (Rp)	Margin (Rp)
						Kantong Plastik	Timbangan				
1.00	20,000.00	20,000.00	<b>25000</b>	1	25000	800	8.89	<b>808.89</b>	20,808.89	4,191.11	<b>5,000.00</b>
2.00	20,000.00	20,000.00	<b>25000</b>	1	25000	800	8.89	<b>808.89</b>	20,808.89	4,191.11	<b>5,000.00</b>
3.00	15,000.00	15,000.00	<b>30000</b>	1	30000	800	4.445	<b>804.45</b>	15,804.45	14,195.56	<b>15,000.00</b>
4.00	15,000.00	15,000.00	<b>25000</b>	1	25000	800	4.445	<b>804.45</b>	15,804.45	9,195.56	<b>10,000.00</b>
Total	70,000.00	70,000.00	<b>105,000.00</b>	4.00	105,000.00	3,200.00	26.67	<b>3,226.67</b>	73,226.67	31,773.33	<b>35,000.00</b>
Rataan	17,500.00	17,500.00	<b>26,250.00</b>	1.00	26,250.00	800.00	6.67	<b>806.67</b>	18,306.67	7,943.33	<b>8,750.00</b>

Lampiran 12. Harga Jual, Luas Lahan, Produksi, Penerimaan, Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Petani Pasar Transmart Carefour

No Sampel	Harga Jual (Rp/Kg)	Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Kebutuhan Mulsa (Cm)	Produksi (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Produksi (Rp)							Biaya Pemasaran (Rp)		Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
						Bibit	Pupuk	Pestisida	Mulsa	Cangkul	Gembor	Tenaga Kerja	Kantong Plastik	Timbangan		
1	8,000.00	800.00	432.00	1,800.00	14,400,000.00	50,000.00	100,000.00	45,000.00	1,045,159.20	5,000.00	1,250.00	4,500,000.00	225,000.00	1,275.51	5,972,684.71	8,427,315.29
2	8,000.00	400.00	216.00	1,800.00	14,400,000.00	50,000.00	110,000.00	55,000.00	522,579.60	5,000.00	1,250.00	4,500,000.00	225,000.00	1,275.51	5,470,105.11	8,929,894.89
<b>Total</b>	<b>16,000.00</b>	<b>1,200.00</b>	<b>648.00</b>	<b>3,600.00</b>	<b>28,800,000.00</b>	<b>100,000.00</b>	<b>210,000.00</b>	<b>100,000.00</b>	<b>1,567,738.80</b>	<b>10,000.00</b>	<b>2,500.00</b>	<b>9,000,000.00</b>	<b>450,000.00</b>	<b>2,551.02</b>	<b>11,442,789.82</b>	<b>17,357,210.18</b>
<b>Rataan</b>	<b>8,000.00</b>	<b>600.00</b>	<b>324.00</b>	<b>1,800.00</b>	<b>14,400,000.00</b>	<b>50,000.00</b>	<b>105,000.00</b>	<b>50,000.00</b>	<b>783,869.40</b>	<b>5,000.00</b>	<b>1,250.00</b>	<b>4,500,000.00</b>	<b>225,000.00</b>	<b>1,275.51</b>	<b>5,721,394.91</b>	<b>8,678,605.09</b>



Lampiran 13. Harga Jual, Luas Lahan, Produksi, Penerimaan, Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Petani Pasar Berastagi.

No Sampel	Harga Jual (Rp/Kg)	Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Kebutuhan Mulsa (Cm)	Produksi (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Produksi (Rp)						Biaya Pemasaran (Rp)			Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
						Bibit	Pupuk	Pestisida	Mulsa	Cangkul	Gembor	Tenaga Kerja	Kantong Plastik	Timbangan		
1	9,000.00	200.00	108.00	1,800.00	16,200,000.00	200,000.00	75,000.00	125,000.00	261,289.80	5,000.00	1,250.00	4,500,000.00	225,000.00	1,275.51	5,393,815.31	10,713,184.69
2	9,000.00	200.00	108.00	1,800.00	16,200,000.00	350,000.00	100,000.00	43,000.00	261,289.80	5,000.00	1,250.00	4,500,000.00	225,000.00	1,275.51	5,486,815.31	10,806,184.69
<b>Total</b>	<b>18,000.00</b>	<b>400.00</b>	<b>216.00</b>	<b>3,600.00</b>	<b>32,400,000.00</b>	<b>550,000.00</b>	<b>175,000.00</b>	<b>168,000.00</b>	<b>522,579.60</b>	<b>10,000.00</b>	<b>2,500.00</b>	<b>9,000,000.00</b>	<b>450,000.00</b>	<b>2,551.02</b>	<b>10,880,630.62</b>	<b>21,519,369.38</b>
<b>Rataan</b>	<b>9,000.00</b>	<b>200.00</b>	<b>108.00</b>	<b>1,800.00</b>	<b>16,200,000.00</b>	<b>275,000.00</b>	<b>87,500.00</b>	<b>84,000.00</b>	<b>261,289.80</b>	<b>5,000.00</b>	<b>1,250.00</b>	<b>4,500,000.00</b>	<b>225,000.00</b>	<b>1,275.51</b>	<b>5,440,315.31</b>	<b>10,759,684.69</b>

Lampiran 14. Harga Beli, Total Pembelian, Penerimaan, Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Pedagang Pengumpul Pasar Transmart Carefour.

No Sampel	Harga Beli (Rp)	Total Pembelian	Harga Jual (Rp)	Penjualan	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)						Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)	
						Plastik PE	Pulsa	Lilin	Timbangan	Tenaga Kerja	Trasportasi			Total Biaya Pemasaran (Rp)
1	8,000.00	28,800,000.00	20,000.00	3,600.00	72,000,000.00	648,000.00	225,000.00	32,000.00	800.00	10,800,000.00	9,000,000.00	20,705,800.00	49,505,800.00	22,494,200.00

Lampiran 15. Harga Beli, Total Pembelian, Penerimaan, Biaya Pemasaran, Total Biaya dan Keuntungan Pedagang Pengumpul Pasar Berastagi.

No Sampel	Harga Beli (Rp)	Total Pembelian	Harga Jual (Rp)	Penjualan	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)							Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
						Plastik Pe	Pulsa	Lilin	Timbangan	Tenaga Kerja	Trasportasi	Total Biaya Pemasaran (Rp)		
1	9,000.00	24,300,000.00	20,000.00	2,700.00	54,000,000.00	486,000.00	225,000.00	32,000.00	800.00	9,000,000.00	9,000,000.00	18,743,800.00	43,043,800.00	10,956,200.00

Lampiran 16. Harga Beli, Total Pembelian, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Pasar Transmart Carefour

Harga Beli (Rp)	Pembelian/Kg	Harga Jual	Total Pembelian (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)				Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Biaya (Rp)
				Styrofoam	Plastik Wrab	Timbangan	Kertas Label		
20,000	52.5	42630	1050000	1600	5250	135.41	5.88	6991.29	1056991.29

Lampiran 17. Harga Beli, Total Pembelian, Biaya Pemasaran, Total Biaya Pedagang Pengecer Pasar Berastagi.

Harga Beli (Rp)	Pembelian /Kg	Harga Jual (Rp)	Total Pembelian (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)				Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Biaya (Rp)
				Styrofoam	Plastik Wrab	Timbangan	Kertas Label		
20,000.00	105	24333	2100000	1600	5250	135.41	11.76	6997.17	2106997.17

Lampiran 18. Harga Beli, Jumlah Pembelian dan Pengeluaran Konsumen Pasar Transmart Carefour.

<b>No Sampel</b>	<b>Harga Beli (Rp/Kg)</b>	<b>Jumlah Pembelian (Kg/Minggu)</b>	<b>Pengeluaran</b>
1	42630	0.25	10657.5
2	42630	0.5	21315
<b>Total</b>	<b>85260</b>	<b>0.75</b>	<b>31972.5</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>42630</b>	<b>0.375</b>	<b>15986.25</b>

Lampiran 19. Harga Beli, Jumlah Pembelian Dan Pengeluaran Konsumen Pasar Berastagi

<b>No Sampel</b>	<b>Harga Beli (Rp/Kg)</b>	<b>Jumlah Pembelian (Kg/Minggu)</b>	<b>Pengeluaran</b>
1	24333	0.5	6083.25
2	24333	0.5	6083.25
<b>Total</b>	<b>48666</b>	<b>1</b>	<b>12166.5</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>24333</b>	<b>0.5</b>	<b>6083.25</b>

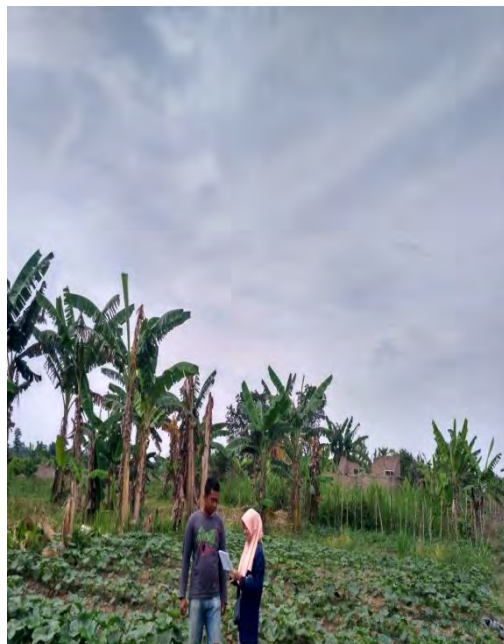
Lampiran 20. Perhitungan Margin dan Efisiensi Pemasaran Pasar Transmart Carefour.

No	Uraian	Harga Dan Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Efisiensi Pemasaran (%)	
1	<b>Petani</b>	Harga Jual	8000.00	50.00	
2	<b>Pedagang Pengumpul</b>	Harga Beli	8000.00	100.00	28.76
		Harga Jual	20000.00	100.00	
		Margin	12000.00	25.00	
		Biaya Pemasaran	5751.61	100.00	
		Keuntungan Bersih	6248.39	25.00	
3	<b>Pedagang Pengecer</b>	Harga Beli	20000.00	100.00	0.31
		Harga Jual	42630	100.00	
		Margin	22630.00	100.00	
		Biaya Pemasaran	130.58	100.00	
		Keuntungan Bersih	22499.42	100.00	
4	<b>Konsumen</b>	Harga Beli	42630	50.00	

Lampiran 21. Perhitungan Margin dan Efisiensi Pemasaran Pasar Berastagi.

No	Uraian	Harga Dan Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Efisiensi Pemasaran (%)	
1	<b>Petani</b>	Harga Jual	9000.00	50.00	
2	<b>Pedagang Pengumpul</b>	Harga Beli	9000.00	100.00	34.71
		Harga Jual	20000.00	100.00	
		Margin	11000.00	25.00	
		Biaya Pemasaran	6942.15	100.00	
		Keuntungan Bersih	4057.85	25.00	
3	<b>Pedagang Pengecer</b>	Harga Beli	20000.00	100.00	0.27
		Harga Jual	24333	100.00	
		Margin	4333.00	100.00	
		Biaya Pemasaran	66.63	100.00	
		Keuntungan Bersih	4266.37	100.00	
4	<b>Konsumen</b>	Harga Beli	24333	50.00	

## Lampiran 22. Dokumentasi Penelitian



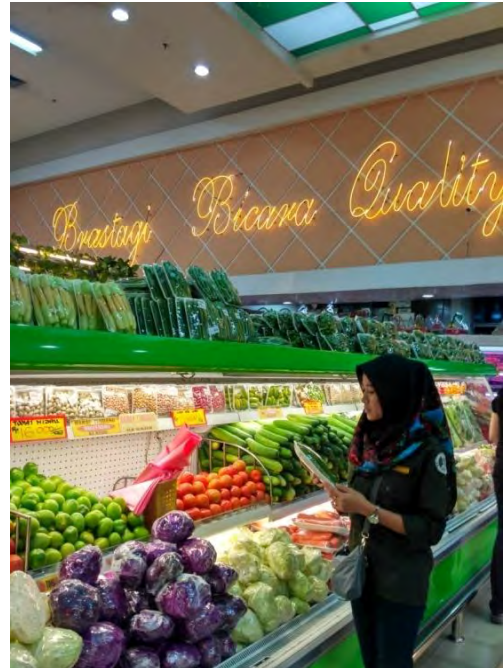
Pengambilan data penelitian pada Petani Okra.



Pengambilan data Penelitian pada Pedagang Pengumpul Okra.



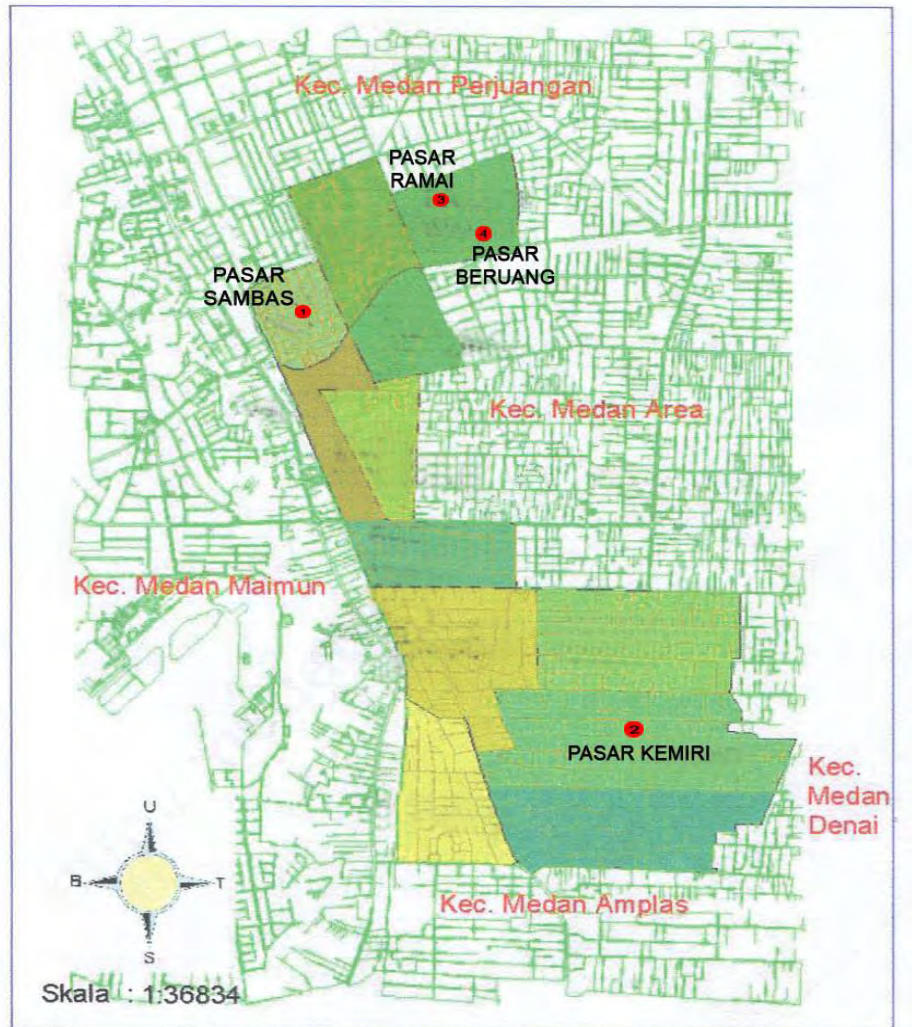
Pengambilan data penelitian pada Pedagang Pengecer Okra.



Pengambilan data penelitian pada Konsumen Okra.



## Peta Kecamatan Medan Kota



Keterangan :

1. Pasar Sambas
2. Pasar Kemiri
3. Pasar Ramai
4. Pasar Beruang



## UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan estate, Medan 20171 Telp. 061-7366478, Fax. 061-7368012  
Kampus II : Jl. Setia Budi No. 79 B / Jl. Sei Serayu No. 79 A, Medan 20132 Telp. 061-8225602  
Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website : www.uma.ac.id

Nomor : 572 /FP.0/01.10/IV/2018  
Lamp. :  
Hal : Pengambilan Data/Riset

24 April 2018

Yth. Ka. Badan Penelitian Dan Pengembangan (BALITBANG)  
Kota Medan

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

Nama : Murni Nilam Cahyanum  
NPM : 148220021  
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kecamatan Medan Kota untuk kepentingan skripsi berjudul "**Analisis Saluran Pemasaran OKRA (*Abelmoschus esculentus L.*) Di Kecamatan Medan Kota**"

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,  
  
Dr. Ir. Syahbudin, M.Si

Tembusan:  
1. Ka.Prodi Agribisnis  
2. Mahasiswa ybs  
3. Arsip



PEMERINTAH KOTA MEDAN  
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jalan Kapten Maulana Lubis Nomor 2 Medan Kode Pos 20112  
Telepon (061) 4555693 Faks (061) 4555693  
E-mail balitbang@pemkomedan.go.id Website balitbang.pemkomedan.go.id

**SURAT KETERANGAN**

No : 070/1161/Balitbang/2018

1. Berdasarkan Surat Rekomendasi Penelitian Dari Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan Nomor : 070/691/Balitbang/2018 Tanggal: 03 Mei 2018, dengan ini memberikan keterangan kepada nama dibawah ini :

Nama : Murni Nilan Cahyanum.  
NPM : 148220021.  
Prodi : Agribisnis.  
Lokasi Penelitian : Kecamatan Medan Kota Kota Medan , PD Pasar Kota Medan.  
Judul Skripsi : Analisis saluran Pemasaran OKRA (*Abelmoschus Esculentus* L.) Di Kecamatan Medan Kota.  
Lamanya : 1 (satu) Bulan.  
Penanggung jawab : Dekan Fakultas Pertanian UMA.

Bahwa yang bersangkutan tersebut di atas telah menyelesaikan Penelitian di Pemerintah Kota Medan dan telah menyerahkan 1 (satu) set soft copy hasil penelitian.

2. Demikian Surat Keterangan ini disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Dikeluarkan di : M e d a n .

Pada Tanggal : 06 Agustus 2018

KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN  
KOTA MEDAN,



Drs. B. HARASUTAN, M.Pd

KEBINA UTAMA MUDA

NIP. 19591114 198403 1 002

Tembusan :

1. Walikota Medan (sebagai laporan).
2. Dekan Fakultas Pertanian UMA.
3. Yang Bersangkutan.
4. Pertinggal.