

## ANALISIS PEMASARAN PISANG KEPOK DI KECAMATAN SERUYAN HILIR TIMUR KABUPATEN SERUYAN

<sup>1</sup>Retno Makomalasari, <sup>2</sup>Pordamantra, <sup>3</sup>Masliani

<sup>1</sup>Alumnus Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya

<sup>2,3</sup>Staf Pengajar Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya

email: pordamantra@gmail.com

### ABSTRAK

Terdapat dua saluran pemasaran Pisang Kepok di Kecamatan Seruyan Hilir Timur, Kabupaten Seruyan. Saluran I dari petani langsung ke pedagang pengecer, dan saluran II dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer. Lembaga pemasaran yang terlibat adalah pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Fungsi pemasaran yang dilakukan petani adalah fungsi pertukaran yaitu penjualan, fungsi fisik yaitu pengangkutan, dan pada saluran I petani melakukan fungsi fasilitas yaitu pembiayaan, dan informasi pasar. Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengumpul yaitu fungsi fasilitas yaitu pembiayaan, standarisasi dan grading, fungsi pertukaran yaitu penjualan dan pembelian, serta fungsi informasi pasar. Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengecer adalah fungsi pertukaran yaitu pembelian, fungsi fasilitas yaitu permodalan, standarisasi dan grading dan fungsi fisik yaitu informasi harga. Margin pemasaran saluran pemasaran I yaitu saluran pemasaran Ib sebesar Rp 1.500/kg, saluran pemasaran Ip sebesar Rp 2.000/kg. Pada saluran II yaitu Iib sebesar Rp 3.120/kg, dan Iip sebesar Rp 2.620/kg. Biaya pemasaran saluran I yaitu Ib sebesar Rp 1000/kg, dan Ip sebesar Rp 10/kg. Biaya pemasaran saluran II yaitu Iib sebesar Rp 1.100/kg, dan Iip sebesar Rp 600/kg. Keuntungan yang diperoleh yaitu intensif diperoleh petani saluran Ib sebesar Rp 6.000/kg, Ip sebesar Rp 5.000/kg, Iib dan Iip sebesar Rp 4.380/kg. Keuntungan pedagang pengumpul Iib sebesar Rp 520/kg dan Iip sebesar Rp 520/kg. Keuntungan pedagang pengecer saluran Ib sebesar Rp 1.400/kg, Ip sebesar Rp 1.400/kg, Iib sebesar Rp 1.400/kg dan Iip sebesar Rp 1.400/kg. Efisiensi pemasaran saluran Ib sebesar 20,00%, Ip sebesar 28,57%, Iib sebesar 41,6%, dan Iip sebesar 37,43%. Farmer's share tertinggi pada saluran I yaitu Ib sebesar 80% dan Ip sebesar 71,4%.

Kata kunci: Pemasaran, Margin, Biaya, Keuntungan, Efisiensi, Pisang Kepok

### ABSTRACT

*There are two marketing channels for Kepok Bananas in East Seruyan Hilir District, Seruyan Regency. Channel I from farmers directly to retailers, and channel II from farmers to collectors to retailers. The marketing agencies involved are collectors and retailers. The marketing function carried out by farmers is the exchange function, namely sales, the physical function is transportation, and in channel I, the farmers perform the facility function, namely financing, and market information. The marketing function performed by the collecting traders is the facility function, namely financing, standardization and grading, the exchange function, namely selling and purchasing,*

and the market information function. The marketing function performed by retailers is the exchange function, namely purchasing, the facility function, namely capital, standardization and grading, and the physical function, namely price information. The marketing margin for marketing channel I is Ib's marketing channel of IDR 1,500/Kg, Ip's marketing channel of IDR 2,000/kg. In channel II, namely Iib of Rp. 3,120/kg, and Iip of Rp. 2,620/kg. The marketing costs of channel I are Ib of Rp. 1000/kg, and Ip of Rp.10/kg. While the marketing costs for channel II are Iib of Rp. 1,100/kg, and Iip of Rp. 600/kg. The profits obtained are the intensifs obtained by the Ib channel farmers of Rp. 6,000/kg, Ip of Rp. 5,000/kg, Iib and Iip of Rp. 4,380/kg. The profit of Iib collectors is Rp 520/kg and Iip is Rp. 520/kg. The profit of retailer channel Ib is Rp. 1,400/kg, Ip is Rp. 1,400/kg, Iib is Rp. 1,400/kg and Iip is Rp. 1,400/kg. The marketing efficiency of channel I is Ib 20.00%, and Iip is 37.43%. The highest Farmer's share is on chennel I, namely Ib of 80% and Ip of 71,4%.

*Keywords: Marketing, Margin, Cost, Profit, Efficiency, Banana Kepok*

## PENDAHULUAN

Produk pertanian yang terkenal dari Indonesia yaitu buah-buahan dengan begitu banyak ragam. Buah-buahan tersebut juga memiliki kandungan nutrisi, rasa, aroma, dan kualitas buah yang cukup baik. Pisang merupakan salah satu produk buah-buahan unggulan di Indonesia. Permintaan ekspor hortikultura khususnya pisang cukup tinggi namun di Indonesia belum bisa memenuhi 100%, dikarenakan permintaan besar pasar domestik juga cukup besar. Konsumsi per kapita Indonesia menduduki tempat tertinggi yakni 10 kg/kapita/tahun setelah Pepaya dan Jeruk, (Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian, 2020).

Berdasarkan data dari Badan pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah tahun 2018 produksi buah pisang di Kalimantan Tengah berada di urutan pertama mengalahkan komoditas yang lain seperti Durian, Jeruk, Rambutan, Cempedak dan Nenas dengan jumlah produksi sebesar 261,627 ton.

Kecamatan Seruyan Hilir Timur merupakan salah satu kecamatan dari 10 kecamatan yang ada di Kabupaten Seruyan, dengan produksi pisang

terbesar sebanyak 2.554,9 ton pada tahun 2018, dan diikuti oleh Kecamatan Seruyan dengan jumlah produksi sebesar 689,5 ton, diposisi ketiga oleh Kecamatan Seruyan Tengah dengan produksi sebesar 133,7 ton, dan produksi terendah berada di Kecamatan Suling Tambun dengan hanya memproduksi sebesar 14,0 ton.

Pisang merupakan salah satu buah yang banyak dikembangkan di seluruh wilayah Indonesia. Pisang umumnya dapat tumbuh di dataran rendah sampai pegunungan dengan ketinggian 2000 m dpl. Pisang dapat tumbuh pada iklim tropis basah, lembab dan panas dengan curah hujan optimal 1.520–3.800 mm/tahun dan 2 bulan kering (Tjitroseopomo, 1991).

Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) segar yang dihasilkan petani tidak dapat disimpan dalam waktu yang relatif lama. Sehingga permasalahan yang dihadapi petani di Kecamatan Seruyan Hilir Timur pada bidang pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) adalah petani Pisang tidak memiliki transportasi untuk memasarkan Pisang hasil produksinya, petani hanya mengandalkan pedagang pengumpul desa. Sehingga petani menempati posisi

yang kurang menguntungkan dalam transaksi harga dalam tingkat desa. Hal ini disebabkan karena saluran pemasaran serta keterlibatan lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer yang menjalankan fungsi-fungsi pemasaran.

Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses untuk menjajakan produk atau jasa yang siap untuk digunakan atau dikonsumsi (Kotler, 2013).

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini bertujuan untuk: (1). Menganalisis saluran pemasaran, lembaga pemasaran yang terlibat dan fungsi-fungsi yang dilakukan pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Kabupaten Seruyan; dan (2). Menganalisis margin, biaya, keuntungan, serta efisiensi pemasaran dan *farmer's share* Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Kabupaten Seruyan.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi dan Waktu penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di tiga desa yaitu Desa Sungai Bakau, Desa Pematang Panjang dan Desa Bangun Harja di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Kabupaten. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja (*purposive*) dengan alasan dan pertimbangan bahwa Desa tersebut yang terbanyak memproduksi buah pisang kapok. Penelitian dilakukan dari bulan Maret 2020 sampai dengan Agustus 2020.

### Metode Pengambilan Sampel

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Penentuan sampel petani dilakukan secara acak

seederhana (*simple random sampling*), dimana setiap unsur atau anggota dalam populasi mempunyai kesempatan atau peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Pengambilan sampel diambil 10% dari setiap Desa yaitu 7 orang dari Desa Sungai Bakau, 6 orang di Desa Pematang Panjang dan 20 orang di Desa Bangun Harja, sehingga total sampel adalah 33 orang.

Penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan metode *snowball sampling* yaitu dengan cara mengikuti alur pemasaran mulai dari produsen atau petani hingga konsumen akhir. Jumlah pedagang pengumpul berjumlah 5 orang dan jumlah pedagang pengecer berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang pengumpul adalah 11 pedagang pengecer diantaranya 6 pedagang pengecer Palangka Raya dan 5 pedagang pengecer di Banjarmasin.

### Metode Pengumpulan Data

Data Primer meliputi identitas petani, identitas pedagang, jumlah produksi, harga Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*), sistem pemasaran, saluran pemasaran yang terbentuk, fungsi pemasaran, lembaga pemasaran, biaya pemasaran. Dan data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Seruyan dan instansi yang terkait lainnya. Data sekunder tersebut seperti letak geografis dan topografis, keadaan penduduk, infrastruktur, dan data-data lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

### Metode Pengolahan dan Analisis Data

Data yang dikumpulkan selanjutnya diedit dan diolah secara manual dalam bentuk tabulasi sederhana disesuaikan dengan tujuan penelitian. Pengolahan data kuantitatif dilakukan

dengan bantuan alat hitung atau komputer dan perhitungan disesuaikan dengan alat analisis yang digunakan. Analisa yang digunakan guna menjawab tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis saluran pemasaran, lembaga pemasaran yang terlibat dan fungsi-fungsi yang dilakukan pemasaran Pisang Kepok dilakukan analisis secara deskriptif kuantitatif dan kualitatif.
2. Untuk Menganalisis margin, biaya, keuntungan, serta efisiensi pemasaran dan *farmer's share* Pisang Kepok di Kecamatan Seruyan Hilir Timur digunakan rumus sebagai berikut:
  - a. Besarnya margin pemasaran petani dapat dirumuskan:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Margin pemasaran Pisang Kepok

Pr = Harga Pisang Kepok di tingkat pengumpul

Pf = Harga Pisang Kepok di tingkat petani

- b. Besarnya biaya pemasaran dapat dirumuskan:

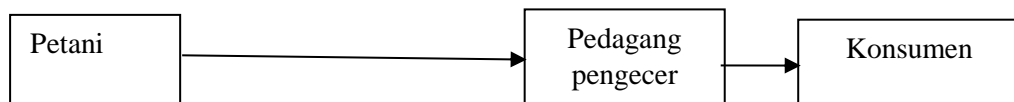
$$Bp = B1 + B2 + \dots + Bn$$

Keterangan:

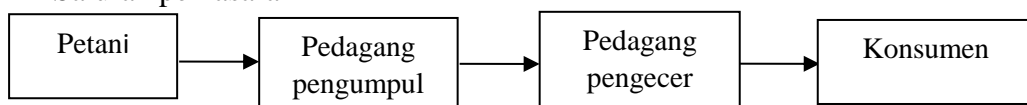
Bp = Biaya pemasaran Pisang Kepok (Rp)

B1, B2... Bn = Biaya pemasaran Pisang Kepok di tiap lembaga (Rp)

Saluran pemasaran I



Saluran pemasaran II



Gambar 1. Saluran pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Kabupaten Seruyan, 2020.

- c. Keuntungan Pemasaran Pisang dihitung menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$JI = Mj - Tb$$

Keterangan:

JI = Keuntungan pemasaran Pisang Kepok (Rp)

Mj = Margin pemasaran Pisang Kepok (Rp)

Tb = Total biaya pemasaran Pisang Kepok (Rp)

- d. Menganalisis efisiensi pemasaran dapat menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Ep = \frac{Tb}{Np} \times 100\%$$

Keterangan:

Ep = Efisiensi pemasaran Pisang Kepok (%)

Tb = Total biaya pemasaran Pisang Kepok (Rp)

Np = Harga Pisang Kepok di tingkat konsumen terakhir (Rp)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*)

Saluran Pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Kabupaten Seruyan berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat dua saluran pemasaran yaitu:

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020.

a. Saluran Pemasaran I

Petani yang menjual langsung kepada pedagang pengecer memiliki produksi yang cukup besar dan lahan yang luas, sehingga petani menjual sendiri produksinya dan petani memiliki kenalan dengan pedagang pengecer. Petani menjual Pisang Kepok satu bulan sekali kepada pedagang pengecer. Hal ini berlaku untuk petani yang menjual pedagang pengecer Kota Banjarmasin dan Kota Palangka Raya. Untuk harga pisang kepok telah ditentukan oleh pedagang pengecer Banjarmasin sebesar Rp 6.000 per kg dan pedagang pengecer Palangka Raya sebesar Rp 5.000 per kg.

b. Saluran pemasaran II

Petani memasarkan Pisang Kepok kepada 5 orang pedagang pengumpul yang berbeda, yang dimana masing-masing petani sudah mempunyai pedagang pengumpul langganan. Petani dari Desa Bangun Harja dan Pematang Kambat menjual buah pisang seharga Rp 4.300 per kg, sedangkan petani yang ada di Desa Sungai Bakau tidak memiliki jadwal penjualan dan langganan dengan pedagang pengumpul sehingga harga buah pisang telah

ditentukan oleh pedagang pengumpul yaitu Rp 4.500 per kg.

Jumlah petani yang memilih saluran pemasaran I Banjarmasin berjumlah 1 petani, jumlah petani yang memilih saluran pemasaran I Palangka Raya berjumlah 1 petani. Petani yang memilih saluran II Banjarmasin berjumlah 14 petani dan petani yang memilih pada saluran II Palangka Raya berjumlah 9 petani. Petani yang memilih pada saluran II yaitu saluran II Banjarmasin dan II Palangka Raya berjumlah 8 petani.

**Lembaga Pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*)**

Lembaga pemasaran di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Kabupaten Seruyan adalah pedagang pengumpul yang berjumlah 5 orang yaitu pedagang pengumpul I, pedagang pengumpul II, pedagang pengumpul III, pedagang pengumpul IV, dan pedagang pengumpul V. Pedagang pengumpul berbentuk perorangan dan tidak memiliki badan hukum, serta memiliki perjanjian dengan pedagang pengecer kapan pemberangkatan membawa Pisang Kepok.

Tabel 1. Jumlah Sampel Petani Berdasarkan Jenis Saluran Pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) Kecamatan Seruyan Hilir Timur Tahun 2020.

No	Saluran Pemasaran	Jumlah Petani (orang)	Persentase (%)
1	Saluran I	2	6,06
2	Saluran II	31	93,94
	Jumlah	33	100

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 1. dapat diketahui bahwa yang banyak digunakan oleh petani di Kecamatan Seruyan Hilir Timur adalah saluran II yaitu sebanyak 31 petani yang menjual Pisang Kepok kepada pedagang pengumpul, selanjutnya pedagang

pengumpul akan menjual Pisang Kepok kepada pedagang pengecer Kota Banjarmasin dan Palangka Raya. Hal ini dikarenakan petani tidak memiliki modal dan alat transportasi untuk mengangkut Pisang Kepok kepada pedagang

pengecer, karena jarak antara lahan dan pedagang pengecer sangat jauh.

### Fungsi Pemasaran Pisang di Tingkat Petani

- a. Fungsi pertukaran  
Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh petani adalah fungsi penjualan.
- b. Fungsi fisik  
Fungsi fisik yang dilakukan petani yaitu fungsi pengangkutan.
- c. Fungsi Fasilitas  
Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh petani adalah fungsi standarisasi dan grading, fungsi penanggungan resiko, dan fungsi pembiayaan dan informasi pasar.

### Fungsi Pemasaran Pisang Kepok di Tingkat Pedagang Pengumpul

- a. Fungsi pertukaran  
Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul pada saluran pemasaran II adalah fungsi pembelian dan penjualan.
- b. Fungsi fisik  
Fungsi fisik yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah fungsi pengangkutan.
- c. Fungsi fasilitas  
Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah fungsi pembiayaan, fungsi penanggungan resiko, fungsi standarisasi dan grading serta fungsi informasi pasar.

### Fungsi Pemasaran Pisang Kepok di Tingkat Pedagang Pengecer

- a. Fungsi pertukaran  
Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer Pisang

Kepok adalah fungsi pembelian dan penjualan. Fungsi pembelian yaitu pedagang pengecer membeli Pisang Kepok kepada pedagang pengumpul, sedangkan fungsi penjualan yaitu pedagang pengecer menjual Pisang Kepok kepada konsumen.

- b. Fungsi fisik  
Fungsi fisik yang dilakukan pedagang pengecer adalah fungsi penyimpanan. Fungsi penyimpanan yang dilakukan yaitu menyimpan Pisang Kepok di dalam gudang sebelum di beli oleh konsumen, terhindar dari paparan sinar matahari langsung dan untuk menjaga mutu Pisang Kepok yang mudah rusak.
- c. Fungsi fasilitas  
Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang pengecer adalah fungsi pembiayaan, fungsi standarisasi dan grading, serta fungsi informasi pasar. Fungsi pembiayaan yang dilakukan yaitu penggunaan modal untuk membeli Pisang Kepok kepada pedagang pengumpul dan petani.

### Margin, Biaya, dan Keuntungan Serta Efisiensi Pemasaran Pisang Kepok

Margin, biaya, dan keuntungan serta efisiensi pemasaran Pisang Kepok pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II di Kecamatan Seruyan Hilir Timur dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Margin, Biaya dan Keuntungan Pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Tahun 2020.

No	Uraian	Saluran Pemasaran I (Rp/kg)		Saluran Pemasaran II (Rp/kg)	
		Ib	Ip	Iib	Iip
1	Petani				
	a. Harga jual	6.000	5.000	4.380	4.380
	b. Biaya pemasaran				
	- biaya transportasi	1000	-	10	10
	Total biaya	1000		10	10
2	Pedagang pengumpul				

	a. Harga beli	-	-	4.380	4.380
	b. Biaya pemasaran				
	- biaya transportasi	-	-	1000	500
	- biaya bongkar muat	-	-	100	100
	Total biaya	-	-	1.100	600
	c. Harga jual	-	-	6000	5.500
	d. Margin (c-a)	-	-	1.620	1.120
	e. keuntungan (d-b)	-	-	520	520
3	Pedagang pengecer				
	a. Harga beli	6.000	5.000	6.000	5.500
	b. Biaya pemasaran				
	- biaya transportasi	-	500	-	-
	- biaya bongkar muat	100	100	100	100
	Total biaya	100	600	100	100
	c. Harga jual	7.500	7.000	7.500	7.000
	d. Margin (c-a)	1.500	2.000	1.500	1.500
	e. keuntungan (d-b)	1400	1.400	1.400	1.400
4	Konsumen				
	Harga beli	7.500	7.000	7500	7000
5	Total margin pemasaran	1.500	2.000	3.120	2.620

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Keterangan : Ib dan Iib = pedagang yang menjal ke Kota Banjarmasin

Ip dan Iip = pedagang yang menjal ke Kota Palangka Raya

Berdasarkan Tabel 2. dapat diketahui besar margin, biaya dan keuntungan serta efisiensi pemasaran Pisang Kepok di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Kabupaten Seruyan dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### a. Margin pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen

Tabel 3. Margin Pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Kabupaten Seruyan, 2020

Uraian	Saluran Pemasaran I (Rp/kg)		Saluran Pemasaran II (Rp/kg)	
	Banjarmasin	Palangka Raya	Banjarmasin	Palangka Raya
Harga Pisang Kepok di Tingkat Konsmen (Pr)	7500	7000	7500	7000
Harga Pisang Kepok di Tingkat Prodsen (Pf)	6000	5000	4380	4380
<b>Margin (Pr-Pf)</b>	<b>1.500</b>	<b>2.000</b>	<b>3.1220</b>	<b>2.620</b>

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 3. saluran pemasaran I dapat diketahui besar margin pemasaran yang mendistribusikan ke Kota Banjarmasin adalah sebesar Rp 7.500 – Rp 6.000 = Rp 1.500 per kg, sedangkan margin pemasaran yang mendistribusikan ke Kota Palangka Raya sebesar Rp 7.000 –

akhir dengan harga yang diterima produsen atau terdiri dari biaya pemasaran ditambah dengan keuntungan pemasaran. Semakin besar perbedaan harga maka semakin besar nilai margin pemasaran.

Rp 5.000 = Rp 2.000 per kg. Pada saluran pemasaran II dapat diketahui besar margin yang mendistribusikan ke Rp 7.500 – Rp 4.380 = Rp 3.120 per kg, sedangkan besar margin pemasaran yang mendistribusikan ke Kota Palangka Raya adalah terbentuk sebesar Rp 7000 - Rp 4.380 = Rp 2.620 per kg.

b. Biaya pemasaran  
Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran Pisang Kepok dari petani sampai kepada konsumen.

Tabel 4. Biaya Pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Kabupaten Seruyan, 2020

No	Uraian	Saluran Pemasaran I (Rp/kg)		Saluran Pemasaran II (Rp/kg)	
		Ib	Ip	Iib	Iip
1	Petani				
	a. Biaya pemasaran				
	- biaya transportasi	1000	-	10	10
	Total biaya	1000		10	10
2	Pedagang pengumpul				
	a. Biaya pemasaran				
	- biaya transportasi	-	-	1000	500
	- biaya bongkar muat	-	-	100	100
	Total biaya	-	-	1.100	600
3	Pedagang pengecer				
	a. Biaya pemasaran				
	- biaya transportasi	-	500	-	-
	- biaya bongkar muat	100	100	100	100
	Total biaya	100	600	100	100

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Keterangan : Ib dan Iib = pedagang yang menjal ke Kota Banjarmasin

Ip dan Iip = pedagang yang menjal ke Kota Palangka Raya

Pada saluran pemasaran I petani yang mendistribusikan ke Kota Banjarmasin mengeluarkan biaya transportasi sebesar Rp 1.000 per kg, sedangkan petani yang mendistribusikan ke Kota Palangka Raya tidak mengeluarkan biaya transportasi karena biaya transportasi ditanggung oleh pedagang pengecer. Biaya pemasaran pada saluran II, petani mengeluarkan biaya transportasi sebesar Rp. 10 per kg, pedagang pengumpul yang mendistribusikan ke Kota Banjarmasin mengeluarkan biaya sebesar Rp 1.100 per kg dan pedagang pengumpul yang mendistribusikan ke Kota Palangka Raya sebesar Rp 600 per

kg meliputi biaya transportasi dan bongkar muat. Perbedaan harga disebabkan karena adanya tambahan harga yang merupakan keuntungan yang diperoleh dari biaya-biaya yang dikeluarkan setiap lembaga pemasaran (Faika, 2015).

#### c. Keuntungan pemasaran

Keuntungan pemasaran di tingkat petani adalah selisih antara harga jual petani dengan biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani. Keuntungan yang didapat oleh lembaga pemasaran adalah selisih antara margin pemasaran dengan biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan.

Tabel 5. Keuntungan Pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Tahun 2020.



No	Uraian	Saluran Pemasaran I (Rp/kg)		Saluran Pemasaran II (Rp/kg)	
		Ib	Ip	Iib	Iip
1	Petani				
	Harga jual	6.000	5.000	4.380	4.380
2	Pedagang pengumpul				
	a. Total biaya	-	-	1.100	600
	b. Margin	-	-	1.620	1.120
	Keuntungan (a-b)	-	-	520	520
3	Pedagang pengecer				
	aTotal biaya	100	600	100	100
	b. Margin	1.500	2.000	1.500	1.500
	Keuntungan (a-b)	1400	1.400	1.400	1.400

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Keterangan : Ib dan Iib = pedagang yang menjal ke Kota Banjarmasin

Ip dan Iip = pedagang yang menjal ke Kota Palangka Raya.

Insentif petani yang menjual Pisang Kepok kepada pedagang pengecer Kota Banjarmasin adalah sebesar Rp 6.000 per kg, sedangkan petani yang menjual kepada pedagang pengecer Kota Palangka Raya adalah sebesar Rp 5.000 per kg. Keuntungan pedagang pengecer kota Banjarmasin adalah sebesar Rp 1.400 per kg dan keuntungan pedagang pengecer kota Palangka Raya adalah sebesar Rp 1.400 per kg. Keuntungan yang didapat oleh pedagang pengumpul yang mendistribusikan ke Kota Banjarmasin adalah sebesar Rp 520 per kg, sedangkan keuntungan yang didapat oleh pedagang pengumpul yang

mendistribusi ke Kota Palangka Raya adalah sebesar Rp 520 per kg. Keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer Kota Banjarmasin adalah sebesar Rp 1.400 per kg, sedangkan keuntungan pedagang pengecer Kota Palangka Raya adalah sebesar 1.400 per kg.

#### c. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran dapat terjadi jika persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi (Fandri, 2015).

Tabel 6. Efisiensi Pemasaran Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) Kecamatan Seruyan Hilir Timur Tahun 2020.

No	Uraian	Saluran I		Saluran II	
		Ib	Ip	Iib	Iip
1	Harga di tingkat petani (Rp/Kg)	6.000	5.000	4.380	4.380
2	Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg)	7.500	7.000	7.500	7.000
3	Total Margin Pemasaran (Rp/Kg) (2-1)	1.500	2.000	3.120	2.620
4	Efisiensi pemasaran (%) = (3/2) x 100%	20,00%	28,57%	41,6%	37,43%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 6. dapat diketahui bahwa tingkat efisiensi pemasaran Pisang Kepok di Kecamatan Seruyan Hilir Timur, Kabupaten Seruyan pada saluran pemasaran I distribusi Pisang Kepok ke Kota Banjarmasin adalah sebesar 20,00%,

sedangkan besar efisiensi pemasaran Pisang Kepok distribusi kota Palangka Raya adalah sebesar 28,57%. Sedangkan nilai efisiensi pemasaran saluran II, Pisang yang distribusi ke Kota Banjarmasin adalah sebesar 41,6%, dan nilai efisiensi pemasaran

Pisang Kepok distribusi ke Kota Palangka Raya adalah sebesar 37,43%.

d. *Farmer's share*

Tabel 7. *Farmer's Share* Pisang Kepok (*Musa acuminata balbisiana Colla*) di Kecamatan Seruyan Hilir Kabupaten Seruyan, 2020

No	Uraian	Saluran Pemasaran I		Saluran Pemasaran II	
		Ib	Ip	Iib	Iip
1	Harga di Tingkat Petani (Pf)	6.000	5.000	4.380	4.380
2	Harga ditingkat Konsumen (Pr)	7.500	7.000	7.500	7.000
3	<i>Farmer's share</i> $(1/2) \times 100\%$	80%	71,43%	58,4%	62,3%

Sumber :Data Primer yang Diolah, 2020

Keerangan : Ib dan Iip: Penjualan ke Kota Banjarmasin

Ip dan Iip: Penjualan ke kota Palangka Raya.

Berdasarkan Tabel 7. dapat diketahui bahwa besar harga yang diterima petani Pisang Kepok pada saluran I adalah saluran pemasaran I Kota Banjarmasin sebesar 80%, pada saluran I Kota Palangka Raya sebesar 71%. Saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran II Koa Banjarmasin sebesar 58.4% dan pada saluran II Kota Palangka Raya sebesar 62,3%. Nilai *farmer's share* yang ditertinggi adalah pada saluran I dikarenakan tidak menggunakan pedagang pengumpul.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dibahas maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran Pisang Kepok di Kecamatan Seruyan Hlir Timur, Kabupaten Seruyan terdiri dari dua saluran yaitu saluran pemasaran I yang terlibat adalah petani, pedagang pengecer, dan konsumen. Saluran pemasaran II yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Lembaga yang terlibat adalah pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan adalah fungsi pertukaran

(pembelian dan penjualan), fungsi fisik (menyimpanan), dan fungsi fasilitas (pembiayaan, standarisasi dan grading, penanggungan resiko dan informasi pasar).

2. Margin pemasaran Pisang Kepok di Kecamatan Seruyan Hilir Timur Kabupaten Seruyan pada saluran pemasaran I yaitu saluran pemasaran I Kota Banjarmasin adalah sebesar Rp 1.500 per kg, saluran pemasaran I Kota Palangka Raya adalah sebesar Rp 2.000 per kg. Pada saluran II yaitu saluran pemasaran II Kota Banjarmasin adalah sebesar Rp 3.120 per kg, dan saluran pemasaran II Kota Palangka Raya adalah sebesar Rp 2.620 per kg.

Biaya pemasaran pada saluran I yaitu saluran I Kota Banjarmasin biaya pemasarannya adalah sebesar Rp 1000 per kg, dan saluarn pemasaran I Kota Palangka Raya tidak mengeluarkan biaya pemasaran karena biaya transportasi telah ditanggung oleh pedagang pengecer. Biaya pemasaran pada saluran II yaitu petani sebesar Rp 10 per kg, pedagang pengumpul II Kota Banjarmasin Rp 1.100 per kg, dan pedagang pengumpul II Kota

Palangka Raya sebesar Rp 600 per kg. Pedagang pengecer biaya pemasarannya sebesar Rp 100 per kg.

Keuntungan yang diperoleh yaitu pedagang pengumpul pada saluran II Kota Banjarmasin dan saluran II Kota Palangka Raya sebesar Rp 520 per kg. Keuntungan pedagang pengecer pada saluran pemasaran I Kota Banjarmasin sebesar Rp 1.400 per kg, saluran Pemasaran I Kota Palangka Raya sebesar Rp 1.400 per kg, saluran pemasaran II Kota Banjarmasin sebesar Rp 1.400 per kg dan saluran pemasaran II Kota Palangka Raya sebesar Rp 1.400 per kg.

Efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I yang lebih efisien adalah saluran pemasaran I Kota Banjarmasin sebesar 20,00%, dan pada saluran pemasaran II yang lebih efisien adalah saluran saluran pemasaran II Kota Palangka Raya sebesar 37,43%.

*Farmer's share* tertinggi adalah pada saluran I yaitu pada saluran I Kota Banjarmasin sebesar 80% dan pada saluran I Kota Palangka Raya sebesar 71,4%.

### Saran

Petani sebaiknya memilih saluran pemasaran I, karena pada saluran pemasaran I tidak melibatkan pedagang pengumpul sehingga keuntungan yang diperoleh lebih besar. Untuk menerapkan ini petani pada saluran II sebaiknya mereka membuat kelompok untuk menyewa transportasi atau membuat kelompok dengan petani yang memiliki transportasi. Untuk mengantisipasi penanggungan resiko sebaiknya petani melakukan pengolahan produk Pisang Kepok.

### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah. 2019. Katalog Publish BPS Kalimantan Tengah. Palangka Raya
- Direktorat Jendral Bina Produksi Hortikultura. Pertanian 2020. Buku Pinter Pembenihan. Jakarta.
- Faika, E. A. 2015. Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran *Day Old Duck* (DOC) pada Beberapa Lembaga Pemasaran di Kabupaten Sidrap. Makasar.
- Suhaeni., Wijaya, E. I. P., & Nur'azkiya, L. 2018. Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Dataran Menengah Kabupaten Majalengka. *Ilmu Pertanian dan Perternakan* 6(2):114-122
- Wulandari, D. Q., Rommy., & Hermawati, S. 2018. Efisiensi Pemasaran Durian di Desa Wisata Durian Keluranahan Sumber Agung. Bandar Lampung. *Sylva Lestari* 6( 2): 68-76