

**ANALISIS PEMASARAN BELIMBING MANIS  
(AVERRHOA CARAMBOLA L.)  
DI KABUPATEN JEPARA**

**Jurusan/Program Studi  
Sosial Ekonomi Pertanian/Agrobisnis**



Oleh :

**Indra Estiyati  
H1306030**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2010**

## PERNYATAAN

Dengan ini kami selaku Tim Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian/Agrobisnis:

Nama : Indra Estiyati  
NIM : H1306030  
Jurusan/Program Studi : Sosial Ekonomi Pertanian/Agrobisnis

Menyetujui Naskah Publikasi Ilmiah yang disusun oleh yang bersangkutan dan dipublikasikan dengan / tanpa\*) mencantumkan nama tim pembimbing sebagai *Co-Author*.

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Ir. Sugiharti Mulya Handayani, MP  
NIP. 19650626 199003 2 001

Wiwit Rahayu, SP.MP  
NIP. 19711109 199703 2 004

\*) Coret yang tidak perlu

**ANALISIS PEMASARAN BELIMBING MANIS  
(AVERRHOA CARAMBOLA L.)  
DI KABUPATEN JEPARA**

**INDRA ESTIYATI  
H1306030**

**ABSTRAK**

Naskah publikasi ini disusun berdasarkan skripsi. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Jepara. Kecamatan sampel dipilih secara sengaja (*purposive*) yaitu Kecamatan Welahan. Metode pengambilan sampel desa secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu di Desa Welahan dan Desa Gedangan. Metode pengambilan sampel petani secara *proporsional random sampling* sedangkan sampel pedagang secara *snowball sampling*. Data yang diambil baik berupa data primer maupun data dengan teknik wawancara, pencatatan dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga pola saluran pemasaran belimbing manis yaitu, saluran I: Petani → Pedagang pengumpul → Pedagang pengecer → Konsumen. Saluran pemasaran II: Petani → Pedagang penebas → Pedagang Pengecer → Konsumen. Saluran pemasaran III: Petani → Pedagang pengecer → Konsumen. Pada saluran I total biaya pemasaran Rp 1.150 per kg total keuntungan pemasaran Rp 350 per kg dan margin pemasaran Rp 1.500 per kg. Untuk saluran II total biaya pemasaran Rp 2.016 per kg total keuntungan pemasaran Rp 484 per kg dan margin pemasaran Rp 2.500 per kg. Pada saluran III total biaya pemasaran Rp 1.226 per kg total keuntungan pemasaran sebesar Rp 174 per kg margin pemasaran Rp 1.400 per kg. Dilihat dari efisiensi secara ekonomis dari ketiga saluran yang ada di Kabupaten Jepara maka saluran III adalah saluran pemasaran belimbing manis yang paling efisien karena memiliki margin pemasaran terendah yaitu Rp 1.800 per kg dan memiliki nilai *Farmer's Share* tertinggi yaitu 81,34 %.

Kata Kunci : Margin, Biaya, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran

**ANALYZE THE MARKETING OF SWEET STARFRUITS  
(AVERRHOA CARAMBOLA L.)  
IN JEPARA REGENCY**

**INDRA ESTIYATI  
H1306030**

**ABSTRACT**

*The publication draft is compiled based of the script. The basic method is used description. The analysis was done in Jepara regency. The sample of subdistrict was chosen intentionally (purposive) which was Welahan subdistrict. The method of taking the sample of villlage intentionally (purposive sample) were Welahan and Gedangan village, by considering that those villages are the producer of sweet star fruit. The method of taking sample of the farmer by proportional random sampling and taking sample of the seller by snowball sampling. The primary data was got from sweet starfruit farmer and the sweet starfruit marketing. The secondary data were got from The statistic center corporation of Jepara regency, Welahan Agriculture Department. The method of colecting data by interviewing, recording, and observating. The result of analysis is shown that there are three systems of sweet star fruit marketing: The marketing chanel I: Farmer → the Whole Seller → Retail seller → Consumer. The marketing chanel II: Farmer → Harvesting Farmer → Retail seller → Consumer. The marketing chanel III: Farmer → Retail seller → Consumer. In the marketing chanel I the total cost of marketing is Rp 1.150,- per kg, the total benefit of marketing is Rp 350,- per kg and marketing margin is Rp 1.500,- per kg. For the marketing chanel II the total cost of marketing is Rp 2.016,- per kg, the total benefit of marketing is Rp 484,- per kg and the marketing margin is Rp 2.500,- per kg. In chanel III the total cost of marketing is Rp 1.226,- per kg, the total benefit of marketing is Rp 174,- per kg, the marketing margin is Rp 1.400 per kg. Refer from the economically efficiency from those three chanel which are in Jepara regency so the chanel III is the most efficient of the sweet star fruit marketing because it has the lowest margin which is Rp 1.800,- per kg and has the highest value of Farmer's share which is 81,34%.*

**Keyword :** *Margin, Cost, Benefit, and Marketing Efficiency*

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang.

Usahatani hortikultura khususnya buah-buahan di Indonesia selama ini hanya dipandang sebagai usaha sampingan yang ditanam di pekarangan rumah dengan luas areal sempit dan penerapan teknik budidaya penanganan pasca panen masih sederhana. Di sisi lain permintaan pasar terhadap buah baik dari pasar lokal maupun pasar ekspor menghendaki mutu tertentu, ukuran seragam dan suplai pasokan buah yang berkesinambungan. Dalam rangka mengembangkan buah-buahan di Indonesia dan untuk meningkatkan daya saing baik di pasar lokal maupun pasar ekspor, pemerintah menggalakkan pembangunan pertanian bidang hortikultura (Arifin dkk, 1997)

Pengembangan komoditas hortikultura, khususnya buah-buahan, memberikan peran yang penting bagi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani, keanekaragaman dan kecukupan gizi rakyat, perluasan lapangan kerja, serta devisa negara. Permintaan pasar dalam negeri akan buah-buahan cenderung terus meningkat sejalan dengan bertambahnya jumlah penduduk untuk memenuhi kebutuhan gizi. Salah satu jenis buah tropis yang layak dikembangkan secara komersial adalah belimbing manis. Namun pola pembudidayaan belimbing manis pada umumnya hanya dijadikan tanaman pekarangan dan sebagai usaha sampingan (Rukmana, 2006).

Tanaman belimbing manis merupakan tanaman asli daerah Asia Tenggara. Pusat sumber genetik tanaman belimbing manis terdapat di Malaysia dan India. Konon plasma nutfah tanaman belimbing manis ditemukan tumbuh liar di Saliang dan Maluku. Di Malaysia, sejak 100 tahun yang lalu sudah mengembangkan tanaman belimbing manis secara insentif. Di Indonesia, tanaman belimbing manis sudah dikenal sejak zaman walisongo. Dalam perkembangannya tanaman belimbing manis banyak dibudidayakan di berbagai daerah di wilayah nusantara. Pada umumnya penanaman tanaman belimbingnya manis hanya dijadikan tanaman pekarangan. (Rukmana, 2006)

*commit to user*

Tanaman belimbing manis dapat tumbuh di daerah terbuka dan memperoleh sinar matahari yang cukup. Intensitas penyinaran minimal 7 jam per hari. Tanaman belimbing manis juga toleran terhadap naungan, suhu yang cocok untuk pertumbuhan belimbing manis sekitar 20-30 C. Dengan curah hujan optimum 2.000-2.500 mm/tahun dan kecepatan angin tidak terlalu kencang karena bisa menyebabkan bunga atau buah berguguran (Harti et al,2007).

Berikut ini adalah macam- macam zat gizi yang terkandung di dalam belimbing manis:

Tabel 1. Kandungan Gizi Belimbing Manis (100gr)

No	Kandungan	Kandungan Gizi Belimbing Manis (100gr)
1	Energi	86,00 Kalori
2	Air	90,00 gr
3	Fosfor	12,00 mg
4	Besi	11,00 mg
5	Vit. A	170,00 SI
6	Vit. B	0,03 mg
7	Vit. C	35,00 mg

Sumber: Direktorat Gizi, Depkes RI, 1981 *dalam* Anonim (1999)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa di dalam belimbing manis terdapat kandungan energi, air, fosfor dan zat besi yang cukup untuk gizi pelengkap yang dibutuhkan oleh tubuh. Selain itu, tanaman belimbing manis memiliki khasiat sebagai obat. Mengonsumsi buah belimbing manis yang sudah matang dapat juga menurunkan tekanan darah tinggi dan kadar kolesterol, mencegah kanker, serta memperlancar pencernaan. Secara ilmiah, kandungan racun (toksisitas) akut tanaman belimbing manis terbukti tidak beracun dan aman digunakan. Daun dan buah belimbing dapat digunakan untuk mengobati sakit beguk (gondong), cacar air, demam, dan wasir (Rukmana, 2006).

Belimbing manis merupakan salah satu buah yang ada di Kabupaten Jepara yang sekarang ini lebih ditingkatkan pembudidayaannya karena Pemerintah Kabupaten Jepara akan membuat buah belimbing manis menjadi mascot di Kabupaten Jepara selain durian petruk khas Kabupaten Jepara,

padahal banyak masyarakat lebih mengenal belimbing manis itu berasal dari Kabupaten Demak. Hal ini menyebabkan memilih penelitian belimbing manis di Kabupaten Jepara karena belimbing manis sebenarnya berasal dari Kabupaten Jepara dan banyaknya jumlah pohon belimbing manis yang ada di Kabupaten Jepara, sehingga produksi belimbing manis di Kabupaten Jepara mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan menjual belimbing manisnya sampai ke Kabupaten Demak. Pemberian nama belimbing demak di berikan oleh pemerintah pusat karena pada saat itu Kabupaten Demak mendaftarkan produksi belimbing manis berasal dari Kabupaten Demak, sehingga masyarakat lebih mengenal nama belimbing manis demak walaupun produksi tidak berasal dari Kabupaten Demak. Lama kelamaan Kabupaten Demak tidak sanggup lagi memenuhi produksi belimbing manis oleh sebab itu Pemerintah Kabupaten Jepara berminat mengambil nama belimbing manis yang seharusnya menjadi hak Kabupaten Jepara sejak awal.

Berikut ini adalah jenis tanaman hortikultura yang ada di Kabupaten Kabupaten Demak:

Tabel 2. Luas Panen, Rata-Rata Produksi dan Produksi Belimbing di Kabupaten Demak 2006

No	Kecamatan	Luas panen (pohon)	Rata-rata produksi (kw/pohon)	Produksi (kw)
1.	Belimbing			
	Jumlah 2004	71.538	42,83	30.660
	2005	74.107	34,25	25.385
	2006	61.321	32,35	19.840
2.	Jambu Delima			
	Jumlah 2004	30.795	67,77	20.873
	2005	45.540	90,63	41.275
	2006	50.231	76,67	38.510

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Demak, 2006

Berdasarkan Tabel 2 bahwa produksi belimbing manis di Kabupaten Demak dari tahun ke tahun mengalami penurunan produktifitas dan di gantikan oleh buah jambu delima yang dari tahun ke tahun produksinya meningkat. Sebagian petani belimbing manis yang ada di Kabupaten Demak beralih ke jambu delima yang sedang marak di Kabupaten Demak. Banyak petani belimbing manis di Kabupaten Demak menebangi pohonnya untuk di

gantikan dengan pohon jambu delima, sebab memang belimbing manis di Kabupaten Demak sudah tidak mampu memproduksi lagi sejak tahun 2006.

Berikut ini adalah jenis tanaman hortikultura yang ada di Kabupaten Jepara:

Tabel 3. Produksi Tanaman Hortikultura Di Kabupaten Jepara Tahun 2008

No	Jenis Tanaman Hortikultura	Produksi (kw)
1.	Mangga	208.044
2.	Pisang	175.823
3.	Nangka	107.983
4.	Rambutan	99.149
5.	Durian	45.064
6.	Semangka	27.955
7.	<b>Belimbing</b>	<b>16.503</b>
8.	Jambu Air	14.095
9.	Jambu Biji	9.728
10.	Pepaya	7.285
11.	Melon	4.300
12.	Sirsak	2.206
13.	Sawo	1.087
14.	Jeruk Besar	492
15.	Jeruk Siam	443
16.	Kedondong	361
17.	Nanas	356
18.	Duku	74
19.	Manggis	59
20.	Alpukat	15
21.	Anggur	15
22.	Salak	13
<b>Jumlah</b>		<b>721.050</b>

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Jepara, 2008

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa di Kabupaten Jepara terdapat macam-macam jenis tanaman hortikultura dan salah satunya adalah belimbing manis. Belimbing manis menduduki posisi ketujuh setelah dengan jumlah produksi 16.503 kw pada tahun 2008.

Saluran pemasaran merupakan suatu jalur dari lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Penyalur secara aktif akan mengusahakan perpindahan bukan

hanya secara fisik tetapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli konsumen (Stanton, 1993).

Potensi pertukaran dalam kegiatan pemasaran dapat terjadi jika paling sedikit ada dua pihak dan masing-masing mempunyai sesuatu yang bernilai potensial bagi pihak lainnya. Jika kedua pihak dapat berkomunikasi dan menyampaikan produk barang dan jasa yang diinginkan, maka kegiatan pemasaran tersebut dapat terjadi (Mc Daniel dan Lamb, 2001).

Pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara tidak hanya untuk memenuhi konsumen di Kabupaten Jepara, tetapi juga dipasarkan keluar Kabupaten Jepara seperti Kabupaten Demak dan Semarang. Untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas tersebut, produsen tidak mampu apabila hanya mengandalkan penjualan langsung ke konsumen, maka dari itu dalam pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara melibatkan beberapa lembaga pemasaran agar dapat menyalurkan produk dengan tepat dan cepat.

Peran dari lembaga pemasaran sangat penting dalam rangka menunjang untuk lebih berkembangnya lagi suatu produksi. Mengingat belimbing manis di Kabupaten Jepara sangat berpotensi dilihat dari minat petani lain untuk mengembangkan budidaya belimbing manis sebagai pekerjaan sampingan selain membudidayakan tanaman pokok seperti padi, jagung mendorong peneliti untuk mengadakan penelitian mengenai analisis pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara.

## **B. Perumusan Masalah**

Dalam menjalankan suatu usaha terutama usaha pertanian, pemasaran merupakan hal yang penting karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan petani. Produksi yang baik akan sia-sia karena harga pasar yang rendah, sehingga tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai pemasaran yang baik dan efisien.

Hasil pengamatan pra survei di lapangan pada bulan September tahun 2009 di peroleh data bahwa harga belimbing manis ditingkat konsumen di

Kabupaten Jepara sebesar Rp 15.000/kg dan ditingkat petani harga belimbing manis sebesar Rp 10.000/kg. Selisih harga tersebut disebabkan karena biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran belimbing manis. Kegiatan pemasaran dalam menyampaikan barang kepada konsumen dari produsen akan membutuhkan biaya, sehingga akan berpengaruh terhadap harga yang dibayar oleh konsumen dan harga yang diterima tingkat produsen.

Biaya pemasaran belimbing manis dipengaruhi berbagai faktor antara lain pengangkutan, penyimpanan, resiko dan lain-lain. Proses penyampaian barang konsumsi tersebut oleh produsen atau lembaga pemasaran bisa disalurkan melalui lebih dari satu saluran pemasaran. Masalah pemasaran ini sebenarnya bukan semata-mata terletak pada panjang pendeknya saluran pemasaran, tetapi saluran pemasaran mana yang memberikan tingkat efisiensi yang paling tinggi.

Berdasarkan hal tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana pola saluran pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara?
2. Berapa besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran belimbing manis Kabupaten Jepara?
3. Bagaimana tingkat efisiensi ekonomi dari masing-masing saluran pemasaran belimbing manis Kabupaten Jepara?

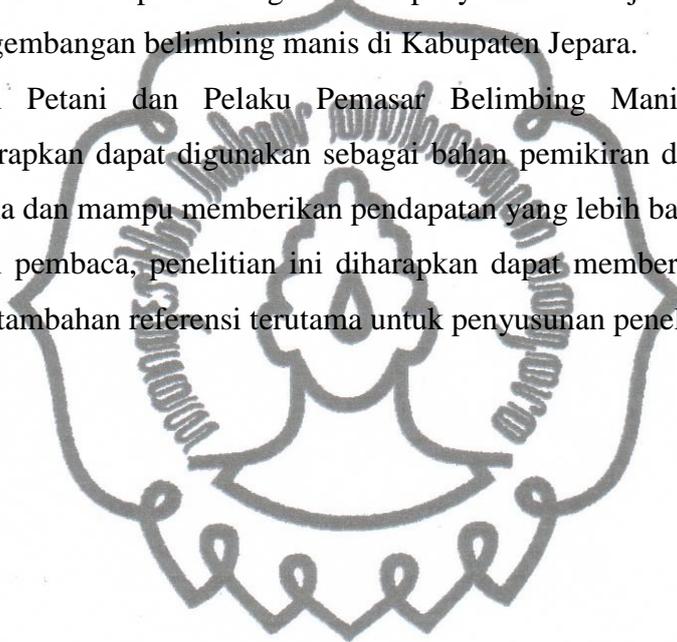
### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pola saluran pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara.
2. Menganalisis besarnya biaya, keuntungan, dan margin pemasaran dari belimbing manis di Kabupaten Jepara.
3. Menganalisis tingkat efisiensi ekonomi dari masing-masing saluran pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta merupakan persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bagi Pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan terutama dalam pengembangan belimbing manis di Kabupaten Jepara.
3. Bagi Petani dan Pelaku Pemasar Belimbing Manis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pemikiran dalam peningkatan usaha dan mampu memberikan pendapatan yang lebih baik.
4. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan tambahan referensi terutama untuk penyusunan penelitian selanjutnya



## II. LANDASAN TEORI

### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian Nurasa dan Deri (2005) yang berjudul Analisis Keragaman Marjin Pemasaran Jeruk di Kabupaten Karo memberi hasil penelitian bahwa petani melakukan pemasaran Jeruk melalui tiga pola saluran pemasaran, yaitu:

#### 1. Saluran Pemasaran I

Petani → Pedagang pengumpul → Pedagang antar kabupaten →  
Pedagang Pengecer → Konsumen

#### 2. Saluran Pemasaran II

Petani → Perkoper → Pedagang antar kabupaten → pedagang  
pengecer → Konsumen

#### 3. Saluran Pemasaran III

Petani → Pengirim (grosir) → Pedagang Pengecer → Konsumen

Lembaga yang terlibat dalam pemasaran adalah pedagang pengumpul, pedagang pengecer, pedagang antar kabupaten, perkoper, pengirim. Pada saluran I total biaya pemasaran Rp 2.267 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 3.582,5 per kg dan marjin pemasaran Rp 5.800 per kg. Untuk saluran II total biaya pemasaran Rp 2.192,34 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 3.199,67 per kg dan marjin pemasaran Rp 5.400 per kg. Pada saluran III total biaya pemasaran Rp 1.182,25 per kg, total keuntungan pemasaran sebesar Rp 3.668,5 per kg marjin pemasaran Rp 4.850 per kg. Dari hasil penelitian, saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomis adalah saluran III. Hal ini dikarenakan farmer's share saluran III lebih besar daripada saluran pemasaran yang lain.

Menurut hasil penelitian Puspitasari dan Sarosa (2002), mengenai Analisis Tata Niaga Jagung Manis di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Semarang diketahui terdapat tiga saluran pemasaran yaitu:

## 1. Saluran I

petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer →  
konsumen

## 2. Saluran II

petani → pedagang pengumpul → konsumen akhir

## 3. Saluran III

petani → pedagang pengecer → konsumen akhir

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa besarnya margin tata niaga tertinggi terdapat pada saluran tata niaga I yaitu sebesar 41,71 % yang merupakan saluran yang terpanjang dan yang terendah terdapat pada saluran tata niaga III yaitu sebesar 39,86 % dibanding dengan saluran tata niaga I dan II.

Berdasarkan hasil penelitian dari peneliti di atas dapat diketahui bahwa panjang pendeknya saluran pemasaran merupakan salah satu faktor penentu efisien atau tidaknya suatu pemasaran yang dilakukan dan dapat disimpulkan bahwa semakin pendeknya saluran pemasaran suatu produk, dengan margin pemasaran rendah serta *farmer's share* yang tinggi, maka pemasaran akan semakin efisien. Kedua hasil penelitian tersebut dapat dijadikan acuan bagi peneliti untuk menganalisis pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara.

## B. Tinjauan Pustaka

### 1. Belimbing Manis

Menurut Rukmana (2006), belimbing manis dalam sistematika taksonomi tumbuhan di klasifikasikan sebagai berikut:

Divisio	: Spermatophyta (tumbuhan berbiji)
Kelas	: Angiospermae (berbiji tertutup)
Subkelas	: Dicotyledonae (biji berkeping dua)
Ordo	: Oxalidales
Famili	: Oxalidaceae
Genus	: <i>Averrhoa</i>
Species	: <i>Averrhoa carambola</i> L.

Tanaman belimbing manis memiliki khasiat sebagai obat. Mengonsumsi buah belimbing manis yang sudah matang dapat juga menurunkan tekanan darah tinggi dan kadar kolesterol, mencegah kanker, serta memperlancar pencernaan. Secara ilmiah, kandungan racun (toksisitas) akut tanaman belimbing manis terbukti tidak beracun dan aman digunakan. Daun dan buah belimbing dapat digunakan untuk mengobati sakit beguk (gondong), cacar air, demam, dan wasir. (Rukmana, 2006)

Belimbing manis selain dikonsumsi dalam bentuk segar dapat dimanfaatkan sebagai tanaman peneduh dan tanaman obat tradisional. Tanaman belimbing manis berfungsi sebagai stabilisator untuk memelihara lingkungan karena dapat menyerap gas-gas emisi kendaraan bermotor, menyaring debu, meredam getaran suara, dan mengatasi pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh berbagai kegiatan manusia (Aziz, 2000)

## 2. Pemasaran

Menurut Kotler (2000), menyatakan bahwa secara formal, pemasaran "*Marketing*" yaitu suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jassa baik para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Menurut Swastha (2003), pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Dengan adanya pertukaran, berbagai kelompok sosial seperti individu-individu, kelompok kecil, organisasi dan kelompok masyarakat lainnya dapat terpenuhi kebutuhannya.

Kotler (2000), *cit* Susanto (2000) menyatakan bahwa konsep berwawasan pemasaran berpendapat kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada saingannya. *commit to user*

Sasaran fundamental dari kebanyakan bisnis adalah kelangsungan hidup, laba, dan pertumbuhan. Pemasaran memberikan kontribusi secara langsung untuk mencapai sasaran ini. Pemasaran terdiri dari kegiatan berikut ini, yang penting bagi organisasi bisnis, menilai keinginan dan kepuasan dari konsumen saat ini dan calon konsumen, mendesain dan mengatur penawaran produk, menentukan harga dan kebijakan harga, mengembangkan strategi distribusi, dan melakukan komunikasi dengan konsumen saat ini dan calon konsumen (Mc Daniel dan Lamb, 2001).

Hasil akhir suatu pemasaran berdasarkan hubungan adalah membangun suatu aset perusahaan berupa jaringan pemasaran. Menurut, Kotler (2000), *cit* Susanto (2000) jaringan pemasaran terdiri dari suatu perusahaan dengan pemasok, distributor dan pelanggannya dimana sudah terdapat suatu hubungan bisnis yang kuat dan dapat diandalkan. Semakin lama pemasaran semakin bergeser dari memaksimalkan keuntungan dari setiap transaksi ke memaksimalkan hubungan saling menguntungkan dengan mitranya. Prinsip dasarnya adalah dengan membangun hubungan baik, transaksi yang menguntungkan akan datang sendiri.

Fungsi pemasaran adalah kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk menyelesaikan proses pemasaran. Secara umum, fungsi pemasaran diklasifikasikan menjadi 8 yaitu:

a. Fungsi penjualan

Fungsi tentang bagaimana memperlancar penjualan barang atau jasa yang dihasilkan dengan melakukan tindakan yang aktif dan dinamis

b. Fungsi pembelian

Merupakan usaha untuk mendapatkan barang dagangan atau bahan baku secara efisien dan efektif.

c. Fungsi pengangkutan

Usaha menyalurkan barang atau jasa secara fisik, yang dapat dilakukan sendiri atau melalui jasa transport.

- d. Fungsi penyimpanan  
Fungsi penyimpanan barang dari bahan baku sampai berupa barang yang siap dikonsumsi.
  - e. Fungsi pembelanjaan  
Fungsi mendapatkan modal dari sumber ekstern ( kredit dagang, kredit bank) guna menyelenggarakan kegiatan pemasaran
  - f. Fungsi standarisasi dan grading  
Standarisasi adalah penentuan batas-batas dasar bentuk barang manufaktur. Grading merupakan usaha menggolong-golongkan barang sesuai standar kualitas yang telah ditetapkan.
  - g. Fungsi penanggulangan resiko  
Fungsi menghindari dan mengurangi resiko yang berkaitan dengan pemasaran barang.
  - h. Fungsi pengumpulan informasi  
Pengumpulan dan penafsiran keterangan tentang macam-macam barang yang beredar di pasar, jumlah, macam barang yang dibutuhkan konsumen, harga, dan lain-lain. (Kotler, 2000)
3. Saluran dan Lembaga Pemasaran

Saluran distribusi atau saluran pemasaran merupakan suatu alur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai. Saluran pemasaran merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedagang besar, pengecer, melalui mana sebuah komoditi, produk atau jasa dipasarkan (Swastha, 1997).

Lembaga pemasaran adalah bentuk saluran distribusi merupakan jalur yang dilalui oleh perpindahan hak milik atas barang yang dipasarkan untuk sampai ke tangan konsumen dengan melalui beberapa perantara, orang atau badan usaha atau lembaga yang secara langsung terlibat didalam mengalirkan barang dari produsen ke konsumen. Lembaga-lembaga pemasaran ini dapat berupa tengkulak,

*commit to user*

pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Lembaga-lembaga dapat didefinisikan sebagai berikut :

- a. Tengkulak, yaitu lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, tengkulak melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijon maupun dengan kontrak pembelian.
  - b. Pedagang pengumpul, yaitu membeli komoditi pertanian dari tengkulak biasanya relatif kecil.
  - c. Pedagang besar, yaitu melakukan proses pengumpulan komoditi dari pedagang pengumpul, juga melakukan proses distribusi ke agen penjualan ataupun pengecer.
  - d. Pedagang pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen (Sudiyono, 2002).
4. Biaya Pemasaran

Menurut Soekartawi (1993) biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, penyusutan, retribusi dan lainnya. Besarnya biaya ini berbeda satu sama lain disebabkan karena macam komoditi, lokasi pemasaran dan macam lembaga pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Seringkali komoditi pertanian yang nilainya tinggi diikuti dengan biaya pemasaran yang tinggi pula. Peraturan pemasaran di suatu daerah juga kadang-kadang berbeda satu sama lain. Begitu pula macam lembaga pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Makin efektif pemasaran yang dilakukan, maka akan semakin kecil biaya pemasaran yang dikeluarkan.

Secara umum biaya merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen dalam mengelola usaha taninya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya merupakan pengorbanan yang diukur untuk suatu alat tukar berupa uang yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam usahatani. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan atau aktifitas usaha pemasaran komoditas pertanian. Biaya pemasaran komoditas pertanian meliputi biaya transportasi/biaya angkut,

biaya pungutan retribusi, biaya penyusutan dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain. Hal ini disebabkan lokasi pemasaran, lembaga pemasaran (pengumpul, pedagang besar, pengecer, dan sebagainya) dan efektifitas pemasaran yang dilakukan serta macam komoditas (Rahim dan Hastuti, 2007).

#### 5. Keuntungan Pemasaran

Selisih harga yang dipasarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran. Jarak yang mengantarkan produksi pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran (Soekartawi, 1993).

Keuntungan pedagang merupakan imbalan atas jasa yang dilakukan selama melakukan proses pemasaran. Keuntungan pedagang berbeda-beda antara pedagang satu dengan pedagang yang lainnya. Hal ini diduga karena jasa yang telah dilakukan oleh para pedagang tersebut berbeda-beda (Yusuf et al, 1999).

#### 6. Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan di tingkat pengecer dengan harga yang diterima oleh produsen (petani). Dengan kata lain, marjin pemasaran menunjukkan perbedaan harga di antara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran. Hal tersebut juga dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara apa yang dibayar oleh konsumen dan apa yang diterima oleh produsen untuk produk pertaniannya. Marjin pemasaran diantara pertanian dan pedagang eceran bisa diungkapkan dalam notasi  $P_R - P_F$ .

Menurut Sudiyono (2002) marjin pemasaran didefinisikan dengan dua cara yaitu :

- a. Marjin pemasaran merupakan perbedaan harga antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M : Marjin

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf : Harga di tingkat produsen (Rp)

- b. Marjin pemasaran terdiri dari komponen yang terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Secara sistematis marjin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M = Bp + Kp$$

Keterangan :

M : Marjin (Rp/kg)

Bp : Biaya pemasaran (Rp/kg)

Kp : Keuntungan pemasaran (Rp/kg)

#### 7. Efisiensi Pemasaran

Salah satu sebab tidak efisiennya suatu pemasaran adalah kurangnya pengetahuan konsumen mengenai produk yang dibeli. Konsumen harus mempunyai pengetahuan yang cukup sebagai dasar mengambil keputusan untuk pembelian yang akan menghasilkan kepuasan maksimum. Perlunya informasi-informasi mengenai produk seperti ciri khusus dan mutu produk untuk disampaikan kepada konsumen. Efisiensi pemasaran merupakan suatu pengendalian atau penghematan produk baik secara fisik maupun ekonomis untuk menekan biaya yang dikeluarkan terhadap kegiatan pemasaran (Sudiyono, 2002).

Efisiensi ekonomi dapat diukur dengan nilai persentase marjin pemasaran dan bagian yang diterima oleh produsen. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa pemasaran dianggap efisien secara ekonomis yaitu apabila *commit to user* setiap saluran pemasaran mempunyai nilai

margin pemasaran yang rendah dan nilai persentase bagian yang diterima produsen tinggi (Darmawanti, 2005)

Faktor-faktor yang dapat sebagai ukuran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut:

- 1) Keuntungan pemasaran
- 2) Harga yang diterima konsumen
- 3) Tersedianya fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk melancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan, transportasi
- 4) Kompetisi pasar, persaingan diantara pelaku pemasaran (Soekartawi, 1993).

### C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai telaah terhadap aliran produk secara fisis dan ekonomis dari produsen melalui pedagang perantara sehingga barang dapat sampai ke tangan konsumen. Pemasaran melibatkan banyak kegiatan yang berbeda-beda yang menambah nilai produk pada saat produk bergerak melalui sistem tersebut.

Jejak penyaluran dari produsen belimbing manis sampai dengan konsumen akhir disebut dengan saluran pemasaran. Produsen belimbing manis membutuhkan bantuan pihak lain untuk memasarkan hasil produksinya. Maka dari itu, diperlukan peranan lembaga pemasaran untuk menyalurkan hasil produksi kepada konsumen. Untuk mengetahui saluran pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara dilakukan dengan cara mengikuti aliran dari proses pemasaran belimbing manis dari produsen sampai ke konsumen.

Pedagang atau lembaga pemasaran dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen selalu mengambil keuntungan dan juga mengeluarkan biaya-biaya dalam kegiatan pemasaran. Perbedaan kegiatan pada setiap lembaga pemasaran akan menyebabkan perbedaan harga jual antara lembaga yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan harga suatu komoditi ditingkat petani dengan ditingkat konsumen disebut margin pemasaran. Margin

pemasaran belimbing buah dapat diperhitungkan dengan menggunakan dua cara, yaitu:

- a. Marjin pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat petani dengan harga ditingkat pengecer, Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

$M_p$  : Marjin pemasaran belimbing manis (Rp/kg)

$P_r$  : Harga belimbing manis ditingkat pengecer (Rp/kg)

$P_f$  : Harga belimbing manis ditingkat petani (Rp/kg)

- b. Margin pemasaran terdiri dari komponen yang terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M_p = B_p + K_p$$

Keterangan:

$M_p$  : Marjin pemasaran belimbing manis (Rp/kg)

$B_p$  : Biaya pemasaran belimbing manis (Rp/kg)

$K_p$  : Keuntungan pemasaran belimbing manis (Rp/kg)

Marjin pemasaran disebabkan adanya biaya yang dikeluarkan dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen kegiatan pemasaran. Biaya pemasaran mencakup sejumlah pengeluaran yang dilakukan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan sejumlah pengeluaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Sehingga dapat dirumuskan :

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan:

$B_p$  : Biaya pemasaran belimbing manis (Rp/kg)

$B_{p1}, B_{p2}, \dots, B_{pn}$ : Biaya pemasaran setiap lembaga pemasaran belimbing manis (Rp/kg)

Selain biaya pemasaran yang dikeluarkan, margin pemasaran juga disebabkan oleh masing-masing lembaga pemasaran ingin memperoleh keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran itu juga berbeda. Harga ditingkat petani akan lebih rendah dari pada harga ditingkat pedagang perantara dan harga ditingkat pedagang perantara juga akan lebih rendah dari pada harga ditingkat pengecer (Soekartawi, 1993). Secara sistematis dapat dirumuskan:

$$Kp = Kp1 + Kp2 + Kp3 + \dots + Kpn$$

Keterangan:

$Kp$  : Keuntungan pemasaran belimbing manis (Rp/kg)

$Kp1, Kp2, \dots, Kpn$  : Keuntungan setiap lembaga pemasaran belimbing manis (Rp/kg)

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1983) dalam pengukuran efisiensi ekonomis maka margin pemasaran sering dipakai sebagai alat ukur. Untuk mengetahui efisiensi dari suatu sistem pemasaran dapat dengan menganalisa margin pemasaran dan memperhitungkan bagian yang diterima oleh petani (*farmer's share*). Bagian yang diterima petani (*farmer's share*) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \left( 1 - \frac{Mp}{Pr} \right) \times 100\%$$

Keterangan:

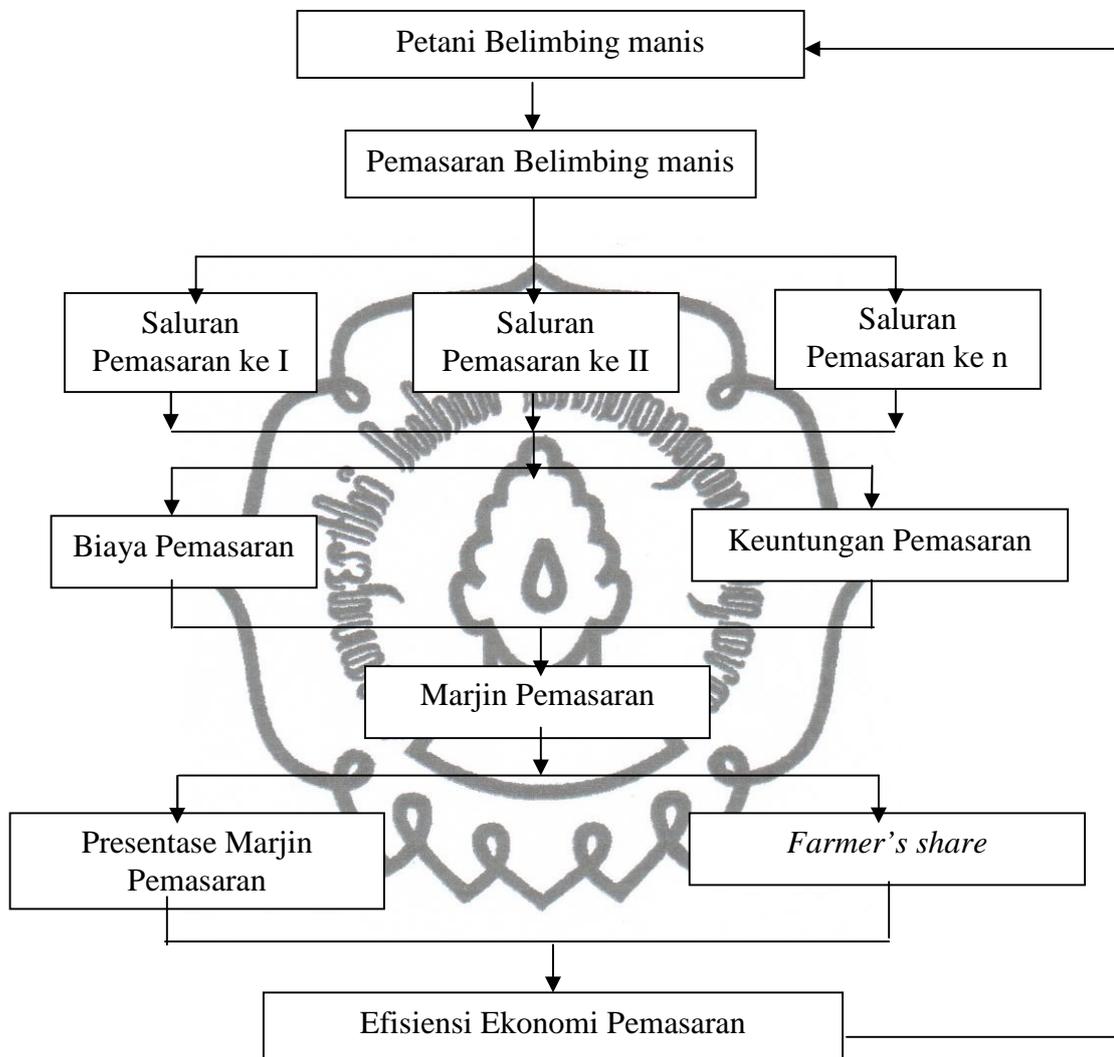
$F$  : Bagian yang diterima petani belimbing manis (%)

$Mp$  : Margin Pemasaran (Rp/kg)

$Pr$  : Harga belimbing manis ditingkat konsumen (Rp/kg)

Semakin besar bagian yang diterima petani belimbing manis maka pemasaran tersebut semakin efisien. Bila bagian yang diterima petani belimbing manis kurang dari 50% berarti pemasaran belimbing manis belum efisien dan bila bagian yang diterima petani belimbing manis lebih dari 50% maka pemasaran belimbing manis dapat dikatakan efisien.

Dari penjelasan diatas maka alur berpikir dalam pemecahan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran Penelitian

#### D. Pembatasan Masalah

1. Masalah pemasaran yang diteliti mengenai saluran pemasaran, biaya, keuntungan, marjin pemasaran dan efisiensi pemasaran belimbing manis.
2. Petani yang dimaksud adalah petani yang membudidayakan belimbing manis.
3. Harga belimbing manis yang diteliti adalah tingkat harga yang berlaku pada saat penelitian yaitu pada bulan Februari 2010.

4. Daerah pemasaran belimbing manis yang diteliti terbatas pada Kabupaten Jepara.

#### **E. Asumsi**

Pasar dalam keadaan persaingan sempurna.

#### **F. Hipotesis**

1. Diduga terdapat beberapa pola saluran pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara.
2. Diduga saluran pemasaran belimbing manis yang lebih pendek di Kabupaten Jepara secara ekonomi lebih efisien.

#### **G. Definisi Operasional**

1. Harga belimbing manis ditingkat produsen adalah harga jual yang diterima produsen yang dinyatakan dalam (Rp/kg).
2. Harga jual belimbing manis pada suatu lembaga pemasaran adalah harga yang diterima oleh suatu lembaga pemasaran ketika lembaga pemasaran tersebut menjual produk belimbing manis (Rp/kg).
3. Biaya pemasaran belimbing manis adalah semua biaya yang timbul pada berbagai saluran pemasaran untuk kegiatan pemasaran, diukur dalam (Rp/kg).
4. Responden adalah petani yang mengusahakan belimbing manis, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen belimbing manis.
5. Saluran pemasaran belimbing manis adalah lembaga-lembaga pemasaran yang dilalui belimbing manis dalam penyalurannya dari produsen ke konsumen.
6. Produsen belimbing manis adalah petani pemilik penggarap komoditas belimbing manis yang telah melakukan pemasaran.
7. Pedagang penebas belimbing manis adalah orang yang membeli belimbing manis kepada petani dalam kondisi buah masih di pohon telah siap panen (Rp/kg).

8. Pedagang pengumpul belimbing manis adalah orang yang mengumpulkan belimbing manis dalam jumlah yang besar dengan cara membeli langsung dari petani dan kemudian menjualnya lagi kepada pedagang pengecer (Rp/kg).
9. Pedagang pengecer belimbing manis adalah orang atau lembaga yang membeli belimbing manis dari pedagang pengumpul yang kemudian memasarkannya kepada konsumen dalam jumlah kecil (Rp/kg).
10. Konsumen belimbing manis yang dimaksud adalah orang yang membeli belimbing manis untuk dikonsumsi langsung sebagai buah untuk kebutuhan.
11. Keuntungan pemasaran belimbing manis adalah penjumlahan dari semua keuntungan yang diperoleh dalam tiap lembaga pemasaran yang merupakan selisih dari margin pemasaran dan biaya pemasaran (Rp/kg).
12. Margin pemasaran belimbing manis adalah selisih atau perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen akhir belimbing manis dengan harga yang diterima oleh produsen belimbing manis (Rp/kg).
13. *Farmer's share* adalah perbandingan antara harga yang diterima produsen dengan harga yang diterima konsumen dan dinyatakan dalam persen (%).
14. Efisiensi pemasaran secara ekonomis diukur dengan melihat margin pemasaran dan membandingkan bagian yang diterima petani dengan harga ditingkat konsumen (*Farmer's Share*) (%).

### III. METODE PENELITIAN

#### A. Metode Dasar Penelitian

Metode penelitian lebih banyak berbicara mengenai langkah-langkah penelitian secara operasional. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, membicarakan tentang hal-hal kebenaran dalam pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang yaitu masalah-masalah kenyataan dan data yang dikumpulkan lalu disusun, dianalisis dan kemudian dijelaskan, sehingga disebut juga metode analitik (Endraswara, 2006). Pelaksanaan penelitian dengan menggunakan teknik survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. (Singarimbun dan Effendi, 1995)

#### B. Metode Penentuan Sampel

##### 1. Pengambilan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kabupaten Jepara, dari keseluruhan kecamatan yang terdapat di Kabupaten Jepara dipilih satu kecamatan sebagai daerah penelitian menggunakan metode *Purposive*, yaitu di Kecamatan Welahan dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan daerah dengan luas panen dan produksi belimbing manis tertinggi di antara kecamatan lainnya di Kabupaten Jepara. Masyarakat di Kabupaten Jepara cenderung lebih mengenal Kecamatan Welahan sebagai sentra produksi belimbing manis dibandingkan kecamatan yang lainnya di Kabupaten Jepara. Berikut ini adalah tabel mengenai luas panen, produksi, dan produktivitas belimbing manis di Kabupaten Jepara pada tahun 2008.

Tabel 4. Luas Panen, Rata-Rata Produksi dan Produksi Belimbing Menurut Kecamatan di Kabupaten Jepara 2008

No	Kecamatan	Luas panen (pohon)	Rata-rata produksi (kw/pohon)	Produksi (kw)
1.	Kedung	-	-	-
2.	Pecangaan	526	1,05	554
<b>3.</b>	<b>Welahan</b>	<b>26.218</b>	<b>0,92</b>	<b>14.508</b>
4.	Kalinyamatan	45	1,02	46
5.	Mayong	64	1,19	76
6.	Nalumsari	60	0,89	53
7.	Batealit	15	0,47	7
8.	Donorejo	-	-	-
8.	Jepara	312	0,34	109
9.	Tahunan	55	0,33	17
11.	Pakis Aji	-	-	-
10.	Monggo	435	0,30	132
11.	Bangsri	190	1,05	201
12.	Kembang	-	-	-
13.	Keling	949	0,81	778
14.	Karimunjawa	47	0,47	22
<b>Jumlah 2008</b>		<b>28.916</b>	<b>0,90</b>	<b>16.503</b>
<b>2007</b>		<b>28.077</b>	<b>0,87</b>	<b>24.468</b>
<b>2006</b>		<b>26.105</b>	<b>0,13</b>	<b>29.601</b>
<b>2005</b>		<b>26.051</b>	<b>0,34</b>	<b>34.791</b>

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Jepara, 2008

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa dari 16 kecamatan yang ada di Kabupaten Jepara didapat 12 kecamatan yang menghasilkan belimbing manis yaitu Kecamatan Pecangaan, Welahan, Kalinyamatan, Mayong, Nalumsari, Batealit, Jepara, Tahunan, Monggo, Bangsri, Keling, dan Karimunjawa. Dari 12 kecamatan tersebut dipilih Kecamatan Welahan sebagai daerah penelitian dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Welahan merupakan kecamatan dengan jumlah produksi dan luas panen belimbing manis terbesar di Kabupaten Jepara yaitu sebanyak 14.508 kw.

## 2. Penentuan Desa Sampel

Penentuan desa sampel penelitian dipilih secara sengaja (*purposive sampling*). Penentuan desa sampel ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yaitu desa penghasil belimbing manis. Berikut ini adalah data yang menunjukkan jumlah desa penghasil belimbing manis di Kecamatan Welahan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 5. Produksi Belimbing Manis Dirinci Per Desa di Kecamatan Welahan Tahun 2008

No	Desa	Produksi (kw)
<b>1</b>	<b>Welahan</b>	<b>7.314</b>
2	Ketilengsingolelo	2.907
<b>3</b>	<b>Gedangan</b>	<b>4.287</b>
4	Gidangelo	-
5	Bugo	-
6	Kalipucang Wetan	-
7	Kalipucang Kulon	-
8	Kendeng	-
9	Teluk	-
10	Kedungkari mulyo	-
11	Sidi	-
12	Guwo Sobokerto	-
13	Brantak Sekarjati	-
14	Karanganyar	-
15	Ujung Pandan	-
Jumlah		14.508

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Jepara, 2008

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa dari 15 desa yang ada di Kecamatan Welahan hanya terdapat tiga desa yang membudidayakan belimbing manis yaitu Desa Welahan, Ketilengsingolelo, Gedangan. Pada penelitian ini, dua desa yang diambil sebagai desa sampel yaitu desa Welahan dan Desa Gedangan, karena kedua desa tersebut memiliki hasil belimbing manis yang kualitas baik dibandingkan di desa Desa Ketilengsingolelo banyak pohon yang tidak terawat sehingga tidak dipilih menjadi desa sampel.

### 3. Penentuan Responden

Singarimbun dan Effendi (1995), menyatakan jumlah sampel yang dianalisis harus mengikuti distribusi normal, dimana sampel yang tergolong mengikuti distribusi normal adalah sampel yang jumlahnya lebih besar atau sama dengan 30 responden. Pada penelitian ini sampel petani 30 orang, diambil dari 3 desa terpilih secara *proporsional* yaitu dengan mempertimbangkan jumlah petani yang memenuhi syarat sebagai petani sampel dengan rumus:

*commit to user*

$$N_i = \frac{Nk}{N} \cdot xn$$

Keterangan :

- $N_i$  : Jumlah sampel petani belimbing manis pada tiap desa  
 $N_k$  : Jumlah petani belimbing manis desa dari desa terpilih  
 $N$  : Jumlah populasi petani belimbing manis dari kecamatan terpilih  
 $n$  : Jumlah sampel petani belimbing manis yang dikehendaki (30 responden)

Jumlah petani dan sampel petani belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara dapat dilihat pada Tabel.5

Tabel 6. Jumlah Petani Belimbing Manis Di Kecamatan Welahan

No	Desa	Jumlah Petani Pemilik (orang)	Jumlah Responden (orang)
1.	Welahan	76	17
2.	Gedangan	54	13
Jumlah		130	30

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Jepara, 2008

Sampel petani yang dipilih dari 2 desa di Kecamatan Welahan sebanyak 30 responden. Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa sampel di masing-masing desa adalah Desa Welahan sebanyak 17 orang dan Desa Gedangan sebanyak 13 orang.

Sampel masing-masing desa dipilih menggunakan metode *random sampling* (acak sederhana) dengan menggunakan undian. Cara undian tersebut dilakukan dengan sistem pengembalian agar setiap petani mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

#### 4. Metode Penentuan Lembaga Pemasaran

Penentuan sampel lembaga pemasaran di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara dengan menggunakan metode *snowball sampling* yaitu penelusuran saluran pemasaran belimbing manis yang ada di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara mulai dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan berdasarkan informasi yang diberikan produsen.

### C. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden, dimana data diperoleh langsung melalui wawancara dengan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang sudah dipersiapkan. Data primer yang diambil pada penelitian ini adalah data luas lahan petani, produksi belimbing manis, biaya-biaya pemasaran belimbing manis seperti biaya petik, biaya transportasi, biaya pengemasan, dan biaya pengangkutan.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi/lembaga yang ada hubungannya dengan penelitian ini yaitu Badan Pusat Statistik Jepara, Dinas Pertanian Jepara, dan Kantor Kecamatan Welahan serta instansi–instansi lain yang terkait dengan penelitian ini.

### D. Teknik Pengumpulan Data

1. Pencatatan

Teknik pencatatan ini digunakan untuk mencari data primer dan data sekunder dengan cara membuat catatan yang dikumpulkan dari data dan publikasi yang sudah ada pada lembaga-lembaga atau instansi-instansi yang terkait.

2. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung pada obyek yang diteliti.

3. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden dengan menggunakan media kuesioner.

### E. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui pola saluran pemasaran dan perantara lembaga pemasaran di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara pada tingkat lembaga pemasaran, digunakan analisis deskriptif. Sedangkan untuk mengetahui untuk mengetahui biaya & margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya margin, margin pemasaran

yaitu dengan menghitung besarnya biaya, keuntungan, saluran pemasaran dan margin pemasaran pada tiap lembaga pemasaran pada berbagai saluran dengan rumus:

### 1. Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran untuk mengetahui tujuan penelitian kedua yaitu perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen, perbedaan harga atau marjin pemasaran tersebut biasanya dikarenakan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran. Secara sistematis marjin pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

$M_p$  : Marjin pemasaran belimbing manis

$P_r$  : Harga belimbing manis di tingkat konsumen

$P_f$  : Harga belimbing manis di tingkat petani

Marjin pemasaran yang diperoleh pedagang perantara terdiri dari sejumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara, dirumuskan:

$$M_p = B_p + K_p$$

Keterangan:

$M_p$  : Marjin pemasaran belimbing manis

$B_p$  : Biaya pemasaran belimbing manis

$K_p$  : Keuntungan pemasaran belimbing manis

### 2. Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen kepada konsumen. Biaya pemasaran biasanya berupa biaya transportasi, biaya bongkar, biaya retribusi dan lain-lain. Adapun rumus biaya pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan:

$B_p$  : Biaya pemasaran belimbing manis

$B_{p1}, B_{p2}, \dots, B_{pn}$  : Biaya pemasaran tiap-tiap lembaga pemasaran belimbing manis

### 3. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah penjumlahan dari keuntungan yang diterima oleh setiap rantai pemasaran. Keuntungan tersebut merupakan penjumlahan dari masing-masing keuntungan di tiap-tiap lembaga pemasaran. Adapun keuntungan pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + \dots + K_{pn}$$

Keterangan:

$K_p$  : Keuntungan pemasaran belimbing manis

$K_{p1}, K_{p2}, \dots, K_{pn}$  : Keuntungan tiap-tiap lembaga pemasaran belimbing manis

### 4. Efisiensi ekonomis

Untuk mengetahui tentang penelitian ketiga digunakan apakah saluran pemasaran yang ada efisien atau tidak, digunakan beberapa penghitungan antara lain efisiensi secara ekonomis, teknis, indeks efisiensi ekonomis dan indeks efisiensi teknis.

Untuk menghitung Efisiensi ekonomis digunakan rumus sebagai berikut:

$$M_p = \frac{P_r - P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

$M_p$  : Efisiensi pemasaran secara ekonomis (%)

$P_r$  : Harga belimbing manis di tingkat pengecer (Rp/kg)

$P_f$  : Harga belimbing manis di tingkat petani (Rp/kg)

Sedangkan untuk menghitung bagian yang diterima petani (*farmer's share*) dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$F = \left(1 - \frac{Mp}{Pr}\right) \times 100\%$$

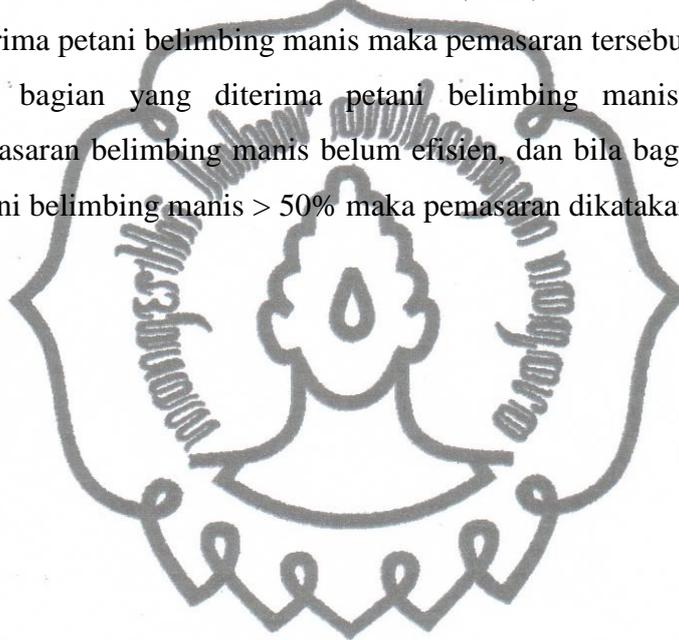
Keterangan:

F : Bagian yang diterima petani belimbing manis

Mp : Harga belimbing manis di tingkat petani

Pr : Harga belimbing manis ditingkat konsumen

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1983), semakin besar bagian yang diterima petani belimbing manis maka pemasaran tersebut semakin efisien. Bila bagian yang diterima petani belimbing manis < 50% berarti pemasaran belimbing manis belum efisien, dan bila bagian yang diterima petani belimbing manis > 50% maka pemasaran dikatakan efisien.





#### IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

##### A. Keadaan Alam

###### 1. Lokasi dan Batas Daerah Penelitian

Kabupaten Jepara merupakan salah satu dari 35 kabupaten atau kota di Provinsi Jawa Tengah terletak antara  $110^{\circ}9'48,02''$  -  $110^{\circ}58'37,40''$  Bujur Timur dan diantara  $5^{\circ}43'20,67''$ -  $6^{\circ}47'25,83''$  Lintang Selatan, dengan ketinggian antara 0 - 1.301 meter di atas permukaan laut. Keadaan alam Kabupaten Jepara terdiri dari jajaran pulau-pulau seribu. Kabupaten Jepara mempunyai wilayah seluas 100.413,189 ha yang terbagi menjadi 16 kecamatan dan 194 Desa/Kelurahan. Adapun batas-batas wilayah Kabupaten Jepara sebagai berikut:

Sebelah Utara : Laut Jawa

Sebelah Timur : Kabupaten Kudus dan Kabupaten Pati

Sebelah Selatan : Kabupaten Demak

Sebelah Barat : Laut Jawa

Kecamatan Welahan adalah salah satu kecamatan diantara 16 kecamatan yang ada di Kabupaten Jepara yang terletak kurang lebih 25 km sebelah Selatan dari Ibukota Kabupaten Jepara. Luas wilayah Kecamatan Welahan adalah 2.764,208 Ha yang terdiri dari 15 desa. Kecamatan Welahan memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Kecamatan Pecangaan

Sebelah Timur : Kecamatan Mayong

Sebelah Selatan : Kecamatan Demak

Sebelah Barat : Kecamatan Pecangaan

Desa Welahan, desa Gedangan dan desa Ketilengsingolelo merupakan desa yang terpilih dari 15 desa di Kecamatan Welahan. Desa Welahan memiliki wilayah dengan luas 262,906 Ha, Desa Gedangan mempunyai wilayah dengan luas 97,879 Ha.

Kecamatan Welahan secara umum adalah dataran rendah yang terletak pada ketinggian 2-7 meter diatas permukaan laut, dengan luas wilayah 262,906 Ha.

## 2. Keadaan Iklim

Iklim adalah keadaan rata-rata dari cuaca dalam jangka waktu yang cukup lama yang sifatnya tetap. Keadaan alam Kabupaten Jepara sebagian besar terdiri dari pulau-pulau dan dekat dengan Laut Jawa terutama di bagian Barat dan Utara. Kabupaten Jepara beriklim tropis, mempunyai 2 musim penghujan dan musim kemarau dengan temperatur rata-rata  $26^{\circ}\text{C}$  -  $32^{\circ}\text{C}$ . Ditinjau dari keadaan curah hujan, maka Kabupaten Jepara termasuk daerah beriklim kering dengan curah hujan rata-rata 972 mm/th dan mempunyai hari hujan rata-rata dibawah 97 hari/th. Kemanisan buah belimbing manis dipengaruhi oleh keadaan iklim khususnya pada musim hujan, banyaknya air hujan yang turun akan mengakibatkan rasa manis pada buah belimbing manis menjadi hilang. Keadaan iklim di Kabupaten Jepara sangat cocok untuk tanaman buah belimbing manis, sebab sedikit air hujan yang turun karena termasuk daerah beriklim kering.

## B. Keadaan Penduduk

### 1. Jumlah dan Komposisi Penduduk

Keadaan penduduk menurut umur digunakan untuk mengetahui jumlah penduduk yang produktif dan non produktif. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jepara golongan umur non produktif adalah gol umur antara 0-14 tahun dan golongan umur lebih dari atau sama dengan 60 tahun, sedangkan golongan umur produktif adalah golongan umur 15-59 tahun. Jumlah penduduk menurut jenis kelamin digunakan untuk mengetahui angka rasio jenis kelamin (*Sex Ratio*). Jumlah penduduk menurut umur dan jenis kelamin di Kecamatan Welahan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara Tahun 2008

No	Kelompok Umur (Tahun)	Kecamatan Welahan		
		Laki-Laki (Orang)	Perempuan (Orang)	Jumlah (Orang)
1	0-14	11619	10718	22337
2	15-59	21966	22315	44281
3	> 60	2307	2983	5290
Jumlah		35892	36016	71908

Sumber : BPS Kabupaten Jepara, 2008

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa di Kecamatan Welahan, penduduk usia produktif mempunyai jumlah tertinggi. Penduduk usia produktif di Kecamatan Welahan sebanyak 44.281 orang. Keadaan penduduk menurut kelompok umur dapat digunakan untuk menghitung angka beban ketergantungan (ABK) atau *Dependency Ratio* yaitu jumlah usia belum produktif dan usia tidak produktif dibagi dengan usia produktif.

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa di Kecamatan Welahan jumlah penduduk perempuan mempunyai jumlah yang lebih banyak daripada jumlah penduduk pria. Selain itu dapat diketahui besarnya rasio jenis kelamin yaitu dengan membandingkan jumlah penduduk laki-laki terhadap jumlah penduduk wanita dikali 100%. Besarnya angka rasio jenis kelamin di Kecamatan Welahan adalah 99,65%, yang berarti bahwa dalam sejumlah 100 wanita terdapat kurang lebih 99 laki-laki. Dengan adanya usia produktif yang tinggi membuat keadaan penduduk menurut jenis kelamin mempengaruhi jumlah tenaga kerja yang terserap dalam sektor pertanian, khususnya pertanian belimbing manis.

## 2. Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Keadaan penduduk menurut tingkat pendidikan dapat digunakan untuk mengetahui kualitas sumber daya manusia (SDM) dan kemampuan penduduk untuk menyerap teknologi yang ada dan yang baru di daerah tersebut. Keadaan penduduk menurut pendidikan di Kecamatan Welahan dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Keadaan Penduduk Menurut Pendidikan di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara Tahun 2008

No	Pendidikan	Kecamatan Welahan	
		Jumlah (Orang)	%
1.	Tidak/belum tamat SD	19223	39,24
2.	Tamat SD	14764	30,14
3.	Tamat SLTP	11504	23,49
4.	Tamat SLTA	2177	4,45
5.	Tamat akademi/PT	1311	2,68
Jumlah		48979	100

Sumber : BPS Kabupaten Jepara, 2008

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa pendidikan di Kecamatan Welahan paling banyak adalah tamat SD yaitu sebanyak 14.764 orang atau 30,14 %. Kondisi pendidikan penduduk yang mayoritas hanya berpendidikan SD mempunyai pengaruh terhadap usahatani belimbing manis dan pemasarannya. Hal tersebut akan berdampak pada pola pikir penduduk yang cenderung tidak mudah menerima perubahan kearah yang lebih baik serta cenderung lebih memiliki pandangan dan pengetahuan yang tidak mudah ganti. Tetapi saat ini penduduk di Kecamatan Welahan sudah mulai menerima perubahan sedikit demi sedikit. Salah satu contohnya adalah adanya kemauan penduduk untuk mengusahakan usahatani belimbing manis secara komersial tidak hanya diusahakan untuk dirinya sendiri.

### 3. Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencarian

Keadaan penduduk menurut mata pencarian digunakan untuk mengetahui tingkat sosial ekonomi dan karakter daerah dengan melihat mata pencahariannya yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Keadaan penduduk menurut mata pencarian di Kecamatan Welahan dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara Tahun 2008

No	Mata Pencaharian	Jumlah	%
1	Petani	8307	21,94
2	Buruh Tani	3978	10,51
3	Industri	9660	25,51
4	Perdagangan	9826	25,95
5	Kontruksi	1664	4,39
6	Angkutan	1574	4,15
7	PNS/ABRI	497	1,31
8	Pensiunan	181	0,47
9	Lain-lain	2185	5,77
	Jumlah	37872	100

Sumber : BPS Kabupaten Jepara, 2008

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa penduduk di Kecamatan Welahan yang bekerja di sektor pertanian dan perdagangan yaitu sebanyak 47,89 %. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pertanian mempunyai peranan yang cukup penting bagi Kecamatan Welahan dalam hal penyerapan tenaga kerja di sektor pertanian. Sebagian besar penduduk Kecamatan Welahan bermata pencaharian sebagai petani dan buruh tani. Hal ini sebabkan karena lahan dan iklim di Kecamatan Welahan cocok untuk berbagai macam tanaman pangan palawija seperti tanaman kacang, jagung, dan khususnya belimbing manis yang jarang dapat tumbuh di daerah lainnya.

### C. Luas Penggunaan Lahan

Kecamatan Welahan yang mempunyai luas wilayah 2764,205 Ha dimanfaatkan sebagai lahan sawah dan lahan kering. Untuk mengetahui luas tanah menurut penggunaan di Kecamatan Welahan dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Luas Tanah Menurut Penggunaannya di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara Tahun 2008

No	Uraian	Kecamatan Welahan	
		Luas (Ha)	%
1.	Pengairan ½ teknis	24,000	0,87
2.	Pengairan sederhana	67,800	2,45
3.	Tadah Hujan	1464,358	52,98
4.	Bangunan	972,996	35,19
5.	Tegal	69,900	2,53
6.	Tanah lainnya	165,151	5,98
Jumlah		2764,205	100

Sumber : BPS Kabupaten Jepara, 2008

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa di Kecamatan Welahan memiliki luas lahan sawah lebih besar dari pada lahan bangunan/pekarangan. Luas lahan di Kecamatan Welahan seluas 2764,205 Ha. Lahan di Kecamatan Welahan sebagian kecil digunakan untuk lahan kering yaitu seluas 1.208,047 Ha atau 43,70%, dan yang banyak digunakan adalah lahan sawah seluas 1.556,158 Ha atau 56,29%, yang terdiri dari pengairan ½ teknis seluas 24,000 Ha atau 0,87%, pengairan sederhana seluas 67.800 Ha atau 2,45%, dan tadah hujan seluas 1.464,358 Ha atau 52,98%. Di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara luas areal sawah relatif besar karena keadaan tanahnya yang berbeda dengan yang lainnya.

#### D. Keadaan Pertanian

##### 1. Keadaan Sektor Pertanian

Kabupaten Jepara dan Kecamatan Welahan sebagian besar lahan pertanian digunakan untuk lahan kering yaitu bangunan/pekarangan. Jumlah produksi tanaman buah di Kabupaten Jepara dan Kecamatan Welahan dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Luas Panen dan Produksi Tanaman Buah di Kabupaten Jepara dan Kecamatan Welahan Tahun 2008.

No	Jenis Tanaman	Kabupaten Jepara		Kecamatan Welahan	
		Luas Panen (pohon)	Produksi (kw)	Luas Panen (pohon)	Produksi (kw)
1.	Mangga	141.590	208.044	32.300	46.512
2.	Jambu Air	11.273	14.095	839	503
3.	Pisang	203.252	175.823	4.569	91
4.	Nangka	68.930	107.983	1.025	153
5.	<b>Belimbing</b>	<b>28.077</b>	<b>26.235</b>	<b>173.150</b>	<b>147.178</b>
6.	Rambutan	70.336	99.149	0	0
7.	Durian	26.412	45.064	0	0
Jumlah		549.870	676.393	211.883	194.437

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Jepara, 2008

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa di Kecamatan Welahan terdapat beberapa komoditas hortikultura. Lahan atau pekarangan yang digunakan untuk menanam belimbing manis dengan luas panen 173.150 pohon dengan produksi 147.178. Kecamatan Welahan sangat cocok ditanami belimbing manis karena biasanya pekarangan digunakan untuk menanam jambu air atau jagung. Sedangkan untuk luas panen dari mangga adalah 32.300 pohon atau produksinya sebanyak 46.512 kw. Luas area panen dan produksi dari komoditas jambu air, pisang, nangka secara berturut-turut adalah jambu air luasnya 839 pohon dengan produksi 503 kw, pisang luasnya 4.569 pohon dengan produksi sebanyak 91 kw dan luas panen nangka adalah 1.025 dengan produksi 153 kw.

## 2. Keadaan Usahatani Belimbing Manis

Belimbing manis di Kabupaten Jepara banyak dicari konsumen/masyarakat dalam jumlah banyak. Tanaman belimbing manis di Kabupaten Jepara akan semakin bertambah sejalan dengan meningkatnya pengetahuan petani/masyarakat akan usaha yang memberi keuntungan lebih banyak.

Tabel 12. Luas Panen dan Produksi belimbing manis Pada Tahun 2005-2008 di Kecamatan Welahan dan Kabupaten Jepara Tahun 2008

No	Tahun	Kabupaten Jepara		Kecamatan Welahan	
		Luas Panen (pohon)	Produksi (kw)	Luas Panen (pohon)	Produksi (kw)
1.	2005	26.051	34.791	23.353	32.796
2.	2006	26.105	29.601	23.407	27.606
3.	2007	28.077	24.468	25.379	22.473
4.	2008	28.916	16.503	26.218	14.508
5.	2009	0	0	0	0
Jumlah		109.149	105.363	98.357	97.383

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara, 2008

Berdasarkan Tabel 12 dapat diketahui bahwa luas panen dan produksi belimbing manis di Kabupaten Jepara dan Kecamatan Welahan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan tabel di Kecamatan Welahan dari tahun 2005 ke tahun 2006 luas panennya meningkat tetapi produksinya menurun dikarenakan kurangnya perawatan pada tanaman belimbing manis. Pada tahun 2007 dan 2008 luas panennya meningkat dan produksinya sama pula, pada tahun 2008 luas panen meningkat menjadi 16.503 pohon dan produksinya adalah 14.508 kw.

Dilihat dari tahun ke tahun selama jangka waktu empat tahun Kabupaten Jepara dalam menghasilkan produk pertanian khususnya untuk belimbing manis mengalami peningkatan, pada tahun 2008 luas panen sebesar 28.916 pohon. Hal ini membuktikan bahwa petani yang mau membudidayakan belimbing manis di Kabupaten Jepara meningkat diakibatkan masyarakat mulai merasakan dampak dari usahatani belimbing manis yang sudah memberikan keuntungan.

## V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Budidaya Belimbing Manis di Jepara

Belimbing manis merupakan tanaman buah yang berupa pohon yang berasal dari Malaysia, kemudian menyebar luas ke berbagai negara yang beriklim tropis lainnya termasuk di Indonesia. Belimbing Manis di Kabupaten Jepara umumnya ditanam di pekarangan rumah untuk tempat berteduh karena bentuk pohon yang tidak terlalu tinggi dengan daun yang dapat menjulur sampai ke tanah membuat teduh suasana rumah. Pohon belimbing manis yang ada sekarang ini adalah tinggalan para generasi tua setengah abad yang lalu, tetapi lama kelamaan buah yang di hasilkan memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Maka dari situ masyarakat Kabupaten Jepara khususnya di Kecamatan Welahan mengambil peluang usaha tersebut sebagai usaha sampingan selain juga mengusahakan tanaman pokok lainnya seperti padi, jagung, kacang, semangka, dan sebagainya.

Tanaman belimbing manis tumbuh dengan baik ditempat dengan ketinggian 0-500 m di atas permukaan laut dengan curah hujan tinggi dan mendapat cukup cahaya matahari. Pola tanam yang dilakukan untuk tanaman belimbing manis adalah monokultur yaitu hanya menanam belimbing manis saja tanpa di tumpangsari dengan tanaman lainnya karena pohon belimbing manis punya aturan dalam jarak tanam 5 x 5 m antara satu pohon dengan pohon yang lainnya.

Bibit tanaman belimbing manis yang sudah ditanam diberi pupuk sekitar dua bulan dilakukan penempelan dengan cara memilih bibit yang unggul dari tanaman yang sudah ada, setelah dirasa cukup kuat lalu mulai dilakukan pembesaran pohon dengan pupuk dan pengairan yang cukup kurang lebih selama 3 bulan kemudian diberi pupuk kembali. Setelah 2-3 tahun belimbing manis sudah mulai berbuah, buah belimbing manis dapat tumbuh dalam keadaan dompolan sehingga perlu dilakukan penjarangan yaitu pemilihan buah yang dalam keadaan bagus, sehingga dapat memaksimalkan

pertumbuhan dan pembesaran buah. Penjarangan dilakukan ketika ukuran buah sebesar ibu jari atau sepanjang 5cm atau 5-10 hari setelah berbuah. Selain dilakukan penjarangan juga dilakukan pembungkusan pada saat buah belimbing manis berumur 4 minggu setelah pembentukan buah, sebab buah belimbing manis memiliki sifat peka terhadap sinar matahari sehingga warna buah cepat menguning sebelum mencapai ukuran dan kematangan maksimal. Buah menguning sebelum waktunya memiliki rasa yang tidak manis, hámbar dan berukuran kecil, jadi buah belimbing manis perlu dilakukan pembungkusan. Selain itu tujuan lain dari proses pembungkusan adalah untuk menghindari hama dan agar tampilan buah menjadi menarik dengan kulit buah yang nampak segar berwarna kuning sampai orange mengilap karena pengaruh suasana lembab dalam bungkusan. Pembungkusan yang di lakukan dengan menggunakan kertas seperti kertas semen yang mudah di dapat dan harganya terjangkau oleh petani belimbing manis di Kabupaten Jepara.

Pohon belimbing manis dapat berbunga sepanjang tahun sehingga dapat 3 kali panen dalam setahun tergantung perawatan yang dilakukan terhadap pohon belimbing manis tersebut. Masa panen belimbing manis pada bulan Maret, Juli, dan September. Harga dari belimbing manis berbeda-beda dari masa panen, pada bulan September harga belimbing manis antara Rp 10.000- Rp 15.000 padahal pada saat itu masa panen, hal ini disebabkan pada bulan September merupakan musim kemarau yang dalam perawatan pohon belimbing manis mengalami peningkatan biaya untuk pengairan yang cukup yang menyebabkan harga belimbing manis tinggi. Sedangkan pada bulan Februari harga belimbing manis turun antara Rp 7000- Rp 8.500 karena bertepatan pada musim penghujan yang mempengaruhi rasa belimbing manis dan dibarengi dengan adanya komoditas buah lain yang lebih murah dibandingkan dengan belimbing manis, sehingga menyebabkan harga belimbing manis di pasaran menjadi turun.

## B. Identitas Responden

Identitas responden merupakan gambaran secara umum dan latar belakang dalam menjalankan suatu kegiatan usahatani belimbing manis dipengaruhi oleh beberapa faktor, misalnya umur petani, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, dan luas lahan tanam belimbing manis. Identitas responden belimbing manis yang ada di Kabupaten Jepara terdiri dari data petani responden, data lembaga pemasaran.

### 1. Data Petani Responden

Petani responden yang menjadi sampel sebanyak 30 orang dari petani belimbing manis yang ada di Kecamatan Welahan. Karakteristik petani responden antara lain terdiri dari:

#### a. Umur Petani Responden

Usia produktif antara 15-59 tahun dan non produktif antara 0-14 tahun serta lebih atau sama dengan 60 tahun, sehingga sangat mempengaruhi dalam kegiatan usahatani belimbing manis. Jumlah dan persentase petani responden berdasarkan kelompok umur di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara

No	Kelompok Umur (Th)	Jumlah Petani	Persentase (%)
1.	30-40	13	43
2.	41-50	12	41
3.	51-60	4	13
4.	>61	1	3
Jumlah		30	100

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 13 diketahui bahwa jumlah petani responden yaitu 30 orang yang terdiri dari 29 orang umur produktif berkisar dari umur 15-60 tahun, dan 1 orang umur non produktif berumur 61 tahun. Dengan banyaknya kelompok petani berumur produktif di suatu daerah memungkinkan daerah tersebut dapat berkembang. Hal ini disebabkan petani yang berada pada usia produktif pada umumnya lebih mudah

menerima informasi dan inovasi baru serta lebih cepat mengambil keputusan dalam menentukan teknologi yang diterapkan dalam usahatani. Maka dengan usia produktif petani diharapkan petani mampu membaca pasar dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan penerimaan usahatani.

b. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi dalam penjualan belimbing manis. Semakin banyak jumlah anggota keluarga menuntut petani untuk mendapatkan uang yang lebih banyak untuk memenuhi kebutuhannya. Jumlah anggota keluarga terdiri dari bapak, ibu dan anak. Jumlah dan persentase petani responden berdasarkan jumlah anggota keluarga di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara

No	Anggota Keluarga	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	3-4	20	66
2.	5-6	10	34
3.	7-8	0	0
Jumlah		30	100

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 14 bahwa jumlah anggota keluarga petani yang memiliki jumlah anggota paling banyak yaitu berkisar 3-4 orang sebanyak 20 orang atau 66%. Berdasarkan data tersebut diketahui seluruh petani responden mempunyai anggota keluarga lebih dari 3 orang, sehingga hal ini mempengaruhi petani responden dalam merawat dan mengelola tanaman belimbing manis hingga panen.

c. Pendidikan Petani Responden

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting untuk petani dalam hal menerima dan menerapkan teknologi baru, disamping kemampuan dan keterampilan dari petani sendiri. Pendidikan akan mempengaruhi pola pikir petani dalam menjalankan kegiatan usahatani

dan pengambilan keputusan dalam pemasaran belimbing manis yang dihasilkannya. Selain itu pendidikan juga akan mempengaruhi petani dalam menyerap informasi terbaru yang dapat diterapkan dalam kegiatan usahatani. Pada tabel 15 dapat dilihat Jumlah dan persentase petani responden berdasarkan pendidikan di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.

Tabel 15. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Pendidikan di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Petani (Orang)	Persentase (%)
1.	Tamat SD/SR	19	63
2.	Tamat SLTP	5	17
3.	Tamat SLTA	6	20
	Jumlah	30	100

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 15 diketahui bahwa sebagian besar responden adalah tamat SD sebanyak 19 orang atau 63%. Hal ini menunjukkan tingkat pendidikan masih rendah di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara, walaupun petani dengan pendidikan yang rendah, tetapi mereka tidak diragukan lagi dalam hal budidaya belimbing manis karena mereka sangat memahami dan menguasai budidaya usahatani belimbing manis dari pengalamannya yang sudah bertahun-tahun. Pendidikan yang diperoleh diharapkan dapat menjadi modal bagi petani dalam menjalankan usaha, memperhatikan keadaan pasar, harga yang terjadi dan pemilihan pola saluran pemasaran belimbing manis untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

d. Pengalaman Responden Berusaha Tani Belimbing manis

Keberhasilan usahatani belimbing manis tidak hanya ditentukan oleh tingkat pendidikan, tetapi juga ditentukan oleh bakat dalam berusahatani belimbing manis dan pengalaman berusahatani belimbing manis. Pada tabel 16 dapat dilihat jumlah dan persentase petani responden berdasarkan pengalaman berusahatani belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.

Tabel 16. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Pengalaman Usahatani Belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara

No	Pengalaman Usahatani (Tahun)	Jumlah Petani (Orang)	Persentase (%)
1.	10-20	15	50
2.	21-30	12	40
3.	31-40	3	10
Jumlah		30	100

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 16 dapat diketahui bahwa pengalaman petani dalam mengusahakan belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara selama 10-20 tahun sebanyak 15 orang atau 50%, selama 21-30 tahun sebanyak 12 orang atau 40%, dan selama 31-40 tahun sebanyak 3 orang atau 10%. Pengalaman berusahatani belimbing manis tersebut menunjukkan lamanya waktu petani dalam mengusahakan belimbing manis dalam hal budidaya dan pemasaran belimbing manis. Dari pengalaman yang telah dimiliki oleh petani belimbing manis diharapkan untuk kedepannya mampu lebih baik lagi, sehingga dapat mempertahankan serta meningkatkan skala usaha dan mampu meningkatkan pendapatannya.

e. Luas Lahan Tanam Usahatani Belimbing manis

Luas lahan tanam akan berpengaruh pada hasil produksi. Lahan merupakan salah satu faktor produksi yang penting. Keberadaan lahan akan mempengaruhi besar kecilnya penerimaan petani. Jika jumlah produksi yang dihasilkan banyak maka akan berpengaruh pada penerimaan dan pendapatan petani. Pada tabel 17 dapat dilihat jumlah dan persentase petani responden berdasarkan luas tanam belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.

Tabel 17. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Luas Tanam di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.

No	Luas Tanam Belimbing manis (Ha)	Jumlah Petani (Orang)	Persentase (%)
1.	0,0050-0,0350	18	60
2.	0,0360-0,1200	12	40
	Jumlah	30	100

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 17 dapat diketahui bahwa sebagian besar petani responden (60%) memiliki luas tanam belimbing manis sebesar 0,0050-0,0350 ha yang dalam luasan tersebut terdapat 10-20 pohon dengan rata-rata hasil produksi 50 kg/pohon dan sebanyak 18 orang petani responden. Petani responden (40%) memiliki luas tanam 0,0360-0,1200 ha yang dalam luasan tersebut terdapat 30-100 pohon dengan rata-rata hasil produksi 50 kg/pohon sebanyak 12 orang petani responden. Usahatani belimbing manis dilakukan di lahan pekarangan dan tegalan, semakin besar luas lahan dan jumlah pohon belimbing manis maka jumlah produksi belimbing manis yang dihasilkan semakin banyak sehingga pendapatan yang diterima petani semakin besar.

## 2. Identitas Responden Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran menurut Sudiyono (2002) adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin.

Kegiatan pendistribusian barang dari produsen ke konsumen memasarkan kepada pedagang perantara atau disebut juga sebagai lembaga pemasaran. Lembaga ini mempunyai peran yang penting dalam kegiatan pemasaran. Jika barang yang dihasilkan banyak, maka sia-sia jika

pemasarannya berjalan lambat. Lembaga pemasaran ini membeli langsung dari petani dan mendistribusikan baik secara langsung kepada konsumen atau pun pedagang di luar maupun dalam kota.

Pedagang/lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara adalah pedagang pengumpul, penebas dan pedagang pengecer. Dari petani belimbing manis menjual ke pedagang/lembaga pemasaran. Layaknya suatu pengalaman dan pola pikir yang cermat yang dalam hal ini pengalaman, umur, dan pendidikan sangat mempengaruhi keberhasilan dalam berdagang. Identitas responden pedagang pengumpul, dan responden pedagang penebas belimbing manis di Kabupaten Jepara dapat dilihat pada tabel 18 dan 19.

Berikut ini identitas responden pedagang pengumpul belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.

Tabel 18. Identitas Responden Pedagang Pengumpul Belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.

No	Uraian	Jumlah Pedagang Pengumpul	Persentase (%)
1.	Umur (Tahun)		
	a. 40-55	2	40
	b. 56-60	3	60
	Jumlah	5	100
2.	Pendidikan		
	a. SD	5	100
	b. SLTP	0	0
	Jumlah	5	100
3.	Pengalaman Berdagang (tahun)		
	10-25	3	60
	26-35	2	40
	Jumlah	5	100

Sumber : Analisis data Primer

Pedagang pengumpul di Kecamatan Welahan yaitu pedagang atau orang yang memperoleh belimbing manis dengan cara membeli belimbing manis langsung dari petani, serta mengumpulkannya kemudian dijual ke pedagang pengecer. Pedagang pengumpul dalam pembelian belimbing manis biasanya mendatangi petani, hal ini sudah menjadi kebiasaan para

pedagang pengumpul karena sudah mempunyai pelanggan petani belimbing manis berkisar 1000-3000 kg. Volume pembelian belimbing manis oleh pedagang pengumpul ke petani berkisar antara 1000-3000 kg atau 20-60 'potong' keranjang selama sebulan tergantung dengan transaksi yang terjadi dan tidak ada proses penyimpanan dahulu karena sifat belimbing manis yang mudah berubah warna kalau tidak segera dijual. Biasanya penyaluran belimbing manis dua atau tiga hari sekali tergantung dari jumlah pesanan pedagang pengecer. Kemudian pedagang pengumpul menjualnya ke pedagang pengecer di kecamatan Welahan tepatnya di Kecamatan Mayong, Jepara, Nalumsari, Bangsri, dan Tahunan. Tempat tinggal dan tempat berdagang para pedagang pengecer dekat dengan pasar Kecamatan Mayong, Jepara, Nalumsari, Bangsri, dan Tahunan. Pedagang pengumpul biasanya pedagang yang memiliki modal kecil, adapun cara pembayaran yang dilakukan dari pedagang pengumpul ke produsen adalah di bayar selang dua hari setelah menerima belimbing manis dikarenakan pedagang pengumpul juga mendapatkan uang bayaran dari pedagang pengecer tidak langsung bayar dimuka.

Berdasarkan Tabel 18 dapat diketahui bahwa umur responden pedagang pengumpul belimbing manis tergolong dalam usia produktif antara 45-60 tahun. Pada usia ini pedagang pengumpul masih mampu bekerja dengan baik, sehingga pedagang yang usianya masih produktif dapat melakukan pengelolaan, pengalaman berdagang belimbing manis dan pendistribusian belimbing manis dengan lebih mudah serta dapat menerima pembaharuan mekanisme pemasaran yang dalam hal ini berguna untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas pemasaran belimbing manis.

Tingkat pendidikan responden pedagang pengumpul dalam pemasaran belimbing manis adalah tamat SD/SR sebanyak 5 orang (100%). Pada pedagang pengumpul ini masih rendah tetapi walaupun berpendidikan rendah para pedagang pengumpul ini memiliki pengalaman berdagang yang cukup untuk bersaing dengan pedangan lainya yang

memiliki tingkat pendidikan di atasnya serta cara pandang pedagang dalam menganalisis kebutuhan pasar lebih dalam khususnya yang berkaitan dengan mekanisme pemasaran.

Lama berusaha akan mempengaruhi pengalaman mereka dalam memasarkan belimbing manis. Lama usaha pada pedagang pengumpul sekitar 10–35 tahun. Semakin lama pengalaman berdagang semakin mudah bagi mereka untuk memasarkan produksi belimbing manis hal ini disebabkan karena mereka sudah cukup dikenal oleh konsumen dan mempunyai pelanggan/pembeli tetap.

Pedagang pengumpul adalah orang yang membeli belimbing manis langsung dari petani atau produsen biasanya jumlahnya relatif besar. Tugas dan fungsi dari pedagang pengumpul adalah menampung dan mengumpulkan belimbing manis dari petani (produsen) kemudian mendistribusikan kepada pedagang pengecer. Dalam proses pendistribusian diperlukan biaya pengangkutan. Biaya pengangkutan ini dihitung berdasarkan jumlah potong atau "keranjang" yang digunakan untuk mengangkut belimbing manis dari pedagang pengumpul kepada pedagang pengecer maupun kepada konsumen. Biaya pengangkutan tiap 1 potong atau "keranjang" yang berisi  $\pm$  50 kg belimbing manis rata-rata berisi kurang lebih 300 buah. Sebelum pedagang pengumpul mendistribusikan belimbing manis kepada pedagang pengecer biasanya dilakukan penyortiran belimbing manis terlebih dahulu untuk membedakan great belimbing manis yaitu biaya sortir. Sortir belimbing manis biasanya dilakukan selama 1 hari tergantung dari jumlah belimbing manis yang telah dikumpulkan oleh pedagang pengumpul. Biasanya pedagang pengumpul akan menjual belimbing manisnya jika jumlahnya sudah mencapai 300-800 kg atau sekitar 6-16 potong/keranjang. Pedagang pengumpul di Kecamatan Welahan menggunakan sistem pembayaran ngalap nyaur atau dibayar setelah mendapatkan kiriman yang baru.

Berikut ini identitas responden pedagang penebas belimbing manis di Kabupaten Jepara: *commit to user*

Tabel 19. Identitas Responden Pedagang Penebas Belimbing manis di Kabupaten Jepara

No	Uraian	Jumlah Pedagang Penebas	Persentase (%)
1.	Umur (Tahun)		
	a. 40-45	2	100
	b. >45	0	0
	Jumlah	2	100
2	Pendidikan		
	a. SD	2	100
	b. SLTP	0	0
	Jumlah	4	100
3.	Pengalaman Berdagang (Tahun)		
	a. 10	1	50
	b. 15	1	50
	Jumlah	2	100

Sumber : Analisis data Primer

Pedagang penebas di Kecamatan Welahan yaitu pedagang yang membeli belimbing manis dalam kondisi buah masih di pohon yang telah siap panen. Pedagang penebas berasal dari kecamatan Welahan tepatnya di desa Welahan. Volume pembelian belimbing manis oleh pedagang penebas rata-rata sebanyak  $\pm 950$  kg atau  $\pm 19$  'potong' keranjang dalam 1 *potong* rata-rata berisi 50 kg dipasarkan sekali transaksi selama sebulan, pedagang tersebut melakukan penjualan di daerah Kecamatan Pecangaan. Pedagang penebas menjual belimbing manis langsung ke pedagang pengecer yang ada di Kecamatan Pecangaan.

Berdasarkan Tabel 19 dapat diketahui bahwa umur pedagang penebas belimbing manis tergolong dalam usia produktif antara 40-45 tahun. Pada usia produktif pedagang masih mampu bekerja dengan baik didukung dengan fisik yang kuat serta mental dalam melaksanakan peran sebagai penyalur pemasaran belimbing manis dari petani atau produsen ke konsumen. Selain itu pedagang dalam usia produktif dapat melakukan pemasaran belimbing manis dengan cepat.

Tingkat pendidikan pedagang penebas adalah tamat SD sebanyak 2 orang. Keseluruhan responden lembaga pemasaran sudah mengikuti pendidikan formal dengan tingkat pendidikan yang berbeda. Pendidikan

formal yang mereka tempuh akan juga mempengaruhi dalam menganalisis proses pemasaran yang dalam hal ini ditunjang peningkatan pendidikan tingkat lanjut.

Lama usaha pada responden pedagang penebas belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara yaitu berkisar antara 10-15 tahun. Jika dilihat dari pengalaman berdagang, mereka sudah cukup lama dalam berdagang seperti pedagang pengumpul. Hal ini akan mempengaruhi proses pemasaran karena semakin lama pengalaman berusaha semakin cepat bagi pedagang untuk memasarkan produksi belimbing manis karena mereka sudah cukup dikenal oleh konsumen dan mempunyai pelanggan/pembeli tetap. Cara tebasan yang dilakukan oleh pedagang penebas belimbing manis yang ada di Kabupaten Jepara dengan mendatangi petani belimbing manis dan menyewa pohon yang akan ditebas dengan hitungan dari melihat banyak sedikit jumlah buah belimbing manis dalam satu pohon kemudian diambil rata-ratanya dari keseluruhan jumlah buah tersebut. Petani menentukan harga belimbing manis yang akan ditebas dengan melihat harga pasar yang berlaku saat tebasan, jika pedagang penebas setuju maka proses pembelian terjadi. Sewa pohon dalam tebas berlaku untuk satu tahun sehingga pedagang penebas dapat memperoleh 3 kali panen.

Pedagang penebas adalah orang atau lembaga yang melakukan proses pengumpulan komoditi belimbing manis dari petani biasanya dalam jumlah yang relatif besar karena langsung membeli dari pohon, dan melakukan proses distribusi kepada konsumen. Di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara pedagang penebas berfungsi menampung/mengumpulkan dan memasarkan belimbing manis kepada pedagang pengecer. Pedagang penebas dalam melakukan tugasnya melakukan beberapa kegiatan yaitu kegiatan pemanenan, pengemasan dan pengangkutan. Kegiatan pengemasan dilakukan selama belimbing manis belum dikirim kepada konsumen. Sedangkan kegiatan pengangkutan dilakukan untuk mengantarkan belimbing manis sampai ke tangan

konsumen. Konsumennya adalah pedagang pengecer yang ada di Kabupaten Jepara. Pengangkutan belimbing manis dilakukan apabila belimbing manis sudah mencapai  $\pm 15-19$  potong/keranjang berisi 50 kg. Pengangkutan dilakukan dengan menggunakan mobil pick up. Jarak yang ditempuh untuk mengirimkan belimbing manis dari Kecamatan Welahan ke Kabupaten Jepara adalah  $\pm 35$  km. Dalam melakukan fungsi pengangkutan ada biaya yang dikeluarkan yaitu biaya pengangkutan. Biaya pengangkutan yang diperlukan adalah sebesar Rp 86 per kg. Pedagang pengecer dalam membeli belimbing manis dari pedagang penebas menggunakan sistem pembayaran ngalap nyaur atau dibayar setelah mendapatkan kiriman yang baru.

Berikut ini identitas responden pedagang pengecer belimbing manis di Kabupaten Jepara.

Tabel 20. Identitas Responden Pedagang Pengecer Belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara

No	Uraian	Jumlah Pedagang Pengecer	Persentase (%)
1.	Umur (Tahun)		
	a. 30-40	9	22,5
	b. 41-60	29	72,5
	c. >61	2	5
	Jumlah	40	100
2	Pendidikan		
	a. SD	35	87,5
	b. SLTP/SLTA	5	12,5
	Jumlah	40	100
3.	Pengalaman Berdagang (Tahun)		
	a. 4-20	34	85
	b. 21-35	6	15
	Jumlah	40	100

Sumber : Analisis data Primer

Pedagang pengecer di Kecamatan Welahan yaitu pedagang yang membeli belimbing manis dalam volume yang relatif kecil dari pedagang pengumpul dan pedagang penebas. Biasanya pedagang pengecer membeli belimbing manis dari pedagang pengumpul dengan cara didatangi pedagang pengumpul di pasar. Pedagang pengecer berdomisili di dekat

pasar yang menjadi tempat berjualan tersebar di seluruh Kabupaten Jepara. Volume pembelian belimbing manis oleh pedagang pengecer rata-rata sebanyak  $\pm 2.217$  kg atau  $\pm 45$  'potong' /keranjang setiap transaksi yang terjadi, pedagang tersebut melakukan penjualan di daerah tempat tinggalnya yang tersebar di berbagai daerah di Kabupaten Jepara. Pedagang pengecer menjual belimbing manis langsung ke konsumen akhir yang tersebar di Kabupaten Jepara yaitu di Kabupaten Pecangaan, Mayong, Jepara, Nalumsari, Bangsri, dan Tahunan, sehingga mempunyai kapasitas pembelian belimbing manis yang lebih besar dan jumlah pedagang pengecer yang banyak dari pada pedagang penebas.

Berdasarkan Tabel 20 dapat diketahui bahwa umur pedagang pengecer belimbing manis tergolong dalam usia produktif antara 40-45 tahun. Pada usia produktif pedagang masih mampu bekerja dengan baik didukung dengan fisik yang kuat serta mental dalam melaksanakan peran sebagai penyalur pemasaran belimbing manis dari petani atau produsen ke konsumen. Selain itu pedagang dalam usia produktif dapat melakukan pemasaran belimbing manis dengan cepat.

Tingkat pendidikan pedagang pengecer adalah tamat SD sebanyak 35 orang (87,5%), dan tamat SLTP/SLTA 5 orang (12,5%). Keseluruhan responden lembaga pemasaran sudah mengikuti pendidikan formal dengan tingkat pendidikan yang berbeda. Pendidikan formal yang mereka tempuh akan juga mempengaruhi dalam menganalisis proses pemasaran yang dalam hal ini ditunjang peningkatan pendidikan tingkat lanjut

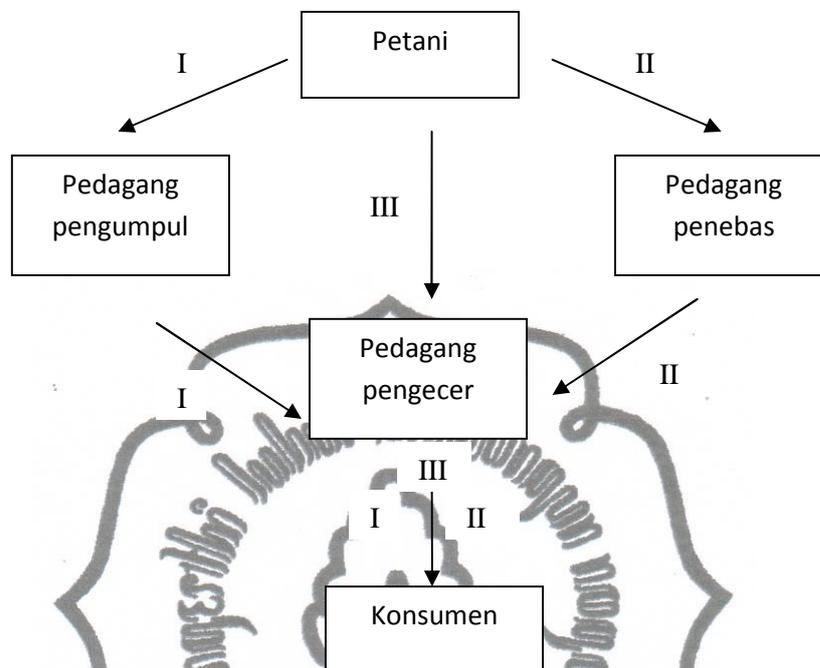
Lama usaha pada responden pedagang pengecer belimbing manis di Kabupaten Jepara yaitu berkisar antara 4-35 tahun. Jika dilihat dari pengalaman berdagang, mereka sudah cukup lama dalam berdagang seperti pedagang pengumpul. Hal ini akan mempengaruhi proses pemasaran karena semakin lama pengalaman berusaha semakin cepat bagi pedagang untuk memasarkan produksi belimbing manis karena mereka sudah cukup dikenal oleh konsumen dan mempunyai pelanggan/pembeli tetap.

### **C. Konsumen Belimbing manis**

Konsumen di Kabupaten Jepara adalah orang yang membeli belimbing manis untuk dikonsumsi secara langsung sebagai buah untuk konsumsi. Konsumen yang membeli belimbing manis juga untuk oleh-oleh atau buah tangan khas Kabupaten Jepara yang rasanya berbeda dengan belimbing manis di daerah manapun. Jarak antara konsumen dengan pedagang pengumpul sekitar  $\pm 2$  km disetiap kecamatannya, sebab pemasaran buah belimbing manis harus merata keseluruhan Kabupaten Jepara, karena adanya permintaan akan buah belimbing manis di Kabupaten Jepara yang cukup besar bahkan belum semua terpenuhi.

### **D. Saluran Pemasaran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara. Pengumpulan data untuk mengetahui berbagai saluran pemasaran belimbing manis yang digunakan, diperoleh dengan cara penelusuran jalur pemasaran belimbing manis mulai dari petani sampai pada konsumen. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasaran belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara terdapat tiga saluran pemasaran yaitu:



Gambar 2. Bagan Saluran Pemasaran Belimbing manis di Kecamatan Welahan, Kabupaten Jepara.

Berdasarkan bagan saluran pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara, melalui beberapa saluran yaitu :

1. Saluran Pemasaran I : Petani → Pedagog Pengumpul → Pedagog Pengecer → Konsumen

Pada saluran pemasaran I, petani menjual belimbing manisnya kepada pedagang pengumpul kemudian dari pedagang pengumpul dijual kepada pedagang pengecer yaitu orang-orang yang membeli belimbing manis dalam jumlah kecil. Penjualan dilakukan petani secara langsung dengan cara didatangi oleh pedagang pengumpul. Desa Welahan di Kecamatan Welahan adalah Desa yang banyak terdapat tanaman belimbing manis. Jarak antara pedagang pengumpul dengan Pedagog pengecer adalah  $\pm 10$  km.

2. Saluran Pemasaran II : Petani → Pedagang Penebas → Pedagang Pengecer → Konsumen

Pada saluran ke II, petani menjual belimbing manis ke penebas kemudian dari penebas menjualnya kembali ke pedagang pengecer, baru setelah itu dipasarkan ke konsumen. Belimbing manis yang dibeli biasanya digunakan untuk kebutuhan mengkonsumsi buah segar. Konsumen ini berasal dari dalam dan luar Kabupaten Jepara. Jarak antara pedagang penebas ke pedagang pengecer  $\pm$  10 km.

3. Saluran Pemasaran III : Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen

Pada saluran pemasaran III, petani menjual belimbing manis ke pedagang pengecer kemudian dijual langsung ke konsumen. Konsumen selain berasal dari Kabupaten Jepara juga ada konsumen yang berasal dari Kabupaten Demak, Kabupaten Kudus dan sekitarnya.

Adapun jumlah petani berdasarkan saluran pemasaran yang digunakan dalam mendistribusikan belimbing manis dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Jumlah Petani Pada Tiap-Tiap Saluran Pemasaran Di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara

No	Saluran Pemasaran	Jumlah Petani	Persentase (%)
1.	Saluran I	17	57
2.	Saluran II	4	13
3.	Saluran III	9	30
	Jumlah	30	100

Sumber : Analisis data Primer

Berdasarkan tabel 21 diketahui bahwa saluran pemasaran I merupakan saluran yang banyak digunakan oleh petani yaitu sebesar 57% atau digunakan oleh 17 orang petani belimbing manis, untuk saluran II dan III masing-masing terdiri dari 4 dan 9 orang petani belimbing manis. Saluran I yang paling banyak digunakan oleh petani karena petani lebih memilih menjual langsung belimbing manisnya ke pedagang pengumpul karena mudah dan jaraknya dekat dengan tempat tinggal. Selain itu sudah

tidak perlu melakukan tawar menawar lagi karena sudah biasa menjual ke pedagang tersebut.

Saluran ke II merupakan saluran yang paling sedikit digunakan oleh petani yaitu sebesar 13% atau digunakan oleh 4 orang petani. Hal ini disebabkan petani enggan menebaskan kepada penebas karena sering terjadi kerusakan pohon yang mengakibatkan produksi belimbing manis menjadi berkurang sehingga hanya sedikit yang mau menjual kepada pedagang penebas.

Sedangkan untuk saluran pemasaran III merupakan saluran yang ada di urutan kedua yang digunakan oleh petani, yaitu sebesar 30%, terdiri dari 9 orang petani belimbing manis. Petani belimbing manis juga cenderung menjual belimbing manisnya langsung kepada pedagang pengecer.

#### **E. Biaya, Margin, Keuntungan Pemasaran**

Proses mengalirnya barang dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Semakin panjang rantai pemasaran maka biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran akan semakin meningkat. Untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran pada ke tiga saluran yang digunakan petani belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara dapat dilihat pada Tabel 22, 23, dan 24.

Tabel 22. Rata-Rata Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Belimbing manis di Kabupaten Jepara Pada Saluran Pemasaran I

No	Uraian	Rp/kg	%
1.	Petani		
	a. Harga Pokok Petani	5287	75,52
	b. Biaya Transportasi	31,6	0,450
	c. Biaya Pengemasan	181,4	2,590
	d. Total Biaya	213	3,042
	e. Harga Tingkat Petani	5500	78,57
2.	Pedagang Pengumpul		
	a. Harga Beli Belimbing manis	5500	78,57
	b. Biaya Pengemasan	360	5,140
	c. Biaya Sortir	39	0,550
	d. Biaya Transportasi	78	1,110
	d. Total Biaya	477	6,810
	e. Keuntungan	23	0,320
	f. Marjin Pemasaran	500	7,140
	g. Harga Jual	6000	85,71
3.	Pedagang Pengecer		
	a. Harga Beli Belimbing manis	6000	85,71
	b. Biaya Resiko	124	1,770
	c. Biaya pengemasan	482	6,880
	d. Biaya Pengangkutan	67	0,950
	e. Total Biaya	673	9,610
	f. Keuntungan	327	4,670
	g. Marjin Pemasaran	1000	14,28
	h. Harga Jual	7000	100
4.	Konsumen		
	Harga Beli Konsumen	7000	100
5.	a. Total Marjin Pemasaran	1500	21,42
	b. Total Biaya Pemasaran	1150	16,42
	c. Total Keuntungan	350	5,00
	d. <i>Farmer's Share</i>		78,58

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan tabel 22 diketahui bahwa pada saluran pemasaran I petani mengeluarkan biaya transportasi dari lahan ke rumah petani belimbing manis dengan menggunakan becak, sebab keadaan jalan yang sempit dan tidak dapat dilewati oleh mobil. Biaya lainnya yang dikeluarkan oleh petani adalah biaya pengemasan. Pengemasan dilakukan agar belimbing manis tidak rusak dan

aman jika dibawa pulang dari lahan menuju ke rumah petani. Pedagang pengumpul mengambil sendiri belimbing manisnya ke rumah petani belimbing manis agar tidak keduluan pedagang lainnya sehingga ada biaya transportasi yang ditanggung pedagang pengumpul tersebut.

Saluran pemasaran I digunakan oleh 17 orang petani. Hal ini dikarenakan petani sudah lama memiliki pelanggan pedagang pengumpul sehingga tidak terlalu sulit untuk memasarkan belimbing manisnya. Proses pemasaran belimbing manis pada saluran I ini biasa dilakukan dengan cara petani di datangi langsung oleh pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul mengeluarkan biaya seperti biaya sortir yang tujuan untuk memberikan standarisasi pada belimbing manis, sehingga dapat membedakan kualitas belimbing manis yang ada. Selain biaya sortir pedagang pengumpul juga mengeluarkan biaya pengemasan belimbing manis untuk di kirimkan kepada pedagang pengecer dengan menggunakan mobil karena jarak antara pedagang pengumpul dan pedagang pengecer adalah  $\pm 10$  km. Dalam pemasaran ini margin pemasaran sebesar Rp 1000 per kg. Hal ini dikarenakan ada biaya yang dikeluarkan pada saat memasarkan belimbing manisnya dari pedagang pengumpul sampai ke konsumen belimbing manis. Pedagang pengecer biaya yang dikeluarkan adalah biaya resiko yang ditanggung oleh pedagang pengecer yang disebabkan oleh kerusakan yang ditimbulkan pada saat pengangkutan. Selain biaya resiko biaya lain yang dikeluarkan pedagang pengecer yaitu biaya pengangkutan belimbing manis yang diangkut oleh kuli angkut dari parkir mobil sampai kios pedagang pengecer.

Komponen margin pemasaran terdiri biaya-biaya pemasaran yang diperlukan oleh produsen untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada saluran I margin pemasaran per kgnya sebesar Rp 1.500 per kg atau 21,42% sedangkan *farmer's share*nya adalah sebesar 78,58%. Hal ini dikarenakan petani di datangi langsung oleh pedagang pengumpul sehingga tidak ada biaya transportasi ke rumah pedagang pengumpul. Saluran

pemasaran I termasuk saluran pemasaran yang efisien karena nilai farmer's sharenya > 50% yaitu *farmer's share* sebesar 78,58%.

Berikut ini rata-rata biaya, keuntungan dan margin pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara pada saluran pemasaran II.

Tabel 23. Rata-Rata Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara Pada Saluran Pemasaran II

No	Uraian	Rp/kg	%
1.	Petani		
	Harga Tingkat Petani	6000	70,58
2.	Pedagang Penebas		
	a. Harga Beli Belimbing manis	6000	70,58
	b. Biaya Petik	552,6	6,500
	b. Biaya Pengemasan	507,3	5,960
	c. Biaya Sortir	125,7	1,470
	d. Biaya Transportasi	118,4	1,390
	d. Total Biaya	1304	1,160
	e. Keuntungan	196	2,300
	f. Margin Pemasaran	1500	17,64
	g. Harga Jual	7500	88,23
3.	Pedagang Pengecer		
	a. Harga Beli Belimbing manis	7500	88,23
	b. Biaya Resiko	137	1,610
	c. Biaya pengemasan	515	6,050
	d. Biaya Pengangkutan	60	0,700
	e. Total Biaya	712	8,370
	f. Keuntungan	288	3,380
	g. Margin Pemasaran	1000	11,76
	h. Harga Jual	8500	100
4.	Konsumen		
	Harga Beli Konsumen	8500	100
5.	a. Total Margin Pemasaran	2500	29,40
	b. Total Biaya Pemasaran	2016	23,71
	c. Total Keuntungan	484	5,690
	d. <i>Farmer's Share</i>		70,60

Sumber : Analisis Data Primer

Tabel 23 menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran II ini petani tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Hal ini dikarenakan buah belimbing manis

dibeli oleh pedagang penebas pada saat masih berada di pohon sehingga petani tidak mengeluarkan biaya untuk panen dan pengemasan karena sudah ditanggung oleh pedagang penebas sesuai dengan perjanjian yang telah disepati oleh kedua belah pihak. Pedagang penebas harus mempersiapkan kemasan sendiri berbentuk keranjang yang terbuat dari bambu yang digunakan saat membawa belimbing manis setelah ditimbang kemasan dibawa pulang oleh pedagang penebas, selain itu pedagang penebas mengeluarkan biaya transportasi dengan menggunakan becak karena jarak yang dekat antara lahan petani belimbing manis yang kondisi jalan yang sempit dan setapak tidak memungkinkan di bawa dengan menggunakan mobil. Pedagang penebas berbeda dengan pedagang pengumpul/ pedagang pengecer yang mengambil belimbing manis di rumah petani dan siap langsung jual, tetapi pada pedagang penebas yang sifatnya membeli buah dari pohon.

Saluran pemasaran II digunakan oleh 4 orang petani saja. Hal ini dikarenakan petani tidak mau rugi dalam proses penebasan kepada pedagang penebas, terkadang tanaman/pohon bisa rusak oleh ulah pedagang penebas yang sembarangan dalam memanen belimbing manis, hanya sedikit petani yang mau menjual belimbingnya langsung ke pedagang penebas. Proses pemasaran belimbing manis pada saluran II ini biasa dilakukan dengan cara petani didatangi oleh pedagang penebas jauh sebelum buah belimbing manis panen. Dalam pemasaran ini margin pemasaran sebesar Rp 2.500 per kg. Hal ini dikarenakan ada biaya yang dikeluarkan pada saat memasarkan belimbing manisnya kepada pedagang pengecer.

Komponen margin pemasaran terdiri biaya-biaya pemasaran yang diperlukan oleh produsen untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada saluran II margin pemasaran per kgnya sebesar Rp 2.500 per kg atau 29,40% sedangkan *farmer's share*nya adalah sebesar 70,60%. Hal ini dikarenakan petani didatangi langsung oleh pedagang penebas sehingga tidak ada biaya yang di keluarkan petani. Saluran pemasaran II termasuk saluran

pemasaran yang efisien karena nilai farmer's sharenya > 50% yaitu farmer's sharenya sebesar 70,60%.

Berikut ini rata-rata biaya, keuntungan dan marjin pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara pada saluran pemasaran III.

Tabel 24. Rata-Rata Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara Pada Saluran Pemasaran III

No	Uraian	Rp/kg	%
1.	Petani		
	a. Harga Pokok Petani	5881	78,41
	b. Biaya Transportasi	171	2,280
	c. Biaya Pengemasan	48	0,640
	d. Total Biaya	219	2,920
	e. Harga Tingkat Petani	6100	81,33
2.	Pedagang Pengecer		
	a. Harga Beli Belimbing manis	6100	81,33
	b. Biaya Pengemasan	914	12,18
	c. Biaya Sortir	77	1,020
	d. Biaya Transportasi	155	2,060
	e. Biaya Resiko	80	1,060
	d. Total Biaya	1226	16,34
	e. Keuntungan	174	2,320
	f. Marjin Pemasaran	1400	18,66
	g. Harga Jual	7500	100
3.	Konsumen		
	Harga Beli Konsumen	7500	100
4.	a. Total Marjin Pemasaran	1400	18,66
	b. Total Biaya Pemasaran	1226	16,34
	c. Total Keuntungan	174	2,320
	d. <i>Farmer's Share</i>		81,34

Sumber : Analisis Data Primer

Tabel 24 menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran III lembaga pemasaran belimbing manis yang terkait hanya pedagang pengecer. Pada saluran pemasaran III pedagang pengecer mengeluarkan biaya-biaya seperti biaya transportasi, biaya pengemasan, dan biaya sortir. Pengemasan belimbing manis tujuannya untuk agar belimbing manis tidak rusak dan aman jika dibawa pulang dari lahan menuju ke rumah petani dan sortir bertujuan untuk

memberikan standarisasi pada belimbing manis, sehingga dapat membedakan kualitas belimbing manis. Biaya resiko disebabkan karena kerusakan yang ditimbulkan pada saat pengangkutan. Biaya paling tinggi adalah biaya pengemasan, yaitu sebesar Rp 914 per kg. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer dipengaruhi banyaknya belimbing manis yang dihitung dalam satuan *potong* atau “keranjang” dan jarak antara tempat pedagang pengecer dengan pasar. Biaya transportasi untuk satu *potong* “keranjang” Rp 3.000 berisi 100 kg. Harga beli belimbing manis dari petani produsen sebesar Rp 6.000 per kg dan dijual ke konsumen sebesar Rp 7.500 per kg. Total biaya dan keuntungan yang ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp 1.226 per kg dan Rp 174 per kg. Jadi margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp 1.400 per kg.

*Farmer's share* adalah bagian yang diterima petani produsen, semakin besar *farmer's share* dan semakin kecil margin pemasaran maka dapat dikatakan suatu saluran pemasaran berjalan secara efisien. Pada saluran pemasaran III memiliki *farmer's share* sebesar 81,34% dan harga yang diterima konsumen yaitu Rp 7.500 per kg. Total margin pemasaran, total biaya pemasaran, dan total keuntungan dari lembaga pemasaran adalah total margin sebesar Rp 1.400 per kg, total biaya sebesar Rp 1.226 per kg, dan total keuntungan sebesar Rp 174 per kg. Pada saluran pemasaran III memiliki margin pemasaran yang rendah sehingga pendapatan yang diterima petani (*farmer's share*) tinggi. Acuan untuk mengukur efisiensi pemasaran yaitu dengan cara menghitung *farmer's share* atau bagian yang diterima petani dengan kriteria apabila bagian yang diterima produsen <50% berarti pemasaran belum efisien dan bila bagian yang diterima produsen >50% maka pemasaran dikatakan efisien. Jadi untuk saluran pemasaran III sudah dikatakan efisien, karena bagian yang diterima petani sudah mencapai >50% yaitu sebesar 81,34%. Hal ini berarti produsen atau petani mendapat bagian yang besar dari harga yang diterima oleh konsumen. Dengan mendapatkan bagian yang besar ini, diharapkan produsen dapat mensejahterakan dan mencukupi kebutuhan keluarganya. *commit to user*

## F. Efisiensi Pemasaran

Sistem pemasaran dianggap efisien apabila dianggap mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen.

Untuk mengetahui perbandingan tingkat efisiensi saluran pemasaran belimbing manis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara secara ekonomis dapat diketahui dengan cara membandingkan besarnya total biaya pemasaran, total margin pemasaran dan besarnya *farmer's share* seperti dapat dilihat pada Tabel 25.

Tabel 25. Perbandingan Total Biaya, Total Keuntungan dan Total Margin Pemasaran serta *Farmer's Share* dari Ketiga Saluran Pemasaran Belimbing manis di Kabupaten Jepara.

No	Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III
1	Total Biaya (Rp)	1.150	2.016	1.226
2	Total Keuntungan (Rp)	350	484	174
3	Margin Pemasaran (Rp, %)	1500 21,42	2.500 29,40	1.400 18,66
4	<i>Farmer's Share</i> (%)	78,60	70,60	81,34

Sumber : Analisis Data Primer

Efisiensi pemasaran secara ekonomis merupakan salah satu cara untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran yaitu dengan menggunakan indikator bagian yang diterima petani produsen atau biasa disebut dengan *farmer's share*. Besar kecilnya *farmer's share* dipengaruhi oleh besar kecilnya margin pemasaran. Semakin rendah margin pemasaran maka semakin besar bagian yang diterima petani, dengan demikian saluran pemasaran tersebut dikatakan efisien.

Berdasarkan Tabel 25, saluran pemasaran I memiliki margin sebesar Rp 1.500 per kg yang lebih rendah dari margin saluran pemasaran II sebesar Rp 2.500 per kg. Sedangkan margin pada saluran III paling rendah yaitu sebesar Rp 1.400 per kg. Nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran I sebesar 78,60%, saluran pemasaran II sebesar 70,60% dan saluran pemasaran III yaitu sebesar 81,34%. Berdasarkan tinggi dan rendahnya margin pemasaran dan

*farmer's share*, maka saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomis di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara. Hal ini dikarenakan nilai *farmer's share*nya paling tinggi.

Saluran pemasaran III di Kabupaten Jepara adalah saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomis dibandingkan saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II. Hal ini dikarenakan saluran pemasaran III mempunyai nilai *farmer's share* yang paling tinggi yaitu 81,34%. Pada saluran ini petani mendatangi langsung oleh pedagang pengecer sehingga tidak ada biaya transportasi lagi.

Saluran pemasaran II di Kabupaten Jepara merupakan saluran yang efisien secara ekonomis, dilihat dari nilai *farmer's share* nya >50% yaitu sebesar 70,60 %. Margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp 2.500 per kg. Sedangkan saluran pemasaran I juga merupakan saluran pemasaran yang efisien secara ekonomis, karena memiliki *farmer's share* (bagian yang diterima petani) yaitu sebesar 78,60%.

Berdasarkan hasil penelitian ketiga saluran pemasaran semuanya menguntungkan. Tetapi pada saluran pemasaran III secara ekonomis paling efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran I, dan saluran pemasaran II. Hal ini disebabkan, margin terendah dan (*farmer's share*) tertinggi karena semakin rendah margin pemasaran, semakin tinggi bagian yang diterima petani (*farmer's share*) dan semakin pendek saluran pemasaran maka saluran pemasaran semakin efisien. Sedangkan saluran pemasaran III secara ekonomis paling efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II, walaupun mempunyai kelemahan yaitu rendahnya volume belimbing manis yang diterima pedagang pengecer untuk dipasarkan kepada konsumen.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai Analisis Pemasaran Belimbing Manis di Kabupaten Jepara dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemasaran belimbing manis di Kabupaten Jepara terdapat tiga saluran pemasaran yaitu:
  - a. Saluran Pemasaran I  
Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen
  - b. Saluran Pemasaran II  
Petani → Pedagang Penebas → Pedagang Pengecer → Konsumen
  - c. Saluran Pemasaran III  
Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen
2. Total biaya, keuntungan, dan margin pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran adalah sebagai berikut:
  - a. Saluran Pemasaran I : total biaya pemasaran Rp 1.150 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 350 per kg, dan total margin pemasaran Rp 1.500 per kg.
  - b. Saluran Pemasaran II : total biaya pemasaran Rp 2.016 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 484 per kg, dan total margin pemasaran Rp 2.500 per kg.
  - c. Saluran Pemasaran III : total biaya pemasaran Rp 1.226 per kg, total keuntungan pemasaran sebesar Rp 174 per kg, dan total margin pemasaran Rp 1.400 per kg.
3. Dilihat dari efisiensi secara ekonomis dari ketiga saluran yang ada di Kabupaten Jepara maka saluran pemasaran III (petani → Pedagang Pengecer → Konsumen) adalah saluran pemasaran belimbing manis yang paling efisien karena mempunyai margin pemasaran terendah yaitu Rp 1.400 per kg dalam presentase 18,66% dan mempunyai nilai *farmer's share*

tertinggi yaitu 81,34%. Pada saluran pemasaran II (petani → pedagang penebas → pedagang pengecer → konsumen) total biaya, total keuntungan dan margin pemasaran paling tinggi dibandingkan saluran I dan saluran III masing-masing adalah sebesar Rp 2.016 per kg, Rp 484 per kg dan Rp 2.500. Saluran pemasaran I (petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen) mempunyai total biaya, total keuntungan, dan total margin pemasaran urutan kedua tingginya dibandingkan dengan saluran III.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti dapat memberikan saran dilihat dari kesimpulan yang ada bahwa semua saluran yang ada di Kecamatan Jepara efisien sehingga produsen tidak perlu ragu lagi jika menjual belimbingnya ke pedagang manapun, tetapi sebaiknya produsen menggunakan saluran III dalam memasarkan belimbing manisnya, karena saluran III merupakan saluran yang paling efisien secara ekonomis dibandingkan dengan saluran I dan saluran II dengan besarnya bagian yang diterima produsen terbesar. Selain itu, dengan memasarkan belimbing manis langsung ke pedagang pengecer akan lebih menjamin belimbing manis dapat langsung terjual ke konsumen akhir karena sifat belimbing manis yang tidak tahan lama.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anonim<sup>a</sup>. 1999. *Kandungan Gizi Belimbing Manis*. Direktorat Gizi, Departemen Kesehatan. Republik Indonesia.
- Arifin, B, G. Hundoyo dan A. Amron. 1997. Pengembangan Pemasaran Buah-buahan Indonesia. *Jurnal Sosio Ekonomika. Vol.3 No.6 Desember 1997. Fakultas pertanian Universitas Lampung.*
- Aziz, M.A. 2000. *Agroindustri Buah-Buahan Tropika*. Pusat Pengembangan Agribisnis. Jakarta.
- Darmawati. 2005. *Analisis Pemasaran Mendong di Kabupaten Bantul*. Skripsi S1 Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian/ Agrobisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta Tidak Dipublikasikan.
- Dinas Pertanian. 2008. *Produksi Tanaman Hortikultura Di Kabupaten Jepara*. Dinas Pertanian Jepara. Jepara.
- Dinas Pertanian. 2006. *Produksi Tanaman Hortikultura Di Kabupaten Demak*. Dinas Pertanian Demak. Demak
- Endraswara, S. 2006. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan*. Puastaka Widyatama. Yogyakarta.
- Hanafiah, A.M dan A.M, Saefuddin. 1983. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI Press. Jakarta.
- Harti, Heri, et al. 2007. *Acuan Standar Operasional Produksi Belimbing*. Pusat Kajian Buah-Buahan Tropika, LPPM-IPB. Bogor.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan A.B. Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mc.Daniel dan C. Lamb. 2001. *Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Puspitasari, E dan B. Sarosa. Analisis Tataniaga Jagung Manis Di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Semarang. *Jurnal Agriteks. No. XIV. Jurusan Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian*. FP. UNS. Surakarta.
- Rukmana, R. 2006. *Belimbing Manis*. CV Aneka Ilmu. Semarang

- Rahim dan D.R. Hastuti. 2007. *Ekonometrika Pertanian ( Pengantar, Teori, dan Kasus )*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Singarimbun, M dan S.Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. LP3S. Jakarta.
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Stanton, W. S. 1993. *Prinsip Pemasaran jilid 2*. (Diterjemahkan oleh : Sadu Sundaru). Erlangga. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.
- Swastha, B. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Swastha, B. dan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Nurasa, T. dan H. Deri. 2005. Analisis Keragaman Marjin Pemasaran Jeruk Di Kabupaten Karo. *Jurnal Sosio Economic Of Agriculture And Agrobusiness Vol.8 No.1 Februari 2005. Pusat Penelitian Dan Pengembangan Sosial Ekonomi Kebijakan Pertanian*. Bogor.
- Yusuf, M. dan Maksum. 1999. *Analisis Efisiensi Produksi dan Pemasaran Jambu Mete Di Kabupaten Flores Timur*. Agroekonomi. No.1 Juni 1999. Fakultas Pertanian. UGM. Yogyakarta.

# LAMPIRAN

