

**ANALISIS PEMASARAN PISANG BARANGAN**

*(Musa paradisiaca sapientum L)*

**(Studi Kasus ; Desa Lau Rakit, Kec. STM Hilir, Kab. Deli Serdang)**

**Skripsi**

**Oleh**

**MUHAMMAD GUNAWAN PANJAITAN**

**NPM : 1204300005**

**AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN**

**2017**

# **ANALISIS PEMASARAN PISANG BARANGAN**

*(Musa paradisiaca sapientum L)*

**(Studi Kasus ; Desa Lau Rakit, Kec. STM Hilir, Kab. Deli Serdang)**

## **Skripsi**

Oleh

**MUHAMMAD GUNAWAN PANJAITAN**

NPM : 1204300005

AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing

**Dr. Ir. Muhammad Buchari Sibuea, M.Si.**

Ketua

**Surnaherman, S.P., M.Si.**

Anggota

Disahkan Oleh

Dekan

Ir. Asri Tanarni Munar, M.P

Tanggal Lulus : Kamis, 08 Maret 2018

## ABSTRAK

**MUHAMMAD GUNAWAN PANJAITAN (1204300005)** dengan judul skripsi **Analisis Pemasaran Pisang Barangan Desa Lau Rakit Kecamatan STM Hilir Kabupaten Deli Serdang**. Penulisan skripsi ini dibimbing oleh Dr. Ir. Muhammad Buchari Sibuea, M.Si. dan Surnaherman, S.P., M.Si.

Pemasaran memegang peranan penting dalam suatu sistem agribisnis dengan membentuk mata rantai distribusi produk yang menghubungkan petani dengan konsumen akhir. Sistem pemasaran akan mempengaruhi pembelian produk oleh konsumen dan efisiensi pemasaran secara keseluruhan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi saluran, lembaga, fungsi pemasaran; menganalisis *price spread* dan *share* margin setiap lembaga; menganalisis efisiensi; usahatani; peran dan fungsi pada petani pisang barangan. Pengambilan petani sampel dilakukan dengan menggunakan metode proporsional stratified random sampling, sedangkan penentuan sampel lembaga tataniaga (pedagang pengumpul daerah, pedagang pengumpul luar daerah, dan pedagang pengecer luar daerah) menggunakan *snow ball sampling*.

Hasil penelitian menyimpulkan: (1) Terdapat tiga saluran pemasaran pisang barangan di daerah penelitian, yaitu I. Petani – Pedagang Pengumpul Daerah – Pedagang pengecer - Konsumen, II. Petani – Pedagang Pengumpul Daerah – Pedagang Pengumpul Luar Daerah – Pedagang pengecer - Konsumen, III. Petani – Pedagang Pengumpul Daerah – Pedagang pengumpul Luar Daerah – Konsumen; (2) Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran, antara lain pembelian, penjualan, transportasi, penyimpanan, standarisasi, penanggungungan resiko, dan informasi pasar. Lembaga pemasaran yang paling banyak fungsi pemasarannya adalah Pedagang Pegumpul Daerah, Pedagang pengumpul luar daerah, dan Pedagang pengecer. (3) Hasil analisis pada masing-masing lembaga pemasaran pisang barangan menunjukkan bahwa *share* margin petani terbesar terdapat pada saluran I (petani – pedagang pengumpul daerah – konsumen) dengan nilai 69,335% (Rp10.855,36). (4) pemasaran pisang barangan di daerah penelitian sudah efisien yang dicirikan dengan nilai efisiensi lebih besar dari 1.

Pisang barangan termasuk dalam pisang olahan atau pisang yang dikonsumsi. Keistimewaan pisang barangan ialah buahnya mudah di pasarkan dan banyak peminatnya. Harganya relatif cukup mahal dibandingkan dengan pisang yang lainnya. Panjangnya berkisaran 15 cm. Satu pohon hanya menghasilkan 7 sisir.

Permasalahan yang dihadapi oleh petani pisang barangan di Desa Lau Rakit yaitu sebagian besar penduduk di Desa Lau Rakit berprofesi sebagai petani. Pada umumnya penduduk setempat memanfaatkan lahan pertanian dengan bercocok tanam dengan pola tumpangsari. Komoditas pertanian yang umum ditanam adalah jagung, cabai kecil, dan pisang. kurangnya ketertarikan petani disebabkan karena adanya penyakit yang menyerang tanaman pisang yang tidak bisa di basmi oleh petani.

## **RIWAYAT HIDUP**

**MUHAMMAD GUNAWAN PANJAITAN** dilahirkan di Desa Bandar Selamat Kecamatan Aek Kuo Kabupaten Labuhanbatu Utara pada tanggal 29 Agustus 1993 dari Ayahanda Dahlawi Panjaitan dan Ibunda. Penulis merupakan anak keempat dari lima bersaudara.

### **Jenjang Pendidikan**

2. Tahun 2005 lulus dari Sekolah Dasar 115489 Desa Bandar Selamat.
3. Tahun 2008 lulus dari Sekolah Menengah Pertama Negeri I Aek Pamingke
4. Tahun 2011 lulus dari Sekolah Menengah Atas Swasta Eria.
5. Tahun 2012 Penulis Kuliah di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara
6. Pada tahun 2014 melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Unit Balimbingan, Kabupaten Simalungun.
7. Pada bulan 15 Juli 2017 melakukan penelitian di Desa Lau Rakit Kecamatan STM Hilir Kabupaten Deli Serdang.

### **Pengalaman Organisasi Kampus :**

1. MAPALA UMSU

## **KATA PENGANTAR**

Bismillahirrohmanirrahim

Alhamdulillah rabbil'alam, puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmatnya dan karunianya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini guna melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan. Adapun judul Skripsi ini adalah "Analisis Pemasaran Pisang Barangan". Penelitian dilakukan di Desa Lau Rakit Kecamatan STM Hilir Kabupaten Deli serdang, Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan demikian penulis mengharap kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan pada skripsi nantinya.

Medan, Februari 2017

Muhammad Gunawan Panjaitan  
1204300005

## UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penulisan Skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis, Ayahanda Dahlawi Panjaitan dan Ibunda Sutarni, yang telah mendukung, mendidik, dan mendoakan ananda dengan rasa penuh kasih sayang dan perjuangannya tiada henti untuk menjadikan ananda orang yang berilmu dan menjadi orang yang di banggakan. Inilah persembahan sementara ananda atas tanda bakti ananda kepada kedua orangtua. Terima kasih atas kasih sayangmu kepada ananda. Semoga kesehatan, kebahagiaan, kedamaian dan kesejahteraan dunia dan akhirat diberikan Allah SWT kepadamu., Aamiin.
2. Bapak Dr. Ir. Muhammad Buchari Sibuea, M.Si. selaku dosen ketua pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis.
3. Bapak Surnaherman , S.P., M.Si. selaku Dosen Anggota pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis serta banyak membantu dalam penyelesaian proses akademik selama penulis menimba ilmu di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Kepada seluruh Dosen Agribisnis dan Dosen yang ada di Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulisan selama proses perkuliahan di Fakultas Pertanian.
6. Kepada seluruh biro yang ada di Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Kepada Angkatan XIX Metamorfosis MAPALA UMSU yang senantiasa membantu dalam bentuk apapun.
8. Kepada seluruh Anggota MAPALA UMSU baik anggota Muda maupun anggota Biasa dan anggota Luar Biasa.

Medan, Februari 2017

## DAFTARR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
Latar Belakang .....	1
Perumusan Masalah. ....	4
Tujuan Penelitian .....	4
Kegunaan Penelitian .....	4
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>5</b>
Tinjauan Pustaka .....	5
Peneliti Terdahulu .....	10
Kerangka Pemikiran .....	12
Hipotesis .....	15
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>16</b>
Metode Penelitian .....	16
Metode Pengumpulan Data.....	16
Jenis dan Sumber Data.....	19
Teknik Pengumpulan Data.....	29
Metode Analisis Data.....	20
Definisi dan Batasan Operasional .....	27
<b>DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN DAN KARAKTERISTIK SAMPEL</b> <b>29</b>	
Keadaan Penduduk .....	29
Karakter Sampel .....	29
Tehknik Budidaya Tanaman Piasang Barangan.....	32
Kegiatan Penanaman .....	36
Pemeliharaan .....	37
Pemanenan.....	38
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>40</b>
Analisis Usaha Tani .....	40

Saluran Tataniaga .....	44
Fungsi-fungsi Tataniaga Lembaga Tataniaga .....	47
Share Margin .....	50
Efisiensi Pemasaran .....	54
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
Kesimpulan .....	56
Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN- LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Penduduk Menurut Desa/Dusun dan Jenis Kelamin di Lau Rakit.....	30
2	Distribusi Penduduk Menurut Kelompok Umur di Desa Lau Rakit.....	30
3	Komposisi Penduduk Menurut Agama di Desa Lau Rakit.....	31
4	Distribusi Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan di Desa Lau Rakit.....	31
5	Karakteristik Petani Sampel di Daerah Penelitian.....	32
6	Karakteristik Pedagang Pengumpul Daerah.....	33
7	Karakteristik Agen Luar Daerah.....	34
8	Karakteristik Pedagang Pengecer Luar Daerah.....	35
9	Berdasarkan Luas Pengelolaan Lahan Pisang Barangan di Desa Lau Rakit.....	36
10	Rata-rata Penggunaan Tenaga Kerja Usahatani Pisang barangan per hari di Desa Lau Rakit.....	40
11	Nilai Penggunaan Peralatan Usahatani Pisang Barangan.....	42
12	Rata-rata Pendapatan Petani 1800 Sisir/ musim yang Di Panen Pisang Barangan di Desa Lau Rakit.....	43
13	Fungsi-Fungsi Tataniaga yang Dilakukan Setiap Lembaga Tataniaga.....	48
14	Rata-Rata <i>Price Spread</i> dan <i>Share</i> Margin Tataniaga Pisang Barangan Pada Saluran I (Petani – PPD – pedagang Pengecer - Konsumen).....	50

15	Rata-Rata <i>Price Spread</i> dan <i>Share</i> Margin Tataniaga Pisang Barangan Pada Saluran II (Petani – PPD – PPLU- Pedagang Pengecer - Konsumen).....	51
16	Rata-Rata <i>Price Spread</i> dan <i>Share</i> Margin Tataniaga Pisang Barangan Pada Saluran III (Petani – PPD – PPLU - Konsumen).....	53
17	Efisiensi Pemasaran Pisang Barangan di Daerah Penelitian....	55

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Skema Kerangka Pemikiran.....	16
2	Skema saluran Pemasaran di Daerah Penelitian.....	45
3	Skema saluran Pemasaran I di Daerah Penelitian.....	45
4	Skema saluran Pemasaran II di Daerah Penelitian.....	46
5	Skema saluran Pemasaran III di Daerah Penelitian.....	47

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pisang Barangan (*Musa paradisiaca sapientum L*) merupakan salah satu komoditas buah unggulan nasional. Pisang sebagai salah satu di antara tanaman buah-buahan memang merupakan tanaman asli Indonesia. Hampir di setiap wilayah banyak dijumpai tanaman ini. Jika tanaman pisang barangan dibudidayakan secara komersial keuntungannya tidak kalah dengan komoditi lain (Supriyadi dan Satu, 2008). Budidaya pisang yang baik akan meningkatkan produksi pisang itu sendiri. Sehingga permintaan pasar akan buah pisang akan terpenuhi dengan suplai pisang yang memadai. Seperti halnya di Sumatera Utara yang memiliki produksi pisang yang cukup stabil. Pada tahun 2012 produksi pisang sebesar 363.061 ton dengan jumlah tanaman yang menghasilkan sebesar 4.044.320 rumpun. Produksi pisang menurun sebesar 15,49% dibanding tahun 2011 sebesar 429.628 ton. Selama 6 (enam) tahun terakhir produksinya menunjukkan kenaikan dengan rata-rata pertahun sebesar 11,36% (BPSSU, 2013). Mengingat produksi buah pisang yang stabil maka pemasaran buah pisang sangatlah penting, karena akan meningkatkan harga jual pisang tersebut. Menurut Soekartawi (1991), apabila aspek pemasaran berjalan dengan baik, maka semua pihak yang terlibat akan menguntungkan. Oleh karena itu, peranan lembaga pemasaran yang terdiri dari petani, pedagang pengumpul, produsen, konsumen menjadi amat penting. Dalam hal pemasaran buah pisang khususnya pisang barangan, perdagangan menjadi alternatif yang sangat menjanjikan. Seperti halnya Desa Lau Rakit yang merupakan salah satu daerah di Kabupaten Deli Serdang yang mendistribusikan buah unggulan yaitu buah pisang barangan dalam bentuk segar tanpa olahan ke pasar luar daerah. Adanya

keterlibatan lembaga tataniaga dalam pemasaran buah pisang barangan akan mempengaruhi besarnya biaya tataniaga. Besarnya biaya tataniaga akan mengarah pada semakin besarnya perbedaan harga antara petani/produsen dengan konsumen. Hubungan antara harga yang diterima petani/produsen dengan harga yang dibayar konsumen sangat bergantung pada struktur pasar. Apabila semakin besar margin pemasaran ini akan menyebabkan harga yang diterima petani/produsen menjadi semakin kecil dan semakin mengindikasikan sebagai sistem pemasaran yang tidak efisien. Seperti halnya di Kota Medan, harga buah pisang barangan yang dipasarkan cukup bervariasi.

Pemasaran memegang peranan vital dalam suatu sistem agribisnis. Disamping menentukan keberhasilan kegiatan bisnis, pemasaran juga menciptakan nilai tambah dan membentuk mata rantai distribusi produk yang menghubungkan petani dengan konsumen akhir. Pemasaran merupakan ujung tombak sistem agribisnis yang berpengaruh pada perolehan pendapatan. Tinggi rendahnya pendapatan yang diperoleh petani tergantung pada sistem pemasaran yang diterapkan. Sistem pemasaran yang diterapkan akan mempengaruhi pembelian produk oleh konsumen dan efisiensi tataniaga secara keseluruhan. Inefisiensi pemasaran tidak hanya menekan keuntungan yang diraih petani, tetapi juga melemahkan daya saing.

Keberhasilan pemasaran tidak terlepas dari adanya peranan lembaga pemasaran yang merangkai suatu saluran pemasaran dan merupakan satu kesatuan yang membentuk sistem pemasaran suatu komoditas, dimana setiap lembaga pemasaran mempunyai tugas masing-masing dan menjalankan fungsi pemasaran yang berbeda. Lembaga pemasaran berperan dalam distribusi produk hingga

sampai ke tangan konsumen. Setiap perlakuan dan distribusi produk dari lembaga pemasaran satu ke lembaga pemasaran yang lainnya dalam rantai pemasaran akan menghasilkan nilai tambah atau margin terhadap produk. Margin timbul sebagai akibat adanya peningkatan nilai atau manfaat produk, biaya tambahan dan pengolahan, seperti biaya proses, transportasi, penanganan, dan lain-lain.

Pisang barangan merupakan salah satu tanaman yang dibudidayakan oleh petani di Desa Lau Rakit. Dalam pemasaran komoditi pertanian termasuk pisang, besarnya biaya pemasaran, keuntungan yang diambil serta panjang pendeknya saluran pemasaran akan mempengaruhi besarnya selisih harga di tingkat petani dengan konsumen akhir yang dikenal dengan istilah margin pemasaran. Selain besarnya nilai margin pemasaran, permasalahan lain yang dihadapi dalam pemasaran pisang barangan adalah fluktuasi harga pisang.

Permasalahan yang terjadi dalam pemasaran pisang barangan adalah panjangnya mata rantai pemasaran yang ada di tempat penelitian berdampak pada keuntungan yang diperoleh petani maupun lembaga pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan adanya sistem pemasaran yang tepat dalam memasarkan pisang barangan hingga sampai ke konsumen. Selain itu, pemasaran yang diterapkan harus efisien sehingga dapat memberikan keuntungan yang adil kepada petani kentang maupun lembaga pemasaran. Untuk mengetahui efisiensi tidaknya suatu saluran pemasaran digunakan indikator nilai persentase margin pemasaran dan nilai farmer's share.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasar uraian di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis usaha tani pisang barangan yang terjadi di daerah penelitian?
2. Bagaimana rantai pemasaran pisang barangan di desa Lau Rakit Kecamatan STM Hilir Kabupaten Deli Serdang dan masing-masing saluran pemasaran berdasarkan pola pemasaran yang terbentuk. persentase margin pemasaran (share margin), efisiensi pemasaran?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis jumlah penerimaan dan pendapatan usahatani di Desa Lau Rakit
2. Untuk menganalisis mata rantai pemasaran dan efisiensi pemasaran pisang barangan di Desa Lau Rakit

## **D. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi petani pisang, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan yang berkaitan dengan pemasaran pisang
2. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan tambahan pengetahuan serta sumber wacana bagi pembaca yang berminat pada pembahasan mengenai permasalahan pemasaran dan sebagai referensi dalam penelitian pemasaran dimasa yang akan datang.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Pisang Barangan

Pisang merupakan salah satu buah unggulan Indonesia. Walaupun bukan tergolong buah yang eksklusif, pisang selalu diminati oleh masyarakat sejak dulu. Tanaman pisang adalah tanaman buah berupa herba yang berasal dari kawasan Asia Tenggara. Tanaman ini kemudian menyebar ke Afrika (Madagaskar), Amerika Selatan dan Amerika Tengah.

Pisang dapat tumbuh di daerah tropis baik di dataran rendah maupun dataran tinggi dengan ketinggian tidak lebih dari 1.600 m di atas permukaan laut (dpl). Suhu optimum untuk pertumbuhan adalah 27°C, dan suhu maksimumnya 38°C, dengan keasaman tanah (pH) 4,5-7,5. Curah hujan 2000-2500 mm/tahun atau paling tidak 100 mm/bulan (BPTP, 2008).

Berdasarkan manfaatnya, pisang dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu pisang serat, pisang hias dan pisang buah. Pisang serat (*Musa textilis*), bagian yang dimanfaatkan bukan buahnya, tetapi serat batangnya yang digunakan untuk pembuatan tekstil. Contoh pisang serat adalah pisang abaka. Pisang hias umumnya ditanam sebagai tanaman hias yang dapat mempercantik tanaman. Contoh pisang hias adalah pisang kipas dan pisang-pisangan. Pisang buah (*Musa paradisiaca*) di tanam dengan tujuan untuk dimanfaatkan buahnya. Supriyadi dan Satuhu (2008), menjelaskan bahwa buah pisang mengandung banyak mineral seperti kalium, magnesium, fosfor dan kalsium, vitamin B, vitamin B6, vitamin C, serta mengandung serotonin yang aktif sebagai neurotransmitter untuk kelancaran fungsi otak. Bila dibandingkan dengan

buah apel, nilai energi buah pisang bernilai lebih tinggi, yaitu 136 kalori per 100 g, sedangkan buah apel hanya 54 kalori per 100 g. Buah pisang yang akan dipanen disesuaikan dengan tujuannya. Untuk tujuan konsumsi lokal atau keluarga, panen dilakukan setelah buah tua atau bahkan sudah ada yang masak di pohon. Sedangkan untuk ekspor atau ke pasar, pisang dipanen tidak terlalu tua (derajat ketuaan 75-85%), tetapi sudah masak fisiologis (kadar patinya sudah maksimum). Pada keadaan ini kualitas buah cukup baik dan mempunyai daya simpan cukup lama (BPTP, 2008). Peluang pasar buah pisang masih cukup besar untuk pasar dalam negeridan pasar luar negeri. Potensi pasar dalam negeri untuk pisang akan meningkat terus pada masa mendatang. Pisang (*Musa paradisiaca. L*) jika diusahakan secara agribisnis dapat menunjang perekonomian masyarakat, karena secara prospek pasar cukup menjamin, baik pasar lokal maupun pasar dunia. Cuma perlu ada upaya penanganan pasca panen untuk mendapatkan pisang yang berkualitas dan pasca panen untuk menjamin mutu sampai ke konsumen (Deptan, 2012).

Morfologi Tanaman Pisang Barangan Kedudukan pisang barangan dalam taksonomi tumbuhan adalah sebagai berikut:

Kerajaan	:	Plantae
Divisio	:	Spermatophyta
SubDivisi	:	Angiospermae
Kelas	:	Monocotyledonae
Ordo	:	Scitaminae
Famili	:	Musaceae
SubFamili	:	Muscoideae
Genus	:	Musa
Spesies	:	<i>Musa paradisiaca sapientum L</i>

## 2. Pemasaran

Pemasaran dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya, dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam seluruh kegiatan produksi dan pemasaran tersebut (Daniel. 2004). Menurut Stanton (1991) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Kotler (1994) mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan

mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Shinta. 2011). Kotler dan Keller (1994) untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran yaitu saluran komunikasi, saluran distribusi, dan saluran layanan. Saluran distribusi digunakan untuk menggelar, menjual, atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna. Saluran distribusi mencakup distributor, pedagang grosir, pengecer, dan agen.

### **3. Efisiensi Pemasaran**

Maksimisasi dari ratio input dan output. Input berupa biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan hasil produksi. Sedangkan output adalah kepuasan dari konsumen. Perubahan yang mengurangi biaya input tanpa mengurangi kepuasan konsumen akan meningkatkan efisiensi sedangkan perubahan yang mengurangi biaya input tetapi mengurangi kepuasan konsumen akan menurunkan efisiensi pemasaran (Soekartawi 2002).

### **4. Saluran dan Lembaga Tataniaga**

Kotler (2001), mengatakan bahwa saluran tataniaga terdiri dari serangkaian lembaga tataniaga atau perantara yang akan memperlancar kegiatan tataniaga dari tingkat produsen sampai ke tingkat konsumen. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran terdiri dari tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar, agen penjualan, dan pengecer. Soekartawi (1991), menjelaskan bahwa peranan lembaga tataniaga yang terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang

pengumpul, eksportir, importir menjadi sangat penting. Lembaga tataniaga ini khususnya bagi negara berkembang yang dicirikan dengan lemahnya pemasaran hasil pertanian akan menentukan mekanisme pasar. Angipora (1999), salah satu faktor yang tidak boleh diabaikan dalam usahatani adalah memilih secara tepat saluran tataniaga (*channel of marketing*) yang akan digunakan dalam rangka penyaluran barang/jasa dari produsen ke konsumen. Fungsi dan peranan saluran tataniaga sebagai salah satu kegiatan pemasaran dalam menyalurkan barang dan jasa merupakan kegiatan yang sangat penting. Kegiatan pemasaran yang berkaitan dengan produk, penetapan harga dan promosi, yang dilakukan belum dapat dikatakan sebagai usaha terpadu kalau tidak dilengkapi dengan kegiatan distribusi. Produk akan bermanfaat dan menjadikan pembeli setia pada produk tersebut jika setiap produk yang dibutuhkan, pembeli dapat memperolehnya dengan mudah. Oleh karena itu, diperlukan saluran tataniaga untuk menyalurkan produk ke tempat yang dapat dijangkau oleh konsumen.

## **5. Margin Tataniaga**

Margin tataniaga (*marketing margin*) didefinisikan sebagai perbedaan harga atau selisih harga yang terjadi di tingkat petani dan harga yang terjadi di tingkat pengecer (Dahl dan Hammond, 1977). Sedangkan Limbong dan Sitorus (1987), mengemukakan bahwa margin pemasaran atau margin tataniaga dapat juga dinyatakan sebagai nilai-nilai dari jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen hingga tingkat konsumen akhir. Margin tataniaga umumnya dianalisa pada komoditi yang sama, pada jumlah yang sama serta pada struktur pasar yang bersaing sempurna. Tetapi tidak selalu harus dalam kondisi pasar yang

bersaing sempurna. Margin tataniaga sering digunakan dalam analisa efisiensi tataniaga. Hal yang menentukan besarnya M (margin total) adalah besarnya margin tataniaga yang didapat oleh setiap lembaga pemasaran dan juga jumlah lembaga pemasaran yang terlibat. Oleh karena itu, marjin total atau perbedaan harga di tingkat pengecer dengan di tingkat petani akan semakin besar, jika lembaga pemasaran yang terlibat semakin besar jumlahnya dengan asumsi margin dari setiap lembaga adalah tetap.

Efisiensi tataniaga dapat diukur melalui efisiensi relatif berupa persentase harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayar konsumen. *Farmer's share* mempunyai hubungan negatif dengan margin tataniaga. Tingginya margin tataniaga akan mengakibatkan rendahnya persentase *farmer's share*.

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Tantri Maharani (2008), melakukan penelitian dengan judul “Analisis Cabang Usaha Tani Sistem Tataniaga Pisang Tanduk”. Pengelolaan usahatani pisang di Desa Nanggerang, Kecamatan Cicurug relatif sederhana dan masih merupakan usaha sampingan. Hal ini terlihat dari masih sederhananya cara budidaya tanaman pisang tanduk yang dilakukan oleh petani. Perlakuan seperti pemupukan dan penyemprotan pestisida belum dilakukan oleh petani dan bibit yang digunakan pun masih berasal dari bibit anakan petani sendiri atau bibit anakan tetangga yang tidak terjamin kualitasnya. Walaupun demikian petani telah melakukan penjarangan terhadap tanaman pisangnya. Petani dalam mengusahakan pisang tanduknya kegiatan yang dilakukan masih sedikit yaitu hanya kegiatan pengolahan lahan,

penanaman, penyiangan/pemeliharaan dan pemanenan. Hal ini disebabkan oleh karena petani menganggap tanaman pisang tanduk sebagai tanaman sampingan. Sedangkan tenaga kerja yang digunakan oleh petani adalah tenaga kerja yang berasal dari dalam keluarga. Hasil yang diperoleh dari perhitungan pendapatan cabang usahatani yaitu biaya totalnya yaitu sebesar Rp 236.549,00,00. Penerimaan yang diperoleh petani pada produksi yang dihasilkan adalah sebesar Rp 250.000,00. Jika dilihat dari nilai imbalan penerimaan dan biaya atau Revenue and Cost Ratio (R/C) total pada usahatani pisang tanduk yang dihasilkan adalah 1,05 yang artinya untuk setiap biaya yang dikeluarkan petani sebesar Rp 1,00 maka petani tersebut akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 1,05. Hal ini merupakan pembuktian secara 76 perhitungan dalam metode penelitian, bahwa kegiatan usahatani pisang tanduk di Desa Nanggerang masih menguntungkan bagi petani, walaupun usahatani tersebut hanya menghasilkan produksi yang sangat rendah. Namun, bila dibandingkan dengan penelitian terdahulu nilai R/C rasio yang diperoleh ini lebih kecil. Hasil yang didapatkan petani seperti produksi pisang tanduk yang masih rendah dan pisang tanduk hanya dijadikan sebagai usaha sampingan saja dari tahun ke tahun. Selain itu juga di Desa Nanggerang belum pernah adanya penyuluhan. Sehingga kurangnya pengetahuan dan informasi petani mengenai teknik budidaya pisang tanduk. Terdapat dua jalur pemasaran yang biasa digunakan oleh petani responden di Desa Nanggerang, yaitu; Jalur Tataniaga I adalah Petani, Pedagang Pengumpul (Tengkulak), Pedagang Besar, Pedagang Pengecer, Konsumen dan Jalur Tataniaga II adalah Petani, Pedagang Pengecer (pedagang jongkok), Konsumen. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat melakukan berbagai fungsi pemasaran. Rantai saluran pada margin

pemasaran memperoleh rasio keuntunganbiaya sebesar 2,50 untuk rantai saluran Tataniaga I. Rasio 2,50 mempunyai arti bahwa setiap Rp 100,00 per tandan biaya pemasaran yang dikeluarkan akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 250,00 per tandan. Rasio keuntungan biaya pada margin pemasaran relatif tinggi terutama pada rantai saluran Tataniaga II yaitu 2,57. Rasio 2.57 mempunyai arti bahwa setiap Rp 100,00 per tandan biaya pemasaran yang dikeluarkan akan memberikan keuntungan sebesar Rp 257,00 per tandan. Perbedaan nilai rasio yang tinggi antara rantai saluran Tataniaga I dan 77 rantai saluran Tataniaga II disebabkan adanya perbedaan dalam pengeluaran biaya pemasaran di tingkat petani dan pedagang pengecer. Pedagang pengecer memperoleh keuntungan paling besar karena berhadapan langsung dengan konsumen akhir. Jadi, usahatani pisang tanduk di Desa Nanggerang ini belum berkembang. Hal ini dibuktikan dengan petani yang hanya mampu menghasilkan pisang dalam peningkatan kuantitas, namun tidak diikuti dengan peningkatan kualitas. Sehingga pada akhirnya, pisang khususnya pisang tanduk yang dihasilkan hanya mampu memenuhi pasar-pasar tradisional dengan harga yang kalah bersaing dengan pisang impor, sehingga petani kurang tertarik untuk membudidayakan pisang tanduk secara intensif.

## **B. Kerangka Pemikiran**

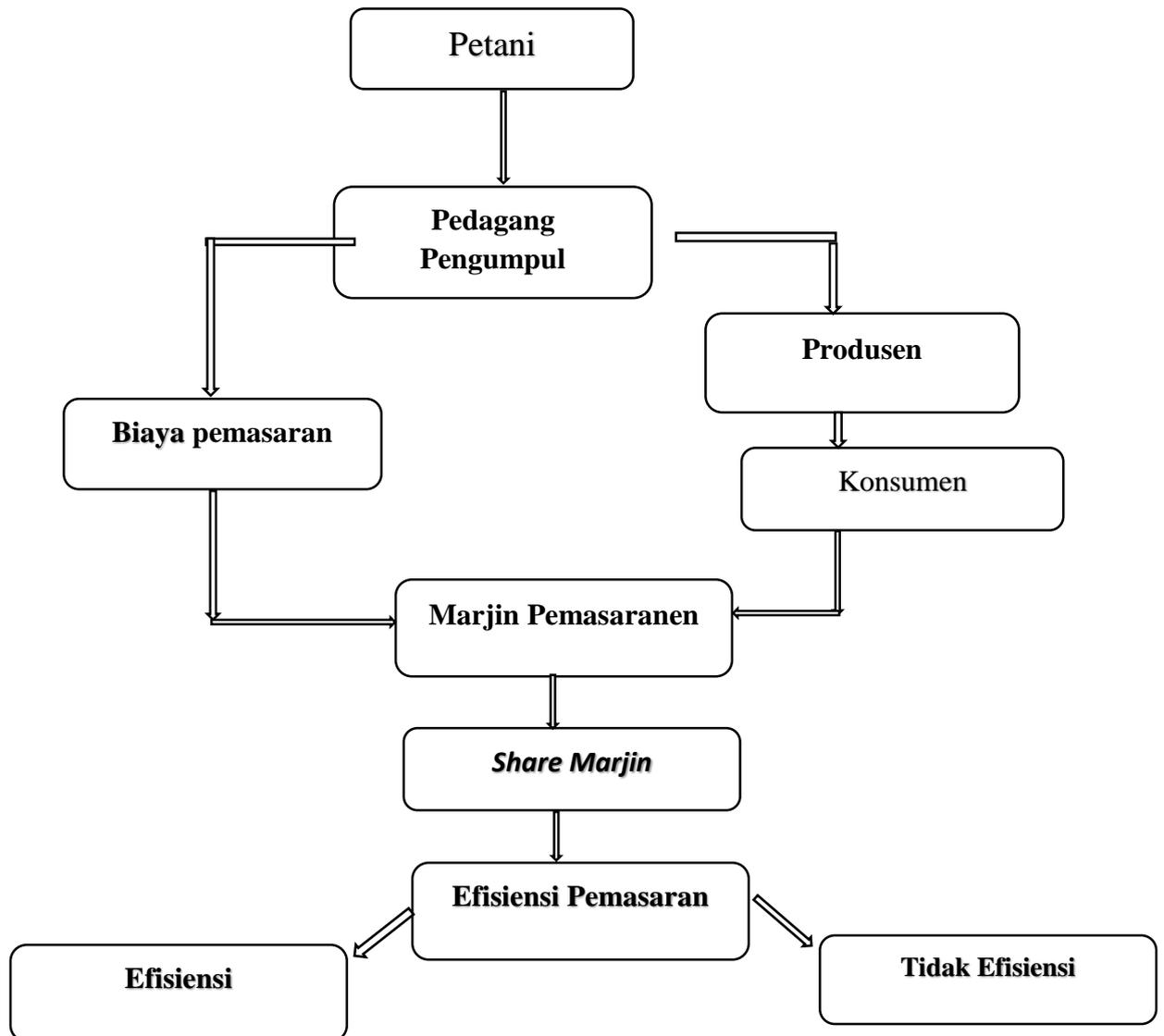
Di dalam pemasaran pisang barangan di tempat peneliti ada beberapa pihak yang terlibat dalam saluran pemasaran yaitu petani, pedagang pengumpul, produsen, dan konsumen. Petani menjual kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul akan menjadi sentral penjualan pisang barangan di tempat

penelitian, kemudian produsen akan memasarkan kepada konsumen yang ada di pasar.

Setiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsinya masing- masing dan setiap lembaga pasti akan berbeda fungsi dengan lembaga yang lain. Adapun fungsi lembaga tersebut ialah Pembelian, Penjualan, Pengangkutan, Penyimpanan, Standarisasi, Pengambilan resiko, Pembiayaan, Informasi pasar.

Semakin panjang mata rantai pemasaran maka akan semakin tinggi harga yang ada di pasar hingga sampai ke konsumen. Demikian juga sebaliknya, semakin pendek mata rantai pemasaran maka semakin rendah harga yang ada di penjualan akhir.

Adapun skema kerangka pemikiran pemasaran pisang barangan di tempat penelitian yaitu :



**Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran**

### **E. Hipotesis**

1. Diduga terdapat beberapa pola saluran pisang barangan di Desa Lau Rakit Kec. TM Hilir Kab. Deli Serdang dan semakin pendek pola saluran pemasaran pisang yang ada di Desa Lau Rakit, maka semakin efisien dari segi ekonomis saluran pemasaran dan masing-masing lembaga pemasaran Pisang barangan yang terlibat dalam pemasaran pisang barangan di Desa Lau Rakit menjalankan tugas dan fungsi pemasaran yang berbeda.
2. Diduga petani pisang barangan di Desa Lau Rakit tidak maksimal dalam melakukan usahatani pisang barangan

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dan pada masalah yang aktual. Data yang ada dikumpulkan, disusun, dijelaskan, dan kemudian dianalisa. Metode ini sering disebut juga sebagai metode analitik. Teknik pelaksanaan yang digunakan adalah survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

### **B. Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Metode Penentuan Daerah Sampel**

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja atau purposive, yaitu penentuan daerah sampel yang diambil secara sengaja berdasarkan pertimbangan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.

Penentuan daerah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada kriteria tertentu yaitu daerah sampel merupakan sentral penghasil pisang barangan di Desa Lau Rakit dan usahatani pisang barangan di daerah tersebut masih memiliki potensi untuk dikembangkan. Berdasarkan kriteria tersebut maka peneliti secara sengaja memilih Desa Lau Rakit sebagai daerah penelitian dimana Desa Lau Rakit merupakan salah satu daerah sentra penghasil pisang dengan salah satu produksi terbesar di Kabupaten Deli Serdang.

## 2. Metode Pengambilan Petani Sampel

Pengambilan petani sampel dilakukan dengan menggunakan metode proporsional stratified random sampling, yaitu pengambilan sampel dengan mengelompokkan populasi kedalam beberapa kelompok yang memiliki ciri -ciri yang sama, kemudian memilih secara simple random sampling anggota populasi dari masing-masing kelompok secara proporsional yang diinginkan. Populasi yang diambil adalah 30 sample petani dan saluran pemasaran pisang barangan. Usahatani pisang barangan di Desa Lau Rakit merupakan usahatani keluarga. Usahatani keluarga pada umumnya berlahan sempit karena penggunaan lahannya kurang dari 0,5 hektar. Pengukuran luas lahan usahatani diukur berdasarkan luas lahan per tanaman, yaitu jumlah seluruh tanah yang dapat ditanami atau diusahakan. Meskipun termasuk dalam usahatani keluarga, penggunaan lahan sebagian besar masyarakat di Desa Lau Rakit adalah petani pisang barangan. Data yang dianalisis harus menggunakan jumlah sampel yang besar sehingga dapat mengikuti distribusi normal. Sampel yang tergolong sampel besar yang distribusinya normal adalah sampel yang jumlahnya lebih besar atau sama dengan 30. tiap dusun dan jumlah petani sampel tiap kelompok digunakan rumus:

$$S = \frac{n}{N} \times N1$$

Keterangan :

S : Jumlah petani sampel dari setiap dusun/kelompok

n : Jumlah sampel yang diambil

N : Jumlah populasi

N1 : Jumlah anggota tiap dusun/strata

### 3. Metode Pengambilan Lembaga Pemasaran

Penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode snow ball sampling, yaitu cara pengambilan sampel yang padamulanya menggunakan sejumlah kecil sampel kemudian secara berjenjang bertambah hingga sampel yang diambil menjadi besar. Aplikasi metode ini dengan menggunakan sejumlah kecil individu atau kelompok orang untuk ditanyai menyangkut hal-hal tertentu, kemudian individu atau kelompok tersebut diminta untuk menunjukkan individu atau kelompok lain yang mereka kenal dan mengerti tentang seluk beluk masalah yang ditanyakan.

Metode snow ball sampling dipakai dalam penelitian ini, karena memungkinkan peneliti untuk menemukan rangkaian saluran pemasaran pisang barangan mulai dari petani hingga ke konsumen akhir. Pelaksanaan metode ini dengan menentukan petani sebagai lembaga pemasaran tingkat pertama, kemudian mengikuti aliran produksi pisang barangan dari petani sampai ke konsumen akhir.

### **C. Jenis dan Sumber Data**

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data utama dalam penelitian ini yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah disiapkan. Responden dalam penelitian ini meliputi petani sampel dari Desa Lau Rakit serta pedagang pisang Barangan di Kabupaten Deli Serdang yang terdiri dari pedagang pengumpul kecamatan, pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer. Data yang diambil meliputi identitas responden, biaya, penerimaan, dan keuntungan pemasaran pisang barangandi Desa Lau Rakit.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang untuk penelitian ini yang dicatat secara sistematis dan dikutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data pelengkap meliputi kondisi umum wilayah Desa Lau Rakit serta kondisi usahatani pisang barangan di Desa Lau Rakit.

### **D. Tehnik Pengumpulan Data**

#### 1. Wawancara

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data primer yang merupakan data utama dalam penelitian yaitu dengan melakukan wawancara langsung kepada responden yang berdasarkan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara dilakukan terhadap petani responden di Desa Lau Rakit dan serta pedagang pisang barangan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh

informasi yang mendalam mengenai kondisi riil usahatani pisang dan pemasaran pisang di di Desa Lau Rakit.

## 2. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai daerah yang akan diteliti. Peneliti melakukan observasi terhadap petani pisang barangan kentang di Desa Lau Rakit untuk mengetahui kondisi usahatani pisang barangan di daerah penelitian. Selain itu, observasi juga dilakukan terhadap pedagang pisang barangan untuk mengamati berlangsungnya proses pemasaran pisang barangan di Kabupaten Deli Serdang.

## 3. Pencatatan

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkandata sekunder, yaitu dengan mencatat data-data yang ada pada instansi pemerintah atau lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari Kantor Kecamatan dan Kantor Kepala Desa. Data yang dicatat terkait dengan kondisi usahatani pisang barangan baik yang berupa data utama yang tercantum dalam hasil penelitian maupun data penunjang yang tidak tercantum dalam hasil penelitian.

## **E. Metode Analisis Data**

### 1. Saluran Pemasaran

Mengetahui saluran pemasaran pisang barangan di Desa Lau Rakit, dilakukan dengan cara mengikuti aliran produksi pisang barangan dari petani sampai ke konsumen akhir. Tiap lembaga pemasaran yang merangkai saluran pemasaran menjalankan fungsi-fungsi pemasaran. Dengan merunut saluran pemasaran pisang,

dapat diketahui peranan yang dijalankan oleh masing-masing lembaga pemasaran dalam proses pemasaran pisang

Mengetahui besarnya biaya pemasaran dan margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran dilakukan dengan cara menghitung besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada tiap lembaga pemasaran pada berbagai saluran pemasaran pisang yang adadi Desa Lau Rakit.

a. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

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

Dimana :

$B_p$  : Biaya pemasaran pisang

$B_{p1}, B_{p2}, \dots, B_{pn}$  : Biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran pisang

b. Keuntungan pemasaran

Keuntungan pada tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran pisang di Desa Lau Rakit dirumuskan sebagai berikut:

$$K_{pn} = P_{sn} - P_{bn} - B_{pn}$$

Dimana :

$K_{pn}$  : Keuntungan lembaga pemasaran ke- n

$P_{sn}$  : Harga jual pisang lembaga pemasaran ke- n

$P_{bn}$  : Harga beli pisang lembaga pemasaran ke- n

$B_{pn}$  : Biaya pemasaran pisang lembaga k- n

Keuntungan pemasaran adalah penjumlahan dari keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran, dirumuskan :

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

Dimana :

$K_p$  : Keuntungan pemasaran pisang

$K_{p1} + K_{p2} + \dots + K_{pn}$  : Keuntungan tiap lembaga pemasaran pisang

c. Menghitung Persentase Margin (*Share Margin*)

$$S_m = \frac{P_p}{P_k} \times 100$$

Keterangan:

$S_m$  = Persentase pemasaran (*Share Margin*) dihitung dalam persen (%)

$P_p$  = Harga yang diterima produsen dan pedagang perantara

$P_k$  = Harga yang dibayar oleh konsumen

#### d. Menghitung Efisiensi pemasaran

menyatakan bahwa efisiensi tataniaga dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$E_p = \frac{Z+Z_m}{C+C_m}$$

Keterangan:

$E_p$  = Efisiensi Tataniaga

$Z$  = Keuntungan petani (Rp)

$Z_m$  = Keuntungan pedagang perantara (Rp)

$C$  = Biaya pemasaran petani (Rp)

$C_m$  = Biaya pemasaran pedagang perantara (Rp)

Jika,  $E_p > 1$ , maka efisien dan  $E_p < 1$ , maka tidak efisien.

## 2. Usahatani

Pendapatan usahatani dibedakan pendapatan atas biaya tunai yaitu biaya yang benar-benar dikeluarkan oleh petani, dan pendapatan atas biaya total di mana semua input milik keluarga juga diperhitungkan sebagai biaya dalam periode tertentu (dalam hal ini dalam jangka waktu satu tahun) (Soekartawi, *et al*, 1986). Secara umum pendapatan merupakan hasil pengurangan antara penerimaan total (*Total Revenue*), dengan sejumlah biaya yang dikeluarkan. Penerimaan usahatani pisang merupakan nilai dari penjualan produksi total pisang selama satu tahun.

- a. Perhitungan pendapatan usahatani atas biaya tunai dapat dituliskan secara matematis terlihat berikut ini yaitu:

$$Y_{\text{Tunai}} = TR - BTU - BD$$

$$TR = P \cdot Q$$

Dimana :

$Y_{\text{Tunai}}$  = Pendapatan Tunai petani pisang (rupiah)

$TR$  = Penerimaan total petani pisang (hasil kali jumlah fisik produk dengan harga)

$BTU$  = Biaya Tunai (rupiah)

$BD$  = Biaya yang diperhitungkan (rupiah)

$P$  = Harga Buah Pisang tanduk (rupiah)

$Q$  = Jumlah Buah Pisang Tanduk (tandan)

- b. Sedangkan untuk perhitungan pendapatan atas biaya total adalah sebagai berikut, yaitu :

$$Y_{\text{Total}} = TR - BTO$$

Dimana :

$Y$  = Pendapatan Total petani pisang (rupiah)

$TR$  = Penerimaan total petani pisang (hasil kali jumlah fisik produk dengan harga)

$BTO$  = Biaya Total (rupiah)

- c. Biaya penyusutan alat-alat pertanian diperhitungkan dengan membagi nilai pembelian yang dikalikan dengan jangka usia ekonomis pemakaian. Metode yang digunakan adalah metode garis lurus, yaitu diasumsikan nilai sisa tidak selalu dianggap nol. Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Biaya Penyusutan} = \frac{(\text{Nb} - \text{Ns})}{\text{N}}$$

Keterangan :

Nb = Nilai pembelian (Rp)

Ns = Nilai sisa (Rp)

N = Umur ekonomis (tahun)

d. Analisis Ratio (R/C Ratio)

Analisis R/C ratio dilakukan untuk mengetahui efisiensi usahatani, yang dapat diketahui dari perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya pada masing-masing usahatani. Analisis imbalan penerimaan dan biaya tersebut dinamakan R/C rasio, yang secara matematis dapat dituliskan :

$$\text{R/C Rasio} = Q \times Pq$$

Dimana :

Q = Total Produksi Pisang (tandan)

Pq = Harga Persatuan Produksi (rupiah)

Atau dapat pula dituliskan :

$$\text{R/C Rasio} = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

R/C Rasio menunjukkan besarnya penerimaan untuk setiap rupiah biaya yang dikeluarkan dalam usahatani pisang. Semakin tinggi nilai R/C, semakin menguntungkan usahatani tersebut. Adapun nilai R/C Ratio ini dikatakan pengusahaannya apabila memiliki nilai lebih besar dari satu. Rasio R/C menunjukkan besarnya penerimaan untuk setiap rupiah biaya yang dikeluarkan

dalam usahatani pisang tanduk. Semakin tinggi nilai R/C ratio, ( $R/C > 1$ ) maka usahatani tersebut menguntungkan untuk diusahakan, sementara jika R/C ratio kurang dari satu ( $R/C < 1$ ) maka usahatani tersebut tidak menguntungkan.

### **Arus Penerimaan**

Produksi kotor = A Tandan

Harga Satuan Produk = Rp B

Total Penerimaan ( $A \times B$ ) = Rp C

### **Arus Pengeluaran**

Biaya Tunai

- Biaya Pupuk = Rp D

- Biaya Pajak = Rp E

Total Biaya Tunai ( $D + E$ ) = Rp F

Biaya Diperhitungkan

- Penyusutan = Rp G

- Tenaga Kerja Keluarga = Rp H

Total Biaya diperhitungkan ( $G + H$ ) = Rp I

Total Seluruh Pengeluaran ( $F + I$ ) = Rp J

Pendapatan atas Biaya Tunai ( $C - F$ ) = Rp K

Pendapatan atas Biaya Total ( $C - J$ ) = Rp L

Analisis Rasio/Imbangan Penerimaan dan Biaya Tunai ( $C / F$ ) = Rp M

Analisis Rasio/Imbangan Penerimaan dan Biaya Total ( $C / J$ ) = Rp N

## F. Definisi Dan Batasan Operasional

1. Petani yang dimaksud dalam penelitian ini adalah petani yang membudidayakan Pisang barangan
2. Pisang yang dimaksud dalam penelitian adalah pisang Spesies *Musa Paradisiaca Sapientum L*
3. Ruang lingkup pemasaran dalam penelitian adalah pemasaran pisang barangan yang diproduksi dari Desa Lau Rakit.
4. Lembaga pemasaran pisang adalah badan atau perantara yang melakukan fungsi pemasaran untuk mendistribusikan pisang dari petani ke konsumen.
5. Pedagang pengumpul desa adalah orang atau lembaga yang secara langsung berhubungan dengan petani yang melakukan transaksi jual beli pisang dan berkedudukan didesa.
6. Pedagang pengumpul luar daerah adalah orang atau lembaga yang melakukan transaksi jual beli pisang yang kemudian dijual kepada pedagang besar di pasar induk luar kota.
7. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli Pisang dari lembaga pemasaran sebelumnya, kemudian menjualnya langsung pada konsumen.
8. Konsumen adalah orang yang membeli pisang untuk dikonsumsi sesuai dengan tingkat kebutuhan.
9. Saluran pemasaran pisang adalah rangkaian lembaga- lembaga pemasaran yang dilalui dalam penyaluran pisang dari petani ke konsumen.
10. Harga pisang ditingkat petani adalah harga yang diterima petani ketika menjual pisang dan dinyatakan dalam rupiah per kilogram (Rp/kg).

11. Harga jual pisang ditingkat lembaga pemasaran adalah harga yang diterima oleh suatu lembaga pemasaran ketika menjual pisang dan dinyatakan dalam rupiah per kilogram (Rp/kg).
12. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran untuk kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Biaya pemasaran pisang diukur dengan menjumlahkan seluruh biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran pisang dan dinyatakan dalam rupiah (Rp).
13. Keuntungan pemasaran adalah selisih antara harga jual dengan harga beli dan biaya pemasaran yang diterima oleh suatu lembaga pemasaran. Keuntungan pemasaran pisang diukur dengan menjumlahkan keuntungan pemasaran yang diperoleh tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran pisang dan dinyatakan dalam rupiah (Rp).
14. Margin pemasaran adalah perbedaan antara berapa yang dibayarkan oleh konsumen dan berapa yang diterima oleh petani untuk produk pertaniannya. Margin pemasaran diukur dengan membandingkan harga pisang ditingkat konsumen dengan harga pisang ditingkat petani dan dinyatakan dalam rupiah (Rp).
15. Efisiensi pemasaran pisang secara ekonomis diukur dengan melihat margin pemasaran dan bagian yang diterima petani (farmer's share). Semakin kecil nilai margin pemasaran, maka pemasaran semakin efisien. Selain itu, pemasaran pisang dapat dikatakan efisien secara ekonomis apabila bagian yang diterima petani (farmer's share) nilainya lebih dari 50 %.

## **DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN DAN KARAKTERISTIK SAMPEL**

### **A. Deskripsi Daerah Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Desa Lau Rakit Kecamatan STM Hilir, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, dengan luas wilayah 615 ha. Desa Lau Rakit yang terdiri dari 3 Dusun dan dimukimi oleh 1.885 jiwa Daerah penelitian beriklim sedang, terdiri dari iklim/musim hujan dan musim kemarau. Kedua iklim ini dipengaruhi oleh 2 (dua) arah angin yaitu angin laut dan angin pegunungan, dimana sebelah selatan berbatasan dengan bukit kecil dan tinggi dari permukaan laut sebesar 190 s/d 500 m. Desa Lau Rakit memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Peria- ria
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Siguci
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Penungkiran
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Talapeta

### **B. Keadaan Penduduk**

Penduduk Desa Lau Rakit berjumlah 1885 jiwa dengan jumlah 439 KK. Untuk lebih jelasnya, keadaan penduduk menurut Desa dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Penduduk Menurut Desa/Dusun dan Jenis Kelamin di Lau Rakit**

No	Dusun	Penduduk		
		Laki- laki	Perempuan	Jumlah
1	I	256	263	519
2	II	269	265	534
3	III	279	247	526
Jumlah Total		804	775	1.579

*Sumber : Kantor Kepala Desa Lau Rakit, 2015*

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui distribusi penduduk menurut Desa dan jenis kelamin. Jumlah penduduk Desa Lau Rakit berjumlah 1.579 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebesar 804 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebesar 775 jiwa.

**Tabel 2. Distribusi Penduduk Menurut Kelompok Umur di Desa Lau Rakit**

Kelompok umur ( Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Usia 0-6	210	13,29
Usia 7-20	476	30,14
Usia 21-50	681	43,12
Usia 50 keatas	212	13,42
Jumlah	1.579	100

*Sumber : Kantor Kepala Desa Lau Rakit, 2015*

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa golongan umur 21-50 tahun merupakan golongan dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu 681 jiwa dengan persentase sebesar 43,12%. Sedangkan jumlah penduduk yang sedikit adalah golongan umur 0-6 tahun yaitu 210 jiwa dengan persentase 13,29%.

**Tabel 3. Komposisi Penduduk Menurut Agama di Desa Lau Rakit**

<b>Nomor</b>	<b>Agama</b>	<b>Jumlah Penduduk</b>	<b>Persentasi</b>
1	Islam	73	3,87
2	Hindu	35	1,85
3	Kristen	969	51,40
4	Katholik	808	42,86
<b>Total</b>		<b>1.885</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kantor Kepala Desa Lau Rakit, 2015*

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa komposisi jumlah pemeluk agama Kristen dan Katholik menduduki peringkat I dan II dengan jumlah penduduk sebesar 969 jiwa atau 51,40% dan 808 jiwa atau 42,86%.

**Tabel 4. Distribusi Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan di Desa Lau Rakit**

<b>No</b>	<b>Uraian</b>	<b>Jumlah Penduduk (Jiwa)</b>	<b>Persentase</b>
1	Petani/ Pekebun	724	45,85
2	PNS	19	1,20
3	TNI/ POLRI	5	0,31
4	Wiraswasta	200	12,66
5	Lain- lain	631	39,96
<b>Total</b>		<b>1.579</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kantor Kepala Desa Lau Rakit, 2015*

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa penduduk di daerah penelitian memiliki pekerjaan yang beragam. Penduduk di Desa Lau Rakit mayoritas bekerja sebagai petani dengan jumlah 724 jiwa atau 45,85%. Selanjutnya penduduk yang bekerja sebagai usaha lain- lain berjumlah 631 jiwa atau 39,96%. Penduduk yang bekerja sebagai pegawai negeri berjumlah 19 jiwa atau 1,20% kemudian penduduk yang bekerja sebagai karyawan swasta berjumlah 200 jiwa atau 12,66% dan juga sebagai TNI/POLRI yaitu 5 jiwa atau 0,31 %.

### C. Karakteristik Sampel

#### 1. Petani Sampel

Petani sampel dalam penelitian adalah petani yang membudidayakan pisang barangan yang ada di daerah penelitian, yaitu di Desa Lau Rakit Kecamatan STM Hilir, Kabupaten Deli Serdang. Karakteristik sampel meliputi: umur, pendidikan, jumlah tanggungan, pengalaman bertani, luas lahan petani, dan volume penjualan pisang barangan. Karakteristik petani sampel dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 5. Karakteristik Petani Sampel di Daerah Penelitian**

No	Uraian	Satuan	Rentang	Rata- rata
1	Umur	Tahun	27-70	165
2	Lama Bertani	Tahun	1-50	11,7
3	Jumlah Tanggungan	Jiwa	1-9	5,4
4	Luas Lahan	Ha	0,24-1.66	0,62
	<b>Volume Penjualan</b>	<b>Sisir/minggu</b>	<b>21-350</b>	<b>165</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2017*

## 2. Pedagang Perantara

### ➤ Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah para pedagang yang membeli pisang barangan langsung dari petani yang berada di Desa Lau Rakit. Pedagang pengumpul di daerah penelitian biasanya menjual kembali pisang barangan ke agen dan pedagang pengecer yang berada di luar daerah penelitian. Namun, ada juga pedagang pengumpul yang bertindak langsung sebagai pedagang pengecer dan menjualnya langsung ke konsumen di pasar luar daerah penelitian. Karakteristik pedagang pengumpul dalam penelitian ini meliputi umur, pendidikan, pengalaman, jumlah tanggungan, dan volume pembelian.

**Tabel 6. Karakteristik Pedagang Pengumpul Daerah**

No	Uraian	Satuan	Rentang	Rata- rata
1	Umur	Tahun	35-40	37
2	Jumlah Tanggungan	Jiwa	4-6	5
3	Lama Berusaha	Tahun	1-4	2
4	Pendidikan	Tahun	9-12	11
5	Volume Pembelian	Sisir/ Minggu	500-1.000	833

*Sumber: Data Primer Diolah, 2017*

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa rata-rata umur pedagang pengumpul daerah adalah 37 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang pengumpul daerah masih termasuk kategori usia produktif. Sehingga dapat diartikan bahwa pedagang pengumpul daerah masih sangat berpotensi untuk meningkatkan produktivitas pemasaran pisang barangan. Lama pendidikan formal pedagang pengumpul daerah dihitung dalam tahun. Rata-rata pendidikan pedagang

pengumpul daerah adalah 11. Rata-rata pembelian pisang barangan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul daerah yaitu 883 sisir dalam seminggu.

➤ **Agen Luar Daerah**

Agen luar daerah adalah pedagang perantara yang membeli pisang barangan dari pedagang pengumpul yang berada di daerah penelitian. Pisang barangan yang dibeli dari pedagang pengumpul daerah masih dalam keadaan belum matang. Terdapat 2 (dua) agen luar daerah yang diketahui melalui penelusuran dari pedagang pengumpul daerah.

**Tabel 7. Karakteristik Agen Luar Daerah**

No	Uraian	Satuan	Rentan	Rata- rata
1	Umur	Tahun	43-45	44
2	Pendidikan	Tahun	12	12
3	Pengalaman	Tahun	2-4	3
4	Jumlah Tanggungan	Jiwa	4-5	4
5	Volume Pembelian	Sisir/ Minggu	1.000	1.000

*Sumber: Data Primer Diolah*

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa rata-rata umur agen luar daerah adalah 44 tahun dengan rata-rata pendidikan yaitu 12 tahun. Sedangkan rata-rata pengalaman sebagai agen adalah 3 tahun dengan jumlah tanggungan rata-rata adalah 4,5 jiwa. Volume pembelian rata-rata pisang barangan oleh pedagang pengumpul luar daerah selama seminggu adalah 1.000 sisir.

➤ **Pedagang Pengecer**

Pedagang pengecer luar daerah adalah pedagang yang membeli pisang barangan dari agen luar daerah maupun langsung dari pedagang pengumpul yang

di antarkan ke pajak yang telah di tentukan. Pedagang pengecer dalam hal ni menyalurkan pisang barangan langsung ke konsumen. Pedagang pengecer adalah pedagang yang memiliki resiko tinggi terhadap harga berkembang di pasar dikarenakan pedagang pengecer harus mampu berlomba dengan pengaruh waktu dan kerusakan fisik terhadap harga pisang barangan.

**Tabel 8. Karakteristik Pedagang Pengecer Luar Daerah**

No	Uraian	Satuan	Rentan	Rata- rata
1	Umur	Tahun	41-50	36
2	Pendidikan	Tahun	9-12	10
3	Pengalaman	Tahun	2-4	3
4	Jumlah tanggungan	Jiwa	4-7	5
5	Volume Pembelian	Sisir/ Minggu	150-250	200

*Sumber: Data Primer Diolah, 2017*

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa rata-rata umur pedagang pengecer adalah 36 tahun dengan rata-rata lama pendidikan 10 tahun. Sedangkan rata-rata pengalaman sebagai pedagang pengecer pisang barangan selama 3 tahun dengan jumlah tanggungan rata-rata adalah 5 jiwa. Pedagang pengecer pisang barangan melakukan pembelian pisang barangan rata-rata 200 sisir dalam seminggu.

**Tabel 9. Berdasarkan Luas Pengelolaan Lahan Pisang Barangan di Desa Lau Rakit**

<b>Luas Lahan (Ha)</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentasi (%)</b>
0,24- 0,5	17	56,7
0,3- 1	12	40
1, 66	1	3,0
Jumlah	30	100

*Sumber: Lampiran 1*

#### **D. Teknik Budi Daya Tanaman Pisang Barangan**

Teknik budidaya tanaman pisang barangan yang dilakukan oleh Penduduk Desa Lau Rakit, yaitu kegiatan persiapan lahan dan pengolahan lahan, kegiatan penanaman, kegiatan pemeliharaan dan kegiatan pemanenan. Kegiatan persiapan lahan dan pengolahan lahan meliputi kegiatan pencangkulan sampai dengan pembuatan lubang tanam. Kegiatan penanaman yaitu menanam bibit anakan tanaman pisang. Kegiatan pemeliharaan meliputi kegiatan pemupukan, pemberantasan hama dan penyakit dan pembuangan daun kering. Kemudian kegiatan pemanenan merupakan kegiatan mengambil buah pisang yang sudah siap panen.

#### **E. Kegiatan Penanaman**

Pada umumnya petani responden cara penanamannya pun bervariasi, dimana menanam pisang di pinggiran-pinggiran tanaman yaitu seperti jagung, cabe dan pepaya sebagai tanaman tumpang sari.

Jarak tanam yang digunakan oleh petani responden yang menanam dalam petakan lahan rata-rata adalah 3 x 3 meter atau 3 x 4 meter. Sedangkan pisang

baranga yang ditanam di pinggiran-pinggiran kebun petani menanam dengan jarak rata-rata enam meter. Hal ini dilakukan karena untuk mencegah daun pisang yang saling bersinggungan satu sama lain. Sehingga tanaman pisang tersebut dapat tumbuh dengan optimal. Pisang-pisang yang dihasilkan oleh petani responden di Desa Lau Rakit sangat beragam. Pada umumnya petani responden menanam pisang secara tidak teratur dilihat dari jenis atau varietasnya. Jadi, dalam satu tempat bisa terdapat dua (2) macam jenis pisang. Pisang yang dihasilkan oleh petani responden di Desa Lau Rakit adalah antara lain: jenis pisang barangan dan pisang molen. Tetapi pisang yang paling banyak ditanam oleh petani responden di lokasi penelitian adalah jenis pisang barangan.

Teknik budidaya yang diterapkan oleh petani responden di Desa Lau Rakit pada umumnya masih belum intensif. Hal ini dikarenakan banyaknya penyakit yang di derita petani pisang barangan yang tidak ada obat untuk mengatasinya.

## **F. Pemeliharaan**

Setelah kegiatan persiapan dan pengolahan lahan, penanaman, kemudian kegiatan yang ketiga adalah pemeliharaan. Kegiatan pemeliharaan ini meliputi kegiatan pemupukan, pemberantasan hama dan penyakit dan pembuangan daun-daun kering.

Pemupukan yang intensif selalu diberikan untuk tanaman serupa yang petani tidak terkecuali pisang barangan. Hal ini menunjukkan bahwa petani bertindak seperti itu karena selain keterbatasan modal yang petani responden miliki juga keterbatasan ilmu pengetahuan tentang budidaya pisang barangan itu sendiri. Penyiangan pisang barangan dilakukan bersamaan dengan tanaman lainnya yang

berada di tempat yang sama dengan pisang barangan itu ditanam. Tidak ada waktu khusus bagi petani untuk melakukan kegiatan penyiangan ini. Penyiangan dilakukan dengan cara membersihkan gulma-gulma yang berada disekitar tanaman pisang barangan dan tanaman lainnya dengan menggunakan alat parang, sabit. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan agar dapat tumbuh dengan baik tanpa ada gangguan dari gulma-gulma.

Kegiatan selanjutnya yang sering dilakukan oleh petani responden adalah kegiatan pembersihan tanaman. Perlakuan pembersihan tanaman ini meliputi seperti; pembersihan sisa tanaman bekas panen sebelumnya, pembersihan daun-daun kering dan penjarangan anakan. Daun-daun yang sudah mengering harus dibuang dengan tujuan agar pertumbuhan pisang barangan baik, selain itu juga agar tampak bersih dan rapi. Penjarangan anakan dilakukan apabila pisang barang tersebut sudah mulai tumbuh banyak anakan di sekelilingnya.

### **G. Kegiatan Pemanenan**

Dalam kegiatan pemanenan pisang barangan yang dilakukan oleh rata-rata petani responden yaitu ada petani yang memanen pisang barangan dalam keadaan yang masih mentah. Tanaman pisang barangan ini di Desa Lau Rakit rata-rata dipanen setelah berumur kurang lebih sembilan sampai dengan sepuluh bulan setelah penanaman. Tanaman pisang barangan ini berbuah hanya sekali semasa hidupnya. Jika tanaman pisang barangan ini sudah berbuah maka tanaman pisang tanduk tersebut akan mati. Setelah itu dilanjutkan dengan pemeliharaan tanaman lain yang baru. Panen pisang barangan ini dilakukan secara bertahap tidak dilakukan secara serentak atau keseluruhan, karena pisang barangan berbuah juga

tidak serentak antara tanaman yang satu dengan tanaman yang lainnya walaupun penanamannya bersamaan.

Panen pisang barangan dilakukan secara bertahap, panen pisang barangan ini dilakukan rata-rata satu sampai dua minggu. Ciri-ciri pisang tanduk yang siap dipanen adalah :

1. Umur buah antara 80-110 hari setelah berbunga
2. Tangkai putik pada ujung buah sudah gugur (luruh)
3. Ukuran buah telah maksimum dan warna kulit buah.

Cara panen yang biasa dilakukan oleh petani adalah secara manual. Buah yang masih mentah dipotong menggunakan parang lalu buah pisang barangan dikumpulkan di satu lokasi dan disusun ke dalam pikulan supaya bisa langsung dibawa pulang atau dijual ke tengkulak.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Analisis Usahatani Pisang Barangan**

Subsistem sarana produksi merupakan faktor pengantar produksi dalam usahatani. Subsistem sarana produksi pisang barangan di Desa Lau Rakit terdiri dari bibit pisang barangan, pupuk, tenaga kerja dan beberapa alat-alat pertanian yang berupa cangkul, golok dan ember.

#### **1. Bibit Pisang Barangan**

Untuk mendapatkan bibit pisang khususnya pisang barangan, petani responden tidak perlu membibitkan atau membeli bibit pisang barangan tersebut. Biasanya bibit pisang barangannya diperoleh dari anakan pisang barangan yang sudah ada dari tanaman sebelumnya. Anakan pisang tersebut sengaja dibiarkan tumbuh menggerombol di sekitar atau sekeliling tanaman induknya. Penanaman pisang dilakukan dengan cara memindahkan anakan pisang yang ada langsung ke dalam lubang tanam yang sudah disiapkan.

#### **2. Penggunaan Pupuk**

Dari hasil wawancara dengan petani responden, pupuk kandang digunakan petani untuk menyuburkan tanah dan pupuk kimia digunakan petani untuk menyuburkan tanaman pisang barangan. pupuk kimia yang di gunakan oleh petani beragam macam diantaranya adalah UREA, TSP, KCL. Pemupukan ini tidak terkhusus pada tanaman pisang pemupukan biasanya bersamaan dengan tanaman lain yaitu tanaman palawija yang ada di sekitar tanamnan pisang barangan.

#### **3. Obat-obatan atau Pestisida**

Seperti pada penggunaan pupuk, petani responden di Desa Lau Rakit juga memberikan perlakuan obat-obatan pada tanaman pisang barangan mereka satu

bungkus per tahun, Apabila terdapat gejala penyakit yang menyerang pada tanaman pisang barangan petani responden hanya melakukan penyemprotan dan pembuangan bagian-bagian tanaman yang terserang penyakit. Namun, jika serangan penyakitnya sudah menyebar lebih besar, maka petani responden langsung menebang pohon pisang barangan dan menggantinya dengan yang baru. Semua itu dilakukan agar serangan penyakit tersebut tidak menular pada tanaman pisang yang masih sehat di sekitarnya.

#### 4. Tenaga Kerja

Kebutuhan tenaga kerja di lokasi penelitian mudah dipenuhi. Tenaga kerja untuk bidang pertanian bisa berupa tenaga kerja dalam keluarga yakni tenaga kerja yang berasal dari anggota keluarga. Tingkat upah rata-rata yang dibayarkan untuk pekerja laki-laki adalah Rp 75.000 per hari kerja dan untuk pekerja wanita adalah Rp 70.000 selama 8 (delapan) jam mulai jam 08.00- 16.00. Penggunaan Tenaga Kerja untuk usahatani pisang barangan dapat dilihat dalam Tabel 15.

**Tabel 10. Rata-rata Penggunaan Tenaga Kerja Usahatani Pisang barangan per hari di Desa Lau Rakit**

Kegiatan Usaha Tani	Penggunaan Tenaga Kerja		Jumlah Pekerja	Total
	Laki- laki	Perempuan		
Penanaman	150.000	70.000	3	220.000
Penyiangan	75.000	70.000	2	140.000
Pemupukan	75.000	70.000	2	140.000
Total		-		500.000

*Sumber : Data Primer Diolah*

#### 5. Alat-alat Pertanian

Jenis alat-alat pertanian yang digunakan dalam kegiatan usahatani pisang barangan ini meliputi cangkul, golok, gembor dan ember. Cangkul digunakan untuk menggemburkan tanah, dan proses penanaman dan membuat selokan air. Golok digunakan untuk memanen pisang barangan dan memotong bibit pisang barangan.

gembor biasanya digunakan untuk penyemprotan hama yang ada di buah pisang barangan. Sedangkan Ember untuk pemupukan.

Usahatani pisang tanduk di daerah penelitian diusahakan sebagai usaha sampingan, oleh karena itu penulis menemui kesulitan untuk menghitung nilai peralatan yang benar-benar digunakan khusus untuk usahatani pisang barangan ini. Untuk itu nilai penggunaan peralatan per tahun untuk usahatani pisang barangan dihitung berdasarkan penyusutan peralatan total, yang kemudian dikalikan dengan persentase lahan untuk pisang tanduk dari lahan total yang dimiliki oleh petani. Penyusutan dihitung dengan metode garis lurus, dimana peralatan tradisional petani rata-rata berumur teknis 2 tahun dapat dilihat pada Tabel 16.

**Tabel 11. Nilai Penggunaan Peralatan Usahatani Pisang Barangan**

<b>Jenis peralatan</b>	<b>Jumlah (Buah)</b>	<b>Harga (Rp/Buah)</b>	<b>Umur Teknis (Tahun)</b>	<b>Penyusutan (Rp)</b>
Ember	2	18.000	2	9.000
Cangkul	2	35.000	2	17.500
Parang	2	30.000	2	15.000
Total penyusutan				41.500

*Sumber : Data Primer Diolah*

## **6. Analisis Usahatani Pisang Barangan**

Bentuk analisis cabang usahatani pisang barangan mengacu kepada konsep cabang atas total biaya produksi yaitu biaya tunai dan biaya tidak tunai. Ukuran tingkat pendapatan atas biaya tunai menggambarkan berapa besar pendapatan petani setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan secara tunai. Pendapatan atas biaya tunai ini belum menggambarkan cabang petani yang sesungguhnya, karena masih terdapat biaya tidak tunai yang belum diperhitungkan di dalamnya. Sehingga untuk mengetahui pendapatan petani yang sesungguhnya, maka dalam analisis ini tidak

hanya menghitung pendapatan petani atas biaya tunai, tapi perlu dihitung juga pendapatan petani atas biaya total. Pendapatan Cabang Usahatani selama semusim dapat dilihat pada Tabel 16.

**Tabel 12. Rata-rata Pendapatan Petani 165 Sisir/ minggu yang Di Panen Pisang Barangan di Desa Lau Rakit**

<b>Arus Penerimaan</b>	
A. Produksi pisang	165 sisir / minggu
B. Harga satuan penerimaan	9.000
C. Total penerimaan	1.485.000
<b>Arus Pengeluaran</b>	
D. Biaya Tunai	
- Biaya Pupuk	32.638,888/ minggu
- Biaya pestisida	50.000/ minggu
Total Biaya Tunai	
E. Biaya Diperhitungkan	
- Tenaga kerja	500.000
- Penyusutan peralatan	41.500
Total	541.000
Total biaya	
F. Total seluruh pengeluaran (D+E)	623.683,888
G. Pendapatan atas Biaya Tunai ( C – D )	1.402.361,11
H. Pendapatan atas Biaya Total ( C – F )	861.316,112
I. Pendapatan Bersih/ Seluruh pengeluaran (H/F)	1,381
J. Analisis Rasio Atas Biaya Tunai ( C / D )	17,969
K. Analisis Rasio Atas Biaya Total ( C / F )	2,381

*Sumber : Data Primer Diolah*

Berdasarkan Tabel 12, penerimaan usahatani yang dapat diperoleh dari rata-rata petani responden memiliki 165 sisir / minggu, maka hasilnya dikalikan dengan harga per sisir Rp 9.000 pada tingkat pedagang pengumpul daerah sehingga penerimaan dari total produksi petani sebesar Rp 1.485.000 dari total biaya usahatannya.

Untuk obat-obatan atau pestisida petani di Desa Lau Rakit hanya memerlukan satu (1) bungkus per minggu. Apabila terdapat hama yang menyerang pada pisang barangan, maka petani responden hanya melakukan penyemprotan dengan pestisida yang ada untuk membasmi hama.

Meskipun usaha pisang barangan masih terbilang kecil, namun usahatani pisang barangan yang ada di Desa Lau Rakit berniat untuk tetap melanjutkan membudidayakan pisang barangan walaupun sebagian petani beralih fungsi lahan karena adanya penyakit yang menyerang pisang barangan terhadap petani di Desa Lau Rakit.

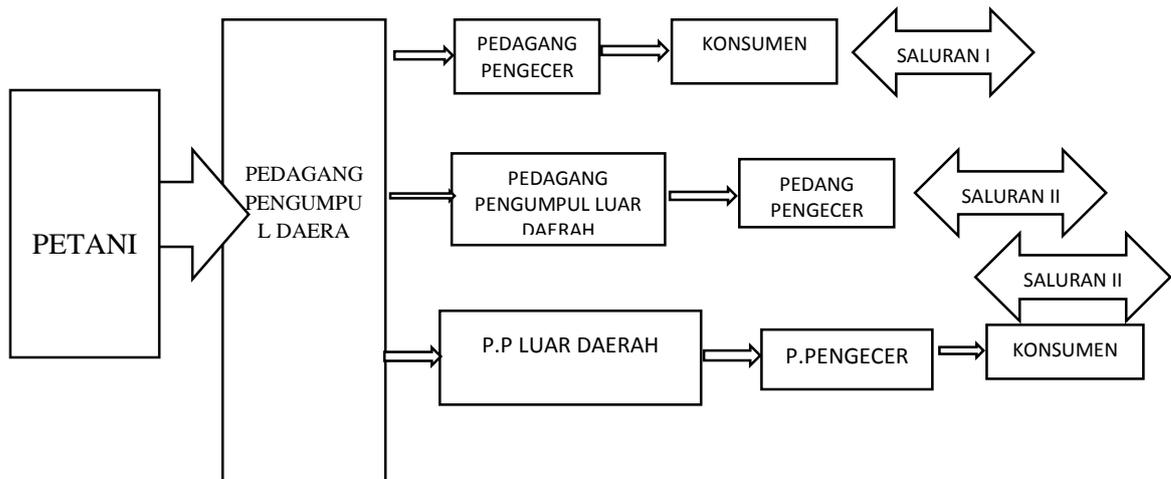
Hasil yang diperoleh dari perhitungan cabang usahatani yaitu total seluruh pengeluaran yaitu sebesar Rp 623.683,888. Pendapatan atas biaya tunai yang diperoleh sebesar adalah sebesar Rp 1.402.361,11. Nilai imbalan penerimaan dan biaya atau *Revenue and Cost Ratio (R/C)* total pada usahatani pisang barangan yang dihasilkan adalah 17,969 maka petani tersebut akan memperoleh penerimaan biaya total sebesar Rp 861.316,112. Hal ini merupakan pembuktian secara perhitungan dalam metode penelitian, bahwa kegiatan usahatani pisang barangan di Desa Lau Rakit masih menguntungkan bagi petani, karena penerimaannya masih memberikan keuntungan bagi petani karena penerimaannya lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan.

## **B. Saluran Tataniaga**

Dalam suatu usahatani, aspek tataniaga merupakan suatu hal yang sangat penting dan sangat menentukan keberhasilan dari usahatani. Berdasarkan hasil wawancara dengan petani responden di Desa Lau Rakit, petani responden menjual pisang barangan yang mereka hasilkan kepada pedagang pengumpul. Para pengumpul membeli pisang tanduk petani dengan cara langsung melakukan pemanenan sendiri setelah mendapat persetujuan dari petani. Pengumpul langsung mendatangi kebun-kebun milik petani tersebut untuk melakukan pembelian pisang barangan, walaupun sebagian petani ada juga yang menjual langsung kepada

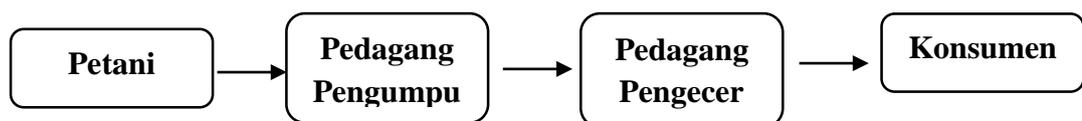
pedagang pengumpul. Apabila pedagang pengumpul yang langsung memanen petani akan dikenakan upah panen sebesar 500 per pohon pisang.

Berdasarkan hasil penelitian, maka saluran pemasaran yang ada di Desa Lau Rakit dapat dilihat pada gambar 2.



**Gambar 2. Skema saluran Pemasaran di Daerah Penelitian**

### 1. Saluran Pemasaran I



**Gambar 3. Skema saluran I Pemasaran di Daerah Penelitian**

Pada saluran pertama, pada saat panen petani mengumpulkan hasil panennya, lalu menjualnya pada pedagang pengumpul (tengkulak), petani yang menjual hasil panennya ke pedagang pengumpul (tengkulak) dengan harga yang bervariasi mulai dari Rp 5.000, 8000, 10.000, 11.000 hingga 12.00 per sisir. Petani memilih saluran ini karena petani lebih mudah dalam menyalurkan hasil panennya serta hemat biaya

pemasarannya dan tidak ada alasan khusus dalam melakukan penjualan hasil panen terhadap pedagang pengumpul. Jalur sarana transportasi dan kondisi jalan yang berupa jalan berbatu saat ini sedang dalam kondisi rusak berat dan sulit dilalui kendaraan umum. Kemudian dari pedagang pengumpul (Tengkulak) langsung menjual hasil panennya ke pedagang pengecer di pasar, kemudian dari pedagang pengecer langsung ke konsumen. Pedagang pengumpul (tengkulak) menjual pisang barangannya langsung ke pedagang pengecer mulai harga 11.000- 12.00 per sisir. Kemudian dari pedagang pengecer langsung dijual kepada konsumen akhir dengan harga Rp 15.000- 16.000.

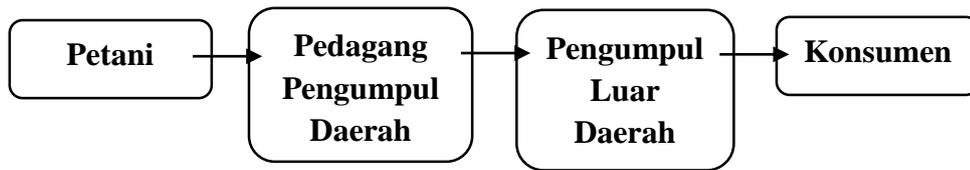
## 2. Saluran Pemasaran II



**Gambar 4. Skema saluran II Pemasaran di Daerah Penelitian**

Petani menjual hasil panennya ke pedagang pengumpul daerah dan kemudian pedagang pengumpul luar daerah, kemudian pedagang pengumpul akan menjual kepada pedagang pengecer dan langsung menjual kepada konsumen akhir. Harga pembelian pedagang pengumpul luar daerah sedikit sedikit naik dikarenakan pedagang pengumpul mengambil untung dari pembelian dari petani. Sedangkan penjualan pedagang pengumpul daerah sama dengan penjualan pedagang pengumpul daerah lainnya. Volume penjualan pedagang pengumpul luar daerah yaitu rata- rata 155 sisir per minggunya.

### 3. Saluran Pemasaran III



**Gambar 5. Skema saluran Pemasaran III di Daerah Penelitian**

Pada saluran III yaitu petani/produsen menjual pisang barangan ke pedagang pengumpul di daerah penelitian dengan rata-rata volume penjualan sebesar 165 sisir. Kemudian, pedagang pengumpul di daerah penelitian menjual pisang barangan ke Pedagang pengumpul luar daerah. Pada saluran ke tiga (3) ini pedagang pengumpul luar daerah langsung menjual kepada konsumen akhir dengan harga yang sama dengan pedagang pengecer yang lainnya.

#### **C. Fungsi-Fungsi Tataniaga Lembaga Tataniaga**

Dalam melaksanakan kegiatan pemasarn, lembaga pemasarn melakukan fungsinya masing-masing. Fungsi-fungsi ini dilakukan untuk memperlancar penyampaian pisang barangan ke tangan konsumen akhir. Dalam pemasarn pisang barangan, fungsi-fungsi pemasarn yang dilakukan setiap lembaga bervariasi. Konsekuensi dari bervariasinya fungsi ini adalah bervariasinya biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga. Semakin banyak fungsi yang dilakukan, maka semakin besar biaya yang dikeluarkan, demikian juga sebaliknya. Apabila semakin besar biaya yang dikeluarkan maka akibatnya adalah harga yang diterima oleh konsumen akhir akan semakin tinggi.

Fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh setiap lembaga tataniaga pisang barangan dapat dilihat pada Tabel .

**Tabel 13. Fungsi-Fungsi Tataniaga yang Dilakukan Setiap Lembaga Tataniaga**

No	Fungsi pemasaran	Petani	Pedagang pengumpul daerah	Pedagang pengumpul luar daerah	Pedagang pengecer
1	Pembelian		√	√	√
2	Penjualan	√	√	√	√
3	Pemanenan	√	√		
4	Transportasi		√	√	√
5	Penyimpanan		√	√	√
6	Standarisasi		√	√	√
7	Penanggungan resiko			√	√
8	Informasi pasar	√	√	√	√

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Keterangan :

√ : Melaksanakan fungsi tersebut

× : Tidak melaksanakan fungsi tersebut

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa petani/produsen melakukan sebanyak tiga jenis fungsi tataniaga yaitu, penjualan, pembelian, dan informasi pasar. Petani/produsen tidak melakukan fungsi transportasi, karena pedagang pengumpul yang langsung melakukan pemanenan dari kebun pisang barangan petani dan langsung membelinya. Sehingga, petani/produsen juga tidak melakukan fungsi tataniaga seperti penyimpanan, standarisasi, pengemasan, serta penanggungan resiko. Petani/produsen memperoleh informasi pasar dari petani lain dan pedagang pengumpul yang membeli pisang barangan.

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengumpul daerah adalah sebagai berikut: pembelian, penjualan, pemanenan, transportasi, penyimpanan, standarisasi, dan informasi pasar. Dalam melaksanakan pembelian, pedagang pengumpul daerah menggunakan transportasi kendaraan *pick up* yang sebelumnya pisang barangan telah dipanen oleh pedagang pengumpul dan sebagian ada juga yang di panen oleh pedagang pengumpul daerah. Setelah itu, pisang barangan

disimpan dan dipilah sesuai dengan ukurannya. Kemudian, pisang barangan dijual ke pasar sesuai dengan jadwal pengiriman yang telah ditentukan. Biasanya frekuensi pengiriman pisang barangan adalah 3 x seminggu dengan volume rata-rata 833 sisir per minggu (Lampiran 3). Mengenai informasi pasar, pedagang pengumpul daerah memperoleh informasi dari petani dan pedagang pengumpul lain yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran pisang barangan.

Fungsi-fungsi yang dilakukan oleh pedagang pengumpul luar daerah adalah sebagai berikut: pembelian, penjualan, standarisasi, penyimpanan, penanggungan resiko, dan informasi pasar. Pedagang pengumpul luar daerah melakukan fungsi pembelian melalui pedagang pengumpul daerah yang langsung mendatangi agen. Jadi, agen tidak melakukan fungsi transportasi karena semua biaya transportasi ditanggung oleh pedagang pengumpul daerah. Pisang barangan yang telah dibeli kemudian disimpan dan dipilah sesuai ukurannya untuk menentukan harga jual. Kemudian pisang akan di pasarkan kepada pedagang pengecer dan juga beberapa yang di jual langsung kepada konsumen. Fungsi informasi pasar diperoleh dari pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Fungsi-fungsi yang dilakukan pedagang pengecer daerah adalah sebagai berikut: pembelian, penjualan, transportasi, penyimpanan, standarisasi, penanggungan resiko, dan informasi pasar. Jadi, dengan rata-rata volume penjualan sebanyak 200 sisir per minggu (Lampiran 5), pedagang pengecer cukup menjinjing pisang tersebut hingga ke tempat berjualan. Adapun resiko yang dihadapi pedagang pengecer yaitu penurunan harga dan penyusutan kebusukan buah. Sistem informasi pasar diperoleh dari agen, pedagang pengecer yang lain dan konsumen.

#### D. *Share* Margin Lembaga Pemasaran

*Share* margin adalah rasio antara harga jual akhir pada tingkat petani/produsen dengan harga yang diterima konsumen akhir yang dinyatakan dalam persentase. *Share* margin juga merupakan persentase *price spread* terhadap harga beli konsumen di pasaran. Sementara itu, *price spread* adalah sebaran harga pada setiap komponen biaya tataniaga untuk masing-masing lembaga tataniaga.

Untuk menganalisis *share* margin dan *price spread* di setiap lembaga tataniaga maka perlu dihitung biaya tataniaga yang dilakukan oleh masing-masing petani/produsen dan lembaga tataniaganya. Berikut perhitungan rata-rata *share* margin dan *price spread* tataniaga pisang barangan pada setiap saluran I, II, dan III.

**Tabel 14. Rata-Rata *Price Spread* dan *Share* Margin Tataniaga Pisang Barangan Pada Saluran I (Petani – PPD – pedagang Pengecer - Konsumen)**

No	Uraian	Price Spread	Share Margin
1	Petani		
	a. Nilai penjualan	10.855,36	69,335
	PPD		
	a. Nilai Pembelian	10.855,36	
	b. Nilai penjualan	11.280	
2	• Pemanenan	0,2	0,001
	• Transportasi	80	0,510
	• Bongkar muat	40	0,255
	• Retribusi	8	0,051
	• Total biaya	128,2	0,818
	c. Margin keuntungan	296,44	1,892
4	P. Pengecer		
	a. Nilai pembelian	11.280	
	b. Nilai penjualan	15.656,25	
	• Transportasi	34,090	0,222
	• Kebersihan	12,5	0,079
	• Sewa tempat	852,272	5,443
	• Total biaya	898,862	
	Nilai keuntungan margin	3.477,388	22,210
5	Nilai pembelian konsumen	15.656,25	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Dari Tabel 10 dapat dilihat bahwa nilai penjualan yang diperoleh petani/podusen adalah sebesar Rp 10.855,36 (69,335%). Di lain sisi, pedagang pengumpul daerah memperoleh nilai penjualan sebesar Rp 11.280. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul daerah adalah sebesar Rp 128,2 dengan rincian pemanenan sebesar Rp0,2 (0,001%), transportasi sebesar Rp 80 (0,510%), bongkar muat sebesar Rp 40(0,255%), dan retribusi sebesar Rp 8 (0,051%). Dengan demikian margin keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengumpul daerah adalah Rp 296,44 (1,892%)

**Tabel 15. Rata-Rata *Price Spread* dan *Share Margin* Tataniaga Pisang Barangan Pada Saluran II (Petani – PPD – PPLU- Pedagang Pengecer - Konsumen)**

No	Uraian	Price Spread	Share Margin
1	Petani		
	b. Nilai penjualan	10.855,36	69,335
	PPD		
	d. Nilai Pembelian	10.855,36	
	e. Nilai penjualan	11.280	
2	• Pemanenan		
	• Transportasi	0,2	0,001
	• Bongkar muat	80	0,510
	• Retribusi	40	0,255
	• Total biaya	8	0,051
		128,2	0,818
	f. Margin keuntungan	296,44	1,893
3	PPLD		
	a. Nilai pembelian	11.280	
	b. Nilai penjualan	14.000	
	• Transportasi	125	0,798
	• Kebersihan	1,5	0,009
	• Sewa tempat	22,5	0,143
	• Total biaya	149	
	Nilai keuntungan margin	2.571	16,421
4	P. Pengecer		
	a. Nilai pembelian	14.000	
	b. Nilai penjualan	15.656,25	
	Komposisi biaya		
	• Transportasi	34,090	0,217
	• Sewa tempat	852,272	5,443
	• Kebersihan	12,5	0,079
	Total biaya	898,862	
	Nilai keuntungan margin	757,388	4,837
5	Nilai pembelian konsumen	15.656,25	100

Sumber : *Data Primer Diolah, 2017*

Pada saluran II, diperoleh bahwa nilai penjualan yang diterima petani/produsen adalah Rp 10.855,36 (69,335%). Dari Tabel 11 dapat dilihat bahwa komponen biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul daerah adalah senilai Rp 128,2 (0,818 %) dengan rincian biaya pemanenan sebesar Rp 0,2 (0,001%), biaya transportasi sebesar Rp 80 (0,520%), biaya bongkar muat sebesar Rp 40 (0,255%), dan biaya retribusi sebesar Rp 8 (0,051%). Pedagang pengumpul daerah menjual pisang barangan ke pedagang pengecer luar daerah dengan nilai penjualan sebesar Rp 14.000. Oleh karena itu, margin keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengumpul daerah adalah sebesar Rp296,44 (1,893%).

Di lain sisi, pedagang pengumpul luar daerah dengan nilai pembelian sebesar Rp 11.280 dengan komponen biaya sebagai berikut: transportasi sebesar Rp 125 (0,798%), sewa tempat sebesar Rp 22,5 (0,143), kebersihan sebesar Rp 1,5 (0,009%). Jadi, total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer luar daerah adalah Rp 149. pedagang pengecer luar daerah memperoleh margin keuntungan sebesar Rp 2.571 (16,421%).

**Tabel 16. Rata-Rata *Price Spread* dan *Share Margin* Tataniaga Pisang Barangan Pada Saluran III (Petani – PPD – PPLU - Konsumen)**

No	Uraian	Price Spread	Share Margin
1	Petani		
	c. Nilai penjualan	10.855,36	77,538
	PPD		
	g. Nilai Pembelian	10.855,36	
	h. Nilai penjualan	11.280	
2	• Pemanenan	0,2	0,001
	• Transportasi	80	0,671
	• Bongkar muat	40	0,265
	• Retribusi	8	0,057
	• Total biaya	128,2	0,915
	i. Margin keuntungan	296,44	2,117
4	PPLU		
	a. Nilai pembelian	11.280	
	b. Nilai penjualan	14.000	
	c. Komposisi biaya		
	• Transportasi	125	0,892
	• Kebersihan	1,5	0,010
	• Sewa tempat	22,5	0,160
	• Total biaya	149	1,064
	Nilai keuntungan margin	2.571	18,364
5	Nilai pembelian konsumen	14.000	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 13 dapat diketahui *price spread* dan *share margin* untuk setiap lembaga yang terlibat dalam proses tataniaga pisang barangan pada saluran III. Ada dua lembaga tataniaga yang terlibat yaitu pedagang pengumpul daerah, pedagang luar daerah dan. Total nilai penjualan yang diperoleh petani/produsen adalah Rp 10.855,36 (77,538%). Petani/produsen menjual pisang barangan ke pedagang pengumpul daerah. Kemudian, pedagang pengumpul daerah menjual pisang barangan ke pedagang pengumpul luar daerah dengan nilai sebesar Rp 11.280. Komponen biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul daerah adalah senilai Rp 128,2 (0,915%). Kemudian PPLD mencapai komposisi biaya total

sebesar Rp 149 dengan persentase (1,064%). Nilai keuntungan margin PPLD sebesar 2.571 dengan persentase sebesar (18,364%).

### **E. Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran perlu dicari untuk memperkirakan apakah saluran pemasaran suatu barangan sudah tergolong efisien atau tidak. Ukuran efisiensi yang digunakan peneliti adalah berdasarkan perbandingan antara total keuntungan pemasaran yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran dengan total biaya pemasaran masing-masing lembaga pemasaran.

Untuk menghitung nilai efisiensi tataniaga maka digunakan rumus:

$$E_p = \frac{Z + Z_m}{C + C_m}$$

Keterangan:

$E_p$  = Efisiensi Tataniaga

$Z$  = Keuntungan petani (Rp)

$Z_m$  = Keuntungan pedagang perantara (Rp)

$C$  = Biaya tataniaga petani (Rp)

$C_m$  = Biaya tataniaga pedagang perantara (Rp)

Jika,  $E_p > 1$ , maka efisien dan  $E_p < 1$ , maka tidak efisien

**Tabel 17. Efisiensi Pemasaran Pisang Barangan di Daerah Penelitian**

Saluaran	Keuntungan		Total Keuntungan (Rp)	Biaya (Rp)		Total Biaya (Rp)	Efisien
	Petani	Pedagang Perantara		Petani	Pedagang Perantara		
I	10.855	4.800,89	15.656,25	10.855	898,862	11.754	1,331
	,36			,36		,222	
II	10.855	4.800,89	15.656,25	10.855	1.176,062	12.031	1,301
	,36			,36		,422	
III	10.855	3.144,64	14.000	10.855	277,2	11.132	1,257
	,36			,36		,56	

*Sumber : Data Primer Diolah, 2017*

Dari Tabel 14 dapat dilihat bahwa semua saluran pemasarn pisang barangan di Desa Lu Rakit Kecamatan STM Hilir adalah efisien dengan nilai lebih besar dari 1. Saluran I memiliki nilai efisiensi sebesar 1,332, Saluran II memiliki nilai efisiensi sebesar 1,301, Saluran III memiliki nilai efisiensi sebesar 1,257. Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa saluran I merupakan saluran yang dapat difokuskan kepada petani karena memiliki saluran yang terpendek yaitu petani/produsen – pedagang pengumpul daerah – pedagang pengecer - konsumen dan rendahnya biaya pemasaran.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

1. Pengelolaan usahatani pisang barangan di Desa Lau Rakit, Kecamatan STM Hilir Kabupaten Deli Serdang relatif sederhana dan masih merupakan usaha keluarga. Hal ini terlihat dari masih sederhananya cara budidaya tanaman pisang barangan yang dilakukan oleh petani. Dari perhitungan penerimaan total usahatani yaitu 1.485.000. Total seluruh pengeluaran yaitu 1.402.361. Pendapatan atas biaya tunai sebesar 1.402.361 dan pendapatan biaya total yaitu 861.316. Nilai imbang penerimaan dan biaya atau Revenue and Cost (R/C) menghasilkan 2,381
2. Terdapat tiga macam saluran tataniaga pisang barangan di daerah penelitian, yaitu:
  - a. Saluran I : Petani – Pengumpul pengumpul daerah – Pedagang Pengecer – Konsumen
  - b. Saluran II : Petani – Pedagang pengumpul daerah - pedagang pengumpul luar daerah – pedagang pengecer – konsumen
  - c. Petani- pedagang pengumpul daerah – pedagang pengumpul luar daerah – konsumen.
  - d. Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi pemasaran yang berbeda-beda. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani/produsen adalah penjualan dan informasi pasar.
  - e. *Share* margin petani dalam saluran I adalah 69,335%, saluran II adalah 69,335%, saluran III adalah 22,210%. *Share* margin pedagang pengumpul saluran I adalah 1,892%, saluran II adalah 1,892%, saluran III adalah 2,117%.

*Share* margin pedagang pengumpul luar daerah pada saluran II adalah 16,421% dan saluran III PPLD 18,364. Selanjutnya, *share* margin pedagang pengecer luar pada saluran I adalah 22,210%, saluran II adalah 4,837%.

- f. Tingkat efisiensi pemasaran pisang barangan di daerah penelitian adalah efisien dengan tingkat efisiensi lebih besar dari satu ( $E > 1$ ).

## **B. Saran**

### 1. Kepada Petani

Untuk memperkuat posisi tawar (*bergaining position*) petani dalam menentukan harga jual perlu dibentuk kelompok pemasaran bersama (KPB) yang kuat dan berpengaruh dengan lembaga pemasaran.

### 2. Kepada Lembaga Tataniaga

Untuk mendapatkan keuntungan yang optimal sebaiknya para pedagang meningkatkan efisiensi pemasaran dengan meminimalisir biaya pemasaran sehingga keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran adil dan merata.

3. Untuk peneliti selanjutnya di daerah yang sama diharapkan bisa lebih menyempurnakan yang telah ada dan melanjutkan penelitian ini yang lebih besar lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M.P. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Deptan. 2012. Balai Penelitian Hortikultura, *Agribisnis Pisang Barangan*.  
<http://cybex.deptan.go.id> Diakses tanggal 18 Maret 2014 pukul 09:33 WIB
- Daniel M . 2004. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta
- Dahl, D. and Jerome, W Hammond. 1977. *Market and Price Analisis*. Mc. Graw Hill Inc, New York.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran-Jilid I*. PT. Prehallindo. Jakarta.
- Limbong, W.M. dan P. Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Bahan Kuliah Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. IPB. Bogor.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium*. PT. Prehallindo. Jakarta.
- Kotler P dan Keller. 1994. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid 2. Penerbit PT Advertising Research
- Supriyadi dan Satuhu. 2008. *Pisang : Budidaya, Pengolahan, dan Prospek Pasar*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Stanton W.J. 1991. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Shinta A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. UB Press. Malang
- Soekartawi. 1991. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Manajemen Pemasaran Hasil – Hasil Pertanian*. Cetakan Ketiga. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Maharanin Tantri,2008. *Analisis Cabanng UsahaTani Dan Sistem Tataniaga Pisang Tanduk*. Skripsi Agribisnis. Institut Pertanian Bogor.

## Lampiran 1. Karakteristik Petani

No. Sample	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan (Tahun)	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Luas Lahan (Ha)	Domisili
1	57	6	7	5	0,8	Dusun I
2	40	9	10	7	1,66	Dusun I
3	47	12	5	8	1	Dusun I
4	27	9	5	1	1	Dusun I
5	32	9	5	4	1	Dusun I
6	34	9	7	4	1	Dusun I
7	49	9	10	6	0,5	Dusun I
8	38	9	18	6	1	Dusun I
9	37	9	10	5	0,5	Dusun I
10	50	9	6	9	0,12	Dusun I
11	38	9	7	7	0,7	Dusun II
12	65	9	50	7	0,5	Dusun II
13	28	12	6	5	1	Dusun II
14	42	9	15	6	0,4	Dusun II
15	55	9	20	7	0,16	Dusun II
16	29	9	10	6	0,24	Dusun II
17	38	9	10	6	0,6	Dusun II
18	58	6	30	8	1	Dusun II
19	66	9	10	4	0,12	Dusun II
20	34	6	10	5	1	Dusun II
21	40	9	1	5	0,6	Dusun III
22	70	6	5	2	0,5	Dusun III
23	55	6	10	8	0,4	Dusun III
24	44	6	9	5	0,16	Dusun III
25	51	6	10	4	0,5	Dusun III
26	39	9	8	5	0,5	Dusun III
27	42	9	9	6	0,12	Dusun III
28	33	12	6	4	0,24	Dusun III
29	50	6	15	3	1	Dusun III
30	37	12	7	5	0,3	Dusun III
<b>Total</b>	11746	2588	351	163	18,62	
<b>Rata-rata</b>	391,54	8,7	11,7	5,4	0,62	
<b>Range</b>	27-70	6-12	1-50	1-9	0,24-1,66	

## Lampiran 2. Volume Penjualan dan Penerimaan Petani Sampel di Daerah Penelitian

No. Sample	Volume Penjualan (sisir/ minggu)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)	Dijual kepada
1	70	11.000	700.000	
2	70	11.000	770.000	
3	80	8.000	640.000	
4	70	7.000	490.000	
5	75	8.000	600.000	
6	140	8.000	1.120.000	
7	50	8.000	400.000	
8	70	11.000	700.000	
9	30	11.000	330.000	
10	50	10.000	500.000	
11	84	10.000	840.000	
12	210	10.000	2.100.000	
13	175	10.000	1.750.000	
14	70	10.000	700.000	
15	35	8.000	280.000	
16	200	10.000	2.000.000	
17	35	12.000	350.000	
18	42	10.000	360.000	
19	21	8.000	210.000	
20	70	12.000	840.000	
21	350	10.000	700.000	
22	35	10.000	2.800.000	
23	50	10.000	420.000	
24	30	8.000	240.000	
25	70	11.000	770.000	
26	70	10.000	700.000	
27	50	8.000	400.000	
28	70	8.000	700.000	
29	50	11.000	500.000	
30	50	9.000	450.000	
<b>Total</b>	2.175	1.638.000	23.610.000	
<b>Rata- rata</b>	165	545.333	787.000	
<b>Range</b>	165	7.000-12.000	33.000.000-2.800.00	
<b>Jika</b>			10.855,36	

### Lampiran III. Karakteristik Pedagang Pengumpul Daerah

No Sampel	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan (Tahun)	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Volume Pembelian (Sisir/Minggu)	Harga Beli (Rp)	Sumber Pembelian	Volume Penjualan (Sisir/Minggu)	Harga Jual (Rp)	Penjualan	Dijual Kepada
1	40	12	1	6	1.000	10.000	Petani	1.000	12.000	12.000.000	Pengecer Luar Daerah Agen luar daerah Agen dalam daerah
2	37	9	2	4	500	10.000	Petani	500	11.000	5.500.000	
3	35	12	4	6	1.000	10.000	Petani	1.000	10.700	10.700.000	
<b>Total</b>	112	33	7	16	2.500	3.000		2.500	33.000	28.200.000	
<b>Rata-Rata</b>	37	11	2	5	833	1000		833	11.000	9.400.000	
<b>Range</b>	35-40	9-12	1-4	4-6	500-1.000	10.000		500-1.000	10.000-12.000	5.500.000-12.000.000	
<b>Jika</b>										11.280	

### Lampiran 4. Karakteristik pedagang pengumpul Luar Daerah

No Sample	Domisili	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan (Tahun)	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Volume pembelian (Sisir/minggu)	Harga beli (Rp)	Sumber Pembelian	Volume penjuala (Sisir/minggu)	Harga jual (Rp)	Penjualan	Dijual kepada
1	Biru-biru	43	12	2	4	1000	11000	P. pengumpul desa	1000	14.000	14.000.000	Konsumen
2	Tiga Juhar	45	12	4	5	1000	10.700	P. pengumpul desa	1500	14.000	21.000.000	P. pengecer
<b>Total</b>		88	24	6	9	2.000	21.700		2.500	28.000	35.000.000	
<b>Rata-rata</b>		44	12	3	4,5	1.000	10.850		1.250	14.000	17.500.000	
<b>Range</b>		43-45	12	2-4	4-5	1.000	11.00-10.700		1.000-1500	14.000	21.000.000-14.000.000	
<b>Jika</b>										11,2	14.000	

### Lampiran 5. Karakteristik Pedagang Pengecer per minggu

No	Umur	Tingkat Pendidikan	Pengalaman	Jumlah Tanggungan	Domisili	Volume pembelian	Harga beli	Sumber	Volume penjuala	Harga jual	Penjualan	Penjualan
Sample	(Tahun)	(Tahun)	(Tahun)	(Jiwa)		(Sisir/minggu)	(Rp)	Pembelian	(Sisir/minggu)	(Rp)	(Rp)	
1	41	12	2	5	S.Limun	250	14.000	PPLD	250	16.000	4.000.000	Konsumen
2	45	12	2	7	S. Limun	150	13.000	PPLD	150	15.500	2.325.000	Konsumen
3	50	9	4	4	MMTC	200	13.000	PPLD	200	15.000	3.000.000	Konsumen
4	47	12	3	4	MMTC	200	14.00	PPD	200	16.000	3.200.000	Konsumen
Total	143	41	11	20		800	54.000		800	62.500	12.525.000	
Rata-rata	36	10	3	5		200	13.500		200	15.625	3.131.250	
Range	41-50	9-12	2-4	4-7		150-250	13.000-14.000		120-200	15.000-16.000		
Jika												15.656,25

### Lampiran 6. Analisis Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Daerah

No Sampel	Jumlah sisir	Pemanenan	Penyimpanan	Transportasi	Bongkar muat	Reribusi
1	1.000	-	-	100.000	100.000	20.000
2	500	-	-	-	-	-
3	1.000	500	-	100.000	-	-
Total	2.500	500	-	200.000	100.000	20.000
<b>Rata-rata</b>	833	167		66.667	33.333	7
<b>Range</b>	500-1.000	500		100.000-200.000	100.000	20.000
<b>Jika</b>		0,2		80	40	8

**Lampiran 7. Analisis Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul luar Daerah**

No Sampel	Jumlah sisir	Penyimpanan	Transportasi	Sewa tempat	Kebersihan	Reribusi
1	1.000	-	100.000	45.000	3.000	-
2	1.000	-	150.000	-	-	-
<b>Total</b>	2.000		250.000	45.000	3.000	
<b>Rata-rata</b>						
<b>Range</b>	1.000		100.000-150.000	45.000	3.000	
<b>Jika</b>			125	22,5	1,5	

**Lampiran 8. Analisis Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Luar Daerah**

No Sampel	Jumlah sisir	Transportasi	Sewa tempat	Kebersihan	Reribusi	Pengemasan
1	250	10.000	150.000	3.000	-	-
2	150	-	250.000	5.000	-	-
3	200	10.000	-	-	-	-
4	200	10.000	350.000	3.000	-	-
<b>Total</b>	880	30.000	750.000	11.000		
<b>Rata-rata</b>	220	7500	350.000	2.750		
<b>Range</b>	150-280	10.000	150.000-350.000	3.000-5.000		
<b>Jika</b>		34,090	852,272	12,5		

### Lampiran 9. Penggunaan Tenaga Kerja UsahaTani Pisang Barangan Desa Lau Rakit

No	Kegiatan UsahaTani	Laki- laki/ Orang	Perempuan/Orang	Total
1	Penanaman	150.000	70.000	220.000
2	Pemupukan/Pestisida	75.000	70.000	140.000
3	Penyiangan	75.000	70.000	140.000
Total			500.000	

### Lampiran 10. Penggunaan Peralatan UsahaTani Pisang Barangan Desa Lau Rakit

Jenis Peralatan	Jumlah (Buah)	Harga (Rp)	Umur Teknis (Tahun)
Ember	2	18.000	2
Cangkol	2	35.000	2
Parang	2	30.000	2
Jumlah	6	83.000	6

### Lampiran 11. Penggunaan Pumupukan dan Pengobatan per minggu

No	Jenis Barang	Harga/Minggu
1	Pupuk	32.638,888
2	Pestisida	50.000
Total		37.638,888

**LAMPIRAN GAMBAR :**



Lampiran Gambar 01. Kegiatan Tanya jawab kuesioner di kebun pisang barangan



Lampiran Gambar 02. Kegiatan Tanya jawab kuesioner terhadap petani di rumah



Lampiran Gambar 03. Pisang ditingkat pedagang pengumpul