

ANALISIS PEMASARAN PISANG DI DESA LASIWA, KECAMATAN WAKORUMBA UTARA, KABUPATEN UTARA

Yesni *¹
La Ode Alwi ²
Munirwan Zani ³

^{1,2,3}Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo,Kendari
*e-mail: yesniyesni42@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, besarnya biaya dan margin pemasaran dan efisiensi pemasaran pisang di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara, Kabupaten Buton Utara. Penelitian ini merupakan penelitian survey menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Jumlah populasi 120 orang dengan penentuan jumlah sampel mengambil 25% sebanyak 30 orang. Hasil penelitian yaitu Saluran Pemasaran yang terbentuk pada pemasaran pisang di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba utara, Kabupaten Buton Utara berjumlah 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I (Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang pengecer – Konsumen akhir). Saluran II (Petani – Pedagang pengecer – Konsumen akhir). Besarnya margin pemasaran yang terbentuk pada Saluran pemasaran I berjumlah Rp10.000/tandan dengan biaya Rp4.000/tandan dan besar margin yang terbentuk pada saluran pemasaran II adalah Rp5.000/tandan dengan biaya pemasaran Rp2.000/tandan. Efisiensi pemasaran pisang di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara, Kabupaten Buton Utara yaitu pada saluran Pemasaran I sebesar 87,5% dan saluran II sebesar 92,9% dengan keterangan efisien.

Kata Kunci: Pisang, Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Desa Lasiwa

Abstract

This study aims to determine the marketing channel, the amount of costs and marketing margins and marketing efficiency of bananas in Lasiwa Village, North Wakorumba District, North Buton Regency. This research is a survey research using quantitative descriptive analysis. The total population is 120 people by determining the number of samples taking 25% as many as 30 people. The results of the study are that the marketing channels formed in banana marketing in Lasiwa Village, North Wakorumba District, North Buton Regency total 2 marketing channels, namely marketing channel I (Farmers - Collectors - Retailers - End consumers). Channel II (Farmers – Retailers – Final consumers). The amount of marketing margin formed in Marketing Channel I is Rp. 10,000/bunch with a cost of Rp. marketing costs IDR 2,000/bunch. The marketing efficiency of bananas in Lasiwa Village, North Wakorumba District, North Buton Regency, namely in Marketing channel I is 87.5% and channel II is 92.9% with efficient information.

Keywords : Banana, marketing, Efficiency, Lasiwa Village

PENDAHULUAN

Indonesia masuk dalam kategori penghasil pisang terbesar di dunia, dengan peringkat ke enam terbesar atau peringkat empat di Asia Setelah India, Cina dan Filipina. Sebagian besar produksi tanaman pisang di dunia dikuasai oleh negara-negara di benua Asia, Amerika Selatan dan Amerika Tengah (Gunawan, 2017).

Pisang adalah tanaman asli Indonesia yang menempati posisi pertama dalam luas pertanaman dan produksi sebagai komoditas buah-buahan. Buah pisang mengandung gizi cukup tinggi, kolestrol rendah serta vitamin B6 dan Vitamin C tinggi. Zat gizi terbesar pada buah pisang masak adalah kalium sebesar 373 miligram per 100 gram pisang, vitamin A 250-335 gram per 100 gram pisang dan klor sebesar 125 miligram per 100 gram pisang. Pisang juga merupakan sumber karbohidrat, vitamin A dan C, serta mineral. Komponen karbohidrat terbesar pada buah pisang adalah pati dan

daging buahnya, dan akan diubah menjadi sukrosa, glukosa dan fruktosa pada saat pisang matang (15-20%) (Ismanto, 2015).

Pemasaran memegang peranan vital dalam suatu sistem agribisnis pisang. Disamping menentukan keberhasilan kegiatan bisnis, pemasaran juga menciptakan nilai tambah dan membentuk mata rantai distribusi produk yang menghubungkan petani dengan konsumen akhir. 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 (Gunawan, 2017).

Sulawesi Tenggara merupakan salah satu provinsi di Pulau Sulawesi. Luas wilayahnya mencapai 38.140 km². Batas-batas wilayah Provinsi Sulawesi Tenggara adalah Provinsi Sulawesi Selatan dan Sulawesi Tengah (Utara), Laut Banda (Timur), Laut Flores (Selatan) dan Teluk Bone (Barat). Provinsi Sulawesi Tenggara memiliki iklim tropis basah dengan rata-rata curah hujan 2.000 mm per tahun dengan suhu udara berkisar antara 23°C - 32°C. rerata masyarakatnya memiliki mata pencaharian dibidang pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan dengan persentase 90.57%. Data jumlah produksi pisang yaitu pada tahun 2015 memproduksi 29,087 ton, tahun 2016 yaitu 34,858. Selanjutnya pada tahun 2017 memproduksi 20.050 dan tahun 2018 sebesar 36.366. Tahun 2019 memproduksi sebanyak 43.971 ton (BPS Provinsi Sulawesi Tenggara, 2019).

Kabupaten Buton Utara merupakan salah satu wilayah di Sulawesi tenggara.dengan luas wilayah 1.923,03 km² (belum termasuk wilayah perairan), yang meliputi bagian Utara Pulau Buton dan gugusan pulau-pulau di sekitarnya; secara administratif terdiri dari 6 Kecamatan dan 59 Desa atau Kelurahan. Kabupaten Buton termasuk dataran rendah dan sebagian berbukit dengan keadaan tanah yang sangat subur terutama yang terletak pada pesisir pantai sangat cocok untuk pertanian baik tanaman pangan maupun tanaman perkebunan misalnya pisang. Produksi pisang di Kabupaten Buton Utara pada tahun 2019 mencapai 6.239 dan pada tahun 2020 mencapai 8.023 tandan (BPS Kabupaten Buton Utara, 2021).

Kecamatan Wakorumba Utara merupakan salah satu kecamatan yang terdapat di Kabupaten Utara. Data Produksi pisang pada kecamatan ini tahun 2019 mencapai 1.201 tandan dan tahun 2020 memproduksi sebanyak 928 tandan dan pada tahun 2021 memproduksi pisang sebanyak 1.152 tandan (BPS Kecamatan Wakorumba Utara, 2021). Data tersebut tersebar di bebera wilayah desa di Kecamatan Wakorumba Utara salah satunya adalah Desa Lasiwa dengan jumlah petani pisang sebanyak 279 orang dengan luas tanah ± 1 ha perorang.

Salah satu faktor yang berperan penting dalam pengembangan agribisnis pisang di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara, Kabupaten Buton Utara adalah pengembangan sistem pemasaran. Pengembangan sistem pemasaran merupakan sebuah usaha yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan dari hasil produk yang dihasilkan. Pemasaran pisang di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara, Kabupaten Buton Utara mulai dari petani pisang ke konsumen akan melibatkan beberapa pelaku bisnis yang menyebabkan timbulnya biaya dalam setiap tahap saluran pemasaran. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat maka biaya yang dikeluarkan akan semakin besar, sehingga margin pemasaran semakin tinggi dan menyebabkan rendahnya tingkat efisiensi pemasaran.

Pelaksanaan berbagai fungsi pemasaran menyebabkan tingginya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Selain itu, tingginya biaya pemasaran, setiap lembaga pemasaran juga menarik keuntungan sehingga mengakibatkan semakin tinggi margin pemasaran pisang yang berpengaruh pada tingkat efisiensi pemasaran pisang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik melakukan analisis untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran yang terlibat dalam pemasaran pisang.

METODE

Waktu dan Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2023 di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara, Kabupaten Buton Utara. Penentuan lokasi ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan di lokasi penelitian merupakan daerah dengan pembudidaya pisang yang besar yaitu 120 orang dengan produksi pisang sebanyak 1.152 tandan.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah semua petani pisang di Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara Sulawesi Tenggara yang berjumlah 120 petani pisang. Pemilihan responden dilakukan dengan metode *simple random sampling* dimana dengan metode ini semua petani Pisang di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan untuk menentukan lembaga pemasaran digunakan metode *snowball sampling* (sampel bola salju) dengan pedagang pengumpul 3 orang dan pedagang pengecer 2 orang. Sampel diperoleh dari penelusuran yaitu mengikuti saluran pemasaran berdasarkan informasi petani sampel. Penentuan sampel petani pisang, hal ini sesuai dengan yang di kemukakan oleh Arikunto (2010), dimana apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100, maka sampel yang diambil adalah semuanya. Namun, apabila populasi lebih dari 100 maka sampel yang diambil antara 10%-15% atau 20%-25% sehingga diperoleh 30 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu pengumpulan data awal dilakukan dengan turun langsung terhadap objek penelitian;
2. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab menggunakan kuisisioner sebagai panduan;
3. Pencatatan, yaitu mengumpulkan data dengan mencatat data yang sudah tersedia dikantor-kantor yang ada kaitannya dengan penelitian ini;
4. Studi dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan-catatan selama melakukan penelitian berupa buku yang relevan, peraturan, laporan kegiatan, foto dan lain-lain yang dihimpun dipilih yang sesuai dengan tujuan dan fokus masalah.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan analisis deskriptif dan kuantitatif, sebagai berikut:

1. Analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan I pada Saluran pemasaran pisang di Desa lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara, Kabupaten Buton Utara dengan menggunakan analisis deskriptif.
2. Analisis kuantitatif digunakan untuk menjawab tujuan II dan III dalam menghitung margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran harga pisang di Desa lasiwa, Kabupaten Buton Utara dengan rumus penyelesaian sebagai berikut:

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisi harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen. Dengan rumus margin pemasaran (Surni *et al.*, 2020) sebagai berikut:

$$M = H_e - H_p$$

Keterangan :

M= Margin pemasaran pisang (Rp/kg)

H_e= Harga di tingkat konsumen pisang (Rp/Kg)

H_p= Harga di tingkat petani pisang (Rp/Kg)

Sedangkan besarnya keuntungan yang diperoleh setiap lembaga pemasaran dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$M = B + \pi \text{ atau } \pi = M - B$$

Keterangan:

M = margin pemasaran

π = Besar keuntungan (Rp/tandan)

B = Biaya pemasaran pisang (Rp/tandan)

Menurut Abidin *et al.*, (2017), *farmer sharee* adalah persentase bagian harga yang diterima petani dengan bagian harga yang dibayar konsumen akhir. Penentuan efisiensi pemasaran pisang secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$FS = \frac{Hp}{He} \times 100\%$$

Keterangan:

Fs = *Farmer's Share* (%)

Hp = Harga ditingkat petani pisang (Rp/Kg)

He = Harga Pisang ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Indikator efisiensi:

Fs ≤ 50% = Berarti saluran pemasaran belum efisien.

Fs > 50% = Berarti saluran pemasaran sudah efisien, karena bagian yang diterima petani produksi relatif besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran yang terjadi dalam proses pemasaran pisang di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara, Kabupaten Buton Utara yang dapat dilihat di bawah ini:

1. Saluran Pemasaran I: Petani – Pedagang pengumpul – Pedagang Pengecer - Konsumen Akhir
2. Saluran Pemasaran II: Petani – Pedagang pengecer – Konsumen Akhir.

Biaya dan Margin Pemasaran

Besar biaya dan margin pemasaran dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 1 dan 2, Besar margin pemasaran pada saluran I yaitu Rp10.000/tandan dengan keuntungan Rp6.000/tandan. Besarnya margin pemasaran II yaitu Rp5.000/tandan dengan keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer yaitu Rp3.000/tandan.

Tabel 1. Biaya Margin dan Keuntungan Pemasaran Pisang pada Saluran Pemasaran I di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara, Kabupaten Buton Utara

No	Uraian	Harga Jual (Rp/tandan)	Biaya (Rp/Tandan)	Margin (Rp/Tandan)	Keuntungan (Rp/Tandan)
1	Petani	70.000	-	-	-
2	Pedagang Pengumpul	75.000	-	5.000	3.000
	Biaya Pemasaran:				
	- Transportasi (Sewa kuli)	-	2.000	-	-
	Jumlah	-	2.000	-	-
3	Pedagang Pengecer	80.000	-	5.000	3.000
	Biaya Pemasaran:				
	- Transportasi (Sewa kuli)	-	2.000	-	-
	Jumlah	-	2.000	-	-

Total	4.000	10.000	6.000
-------	-------	--------	-------

Tabel 2. Biaya Margin dan Keuntungan Pemasaran Pisang pada Saluran Pemasaran II di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara, Kabupaten Buton Utara

No	Uraian	Harga Jual (Rp/tandan)	Biaya (Rp/Tandan)	Margin (Rp/Tandan)	Keuntungan (Rp/Tandan)
1	Petani	70.000	-	-	-
2	Pedagang Pengecer	75.000	-	5.000	-
	Biaya Pemasaran:				
-	Transpotasi (Sewa kuli)	-	2.000	-	-
	Jumlah	-	2.000	-	-
	Total		2.000	5.000	3.000

EFISIENSI PEMASARAN

Besarnya persentase bagian harga yang diterima petani dari kedua saluran pemasaran pisang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Persentase Bagian Harga yang Diterima Petani Pisang pada Saluran I dan II di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara.

No	Uraian	Margin (Rp/Tandan)	Harga Pedagang (Rp/Tandan)	Bagian Harga yang Diterima Petani (%)	Keterangan
1	Saluran Pemasaran I	10.000	80.000	87.5	Efisien
2	Saluran Pemasaran II	5.000	70.000	92.9	Efisien

Berdasarkan Tabel 4. efisiensi pemasaran ini dapat dilihat pada saluran I besarnya yang diterima oleh petani terhadap yang dibayar oleh konsumen yaitu 87,5% dan saluran II sebesar 92,9% sehingga jika dilihat dari nilai farmer’s share, Saluran II lebih efisien dibandingkan saluran I.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Saluran Pemasaran yang terbentuk pada pemasaran pisang di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba utara, Kabupaten Buton Utara berjumlah 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I (Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang pengecer – Konsumen akhir). Saluran II (Petani – Pedagang pengecer – Konsumen akhir).
2. Besarnya margin pemasaran yang terbentuk pada Saluran pemasaran I berjumlah Rp10.000/tandan dengan biaya Rp4.000/tandan dan besar margin yang terbentuk pada saluran pemasaran II adalah Rp5.000/tandan dengan biaya pemasaran Rp2.000/tandan.
3. Efisiensi pemasaran pisang di Desa Lasiwa, Kecamatan Wakorumba Utara, Kabupaten Buton Utara yaitu pada saluran Pemasaran I sebesar 87,5% dan saluran II sebesar 92,9% dengan keteran efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia N., Rina, N. dan Suyudi. 2020. Analisis Pemasaran Pisang Nangka. *Jurnal Agristan*. Tasikmalaya
- Arbi M, Thirtawati, Junaidi Y. 2018. Analisis Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuwasin. *Journal of Social and Agricultural*. 11(1).
- Arini P. 2012. Analisis tataniaga kubis . Departemen agribisnis fakultas ekonomi dan manajemen institut pertanian bogor. *Skripsi*: Bogor.
- Arsiani, N. P. Badlasi, I.M. dan Javandira, C. 2020. Analisis Saluran Pemasaran Pisang di tampaksiring, Gianyar. *Agrimeta*. Denpasar. Vol 1(20).p-ISSN 2088-2531.
- Asmarantaka, R. W. (2014). *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Badan Pusat Statistik (BPS) Sulawesi tenggara. 2010. Province Invographic Sulawesi Tenggara.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. 2019a. Statistik Tanaman Buah-buahan dan Sayuran Tahunan Indonesia 2018. BPS Indonesia, Jakarta.
- BPS Indonesia. 2019b. Statistik Indonesia 2019. BPS Indonesia, Jakarta. BPS Kabupaten Kutai Timur (Kutim). 2019a. Kabupaten Kutai Timur dalam Angka 2019. BPS Kutim, Sanggata.
- Firmansyah A. 2019. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya. CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitriah, 2015. Lembaga dan Saluran Pemasaran Salak di Desa Kolai Kecamatan Malua Kabupaten Enrekang. *Skripsi*. Fakultas Pertanian: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Garrison RH. 2002. *Akutansi Manajemen (Managerial Accounting)*. Yogyakarta. AK Group.
- Gunawan, M. P. 2017. Analisis Keragaman Morfologi dan Anatomi Pisang Tanduk (*Musa paradisiaca*) di Kabupaten Enrekang. *Skripsi*. UIN Alaudin Makasar: Makasar.
- Hanafie, R. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ismanto. 2015. *Pengelolaan Tanpa Limbah Tanaman Pisang*. Batangkaluku: Balai Besar Pelatihan Pertanian,
- Jamil M., Silvia, A. dan Supristiwendi. 2021. Analisis Pemasaran Pisang Sale di Kecamatan panton Labu Aceh Utara. *Seminar Nasional Fakultas Pertanian Univeritas Samudra ke- VI*. Langsa.
- Kusuma H. 2017a. Analisis Pemasaran Jamur Merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (Lm3) Agrina di Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian* 1(2): 106-115.
- Kusuma H. 2017b. Analisis Pemasaran Jamur Merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (Lm3) Agrina Di Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen *S. Pertanian*. 1 (2) 106-115
- Kotler P, Armstrong G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta. Erlangga
- Kotler P, Keller KL. 2012. *Marketing Management 14th*. New Jersey. Prentice-Hall Published.
- Mulyadi. 1991. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Purwadi, T.2009.*Potensi Usaha tani Pisang Ambon melalui Program Primatani*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen : Institut Pertanian Bogor.
- Rahmatullah, Hadayani, Sulaeman. 2020. Analisis Pemasaran Tomat di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. *Agrotekbis*. 8 (4): 856 – 864.
- Ritonga HM, Fikri ME, Siregar N, Agustin RR, Hidayat R. 2018. *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan
- Rusdiansyah. 2013. *Potensi dan Peluang Investasi serta Permasalahan Komoditi Pisang di Kalimantan Timur*. Kalimantan Timur: Badan Perijinan Penanaman Modal.
- Shinta A., 2011. *Manajemen Pemasaran*. UB Press. Malang
- Sudiyono A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang. Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press, Malang.
- Surni. 2015. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Kendari. Universitas Halu Oleo

-
- Setiawan dan Siti Balkis. 2021. Analisis Pemasaran Pisang Kepok di Desa Bumi Sejahtera Kecamatan Kaliorang Kabupaten Kutai Timur. *JAKP(J. Agribisnis, Komun.Pertan)*. Kalimantan Timur. Vol 4(2). P-ISSN 2622-5050. Hal 75-86.
- Ulan, A.O dan Elly J. 2018. Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Kepok di Desa Aji Kuning Kecamatan Sebatik Tengah, Kabupaten Nunukan. *Jurnal Borneo Humaniora*. Kalimantan. E-ISSN 2599-3305. Hal 41-52.
- Widyastuti S. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila.
- Wijayanto, W. 2020. *Budidaya Pisang (Musa paradisiaca)*. Institut Pertanian Bogor.
- Yudi, 2018. Analisis Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Enrekang. *Skripsi*. Universitas Muhamadyah Makasar: Makasar.