

ANALISIS USAHA DAN EFISIENSI PEMASARAN MELON (*Cucumis melo L*) DI KABUPATEN KARANGANYAR

Fahrizal Adi Pradana, Endang Siti Rahayu, R. Kunto Adi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta

Jl.Ir.Sutami No.36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp./Fax (0271) 637457

Email: fahrizaladipradana@gmail.com, Telp: 085295840530

Abstract : This research aims to know the farming expense, revenue, income, efficiency and benefit melon enterprises in Jumantono, to discover the marketing channel patterns, as well as to know the expense and profit of melon marketing and analyze its margin and marketing efficiency in Karanganyar. Based on the result of research shows the average total cost of farming expense in Jumantono is Rp.68.739.741,69 per hectare per planting season. The average farmers revenue is Rp.114.986.956,52 per hectare per planting season. The average farmers income is Rp.46.247.214,83 per hectare per planting season. The statistic of farming efficiency is 4.32 per hectare per planting season, which shows that the process is efficient. The statistic of Net B/C Ratio melon farming is 1.72 per hectare per planting season, which means as eligible because it provides economic benefits. Melon marketing process shows three marketing channel patterns Karanganyar regency: Marketing channel I : Farmers – contract buyers – retailers – consumers. Marketing channel II : Farmers – contract buyers – wholesalesr – retailers – consumers. Marketing channel III : Farmers – contract buyers – Traders Outside the City. Marketing channel I and III are more efficient than marketing channel II because the farmer's share value on marketing channel I is 62,37% and farmer's share value on marketing channel III is 59,78%. Marketing channel II is less efficient because farmer's share value is 40% or less than 50,00%.

Keywords : Melon, Farming, Marketing, Efficiency, Farmer's share

Abstrak : Penelitian bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya usahatani, penerimaan, pendapatan, efisiensi dan kemanfaatan usahatani melon di Kecamatan Jumantono, mengetahui pola saluran pemasaran melon, mengetahui biaya dan keuntungan pemasaran melon serta menganalisis margin dan efisiensi pemasaran melon di Kabupaten Karanganyar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total rata-rata biaya mengusahakan usahatani melon di Kecamatan Jumantono sebesar Rp.68.739.741,69 per hektar per musim tanam. Rata-rata penerimaan yang diperoleh petani per musim tanam adalah Rp.114.986.956,52 per hektar. Rata-rata pendapatan petani dari usahatani melon per musim tanam adalah Rp.46.247.214,83 per hektar. Nilai efisiensi usahatani yang ditunjukkan dari nilai perbandingan penerimaan dan biaya usahatani sebesar 4,32 per hektar per musim tanam, yang menunjukkan sebagai usaha yang efisien. Nilai Net B/C Ratio usahatani melon sebesar 1,72 per hektar per musim tanam atau lebih dari satu yang berarti usahatani layak untuk dijalankan karena dapat memberikan manfaat secara ekonomi. Pola pemasaran melon menunjukkan terdapat tiga pola saluran pemasaran melon di Kabupaten Karanganyar: Pola saluran I: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang pengecer –Konsumen Akhir. Pola saluran II: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang pengecer – Konsumen Akhir. Pola saluran III: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Luar Kota. Saluran pemasaran I dan III merupakan saluran yang efisien dengan nilai farmer's share sebesar 62,37% pada saluran I dan 59,78% pada saluran II. Saluran pemasaran II tidak efisien dikarenakan memiliki nilai farmer's share sebesar 40,00% dikarenakan kurang kurang dari 50,00%.

Kata Kunci : Melon, Usahatani, Pemasaran, Efisiensi, Farmer's share

PENDAHULUAN

Melon merupakan salah satu jenis buah-buahan yang makin populer di dunia. melon merupakan salah satu jenis buah-buahan yang makin populer di dunia. Melon mempunyai karisma tersendiri di kalangan konsumen maupun produsen (petani). Permintaan pasar cenderung meningkat dikarenakan melon semakin digemari oleh berbagai kalangan masyarakat (Rukmana, 1994). Menurut Kementrian pertanian produksi melon nasional pada tahun 2010-2014 mengalami peningkatan yaitu dari 85.161 ton menjadi 150.002 ton. Rata-rata peningkatan melon tahun 2010-2014 sebesar 17,16 ton per hektar. Terjadinya peningkatan produksi melon dalam lima tahun terakhir dikarenakan luas panen yang semakin meningkat, peningkatan luas panen berpeluang untuk terus meningkatkan produksi melon nasional.

Buah melon merupakan salah satu buah andalan di Kabupaten Karanganyar yang sedang ditingkatkan produksinya, terbukti pada tahun 2015 produksi melon Kabupaten Karanganyar sebesar 6.116 kuintal. Permintaan buah melon yang terus meningkat, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi buah-buahan. Angka konsumsi melon per kapita di Indonesia menurut Badan Pusat Statistik (2015) meningkat dari 0,209 kg/kap/thn pada tahun 2012 menjadi sekitar 0,417 kg/kap/thn pada tahun 2013 dan 2014. Peningkatan angka konsumsi ini menjadi peluang bagi petani melon di Karanganyar untuk terus berusaha melon sehingga dapat memenuhi permintaan melon nasional.

Usahatani merupakan suatu kegiatan yang dilakukan petani dalam mengalokasikan sumberdaya yang ada secara efektif dan efisien guna memperoleh keuntungan. Usahatani tersebut perlu didukung dengan kegiatan pemasaran pertanian supaya komoditas pertanian dapat terdistribusi dengan baik sampai ke tangan konsumen. Pemasaran diartikan sebagai suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen.

Pemasaran buah melon di Kabupaten Karanganyar tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen Kabupaten Karanganyar saja, akan tetapi juga dipasarkan ke luar Kabupaten Karanganyar, antara lain Surakarta, Semarang, Bandung dan Jakarta. Dalam menjangkau pasar yang lebih luas tersebut, produsen tidak mampu apabila hanya mengandalkan penjualan langsung kepada konsumen. Sehingga dalam pemasaran buah melon di Kecamatan Jumantono Kabupaten Karanganyar melibatkan beberapa lembaga pemasaran agar dapat menyalurkan produk dengan cepat dan tepat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis biaya usahatani, penerimaan, dan pendapatan usahatani melon di Kecamatan Jumantono, Kabupaten Karanganyar, menganalisis efisiensi dan kemanfaatan usahatani melon di Kecamatan Jumantono, Kabupaten Karanganyar, mengkaji pola saluran pemasaran melon di Kabupaten Karanganyar, menganalisis biaya dan keuntungan pemasaran melon ditingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran melon, dan menganalisis margin dan efisiensi

pemasaran melon di Kabupaten Karanganyar.

METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik populasi atau bidang tertentu. Teknik penelitian yang digunakan adalah teknik survei. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu di Kecamatan Jumantono Kabupaten Karanganyar.

Responden pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu responden petani dan responden lembaga pemasaran. Pemilihan responden petani dilakukan menggunakan *proportional random sampling* dengan jumlah 30 petani yang menanam melon di Kecamatan Jumantono Kabupaten Karanganyar. Penentuan responden lembaga pemasaran di Kabupaten Karanganyar menggunakan metode *snowball sampling*.

Analisis Usahatani

Analisis usaha menggunakan konsep biaya yang digunakan adalah konsep biaya mengusahakan. Biaya mengusahakan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan usaha tani yang terdiri dari biaya alat-alat luar (benih, pupuk, sewa lahan, pestisida, benih, polibag, mulsa, kayu ajir dan tali rafia, upah tenaga kerja luar, penyusutan alat dan biaya lain-lain) ditambah biaya tenaga kerja dalam yang dibayar setara biaya tenaga kerja luar (Hadisapoetro, 1973). Penerimaan dihitung dari jumlah produksi dikalikan dengan harga produksi. Pendapatan dihitung dari penerimaan

dikurangi biaya mengusahakan. Efisiensi usahatani melon diketahui dengan perhitungan R/C rasio dan Kemanfaatan usahatani diketahui dengan perhitungan *Net B/C* rasio.

Menurut Soekartawi (1995), efisiensi usahatani melon dapat dihitung dengan rumus:

$$R/C \text{ ratio} = \frac{R}{C}$$

Keterangan: R = penerimaan usahatani melon (Rp), C = biaya usahatani melon (rupiah), Kriteria yang digunakan dalam analisis efisiensi usahatani sebagai berikut: Efisiensi > 1 usahatani melon berarti efisien, Efisiensi = 1 berarti usahatani melon impas, Efisiensi < 1 berarti usahatani melon tidak efisien. Kemanfaatan usahatani dapat diketahui dengan menggunakan *Net Benefit-Cost Ratio* Rumus dari Kemanfaatan usahatani adalah sebagai berikut:

$$\text{Net B / C Ratio} = \frac{B}{C}$$

Keterangan: B = Pendapatan usahatani melon, C = Biaya usahatani melon. Kriteria: *Net B/C Ratio* > 1 berarti layak dijalankan (memberi manfaat), *Net B/C Ratio* < 1 berarti tidak layak (tidak memberi manfaat), *Net B/C Ratio* = 1 belum layak.

Efisiensi Pemasaran

Alat analisis yang digunakan adalah analisis biaya dan margin pemasaran (*cost margin analysis*): a) Biaya Pemasaran: $B_p = B_{p1} + B_{p2} + \dots + B_{pn}$. Keterangan: B_p : Biaya pemasaran melon (Rp/Kg), B_{p1} , B_{p2}, \dots, B_{pn} : Biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran melon (Rp/Kg), b) Keuntungan Pemasaran: $K_p = K_{p1} + K_{p2} + \dots + K_{pn}$. Keterangan: K_p : Keuntungan pemasaran melon (Rp/Kg), K_{p1} , K_{p2}, \dots, K_{pn} : Keuntungan tiap lembaga pemasaran

melon (Rp/Kg), c)Marjin Pemasaran: $Mp = Pr - Pf$. Keterangan: Mp: Marjin pemasaran melon (Rp/Kg), Pr: Harga melon di tingkat konsumen (Rp/Kg), Pf: Harga melon di tingkat petani (Rp/Kg). d)Farmer's Share:

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

Keterangan : FS :Bagian yang diterima petani (%), Mp:Marjin pemasaran melon (Rp/Kg), Pr:Harga melon ditingkat konsumen (Rp/Kg).

Kriteria untuk mengetahui bahwa pemasaran melon dianggap efisien secara ekonomis adalah tiap-tiap saluran pemasaran mempunyai nilai persentase marjin pemasaran yang rendah dan mempunyai nilai persentase *farmer's share* petani melon yang tinggi. Bila *farmer's share* petani kurang dari 50% berarti pemasaran belum efisien, dan bila *farmer's share* petani lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan. (Sudiyono, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Usahatani Melon

Karakteristik Petani. Karakteristik petani melon merupakan gambaran secara umum mengenai keadaan dan latar belakang petani melon.

Tabel 1 menunjukkan rata-rata karakteristik petani melon. Umur petani rata-rata 42 tahun yang berarti berada pada usia produktif (14-64 tahun). Tingkat pendidikan rata-rata masih tergolong sedang. Jumlah anggota keluarga empat orang. Pengalaman berusahatani melon rata-

rata enam tahun. Rata-rata luas lahan usahatani melon seluas 0,38 Ha.

Biaya Mengusahakan Melon. Biaya mengusahakan pada usahatani melon merupakan penjumlahan dari rata-rata biaya alat-alat luar (biaya sarana produksi, upah tenaga kerja luar, penyusutan, biaya lain-lain) dan upah tenaga kerja dalam. Besarnya biaya yang dikeluarkan Petani melon dalam satu musim tanam dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 1. Karakteristik Petani Melon di Kecamatan Jumantono

No.	Uraian	Rata-Rata
1.	Umur Petani (Tahun)	42
2.	Tingkat Pendidikan	SMP
3.	Jumlah Anggota Keluarga (Orang)	4
4.	Pengalaman Usahatani Melon (Tahun)	6
5.	Luas Lahan (Ha)	0,38

Sumber: Analisis Data Primer, 2016

Tabel 2. Biaya Mengusahakan Melon per Musim Tanam di Kecamatan Jumantono.

No.	Uraian	Biaya (Rp)	
		Per Usahatani (0,38Ha) (Rp)	Per Ha (Rp)
1.	Biaya Sarana Produksi	13.738.344,43	35.839.159,39
2.	Biaya Tenaga Kerja Luar	8.636.000,00	22.927.433,63
3.	Biaya Penyusutan Alat	54.166,04	187.437,50
4.	Biaya Lain-lain	497.944,45	1.298.985,50
5.	Biaya Tenaga Kerja Dalam	3.196.666,67	8.486.725,66
	Jumlah	26.123.121,59	68.739.741,69

Sumber: Analisis Data Pimer, 2016

Tabel 2 menunjukkan besar biaya mengusahakan yang dikeluarkan petani dalam satu musim panen melon. Biaya ini meliputi biaya sarana produksi yang terdiri dari sewa lahan, benih, sewa lahan, biaya pupuk, biaya pestisida, biaya benih, polibag, mulsa, kayu ajir dan tali rafia, penyusutan, upah tenaga kerja luar, biaya lain-lain dan upah tenaga kerja dalam. Biaya terbesar adalah biaya sarana produksi. Biaya sarana produksi yang terdiri atas beberapa komponen sehingga membutuhkan pengeluaran yang banyak. Biaya besar kedua adalah upah tenaga kerja luar. Hal ini dikarenakan dalam usahatani melon dari umur 15 hari setelah tanam hingga umur tanaman 45 hari, pemeliharaan tanaman melon harus intensif meliputi sanitasi, pengikatan, pemangkasan, pemilihan buah, pengairan, pemupukan tambahan dan pengendalian hama dan penyakit sehingga membutuhkan tenaga kerja luar yang cukup banyak.

Penerimaan dapat dihitung dari jumlah produksi dan harga jual melon

per kilogram. Besar penerimaan rata-rata usahatani melon sebesar Rp.114.986.956,52 per hektar per musim tanam. Penerimaan ini bersumber dari penjualan melon dalam satu musim tanam.

Tabel 4 menunjukkan pendapatan usahatani melon di Kecamatan Jumantono dalam satu musim tanam (3 bulan) sebesar Rp.46.247.214,83. Pendapatan per bulan adalah Rp 6.514.713,41. Efisiensi usahatani yang ditunjukkan dari nilai perbandingan penerimaan dan biaya usahatani (*R/C Ratio*) yaitu sebesar 4,32 per hektar per musim tanam. Nilai *R/C Ratio* usahatani melon tersebut dapat diartikan bahwa setiap Rp 1,00 yang dikeluarkan petani memberikan pengembalian sebesar Rp.4,32 per hektar per musim tanam untuk usahatani melon. Nilai *Net B/C Ratio* usahatani melon sebesar 1,72 per hektar per musim tanam atau lebih dari satu yang berarti usahatani layak untuk dijalankan karena dapat memberikan manfaat secara ekonomi.

Tabel 3. Rata-Rata Penerimaan Usahatani Melon per Musim Tanam di Kecamatan Jumantono

No.	Keterangan	Per Usahatani (0,38Ha)	Per Ha
1.	Produksi (Kg)	9.904,77	25.838,52
2.	Harga Jual (Rp/Kg)	4.433,33	4.433,33
3.	Penerimaan	44.078.333,33	114.986.956,52

Sumber: Analisis Data Primer, 2016

Tabel 4. Rata-Rata Penerimaan, Pendapatan, Efisiensi dan Kemanfaatan Usahatani Melon per Musim Tanam di Kecamatan Jumantono

No	Uraian	Pendapatan (Rp)	
		Per Usahatani (0,38Ha)	Per Ha
1.	Penerimaan Usahatani	44.078.333,33	114.986.956,52
2.	Biaya Mengusahakan	26.123.121,59	68.739.741,69
3.	Pendapatan Usahatani	17.955.211,75	46.247.214,83
4.	Efisiensi Usahatani		4,32
5.	Kemanfaatan Usahatani		1,72

Sumber: Analisis Data Primer, 2016

Tabel 5. Karakteristik Pedagang Melon di Kabupaten Karanganyar

No.	Uraian	Rata-Rata
1.	Umur Pedagang (Tahun)	45
2.	Tingkat Pendidikan	SD
3.	Jumlah Anggota Keluarga (Orang)	4
4.	Pengalaman Usahatani Melon (Tahun)	8

Sumber: Analisis Data Primer, 2016

Efisiensi Pemasaran Melon

Efisiensi pemasaran dapat terjadi apabila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi, tersedianya fasilitas fisik tataniaga serta adanya kompetisi pasar yang sehat (Soekartawi, 1989). Meningkatnya efisiensi atau sistem pemasaran yang efisien merupakan keinginan atau tujuan dari partisipan pemasaran yaitu petani, lembaga-lembaga pemasaran (pedagang, pengolah dan pabrik), konsumen dan masyarakat umum.

Tabel 1 menunjukkan rata-rata karakteristik Pedagang melon. Umur pedagang rata-rata 45 tahun yang berarti berada pada usia produktif (14-64 tahun). Tingkat pendidikan rata-rata masih tergolong rendah. Jumlah anggota keluarga empat orang. Pengalaman berdagang melon rata-rata delapan tahun.

Lembaga dan Saluran Pemasaran. Proses penyaluran produk sampai ketangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran yang panjang ataupun pendek sesuai dengan kebijaksanaan saluran distribusi yang ingin dilaksanakan lembaga pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran melon di

Kabupaten Karanganyar menunjukkan ada tiga saluran pemasaran yaitu :

Pola saluran I: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang pengecer – Konsumen

Pola saluran II : Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen,

Pola saluran III : Petani –Pedagang Pengumpul – Pedagang Luar Kota

Menurut Limbong dan Sitorus (1985), Saluran dua tingkat (*two level channel*) mencakup dua perantara. Dalam pasar konsumsi pedagang yang terlibat merupakan grosir dan pengecer. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dimana pada saluran I menggunakan dua pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Menurut Limbong dan Sitorus (1985), Saluran tiga tingkat (*three level channel*) didapati tiga perantara. Dalam hal ini, selain grosir dan pengecer ditemui pula pedagang pemborong. Pemborong tersebut membeli barang dari pedagang grosir dan menjualnya ke pedagang pengecer kecil yang pada umumnya tidak dapat dilayani oleh pedagang grosir. Berdasarkan hasil penelitian, pola saluran II terdapat tiga pedagang perantara diantaranya pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Sementara pada saluran III berdasarkan hasil penelitian, tidak

dapat diketahui termasuk pada saluran tingkat berapa dikarenakan penelitian terhenti di pedagang pengumpul yang kemudian dikirimkan ke luar kota diluar daerah penelitian.

Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran. Besarnya biaya pemasaran menurut Lukito dan Prayugo (2007), sangat tergantung pada panjang pendeknya jalur pemasaran. Selain semakin mahal, jalur pemasaran yang jauh juga memiliki tingkat risiko yang tinggi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dimana biaya pemasaran melon yang paling banyak dikeluarkan adalah saluran II karena melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer.

Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Jarak yang mengantarkan produksi pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan. Perbedaan harga dimasing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran. Keuntungan pemasaran melon pada saluran pemasaran II lebih besar

dibandingkan keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran I dan III, hal ini dikarenakan kualitas melon yang berbeda. Pada saluran pemasaran II dengan kualitas melon yang baik, pedagang menjual melon dengan harga yang tinggi di tingkat konsumen sebesar Rp.11.000,00 per kg sedangkan pada pola saluran I hanya dijual sebesar Rp.7.023,81 per kg ditingkat konsumen.

Menurut Anindita (2004), Marjin pemasaran menunjukkan perbedaan harga diantara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran, sehingga dapat didefinisikan sebagai perbedaan anantara harga yang dibayar oleh konsumen dan harga yang diterima oleh produsen untuk produk pertanian. Tinggi rendahnya marjin pemasaran dipakai untuk mengukur efisiensi sistem pemasaran. Semakin besar marjin pemasaran maka makin tidak efisien sistem pemasaran tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dimana marjin pemasaran terbesar yaitu pada saluran II sebesar Rp.6.600,00 per kg. Hal ini dikarenakan banyaknya lembaga pemasaran yang terkait, dari tiap lembaga pemasaran mengambil keuntungan sehingga harga yang diperoleh produsen dengan harga yang diterima konsumen memiliki marjin harga yang tinggi.

Tabel 6. Perbandingan Total Biaya, Total Keuntungan dan Total Marjin Pemasaran serta *Farmer's Share* dari ketiga Saluran Pemasaran melon di Kabupaten Karanganyar.

No	Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III
1	Total biaya pemasaran (Rp/kg)	1.163,06	1.420,52	909,30
2	Total keuntungan (Rp/kg)	1.479,80	5.179,48	2.074,03
3	Total marjin pemasaran (Rp/kg)	2.642,86	6.600,00	2.983,33
4	<i>Farmers share</i> (%)	62,37	40,00	59,78

Sumber: Analisis Data Primer, 2016

Menurut Sudiyono (2004), kriteria pemasaran melon dianggap efisien secara ekonomis adalah tiap-tiap saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran yang rendah dan mempunyai nilai persentase bagian yang diterima petani melon yang tinggi. Bila bagian yang diterima petani kurang dari 50% berarti pemasaran belum efisien, dan bila bagian yang diterima petani lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan.

Saluran pemasaran dianggap efisien apabila masing-masing saluran pemasaran mempunyai nilai presentase pemasaran yang rendah dan nilai *farmers share* yang tinggi atau lebih dari 50%. Setiap saluran pemasaran mempunyai nilai *farmers share* yang berbeda-beda, pada saluran I sebesar 62,37%, saluran II sebesar 40,00% dan saluran III sebesar 59,78%. Berdasarkan tinggi rendahnya margin pemasaran dan *farmers share* maka saluran I dan III merupakan saluran yang efisien secara ekonomis dibandingkan dengan saluran II. Hal ini disebabkan karena pada saluran I dan III lembaga pemasaran yang terlibat tidak terlalu panjang, sedangkan pada saluran II melibatkan banyak lembaga pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran I dengan margin pemasaran sebesar Rp.2.642,86 dan nilai *farmers share* sebesar 62,37% dan saluran III dengan margin pemasaran sebesar Rp.2.983,33 dan nilai *farmers share* sebesar 59,78% merupakan saluran pemasaran yang efisien dibanding saluran pemasaran II. Hal ini disebabkan nilai *farmers share* yang diperoleh lebih dari 50% dan

semakin rendah margin pemasaran atau semakin tinggi bagian yang diterima oleh produsen, dan semakin pendek saluran pemasaran maka saluran pemasaran semakin efisien.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Total biaya mengusahakan usahatani melon rata-rata adalah Rp.68.739.741,69 per hektar per musim tanam. Rata-rata Penerimaan Usahatani melon adalah Rp.114.986.956,52 per hektar per musim tanam. Pendapatan rata-rata usahatani melon adalah Rp.46.247.214,83 per hektar per musim tanam. (2) Efisiensi usahatani melon di Kecamatan Jumantono mencapai efisiensi usahatani yang ditunjukkan dari nilai *R/C Ratio* sebesar 4,32 per hektar per musim tanam yang berarti bahwa setiap Rp 1,00 yang dikeluarkan petani memberikan pengembalian sebesar Rp.4,32 per hektar per musim tanam. Kemanfaatan usahatani melon yang ditunjukkan dengan nilai *Net B/C Ratio* sebesar 1,72 per hektar per musim tanam yang berarti usahatani layak untuk dijalankan karena dapat memberikan manfaat secara ekonomi. (3) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran melon di Kabupaten Karanganyar menunjukkan ada tiga saluran pemasaran yaitu: Pola saluran I: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang pengecer – Konsumen. Pola saluran II : Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen,. Pola saluran III : Petani –Pedagang

Pengumpul – Pedagang Luar Kota. (4) Total biaya pemasaran pada saluran pemasaran I adalah sebesar Rp.1.163,06 per kg dengan keuntungan total yang diperoleh adalah sebesar Rp.1.479,80. Total biaya pemasaran pada saluran pemasaran II adalah sebesar Rp.1.420,52 per kg dengan keuntungan total yang diperoleh adalah sebesar Rp.5.179,48. Total biaya pemasaran pada saluran pemasaran III sebesar Rp.909,30 per kg dengan keuntungan total yang diperoleh sebesar Rp.2.074,03. (5) Marjin pemasaran pada saluran pemasaran I adalah Rp.2.642,86 dan *farmers share* sebesar 62,37%. Marjin pemasaran pada saluran pemasaran II adalah Rp.6.600,00 dan *farmers share* sebesar 40,00%. Marjin pemasaran pada saluran pemasaran III adalah Rp.2.983,34 dan *farmers share* sebesar 59,78%. Berdasarkan persentase marjin pemasaran dan *farmers share* dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran I dan II merupakan saluran pemasaran yang efisien.

Saran yang dapat diberikan yang berkaitan dengan usahatani dan efisiensi pemasaran melon di Kecamatan Jumantono Kabupaten Karanganyar adalah sebagai berikut: (1) Petani dapat mengaplikasikan dan mengoptimalkan program intensifikasi pertanian untuk meningkatkan pendapatan dan efisiensi pemasaran yaitu pengolahan lahan pertanian dengan sebaik-baiknya untuk meningkatkan hasil pertanian dengan program sapta usahatani antara lain pengolahan tanah yang baik, pengairan yang teratur, pemilihan bibit unggul, pemupukan,

pemberantasan hama dan penyakit, pascapanen dan pemasaran. (2) Perlu dibentuknya wadah yang dapat membantu petani untuk menguatkan posisi tawarnya, semisal forum, koperasi atau asosiasi petani sehingga dapat meningkatkan efisiensi pemasaran petani. (3) Petani dapat aktif dalam mencari informasi pasar tentang harga melon ditingkat masing-masing lembaga pemasaran sehingga petani dapat menetapkan harga jual yang memberikan keuntungan lebih besar bagi petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, Ratya. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus. Surabaya.
- Badan Pusat Statistik 2015. *Tingkat Konsumsi buah melon tahun 2011-2014*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Hadisapoetro, S. 1973. *Biaya Dan Pendapatan dalam Usahatani*. Fakultas Pertanian UGM. Yogyakarta.
- Kadariah. 1988. *Evaluasi Proyek Analisa Ekonomi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Limbong dan Sitorus, 1985. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. IPB Bogor
- Lukito dan Prayugo. 2007. *Pemasaran Lobster air tawar*. Penebar swadaya. Jakarta.
- Kementrian Pertanian. 2015. *Luas panen, produksi, dan produktivitas melon*. <http://>

aplikasi.deptan.go.id diakses
tanggal 23 Oktober 2015
pukul 20.00 WIB

Rukmana, R., 1994. *Budidaya Melon Hibrida*. Kanisius. Yogyakarta.

Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian: Teori*

dan Aplikasinya. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

_____. 1995. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian, Cetakan kedua*. UMM Press. Malang.