

**EFFICIENCY ANALYSIS OF WATER GUAVA MARKETING
IN DEMAK REGENCY**

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN JAMBU AIR
DI KABUPATEN DEMAK**

Dewi Widyastuti, Joko Sutrisno, Setyowati

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta
Jl. Ir. Sutami No. 36 A, Ketingan, Surakarta 57126 Telp/Fax (0271) 637457
E-mail: de19wi@gmail.com Telp. 085888877922

Abstract: *The aim of this research is to know the marketing channel of Water Guava, the role and function of the Water Guava marketing agency in, marketing cost, marketing profit, marketing margin, Farmer's share as well as marketing efficiency in Demak Regency. The basic method of this research was analytical descriptive. The research location in Demak Regency. The sample was taken using proportional random sampling technique, consisting of 30 farmer respondents, from Mranak, Kendaldoyong, and Sidomulyo Villages of Wonosalam Sub District. The sample of marketing institution respondents was taken using snowball sampling technique. The data used were primary and secondary data. The results showed that the pattern of marketing channels of water guava in Demak Regency consisted of: Channel I: Farmers → Wholesaler → Retailer → Consumer; II: Farmers → Intermediary → Wholesaler → Outside Town Seller, III: Farmers → Wholesaler → Outside Town Seller; IV: Farmers → Outside Town Seller. The farmer marketing functions consisted of selling, packaging and transporting, as well as risk assuming and financing functions. The marketing function of intermediary, wholesaler, and retailer included selling and buying, packaging and transporting, and sorting, risk assuming, financing, and market information. In Channel I, the total marketing cost was IDR.1,719, total profit was IDR.4,281. Total marketing margin was ID.6,000/ kg. in Channel II, total marketing margin was IDR 8,125 Per kg. In Channel III the total marketing margin was IDR.4,166 Per kg. In Marketing Channel IV, total marketing margin was IDR 1,470 per Kg. Channel IV was the most economically efficient with farmer's share of 90.81%, margin percentage of 9.19% and farmer profit was IDR 7,447/ Kg.*

Key word: *Marketing Efficiency, Cost Analysis, Farmer's share, Water Guava*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran jambu air, peran dan fungsi lembaga pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan, margin pemasaran, dan farmer's share, serta efisiensi pemasaran jambu air secara ekonomis di Kabupaten Demak. Metode dasar penelitian adalah deskriptif analitik. Lokasi penelitian di Kabupaten Demak, dengan pengambilan sampel responden petani secara proporsional di Desa Mranak, Desa Kendaldoyong, dan Desa Sidomulyo Kecamatan Wonosalam sebesar 30 responden petani. Pengambilan sampel responden lembaga pemasaran secara snowball sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran jambu air di Kabupaten Demak yaitu Saluran I: Petani → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen, II: Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Pedagang Luar Kota, III: Petani → Pedagang Besar → Pedagang Luar Kota, IV: Petani → Pengecer Luar Kota. Fungsi pemasaran petani adalah fungsi penjualan, fungsi pengemasan dan pengangkutan, serta fungsi penanggungan resiko dan pembiayaan. Fungsi pemasaran pedagang pengumpul, pedagang besar dan pengecer adalah fungsi penjualan dan pembelian, fungsi pengemasan dan pengangkutan, serta fungsi sortasi, penanggungan resiko, pembiayaan, dan informasi pasar. Pada saluran I total biaya pemasaran Rp.1.719, total keuntungan Rp.4.281. Total margin pemasarannya Rp.6.000/ kg. Saluran II total margin pemasarannya Rp.8.125/ kg. Saluran III total margin pemasarannya Rp.4.166/ kg. Saluran pemasaran IV total margin pemasarannya Rp.1.470/ kg. Saluran IV paling efisien secara ekonomi dengan farmer's share 90,81%, persentase margin 9,19% dan keuntungan petani Rp. 7.447/kg.*

Kata Kunci : *Efisiensi Pemasaran, Analisis Biaya, Farmer's share, Jambu Air*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris di mana sebagian besar masyarakatnya hidup dari bercocok tanam, sehingga pembangunan sektor pertanian merupakan sektor penggerak perkembangan ekonomi dan laju pertumbuhan ekonomi. Upaya mewujudkan pembangunan pertanian tidak terlepas dari berbagai macam masalah yang dihadapi, salah satunya adalah upaya pengentasan kemiskinan melalui peningkatan pendapatan petani (Bappenas, 1994). Permasalahan peningkatan pendapatan petani erat kaitannya dengan mekanisme pemasaran produk pertanian. Proses pembangunan yang ada harus disesuaikan dengan potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah (Sudaryanto dan Syafa'at, 2002).

Kabupaten Demak merupakan kabupaten yang masih mengandalkan sektor pertanian sebagai sumber pendapatan daerah. Peranan sektor pertanian di Kabupaten Demak bisa dilihat dari kontribusi sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 23,92% dari total PDRB. Selain itu, jumlah penduduk terbesar bekerja di bidang pertanian, kehutanan, dan perikanan adalah sejumlah 141.674 orang. Hasil pertanian utama di Kabupaten Demak selain padi dan palawija adalah produk hortikultura berupa buah-buahan. Kabupaten Demak dikenal sebagai sentra penghasil buah jambu air di Provinsi Jawa Tengah. Pada tahun 2015 jumlah produksi jambu air terbesar di Jawa Tengah adalah Kabupaten Demak dengan produksi 99.801 kuintal (BPS, 2016). Jambu air merupakan tanaman tropis dari famili *Myrtaceae*, secara botanikal diidentifikasi sebagai *Syzygium*

samarangense. Tanaman ini banyak tumbuh di negara tropis seperti Indonesia (Peter *et al*, 2011).

Permasalahan terkait jambu air di Kabupaten Demak adalah ketika panen raya hasil panen para petani besar dan produk di pasaran banyak sehingga pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer di dalam kota seringkali menolak membeli jambu air dari petani karena jumlah jambu air yang diterima sudah melebihi kapasitas dan pedagang sulit untuk mencari pasar baru untuk menyalurkan jambu air di luar kapasitasnya. Pada akhirnya pedagang akan membeli hasil panen petani sesuai dengan harga yang dikehendaki pedagang tersebut. Petani lebih memilih menjual hasil panen ke pedagang besar dengan harga yang rendah dari pada membiarkan jambu air busuk karena ketahanan jambu air tidak sampai seminggu. Permasalahan tersebut merupakan pendorong untuk dilakukan penelitian mengenai efisiensi pemasaran jambu air di Kabupaten Demak.

Tujuan penelitian ini adalah: mengetahui pola saluran pemasaran jambu air di Kabupaten Demak, mengetahui peran dan fungsi lembaga pemasaran jambu air di Kabupaten Demak, Mengetahui besarnya biaya, keuntungan, dan margin pemasaran serta keuntungan yang diperoleh petani pada setiap saluran pemasaran jambu air di Kabupaten Demak, dan mengetahui saluran pemasaran jambu air di Kabupaten Demak yang paling efisien secara ekonomi.

METODE PENELITIAN

Metode dasar penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis (Surakhmad, 2001).

Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik survei, yaitu penelitian yang mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner (Singarimbun dan Effendi, 1985).

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Pengambilan lokasi penelitian ini secara sengaja (*purposive*) dalam hal ini sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Singarimbun dan Effendi, 1985). Lokasi Penelitian dilakukan di Desa Sido Mulyo, Desa Mranak, dan Desa Kendaldoyong Kecamatan Wonosalam Kabupaten Demak karena merupakan Kecamatan dan Desa dengan produksi jambu air terbesar pada tahun 2015.

Metode Penentuan Sampel

Menurut Singarimbun dan Effendi (1985), data yang dianalisis harus mengikuti distribusi normal ≥ 30 responden. Penelitian ini mengambil 30 responden petani dari 919 populasi petani jambu air di Kecamatan Wonosalam. Penentuan jumlah sampel di masing-masing desa secara *proporsional* dengan rumus :

$$N_i = (N_k / N) \times 30$$

Dimana N_i adalah jumlah sampel petani jambu air yang diambil pada tiap desa, N_k adalah jumlah populasi petani jambu air dari tiap desa, dan N adalah jumlah populasi petani jambu air dari seluruh desa terpilih.

Sampel lembaga pemasaran jambu air yang diperoleh dengan metode *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang tidak jelas keberadaan anggotanya dan tidak pasti jumlahnya dengan cara menemukan satu sampel (*key informant*), untuk kemudian dari sampel tersebut dicari/ digali keterangan mengenai keberadaan

sampel lain, terus demikian secara berantai (Ruslan, 2004).

Jenis dan sumber data

Jenis dan sumber data yang digunakan data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui wawancara dengan daftar pertanyaan langsung (kuesioner) yang sudah disiapkan (Ruslan, 2004). Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan wawancara yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan langsung oleh pewawancara kepada nara sumber yang dianggap penting. Observasi yaitu salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan meliputi:

Analisis Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran

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

Dimana B_p adalah biaya pemasaran (Rp/kg) dan B_{p1} , B_{p2} , B_{p3} , B_{pn} adalah biaya pemasaran tiap saluran pemasaran jambu air (Rp/kg) (Sudiyono, 2001).

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + K_{p3} + \dots + K_{pn}$$

$$K_p = MP - B_p$$

Dimana K_p adalah keuntungan pemasaran (Rp/kg) dan K_{p1} , K_{p2} , K_{p3} , K_{pn} adalah keuntungan pemasaran tiap saluran pemasaran jambu air (Rp/kg). MP adalah marjin pemasaran (Rp/kg) (Sudiyono, 2001).

$$MP = P_r - P_f$$

$$MP = B_p + K_p$$

Dimana P_r adalah harga jambu air di tingkat konsumen (Rp/kg), P_f adalah

harga jambu air di tingkat produsen (Rp/kg) (Sudiyono, 2001).

Analisis Efisiensi Pemasaran secara Ekonomis

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran jambu air dilakukan dengan memperhitungkan persentase margin pemasaran dan *farmer's share*, dengan rumus :

$$M_p = \left(\frac{Pr - Pf}{Pr} \right) \times 100 \%$$

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

Dimana **M_p** adalah persentase margin pemasaran jambu air (%), dan **F** adalah persentase bagian yang diterima petani (%). Apabila bagian yang diterima produsen kurang dari 50%, berarti pemasaran belum efisien secara ekonomi dan bila lebih dari atau sama dengan 50% maka pemasaran dikatakan efisien secara ekonomi (Handayani dan Ivana, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Petani Jambu Air di Kabupaten Demak

Responden petani pada penelitian ini tergolong pada penduduk produktif sebanyak 93,3% sisanya 6,7% penduduk tidak produktif. Berdasarkan lama pendidikan sebanyak 63,3% responden memiliki pendidikan formal yaitu 7 orang tamat SD, masing-masing 5 orang tamat SMP dan SMA, 1 orang tamat D2 dan 1 orang tamat S1. Berdasarkan pengalaman usaha, responden terbanyak memiliki pengalaman usaha dalam budidaya jambu air sebesar 70% selama 1-10 tahun. Rata-rata jumlah pohon jambu air yang dimiliki petani adalah 21 pohon. Sebanyak 93,33% responden menjadikan budidaya jambu air ini sebagai usaha

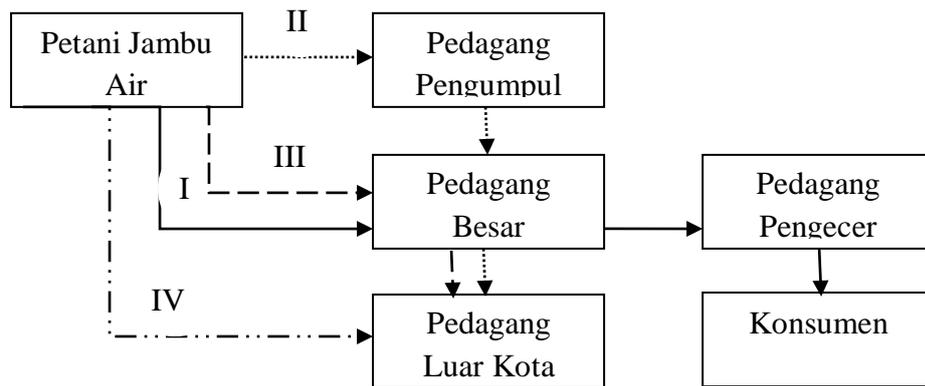
sampingan. Hal ini karena petani melihat bahwa budidaya jambu air dapat dilakukan dengan pekerjaan lain.

Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Jambu Air di Kabupaten Demak

Responden lembaga pemasaran berjumlah 11 orang, terdiri dari pedagang pengumpul 3 orang, pedagang besar 7 dan pedagang pengecer 1 orang. Seluruh responden lembaga pemasaran berada pada usia produktif. Tingkat pendidikan responden lembaga pemasaran sebanyak 1 orang pedagang tamat SD, tamat SMP dan SMA masing-masing berjumlah 4 orang. Lembaga pemasaran tamatan D2 dan D3 berjumlah masing-masing 1 orang. Tingkat pendidikan paling banyak pada adalah tamat SMP dan SMA. Lamanya usaha yang dilakukan oleh responden lembaga pemasaran berkisar antara 5-14 tahun sebanyak 45,4% dan untuk lama usaha 15-24 tahun sebanyak 54,6%. Berdasarkan pengalaman berdagang responden lembaga pemasaran yang cukup lama mempengaruhi siklus penjualan yang cepat dibandingkan dengan responden lembaga pemasaran yang pengalaman berdagangnya belum cukup lama. Pengalaman berdagang juga membantu agar terhindar dari kerugian yang sama.

Pola Saluran Pemasaran Jambu Air di Kabupaten Demak

Pola saluran pemasaran jambu air di Kabupaten Demak dapat diketahui dengan cara mengikuti arus pemasaran jambu air mulai dari produsen jambu air hingga ke konsumen akhir di wilayah Kabupaten Demak. Pola pemasaran jambu air di Kabupaten Demak terdapat empat tipe saluran pemasaran :



Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran Jambu Air

Keterangan :

- ▶ : Saluran Pemasaran I
-▶ : Saluran Pemasaran II
- - - - -▶ : Saluran Pemasaran III
-▶ : Saluran Pemasaran IV

Pada pola saluran pemasaran I terdapat tiga lembaga pemasaran yang terlibat yaitu petani, pedagang besar dan pedagang pengecer. Pada pola saluran pemasaran II terdapat empat lembaga pemasaran yang terlibat yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang luar kota. Pada pola saluran pemasaran III terdapat tiga lembaga pemasaran yang terlibat yaitu petani, pedagang besar dan pedagang luar kota. Pada pola saluran pemasaran IV terdapat dua lembaga pemasaran yang terlibat yaitu petani dan pedagang luar kota. Saluran pemasaran yang banyak digunakan oleh petani adalah saluran pemasaran II yaitu sebanyak 16 orang. Saluran lain yang banyak digunakan petani jambu air adalah saluran ke III yaitu sebanyak 12 orang. Saluran I dan IV dilalui oleh sedikit petani jambu air. Padahal saluran I dan IV merupakan

saluran yang paling menguntungkan bagi petani, tetapi sedikit dipilih karena petani kurang informasi mengenai saluran yang paling efisien.

Peran dan Fungsi Lembaga Pemasaran

Proses pemasaran perlu dilakukan dengan tujuan untuk menyampaikan produk jambu air dari produsen ke konsumen pada tempat, waktu, dan harga yang tepat. Setiap proses pemasaran produk pertanian akan terdapat lembaga pemasaran yang menjalankan fungsi pemasaran ketika proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Fungsi-fungsi lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran jambu air di Kabupaten Demak yaitu :

Tabel 1. Peran dan Fungsi Lembaga Pemasaran Jambu Air di Kabupaten Demak

No	Lembaga Pemasaran	Peran dan Fungsi Lembaga Pemasaran
1	Petani	<ul style="list-style-type: none"> - Fungsi penjualan yaitu petani menjual dengan cara mendatangi atau didatangi oleh pedagang - Fungsi pengemasan menggunakan ember atau kardus air minum gelas. - Fungsi pengangkutan dengan kendaraan milik sendiri (sepeda/motor) - Fungsi penanggungan resiko jambu air rusak. Resiko yang dialami petani ketika ada jambu yang dijual rusak, harga jual petani ke pedagang dikurangi. - Fungsi Pembiayaan dalam pengemasan berupa kardus air minum gelas.
2	Pedagang Pengumpul	<ul style="list-style-type: none"> - Fungsi Pembelian dilakukan dengan mendatangi petani, tetapi ketika musim panen raya petani mendatangi pedagang. - Fungsi penjualan dengan mendatangi pedagang besar. - Fungsi pengemasan dengan kardus apel dan koran. - Fungsi pengangkutan dengan kendaraan pribadi berupa motor atau tossa. - Fungsi sortasi jambu air dilakukan dengan bantuan tenaga kerja. - Fungsi penanggungan resiko jambu air rusak, adanya potongan harga sejumlah jambu air yang rusak. - Fungsi pembiayaan dalam pengemasan, transportasi dan tenaga kerja, - Fungsi pemberian informasi pasar kepada petani.
3	Pedagang Besar	<ul style="list-style-type: none"> - Fungsi Pembelian dilakukan dengan cara petani mendatangi pedagang. - Fungsi penjualan dengan mendatangi pedagang luar kota. - Fungsi pengemasan dengan kardus apel, keranjang dan koran. - Fungsi pengangkutan dengan kendaraan pribadi berupa mobil. - Fungsi sortasi jambu air dilakukan dengan bantuan tenaga kerja. - Fungsi penanggungan resiko jambu air rusak, adanya potongan harga sejumlah jambu air yang rusak dari pedagang luar kota. - Fungsi pembiayaan dalam pengemasan, transportasi dan tenaga kerja, - Fungsi pemberian informasi pasar kepada petani dan pedagang pengumpul.
4	Pedagang Pengecer	<ul style="list-style-type: none"> - Fungsi Pembelian dilakukan dengan cara pedagang pengecer mendatangi pedagang besar. - Fungsi penjualan dengan cara menjual di pasar. - Fungsi pengemasan dengan plastic 2-3 kg. - Fungsi pengangkutan dengan kendaraan pribadi berupa motor. - Fungsi penanggungan resiko jambu air rusak, ketika jambu air tidak laku di pasar. - Fungsi pembiayaan dalam pengemasan dan transportasi. - Fungsi pemberian informasi pasar kepada konsumen.

Sumber: Analisis Data Primer, 2017

Biaya, Keuntungan, Marjin Pemasaran dan Keuntungan Petani Jambu Air di Kabupaten Demak

Proses mengalirnya barang atau produk dari produsen ke konsumen membutuhkan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu

produk akan mengalami peningkatan harga. Besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran serta keuntungan yang diterima petani pada

keempat saluran yang digunakan petani jambu air di Kabupaten Demak bisa dilihat pada Tabel 2, Tabel 3, Tabel 4, dan Tabel 5 :

Tabel 2. Rata-rata Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Jambu Air di Kabupaten Demak Pada Saluran I

No	Uraian	Biaya/kg	%
1	Petani		
	a. Biaya Pemeliharaan	1.417	8,86
	b. Biaya Pemasaran		
	1) panen	0	0,00
	2) Sortasi dan Bongkar Muat	0	0,00
	3) Pengemasan	50	0,31
	4) Transportasi	125	0,78
	5) Biaya Resiko	250	1,56
	c. Total Biaya	1.842	11,51
	d. Keuntungan Petani	8.158	50,99
	e. Harga yang diterima Petani	10.000	62,50
2	Pedagang Besar		
	Harga beli pedagang besar	10.000	62,50
	a. Biaya Pemasaran		
	1) panen	0	0,00
	2) Sortasi dan Bongkar Muat	200	1,25
	3) Pengemasan	131	0,82
	4) Transportasi	0	0,00
	5) Biaya Resiko	625	3,91
	Total Biaya	956	5,98
	b. Total Keuntungan	2.044	12,78
	c. Margin Pemasaran	3.000	18,75
	d. Harga Jual Pedagang Besar	13.000	81,25
3	Pedagang Pengecer		
	Harga beli pedagang pengecer	13.000	81,25
	a. Biaya Pemasaran		
	1) panen	0	0,00
	2) Sortasi dan Bongkar Muat	0	0,00
	3) Pengemasan	188	1,18
	4) Transportasi	250	1,56
	5) Biaya Resiko	325	2,03
	Total Biaya	763	4,77
	b. Total Keuntungan	2.238	13,99
	c. Margin Pemasaran	3.000	18,75
	d. Harga Jual Pedagang Pengecer	16.000	100,00
4	harga beli konsumen	16.000	100,00
5	total biaya pemasaran	1.719	10,74
6	total keuntungan	4.281	26,76
7	total Margin pemasaran	6.000	37,50
8	Persentase margin Pemasaran		37,50
9	<i>farmer's share</i>		62,50

Sumber : Analisis data primer 2017

Tabel 3. Rata-rata Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran Jambu Air di Kabupaten Demak Pada Saluran II

No	Uraian	Biaya/kg	%
1	Petani		
	a. Biaya Pemeliharaan	6.850,00	42,64
	b. Biaya Pemasaran		
	1) panen	73,74	0,46
	2) Sortasi dan Bongkar Muat	0,00	0,00
	3) Pengemasan	76,76	0,48
	4) Transportasi	9,54	0,06
	5) Biaya Resiko	119,67	0,75
	c. Total Biaya	7.129,71	44,39
	d. Keuntungan Petani	808,29	5,03
	e. Harga yang diterima Petani	7.938,00	49,42
2	Pedagang Pengumpul		
	Harga beli pedagang pengumpul	7.938,00	49,42
	a. Biaya Pemasaran		
	1) panen	0,00	0,00
	2) Sortasi dan Bongkar Muat	260,00	1,62
	3) Pengemasan	167,00	1,04
	4) Transportasi	70,00	0,44
	5) Biaya Resiko	191,00	1,19
	Total Biaya	688,00	4,28
	b. Total Keuntungan	1.749,00	10,89
	c. Margin Pemasaran	2.437,00	15,17
	d. Harga Jual Pedagang Pengumpul	10.375,00	64,59
3	Pedagang Besar		
	Harga beli pedagang besar	10.375,00	64,59
	a. Biaya Pemasaran		
	1) panen	0,00	0,00
	2) Sortasi dan Bongkar Muat	260,00	1,62
	3) Pengemasan	167,00	1,04
	4) Transportasi	300,00	1,87
	5) Biaya Resiko	360,00	2,24
	Total Biaya	1.087,00	6,77
	b. Total Keuntungan	4.601,00	28,64
	c. Margin Pemasaran	5.688,00	35,41
	d. Harga Jual Pedagang besar	16.063,00	100,00
4	harga beli pedagang luar kota	16.063,00	100,00
5	total biaya pemasaran	1.775,00	11,05
6	total keuntungan	6.350,00	39,53
7	total Marjin pemasaran	8.125,00	50,58
8	Persentase marjin Pemasaran		50,58
9	<i>farmer's share</i>		49,42

Sumber : Analisis data primer 2017

Tabel 4. Rata-rata Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran Jambu Air di Kabupaten Demak Pada Saluran III

No	Uraian	Biaya/kg	%
1	Petani		
	a. Biaya Pemeliharaan	7.136,00	50,67
	b. Biaya Pemasaran		
	1) panen	0,00	0,00
	2) Sortasi dan Bongkar Muat	0,00	0,00
	3) Pengemasan	82,00	0,58
	4) Transportasi	75,00	0,53
	5) Biaya Resiko	184,00	1,31
	c. Total Biaya	7.477,00	53,09
	d. Keuntungan Petani	2.440,00	17,33
	e. Harga yang diterima Petani	9.917,00	70,42
2	Pedagang Besar		
	Harga beli pedagang besar	9.917,00	70,42
	a. Biaya Pemasaran		
	1) panen	0,00	0,00
	2) Sortasi dan Bongkar Muat	200,00	1,42
	3) Pengemasan	187,00	1,33
	4) Transportasi	300,00	2,13
	5) Biaya Resiko	175,00	1,24
	Total Biaya	862,00	6,12
	b. Total Keuntungan	3.304,00	23,46
	c. Margin Pemasaran	4.166,00	29,58
	d. Harga Jual Pedagang Besar	14.083,00	100,00
3	harga beli pedagang luar kota	14.083,00	100,00
4	total biaya pemasaran	862,00	6,12
5	total keuntungan	3.304,00	23,46
6	total Marjin pemasaran	4.166,00	29,58
7	Persentase marjin Pemasaran		29,58
8	<i>farmer's share</i>		70,42

Sumber : Analisis data primer 2017

Tabel 5. Rata-rata Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran Jambu Air di Kabupaten Demak Pada Saluran IV

No	Uraian	Rp/ Kg	%
1	Petani		
	a. Biaya Pemeliharaan	7.083	44,27
	b. Biaya Pemasaran		
	1) panen	0	0,00
	2) Sortasi dan Bongkar Muat	0	0,00
	3) Pengemasan	170	1,06
	4) Transportasi	500	3,13
	5) Biaya Resiko	800	5,00
	Total Biaya Pemasaran	1.470	9,19
	c. Total Biaya	8.553	53,46
	d. Keuntungan Petani	7.447	46,54
	e. Harga yang diterima petani	16.000	100,00
	f. Margin Pemasaran	1.470	9,19
2	harga beli pengecer luar kota	16.000	100,00
3	total biaya pemasaran	1.470	9,19
4	total keuntungan pemasaran	0	0,00
5	total Marjin pemasaran	1.470	9,19
6	Persentase marjin Pemasaran		9,19
7	<i>farmer's share</i>		90,81

Sumber : Analisis data primer 2017

Dari saluran pemasaran I sampai dengan IV harga jambu air/kg yang diterima petani berbeda-beda. Biaya pemeliharaan dan biaya pemasaran yang dikeluarkan petani juga berbeda. Perbandingan total biaya pemasaran

yang dikeluarkan petani, biaya pemeliharaan, dan biaya resiko serta keuntungan petani pada tiap-tiap lembaga pemasaran jambu air di Kabupaten Demak dapat dilihat pada Tabel 6 :

Tabel 6. Perbandingan Biaya Pemeliharaan, Biaya Resiko, Total Biaya Pemasaran Petani dan Keuntungan Petani Pada Setiap Lembaga Pemasaran Jambu Air di Kabupaten Demak

No	Saluran Pemasaran	Biaya Pemeliharaan (Rp/kg)	Biaya Resiko (Rp/kg)	Biaya Transportasi (Rp/kg)	Keuntungan Petani (Rp/kg)
1	I	1.417	250	125	8.158
2	II	6.850	119	9	808
3	III	7.136	184	75	2.440
4	IV	7.083	800	500	7.447

Sumber: Analisis Data Primer, 2017

Keuntungan yang diterima oleh petani berhubungan dengan biaya pemeliharaan dan biaya pemasaran yang dikeluarkan. Pada Saluran I biaya pemeliharaan petani paling

kecil. Biaya resiko berbanding lurus dengan biaya transportasi, sehingga semakin jauh jarak petani dengan pedagang semakin besar biaya transportasi dan resiko jambu air rusak

akan semakin besar. Biaya resiko yang dikeluarkan petani saluran I cukup besar dibanding dengan saluran II dan III. Keuntungan yang didapat petani pada saluran I lebih dipengaruhi oleh biaya pemeliharaan yang rendah. Pada saluran IV keuntungan petani juga besar karena pemilihan lembaga pemasaran yang menguntungkan. Pada saluran II dan III biaya pemeliharaan tergolong tinggi, sehingga petani harus lebih memperhatikan pemasaran jambu air agar memperoleh keuntungan yang tinggi.

Analisis Efisiensi Pemasaran Jambu Air di Kabupaten Demak

Menurut Mubyarto (1994), sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen. Untuk mengetahui besarnya margin, harga yang diterima petani, harga di tingkat konsumen dan bagian yang diterima petani pada saluran I, II, III, dan IV dapat dilihat pada Tabel 7 :

Tabel 7. Perbandingan Total Biaya, Total Keuntungan, Total Margin dan *Farmer's Share* Tiap Saluran Pemasaran Jambu Air di Kabupaten Demak

No	Uraian	Saluran Pemasaran			
		I	II	III	IV
1	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	1.719	1.775	862	1.470
2	Total Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	4.281	6.350	3.304	14.530
3	Total Margin Pemasaran (Rp/Kg)	6.000	8.125	4.166	1.470
4	Persentase Margin Pemasaran (%)	37,50	50,58	29,58	09,19
5	Farmer's share (%)	62,50	49,42	70,42	90,81

Sumber: Analisis Data Primer, 2017

Efisiensi pemasaran secara ekonomis menggunakan indikator *farmer's share*. Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa total biaya dan keuntungan paling tinggi adalah saluran pemasaran II. Saluran pemasaran IV merupakan saluran yang paling efisien, dilihat dari margin pemasaran yang rendah dan *farmer's share* 90,81%.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu terdapat empat pola saluran pemasaran jambu air di Kabupaten Demak, yaitu I: Petani → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen . II: Petani → Pedagang

Pengumpul → Pedagang Besar → Pedagang Luar Kota. III: Petani → Pedagang Besar → Pedagang Luar Kota. IV: Petani → Pengecer Luar Kota. Fungsi pemasaran petani adalah fungsi penjualan, pengemasan, pengangkutan, penanggungungan resiko dan pembiayaan. Fungsi pemasaran pedagang pengumpul dan pedagang besar adalah penjualan, pembelian, pengemasan, pengangkutan, sortasi, penanggungungan resiko, pembiayaan, dan informasi pasar. Fungsi pemasaran pedagang pengecer adalah penjualan, pembelian, pengemasan dan pengangkutan, penanggungungan resiko, pembiayaan, dan informasi pasar. Pada saluran I total biaya

pemasaran Rp.1.719,00/kg dengan total keuntungan Rp.4.281,00/kg. Total margin pemasarannya Rp.6.000,00 /kg dan keuntungan petani Rp. 8.158,00/kg. Saluran II total biaya pemasaran Rp.1.775,00/kg dengan total keuntungan Rp.6.350,00/kg. total margin pemasarannya Rp.8.125,00 /kg dan keuntungan petani Rp. 808,00/kg. Saluran III total biaya pemasaran Rp.862,00/kg, total keuntungan Rp.3.304,00/kg. total margin pemasaran Rp.4.166/kg dan keuntungan petani Rp. 2.440,00/kg. Saluran IV total biaya pemasaran Rp.1.470,00, total keuntungan petani Rp.14.530,00. total margin pemasarannya Rp.1.470,00/kg dan keuntungan petani Rp. 7.447,00/kg. Saluran IV paling efisien dengan *farmer's share* 90,81% dan persentase margin pemasaran 9,19%. Saran yang diberikan adalah petani secara berkelompok mengumpulkan hasil panennya dan kemudian perwakilan petani menjualnya ke pedagang luar kota untuk memperkecil biaya pengangkutan jambu air per kg dan menambah penerimaan petani. Selain itu petani dapat menjual hasil panennya ke pedagang besar yaitu pada saluran III atau I agar mendapatkan harga jual yang lebih tinggi dibanding saluran II. Petani diharapkan dapat lebih melakukan fungsi-fungsi pemasaran seperti fungsi pengemasan, pengangkutan, serta pembiayaan sehingga dengan resiko yang dihadapi petani mendapatkan harga jual jambu air yang layak dari pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS). 1994. Pertanian.

http://www.bappenas.go.id/index.php/download_file/view/8723/231. Diakses pada 11 Februari 2017.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak. 2015. *Kabupaten Demak dalam Angka*. Badan Pusat Statistik.

Handayani, S.M. dan Ivan N. 2011. Analisis Pemasaran Susu Segar di Kabupaten Klaten. *Sains Peternakan, IX (1) : 41-52*.

Mubyarto. 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.

Peter, T., Padmavathi, D., Sajini, R. J., and A, Sarala. 2011. *Syzygium Samarangense : A Review On Morphology, Phytochemistry & Pharmacological Aspects. Asian Journal of Biochemical and Pharmaceutical Research. Issue 4 Vol.1 : 155-163*.

Ruslan, R. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Sudaryanto, T dan N. Syafa'at. 2002. *Analisis Kebijakan pengembangan Agribisnis*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Departemen Pertanian Bogor.

Singarimbun, M dan S. Effendi. 1985. *Metode Penelitian Survei. Pusat Penelitian dan Studi Kependudukan*. LP3ES. Jakarta.

Surakhmad , 2001. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung : Tarsito.