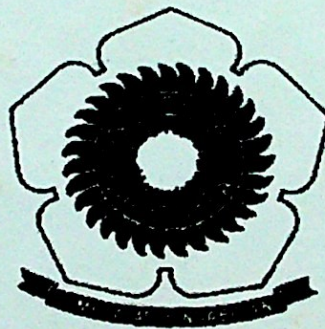


**ANALISIS PEMASARAN PISANG DARI PEDAGANG
PENGUMPUL SAMPAI PENGE CER
DI PASAR TRADISIONAL
KOTA PALEMBANG**

Oleh

BETA NATALIA



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

INDRALAYA

2007

658.8.
Nat
a
2007

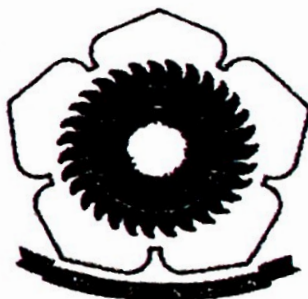


**ANALISIS PEMASARAN PISANG DARI PEDAGANG
PENGUMPUL SAMPAI PENGECEK
DI PASAR TRADISIONAL
KOTA PALEMBANG**

Oleh

BETA NATALIA

17057
17439



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

INDRALAYA

2007

SUMMARY

BETA NATALIA. The Analysis of Banana Marketing from Collecting Trader to Retailer in Traditional Market in Palembang City (Supervised by **MARYATI MUSTOFA HAKIM** and **MIRZA ANTONI**).

The purposes of this research are (1) to identify banana marketing channel in Palembang City, (2) to describe the banana marketing functions undertaken by banana marketing institutions, and (3) to calculate efficiency level of marketing institutions interm of marketing margin, marketing profit, farmer's share, and marketing efficiency of marketing institutions.

The research was conducted at 7 Ulu Market, Jakabaring Market, Kuto Market, Lemabang Market from Maret until Mei 2007. This location was choosen purposively with the consideration that the locations are banana marketing centre in Palembang City and from these locations already represent banana marketing from collecting trader to retailer in traditional market in Palembang City. The method of this research was survey method and the data thet collected in the field were primary and secondary data.

The results of this research show that there are three marketing institutions of banana marketing channel in Palembang City, they are collecting trader, big saler, and retailer. The marketing functions are transfer functions, physical functions, and facility functions. The transfer functions, the transport function, the financing function and market information function were conducted by all marketing institutions. Big salers and retailers were conducted the storage function, standardization and grading function

but collecting trader didn't do that function. All marketing institutions didn't do the processing function.

Efficiency analysis shows that the marketing institutions has efficient in doing marketing activity with the efficiency level of among 0 % until 100 %. The analysis of marketing margin show that marketing margin at collecting trader equal Rp446,15 each Kg, big saler equal Rp378,85 each Kg, and retailer equal Rp525,00 each Kg. The analysis of marketing profit show that marketing profit at collecting trader equal Rp253,29 each Kg, big saler equal Rp331,91 each Kg, and retailer equal Rp442,56 each Kg. Marketing efficiency at collecting trader equal 22,79 %, big saler equal 3,83 %, retailer equal 4,71 %, and Farmer's share equal 22,86 %.

RINGKASAN

BETA NATALIA. Analisis Pemasaran Pisang dari Tingkat Pedagang Pengumpul sampai Tingkat Pedagang Pengecer di Pasar Tradisional di Kota Palembang (Dibimbing oleh **MARYATI MUSTOFA HAKIM** and **MIRZA ANTONI**).

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan saluran pemasaran yang terjadi dalam pemasaran pisang di Kota Palembang, (2) mendeskripsikan fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang diterapkan oleh lembaga pemasaran pisang di Kota Palembang, dan (3) menghitung tingkat efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran, keuntungan pemasaran, efisiensi pemasaran masing-masing lembaga pemasaran, dan *farmer's share*.

Penelitian ini dilaksanakan di pasar-pasar di Kota Palembang yaitu di 7 Ulu, Pasar Induk Jakabaring, Pasar Kuto, dan Pasar Lemabang selama bulan Maret sampai dengan Mei 2007. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi ini merupakan sentra pemasaran pisang di Kota Palembang dan dikarenakan dari pasar-pasar tersebut sudah terbentuk saluran pemasaran pisang dari tingkat pedagang pengumpul sampai tingkat pengecer di Kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian saluran pemasaran pisang di Kota Palembang menunjukkan bahwa pedagang pengumpul membeli pisang kepada petani, kemudian dari pedagang pengumpul pisang disalurkan ke pedagang besar di 7 Ulu dan Pasar Induk Jakabaring, selanjutnya pedagang pengecer Pasar Lemabang membeli pisang ke pedagang besar di 7

Ulu, pedagang pengecer Pasar Kuto membeli pisang ke pedagang besar di Pasar Induk Jakabaring untuk dijual kepada konsumen akhir. Fungsi-fungsi pemasaran yang diterapkan oleh lembaga pemasaran pisang di Kota Palembang adalah fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi penyimpanan, fungsi pengangkutan, fungsi standarisasi dan grading, fungsi penanggungan resiko, fungsi pembiayaan, dan fungsi informasi pasar.

Marjin pemasaran pisang di tingkat pedagang pengumpul adalah Rp446,15 per Kg, di tingkat pedagang besar adalah Rp378,85 per Kg, dan di tingkat pedagang pengecer adalah Rp525,00 per Kg. Keuntungan pemasaran pisang di tingkat pedagang pengumpul adalah Rp253,29 per Kg, di tingkat pedagang besar adalah Rp331,91 per Kg, dan di tingkat pedagang pengecer adalah Rp442,56 per Kg. Efisiensi pemasaran pisang di tingkat pedagang pengumpul adalah 22,79 %, di tingkat pedagang besar adalah 3,83 %, di tingkat pedagang pengecer adalah 4,71 %, dan besarnya *farmer's share* adalah 22,86 %.

**ANALISIS PEMASARAN PISANG DARI PEDAGANG
PENGUMPUL SAMPAI PENGE CER
DI PASAR TRADISIONAL
KOTA PALEMBANG**

Oleh

BETA NATALIA

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

Pada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

INDRALAYA

2007

Skripsi

**ANALISIS PEMASARAN PISANG DARI PEDAGANG
PENGUMPUL SAMPAI PENGE CER
DI PASAR TRADISIONAL
KOTA PALEMBANG**

Oleh

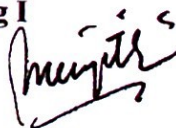
BETA NATALIA

05033104008

telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

Mengetahui,

Pembimbing I



Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si

Pembimbing II,

Ir. Mirza Antoni, M.Si

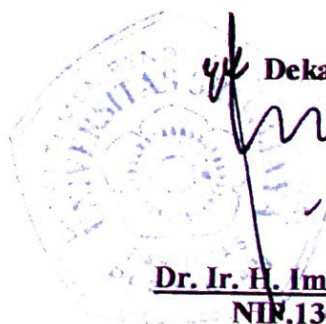
Indralaya, 30 Juli 2007

Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya

Dekan,



Dr. Ir. H. Imron Zahri, MS
NIR.130516530



Skripsi berjudul "Analisis Pemasaran Pisang Dari Pedagang Pengumpul Sampai Pengecer di Pasar Tradisional Kota Palembang" oleh Beta Natalia telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 13 Juni 2007

Komisi Penguji

- | | | |
|------------------------------------|------------|--|
| 1. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si | Ketua | 
(.....) |
| 2. Ir. Mirza Antoni, M.Si | Sekretaris | 
(.....) |
| 3. Ir. Elisa Wildayana, M.Si | Anggota | 
(.....) |
| 4. Dessy Adriani, S.P., M.Si | Anggota | 
(.....) |

Mengetahui

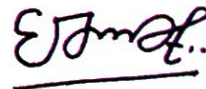
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si
NIP.131269263

Mengesahkan

Ketua
Program Studi Agribisnis



Ir. Elisa Wildayana, M.Si
NIP.131691050

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya, adalah hasil penelitian atau investigasi saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar kesarjanaan yang sama di tempat lain.

Indralaya, 30 Juli 2007

Yang membuat pernyataan



Beta Natalia

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Palembang pada tanggal 13 Januari 1985, merupakan anak kedua dari enam bersaudara keluarga Aman Makmur dan Ratminahaza. Selama duduk di bangku sekolah penulis sering berpindah-pindah sekolah dikarenakan ikut orang tua yang berpindah-pindah tugas. Penulis mulai duduk di bangku sekolah pada umur enam tahun di Madrasah Ibtidaiyah Adabiyah Palembang. Kelas 2 SD penulis pindah ke SDN 02 Talang Kelapa Kabupaten Musi Banyuasin, kelas 4 SD penulis kembali pindah sekolah ke SDN 03 Pulau Beringin, OKU. Penulis kemudian menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 1997 di SDN 05 Banding Agung, OKU Selatan. Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Tingkat Pertama di SLTP Negeri 1 Banding Agung Kabupaten OKU Selatan, di kelas 2 SLTP penulis pindah ke SLTP Negeri 8 Palembang dan lulus pada tahun 2000. Dan pada tahun 2003 penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Umum di SMU Negeri 5 Palembang.

Penulis kemudian terdaftar di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada bulan Agustus 2003 melalui jalur Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB). Praktik Lapangan diselesaikan pada bulan Januari 2007, mengenai Pemasaran Ikan Nila Hasil Budidaya di Lahan Praktik Klinik Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Penelitian diselesaikan pada bulan Mei 2007, mengenai Pemasaran Pisang dari Pedagang Pengumpul sampai Pengecer di Pasar Tradisional Kota Palembang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas petunjuk dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai pedoman dan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Zainal Ridho Djafar selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Dr. Ir. H. Imron Zahri, MS. selaku Dekan Fakultas Pertanian.
3. Ibu Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si., dan Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
4. Ibu Ir. Elisa Wildayana, M.Si dan Ibu Dessy Adriani, SP., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.
5. Kepada seluruh Dosen, Staf, dan Karyawan Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya, khususnya Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian (Agribisnis), terima kasih atas pendidikan selama 4 tahun.
6. Terima kasih kepada Mama & Papa atas doa, cinta kasih, dukungan moril dan materil.
7. Mas Andre ku tercinta dan tersayang, terima kasih atas kasih sayang, doa, semangat dan dukungannya. Terima kasih sudah setia menemani Beta menyelesaikan semua tugas dan tanggung jawab ini, mas Andre yang terbaik. Usaha maksimal membuahkan hasil, akhirnya bisa selesai tepat waktu.

8. Saudara-saudaraku Alfa, Gama, Delta, Penta, Hexa, terima kasih atas doa dan dukungannya.
9. Sahabat-sahabat terdekatku Nina, Tri, Lily, Niken, Riri, Ichy, Puzar, Muri, dan seluruh teman-teman seperjuangan PSA 2003, terima kasih atas doa dan dukungannya. Ingat bahwa kita selamanya berteman. Semangat, semoga berhasil, dan percayalah kita semua pasti bisa.
10. Kepada seluruh Bapak dan Ibu guruku dari MI sampai SMU, yang telah mendidik dan mengajarkan aku banyak hal, terima kasih banyak.
11. Pedagang-pedagang pisang (mulai dari pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer), terima kasih atas waktu dan semua informasi yang telah diberikan. Semoga sukses dalam dunia perdagangan.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam tulisan ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis sangat mengharapkan segala saran dan kritik yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

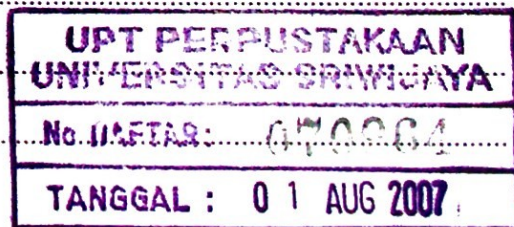
Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, 30 Juli 2007

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan	9
II. KERANGKA PEMIKIRAN	10
A. Tinjauan Pustaka	10
1. Konsepsi Tanaman Pisang	10
2. Konsepsi Pemasaran	14
3. Konsepsi Lembaga dan Saluran Pemasaran	16
4. Konsepsi Fungsi-fungsi Pemasaran	19
5. Konsepsi Biaya Pemasaran	22
6. Konsepsi Harga	24
7. Konsepsi Efisiensi Pemasaran	26
8. Konsepsi Marjin dan Keuntungan Pemasaran	27
9. Konsepsi <i>Farmer's Share</i>	29
B. Model Pendekatan	30
C. Batasan-batasan	31



	Halaman
III. PELAKSANAAN PENELITIAN	34
A. Tempat dan Waktu	34
B. Metode Penelitian	34
C. Metode Penarikan Contoh	34
D. Metode Pengumpulan Data	36
E. Metode Pengolahan Data	37
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Keadaan Umum Daerah	40
a. Letak Geografis dan Administratif	40
b. Penduduk dan Mata Pencaharian	40
c. Sarana dan Prasarana	41
d. Pasar	41
B. Saluran Pemasaran Pisang di Kota Palembang	42
C. Fungsi-fungsi Pemasaran	45
1. Fungsi-fungsi Pertukaran	45
a. Fungsi Pembelian	46
b. Fungsi Penjualan	46
2. Fungsi-fungsi Fisik	47
a. Fungsi Penyimpanan	47
b. Fungsi Pengangkutan	48
3. Fungsi-fungsi Fasilitas	48
a. Fungsi Standarisasi dan Grading	49

	Halaman
b. Fungsi Pembiayaan	50
c. Fungsi Penanggung Resiko	51
d. Fungsi Informasi Pasar.....	51
D. Analisis Efisiensi Pemasaran	52
1. Biaya Pemasaran	52
2. Marjin Pemasaran	53
3. Keuntungan Lembaga Pemasaran.....	54
4. Efisiensi Pemasaran	56
5. Bagian yang Diterima Petani	57
V. KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Potensi komoditi tanaman pisang Propinsi Sumatera Selatan	4
2. Luas panen dan produksi tanaman pisang di Propinsi Sumatera Selatan	4
3. Subjek penelitian, populasi, dan jumlah sampel	35
4. Fungsi-fungsi pertukaran lembaga-lembaga pemasaran dalam pemasaran pisang di Kota Palembang	45
5. Fungsi-fungsi fisik lembaga-lembaga pemasaran dalam pemasaran pisang di Kota Palembang	47
6. Fungsi-fungsi fasilitas Lembaga-lembaga pemasaran dalam pemasaran pisang di Kota Palembang	49
7. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran dalam pemasaran pisang di Kota Palembang	53
8. Marjin pemasaran masing-masing lembaga pemasaran pisang	53
9. Keuntungan lembaga pemasaran pisang di Kota Palembang	54
10. Efisiensi pemasaran masing-masing lembaga pemasaran pisang di Kota Palembang	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Pola Pemasaran Buah-buahan di Indonesia	19
2. Bagan Model Pendekatan Diagramatik	30
3. Saluran Pemasaran Pisang di Kota Palembang	43

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Sumatera Selatan	64
2. Peta Wilayah Kota Palembang	65
3. Volume pembelian dan volume penjualan	66
4. Volume pembelian dan volume penjualan rata-rata	68
5. Harga beli dan harga jual	69
6. Harga beli dan harga jual rata-rata	71
7. Total biaya pemasaran	72
8. Biaya-biaya pemasaran rata-rata	74

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian dari mayoritas penduduknya. Dengan demikian, sebagian besar penduduk menggantungkan kebutuhan hidup sehari-hari dari hasil produksi di sektor pertanian. Menurut Yudohusodo dalam Anggraini (2006), kenyataan yang terjadi bahwa sebagian besar penggunaan lahan di wilayah Indonesia diperuntukkan sebagai lahan pertanian dan hampir 50% dari total angkatan kerja masih menggantungkan nasibnya bekerja di sektor pertanian.

Subsektor perkebunan di Indonesia mempunyai peranan yang strategis dalam kehidupan sosial ekonomi. Sebagian besar masyarakat atau petani memperoleh pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup dari bekerja di subsektor perkebunan. Hasil-hasil perkebunan memberikan sumbangan yang besar dalam penyediaan bahan baku industri, penyediaan lapangan pekerjaan, sumber pendapatan devisa, dan membantu kondisi ekologis lingkungan hidup (Dinas Perkebunan Sumatera Selatan, 2003).

Perkebunan pisang yang permanen (diusahakan terus menerus) dengan mudah dapat ditemukan di Meksiko, Jamaika, Amerika Tengah, Panama, Kolombia, Ekuador dan Filipina. Di negara tersebut, budidaya pisang sudah merupakan suatu industri yang didukung oleh kultur teknis yang prima dan stasiun pengepakan yang modern dan pengepakan yang memenuhi standard internasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa pisang memang komoditas perdagangan yang sangat tidak mungkin diabaikan. Selain

berpeluang dalam ekspor pisang utuh, saat ini ekspor pure pisang juga memberikan peluang yang baik. Pure pisang biasanya dibuat dari pisang cavendish dengan kadar gula (21-26) % atau dari pisang lainnya dengan kadar gula < 21%. Di Indonesia pisang hanya ditanam dalam skala rumah tangga atau kebun yang sangat kecil. Standard internasional perkebunan pisang kecil adalah (10-30) ha. Angka ini belum dicapai di Indonesia. Tanah dan iklim kita sangat mendukung penanaman pisang, karena itu secara teknis pendirian perkebunan pisang mungkin dilakukan (Satuhu dan Supriyadi, 1999).

Pisang mempunyai potensi tinggi untuk dikembangkan secara intensif. Dewasa ini, pisang telah menjadi komoditas ekspor dan impor di pasar internasional. Hal yang menguntungkan bagi Indonesia untuk mengembangkan agribisnis pisang antara lain tersedianya sumberdaya lahan yang masih luas dan subur, tenaga kerja banyak, mempunyai banyak ragam varietas dan kultivar, iklim sesuai dan peluang pemasaran produk yang masih luas. Di dalam negeri cukup banyak industri yang membutuhkan pisang sebagai bahan bakunya sehingga dipandang bahwa agribisnis pisang mempunyai potensi ekonomi dan sosial yang cukup tinggi terutama dalam upaya peningkatan gizi masyarakat, perluasan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan petani. (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi DI Yogyakarta, 2000).

Pisang memiliki daerah penyebaran yang cukup luas. Hampir diseluruh wilayah Indonesia kita dapat menemukan pertanaman pisang dengan berbagai jenis atau varietas, walaupun tidak seluruh daerah tersebut merupakan/ termasuk wilayah andalan pengembangan sentra pisang di Indonesia. Wilayah andalan pengembangan sentra pisang di Indonesia terdiri dari Sumatera Utara, Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Sulawesi Selatan, Kalimantan

Selatan, Kalimantan Timur, NTB, dan NTT (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Sumsel, 2004).

Subsektor perkebunan di propinsi Sumatera Selatan mempunyai peranan yang strategis dalam kehidupan sosial ekonomi yaitu sebagai sumber pendapatan sebagian besar masyarakat atau petani, penyediaan bahan baku industri, penyediaan lapangan pekerjaan, sumber pendapatan devisa dan membantu kondisi ekologis lingkungan hidup (Dinas Perkebunan Sumatera Selatan, 2003).

Menurut Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Sumsel (2004), berdasarkan pengamatan di lapangan sebagian besar pertanaman pisang dilakukan di pekarangan atau lahan tegalan sebagai tanaman campuran dengan tingkat pemeliharaan yang belum intensif. Di Sumatera Selatan penyebaran pisang dapat dikatakan hampir merata ditemui diseluruh daerah yang ada di wilayah ini. Dilihat dari kecocokan iklim, pisang sangat cocok dikembangkan di Sumatera Selatan. Pisang merupakan tanaman yang membutuhkan banyak air yaitu sebesar 25 mm/minggunya. Dengan kondisi curah hujan Sumatera Selatan berkisar (2500-3000) mm/tahun, pisang tidak sulit dikembangkan. Adapun jenis-jenis pisang yang dikembangkan di wilayah Sumatera Selatan adalah pisang ambon, pisang mas, pisang putri, pisang kepok, pisang lilin, pisang raja, pisang nangka, pisang tematu, pisang gadis, dan pisang lokal. Hasil produksi pisang dipasarkan untuk tujuan lokal daerah setempat, ke Palembang, dan ke luar daerah Sumatera Selatan. Pisang yang banyak dipasarkan ke Kota Palembang adalah pisang ambon, pisang mas, pisang putri, dan pisang kepok.

Dari hasil pendataan Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Sumsel (2004), total produksi pisang di wilayah Sumatera Selatan adalah sebesar 34.138,13 ton dengan sebaran dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Potensi komoditi tanaman pisang Propinsi Sumatera Selatan

No	Kabupaten	Luas Tanam (Ha)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
1	Musi Rawas	31	21	246
2	Lubuk Linggau	19	19	161
3	Lahat	46	36	433
4	Muara Enim	514	514	2.570
5	OKI	1.257	1.060	13.167
6	OI	34	28	355
7	MUBA	227	126	974
8	Banyuasin	38	32	652
9	OKU Selatan	1.794	1.266	15.240
10	OKU	17	15	300
11	Palembang	25	20	40
Total				34.138

Sumber : Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Sumsel, 2004

Tabel 2 merupakan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan (2005), dari jumlah total panen tanaman buah-buahan di Propinsi Sumsel sebesar 1.571.089 ton, sebesar 474.801 ton merupakan jumlah panen buah pisang. Produktifitas terbesar dimiliki oleh Kabupaten Pagaralam yaitu 141,75 ton per hektar, Kabupaten Musi Rawas sebesar 113,90 ton per hektar, Kabupaten Lahat sebesar 112,04 ton per hektar, Kabupaten Banyuasin sebesar 109,32 ton per hektar, Kabupaten OKU Timur sebesar 96,36 ton per hektar, dan Kabupaten OKU Selatan sebesar 75,37 ton per hektar.

Seiring pertambahan jumlah penduduk, permintaan buah pisang dari tahun ke tahun terus meningkat. Bila perkiraan konsumsi penduduk Indonesia sebesar 20,75 kg per kapita/tahun, maka dapat diketahui kebutuhan pisang untuk dalam negeri pada tahun 2004 adalah sebesar 4.504.315 ton (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Sumsel, 2004).

Tabel 2. Luas panen dan produksi tanaman pisang di Propinsi Sumatera Selatan

No.	Kabupaten	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
1	Musi Rawas	71	8.087
2	Lubuk Linggau	6	419
3	Lahat	57	6.386
4	Muara Enim	764	40.783
5	OKI	787	35.098
6	OI	514	49.257
7	MUBA	394	91.142
8	Banyuasin	100	10.932
9	OKU Selatan	390	37.584
10	OKU	57	4.056
11	Palembang	29	2.681
12	OKU Timur	2.367	178.401
13	Prabumulih	89	9.408
14	Pagaralam	4	567
Total			474.801

Sumber : BPS Sumsel, 2005

Menurut BPS Sumsel (2002), di Kota Palembang rata-rata konsumsi pisang sebulan per rumah tangga ekonomi adalah sebesar 2,24 sisir dan perkapita sebesar 0,46 sisir. Untuk pisang goreng rata-rata konsumsi sebulan per rumah tangga ekonomi adalah sebesar 15,57 biji dan perkapita sebesar 3,18 biji. Pisang rebus rata-rata konsumsi sebulan per rumah tangga ekonomi adalah sebesar 0,26 biji dan perkapita sebesar 0,05 biji.

Pemasaran pisang di Sumatera Selatan tergolong sulit karena jarak antara daerah produsen dengan daerah konsumen cukup jauh sehingga memerlukan biaya yang cukup besar dalam memasarkan pisang tersebut. Pada sentra-sentra penanaman pisang biasanya banyak berdatangan pedagang-pedagang pengumpul. Pedagang-pedagang ini secara aktif mengunjungi petani untuk melakukan transaksi pembelian pisang. Dari

tempat penampungan, pisang diangkut dengan menggunakan truk oleh para pedagang pengumpul menuju ke tujuan pemasaran. Dalam proses pemasaran pisang dari produsen ke konsumen memerlukan biaya-biaya seperti biaya angkut, biaya tenaga kerja, dan biaya penyimpanan. Biaya-biaya yang dikeluarkan ini akan mempengaruhi harga pisang dipasaran. Pedagang akan menanggung resiko fisik pemasaran seperti kerusakan terhadap pisang yang dipasarkan. Kerusakan terhadap buah pisang seperti kulit buah berwarna kecokelatan tentu saja akan menurunkan harga pisang tersebut.

Kota Palembang merupakan ibukota propinsi Sumatera Selatan yang merupakan pusat perdagangan. Banyak pedagang-pedagang pengumpul pisang yang datang dari berbagai daerah untuk memperdagangkan pisang. Pedagang pengumpul membawa pisang dari daerah produsen kemudian menjualnya kepada pedagang besar di Kota Palembang. Kemudian pedagang-pedagang pengecer membeli pisang dari pedagang besar dan menjualnya ke konsumen akhir.

Lembaga-lembaga pemasaran berperan penting dalam proses pemasaran pisang di Kota Palembang. Semakin panjang saluran pemasaran atau semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat selama proses pemasaran pisang maka akan semakin besar biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran pisang tersebut. Selama proses pemasaran pisang dari daerah produsen hingga ke tangan konsumen di Kota Palembang, lembaga-lembaga pemasaran akan melakukan fungsi-fungsi pemasaran seperti fungsi-fungsi pertukaran, fungsi-fungsi fisik, dan fungsi-fungsi fasilitas. Fungsi-fungsi pemasaran ini juga akan sangat mempengaruhi biaya pemasaran pisang. Semakin banyak fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan maka akan semakin besar biaya pemasaran yang harus dikeluarkan. Besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan akan berpengaruh terhadap efisiensi pemasaran pisang. Semakin panjang saluran

pemasaran dan semakin tinggi biaya pemasaran yang dikeluarkan selama proses pemasaran pisang maka akan mengakibatkan semakin tinggi harga pisang di tingkat konsumen akhir dan semakin kecil bagian yang diterima petani. Hal ini menunjukkan semakin tidak efisien kegiatan pemasaran yang dilakukan.

Pedagang-pedagang pisang dalam memasarkan pisang dari daerah produsen sampai ke tangan konsumen di Kota Palembang menghadapi kendala-kendala dalam menyalurkan produk mereka. Ketidakefisienan pemasaran ini biasanya disebabkan karena biaya pemasaran yang masih terlalu besar, serta pembagian hasil pendapatan yang kurang adil antar lembaga pemasaran yang terlibat itu sendiri. Selain itu, dalam pemasaran pisang masih dijumpai rantai pemasaran yang panjang, sehingga banyak pelaku lembaga pemasaran yang terlibat dalam rantai pemasaran tersebut. Hal ini mengakibatkan terlalu besarnya keuntungan pemasaran (*marketing margin*) yang diambil oleh para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran pisang ke Kota Palembang. Semakin panjang rantai pemasaran yang dilalui, maka semakin mahal pula harga yang harus dibayar oleh konsumen dan semakin kecil harga yang diterima oleh petani.

Kegiatan pemasaran layak untuk diperhitungkan, karena kegiatan pemasaran akan mempengaruhi secara langsung pendapatan petani melalui harga, dan mempengaruhi harga yang akan dibayarkan oleh konsumen. Untuk meningkatkan pendapatan petani dan memperkecil harga yang harus dibayarkan oleh konsumen maka sistem pemasaran harus berjalan efisien dengan menekan biaya-biaya pemasaran pisang, memperkecil margin pemasaran, serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan biaya yang dibayar konsumen akhir pada semua pihak yang terkait dalam suatu proses pemasaran. Dengan sistem pemasaran yang efisien akan meningkatkan

pendapatan petani yang akan berdampak pada pembangunan wilayah secara luas khususnya bagi wilayah sentra produksi pisang di Sumatera Selatan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Subdinas Produksi Hortikultura dan Aneka Tanaman di Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura propinsi Sumatera Selatan, pisang yang banyak dijual di pasar-pasar Kota Palembang adalah jenis pisang putri, pisang lilin, pisang ambon, pisang nangka, pisang kepok, pisang gedah, pisang raja, dan pisang tematu. Pisang putri, pisang ambon, pisang lilin, dan pisang kepok adalah jenis pisang yang paling digemari oleh masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bagian Tata Usaha Perusahaan Daerah Pasar Kota Palembang, pisang yang paling banyak dijual di pasar-pasar Kota Palembang adalah jenis pisang putri, pisang kepok, pisang nangka, pisang lilin, dan pisang ambon.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti :

1. Bagaimana saluran pemasaran yang terjadi dalam pemasaran pisang di Kota Palembang?
2. Fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang diterapkan oleh lembaga pemasaran pisang di Kota Palembang?
3. Berapa besar tingkat efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan bagian yang diterima petani (*farmer's share*)?

C. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan permasalahan yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan saluran pemasaran yang terjadi dalam pemasaran pisang di Kota Palembang.
2. Mendeskripsikan fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang diterapkan oleh lembaga pemasaran pisang di Kota Palembang.
3. Menghitung tingkat efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan bagian yang diterima petani (*farmer's share*).

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pihak-pihak yang terkait dalam pemasaran pisang di Kota Palembang. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi dan pengetahuan bagi yang membutuhkan dan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, S. D. 2006. Tingkat Efisiensi Sayuran Dataran Tinggi dari Pagaram ke Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya.
- BPS. 2002. Sumatera Selatan dalam Angka. BPS. Palembang.
- BPS. 2005. Palembang dalam Angka. BPS. Palembang.
- Cahyono, B. 1995. Budidaya Pisang dan Analisis Usahatani. Kanisius. Yogyakarta.
- Daniel, Moehar. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara. Jakarta.
- Dinas Perkebunan. 2003. Laporan Tahunan. Dinas Perkebunan. Palembang.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Sumsel. 2004. Profil Komoditi Buah-buahan. Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura. Palembang.
- Limbong, H. W. Dan Sitorus, P. 1997. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial. Jakarta.
- Nurmaya, H. 2006. Analisis Efisiensi Pemasaran dan Pengaruh Perbedaan dan Perubahan Harga Terhadap Konsumsi Kopi Tingkat Rumah Tangga di Kecamatan Banding Agung Kabupaten OKU Selatan. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya.
- Proyek Pengembangan Agribisnis Hortikultura. 2000. Budidaya Tanaman Pisang. Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura. Yogyakarta.
- Rahardi, dkk. 2004. Agribisnis Tanaman Buah. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Suhardiman, P. 1997. Budidaya Pisang Cavendish. Kanisius. Yogyakarta.

Suyanti, S. dan A. Supriyadi. 1999. *Budidaya, Pengolahan, dan Prospek Pasar Pisang*. PT Penebar Swadaya. Jakarta

Tarigan, R. 2006. *Arus Pemasaran Kopi dari Daerah Kawasan Pagaram*. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya.

