

**ANALISIS PEMASARAN BUAH-BUAHAN LOKAL  
PADA TINGKAT PEDAGANG BESAR DI PASAR BUAH  
JAKABARING KOTA PALEMBANG**

Oleh

**NYIMAS OKTARIZA**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2009**

634.07  
066  
a-070909  
2009

R. 18309  
i. 18753

**ANALISIS PEMASARAN BUAH-BUAHAN LOKAL  
PADA TINGKAT PEDAGANG BESAR DI PASAR BUAH  
JAKABARING KOTA PALEMBANG**



Oleh  
**NYIMAS OKTARIZA**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2009**

## SUMMARY

**NYIMAS OKTARIZA.** The Analysis of wholesaler local fruits marketing in the Jakabaring fruit market at Palembang city (Supervised by **MIRZA ANTONI** and **M. YAMIN**).

The purposes of this research are to (1) describe marketing distribution local fruits, to (2) identify market function by whole saler local fruits, and to (3) account profitability and marketing margin of wholesaler local fruits in the Jakabaring fruit market at Palembang city.

The research was done on May 2009 in the Jakabaring fruit market at Palembang city. The method been used on this research was survey method. This method was to invinted and directed interview sample seller to become a sample of the research. The analyze use the sampling method was quota stratified random sampling with take 23 sample from 64 sample of wholesaler in Jaka baring market at Palembang city.

The result showed that the market distribution of local fruits that was created starting from producer farm to gatherer seller to wholesaler and then to retailer finish in consumer. Distribution fruits doesn't following this channel, there are institution market is cut distribution to get match price. Beside that knew in each market function until all had wholesaler. Accept to wholesaler use commision system doesn't buying function. The market function doesn't wholesaler just whim function.

The highest average profitability was gained by wholesaler with selling more than two commodity is Rp35.535.084,00 each month with average R/C is 2,55 and the smallest average profitability was gained by wholesaler with selling just one commodity is Rp13.870.806,82 each month with average R/C is 1,24. The highest average marketing margin was gained by wholesaler with selling more than two commodity is Rp952,48 each kilograms and the lowest average marketing margin was gained by wholesaler with selling two commodity is Rp746,76 each kilograms. With this sold commodity fruits knew that wholesaler is selling local fruit more than two commodity gave more profitability than the wholesaler with selling local fruit just one commodity.



## RINGKASAN

**NYIMAS OKTARIZA.** Analisis Pemasaran Buah-buahan Lokal pada Tingkat Pedagang Besar di Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang (Dibimbing oleh **MIRZA ANTONI** dan **M. YAMIN**).

Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) mendeskripsikan saluran pemasaran buah-buahan lokal, (2) mengidentifikasi fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang besar buah-buahan lokal, dan (3) menghitung besarnya tingkat keuntungan dan marjin pemasaran yang diperoleh pedagang besar buah-buahan lokal di Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang.

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Mei 2009 di Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Metode ini dilakukan dengan cara mendatangi dan mewawancarai secara langsung terhadap pedagang contoh yang menjadi sampel penelitian. Metode penarikan contoh yang digunakan adalah metode acak berlapis tak berimbang dengan mengambil sampel 23 sampel dari 64 pedagang besar di Pasar Buah Jakabaring.

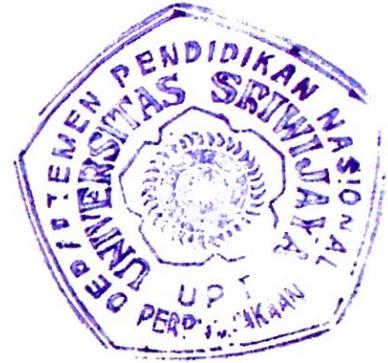
Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran buah-buahan lokal yang terbentuk yaitu dimulai dari petani produsen ke pedagang pengumpul kemudian melalui pedagang besar lalu ke pedagang pengecer dan akhirnya sampai ke tangan konsumen. Penyaluran buah ini tidak selalu mengikuti saluran ini, ada lembaga pemasaran ini yang memotong rantai untuk memperoleh harga yang sesuai. Selain itu dapat diketahui juga bahwa pada masing-masing lapisan fungsi-fungsi pemasaran hampir seluruhnya telah dilakukan oleh pedagang besar. Kecuali untuk pedagang

yang menggunakan sistem komisi fungsi pembelian tidak dapat dilakukan. Fungsi pemasaran yang tidak dilakukan oleh sebagian besar pedagang hanya fungsi pengolahan.

Rata-rata tingkat keuntungan yang tertinggi diterima oleh pedagang besar yang menjual lebih dari dua komoditi yaitu sebesar Rp35.535.084,00 per bulan dengan rata-rata R/C 2,55. Sedangkan, rata-rata tingkat keuntungan terkecil diperoleh pada pedagang besar yang menjual satu komoditi yaitu sebesar Rp13.870.806,82 per bulan dengan rata-rata R/C 1,24.

Rata-rata margin pemasaran yang tertinggi diperoleh pada pedagang besar yang menjual lebih dari dua komoditi yaitu sebesar Rp952,48 per kg. Sedangkan rata-rata margin pemasaran yang terendah terdapat pada pedagang besar yang menjual dua komoditi yaitu sebesar Rp746,76 per kg. Berdasarkan komoditi buah-buahan lokal yang dijual diketahui bahwa secara umum pedagang besar yang menjual buah lokal lebih dari dua komoditi memberikan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan pedagang yang menjual hanya satu komoditi.

**ANALISIS PEMASARAN BUAH-BUAHAN LOKAL  
PADA TINGKAT PEDAGANG BESAR DI PASAR BUAH  
JAKABARING KOTA PALEMBANG**



Oleh  
**NYIMAS OKTARIZA**

**SKRIPSI**

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
**Sarjana Pertanian**

pada

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

**INDRALAYA**

**2009**

**Skripsi**

**ANALISIS PEMASARAN BUAH-BUAHAN LOKAL  
PADA TINGKAT PEDAGANG BESAR DI PASAR BUAH  
JAKABARING KOTA PALEMBANG**

**Oleh  
NYIMAS OKTARIZA  
05023104035**

**telah diterima sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian**

**Pembimbing I,**

  
**Ir. Mirza Antoni, M.Si**

**Permbimbing II,**

  
**Dr. Ir. M. Yamin, M.P**

**Indralaya, 31 Juli 2009**

**Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya  
Dekan,**

  
**Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S  
NIP. 130 516 530**

Skripsi berjudul "Analisis Pemasaran Buah-buahan Lokal Pada Tingkat Pedagang Besar di Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang" oleh Nyimas Oktariza telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 29 Juli 2009.

### Komisi Penguji

1. Ir. Mirza Antoni, M.Si

Ketua

(.....)

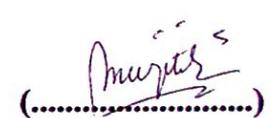
2. Dr. Ir. M. Yamin, M.P

Sekretaris

(.....)

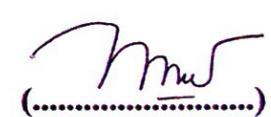
3. Ir. Maryati Mustofa H., M.Si.

Anggota

(.....)

4. Ir. Maryanah Hamzah, M.S.

Anggota

(.....)

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Ir. M. Yamin, M.P  
NIP. 132 053 217

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Lifianthi, M.Si.  
NIP. 132 083 650

## PERNYATAAN

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

Inderalaya, 31 Juli 2009

Yang membuat pernyataan



Nyimas Oktariza

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Palembang pada tanggal 18 Oktober 1984. penulis merupakan anak ketujuh dari tujuh bersaudara. Orang tua penulis bernama Kms. M. Ali Hamid dan Komariah.

Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di Madrasah Ibtidaiyah Hijriyah II Palembang pada tahun 1996. Sekolah menengah pertama diselesaikan di SMP Negeri 15 Palembang pada tahun 1999 dan sekolah menengah umum di selesaikan di SMU Negeri 8 Palembang pada tahun 2002.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tahun 2002 melalui Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian pada Program Studi Agribisnis.

Penulis telah menyelesaikan Laporan Praktik Lapangan pada bulan November 2006 dengan judul "Pembibitan Tanaman Daun Dewa (*Gynura pseudochina* (Lour.) DC) di Lahan Praktik Klinik Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya".

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan berkat, rahmat dan karunia-Nya jualah sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Pemasaran Buah-buahan Lokal pada Tingkat Pedagang Besar di Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang" ini dengan baik. Shalawat dan salam tak lupa penulis panjatkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW.

Pada kesempatan ini, tak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si., dan Bapak Dr. Ir. M. Yamin, M.P. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si. dan Ibu Ir. Maryanah Hamzah, M.S selaku dosen penguji dalam ujian komprehensif yang telah banyak membantu memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku, Aba dan Ibu atas kasih sayang, kesabaran, dan perhatiannya selama ini yang selalu memberikan doa dan segala hal yang terbaik bagi penulis. Kakak-kakakku yang kusayangi terutama untuk Aa, Aci' dan Emma yang telah banyak memberikan bantuan, dorongan, semangat dan doanya kepada penulis.
3. Semua staf dosen dan staf administrasi terutama di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan bantuannya dalam hal administrasi terutama pada saat penelitian dan selama penulis menjadi mahasiswa.

4. Para pedagang besar buah-buahan di Pasar Buah Jakabaring yang telah menyempatkan waktunya untuk diwawancarai dan memberikan informasi-informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuanganku: Ulan, Rika, dan dedi atas semangat dan kebersamaannya selama penyusunan skripsi. Juga untuk teman-teman baikku yang lainnya Mala, Rina, Putri, Dini, Nia, Kiki, Tasma, Selly dan Keke yang senantiasa memberikan semangat, dorongan, bantuan dan doanya kepada penulis serta telah banyak memberikan bantuannya dan telah menjadi teman-teman baikku selama perkuliahan maupun di luar perkuliahan. Dan semua teman-teman PSA'02 lainnya yang banyak memberikan semangat dan harapannya, terima kasih semuanya.

Penulis menyadari bahwa masih banyaknya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, namun dengan mengharap ridho dari Allah SWT, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Amin.

Indralaya, 31 Juli 2009

  
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	vxi
DAFTAR GAMBAR .....	vxiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kegunaan .....	7
II. KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka .....	9
1. Konsepsi Pasar .....	9
2. Konsepsi Pemasaran .....	11
3. Konsepsi Lembaga dan Saluran Pemasaran .....	12
4. Konsepsi Harga .....	17
5. Konsepsi Fungsi Pemasaran .....	19
6. Konsepsi Biaya .....	22
7. Konsepsi Penerimaan .....	24
8. Konsepsi Keuntungan dan Marjin Pemasaran .....	25
B. Model Pendekatan .....	27
C. Batasan-batasan .....	28

III. PELAKSANAAN PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu .....	32
B. Metode Penelitian .....	32
C. Metode Penarikan Contoh.....	32
D. Metode Pengumpulan Data.....	33
E. Metode Pengolahan Data .....	34

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keadaan Umum Daerah Penelitian.....	37
1. Kota Palembang .....	37
a. Letak Geografis dan Wilayah Administrasi.....	37
b. Keadaan Alam dan Fisik Wilayah .....	38
c. Keadaan Penduduk dan Angkatan Kerja .....	39
d. Keadaan Pertanian .....	40
e. Keadaan Perdagangan.....	41
2. Pasar Buah Jakabaring.....	43
B. Karakteristik Pedagang .....	45
C. Analisis Saluran Pemasaran Buah Lokal .....	48
D. Analisis Fungsi-fungsi Pemasaran.....	52
1. Fungsi Pertukaran .....	54
2. Fungsi Fisik.....	60
3. Fungsi Fasilitas .....	62
E. Analisis Keuntungan dan Marjin Pemasaran .....	64

	Halaman
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	89

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Luas Panen dan Produksi Tanaman Buah-buahan Provinsi Sumatera Selatan Menurut Jenisnya Tahun 2007 .....	5
2. Pengambilan Sampel Pedagang Besar di Pasar Buah Jakabaring Palembang.....	33
3. Luas Wilayah, Jumlah Kelurahan, RW, RT dan Keluarga Menurut Kecamatan di Kota Palembang Tahun 2007.....	38
4. Kepadatan Penduduk dan Jumlah Rumah Tangga Menurut Kecamatan di Kota Palembang Tahun 2007.....	40
5. Banyaknya Petak, Los, Pedagang dan Pedagang Kaki Lima Menurut Lokasi di Kota Palembang Tahun 2007.....	42
6. Fungsi-fungsi Pemasaran pada Tingkat Pedagang Besar Buah Lokal di Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang.....	53
7. Rata-rata Jumlah Pembelian Buah-buahan Lokal pada Tingkat Pedagang Besar I, II dan III di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009 (kg/bln).....	57
8. Rata-rata Jumlah Penjualan Buah-buahan Lokal pada Tingkat Pedagang Besar I, II dan III di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009 (kg/bln).....	59
9. Komponen Biaya Pemasaran pada Tingkat Pedagang Besar Buah Lokal di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009 .....	65
10. Rata-rata Biaya Pemasaran pada Tingkat Pedagang Besar I, II dan III di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009 (Rp/bln) .....	68
11. Rata-rata Rata-rata Biaya Total pada Tingkat Pedagang Besar I, II dan III di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009 (Rp/bln).....	71
12. Rata-rata Rata-rata Penerimaan pada Tingkat Pedagang Besar I, II dan III di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009 (Rp/bln).....	72

	Halaman
13. Rata-rata Keuntungan Pemasaran Buah-buahan Lokal pada Tingkat Pedagang Besar I, II dan III di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009 (Rp/bln).....	74
14. Rata-rata R/C pada Pedagang Besar I, Pedagang Besar II dan Pedagang Besar III di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009 .....	80
15. Rata-rata Harga Beli, Harga Jual dan Marjin Pemasaran pada Masing-masing Lapisan Pedagang Besar di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009.....	82

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Pola Pemasaran Buah-buahan di Indonesia .....	16
2. Bagan Model Pendekatan Diagramatik Penelitian .....	27
3. Saluran Pemasaran Buah pada Pedagang yang Menjual Satu Komoditi....	50
4. Saluran Pemasaran Buah pada Pedagang yang Menjual Dua Komoditi ....	50
5. Saluran Pemasaran Buah pada Pedagang yang Menjual Lebih dari Dua Komoditi .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Kota Palembang.....	89
2. Identitas Pedagang Besar Buah Lokal di Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang, 2009.....	90
3. Perhitungan Pembelian, Penerimaan dan keuntungan Pemasaran Buah Lokal pada Tingkat Pedagang Besar di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009.....	91
4. Biaya Pemasaran Pedagang Buah Lokal pada Tingkat Pedagang Besar I di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009 (Rp/bln).....	97
5. Biaya Pemasaran Buah Lokal pada Tingkat Pedagang Besar II di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009 (Rp/bln).....	98
6. Biaya Pemasaran Buah Lokal pada Tingkat Pedagang Besar III di Pasar Buah Jakabaring, Mei 2009 (Rp/bln).....	99



## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian dari mayoritas penduduknya. Sebagian besar penduduk menggantungkan kebutuhan hidup sehari-hari dari hasil produksi di sektor pertanian. Pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional dan memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan karena memberikan andil yang cukup besar dalam ekspor non-migas. Salah satu sektor pertanian yang mempunyai potensi tersebut adalah hortikultura. Tanaman hortikultura mencakup tanaman sayuran dan tanaman buah-buahan.

Buah-buahan merupakan salah satu bahan makanan yang kaya akan sumber vitamin dan mineral yang sangat dibutuhkan untuk kesehatan tubuh kita. Peningkatan jumlah penduduk yang disertai dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pemenuhan gizi yang seimbang, peningkatan pendapatan masyarakat, makin lajunya sektor pariwisata dan adanya industri pengolahan buah-buahan yang semakin berkembang menyebabkan permintaan buah-buahan dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan (Sitepu dalam Marbun, 2002).

Secara agregat, kondisi perbuahan Indonesia cukup menggembirakan. Produksi total buah-buahan Indonesia tahun 2001 mencapai 9,96 juta ton, sementara pada periode yang sama jumlah impor buah, menurut data BPS, hanya 233.298 ton. Indonesia juga mengekspor buah segar dan buah olahan sekitar 150.000 ton per tahun. Dibandingkan negara Asia lain, Indonesia termasuk pengimpor produk

hortikultura (buah-buahan) terkecil. Selama ini, volume impor buah cuma 2,5% dari konsumsi (Khudori, 2003).

Pantauan di beberapa pasar dan supermarket menunjukkan kecenderungan minat terhadap buah impor masih belum sebanding dengan buah lokal, terutama untuk duku, mangga, dan rambutan. Pilihan konsumen terhadap buah lokal selama ini, lebih didasari atas pertimbangan rasa dan harga. Meski tekstur dan bentuk permukaan buah impor lebih menggiurkan, rasanya tidak semanis buah lokal dan harga buah impor masih tergolong mahal, bahkan bisa satu sampai dua kali lipat dari buah sejenis produksi lokal (<http://suara-merdeka.mht.com>, 2004).

Pada tahun 2007 total produksi buah-buahan di Indonesia mencapai 16,65 juta ton. Dengan kontribusi produksi terbesar dari total produksi buah nasional adalah pisang, jeruk siam//keprok, nenas dan mangga. Tanaman pisang memberikan kontribusi produksi sebesar 5,45 juta ton atau sekitar 32,76 persen, jeruk siam memberikan kontribusi sebesar 2,55 juta ton atau sekitar 15,33 persen, nenas memberikan sumbangan produksi sebesar 2,24 juta ton atau sekitar 13,44 persen sedangkan mangga memberikan kontribusi produksi sebesar 1,82 juta ton atau sekitar 10,92 persen dari total produksi nasional (Badan Pusat Statistik Sumsel, 2007).

Meski buah yang beredar di pasaran sangat besar, jumlah itu ternyata belum bisa mengimbangi angka permintaan yang tergolong tinggi. Walaupun ada buah yang terpaksa dibuang karena membusuk, tapi persediaan buah-buahan lokal di pasaran selalu kurang. Secara tradisi, buah-buahan di Indonesia masih diusahakan sebagai tanaman pekarangan yang berisi campuran berbagai tanaman tahunan. Baru sekitar sepuluh tahun terakhir masyarakat petani dan pengusaha kebun buah merintis pengembangan perkebunan buah, yakni menanam pohon buah secara monokultur di

luar pekarangan. Komoditas buah yang mulai dikebunkan terutama jeruk, mangga, durian, pisang, nenas, dan pepaya. Namun demikian, sebagian besar produksi buah-buahan kita masih merupakan hasil panen tanaman buah pekarangan.

Sistem perdagangan buah di dalam negeri tidak memacu petani meningkatkan kualitas buah yang dihasilkannya. Sebab, dengan sistem borongan, buah dengan kualitas baik maupun kurang baik mendapat harga sama. Oleh karena itu, salah satu cara meningkatkan kualitas buah Indonesia adalah dengan memperbaiki sistem perdagangannya. Harus dibuat sistem yang membuat petani merasakan manfaat yang besar bila dapat memproduksi buah dengan mutu tinggi (<http://harian KOMPAS.com>, 2004).

Peningkatan kuantitas dan kualitas buah antara lain bertujuan untuk memenuhi konsumsi buah dalam negeri, dalam rangka penanggulangan kekurangan protein dan vitamin A. Dinyatakan oleh Rahardi (2004), bahwa tingkat konsumsi buah nasional baru sekitar 45 kg per kapita per tahun. Sementara standar minimal yang dianjurkan oleh FAO adalah 60 kg per kapita per tahun. Jika selisih angka ini dianggap sebagai peluang usaha maka Indonesia masih memerlukan tambahan sekitar 3.500.000 ton buah segar per tahun.

Angka tersebut tentunya akan menciptakan pangsa pasar buah yang cukup besar. Pangsa pasar tersebut semakin besar dengan melihat kenyataan besarnya permintaan buah Indonesia dari luar negeri yang belum dapat dipenuhi seluruhnya. Pangsa pasar yang baik ini harus dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh petani buah Indonesia.

Dalam banyak kenyataan, kelemahan dalam sistem pertanian di Indonesia adalah kurangnya perhatian dalam bidang pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran

seperti pembelian, sorting (atau grading), penyimpanan, pengangkutan dan pengolahan, sering tidak berjalan seperti yang diharapkan, sehingga efisiensi pemasaran menjadi lemah. Belum lagi dari segi kurangnya penguasaan informasi pasar sehingga kesempatan-kesempatan ekonomi menjadi sulit untuk dicapai. Lemahnya manajemen pemasaran disebabkan karena tidak mempunyai pelaku-pelaku pasar dalam menekan biaya pemasaran, sehingga menyebabkan efisiensi pemasaran menjadi lemah ( Soekartawi, 2002).

Tataniaga merupakan salah satu cabang aspek pemasaran yang menekankan bagaimana suatu produk dapat sampai ke tangan konsumen (distribusi). Tataniaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan tataniaga (Mubyarto, 1994).

Distribusi masih menjadi kendala utama dalam pemasaran buah-buahan di Indonesia selama ini. Karena, sentra-sentra produksi buah letaknya jauh dari sentra konsumsinya. Biaya transportasi sangat tinggi, selain karena persoalan infrastruktur juga banyak pungutan tidak resmi. Sehingga semakin menambah biaya pemasaran yang masih terlalu besar.

Semakin panjang rantai tataniaga yang dilewati maka akan semakin banyak biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan dan tingkat keuntungan yang diambil setiap mata rantai. Akibatnya pemasaran menjadi kurang efisien, dilihat dari tingkat harga dan keuntungan yang kurang wajar dan adil di tiap lembaga pemasaran, serta farmer's share yang diterima petani. Oleh karena itu perlunya suatu saluran

pemasaran yang tepat yang dapat memberikan pembagian keuntungan yang tepat pula kepada semua pihak yang terlibat di dalamnya (Soekartawi, 2002).

Sumatera selatan merupakan salah satu wilayah Indonesia yang banyak memproduksi serta memasarkan buah-buahan. Tiga daerah utama penghasil buah-buahan di Sumatera Selatan adalah Ogan Komering Ulu Timur, Ogan Ilir dan Kota Muara Enim. Secara keseluruhan produksi buah-buahan di Sumsel tahun 2007 adalah sebanyak 10.540.595 ku. Dari jumlah tersebut 44,36 persen adalah produksi pisang, 19,43 persen produksi nenas, dan 14,95 persen produksi jeruk siam. Produksi buah-buahan di Sumatera Selatan menurut jenisnya pada tahun 2007 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Panen dan Produksi Tanaman Buah-buahan Provinsi Sumatera Selatan Menurut Jenisnya Tahun 2007

No	Jenis Buah-buahan	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)
1	Al pukat	253	3.021
2	Belimbing	91	2.403
3	Duku	3.856	25.260
4	Durian	2.321	27.827
5	Jambu Biji	406	7.899
6	Jambu Air	1.137	10.208
7	Jeruk Siam	5.690	157.545
8	Jeruk Besar	289	2.875
9	Mangga	1.344	8.380
10	Manggis	347	6.531
11	Nangka	1.995	25.117
12	Nenas	1.786	204.779
13	Pepaya	487	27.518
14	Pisang	6.404	485.909
15	Rambutan	3.388	46.201
16	Salak	25	1.161
17	Sawo	850	11.395
18	Markisa	4	263
19	Sukun	715	6.916
20	Sirsak	114	4.892
Jumlah		31.502	1.054.060

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan, 2007

Kebutuhan buah-buahan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan penduduk di Sumatera Selatan khususnya masyarakat di Kota Palembang, biasanya didatangkan dari berbagai daerah baik dari dalam maupun dari luar Sumatera Selatan seperti Medan, Jakarta, Lampung, Jawa tengah, Jawa barat dan lain-lain. Buah-buahan tersebut terdiri dari jeruk, mangga, salak, melon, pepaya, rambutan, durian, semangka, apel, pisang dan lain-lain. Sebagian besar buah-buahan tersebut masuk ke Palembang melalui pedagang-pedagang besar buah-buahan yang ada di Pasar Buah Jakabaring.

Saat ini Pasar Buah Jakabaring telah menjadi pusat penampungan dan pasar utama pemasok buah-buahan yang ada di Kota Palembang. Pedagang-pedagang yang ada di sana sebagian besar merupakan pedagang pindahan dari Pasar 7 Ulu. Jumlah pedagang besarnya juga cukup banyak, yaitu terdapat sekitar 64 pedagang besar terdiri dari 57 pedagang besar yang menjual buah lokal dan 7 pedagang besar yang menjual buah lokal dan buah impor. Komoditi buah-buahan yang diperjualbelikan juga beragam seperti jeruk, semangka, mangga, pepaya, salak, nanas, melon, apel, pisang, durian dan lain-lain. Volume penjualan buah-buahan di pasar ini sekitar 75 ton – 100 ton per hari. Aktivitas Pasar Buah Jakabaring mulai ramai pukul 19.00 WIB hingga subuh.

Keberadaan pasar ini semakin meningkat, melainkan juga kebutuhan perlindungan dan jaminan pasar bagi buah lokal. Apalagi, buah impor semakin mendominasi di pasar domestik, karena rantai distribusi buah lokal panjang dan tidak efisien untuk menghasilkan buah berkualitas dan harga bersaing. Mata rantai yang panjang berimbas di sektor hulu. Para pedagang besar menekan harga di tingkat petani karena mahalnya biaya distribusi.

Buah-buahan lokal yang didatangkan dari berbagai daerah ke Kota Palembang ini sangat mempengaruhi potensi pasar dalam memasok beraneka ragam jenis buah-buahan. Lembaga pemasaran (distributor) yang terlibat dalam hal ini juga akan cenderung lebih banyak sehingga berdampak pada tingginya biaya pemasaran yang ditanggung oleh pasar, dan pada akhirnya akan berpengaruh terhadap besarnya penerimaan dan keuntungan yang akan diterima oleh masing-masing pedagang.

### **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian di atas, permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah :

1. Bagaimana saluran pemasaran buah-buahan lokal yang melalui Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang?
2. Fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh pedagang besar buah-buahan lokal di Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang ?
3. Berapa besar tingkat keuntungan dan margin pemasaran yang diperoleh pedagang besar buah-buahan lokal di Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang?

### **C. Tujuan dan kegunaan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan saluran pemasaran buah-buahan lokal yang melalui Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang.
2. Mengidentifikasi fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang besar buah-buahan lokal di Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang.

3. Menghitung besarnya tingkat keuntungan dan margin pemasaran yang diperoleh pedagang besar buah-buahan lokal di Pasar Buah Jakabaring Kota Palembang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai keadaan pemasaran buah-buahan lokal yang ada di lokasi penelitian, dan dapat menjadi informasi tambahan dan bahan pertimbangan bagi yang ingin mengembangkan pemasaran buah-buahan. Serta sebagai bahan pustaka bagi penelitian selanjutnya dan memberi pengetahuan bagi peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius P. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Raja Grafindo. Jakarta.
- Anonim. 2004. Buah Impor Tak Laku ketika Musim Mangga, Duku, dan Rambutan Tiba. (diakses 27 September 2006. <http://suara-merdeka.mht.com>).
- Anonim. 2004. Sistem Perdagangan Tidak Pacu Mutu Buah Indonesia. (diakses 31 September 2006. <http://harian-kompas.mht.com>).
- Badan Pusat Statistik Sumsel. 2007. Sumatera Selatan dalam Angka 2007. BPS. Palembang.
- Boediono. 1995. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Erlangga. Jakarta.
- Cahyaningtyas, A. P. 2003. Analisis Sistem Pemasaran dan Pendapatan Pedagang Kakilima Buah Impor dan Buah Lokal di Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya. (tidak dipublikasikan).
- Handayani, D. 2002. Analisis Permintaan Buah-buahan Segar Di Kota Palembang. Skripsi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Indralaya. (tidak dipublikasikan).
- Ibrahim, Y. 1998. Studi Kelayakan Bisnis. Rineka Cipta. Jakarta.
- Gitosudarmo, I. 1995. Manajemen Pemasaran. BPFE. Yogyakarta.
- Khudori. 2003. Buah Indonesia Mengais Sisa-sisa. (diakses 31 September 2006. <http://pikiran-rakyat.mht.com>).
- Marbun, K. 2002. Keuntungan Pemasaran Jeruk Brastagi di Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya. (tidak dipublikasikan).
- Masyroffie. 1994. Diktat Kuliah Pemasaran Hasil Pertanian Pascasarjana Universitas Brawijaya. Malang.
- McDaniel, Carl dan Gates, Roger. 2001. Riset Pemasaran Kontemporer. Salemba 4. Jakarta.
- Mubyarto. 1994. Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES). Jakarta.

- Munawir. 1995. Analisis Laporan Keuangan. Lyberty. Yogyakarta.
- Mursid, M. 1997. Manajemen Pemasaran. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Nazhoriyah, A. 2002. Analisis Karakteristik Pemasaran Sayuran Wilayah Kota Pagaralam. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya. (tidak dipublikasikan).
- Rahardi, F., Yowita Hety Indriyani, dan Haryono. 2000. Agribisnis Tanaman Buah. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahardi. 2004. Mengurai Benang Kusut Agribisnis Buah Indonesia. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rosyidi, S. 2001. Pengantar Teori Ekonomi. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sa'id, E. G dan A. H. Intan. 2001. Manajemen Agribisnis. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sastraatmadja, E. 1994. Ekonomi Pertanian Indonesia (Masalah, Gagasan, dan Strategi). Penerbit Angkasa, Bandung.
- Sjarkowi, F dan M. Suffri. 2004. Manajemen Agribisnis. Baldad Grafiti Press. Palembang.
- Soekartawi. 1995. Pembangunan Pertanian. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 1996. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasinya. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2004. Agribisnis, Teori dan Aplikasinya. Rajawali Pers. Jakarta.
- Sudarsono, J. 1994. Pengantar Ekonomi Perusahaan. Buku Panduan Mahasiswa. Gramedia. Jakarta.
- Sukirno, S. 2003. Pengantar Teori Mikroekonomi. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Swastha DH, Basu. 1999. Azas-Azas Marketing. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Swastha, B. dan I. Sukotjo. 2001. Pengantar Bisnis Modern. Liberty. Yogyakarta.
- Triana, S. 2003. Analisis Peluang Pasar Sayuran di Pasar Cinde Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Inderalaya. (tidak dipublikasikan).
- Widyastuti. 2002. Mengenal Buah Unggul Indonesia. Penebar Swadaya. Jakarta.