

**SKRIPSI**

**ANALISIS PEMASARAN NANAS (*Ananas comosus* L)  
DI KELURAHAN PAYARAMAN BARAT  
KECAMATAN PAYARAMAN  
KABUPATEN OGAN ILIR**

***ANALYSIS OF PINEAPPLE MARKETING (*Ananas comosus* L)  
IN WEST PAYARAMAN SUBDISTRICT  
PAYARAMAN DISTRICT  
OGAN ILIR REGENCY***



**Ahmad Rizal  
05011181419017**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2018**

## SUMMARY

**AHMAD RIZAL** “Analysis of Pineapple Marketing (*Ananas Comosus L*) in West Payaraman Subdistrict Payaraman District Ogan Ilir Regency” (Advisor by **YULIAN JUNAIDI** and **YULIUS**).

The purpose of this study were 1) to describe the marketing channels of pineapple (*Ananas comosus L*) in the West Payaraman Subdistrict Payaraman District Ogan Ilir Regency, 2) to analyze margin and marketing efficiency pineapple (*Ananas comosus L*) in the West Payaraman Subdistrict Payaraman District Ogan Ilir Regency, 3) Describe the development of marketing strategies pineapple (*Ananas comosus L*) in the West Payaraman Subdistrict Payaraman District Ogan Ilir Regency. The research was conducted in the West Payaraman Subdistrict Payaraman District Ogan Ilir Regency. Data collection in field conducted in December 2017. The research method used is survey method. Sampling method used was sensus method, by interviewing 30 samples of pineapple farmers and using snowball sampling method for marketing agency interviewed was selected based on pineapple marketing line involved in pineapple marketing activities in West Payaraman Subdistrict Payaraman Subdistrict Ogan Ilir Regency.

Based on results research , there are four channel marketing pineapple in Sub West Payaraman are: 1) Farmers → Middleman, 2) Farmers → Consumer, with the level of marketing efficiency of marketing chains meal shorter marketing efficiency levels will be higher. Efficiency level marketing throughout an use marketing margin analysis , *farmers share*, *traders share* and profit marketing could visible that channel marketing 2 represents channel the most efficient marketing with the value of marketing margins Rp 0 per piece , percentage *farmers share* of 100%, percentage *traders share* by 0% as well profit marketing amount Rp 4.175 per piece.

The strategic position of marketing strategies pineapple in the Village West Payaraman Subdistrict is in the region I (Strategy *Aggressive*) based on the results of SWOT analysis. Inactivities development farming and marketing pineapple in Sub West Payaraman is needed determination strategy priority. Strategies that can do through mix marketing pineapple in West Payaraman Subdistrict is based analysis *Analytic Hierarchy Process* (AHP) was obtained priority main on mix *price / price* in do strategy marketing while priority strategies that can do based on internal factors and external factors Pineapple farming in West Payaraman Subdistrict strategy expand and maintainnet work marketis strategy is necessarybe prioritized for develop marketing pineapple in West Payaraman Subdistrict particullary its level farmers .

Keywords: pineapple, marketing efficiency, marketing strategy.

## RINGKASAN

**AHMAD RIZAL** “Analisis Pemasaran Nanas (*Ananas Comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir” (Dibimbing oleh **YULIAN JUNAIDI** dan **YULIUS**).

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mendeskripsikan saluran pemasaran nanas (*Ananas comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir, 2) Menganalisis margin dan efisiensi pemasaran nanas (*Ananas comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir. 3) Mendeskripsikan pengembangan strategi pemasaran nanas (*Ananas comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir. Pengambilan data di lapangan dilakukan pada bulan Desember 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey*. Metode penarikan contoh yang digunakan adalah metode sensus dengan melakukan wawancara terhadap 30 sampel petani nanas dan menggunakan metode *snowball sampling* untuk lembaga pemasaran yang diwawancarai dipilih berdasarkan alur pemasaran nanas yang terlibat dalam kegiatan pemasaran nanas di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat dua saluran pemasaran nanas di Kelurahan Payaraman Barat yaitu : 1) Petani → Tengkulak, 2) Petani → Konsumen, dengan tingkat efisiensi pemasaran semakin pendek rantai pemasaran maka tingkat efisiensi pemasaran akan semakin tinggi. Tingkat efisiensi pemasaran keseluruhan menggunakan analisis margin pemasaran, *farmers share*, *traders share* dan keuntungan pemasaran dapat terlihat bahwa saluran pemasaran 2 merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dengan nilai margin pemasaran Rp 0 per buah, persentase *farmers share* sebesar 100%, persentase *traders share* sebesar 0% serta keuntungan pemasaran sebesar Rp 4.175 per buah.

Posisi strategis strategi pemasaran nanas di Kelurahan Payaraman Barat berada pada daerah I (Strategi *Agresif*) berdasarkan hasil analisis SWOT. Dalam kegiatan pengembangan usahatani dan pemasaran nanas di Kelurahan Payaraman Barat dibutuhkan penentuan strategi prioritas. Strategi yang dapat dilakukan melalui bauran pemasaran nanas di Kelurahan Payaraman Barat berdasarkan analisis *Analytic Hierarchy Process* (AHP) didapatkan prioritas utama pada bauran *price* / harga dalam melakukan strategi pemasaran sedangkan prioritas strategi yang dapat dilakukan berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal usahatani nanas di Kelurahan Payaraman Barat yaitu strategi memperluas dan mempertahankan jaringan pasar adalah strategi yang perlu diprioritaskan untuk mengembangkan pemasaran nanas di Kelurahan Payaraman Barat khususnya di tingkat petani.

Kata kunci : nanas, efisiensi pemasaran, strategi pemasaran.

# SKRIPSI

## **ANALISIS PEMASARAN NANAS (*Ananas comosus L*) DI KELURAHAN PAYARAMAN BARAT KECAMATAN PAYARAMAN KABUPATEN OGAN ILIR**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian  
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya



**Ahmad Rizal**  
**05011181419017**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2018**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS PEMASARAN NANAS (*Ananas comosus L*)  
DI KELURAHAN PAYARAMAN BARAT  
KECAMATAN PAYARAMAN  
KABUPATEN OGAN ILIR**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian  
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

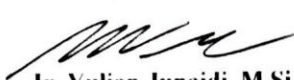
**Oleh :**


**Ahmad Rizal  
05011181419017**

**Indralaya, Maret 2018**

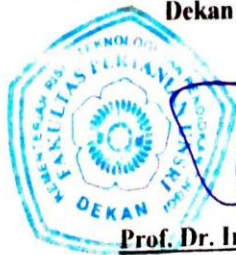
**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Ir. Yulian Junaidi, M.Si.**  
**NIP. 196507011989031005**

  
**Ir. Yulius, M.M.**  
**NIP. 195907051987031001**





**Mengetahui  
Dekan Fakultas Pertanian**



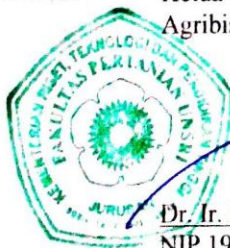
  
**Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.**  
**NIP 196012021986031003**

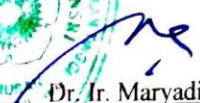
Skripsi dengan Judul “Analisis Pemasaran Nanas (*Ananas comosus* L.) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir” oleh Ahmad Rizal telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 15 Maret 2018 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

### Komisi Penguji

- |   |            |   |
|---|------------|---|
| 1. Ir. Yulian Junaidi, M.Si.<br>NIP. 196507011989031005 | Ketua      | (  )    |
| 2. Ir. Yulius, M.M.<br>NIP. 195907051987101001          | Sekretaris | (  ) |
| 3. Ir. Nukmal Hakim, M.Si<br>NIP. 195501011985031004    | Anggota    | (  ) |
| 4. Elly Rosana, S.P., M.Si.<br>NIP. 197907272003122003  | Anggota    | (  ) |

Indralaya, Maret 2018  
Ketua Program Studi  
Agribisnis



  
Dr. Ir. Maryadi, M.Si.  
NIP 196501021992031001

## PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Rizal

NIM : 05011181419017

Judul : Analisis Pemasaran Nanas (*Ananas comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Maret 2018



Ahmad Rizal

## RIWAYAT HIDUP

Pada tanggal 10 Juni 1996 penulis dilahirkan di Kota Palembang dari pasangan bapak M. Idris dan ibu Nurfala. Penulis merupakan anak bungsu dari tujuh bersaudara. Memiliki dua saudara laki-laki dan empat saudara perempuan. Tahun 2008 penulis menyelesaikan pendidikan di SD Negeri 87 Palembang dan dilanjutkan ke SMP Negeri 15 Palembang dan selesai tahun 2011. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 19 Palembang dan penulis menempuh pendidikan di Universitas Sriwijaya sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis.

Penulis aktif mengikuti beberapa organisasi yang ada di tingkat Jurusan, Fakultas dan tingkat Universitas Sriwijaya. Penulis pernah di amanahkan sebagai Ketua Umum HIMASEPERTA periode 2016, sebagai Ketua Umum PERMUNAS periode 2016, sebagai Sekretaris Departemen Sosial Masyarakat HIMASEPERTA periode 2015, sebagai Kepala Dinas Dalam Negeri BEM KM FP UNSRI periode 2017 dan sebagai anggota di Departemen COMDEV UKM U-READ Universitas Sriwijaya, serta sebagai anggota POPMASEPI. Selama pendidikan di Perguruan Tinggi penulis berhasil mendapatkan beberapa prestasi dan penghargaan baik di tingkat kampus, regional dan nasional. Prestasi yang pernah diraih penulis antara lain, Juara 1 Lomba Karya Tulis Ilmiah (LKTI DPW 1 POPMASEPI) di Universitas Malikussaleh, Lhoksemauwe Aceh, Juara Harapan 1 Lomba Debat Politik Nasional di Universitas Andalas Padang. Penghargaan yang pernah diraih penulis antara lain *Icon of Sosek 2015*, peraih penghargaan '*Honorable Archipelago Excellent Award*' di Universitas Pattimura, Ambon.

Penulis telah melaksanakan praktik lapangan dengan laporan berjudul 'Pemasaran Produk Tomat Organik (*Lycopersicum Esculentum Mill*) di Kecamatan Indralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir' dengan pembimbing praktik lapangan bapak Ir. Yulian Junaidi, M.Si. Penulis juga telah melaksanakan magang di PT Pupuk Sriwidjaja Palembang pada bidang Departemen Ketenagakerjaan dengan laporan berjudul 'Sistem Pemberian Penghargaan Bakti Kerja dan Purna Bakti Pekerja PT Pupuk Sriwidjaja Palembang' dengan dosen pembimbing magang ibu Dr.Ir.Maryati Mustofa Hakim, M.Si.



## KATA PENGANTAR

Segala pujian hanyalah milik-Nya. Tidak ada yang lebih menguasai sesuatu apapun dimuka bumi selain Allah SWT. Dia lah yang Maha Melihat, Maha Mendengarkan dan Maha sempurna atas segalanya. Puji dan syukur hanya tercurahan untuk Nya, berkat limpahan rahmat dan karunia Nya lah yang telah melancarkan segala urusan hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pemasaran Nanas (*Ananas Comusus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir”. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW sebagai utusannya dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan seluruh nikmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak M.Idris dan Ibu Nurfala yang telah mendidik penulis dengan baik, terima kasih untuk doa, cinta, kasih sayang serta motivasi yang selalu diberikan dengan tulus kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan amanah yang telah diberikan untuk menempuh pendidikan dikampus dengan sebaik-baiknya.
3. Keluarga besar penulis, kakak, paman, bibi dan lainnya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi terhadap penulis.
4. Bapak Ir. Yulian Junaidi, M.Si., selaku pembimbing akademik dan pembimbing 1 skripsi yang telah memberikan arahan, dan bimbingan kepada penulis dalam berbagai permasalahan dan kegiatan di kampus serta bimbingan dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Ir. Yulius, M.M., sebagai dosen pembimbing 2 skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi.
6. Bapak Ir. Nukmal Hakim, M.Si., dan Ibu Elly Rosana, S.P., M.Si. atas kesediaannya menjadi penguji.

7. Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Bapak Dr. Ir. Maryadi, M.Si., dan seluruh dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan penulis ilmu dan bimbingan selama kegiatan perkuliahan.
8. Seluruh Staf karyawan Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu, nasehat, bantuan, dan fasilitas dalam kegiatan akademik.
9. Perangkat dan seluruh warga Kelurahan Payaraman Barat yang telah membantu dan bersedia menerima penulis untuk melakukan penelitian di Kelurahan Payaraman Barat.
10. Anggota MRKZ Group (Alvin, Agus, Indra, Opi, Rahman) yang telah memberikan kebersamaan suka dan duka dalam satu kosan.
11. Anggota Jola-Jola (Dewi, Mia, Tri) yang telah memberikan keabstrakan dalam kegiatan dikampus dan keseharian penulis.
12. Anggota Garuda Emas (Alvin, Ari, Adi, Cahyo, Reza, Devina, Ulfa, Wening, Wahyu, Zen, Phusvita, Sofi) yang telah memberikan dukungan dan pembelajaran bagi penulis dalam kegiatan dikampus.
13. Seluruh BPH HIMASEPERTA Kabinet Beraksi dan BPH BEM KM FP Kabinet Sahabat Tani yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
14. Seluruh Rekan, Kakak tingkat (Yuk Tiara sebagai Kakak Asuh) dan adek tingkat di Program Studi Agribisnis yang telah membantu dan memberikan dukung kepada penulis dalam kegiatan perkuliahan.
15. Dan semua yang telah meberikan dukungan dan doa kepada penulis, semoga Allah SWT membalasnya lebih dari yang telah diberikan.

Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk memperbaiki penulisan pada skripsi ini, karena penulis menyadari dalam penyusunannya masih banyak terdapat berbagai kekurangan dan besar harapan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semua. Amin Yarobal Alamin.

Indralaya, Maret 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan .....	5
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN .....	6
2.1. Tinjauan Pustaka .....	6
2.1.1. Konsepsi Tanaman Nanas .....	6
2.1.2. Konsepsi Pemasaran .....	7
2.1.3. Konsepsi Saluran Pemasaran .....	10
2.1.4. Konsepsi Lembaga Pemasaran.....	12
2.1.5. Konsepsi Margin Pemasaran.....	14
2.1.6. Konsepsi <i>Farmer's Share</i> dan <i>Trader's Share</i> .....	16
2.1.7. Konsepsi Efisiensi Pemasaran .....	17
2.1.8. Konsepsi Strategi Pemasaran .....	19
2.2. Model Pendekatan.....	24
2.3. Hipotesis.....	25
2.4. Batasan Operasional.....	25
BAB 3. METODE PELAKSANAAN .....	28
3.1. Tempat dan Waktu .....	28
3.2. Metode Penelitian.....	28
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	28
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	29
3.5. Metode Pengolahan Data .....	29
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38

	Halaman
4.1. Keadaan Umum Daerah .....	38
4.1.1. Letak dan Luas Wilayah .....	38
4.1.2. Keadaan Sosial Ekonomi Penduduk .....	39
4.1.3. Sarana dan Prasarana .....	40
4.2. Karakteristik Petani Contoh .....	41
4.2.1. Umur Petani .....	41
4.2.2. Tingkat Pendidikan .....	42
4.2.3. Pengalaman Usahatani .....	43
4.2.4. Jumlah Anggota Keluarga.....	43
4.2.5. Luas Lahan.....	44
4.2.6. Status Kepemilikan Lahan .....	45
4.3. Karakteristik Lembaga Pemasaran.....	46
4.4. Saluran Pemasaran Nanas di Kelurahan Payaraman Barat.....	46
4.4.1. Saluran Pemasaran 1 .....	48
4.4.2. Saluran Pemasaran 2 .....	50
4.5. Fungsi – Fungsi Pemasaran.....	50
4.6. Keragaan Pasar.....	53
4.6.1. Analisis Margin Pemasaran .....	53
4.6.2. Analisis <i>Farmers Share</i> .....	54
4.6.3. Analisis <i>Traders Share</i> .....	55
4.6.4. Analisis Keuntungan Pemasaran.....	56
4.6.5. Analisis Efisiensi Pemasaran .....	57
4.7. Strategi Pengembangan Pemasaran Nanas Payaraman Barat .....	59
4.7.1. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pemasaran Nanas	59
4.7.2. Matrik Strategi Alternatif.....	71
4.7.3. Prioritas Pengembangan Strategi Pemasaran Nanas .....	74
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....	81
5.1. Kesimpulan .....	81
5.2. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	83

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Produksi Nanas Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2015 .....	3
Tabel 3.1. Penarikan Contoh Lembaga Pemasaran.....	29
Tabel 3.2. Rating Faktor Internal dan Eksternal .....	32
Tabel 3.3. Matrik SWOT .....	34
Tabel 3.4. Bobot nilai dalam metode AHP .....	36
Tabel 4.1. Luas Lahan Kelurahan Payaraman Barat Berdasarkan Penggu- naan.....	39
Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	39
Tabel 4.3. Pekerjaan Masyarakat Kelurahan Payaraman Barat .....	40
Tabel 4.4. Sarana Prasarana Kelurahan Payaraman Barat .....	41
Tabel 4.5. Klasifikasi Umur Petani Nanas Kelurahan Payaraman Barat ....	42
Tabel 4.6. Tingkat Pendidikan Petani Nanas Kelurahan Payaraman Barat	42
Tabel 4.7. Pengalaman Berusahatani Petani Nanas Kelurahan Payaraman- Barat .....	43
Tabel 4.8. Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Nanas Kelurahan Payara- man Barat.....	44
Tabel 4.9. Luas Lahan Petani Nanas Kelurahan Payaraman Barat.....	45
Tabel 4.10. Status Kepemilikan Lahan Petani Nanas Kelurahan Payaraman Barat .....	45
Tabel 4.11. Persentase Pola Saluran Pemasaran Nanas di Kelurahan Paya- raman Barat .....	48
Tabel 4.12. Fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran di Kelurahan Payaraman Barat.....	52
Tabel 4.13. Margin Pemasaran Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran .....	53
Tabel 4.14. <i>Farmers Share</i> Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran.....	54
Tabel 4.15. <i>Traders Share</i> Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran.....	55
Tabel 4.16. Keuntungan Pemasaran Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran	56
Tabel 4.17. Efisiensi Pemasaran Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran.....	57
Tabel 4.18. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS) .....	63

	Halaman
Tabel 4.19. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS) .....	68
Tabel 4.20. Matrik IFAS dan EFAS .....	69
Tabel 4.21. Matrik SWOT .....	72
Tabel 4.22. Priotitas Strategi Berdasarkan Bauran Pemasaran .....	75
Tabel 4.23. Priotitas Strategi Pengembangan Berdasarkan Strategi SO .....	77
Tabel 4.24. Priotitas Strategi Pengembangan Berdasarkan Strategi WO ...	77
Tabel 4.25. Priotitas Strategi Pengembangan Berdasarkan Strategi WT....	78
Tabel 4.26. Priotitas Strategi Pengembangan Berdasarkan Strategi ST .....	79

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Desain Saluran Pemasaran .....	11
Gambar 2.2. Model Pendekatan Diagramatik Penelitian .....	24
Gambar 3.1. Matrik Posisi Analisis SWOT .....	33
Gambar 4.1. Saluran Pemasaran Nanas di Kelurahan Payaraman Barat ....	47
Gambar 4.2. Rantai Pemasaran Nanas di Kelurahan Payaraman Barat .....	49
Gambar 4.3. Matrik Posisi Strategi Pemasaran Nanas Payaraman Barat ...	70
Gambar 4.4. Hierarki Prioritas Pengembangan Strategi Pemasaran Berda- sarkan Bauran Pemasaran .....	75
Gambar 4.5. Hierarki Prioritas Pengembangan Strategi Pemasaran Berda- sarkan Analisis SWOT .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Kelurahan Payaraman Barat .....	86
Lampiran 2. Identitas Petani Nanas Responden.....	87
Lampiran 3. Data Lembaga Pemasaran Responden.....	88
Lampiran 4. Sebaran Pemilihan Pola Saluran Pemasaran Nanas .....	89
Lampiran 5. Rantai Pemasaran Nanas di Kelurahan Payaraman Barat .....	90
Lampiran 6. Margin Pemasaran Pola Saluran Pemasaran 1 .....	91
Lampiran 7. Margin Pemasaran Pola Saluran Pemasaran 2 .....	92
Lampiran 8. Biaya Pemasaran Nanas di Kelurahan Payaraman Barat .....	93
Lampiran 9. Penerimaan Petani Nanas di Kelurahan Payaraman Barat .....	94
Lampiran 10. Skoring Faktor Internal Usahatani Nanas.....	95
Lampiran 11. Skoring Faktor Ekternal Usahatani Nanas.....	96
Lampiran 12. Perbandingan Skala Prioritas Strategi Pemasaran .....	97



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang memiliki kontribusi penting dalam pertanian di Indonesia. Dalam rangka pembangunan pertanian, pemerintah terus melakukan pengembangan di subsektor hortikultura. Subsektor hortikultura menempati posisi strategis dalam pembangunan pertanian. Menurut (Syakir, 2015) Kontribusi subsektor hortikultura dalam pembangunan pertanian terus meningkat seperti tercermin dalam beberapa indikator pertumbuhan ekonomi, seperti Produk Domestik Bruto (PDB), nilai ekspor, penyerapan tenaga kerja, nilai tukar petani, peningkatan gizi dan perbaikan estetika lingkungan. Peran strategis subsektor hortikultura ini masih dapat ditingkatkan mengingat potensi dan prospek pengembangannya sangat cerah. Potensi pasar komoditas hortikultura baik untuk pasar domestik maupun pasar internasional masih sangat tinggi.

Pengembangan hortikultura juga merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan keberhasilan diversifikasi produk pertanian sehingga dapat menambah pangsa pasar dan daya saing. Buah-buahan merupakan salah satu kelompok hortikultura selain sayur-sayuran, florikultura dan tanaman obat-obatan (biofarmaka). Pengembangan subsektor hortikultura antara lain dilakukan melalui pengembangan komoditas buah-buahan tropika. Pengembangan buah tropika dilakukan karena memiliki potensi pasar ekspor serta merupakan komoditas berorientasi kerakyatan yang mampu memberikan pengaruh bagi peningkatan kesejahteraan petani (Rahmawati, 2013).

Saat ini buah telah menjadi komoditas perdagangan internasional. Beberapa jenis buah unggulan Indonesia yang dapat bersaing di pasar internasional diantaranya adalah pisang, mangga, manggis, jeruk, salak, pepaya, duku, rambutan, durian, semangka, nangka dan nanas. Prospek agribisnis buah-buahan, khususnya nanas sangat cerah, baik di pasar dalam negeri maupun pasar untuk ekspor. Permintaan pasar dalam negeri terhadap buah nanas cenderung terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk, semakin baiknya

pendapatan masyarakat, semakin tinggi pula kesadaran penduduk akan nilai gizi dari buah-buahan (Hermansyah, 2008).

Nanas merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki prospek yang cerah, karena disamping menghasilkan devisa juga berperan dalam meningkatkan pendapatan petani. Dipilihnya nanas sebagai salah-satu komoditi unggulan, didasarkan pada peta pengembangan agribisnis hasil Riset Unggulan Strategi Nasional (RUSNAS), dan pangsa pasar yang besar dalam ekspor. Pada saat ini nanas telah tersebar ke seluruh dunia, terutama di sekitar Khatulistiwa. Di Indonesia, tanaman nanas sangat banyak dikembangkan di tegalan dari dataran rendah hingga dataran tinggi.

Nanas merupakan komoditi yang terbukti memiliki peluang pasar yang cukup baik di dalam maupun di luar negeri. Saat ini pemasaran buah nanas tidak hanya dalam bentuk segar tetapi juga dalam bentuk pangan olahan, misalnya nanas segar tetapi juga dalam bentuk pangan olahan, misalnya nanas kalengan, nata de pina, jam, dodol dan lain - lain. Ekspor nanas segar Indonesia periode 1987 – 1990 terus meningkat dengan laju rata – rata pertumbuhan 287,83 %. Peningkatan ekspor buah nanas dalam kaleng juga terus meningkat seiring dengan peningkatan permintaan terutama oleh negara Amerika Serikat, Jepang, Belanda, dan negara – negara Eropa. Pemasaran buah nanas dalam negeri sering mengalami permasalahan, yakni rendahnya harga buah nanas pada saat panen raya. Permasalahan ini dapat diatasi dengan pengaturan waktu tanam dan pembungaan sehingga panen dapat diperkirakan jatuh pada saat yang tepat, sehingga produksi tidak melimpah pada satu waktu. Saat panen yang tepat perlu diketahui agar dapat dipasarkan dalam keadaan yang masih baik. Selain itu untuk mempertahankan kualitas buah, perlu penguasaan teknologi pasca panen yang tepat sehingga harga buah tidak jatuh (Astoko, 2014).

Provinsi penghasil nanas yang terkenal di Indonesia diantaranya Jawa Barat, Riau, Lampung, Sumatera Selatan dan Jawa Timur. Pada tahun 2010 daerah sentra produksi nanas terbesar di Indonesia yaitu Provinsi Lampung dengan produksi sebesar 469.034 ton. Sedangkan untuk urutan kedua, ketiga, dan keempat yaitu Provinsi Jawa Barat, Sumatera Utara, dan Sumatera Selatan. (Direktorat Jenderal Holtikultura, 2012). Provinsi Sumatera Selatan sebagai salah

satu daerah penghasil produksi nanas terbesar di Indonesia, berdasarkan data BPS Provinsi Sumatera Selatan produksi nanas tahun 2015 di Sumatera Selatan sebanyak 575.211 kuintal. Produksi terbesar nanas di Sumatera Selatan tersebar di beberapa kabupaten/kota antara lain yaitu Muara Enim, Prabumulih dan Ogan Ilir yang dapat terlihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1. Produksi Nanas Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2015

No	Kabupaten / Kota	Produksi Nanas (kuintal)
1.	Ogan Komering Ulu	3.263
2.	Ogan Komering Ilir	1.869
3.	Muara Enim	164.808
4.	Lahat	367
5.	Musi Rawas	11.209
6.	Musi Banyuasin	652
7.	Banyuasin	5.396
8.	Ogan Komering Ulu Selatan	10
9.	Ogan Komering Ulu Timur	329
10.	Ogan Ilir	320.379
11.	Empat Lawang	26
12.	Pali	440
13.	Musi Rawas Utara	258
14.	Palembang	99
15.	Prabumulih	65.846
16.	Pagar Alam	0
17.	Lubuk Linggau	260
Sumatera Selatan		575.211

Sumber : BPS Provinsi Sumatera Selatan

Perkembangan tanaman nanas di Kabupaten Ogan Ilir tahun 2015 merupakan sentra terbesar produksi nanas di Provinsi Sumatera Selatan dengan luas panen 290 hektar menghasilkan produksi 320.379 kuintal. Sentra tanaman nanas di Kabupaten Ogan Ilir tersebar di beberapa daerah salah satunya yaitu Kecamatan Payaraman. Daerah penghasil nanas di Kecamatan Payaraman Barat tersebar di beberapa kelurahan atau desa yang ada di Kecamatan Payaraman, salah satunya yaitu di Kelurahan Payaraman Barat. Hasil produksi usahatani nanas yang

cukup melimpah di daerah Payaraman ini dapat meningkatkan pendapatan petani dengan memasarkan hasil produk nanas kepada konsumen ataupun pedagang secara langsung. Kondisi buah nanas yang dipasarkan petani dalam bentuk setengah matang, ini bertujuan agar masa tahan buah lebih lama, karena salah satu ciri produk pertanian adalah tidak tahan lama atau mudah busuk. Selain itu pemilihan saluran pemasaran yang akan dilakukan oleh petani nanas di Payaraman akan berpengaruh dalam menentukan tingkat kematangan buah nanas sebelum dipasarkan.

Permasalahan yang sering dihadapi petani nanas sebagai produsen sekaligus pihak penerima harga (*price taker*) dalam posisi tawar-menawar sering tidak seimbang. Seringkali petani dikalahkan dengan kepentingan pedagang yang terlebih dahulu mengetahui harga. Selain itu juga petani tidak memiliki informasi pasar yang lengkap, padahal tinggi rendahnya harga jual nanas tergantung dari informasi pasar. Hal ini menyebabkan lemahnya posisi petani dalam rantai pemasaran, saluran pemasaran nanas yang umumnya seperti komoditi pertanian lainnya. Karakteristik saluran distribusinya cenderung memiliki jalur panjang dan bernilai rendah. Akibat dari permasalahan ini, segala perangsang yang membangun usaha nanas secara utuh belum dicapai secara maksimal. Oleh karena itu berdasarkan uraian dan permasalahan di atas maka perlu adanya analisis terkait pemasaran nanas di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman yang diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi terkait saluran pemasaran nanas yang ada dan strategi pengembangan pemasaran nanas di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka permasalahan yang didapat untuk diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran nanas (*Ananas comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir ?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran nanas (*Ananas comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir ?

3. Bagaimana strategi pengembangan pemasaran nanas (*Ananas comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir ?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan saluran pemasaran nanas (*Ananas comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir.
2. Menganalisis tingkat efisiensi pemasaran nanas (*Ananas comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir.
3. Mendeskripsikan strategi pengembangan pemasaran nanas (*Ananas comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir.

Hasil penelitian yang dilaksanakan akan memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Memberikan manfaat sebagai informasi bagi masyarakat mengenai pemasaran nanas (*Ananas comosus L*).
2. Memberikan informasi bagi masyarakat dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengambil keputusan dan kebijakan sebagai bahan pertimbangan guna pengembangan usaha.
3. Memberikan gambaran tentang rantai pemasaran nanas (*Ananas comosus L*).
4. Menjadi bahan pertimbangan dan pustaka bagi penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, S,A., Sumarna, A dan Ferdiana, A. 2014. Analisis Tataniaga Dalam Usahatani Jambu Kristal (*Psidium Guajava L*) Suatu Kasus di Desa Jayi Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*. 2 (2). 8 – 32.
- Astoko,E,P. 2014. Strategi Pengembangan Agribisnis Nanas (*Ananas Comosus L*) di Kabupaten Kediri Propinsi Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Agribisnis*. 14 (2).
- Aulia,G,R. 2012. *Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pemasaran Usaha Industri Tahu Di Kota Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Bangun,A. 2010. *Analisis Efisiensi Pemasaran Udang Windu (Penaeus Monodon) (Studi Kasus : Di Desa Panimbang, Serang, Banten)*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Dermawan,R dan Hidayati, N,. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Direktorat Jenderal Holtikultura. 2012. *Sentra Produksi Nanas*. [Online]. [<http://disperta.go.id/> \_diakses bulan September 2017].
- Hardiyansyah *et al.* 2015. Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mie Basah (Studi Kasus Di PD. LUGINA - Garut). *Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut*. 13 (1).
- Herlinda, S, *et al.* 2010. *Metodologi Penelitian*. Indralaya : Lembaga Penelitian Universitas Sriwijaya.
- Hermansyah, D. 2008. *Analisis Tataniaga Nenas Palembang (Kasus Desa Sungai Medang, Kecamatan Cambai, Kotamadya Prabumulih, Provinsi Sumatera Selatan)*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Limbong, W.H. dan P. Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Bahan Kuliah Departemen Sosial Ekonomi Pertanian. IPB. Bogor.

- Muslim, C. dan V. Darwis,. 2012. Keragaan Kedelai Nasional dan Analisis Farmer Share serta Efisiensi Saluran Pemasaran Kedelai Di Kabupaten Cianjur. *Jurnal Sepa*. 1 (9) : 7 – 9.
- Pratama, D. 2014. *Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Tanaman Kencur (Kaempferia Galanga L.) Di Kecamatan Argamakmur Kabupaten Bengkulu Utara*. Skripsi. Universitas Bengkulu.
- Rahmawati, A. 2013. *Analisis Efisiensi Pemasaran Nenas Studi Kasus di Desa Cipelang, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rusmadi. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Modern. *Jurnal Ilmiah Indonesia – ISSN : 2541-0849*. Vol. 1
- Saaty, T. L. 2008. Decision Making With the Analytic Hierarchy process. *International Journal of Services Sciences* , 1 (1), 83 - 98.
- Sambuaga, J.M, *et all*. 2016. Analisis Pemasaran Buah Pepaya di Desa Matungkas Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Agri-Sosio Ekonomi Unsrat*. 12 (2A). 53 – 76.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang : Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Soekartawi, J. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Malang : UMM Press Malang.
- Syakir, M. 2015. *Inovasi Hortikultura Pengungkit Peningkatan Pendapatan Rakyat*. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Kementerian Pertanian. Jakarta : IAARD Press.
- Umar, H. 1997. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Winandi, R. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor : Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB.