

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BUAH NANAS DI PASAR
TRADISIONAL KOTA PALEMBANG**

**Oleh
IIN KURNIANTI**

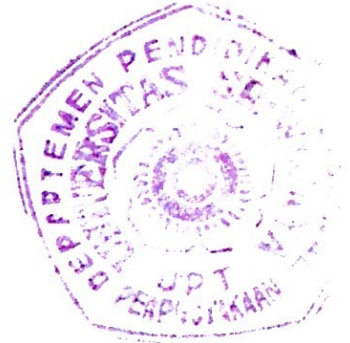


**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA
2008**

641.347 740 7
kar
a
C-080730
2008

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BUAH NANAS DI PASAR
TRADISIONAL KOTA PALEMBANG**



Oleh
IIN KURNIANTI



A - 17573 17966

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA
2008**

SUMMARY

IIN KURNIANTI. The Analysis of Pineapple Marketing Efficiency in Traditional Market Palembang City (supervised by **NAJIB ASMANI** and **MARYATI MUSTOFA HAKIM**).

The purposes of this research are (1) to describe pineapple marketing channel in Palembang City, (2) to describe pineapple marketing functions implemented by pineapple marketing institutions in Palembang City, (3) to count pineapple marketing efficiency level from marketing margin, marketing profit, and farmer's share, (4) to know how many waste produced by pineapple big saler and retailer in Palembang City.

The research was held in 7 Ulu Market, Jakabaring Market, Kuto Market, Lemabang Market, and Cinde Market for five weeks within April until May 2008. The method of this research was survey method. Data that collected were primary and secondary data.

The results show that collecting traders buy pineapples from Ogan Ilir farmers then sell pineapples to big salers in 7 Ulu Market and Jakabaring Market. Retailer in Lemabang dan Cinde buy pineapples from big saler in 7 Ulu, meanwhile retailer in Kuto buys pineapples from Jakabaring big saler, so the pineapples can be sold directly to consumer. The marketing functions implemented by pineapple marketing institutions in Palembang City were selling function, buying function, storage function, transport function, standardization and grading function, financing function, risk function and market information function.

Pineapple marketing in big salers and collecting traders were efficient, meanwhile pineapple marketing in retailers were not efficient. Pineapple marketing margin in retailers higher than marketing margin in collecting traders and in big salers. Farmer's share within 32,62% and the biggest trader's share is in retailer within 15,62 %. Pineapple marketing profit in retailers higher than marketing profit in collecting traders and big salers. Pineapple waste in big salers within 230,98 kg a week or 4,63% from total selling volume, in retailers within 587,84 kg a week or 36,44 % from total selling volume. Unfresh pineapple in retailers within 14,47 kg a week. Pineapple waste can't be sold, so directly throw to garbage can , meanwhile unfresh pineapple can be sold with average price Rp788,12 per kg.

RINGKASAN

IIN KURNIANTI. Analisis Efisiensi Pemasaran Buah Nanas di Pasar Tradisional Kota Palembang (dibimbing oleh **NAJIB ASMANI** dan **MARYATI MUSTOFA HAKIM**).

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan saluran pemasaran yang terjadi dalam pemasaran nanas di Kota Palembang, (2) mendeskripsikan fungsi-fungsi pemasaran yang diterapkan oleh lembaga pemasaran nanas di Kota Palembang, (3) menghitung tingkat efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan *farmer's share*, dan (4) mengetahui jumlah produk yang menjadi limbah pada pedagang besar dan pedagang pengecer nanas di Kota Palembang.

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Induk Jakabaring, Pasar 7 Ulu, Pasar Cinde, Pasar Lemabang dan Pasar Kuto selama lima minggu pada bulan April sampai Mei 2008. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang pengumpul membeli nanas dari petani nanas asal Ogan Ilir, kemudian menjual nanas kepada pedagang besar di Pasar 7 Ulu dan Pasar Jakabaring. Selanjutnya pedagang pengecer Pasar Lemabang dan Pasar Cinde membeli nanas langsung ke pedagang besar di 7 Ulu, sedangkan pedagang pengecer Pasar Kuto membeli nanas langsung ke pedagang besar di Jakabaring untuk kemudian dijual pada konsumen akhir. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran nanas di Kota Palembang adalah fungsi

pembelian, fungsi penjualan, fungsi penyimpanan, fungsi pengangkutan, fungsi standarisasi dan grading, fungsi pembiayaan, fungsi penanggungan resiko, dan fungsi informasi pasar.

Pemasaran nanas di tingkat pedagang besar dan di tingkat pedagang pengumpul telah berlangsung efisien, sedangkan pemasaran di tingkat pedagang pengecer berlangsung tidak efisien. Marjin pemasaran nanas di tingkat pedagang pengecer lebih besar dari pada marjin pemasaran di tingkat pengumpul dan di tingkat pedagang besar. *Farmer's share* sebesar 32,62 % dari harga konsumen per kilogram, dan *trader's share* terbesar berada ditingkat pedagang pengecer dengan persentase sebesar 15,62 %.

Keuntungan pemasaran nanas di tingkat pedagang pengecer lebih besar daripada keuntungan pemasaran di tingkat pedagang pengumpul dan di tingkat pedagang besar. Limbah nanas pada pedagang besar dengan volume rata-rata 230,98kg per minggu atau 4,63% dari volume penjualan total. Limbah nanas pada pedagang pengecer dengan volume rata-rata 587,84 kg per minggu atau 36,44 % dari volume penjualan total. Buah tidak segar pada pedagang pengecer dengan volume rata-rata 14,47 kg per minggu. Limbah nanas tidak dijual, sehingga langsung dibuang ke tempat pembuangan sampah, sedangkan buah tidak segar masih dapat dijual dengan harga jual rata-rata Rp788,12 per kg.

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BUAH NANAS DI PASAR
TRADISIONAL KOTA PALEMBANG**

**Oleh
IIN KURNIANTI**

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

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

**INDRALAYA
2008**

Skripsi
ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BUAH NANAS DI PASAR
TRADISIONAL KOTA PALEMBANG

Oleh
IIN KURNIANTI
05043104023

telah diterima sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

Pembimbing I



Ir. Najib Asmani, M.Si.

Pembimbing II



Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si.

Indralaya, 28 Agustus 2008




Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya
Dekan,



Prof. Dr. Ir. Imron Zahri, M.S.
NIP. 130516530


Skripsi berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran Buah Nanas di Pasar Tradisional Kota Palembang” oleh Iin Kurnianti telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 16 Juli 2008.


Komisi Penguji

- | | | |
|-------------------------------------|------------|--|
| 1. Ir. Najib Asmani, M. Si. | Ketua | 
(.....) |
| 2. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si. | Sekretaris | 
(.....) |
| 3. Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S. | Anggota | 
(.....) |
| 4. Ir. Mirza Antoni, M.Si. | Anggota | 
(.....) |

Mengetahui
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Mengesahkan
Ketua Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. M. Yamin, M.P.
NIP. 132053217

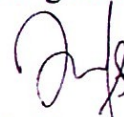

Ir. Lifiанти, M.Si.
NIP. 132083650

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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 ditempat lain.

Indralaya, 28 Agustus 2008

Yang membuat pernyataan



Iin Kurnianti

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayahNya jualah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran Buah Nanas di Pasar Tradisional Kota Palembang” ini dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah dan Ibuku tercinta, terima kasih atas doa yang selalu kalian panjatkan dalam setiap sujudmu, cinta kasih, serta dukungan moral dan finansialnya.
2. *My only brother*, Depi, walaupun dari jauh, terima kasih atas doa dan semangatnya. Keluarga besarku, terima kasih atas dukungannya.
3. Bapak Ir. Najib Asmani, M. Si. dan Ibu Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si. selaku dosen pembimbing, terima kasih atas segenap kesabaran, bimbingan, nasihat dan arahnya kepada penulis.
4. Ibu Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S. dan Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si. selaku dosen penguji, terima kasih atas saran dan kritik yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.
5. Teman-temanku, Hesti, Inggi, Ulin, Ela, Reni, Anggi, dan Sherly, terima kasih atas usaha keras kalian mengeksplorasi potensi terpendamku dan kesabarannya dalam menghadapi setiap lonjakan emosiku.

Terima kasih juga untuk rental komputer, *printer*, keikhlasan kertas dan tintanya, serta untuk media transportasi gratis dan jasa *EOnya* selama diskusi, seminar sampai ujian, walaupun konsumen terbesar tetap adalah kalian sendiri.

6. Para pria PSA 2004 yang sering kumpul dirumah, Ridwan, Joko, Octa, Robi, Tedi, dan Edo, terima kasih atas kesediaannya meramaikan rumah terutama saat ada tugas. Tetap semangat teman walaupun kita tidak sering kumpul lagi.
7. Pria-pria labkom, Hadi, Rasyid, Rico, dan Ferly, terima kasih untuk rental gratisnya, juga untuk tambahan virus dan anti virus gratisnya.
8. Teman-teman seperjuangan PSA 2004, terima kasih atas kehebohan dan kebersamaannya dalam tawa dan tangis selama empat tahun ini. Sukses buat kalian semua.
9. Hesti dan Berta, terima kasih atas kerja samanya selama periode ujian ini.
10. Kak Eri, terima kasih untuk tumpangannya.
11. Para pedagang nanas, terima kasih atas kesabarannya menjawab pertanyaan yang sama hampir setiap hari dalam kurun waktu lima minggu kemarin. Maaf sudah merepotkan.
12. Seluruh dosen Fakultas Pertanian Unsri umumnya dan dosen SEP beserta staf khususnya (Kak Erwin dan Kak Muslim) atas bantuan dan keikhlasannya.
13. Seluruh pihak yang telah banyak membantu dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak dalam rangka penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya, dengan mengharap ridho dari Allah SWT, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Indralaya, 28 Agustus 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C Tujuan dan Kegunaan.....	6
II. KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
A. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Konsepsi Tanaman Nanas.....	8
2. Konsepsi Pemasaran.....	12
3. Konsepsi Fungsi-fungsi Pemasaran.....	14
4. Konsepsi Lembaga dan Saluran Pemasaran.....	18
5. Konsepsi Biaya Pemasaran.....	22
6. Konsepsi Harga.....	23
7. Konsepsi Efisiensi Pemasaran.....	26
8. Konsepsi Marjin dan Keuntungan Pemasaran.....	27
9. Konsepsi <i>Farmer's Share</i>	29
B. Model Pendekatan.....	31



	Halaman
C. Batasan-batasan	32
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	36
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Keadaan Umum Daerah	40
1. Letak Geografis dan Administratif	40
2. Penduduk dan Mata Pencaharian	41
3. Sarana dan prasarana	41
4. Pasar	42
B. Saluran Pemasaran Nanas di Kota Palembang	42
C. Fungsi-fungsi Pemasaran	48
1. Fungsi-fungsi Pertukaran	48
a. Fungsi Pembelian	48
b. Fungsi Penjualan	51
2. Fungsi-fungsi Fisik	54
a. Fungsi Penyimpanan	55
b. Fungsi Pengangkutan	56
3. Fungsi-fungsi Fasilitas	57

	Halaman
a. Fungsi Standarisasi dan Grading	57
b. Fungsi Penanggungan Resiko	59
c. Fungsi Pembiayaan.....	60
d. Fungsi Informasi Pasar.....	63
D. Analisis Efisiensi Pemasaran.....	63
1. Biaya Pemasaran	63
2. Keuntungan Lembaga Pemasaran	65
3. Marjin Pemasaran.....	67
4. Efisiensi Pemasaran.....	68
5. Bagian yang Diterima Petani.....	69
6. Limbah Nanas	70
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Produksi buah nanas menurut provinsi tahun 2005	3
2. Luas panen dan produksi buah nanas Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2006	4
3. Subjek penelitian, populasi dan jumlah sampel	35
4. Contoh pentabulasian data fungsi-fungsi pemasaran	37
5. Sarana prasarana Kota Palembang tahun 2007	41
6. Pasar lokasi penelitian	42
7. Gambaran fisik rata-rata pemasaran nanas selama satu minggu pada pedagang pengumpul di Kota Palembang, April-Mei 2008	45
8. Gambaran fisik rata-rata pemasaran nanas selama satu minggu pada pedagang besar di Kota Palembang, April-Mei 2008	46
9. Gambaran fisik rata-rata pemasaran nanas selama satu minggu pada pedagang pengecer di Kota Palembang, April-Mei 2008	47
10. Fungsi-fungsi pembelian pada lembaga-lembaga pemasaran dalam memasarkan nanas di Kota Palembang, April-Mei 2008.....	48
11. Fungsi-fungsi penjualan pada lembaga-lembaga pemasaran dalam memasarkan nanas di Kota Palembang, April-Mei 2008.....	51
12. Tingkatan harga jual nanas pada pedagang besar di Kota Palembang (Rp/kg)	54
13. Tingkatan harga jual nanas pada pedagang pengecer di Kota Palembang (Rp/kg)	54
14. Fungsi-fungsi fisik lembaga-lembaga pemasaran dalam memasarkan nanas di Kota Palembang, April-Mei 2008	55
15. Fungsi-fungsi fasilitas lembaga-lembaga pemasaran dalam memasarkan nanas di Kota Palembang, April-Mei 2008	57
16. Standarisasi dan grading pada pedagang besar di Kota Palembang.....	58

	Halaman
17. Fungsi pembiayaan pada pedagang pengumpul di Kota Palembang, April-Mei 2008 (Rp/kg/minggu).....	60
18. Fungsi pembiayaan pada pedagang besar di Kota Palembang, April-Mei 2008 (Rp/kg/minggu).....	61
19. Fungsi pembiayaan pada pedagang pengecer di Kota Palembang, April-Mei 2008 (Rp/kg/minggu).....	62
20. Biaya-biaya yang dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran dalam memasarkan nanas di Kota Palembang, April-Mei 2008 (Rp/kg/minggu)	64
21. Keuntungan pemasaran pada lembaga-lembaga pemasaran nanas di Kota Palembang, April-Mei 2008	65
22. Marjin pemasaran pada lembaga-lembaga pemasaran nanas di Kota Palembang, April-Mei 2008	67
23. Efisiensi pemasaran lembaga-lembaga pemasaran nanas di Kota Palembang, April-Mei 2008	68
24. Rincian <i>farmer's</i> dan <i>trader's share</i> pemasaran nanas di Kota Palembang, April-Mei 2008	69
25. Berat Limbah pada masing-masing grade nanas (kg)	71
26. Rata-rata limbah yang dihasilkan dari proses pemasaran nanas pada pedagang besar di Kota Palembang selama satu minggu, April-Mei 2008	71
27. Rata-rata limbah yang dihasilkan dari proses pemasaran nanas pada pedagang pengecer di Kota Palembang selama satu minggu, April-Mei 2008	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Pola pemasaran buah-buahan di Indonesia.....	21
2. Bagan model pendekatan diagramatik.....	31
3. Saluran pemasaran nanas di Kota Palembang	43
4. Pengemasan nanas tidak segar pada pedagang pengecer	53
5. Grading nanas kelas A dan B	58
6. Limbah nanas yang dihasilkan dari proses pemasaran nanas di Kota Palembang	72

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Kota Palembang	79
2. Peta lokasi pasar penelitian	80
3. Volume pembelian dan penjualan pedagang pengumpul periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008	81
4. Volume pembelian, volume limbah, dan volume penjualan pedagang besar periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008	82
5. Volume pembelian, volume penjualan dan volume limbah pedagang pengecer periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008	83
6. Volume pembelian, volume penjualan dan volume limbah rata-rata periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008(Kg/minggu).....	85
7. Harga beli dan harga jual pedagang pengumpul periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008.....	86
8. Harga beli dan harga jual pedagang besar periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008.....	87
9. Harga beli dan harga jual pedagang pengecer periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008.....	88
10. Harga beli dan harga jual rata-rata periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008 (Rp/kg)	89
11. Biaya pemasaran pedagang pengumpul periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008.....	90
12. Biaya pemasaran pedagang besar periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008.....	91
13. Biaya pemasaran pedagang pengecer periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008.....	93
14. Biaya-biaya pemasaran rata-rata (Rp/kg) periode lima minggu selama bulan April-Mei 2008.....	95

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara agraris di dunia. Walaupun sektor pertanian di Indonesia difokuskan pada program lumbung pangan nasional, sebenarnya masih ada sub sektor pertanian lainnya yang potensial dan belum sepenuhnya dimanfaatkan, yaitu sub sektor hortikultura. Menurut Pambudy *dalam* Lastinawati (2003), dilihat dari prospeknya, Indonesia masih mempunyai peluang yang sangat besar dalam pengembangan hortikultura. Hal ini didukung oleh berbagai faktor penunjang yang dimiliki Indonesia, seperti sumber daya alam, sumber daya manusia yang memadai, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta letak wilayah yang strategis yang memungkinkan terciptanya hubungan perdagangan ke berbagai negara di dunia. Buah-buahan termasuk dalam kelompok hortikultura yang layak untuk mendapatkan perhatian pemerintah dalam pengembangannya.

Rukmana (1996), menyatakan bahwa permintaan buah-buahan dalam negeri tahun 1995-2000 diperkirakan rata-rata 6,18% per tahun, bahkan pada tahun 2010-2015 permintaan tersebut diperkirakan meningkat menjadi 6,9% per tahun. Meskipun permintaan meningkat, namun produksi dan produktivitas nasional komoditas ini masih rendah. Salah satu penyebabnya adalah bentuk usaha yang masih bersifat sampingan atau belum dalam skala agribisnis.

Sumatera Selatan merupakan daerah yang dicanangkan pemerintah pusat sebagai lumbung pangan di Indonesia. Hal tersebut memperlihatkan bahwa sektor

pertanian di daerah Sumatera Selatan memiliki peranan penting dalam perkembangan pembangunan di Indonesia. Kontribusi sektor pertanian terhadap PDRB Sumatera Selatan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Pada tahun 2005, kontribusi sektor pertanian terhadap PDRB Sumsel sebesar 17,6% dan pada tahun 2006 meningkat menjadi 18,03% (BPS Sumsel, 2007). Sub sektor hortikultura, terutama buah-buahan di Sumatera Selatan juga layak untuk diperhitungkan.

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, dan Sumatera Selatan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan tersebut terutama kebutuhan akan buah duku dan nanas (Rahardi, 2004).

Haryanto dan Hendarto (1996), menyatakan bahwa diantara berbagai macam buah-buahan yang termasuk kelompok hortikultura, nanas merupakan salah satu komoditi yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi dan sangat potensial untuk diperdagangkan. Nanas merupakan kebutuhan konsumsi sehari-hari dalam bentuk makanan segar. Prospek pemasaran untuk nanas masih sangat cerah. Peningkatan taraf hidup masyarakat menyebabkan permintaan pasar akan buah-buahan khususnya nanas juga meningkat. Menurut Rukmana (1996), permintaan pasar terhadap buah nanas cenderung meningkat sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk, makin baiknya pendapatan masyarakat, makin tingginya kesadaran penduduk akan nilai gizi dari buah-buahan. Buah nanas selain dikonsumsi segar juga dapat diolah menjadi berbagai produk makanan dan minuman, seperti dibuat selai, sari buah, dan *cocktail*.

Buah nanas merupakan salah satu buah andalan Sumatera Selatan. Dari hasil

pendataan Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan (2005), total produksi buah nanas yang dihasilkan Provinsi Sumatera Selatan mencapai 19,39 % dari total produksi nanas nasional, yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi buah nanas menurut provinsi tahun 2005

No.	Provinsi	Total Produksi (ton)
1.	Nanggroe Aceh Darussalam	415
2.	Sumatera Utara	144.000
3.	Sumatera Barat	842
4.	Riau	46.643
5.	Jambi	4.181
6.	Sumatera Selatan	179.465
7.	Bengkulu	93
8.	Lampung	26.489
9.	Bangka Belitung	1.616
	Sumatera	403.744
10.	DKI Jakarta	0
11.	Jawa Barat	313.593
12.	Jawa Tengah	57.628
13.	D.I Yogyakarta	457
14.	Jawa Timur	87.491
15.	Banten	437
	Jawa	459.606
	Bali dan Nusa Tenggara	17.919
16.	Kalimantan Barat	13.540
17.	Kalimantan Tengah	16.608
18.	Kalimantan Selatan	3.810
19.	Kalimantan Timur	3.040
	Kalimantan	36.998
20.	Sulawesi Utara	2.559
21.	Sulawesi Tengah	435
22.	Sulawesi Selatan	1.652
23.	Sulawesi Tenggara	1.207
24.	Gorontalo	100
	Sulawesi	5.953
	Maluku dan Papua	862
	Indonesia	925.082

Sumber : BPS Sumsel, 2005

Produksi bebuahan di Sumatera Selatan pada tahun 2005 secara keseluruhan mencapai 1.571.089 ton. Dari jumlah tersebut 32,71% adalah produksi nanas,

30,22% adalah produksi pisang dan 16,95% adalah produksi jeruk siam (BPS Sumsel, 2005). Menurut Rahardi (2004), nanas Palembang merupakan nanas varietas *queen* yang bermutu paling baik di Indonesia. Ketika contoh nanas Palembang ini dikirim ke Jepang, konsumen di sana sangat kagum dan langsung menyukainya. Pesanan dalam bentuk segar pun datang, namun karena belum dibudidayakan dengan pola yang baik, kontinuitas dan keseragaman kualitasnya masih belum menjamin pengiriman ke Jepang secara teratur.

Berdasarkan data dari Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Sumatera Selatan (2006), total produksi nanas di wilayah Sumatera Selatan sebesar 145.152 ton dengan sebaran dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas panen dan produksi buah nanas Provinsi Sumatera Selatan tahun 2006

No.	Kabupaten	Luas Panen (Ha)	Persentase (%)	Panen (ton)	Persentase (%)
1.	OKU	1	0,11	96	0,07
2.	OKI	4	0,42	977	0,67
3.	Muara Enim	255	26,96	45.398	31,28
4.	Musi Rawas	1	0,11	199	0,14
5.	MUBA	1	0,11	94	0,06
6.	Banyuasin	9	0,95	1.233	0,85
7.	OKU Timur	1	0,11	152	0,10
8.	Ogan Ilir	560	59,20	81.807	56,36
9.	Prabumulih	114	12,05	15.196	10,47
Total		946	100	145.152	100

Sumber : Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Sumatera Selatan, 2006

Jumlah total panen tanaman buah-buahan tahun 2006 di Provinsi Sumatera Selatan yaitu 2.040.982 ton, sebesar 145.152 ton merupakan jumlah panen buah nanas. Produksi terbesar dimiliki oleh Kabupaten Ogan Ilir yaitu 81.807 ton per hektar, disusul Kabupaten Muara Enim sebesar 45.398 ton per hektar dan Kabupaten Prabumulih sebesar 15.196 ton per hektar.

Dari daerah-daerah sentra penghasil nanas di atas, kemudian nanas dipasarkan ke beberapa daerah termasuk ke Kota Palembang yang merupakan ibukota provinsi. Mengingat jauhnya jarak yang harus ditempuh dari daerah penghasil ke pasar di Kota Palembang, tidaklah mengherankan jika diperlukan biaya yang cukup besar dalam memasarkan nanas tersebut. Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan nanas, nantinya akan mempengaruhi harga nanas dipasaran.

Kelemahan dalam sistem pertanian di negara berkembang termasuk Indonesia adalah kurangnya perhatian dalam bidang pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran seperti pembelian, grading, penyimpanan, pengangkutan serta pengolahan sering tidak sejalan seperti yang diharapkan, sehingga efisiensi pemasaran menjadi lemah (Soekartawi, 2002).

Petani produsen dalam memasarkan nanas, tidak langsung membawanya sendiri ke pasar-pasar di Kota Palembang. Pada daerah-daerah sentra penghasil nanas biasanya terdapat beberapa pedagang pengumpul yang mengumpulkan nanas dari petani nanas untuk kemudian dipasarkan di Palembang. Nanas yang dibawa pedagang pengumpul dari daerah biasanya dioper ke pedagang besar di pasar induk. Kemudian pedagang-pedagang pengecer yang membeli nanas dari pedagang besar memasarkan nanas tersebut kepada konsumen akhir.

Nanas produksi Sumatera Selatan, yang lebih dikenal dengan nanas Palembang, sangat disukai karena rasanya yang manis sehingga cocok untuk dikonsumsi segar. Rasanya yang manis membuat nanas Palembang menjadi salah satu buah lokal yang terkenal di Indonesia. Untuk itu penulis tertarik meneliti bagaimana proses pemasaran nanas di Kota Palembang sebagai ibukota provinsi salah satu daerah penghasil nanas terbaik di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka penuli tertarik untuk meneliti :

1. Bagaimana saluran pemasaran yang terjadi dalam pemasaran nanas di Kota Palembang?
2. Fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang diterapkan oleh lembaga pemasaran nanas di Kota Palembang?
3. Berapa besar tingkat efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan bagian yang diterima petani?
4. Berapa banyak produk yang tidak terjual yang menjadi limbah pada pedagang besar dan pedagang pengecer nanas di Kota Palembang ?

C. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan permasalahan yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan saluran pemasaran yang terjadi dalam pemasaran nanas di Kota Palembang.
2. Mendeskripsikan fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang diterapkan oleh lembaga pemasaran nanas di Kota Palembang.
3. Menghitung tingkat efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan bagian yang diterima petani.
4. Mengetahui jumlah produk yang tidak terjual yang menjadi limbah pada pedagang besar dan pedagang pengecer nanas di Kota Palembang.

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak-pihak yang terkait dalam pemasaran nanas di Kota Palembang dan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Anggraini, S. D. 2006. Tingkat Efisiensi Sayuran Dataran Tinggi dari Pagaralam ke Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya.
- Anonim. 2008. Pemasaran. (Online). (<http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran>, diakses 15 Januari 2008).
- Assauri, S. 1992 Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi. Rajawali Pers. Jakarta.
- BPS. 2005. Sumatera Selatan dalam Angka. BPS. Palembang.
- _____. 2007. Sumatera Selatan dalam Angka. BPS. Palembang
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi SumSel. 2006. Laporan Tahunan. Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Sumatera Selatan. Palembang
- Haryanto, Eko dan Beny Hendarto. 1996. Nanas. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Lastinawati, Endang. 2003. Prospek Pengembangan Usahatani Nanas di Prabumulih. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya.
- Limbong, H.W. dan P. Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Marbun, Kasmaida. 2002. Analisis Keuntungan Pemasaran Jerus Brastagi di Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial. Jakarta.
- Natalia, Beta. 2007. Analisis Pemasaran Pisang dari Pedagang Pengumpul sampai Pedagang Pengecer di Pasar Tradisional Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya.
- Purnawarman, Trioso. 2008. Strategi Pemasaran dan Pengendalian Produk. (Online). (<http://www.google.com>, diakses 15 Januari 2008).

- Rahardi, f.*et.al.* 2000. Agribisnis Tanaman Buah. Penebar Swadaya. Jakarta
- _____.2004. Mengurai Benang Kusut Agribisnis Buah Indonesia.Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rukmana, Rahmat..1996. Nenas: Budidaya dan Pascapanen Kanisius.Yogyakarta.
- Said, E.G. dan A. H. Intan. 2001. Manajemen Agribisnis. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- _____. 1991. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Rajawali Pres. Jakarta.
- Sukotjo. I dan B. Swastha. 1995. Pemasaran Bisnis Modern. Liberty. Yogyakarta.
- Sunarjono, Hendra. 1997. Prospek Berkebun Buah. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Winardi. 1992. Harga dan Penetapan Harga dalam Bidang Pemasaran. Citra Aditya Bakti. Bandung.