

ANALISIS PEMASARAN BUAH DUKU DI KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR (OKI) SUMATERA SELATAN

Erlina Rufaidah¹⁾, Imron Zahri²⁾, Sriati²⁾, Syamsul Rizal²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Doktor Ilmu Agribisnis PPS Unsri dan Dosen Unila

²⁾Promotor dan Co-Promotor dan Dosen PPS Unsri

ABSTRACT

In 2006, duku plantation in were largely found in Ogan Komering Ilir Regency. This regency is one of the famous fruit production centers since years ago. Duku fruit of this region is also popular, marketed not only locally but also nationally. Duku marketing has six marketing chain. Duku fruits from farm gate farmer have six line marketing. Each institution on the trader average marketing enough efficient that's collection 83,09% big trader 74,06% and export trader 79,34% that all from step \marketing institution >100% that's mean efficient profit average farmer will get between Rp. 2725/kg until Rp.5391.67. collector trader Rp. 1183,33, big trader Rp. 4593,75. export trader Rp.4125 and to regional trader Rp. 2593,75. Marketing margin that happen in farmer and farmer an the entry stock Rp.1500 and Rp. 2500 in collector trader Rp.3000, big trader Rp.4000 and export trader Rp. 5000. That's mean marketing average margin in various step marketing institution is Rp.3200. farmers share that receive in various step marketing institution is for farmer 62,5%, farmer and the entry stock 50%. Collector trader 57,14% big trader 60% and export trader 50% regional trader 66,67%. That's mean farmers share the most big receive on step institution big trader and smallest is farmer.

Keywords: Farmers, line marketing, trader, marketing institution, marketing margin and collector trader

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Duku (*Lansium domesticum* Corr.) merupakan salah satu tanaman buah tropis yang cukup terkenal. Tanaman ini berpotensi besar untuk dikembangkan di Indonesia sebagai tanaman kebun buah buahan yang dapat menjadi salah satu sumber mata pencaharian masyarakat. Oleh karena itu, duku menjadi komoditi unggulan musiman bagi Provinsi Sumatera Selatan yang telah terkenal secara nasional dengan sebutan duku Palembang.

Berdasarkan data Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2006, populasi tanaman duku yang tertinggi di Sumatera Selatan terdapat di Kabupaten Ogan Komering Ilir. Selanjutnya buah bulat berkulit kuning langsung tersebut merupakan salah satu buah primadona daerah ini yang memang sudah sejak lama diusahakan oleh petani di Kabupaten Ogan Komering Ilir(OKI) Oleh karena itu tidak mengherankan jika sebagian besar tanaman yang ada sekarang ini merupakan tanaman tua yang berumur lebih dari 40 tahun, bahkan ada yang berumur hampir satu abad.

Produksi buah duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (2006) mencapai angka 25.795 ton. Hal tersebut menjadikan buah duku menduduki tempat teratas dalam jumlah produksi komoditas hortikultura di daerah ini, selain produksi jeruk, pisang dan nanas (Dinas Pertanian Kabupaten Ogan Ilir, 2007).

Masalah pemasaran merupakan faktor yang sering menempatkan petani sebagai pihak yang tergantung dari pihak luar, karena seluruh jalur pemasaran telah dikuasai oleh para pedagang sehingga para petani tetap pada posisi yang menerima berapapun harga jual produksinya (Mubiarto dan Awan, 1991).

Pemasaran buah duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir umumnya melalui pedagang pengumpul. Sebelum sampai ke tangan konsumen. Pedagang pengumpul ini menjual ke pedagang besar baik lokal maupun luar daerah. Selain itu banyak pula petani duku yang menjual dukunya pada pemborong pada saat buah masih muda di pohon (ijon). Hal ini terjadi umumnya pada petani yang terdesak membutuhkan uang untuk kehidupan sehari-hari. Sistem pemasaran seperti ini . terjadi sejak dahulu dan belum banyak upaya yang dilakukan petani untuk memperbaikinya sehingga

harga dan pendapatan petani rendah dan bersifat sebagai penerima harga se

Usaha perbaikan di bidang pemasaran memegang peranan penting agar harga di tingkat petani dapat ditingkatkan, karena peningkatan produksi saja tidak mampu meningkatkan pendapatan petani, bila tidak didukung dengan kerjasama petani melakukan pemasaran (Soeharso *et al.*,1995). Situasi demikian sangat menentukan efisiensi perusahaan suatu komoditas, termasuk salah satunya buah duku.

Usaha meningkatkan pendapatan petani, sangat diperlukan termasuk pula usaha perbaikan di bidang pemasaran dan harga yang diterima petani, sebab tingkat harga dan stabilitas harga sangat berpengaruh bagi petani, semakin tinggi harga yang ditawarkan akan semakin menggiatkan petani dalam meningkatkan produksi untuk memenuhi permintaan pasar (Mubyarto, 1986).

Harga buah duku di pasaran rata-rata lebih tinggi dibandingkan buah-buahan lainnya. Akan tetapi tingginya harga tersebut tidak dinikmati oleh petani, hal ini disebabkan petani sebagian sudah menjual buah duku kepada pemborong pada saat buah duku masih di pohon (*ijon*)., hal ini disebabkan petani mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan keluarga yang mendesak.

Dengan demikian pendapatan petani sangat tergantung pada pedagang pengumpul atau pemborong. Sedangkan bagi petani yang ekonomi rumah tangganya lebih baik dapat menjual setelah panen, baik di kebun, pasar lokal maupun pasar induk, dan harga diterimanya lebih tinggi..

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah bentuk saluran pemasaran yang terjadi dan berapa besar pendapatan yang diterima petani ?
2. Berapa besar tingkat efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan bagian yang diterima petani (*farmer's share*)?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi saluran pemasaran duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir.
2. Menghitung besarnya pendapatan petani duku.
3. Mendeskripsikan fungsi-fungsi pemasaran yang terjadi dalam pemasaran duku.
4. Menghitung tingkat efisiensi pemasaran lembaga pemasaran dilihat dari margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan

bagian yang diterima petani (*farmer's share*).

D. Kegunaan Penelitian

1. Sebagai sumbangsih pemikiran terhadap ilmu pengetahuan pertanian khususnya tata niaga pertanian .
2. Sebagai sumbangsih pemikiran dalam upaya meningkatkan masyarakat khususnya petani duku.

II. METODE PELAKSANAAN

A. Tempat dan Waktu

Penelitian dilakukan di Kabupaten Ogan Komering Ilir(OKI) meliputi lima kecamatan yang merupakan sentra produksi buah duku yaitu Kecamatan Tanjung Lubuk, Kecamatan Sirah Pulau Padang dan Kecamatan Pampangan, Kota Kayu Agung dan Jejawi. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember tahun 2007 sampai dengan bulan Februari tahun 2008.

B. Ruang lingkup penelitian

Pada penelitian ini penulis mengkaji secara khusus pada pemasaran buah duku yang dihasilkan oleh petani di kabupaten Ogan Komering Ilir, Asumsi faktor- faktor lain yang mempengaruhi pemasaran buah duku citeris paribus.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode survei dan penelusuran, yakni dengan cara langsung ke lapangan, mendatangi dan mewawancarai petani dan lembaga pemasaran di lokasi serta menelusuri setiap kegiatan dan perlakuan yang diterapkan pada duku di Ogan Komering Ilir (OKI). Dalam penelitian ini contoh yang diambil adalah petani di lima kecamatan yaitu kecamatan Tanjung Lubuk, Sirah Pulau Padang, Pampangan, Kota Kayuagung dan Jejawi sebagai produsen duku dan pedagang. Penarikan contoh petani dan lembaga pemasaran secara sengaja (*porposive*) dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel .1 Responden Penelitian Buah Duku di Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2007/2008

No	Responden	Populasi (KK)	Sampel (KK)
1	Petani Duku	3375	38
2	Petani Duku/ pemborong	127	12
3	Pedagang Pengumpul	40	4
4	Pedagang Besar	4	1
5	Pedagang Eksportir	1	1

Penarikan sampel untuk petani digunakan metode penarikan contoh secara senghaja (secara porposive) , dikarenakan populasi yang besar dan bersifat homogen berdasarkan spesifikasi khusus seperti luas lahan yang seragam, jenis yang sama, musim tanam yang sama, sistem pembayaran dan setiap petani mempunyai peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

Pengambilan sampel dari petani adalah untuk mengetahui harga pokok buah duku yang kemudian oleh petani akan dijual ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul diambil 4 orang dan pedagang besar 1 orang, serta eksportir 1 orang. Sampel diambil berdasarkan tingkat homogenitas dan dapat mewakili semua responden yang ada.

D. Metode Pengumpulan data

Berdasarkan sumbernya ,data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.Data primer di peroleh dari hasil wawancara dengan petani dan lembaga pemasarasan yang terkait dengan menggunakan daftar ouestioner (pertanyaan) . Sedangkan data sekunder dapat diperoleh dari instansi- instansi terkait ,literatur dan sumber data lainnya yang menunjang penelitian ini.

E. Metode Pengolahan Data

Tujuan penelitian ini menganalisis dengan cara mengidentifikasi rantai tata niaga buah duku oleh petani dari 5 (lima) kecamatan di Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumatra Selatan . Komponennya meliputi petani dan lembaga- lembaga pemasarasan yang terlibat.Analisis dilakukan secara deskriptif.

Selain itu untuk mengetahui fungsi- fungsi pemasarasan yaitu :

1. Fungsi pertukaran yang meliputi penjualan dan pembelian

2. Fungsi fisik yang meliputi pengumulan,pengangkutan, sortir buah pecah dan sortir mutu .
3. Fungsi fasilitas yang meliputi resiko berubah warna,pengepakan .

Setiap lembaga pemasarasan ditelusuri perlakuan dan kegiatan yang dilakukan , kemudian data atau informasi yang diperoleh dijelaskan secara deskriptif.

Selanjutnya dilakukan langkah- langkah seperti dibawah ini :

1. Menghitung besarnya margin pemasarasan yang diterima tiap-tiap lembaga pemasarasan digunakan rumus :

$$Mt_i = Hj_i - Hb_i$$

Dimana:

Mt_i = Margin pemasarasan ke-i (Rp/kg)

Hj_i = Harga jual ke-i (Rp/kg)

Hb_i = harga beli ke-i (Rp/kg) i

= Lembaga pemasarasan ke i

2. Menghitung keuntungan pada masing-masing lembaga pemasarasan dengan rumus :

$Kt_i = Mt_i - Bp_i \rightarrow Kt = \text{Harga jual} - \text{Biaya pemasarasan}$

$Bp_i = T + Tk + S + RP$

$$RP = \frac{K(Hb - Hk)}{T - K}$$

Dimana :

Kt_i = Keuntungan pemasarasan (Rp/kg)

Bp_i = Biaya pemasarasan (Rp/kg)

T = Biaya transportasi (Rp/kg)

Tk = Upah sortir (Rp/kg)

S = Biaya packing (Rp/kg)

RP = Resiko kerusakan (Rp/kg)

K = Jumlah duku yang rusak (kg)

Hk = Harga duku yang rusak (Rp/kg)

J = Jumlah duku yang dipasarkan (Rp/kg)

HB = Harga duku bersih (Rp/kg)

Π_e = Keuntungan tiap lembaga

3. Mehitung besarnya efisiensi masing- masing lembaga pemasarasan akan digunakan rumus :

$$Epi = \frac{TBpi}{TNpi} \times 100\%$$

Dimana :

Epi = Efisiensi pemasarasan tingkat ke-i

Tbpi= Total biaya pemasarasan tingkat ke-i (Rp/kg)

Tnpi= Total nilai produk tingkat ke-i (Rp/kg)

$Npi = Hji \times Jpi$

Kriteria lembaga pemasarasan efisiensi bila $0 < Epi < 100\%$

4. Menghitung besarnya *Farmer's share* digunakan rumus :

$$FS = \frac{HP}{HK} \times 100\%$$

Dimana :

FS = *Farmer's share*
HP = harga ditingkat petani (Rp/kg)
HK = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A Keadaan Daerah

Kabupaten Ogan Komering Ilir merupakan salah satu sentra utama buah duku di Provinsi Sumatera Selatan, sebagian besar (80%) kecamatan yang berada di Kabupaten Komering Ilir penduduknya berprofesi sebagai petani duku yaitu Kecamatan Tanjung Lubuk, Sirah Pulau Padang, Pampangan, Kota Kayu Agung dan Jejawi. Dari lima kecamatan, tersebar di 69 desa (Dinas Perkebunan OKI, 2005).

Umumnya lokasi desa sentra duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir terletak sepanjang aliran sungai yaitu Sungai Ogan dan Sungai Komering serta anak-anaknya, yang mempunyai tingkat kesuburan tanah cukup tinggi. Transportasi darat ke daerah sentra produksi duku cukup baik dan lancar sehingga sangat menunjang pemasaran hasil, baik ke Palembang maupun Jakarta. Prasarana jalan aspal maupun jalan tanah menjangkau ke setiap kebun petani. Selain itu transportasi lain yang sering digunakan adalah transportasi air yaitu sungai.

B Keadaan Umum Sentra Produksi Duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir

Keadaan umum sentra produksi duku berdasarkan data Dinas Pertanian Kabupaten Ogan Komering Ilir Tahun 2006 dijelaskan dibawah ini :

1. Kecamatan Tanjung Lubuk

Kecamatan Tanjung Lubuk terdiri dari 23 desa penghasil duku dengan jumlah penduduk 41.969 jiwa. Jarak desa-desa tersebut dengan ibukota kabupaten antara 22 – 47 km, dengan sarana transportasi berupa jalan tanah, aspal dan sungai.

Di Kecamatan Tanjung Lubuk terdapat 122.312 pohon duku yang dikelola oleh 1.830 orang petani. Kondisi tanaman saat ini 116.733 pohon masih produktif, 5.579 pohon belum

produktif. Produksi rata-rata setiap tahun atau setiap panen rata-rata 83,7 ton.

2. Kecamatan Sirah Pulau Padang

Kecamatan Sirah Pulau Padang terdiri dari 18 desa penghasil duku dengan jumlah penduduk 38.292 jiwa. Jarak desa-desa tersebut dengan ibukota antara 13 – 25 km, dengan sarana transportasi berupa jalan aspal, sebagian kecil jalan tanah dan sungai.

Di Kecamatan Sirah Pulau Padang terdapat 27.263 pohon duku yang dikelola oleh 736 orang petani. Kondisi tanaman saat ini 26.165 pohon masih produktif 814 pohon belum produktif dan 284 pohon sudah tidak produktif lagi. Produksi rata-rata setiap tahun atau setiap panen 261,23 ton.

3. Kecamatan Pampangan

Kecamatan Pampangan terdiri dari 10 desa penghasil duku dengan jumlah penduduk 14.649 jiwa. Jarak desa-desa tersebut dengan ibukota kabupaten antara 30 - 47 km, dengan sarana transportasi berupa jalan tanah dan sebagian jalan aspal. Di Kecamatan pampangan terdapat 16.614 pohon duku yang dikelola oleh 450 orang petani. Jumlah pohon duku produktif 15.583 pohon, 588 pohon belum produktif dan 443 pohon sudah tidak produktif lagi. Produksi rata-rata setiap tahun atau setiap panen 14,15 ton.

4. Kecamatan Kota Kayuagung

Kecamatan Kota Kayuagung terdiri dari 10 desa penghasil duku dengan jumlah penduduk 17.396 jiwa. Jarak desa-desa tersebut dengan ibukota kabupaten antara 2,5 - 9 km, dengan sarana transportasi berupa jalan aspal. Di Kecamatan Kota Kayuagung terdapat 7941 pohon duku yang dikelola oleh 202 orang petani. Jumlah pohon duku produktif 4899 pohon, 2960 pohon belum produktif dan 82 pohon sudah tidak produktif lagi. Produksi rata-rata setiap tahun atau setiap panen 113,45 ton.

5. Kecamatan Jejawi

Kecamatan Jejawi terdiri dari delapan desa penghasil duku dengan jumlah penduduk 19.097 jiwa. Jarak desa-desa tersebut dengan ibukota kabupaten antara 27-58 km, dengan sarana transportasi berupa jalan sungai dan jalan aspal. Di Kecamatan Jejawi terdapat 3563 pohon duku yang dikelola oleh 147 orang petani. Jumlah pohon duku produktif 3.235 pohon, 124 pohon belum produktif dan 204 pohon sudah tidak produktif lagi. Produksi rata-rata setiap tahun atau setiap panen 45,33 ton.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa rata-rata produksi duku yang terendah adalah Pampangan yaitu 14,15 ton/tahun, sedangkan yang tertinggi adalah Kecamatan Kota Kayuagung dengan rata-rata produksi 113,45/tahun ton. Hal ini dikarenakan Kota Kayuagung adalah pusat pemerintahan sehingga pemantauan daripada pemerintah terhadap Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) pertanian perkebunan duku dapat terpantau seperti pemeliharaan, pengobatan hama, penyakit, nutrisi terhadap pohon duku agar menghasilkan buah yang lebat dan manis, dan adanya pupuk-pupuk organik.

Selain itu juga umum daripada pohon duku yang produktif kurang daripada 10 tahun. Sedangkan di Kecamatan Pampangan jarak tempuh paling jauh sekitar 47 km dari pusat Kabupaten OKI sarana transportasi sebagian besar masih jalan tanah sehingga para Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) dan peneliti baik dari propinsi maupun nasional enggan untuk meninjau perkebunan duku rakyat membuat pohon duku tidak terawat dengan baik yang pada gilirannya tingkat produksi rendah yaitu 14,15 ton/tahun. Selain itu juga umum pohon duku lebih daripada 15 tahun.

C Fungsi-fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran menggambarkan kegiatan atau fungsi-fungsi yang dilakukan dalam proses penyaluran barang dan jasa tersebut dari produsen ke konsumen. Fungsi-fungsi pemasaran dapat dikelompokkan atas tiga fungsi, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas.

1 Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran meliputi fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Tabel 3 memperlihatkan fungsi-fungsi pertukaran yang dilakukan oleh petani dan setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pendistribusian buah duku ini.

Berdasarkan Tabel 2 bahwa fungsi pertukaran dilakukan petani dan lembaga-lembaga pemasaran (pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang eksportir).

Tabel 2 Fungsi pertukaran pada petani dan lembaga pemasaran dalam pendistribusian buah duku di Ogan Komering Ilir (OKI)

Lembaga Pemasaran	Fungsi Pertukaran	
	Pembelian	Penjualan
Petani	Tidak	Melakukan
Pedagang Pengumpul	Melakukan	Melakukan
Pedagang Besar	Melakukan	Melakukan
Pedagang Eksportir	Melakukan	Melakukan

2 Fungsi Fisik

Fungsi fisik meliputi kegiatan penyimpanan, pengangkutan dan pengolahan. Untuk melihat fungsi-fungsi fisik yang dilakukan oleh petani dan setiap lembaga pemasaran yang ada dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3. Fungsi fisik pada petani dan lembaga pemasaran buah duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI)

Lembaga Pemasaran	Fungsi Fisik			
	Pengumpulan	Packing	Pengangkutan	Penyimpanan
Petani	Melakukan	Tidak	Tidak	Tidak
Pedagang Pengumpul	Tidak	Melakukan	Melakukan	Tidak
Pedagang Besar	Tidak	Melakukan	Melakukan	Melakukan
Pedagang Eksportir	Tidak	Melakukan	Melakukan	Melakukan

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui petani hanya melakukan fungsi fisik berupa pengumpulan buah duku, pedagang pengumpul melakukan fungsi fisik berupa packing dan pengangkutan sedangkan pada pedagang besar dan pedagang eksportir

melakukan fungsi fisik berupa packing, pengangkutan dan penyimpanan.

3 Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas meliputi fungsi pembiayaan dan penanggulangan resiko.

Tabel 4. Tabel Analisis Fungsi Fasilitas

Fungsi Fasilitas	Lembaga Pemasaran			
	Petani	Pedagang Pengumpul	Pedagang Besar	Pedagang eksportir
Pembiayaan	Ada	Melakukan	Melakukan	Melakukan
Penanggungan resiko	Ada	Ada	Ada	Ada

Berdasarkan tabel di atas fungsi fasilitas yang meliputi fungsi biaya ada pada petani, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang eksportir. Sedangkan untuk fungsi Resiko secara keseluruhan terjadi.

D. Penentuan Harga Pokok dan Stuktur Pasar Produk Komoditi Duku

1. Penentuan Harga Pokok Buah Duku

Harga merupakan indikator utama dalam pemasaran. Dan juga sebagai komponen biaya produksi pada masa panen maupun setelah panen. Seorang produsen yang cerdas ia akan menghitung berapa besar harga pokok dari produk yang dijual sehingga dengan mudah dapat mengestimasi harga jual sesuai dengan harga pesaing yang bersifat kompetitif dan keuntungan maksimum yang akan diperoleh.

Menurut Nasuhim Saad (2007), harga pokok produk pertanian dapat diformulasikan :

$$Q = \frac{FC}{P - FC}$$

Dimana:

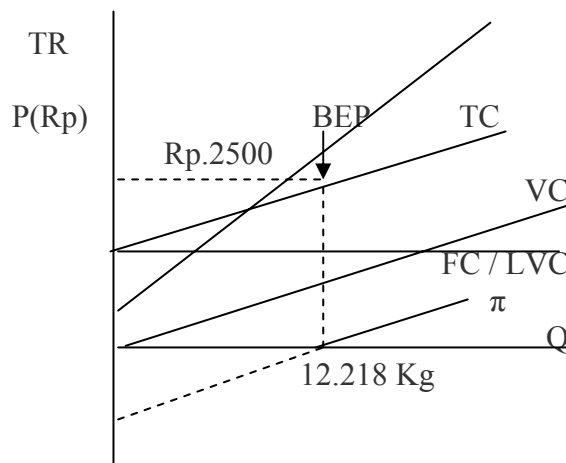
- FC = Fixed Cost
- P = Harga jual petani
- Q = Jumlah produk yang harus di jual untuk mencapai titik impas

Pada rumus diatas biaya tenaga kerja sudah tercakup pada total biaya, selain itu umur ekonomis dan teknis dari pohon duku lebih dari pada 25 tahun bahkan lebih dari 100 tahun oleh karena itu biaya *Fixed Cost* nya sudah menjadi biaya variabel. Jumlah pohon yang produktif dari lima kecamatan sebesar 14.967 pohon, sedangkan biaya pemeliharaan per pohon selama satu tahun sebesar Rp.100.000 akhirnya didapat biaya variabel secara total Rp. 1.496.700.000. Satu pohon berisi rata-rata 100kg. variabel cost total per kilogram duku dibagi 100 berarti . variabel cost total menjadi Rp.14.697.000

$$Q = \frac{14967000}{14967000} = 12.217.959$$

2500 – 1275

Berarti setiap petani harus dapat menghasilkan sebanyak 12.218 kg, atau 1.218kg buah duku agar mencapai titik impas dengan harga pokok Rp.2.500 /kg. Hal ini dapat di ilustrasikan pada Gambar 1



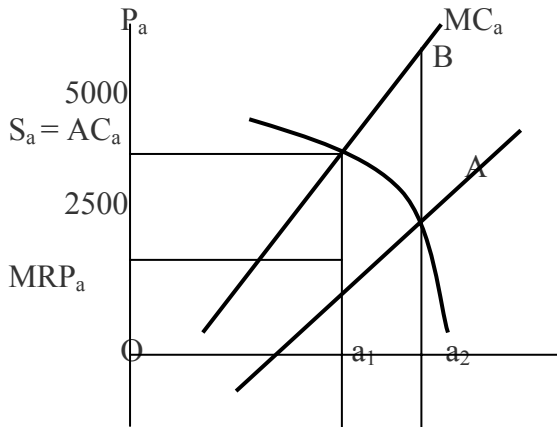
Gambar 1 Titik impas buah duku secara grafis

Pada Gambar 1 para petani duku di kabupaten Ogan Komering Ilir, harga pokok yang terjadi sebesar Rp.1.225 dengan rata-rata produksi agar mencapai titik impas sebesar 1.218 Kg.

2. Struktur Pasar Buah Duku

Berdasarkan analisis ekonomi dapat dilihat tingkah laku konsumen dan produsen terhadap suatu produk dilihat dari jenis struktur pasar komoditi. Selama ini kita hanya melihat pembeli bersaing dari sumber daya selain itu banyak situasi pembelian yang tidak bersaing dalam kasus suatu pembelian tunggal kita berhadapan dengan pasar monopsonistis, jika ada beberapa pembeli disebut pasar Oligosonistis seperti halnya dengan buah duku struktur pasar yang terjadi adalah pasar Oligosonistis karena harga buah duku ditentukan oleh beberapa pembeli. Pada Gambar 2

menggambarkan secara hipotitis tentang struktur pasar komoditi duku di Ogan Komering Ilir



Gambar 2 Struktur pasar Oligomopsonis buah duku OKI

Pada Gambar 2. di atas perlu diketahui bahwa tidak ada kurva permintaan bagi monopsonis, karena tidak ada hubungan umum antara harga dan kuantitas permintaan. Kuantitas permintaan ditentukan oleh biaya marginal seperti pada Tabel 2 Harga jual petani sebesar Rp 2 500,- dan harga jual petani & pemborong sebesar Rp 5 000,- Terlihatlah harga yang terjadi bersifat Price taker dari pihak pembeli..

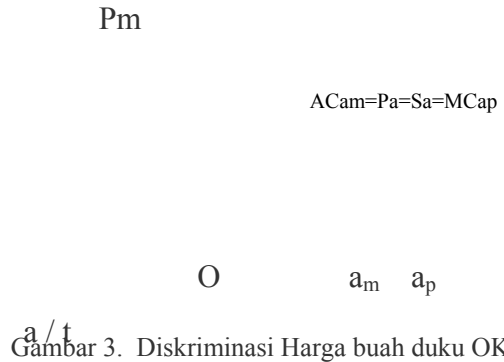
3. Struktur Pasar Oligomopsonis Dengan kasus Diskriminasi Harga

Kita asumsikan pemerintah telah ikut campur dalam penentuan harga,

Gambar 3 Terlihatlah terjadinya diskriminasi harga terhadap pembeli lokal yang membeli dalam jumlah tidak besar (kurang dari dua ton) harga Rp 6.000,-/ kg .Sedangkan harga Rp 4.000,-/ kg bagi pembeli dengan jumlah yang relatif besar (lebih dari lima ton) yaitu pedagang besar dari luarkota.

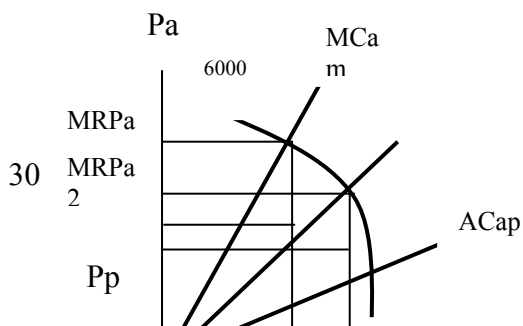
E Saluran Pemasaran Buah Duku

Panen buah duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) pada umumnya antara Bulan Januari sampai dengan bulan April. Hasil panen buah pada bulan-bulan tersebut langsung dipasarkan oleh petani itu sendiri melalui beberapa cara, antara lain:



Gambar 3. Diskriminasi Harga buah duku OKI

1. Cara ijon, dimana petani dan pedagang (pemborong) telah melakukan transaksi pembelian sebelum buah dipanen. Pada saat panen pedagang langsung memanen sendiri, melakukan *sortasi* dan *packing* yang selanjutnya dibawa ke luar daerah, seperti pasar induk Jakarta atau untuk ekspor. Saluran cara ijon seperti pada Lampiran 1. Pada Lampiran 1 petani menjual buah duku dalam bentuk mentah berada dalam satu pohon, pedagang (pemborong) telah melakukan transaksi pembelian sebelum buah masak. Saluran pemasaran 1 ini berlangsung antara Bulan Desember 2006 sampai dengan Januari 2007 perbatang biasanya berisikan 60 kg buah duku seharga Rp 150.000,-, sehingga harga per kilogram sekitar Rp 2.500,-. Hal ini dilakukan oleh petani karena akan menjelang tahun ajaran baru anak sekolah. Pemborong biasanya menjual ke konsumen tiga kali 2.500 sebesar dari s/d Rp 7500,-. Sehingga marketing margin pada saluran 1 sebesar Rp 4500,- s/d Rp 5000,-
2. Sistem petani sekaligus pemborong Pada Lampiran 3 petani sekaligus sebagai pemborong menjual buah duku ke pedagang pengumpul dengan mengeluarkan biaya-biaya berupa biaya panjat Rp 187,5/kg, sortir pecah Rp 62,5/kg, biaya angkut Rp 25/kg, sortir mutu Rp 125/kg, sehingga didapat keuntungan petani sebagai pemborong menjadi Rp 4600/ kg dengan harga jual Rp 5 000,- / kg . Petani yang berstatus sebagai pemborong akan memanen sendiri dengan mengeluarkan biaya-biaya antara lain pajak Rp 187,5/kg, sortir pecah Rp 62,5/kg. Harga jual ke pedagang pengumpul Rp 4000,-ditambah unsur resiko



busuk buah duku , sehingga marketing marjin (mm) Rp 3750,-. Biasanya petani sudah menyiapkan buah duku yang sudah di sortir di jalan raya.

3. Pedagang Pengumpul

Jika di jual kepada pedagang pengumpul, maka pedagang pengumpul akan mendapat keuntungan Rp 1183,33/kg yaitu harga jual Rp 7000,- (dikurangi Rp 150, ditambah dengan Rp 4000,-resiko busuk buah duku Rp 1666,67, ditambah biaya angkut mobil ke pasar induk Rp 125/kg) menjadi Rp 1183,33- Jika di jual dengan konsumen Rp 7000/kg.

Pada saluran pemasaran III, pedagang pengumpul mendapat marketing margin Rp3000 namun secara fisik dan ekonomis sedikit memberikan kontribusi baik tenaga maupun dana.

4. Pedagang Besar

Biasanya pedagang pengumpul yang ada di Kota Palembang menjual ke pedagang besar yang bermukim di Kota Palembang sendiri maupun dari luar daerah dengan harga jual Rp 10.000,- sampai ke konsumen. Adapun biaya yang dikeluarkan meliputi upah buat peti Rp 218,75/kg biaya angkut Rp 62,5/kg, biaya packing Rp 125/kg, resiko busuk buah Rp 1000,-2593,75 harga beli dari pedagang pengumpul Rp 6000/kg. Sehingga keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 3.593,75/kg.

Lampiran 7 Saluran Pemasaran IV Buah duku Biasanya pedagang besar menjual ke daerah luar propinsi Sumatra Selatan dan antar pulau dengan memakai truk Petani pengumpul mendapat kuntungan lebih kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran III yang langsung di jual sendiri oleh pedagang pengumpul, sehingga selisih keuntungan yang didapat jika langsung sebesar Rp 2725/kg, apabila di jual tidak langsung melalui pedagang besar hanya mendapat keuntungan sebesar Rp 1725/kg. Namun menjualnya dalam jumlah yang relatif besar dan mengurangi resiko tidak laku karena busuk. Inilah yang didapat oleh pedagang pengumpul.

5. Pedagang Eksportir

Penjualan buah duku dari luar banyak sekali peminatnya, namun saluran yang sudah ada untuk meng ekspor negara tujuan adalah Singapura dan Malaysia. pedagang ekspor ini yang berdomisili di Kota Palembang dan Eksportir buah segar dari Jakarta. Adapun biaya-biaya yang dikeluarkan setiap perkilogram antara lain izin bea cukai Rp

2000,-, angkut kargo Rp 5000, resiko busuk buah Rp 1.875,- total biaya yang dikeluarkan Rp 15.875,- dan harga beli sebesar Rp 7.000,-, sehingga jumlah harga pokok dan biaya menjadi Rp 15.875,-/kg sedangkan harga jual Rp 20.000,-, sehingga keuntungan yang didapat sebesar Rp 4.125,-/ kg.

Dari Lampiran 8 yang paling besar mendapat keuntungan adalah pedagang eksportir Indonesia yaitu sebesar Rp 4.125,-/kg sedangkan pedagang importir Malaysia dan Singapura sebesar Rp 5000/kg. Namun demikian berdasarkan informasi di lapangan penjualan ke Singapura dan Malaysia selalu tidak lancar dalam hal pelunasannya, karena mereka mencari-cari alasan untuk mengkomplin isi dari dokumen transaksi antara eksportitir Indonesia dengan importir luar (L/C) yang merugikan pada pedagang eksportir malah lebih menguntungkan jika penjualan kedaerah Indonesia bagian Barat lainnya maupun Indonesia bagian Tengah.

Dari kelima saluran ini seperti yang telah dijelaskan di atas didapatkan suatu rangkaian pemasaran buah duku yang terjadi dalam pendistribusian dari Ogan Komering Ilir (Sentra industri duku di Sumatera Selatan) menuju daerah tujuan sampai kepada konsumen. seperti pada Lampiran 6.

F Analisis Efisiensi Pemasaran

1. Sebaran Marjin Pemasaran

Sebaran Marjin pemasaran merupakan berisikan indikator – indikator biaya marjinal, harga beli dan harga jual . selisih antara harga di tingkat konsumen dengan harga ditingkat produsen dan dapat dicari dengan rumus:

Marjin pemasaran = HK – HP

Keterangan :

HK = Harga di tingkat konsumen

HP = Harga di tingkat produsen

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Lampiran 3 Sebaran marjin pemasaran duku dari Petani sampai dengan ke Konsumen di Kabupaten Ogan Komering Ilir sebagai berikut ;

Dari tabel Lampiran 3 terlihatlah Profitable Index (PI) terhadap harga jual yang terbesar adalah petani sebesar 0,60 %. sedangkan PI terhadap total biaya adalah petani dan pemborong sebesar 0,86%. Hal ini menunjukkan bahwa petani dan pemborong melakukan efisiensi terhadap biaya cukup efektif.

Selanjutnya Profitable Index (PI) terhadap harga jual yang terendah adalah pedagang pengumpul sebesar 0,14% karena pedagang ini

hanya mendapatkan keuntungan dari jasa komunikasi dan informasi.

2 Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran adalah selisih antara harga di tingkat konsumen dengan harga ditingkat produsen dan dapat dicari dengan rumus:

$$\text{Marjin pemasaran} = \text{HK} - \text{HP}$$

Keterangan :

HK = Harga di tingkat konsumen

HP = Harga di tingkat produsen

Tabel 5. menunjukkan marjin terbesar dimiliki pedagang eksportir sebesar 185,71% (Rp 13.000). Hal ini terjadi karena pedagang eksportir langsung membeli dari pedagang pengumpul dengan harga Rp 7.000 dan mensual lepada pedagang importir yang ada di negara tujuan seharga Rp 20.000, sehingga marjin pemasarannya menjadi besar. Sedangkan yang terkecil adalah pedagang pengumpul karena akses penjualannya tidak luas dan tidak memiliki sarana prasarana yang kurang. Pada tingkat petani buah duku Ogan Kemiring Ilir (OKI) tahun 2007/2008.

3 Keuntungan Pemasaran

Keuntungan adalah kompensasi atas resiko yang ditanggung oleh perusahaan. Keuntungan atau laba adalah nilai penerimaan total dikurangi biaya total yang dikeluarkan (Bilas R, 1990).

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Proses penyampaian barang mulai dari titik produsen sampai ke titik konsumen diperlukan biaya pemasaran. Biaya pemasaran mencakup sejumlah pengeluaran untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat akan semakin banyak pula perlakuan yang diberikan kepada barang atau komoditi sehingga menyebabkan biaya pemasaran meningkat (Limbong dan Sitorus dalam Triana, 1985).

a. Keuntungan pemasaran

Petani mengeluarkan biaya produksi dalam memanen buah duku, biaya-biaya yang dikeluarkan adalah biaya variabel saja (tidak diketahuai biaya tetap, hal ini karena lahan kebun duku lahan/hamparan usianya lebih daripada 25 tahun sehingga sulit untuk menentukan biaya tetap ,sedangkan biaya variabel mencakup pengeluaran biaya panjat pohon dan sortir pecah.,resiko busuk

buah dan mungkin di curi orang Petani mendapat keuntungan adalah selisih harga jual dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama panen duku. Keuntungan yang diterima petani dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5 Keuntungan pemasaran buah duku pada tingkat petani di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2007/2008

Lembaga pemasaran	Biaya pemasaran (Rp/kg)	Harga jual (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)
Petani	1275	4.000	2725
Petani sekaligus pemborong	1608,33	5.000	2396,67
Melalui Pedagang besar	5816,67	6000	183,33
Melalui Konsumen	5816,67	7000	1183,33
Melalui Pedagang pengumpul	7406,25	10000	3953,75
Melalui Petani	5406,25	10000	4593,75
Melalui Pedagang eksportir	7000	10000	3000
Melalui Pedagang regional	10000	15000	5000

Pada Tabel 5 menunjukkan bahwa keuntungan petani sekaligus pemborong perkilogram buah duku lebih besar dari keuntungan yang diterima oleh petani saja yaitu keuntungan petani saja hanya Rp 2725 sedangkan pada petani sekaligus pemborong Rp 2396,67 /kg.

b. Keuntungan pada pedagang pengumpul buah duku Ogan Kemiring Ilir (OKI) tahun 2007/2008

Rata-rata keuntungan yang diterima pedagang pengumpul apabila dijual kepada konsumen maupun pada pedagang besar dapat dilihat pada Tabel 5.

Pada Tabel 5 rata-rata keuntungan yang diterima oleh pedagang pengumpul yang langsung menjual kepada konsumen sebesar Rp 1183,33 per kilogram, sedangkan penjualan melalui pedagang besar keuntungan akan lebih kecil yaitu sebesar Rp 183,33 per kilogram. Perbedaan tersebut

dikarenakan rantai perdagangan ke konsumen lebih pendek dibandingkan dengan rantai perdagangan melalui pedagang besar (perdagangan tidak langsung).

c. Keuntungan pada pedagang besar buah duku Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2007/2008

Rata-rata keuntungan yang diterima pedagang besar buah duku apabila dijual melalui petani maupun pada pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel 5

Dari Tabel 6 keuntungan yang diterima pedagang besar pembelian melalui pedagang pengumpul sebesar Rp 3953,75 sedangkan keuntungan yang diterima jika langsung membeli dari petani adalah Rp 4593,75 per kilogram. Terjadi perbedaan yang cukup nyata, dikarenakan pedagang besar melakukan dua cara strategi pemasaran yaitu tunggu bola (melalui pedagang pengumpul) dan jemput bola (melalui petani duku)

d. Keuntungan pada pedagang eksportir buah duku Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2007/2008

Rata-rata keuntungan yang diterima pedagang eksportir buah duku apabila dijual kepada konsumen maupun pada pedagang pengumpul dapat dilihat pada tabel 6

Dari tabel 6 dapat dilihat keuntungan yang diterima oleh pedagang eksportir lebih besar apabila menjual kepada pedagang regional yaitu Rp 5.000 /kg ke Indonesia bagian tengah dan Indonesia bagian timur, sedangkan untuk pihak importir negara luar keuntungannya lebih kecil yaitu Rp 3.000,-karena adanya biaya pabean dan cargo.

G. Efisiensi Pemasaran

1 Efisiensi pemasaran petani

Efisiensi pemasaran yang terjadi pada petani buah duku dapat dilihat pada Tabel 6. Dari Tabel 6 dapat dilihat bahwa rata-rata efisiensi pemasaran buah duku pada petani adalah sebesar 51 %. Nilai efisiensi tersebut menunjukkan bahwa petani sudah efisiensi dalam melakukan kegiatan pemasarannya dimana nilai efisiensinya diantara 0 sampai 100%.

Tabel 6. Efisiensi pemasaran petani buah duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2007/2008

Uraian	Rata-rata
Biaya pemasaran (Rp/kg)	1275

Harga Jual (Rp/kg)	2 500
Efisiensi Pemasaran (%)	51

2. Efisiensi pemasaran petani sekaligus pemborong

Efisiensi pemasaran yang terjadi pada petani sekaligus pemborong buah duku dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Efisiensi pemasaran petani sekaligus pemborong buah duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2007/2008

Uraian	Rata-rata
Biaya pemasaran (Rp/kg)	1608,33
Harga Jual (Rp/kg)	7000
Efisiensi Pemasaran (%)	77,02

Dari Tabel 7 dapat dilihat bahwa rata-rata efisiensi pemasaran buah duku pada pedagang pengumpul adalah sebesar 77,02 %. Nilai efisiensi tersebut menunjukkan bahwa pedagang pengumpul sudah efisiensi dalam melakukan kegiatan pemasarannya dimana nilai efisiensinya diantara 0 sampai 100%.

3 Efisiensi pemasaran pedagang pengumpul

Efisiensi pemasaran yang terjadi pada pedagang pengumpul buah duku dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8 Efisiensi pemasaran pedagang pengumpul buah duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2007/2008

Uraian	Rata-rata
Biaya pemasaran (Rp/kg)	5816,67
Harga Jual (Rp/kg)	7000
Efisiensi Pemasaran (%)	83,09

Dari Tabel 8 dapat dilihat bahwa rata-rata efisiensi pemasaran buah duku pada pedagang pengumpul adalah sebesar 83,09%. Nilai efisiensi tersebut menunjukkan bahwa pedagang pengumpul sudah efisiensi dalam melakukan kegiatan pemasarannya dimana nilai efisiensinya diantara 0 sampai 100%.

4 Efisiensi pemasaran pedagang besar

Efisiensi pemasaran yang terjadi pada pedagang besar buah duku dapat dilihat pada Tabel 9

Tabel 9. Efisiensi pemasaran pedagang besar buah duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2007/2008

Uraian	Rata-rata
Biaya pemasaran (Rp/kg)	7406,25
Harga Jual (Rp/kg)	10000
Efisiensi Pemasaran (%)	74,06

Dari Tabel 9 dapat dilihat bahwa rata-rata efisiensi pemasaran buah duku pada pedagang besar adalah sebesar 74,06%. Nilai efisiensi tersebut menunjukkan bahwa pedagang besar sudah efisiensi dalam melakukan kegiatan pemasarannya dimana nilai efisiensinya diantara 0 sampai 100%.

5 Efisiensi pemasaran pedagang eksportir

Efisiensi pemasaran yang terjadi pada pedagang eksportir buah duku dapat dilihat pada Tabel 10

Tabel 10 Efisiensi pemasaran pedagang eksportir buah duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2007/2008

Uraian	Rata-rata
Biaya pemasaran (Rp/kg)	15875
Harga Jual (Rp/kg)	20000
Efisiensi Pemasaran (%)	79,34

Dari Tabel 10 dapat dilihat bahwa rata-rata efisiensi pemasaran buah duku pada pedagang eksportir adalah sebesar 79,34 %. Nilai efisiensi tersebut menunjukkan bahwa pedagang eksportir sudah efisiensi dalam melakukan kegiatan pemasarannya dimana nilai efisiensinya diantara 0 sampai 100%.

H. Bagian yang diterima petani (*farmer's share*)

Farmer's share merupakan bagian yang diterima petani terhadap harga yang dibayar konsumen akhir yang diterima petani merupakan harga beli di tingkat pedagang pengumpul dan harga yang dibayar konsumen pada tingkat pengecer, demikian juga pada tingkat pedagang besar dan pedagang eksportir *farmer's share* dari lembaga pemasaran pada Lampiran 2

Lampiran 2 menunjukkan marjin terbesar dimiliki pedagang regional yaitu sejumlah 66,67 %. Hal ini terjadi karena pedagang regional langsung membeli dari pedagang pengumpul dengan harga Rp 7.000 dan menjual kepada pedagang emportir yang ada di Jakarta dan importir negara tujuan seharga Rp 20.000, sehingga marjin pemasarannya menjadi besar. Sedangkan yang terkecil adalah pedagang ekspor, petani dan pemborong yaitu 50 % karena akses penjualannya tidak luas dan tidak memiliki sarana prasarana yang kurang *farmer's share* merupakan bagian yang diterima petani terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir dalam paper ini yang diterima petani merupakan harga beli di tingkat pedagang pengumpul dan harga yang dibayarkan konsumen pada harga jual tingkat pengecer, demikian juga pada tingkat pedagang besar dan pedagang eksportir.

Bagian yang diterima petani menunjukkan pembagian hasil yang dilakukan lembaga pemasaran terhadap petani. Dengan menghitung *farmer's share* dapat diketahui harga buah buku yang diperdagangkan hingga sampai ke tangan konsumen proporsional dengan harga yang diterima oleh petani.

Besarnya bagian yang diterima oleh pedagang pengumpul sebesar 57,14 %, artinya harga jual di tingkat konsumen sebesar Rp 7000, maka 57,14 % merupakan bagian petani dan selebihnya yang diterima oleh lembaga pemasaran. Sedangkan untuk pedagang besar mereka menjual duku adalah bagian yang diterimanya 60 %, artinya harga jual di tingkat konsumen Rp 10.000, maka sebesar 60 % merupakan bagian pedagang besar dan selebihnya merupakan bagian yang diterima oleh lembaga pemasaran lainnya. Demikian juga apabila pedagang eksportir menjual maka besar bagian yang diterimanya adalah 50%, artinya dari harga jual di tingkat konsumen sebesar Rp 20.000 maka sebesar 50% merupakan bagian pendapatan pedagang eksportir dan selebihnya merupakan bagian yang diterima oleh lembaga pemasaran lainnya.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Petani buah duku terdapat enam saluran pemasaran yang terjadi yaitu saluran pemasaran I, saluran pemasaran II, saluran

- pemasaran III, saluran pemasaran IV, saluran pemasaran V dan saluran pemasaran VI, membentuk suatu rangkaian saluran pemasaran buah duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI).
2. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani adalah fungsi fisik pertukaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran (petani pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang eksportir), demikian juga pada fungsi fisik yang dilakukan oleh lembaga pemasaran (petani pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang eksportir) dan fungsi fasilitas yang berupa fungsi pembiayaan dan fungsi penanggungan resiko dilakukan oleh lembaga pemasaran (petani pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang eksportir).
 3. Efisiensi pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran rata-rata cukup efisien yaitu pada pedagang pengumpul 83,09 %, pedagang besar 74,06% dan pedagang eksportir 79,34 % semua dari tingkatan lembaga pemasaran > 100 % berarti efisien.
 4. Rata-rata keuntungan yang didapat oleh petani antara Rp 2725 per kilogram sampai dengan Rp .5391,67 ,-, pedagang pengumpul Rp 1183,33 , pedagang besar Rp 4 593,75 , pedagang eksportir Rp 4125 dan ke regional Rp 2593,75,-
 5. Marjin pemasaran yang terjadi pada petani dan petani& pemborong Rp 1500 dan Rp 2 500,- pada pedagang pengumpul sebesar Rp 3000, pedagang besar sebesar Rp 4 .000 dan pedagang ekportir sebesar Rp 5000. berarti rata-rata marjin pemasaran pada berbagai tingkat lembaga pemasaran adalah Rp 3.200,-
 6. *Farmer's share* yang diterima pada berbagai tingkat lembaga pemasaran yaitu bagi petani sebesar 62,5 %, petani sekaligus pemborong sebesar 50,00 % pedagang pengumpul sebesar 57,14 % pedandang besar yaitu 60 % dan pedagang eksportir sebesar 50 % pedagang regional 66,67% .Bearti *farmer's share* yang paling besar diterima pada tingkat lembaga pedagang besar dan yang terkecil adalah petani

B. Saran

Dari hasil penelitian ini setelah diperoleh kesimpulan berfokus pada tujuan penelitian maka disarankan sebagai berikut:

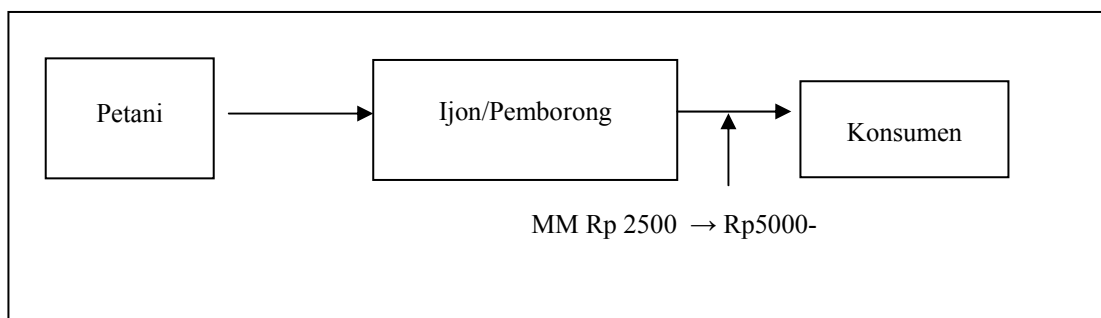
1. Sebaiknya petani menjual duku langsung kepada konsumen sehingga memperpendek rantai pemasaran
2. Sebaiknya pemerintah mengeluarkan PERDA serta memberikan fasilitas dengan menurunkan biaya angkut buah duku dari sentra langsung ke luar daerah propinsi.
3. Mengajukan kepada petani duku untuk memperdayakan kelompok tani yang bersifat *corporate farm* sehingga memudahkan petani untuk mendapatkan teknologi dan dibantu dalam hal pemasaran produksi buah duku.
4. untuk mengefisienkan serta meningkatkan value added bagi pendapatan para petani duku dg cara memperdayakan koperasi (KUD) yang menjadikan *corporate farmer* sebagai mitra sehingga memudahkan petani untuk mendapatkan modal, meningkatkan ketrampilan dan penguasaan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

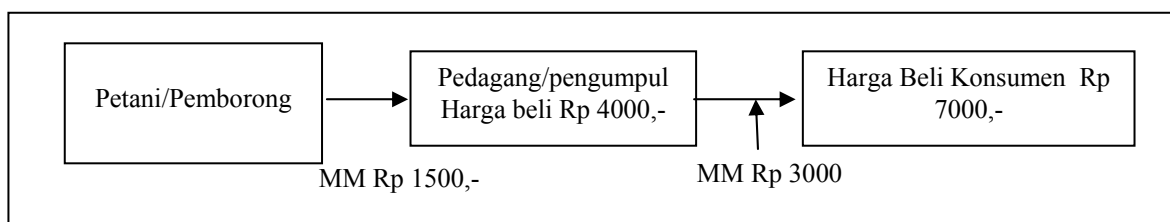
- Bila,R. 1992. Teori Ekonomi Mikro. Renika Cipta. Jakarta.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Propinsi Sumatera Selatan. 2005. Laporan Identifikasi Sentra Produksi Buah-Buahan Unggulan. Dinas Pertanian Tanaman Pangan Propinsi Sumatera Selatan, Palembang.
- Dinas Pertanian Ogan Komering Ilir. 2007. Pertanian Ogan Komering Ilir dalam Angka Tahun 2006. Dinas Pertanian Kabupaten Ogan Komering Ilir, Kayuagung.
- F.Rahadi H.I, Haryonoo. 1998. Agribisnis Tanaman Buah. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Handerson, J.M. and E.R. Quant. 1980. Micro Economics Theory A. Mathematical Apperance Third Edition. Mc. Grand Hill Book Company. New York.
- Kartasaputra. A. 2002. Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian. Bina Aksara. Jakarta.
- Limbong dan Sitorus. 1992. Pengantar Tataniaga Pertanian. IPB. Bogor
- Mochar, D. 2001. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara. Jakarta.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta
- Nasuhim S. 2007. Manajemen Pemasaran (diktat tidak dipublikasikan) PPS Universitas Sriwijaya. Palembang.

- Soeharjo dan Potong. 1973. Sendi-sendi Pokok Usahatani. IPB. Bogor.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil –hasil Pertanian. Rajawali Press. Jakarta.
- Soekartawi. 1997. Ekonmi Produksi Pertanian. Rajawali. Press. Jakarta
- Soedarsono. 1995. Pengantar Ekonomi Mikro. LP3ES. Jakarta
- Sumadi, M. 1982. Kemiskinan dan Kebutuhan Hidup. CV. Rajawali Press. Jakarta.
- Suryana. 2004. Thesis. PPS Universitas Sriwijaya (tidak dipublikasikan) Palembang.
- Triatna. 2003. Thesis. PPS Universitas Sriwijaya. (tidak dipublikasikan) Palembang

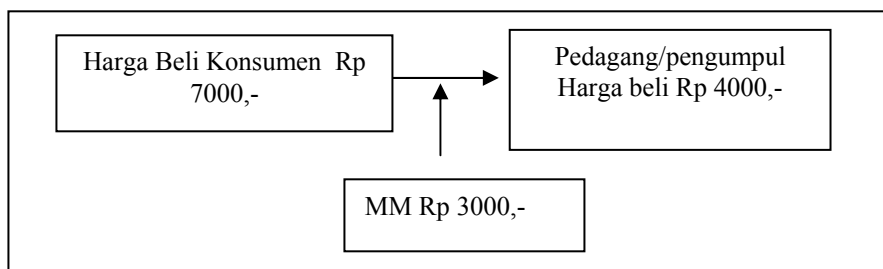
1. Saluran Pemasaran I (sistem ijon)



2. Saluran Pemasaran II



3. Saluran Pemasaran III



Lampiran 2. Menunjukkan margin terbesar dimiliki pedagang regional yaitu sejumlah 66,67 %.

No	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp)	Harga jual (Rp)	Marjin Pemasaran (Rp)	Farmer's share (%)
1	Petani	2 500	4 000	1 500	62.5
2	Petani & pemborong	2 500	5 000	2 500	50
3	Pedagang pengumpul	4 000	7 000	3 000	57,14
4	Pedagang besar	6 000	10 000	4 000	60
5	Pedagang Ekspor	10 000	20 000	10 000	50
6	Pedagang Regional	10 000	15 000	5 000	66,67

Lampiran 3 Sebaran Marjin Pemasaran Duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2007/2008

No	Rincian/Keterangan	Absolut(Rp/kg)	PI thd HJ (%)	P.I (Indeks laba thd cost) %
1	Harga petani Biaya-biaya: a. Biaya panjat b. Sortir pecah c. Resiko busuk d. Total biaya e. Keuntungan	2000 187,5 62,5 1000 1250 750	0,6	0,38
2	Petani dan Pemborong Biaya-biaya: a. Harga jual b. Biaya angkut ke jalan besar c. Sortir pecah d. Angkut ke pasar induk e. Resiko busuk f. Total biaya g. Harga beli h. Keuntungan	5000 25 125 125 1333,33 1608,33 2000 1391,67	0,28	0,86
3	Pedagang Pengumpul Biaya-biaya: a. Biaya angkut ke jalan raya b. Sortir mutu c. Resiko busuk d. Harga beli e. Harga jual f. Keuntungan g. Marjin pemasaran(mm)	25 125 1666,67 2500 5000 683,33	0,14	0,16
4	Pedagang besar Biaya-biaya: a. Harga jual b. upah buat peti c. biaya angkut d. packing mutu e. resiko busuk f. harga beli dari pedagang g. Total biaya h. Keuntungan	10000 218,75 62,5 125 1000 6000 7406,25 2593,75	0,26	0,35
5	Pedagang Eksportir Biaya-biaya: a. harga jual b. bea cukai c. angkut cargo d. resiko busuk e. total biaya f. harga pokok g. keuntungan h. harga beli	20000 2000 5000 1875 15875 15875 11125 7000	0,57	0,70

Sumber; Data yang diolah 2007/2008

Lampiran 4. Marjin pemasaran lembaga-lembaga pemasarn buah duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir

(OKI) tahun 2007/2008

No	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp)	Harga jual (Rp)	Marjin Pemasaran (Rp)	% dari harga beli (%)
1	Pedagang pengumpul	2 500	4 000	1 500	60,00
2	Pedagang besar	6 000	10 000	4 000	66,67
3	Pedagang eksportir	7 000	20 000	13 000	185,71
4	Pedagang Importir	20 000	25 000	5 000	25,00

Lampiran 5. Saluran Pemasaran III



Lampiran 6. Saluran Pemasaran V (Eksportir)

