



Analisis Saluran Pemasaran Buah Duku Di Desa Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir

Analysis Of Duku Fruit Marketing Channel In Selensen Village, Kemuning District, Indragiri Hilir Regency

Siti Amina

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Indonesia

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran buah duku, dan besar margin pemasaran buah duku di Desa Selensen Kecamatan Kemuning Indragiri Hilir. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah 25 petani buah duku, 2 pedagang pengumpul, dan 3 pedagang pengecer. Sehingga seluruh populasi yang ada dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan rumus $M = H_p - H_b$ untuk menghitung margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua pola saluran pemasaran buah duku di Desa Selensen Kecamatan Kemuning yaitu saluran pemasaran I : Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir dan saluran pemasaran II : Petani – Konsumen Akhir. Untuk besar margin pemasaran tertinggi diperoleh oleh petani pada pola pemasaran II dengan margin pemasaran Rp. 11.700/Kg, sedangkan margin pemasaran yang terkecil diperoleh oleh pedagang pengecer dengan nilai Rp. 2.900/Kg.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran; Margin Pemasaran.

Abstract

The purpose of this study was to determine the duku fruit marketing channel, and the marketing margin of duku fruit in Selensen Village, Kemuning District, Indragiri Hilir. In this study, the population consisted of 25 duku farmers, 2 collectors, and 3 traders. So that the entire population is used as a sample in this study. This research was conducted in Selensen Village, Kemuning District, Indragiri Hilir Regency. The data used in this study are primary data and secondary data. The data analysis technique used is the formula $M = H_p - H_b$ to calculate marketing margins. The results showed that there were two marketing channel patterns for duku fruit in Selensen Village, Kemuning District, namely marketing channel I: Farmers - Collectors - Retailers - Final Consumers and marketing channel II: Farmers - Final Consumers. For the highest marketing margin obtained by farmers in marketing pattern II with a marketing margin of Rp. 11,700/Kg, while the smallest marketing margin is obtained by traders with a value of Rp. 2,900/Kg.

Keywords: Marketing Channels; Marketing Margins.

How to Cite: Amina, S. (2023). Analisis Saluran Pemasaran Buah Duku Di Desa Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 5 (2): 99-108



PENDAHULUAN

Buah Duku (*Lansium Domesticum*) merupakan salah satu tanaman buah tropis yang sangat terkenal dan digemari masyarakat ketika musim panen. Tanaman ini berpotensi besar untuk dikembangkan di beberapa daerah di Indonesia sebagai tanaman kebun buah-buahan yang dapat menjadi sumber tambahan untuk meningkatkan pendapatan keluarga masyarakat. Oleh karena itu buah duku menjadi salah satu komoditi unggulan di Kabupaten Indragiri Hilir khususnya di Kecamatan Kemuning.

Kabupaten Indragiri Hilir merupakan salah satu Kabupaten yang menghasilkan produksi buah duku, berikut ini adalah data produksi buah duku di Kabupaten Indragiri Hilir pada tahun 2017-2021 sebagai berikut:

Tabel 1. Produksi Buah Duku di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2017-2021

<i>Tahun</i>	<i>Produksi (Ton)</i>
2017	638,00
2018	1.261,60
2019	1.863,90
2020	4.740,30
2021	931,10

Sumber : Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Angka 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa produksi buah buku di Kabupaten Indragiri Hilir pada tahun 2017 dengan jumlah produksi 638,00 ton, tahun 2018 dengan jumlah produksi 1.261,60 ton, tahun 2019 dengan jumlah produksi 1.863,90 ton, tahun 2020 dengan jumlah produksi 4.740,30 ton, dan tahun 2021 dengan jumlah produksi 931,10 ton. Tahun 2020 merupakan tahun dengan jumlah produksi tertinggi dibandingkan dengan tahun-tahun lainnya.

Kecamatan Kemuning adalah salah satu Kecamatan yang terdapat di Kabupaten Indragiri Hilir, yang merupakan salah satu kecamatan penghasil buah duku, berikut ini adalah data produksi buah duku berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Indragiri tahun 2020 dan 2021 sebagai berikut:

METODE PENELITIAN

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa Kecamatan Kemuning pada tahun 2020 dengan produksi buah duku sebesar 3.280,5 ton, dan pada tahun 2021 dengan produksi buah duku sebesar 399,8 ton, menunjukkan adanya penurunan produksi buah duku di Kecamatan Kemuning dari tahun 2020 ke tahun 2021.

Desa Selensen merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Kemuning, di Desa Selensen berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan terdapat beberapa produsen/petani duku, buah duku yang dihasilkan oleh petani di Desa selensen biasanya di panen 1 tahun sekali saja, dan biasanya ketika panen sudah ada pedagang pengumpul yang membeli hasil panen buah duku tersebut. Karena kurangnya kapasitas petani untuk memasarkan langsung buah duku tersebut ke konsumen, sehingga diperlukan lembaga perantara yaitu pedagang pengumpul/pemborong yang selanjutnya akan memasarkan buah duku tersebut kepada pedagang pengecer yang berada disekitar lokasi Kecamatan Kemuning.

Berikut ini digambarkan dalam sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:

Tabel 2. Data Produksi Buah Duku Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2020-2021 (Ton)

<i>Kecamatan</i>	<i>Tahun</i>	
	2020	2021
<i>Keritang</i>	1.450,8	527,2
<i>Kemuning</i>	3.280,5	399,8
<i>Reteh</i>	-	-
<i>Sungai Batang</i>	2,8	0,9
<i>Enok</i>	-	-
<i>Tanah Merah</i>	-	-
<i>Kuala Indragiri</i>	-	-
<i>Concong</i>	-	-
<i>Tembilahan</i>	-	-
<i>Tembilahan Hulu</i>	-	-
<i>Tempuling</i>	-	-
<i>Kempas</i>	-	1,2
<i>Batang Tuaka</i>	-	-
<i>Gaung Anak Serka</i>	5,8	1,6
<i>Gaung</i>	-	-
<i>Mandah</i>	0,4	0,4
<i>Kateman</i>	-	-
<i>Pelangiran</i>	-	-
<i>Teluk Belengkong</i>	-	-
<i>Pulau Burung</i>	-	-
<i>Indragiri Hilir</i>	4.740,3	931,1

Sumber: Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Angka 2023 (Data Diolah)

Saluran pemasaran yang efektif akan sangat dibutuhkan dalam pemasaran buah duku, karena pencapaian tujuan yang tepat dalam pemasaran merupakan bagian dari efisiensi pemasaran buah duku. Lembaga perantara merupakan lembaga yang berdiri sendiri, berada diantara produsen dan konsumen atau pengguna akhir, mereka memberikan pelayanan dalam hubungannya dengan pembelian dan atau penjualan barang dari produsen sampai ke konsumen akhir.

Jauh dekatnya jarak dari produsen ke konsumen akan mempengaruhi besaran biaya pemasaran. Semakin jauh jarak antara produsen dengan konsumen memungkinkan timbulnya resiko yang harus ditangani yang akan menyebabkan besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga yang ikut serta dalam memasarkan barang tersebut (Harahap et al., 2021; Prastiwi et al., 2020). Dalam hal ini lembaga perantara sangat dibutuhkan untuk menyampaikan produk yang dihasilkan produsen agar sampai ke tangan konsumen. Selanjutnya margin pemasaran dari masing-masing tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran buah duku diharapkan menguntungkan. Besaran margin pemasaran sangat dipengaruhi oleh biaya pemasaran itu sendiri.

Menurut (Maryanti., 2009), *Lansium domesticum* atau biasa disebut dengan duku termasuk dalam famili *Meliaceae* dan merupakan tanaman berupa pohon tinggi yang tegak dan menahun. Tinggi pohonnya dapat mencapai 20 m dengan diameter 35-40 cm. batangnya beralur-alur dalam dan menjulur tinggi. Kulit batangnya berwarna coklat kehijauan atau keabu-abuan, pecah-pecah, dan bergetah putih. Kulit batangnya tipis dan sukar dilepaskan dari batangnya.

Menurut (Maryanti., 2009), daun duku merupakan daun majemuk ganjil tersusun berselang-seling. Setiap rangkaian daunnya terdiri atas 5-7 helai anak daun yang berbentuk

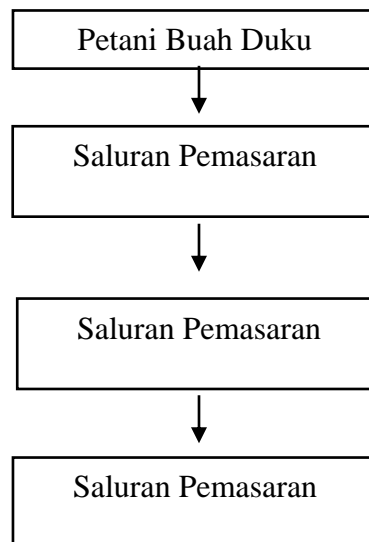
elips panjang, berpinggir rata, pangkal asimetrik dan ujungnya meruncing. Kedua permukaan daun duku berwarna hijau tua atau agak kekuningan. Bunganya merupakan bunga majemuk tandan. Bentuk bunganya seperti mangkuk dan merupakan bunga banci (terdapat putik dan benang sari dalam 1 bunga). Kelopak bunga tebal dan berjumlah 5 helai. Mahkota bunganya terdiri dari 4-5 helai dan tebal. Bakal buahnya terdiri dari 4-5 ruang. Menurut (Maryanti., 2009), klasifikasi tanaman duku adalah sebagai berikut :

Kerajaan : Plantae
Divisi : Magnoliophyta
Kelas : Magnoliopsida
Bangsa : Sapindales
Suku : Meliaceae
Marga : Lansium
Jenis : Lansium domesticum

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran dan besar margin pemasaran buah duku di Desa Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir

METODE PENELITIAN

Sebuah sistem pemasaran yang baik akan tercerminkan oleh pembagian margin pemasaran yang proporsional bagi pelaku pemasaran. Hal ini terjadi jika arus informasi harga atau lembaga pemasaran berjalan dengan lancar sehingga setiap pelaksana pemasaran segera dapat menyesuaikan diri dengan harga yang terjadi di masa kini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga ada beberapa saluran pemasaran buah duku di Desa Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.
2. Diduga margin pemasaran buah duku di Desa Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir ditingkat petani lebih besar dibandingkan Lembaga pemasaran lainnya.

Adapun lokasi dalam penelitian ini dilakukan di sebuah Desa yaitu Desa Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir yang merupakan salah satu Desa penghasil buah duku. Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan, yaitu pada bulan Mei 2023.

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani buah duku yang ada di Desa Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir, berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan, di Desa Selensen terdapat 25 petani buah duku, 2 pedagang pengumpul, dan 3 pedagang pengecer.

Menurut (Ariwibowo, 2013), apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semuanya. Namun, apabila populasi penelitian berjumlah lebih dari 100 maka sampel dapat diambil antara 10 %-15% atau lebih. Sehingga jumlah sampel yang diambil dari keseluruhan yaitu sebanyak 30 orang, yang terdiri dari 25 petani buah duku, 2 pedagang pengumpul dan 3 pedagang pengecer.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden serta pengamatan secara langsung. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik, Indragiri Hilir Dalam Angka 2022 yang terkait dengan penelitian ini, serta literatur atau media lainnya yang mendukung penelitian ini.

Pengumpulan data menggunakan beberapa metode yaitu:

1. Angket, yaitu penyebaran angket kepada narasumber menyangkut tentang identitas petani buah duku, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer yang ada di Desa Selensen.
2. Wawancara, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mewawancarai langsung petani buah duku yang melakukan budidaya tanaman buah duku, aktivitas pedagang pengumpul, dan aktivitas pedagang pengecer di Desa Selensen Kecamatan Kemuning
3. Observasi, yaitu melakukan pengamatan atau peninjauan langsung ke lokasi petani buah duku, melihat langsung bagaimana proses panen buah duku hingga ke proses pemasaran buah duku, dan meninjau langsung bagaimana proses penjualan atau distribusi buah duku dari pedagang pengumpul kepada pedagang pengecer, dan bagaimana proses penjualan dari pedagang pengecer sampai ke konsumen akhir.

Data yang diperoleh dianalisa secara deskriptif dengan menggunakan rumus margin pemasaran, untuk mengetahui besarnya margin pemasaran. Besarnya margin pemasaran yang diperoleh dihitung dengan menggunakan rumus (Sudiyono, 2004) sebagai berikut:

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran Buah Duku

Hp = Harga Jual Pada Produsen (Rp/Kg)

Hb = Harga Beli di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam penafsiran dalam penelitian ini, maka dibuat definisi dan batasan operasional sebagai berikut:

1. Defenisi

1. Buah duku buah tropis yang hanya dapat di panen hanya satu kali dalam setahun dan merupakan salah satu buah yang digemari dikalangan masyarakat ketika musim panen berlangsung.
2. Pemasaran adalah lembaga yang menyelenggarakan kegiatan pasar menyalurkan komoditi buah duku mulai dari produsen sampai ke konsumen.
3. Saluran pemasaran adalah suatu struktur yang menggunakan alternatif saluran yang dipilih dan menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai perusahaan.
4. Marjin pemasaran adalah merupakan tingkat perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dengan harga yang dibayar oleh pembeli akhir.
5. Pedagang pengumpul yaitu pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari petani produsen dan kemudian memasarkannya kembali dalam partai besar kepada orang lain.
6. Pendaang pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung kepemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan ecer.

2. Batasan Operasional

1. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.
2. Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 orang, terdiri dari 25 petani buah duku, 2 pedagang pengumpul, dan 3 pedagang pengecer.
3. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis saluran pemasaran buah duku.

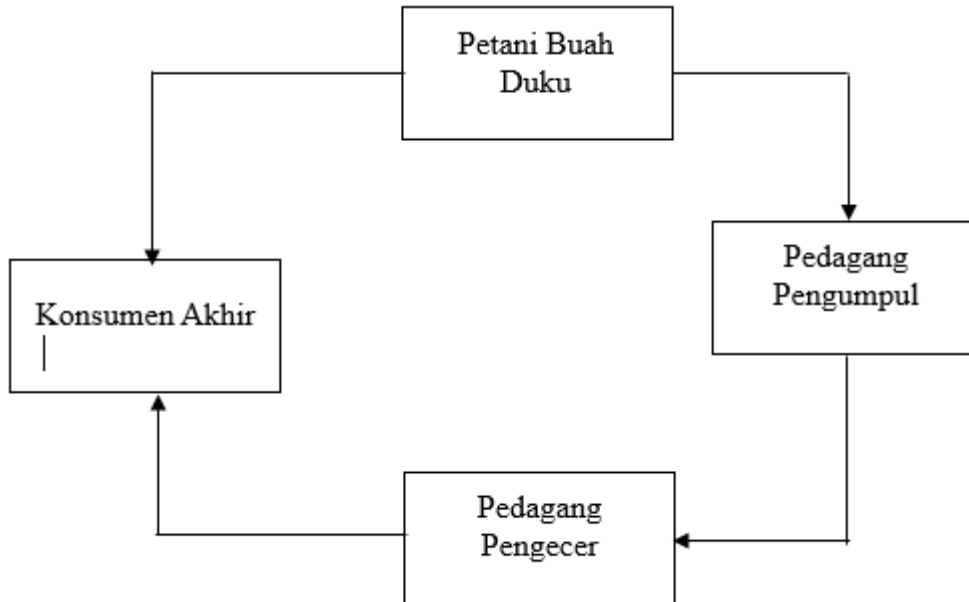
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Saluran Pemasaran Buah Duku

Saluran pemasaran merupakan rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh beberapa lembaga pemasaran, dalam penelitian ini yaitu lembaga pemasaran buah duku di Desa Selensen Kecamatan Kemuning dari lembaga penyaluran buah duku dari petani hingga sampai kepada konsumen akhir. Aktivitas saluran pemasaran buah duku tentunya memerlukan peranan-peranan dari masing-masing lembaga pemasaran, dimana pola saluran pemasaran buah duku melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan yang terakhir adalah konsumen akhir. Adapun pola saluran pemasaran buah duku di Desa Selensen Kecamatan Kemuning adalah sebagai berikut:

1. Pola Pemasaran I : Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir
2. Pola Pemasaran II : Petani – Konsumen Akhir

Adapun skema pola saluran pemasaran buah duku di Desa Selensen Kecamatan Kemuning dapat dilihat pada gambar 4.



Saluran Pemasaran I

Gambar 2. Skema Saluran Pemasaran Buah Duku

1. Pola Saluran Pemasaran I

Pada pola saluran pemasaran I, menunjukkan pola saluran pemasaran dimana petani buah duku menggunakan satu lembaga pemasaran yaitu petani menjual buah duku langsung ke pedagang pengumpul, seluruh hasil panen buah duku milik petani dibeli secara keseluruhan oleh pedagang pengumpul ini.

Petani buah duku menjual hasil panen buah dukunya kepada pedagang pengumpul dengan harga Rp. 10.000/Kg dan menyediakan karung goni yang disediakan oleh petani dengan biaya per karungnya Rp. 2.000 dengan ukuran akrung 10 Kg. Alasan petani langsung menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul yaitu untuk mendapatkan pendapatan pasti tanpa menghadapi resiko. Pedagang pengumpul langsung datang ke lokasi kebun buah duku petani dengan menggunakan transportasi miliknya, setelah itu pedagang pengumpul akan memasarkan buah duku tersebut kepada pedagang-pedagang pengecer yang berada di seputaran kecamatan bahkan keluar daerah lain. Pedagang pengumpul biasanya menjual duku ke pedagang pengecer dengan harga Rp. 15.000/Kg. Selanjutnya pedagang pengecer menjual buah duku langsung kepada ke konsumen akhir dengan harga Rp. 18.000/Kg, disini pedagang pengecer hanya menyediakan plastik untuk mengemas buah duku yang dibeli konsumen, biasanya pedagang pengecer menjual buah duku di pasar, di pinggir jalan besar setiap harinya pada musim panen duku berlangsung.

2. Pola Saluran Pemasaran II

Pada pola saluran pemasaran II, petani langsung menjual hasil panen buah duku langsung kepada konsumen akhir, biasanya petani yang melakukan penjualan ke konsumen akhir adalah petani yang hasil panennya relatif sedikit dan sudah memiliki pelanggan tetap yang selalu membeli buah duku miliknya pada saat musim panen berlangsung, petani buah duku menjualnya ke konsumen yaitu dengan harga Rp.

13.000/Kg. biasanya petani buah duku berjualan langsung didepan rumahnya, karena lokasi rumahnya yang strategis memungkinkan petani buah duku memperoleh pelanggan lain yang sedang melintasi jalan rumahnya tersebut. Disini petani biasanya mengeluarkan biaya berupa biaya kemasan yaitu plastik untuk wadah buah duku yang dibeli oleh konsumen.

Selanjutnya untuk mengetahui distribusi jumlah petani buah duku di Desa Selensen Kecamatan Kemuning yang menggunakan pola saluran pemasaran I dan pola saluran pemasaran II dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7. Distribusi Pola Saluran Pemasaran Petani Buah Duku

Petani Buah Duku	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Saluran Pemasaran I	11	44
Saluran Pemasaran II	14	56
Total	25	100

Sumber: Data Primer (Tahun 2023)

Dari tabel 7, dapat diketahui dari seluruh responden yang berstatus seagai petani buah duku berjumlah 25 petani, diketahui pola saluran pemasaran yang digunakan yaitu untuk saluran pemasaran I berjumlah 11 petani dengan presentase sebesar 44%, sedangkan untuk saluran pemasaran II berjumlah 14 orang dengan presentase sebesar 56%. Hal ini menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran II lebih banyak digunakan dibandingkan dengan pola saluran pemasaran I di Desa Selensen Kecamatan Kemuning.

Analisis Marjin Pemasaran Buah Duku

Adapun komponen-komponen biaya, distribusi marjin pemasaran pada pola saluran pemasaran I dan pola pemasaran II yaitu dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8. Analisis Marjin Pemasaran Buah Duku

Pola Saluran Pemasaran	Biaya/Kg (Rp)	Harga Beli/Kg (Rp)	Harga Jual/Kg (Rp)	Marjin Pemasaran (Rp)
Saluran Pemasaran I				
Petani				
Biaya Panjat (Rp)	1000			
Total Biaya (Rp)	1000	-	10000	9000
Pedagang Pengumpul				
Biaya Transportasi (Rp)	67			
Biaya Karung (Rp)	100			
Biaya Distribusi ke Pengecer (Rp)	167			
Total Biaya (Rp)	334	10000	15000	4666
Pedagang Pengecer				
Biaya Plastik	100			
Total Biaya (Rp)	100	15000	18000	2900
Saluran Pemasaran II				
Petani – Konsumen				
Biaya Plastik	200			
Biaya Karung	100			
Biaya Panjat	1000			
Total Biaya (Rp)	1400	-	13000	11700

Sumber : Data Primer Diolah (Tahun 2023)

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui bahwa terdapat dua pola saluran pemasaran buah duku yaitu petani menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul dengan

margin pemasaran yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 9.000/Kg, sedangkan pedagang pengumpul memperoleh nilai margin pemasaran sebesar Rp. 4.666/Kg dari penjualan hasil buah duku yang dibeli ke petani dan dijual kembali kepada pedagang pengecer. Selanjutnya margin pemasaran yang diperoleh oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 2.900/Kg dari hasil penjualan buah duku yang dibeli dari pedagang pengumpul kemudian dijual langsung kepada konsumen akhir yang membeli buah duku. Dari hasil analisis ini dapat diketahui bahwa margin pemasaran terbesar pada saluran pemasaran I yaitu adalah petani buah duku. Hal ini disebabkan petani buah duku hanya mengeluarkan biaya untuk upah ongkos panjat saja, dan dapat menjual seluruh hasil panen langsung kepada pedagang pengumpul.

Selanjutnya analisis margin pemasaran pada pola pemasaran II, dimana petani duku menjual langsung buah duku kepada konsumen akhir, dengan menjualnya di depan halaman rumah mengeluarkan biaya total rata-rata untuk pemasaran buah duku yaitu sebesar Rp. 1.400/Kg, dan menjual langsung kepada konsumen akhir sebesar Rp. 13.000/Kg, sehingga diperoleh nilai besaran margin pemasaran yang diterima oleh petani adalah sebesar Rp. 11.700.

Kesimpulannya adalah besaran margin yang diterima terbesar adalah berada pada saluran pemasaran II dimana diperoleh nilai margin pemasaran terbesar kepada petani buah duku.

Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat 2 pola saluran pemasaran buah duku di Desa Selensen Kecamatan Kemuning yaitu saluran pemasaran I petani-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen akhir dan saluran pemasaran II petani-konsumen akhir, dan dapat diketahui besaran nilai margin pemasaran tertinggi dari pemasaran buah duku yaitu diperoleh petani pada pola pemasaran II. Dimana petani memperoleh margin pemasaran sebesar Rp. 11.700/Kg, sedangkan petani pada pola saluran pemasaran I mendapatkan margin sebesar Rp. 9.000/Kg, pedagang pengumpul memperoleh margin sebesar Rp. 4.666/Kg dan pedagang pengecer memperoleh margin pemasaran terkecil sebesar Rp. 2.900/Kg.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Eman Badruzaman dkk (2017), melakukan penelitian dengan judul "Analisis Saluran Pemasaran Buah Duku (Studi Kasus di Desa Karanganyar Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis)". Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran buah duku: (1) Petani Buah Duku – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen, (2) Petani Buah Duku – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen, (3) Petani Buah Duku – Pedagang Pengumpul – Broker – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen. Adapun total margin, biaya dan keuntungan pemasaran buah duku adalah sebagai berikut: (1) Total margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 3.700 per kilogram, pada saluran 2 sebesar Rp. 4.000 per kilogram, pada saluran pemasaran 3 sebesar Rp. 4.400 per kilogram.

Selanjutnya penelitian lain yang dilakukan oleh Erlina Rufaidah dkk (2008), melakukan penelitian dengan judul: "Analisis Pemasaran Buah Duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) Sumatera Selatan". Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani buah duku terdapat 6 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). Margin pemasaran yang terjadi pada petani dan petani dan pemborong Rp. 1.500 dan Rp. 2.500 pada pedagang pengumpul sebesar Rp. 3.000, pedagang besar sebesar Rp. 4.000 dan pedagang eksportir sebesar Rp. 5.000 berarti rata-rata margin pemasaran pada berbagai tingkat lembaga pemasaran adalah Rp. 3.200.

SIMPULAN

Terdapat dua pola saluran pemasaran buah duku di Desa Selensen Kecamatan Kemuning yaitu saluran pemasaran I : Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir, dan saluran pemasaran II : Petani – Konsumen Akhir. Besar margin pemasaran tertinggi diperoleh oleh petani pada pola pemasaran II dengan margin pemasaran Rp. 11.700/kg, sedangkan margin pemasaran yang terkecil diperoleh oleh pedagang pengecer dengan nilai Rp. 2.900/Kg.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariwibowo, A. (2013). Analisis rantai distribusi komoditas padi dan beras di Kecamatan Pati Kabupaten Pati. *Economics Development Analysis Journal*, 2-2.
- Angipora. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Eman Badruzaman dkk. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Buah Duku (Studi Kasus di Desa Karanganyar Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis. *Jurnal Unigal*. Vol. 3. No. 3.
- Erlina Rufaidah dkk. 2008. Analisis Pemasaran Buah Duku di Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) Sumatera Selatan. *Jurnal Agribisnis dan Industri Pertanian*. Vol 7. No. 1.
- Indragiri Hilir Dalam Angka 2023
- Kim dan Soungun. 2015. An Analysis on the Production Cost and Marketing Margin of Food. Tofu and Kimchi. *Korean Journal of Agricultural Science*. Vol 42. No. 3.
- Kotler, 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta : Indeks Kelompok Gramedia.
- Maryanti. (2009). Kandungan Kimia dan Bioaktivitas Tanaman Duku. *Unpad. Press*.
- Rahayu, E. (2009). Mereposisi Peran Pemasaran Pertanian dalam Revitalisasi Pertanian. Universitas Negeri Surakarta.
- Saladin, 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Penerbit Linda Karya Bandung.
- Sri Ratna Komala dkk. 2007. Analisis Usahatani Duku dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Petani di Kabupaten Ogan Komering Ilir. *Jurnal Agribisnis dan Industri Pertanian*. Vol 6. No. 2.
- Sudiyono. (2004). *Pemasaran Pertanian*. *UMM Press Malang*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Swastha Irawan, 2005. *Asas-Asas Marketing*. Liberty. Yogyakarta.