



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 2990-3005

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Pendapatan dan Pemasaran Jambu Kristal (*Psidium Guajava* L.) Di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan

Muhammad Suhal Aslam^{1✉}, Ine Fausayana², Yusran³

Universitas Halu Oleo Kendari

Email: aslamsuhal24@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Kristal guava unik karena tekstur renyah buahnya dan ukurannya yang lebih besar dibandingkan dengan guava lainnya, sehingga memiliki nilai jual yang cukup tinggi dan potensi besar. Salah satu lokasi budidaya kristal guava berada di desa Alebo. Banyak petani di Desa Alebo telah mulai menanam kristal guava sehingga para peneliti tertarik untuk mengetahui pendapatan dan saluran pemasaran mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pendapatan pertanian, saluran, margin, keuntungan pemasaran, dan efisiensi saluran pemasaran untuk kristal guava di Desa Alebo, Kecamatan Konda, Kabupaten Konawe Selatan. Penelitian ini dilakukan dari September 2022 hingga Maret 2023. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk saluran pemasaran dan analisis kuantitatif untuk pendapatan pertanian, margin, dan efisiensi pemasaran. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 24 responden dan menggunakan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan pertanian kristal guava adalah Rp 4.170.543/bulan dan R/C Ratio adalah 4,0. Saluran pemasaran untuk kristal guava terdiri dari 2 saluran, margin pada saluran pemasaran 1 adalah Rp 10.000/kg, sedangkan margin pada saluran pemasaran 2 adalah Rp 7.000/kg dan Rp 8.000/kg masing-masing. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua saluran pemasaran untuk kristal guava efisien dengan rata-rata bagian petani dalam pemasaran kristal guava di saluran pemasaran I adalah 60% dan saluran pemasaran II adalah 68% dan 74%. Diharapkan hasil ini menjadi pertimbangan bagi petani untuk melakukan pemetikan sendiri dan mengelompokkannya sebelum dijual untuk menjaga kualitas dan meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: *Efisiensi Pemasaran, Margin, Analisis Pendapatan dan Pemasaran Kristal Guava*

Abstract

Crystal guava is unique because of the crunchy texture of the fruit and its larger size compared to other guavas, so it has quite high selling value and great potential. One of the crystal guava cultivation locations is in Alebo village. Many farmers in Alebo Village have started planting crystal guava so researchers are interested in knowing their income and marketing channels. The research aims to determine farming income, channels, margins, marketing profits and efficiency of marketing channels for crystal guava in Alebo Village, Konda District, South Konawe Regency. This research was conducted from September 2022 to March 2023. This research uses qualitative descriptive analysis for marketing channels and quantitative analysis for farming income, margins and marketing efficiency. The sample in this study consisted of 24 respondents and used a purposive sampling method. The research results show that the average crystal guava farming income is IDR 4,170,543/month and the R/C Ratio is 4.0. The marketing channel for crystal guava consists of 2 channels, the margin on marketing channel 1 is IDR 10,000/kg, while the margin on marketing channel 2 is IDR 7,000/kg and IDR 8,000/kg respectively. The results of the analysis show that both marketing channels for crystal guava are efficient with the average share of farmers in marketing crystal guava in marketing channel I being 60% and marketing channel II being 68% and 74%. It is hoped that these results will be a consideration for farmers to harvest themselves and sort them before selling in order to maintain quality and increase income.

Keywords: Efficiency Marketing, Margins, Revenue and Marketing Analysis of Crystal Guava

PENDAHULUAN

Pengembangan sub sektor hortikultura di Indonesia telah tertuang jelas dalam sasaran strategis yang ditetapkan oleh Kementerian Pertanian Indonesia 2020-2024, beberapa sasaran strategi tersebut adalah meningkatnya ketersediaan pangan strategis dalam negeri, Meningkatnya daya saing komoditas pertanian nasional, Terjaminnya keamanan dan mutu pangan strategis nasional, Termanfaatkannya inovasi dan teknologi pertanian, Tersedianya prasarana dan sarana pertanian yang sesuai kebutuhan, Terkendalinya penyebaran OPT dan DPI pada tanaman serta penyakit pada hewan, Meningkatnya kualitas sumber daya manusia dan kelembagaan pertanian nasional dan terselenggaranya birokrasi kementerian pertanian yang efektif, efisien dan berorientasi pada layanan prima dan terkelolanya anggaran kementerian pertanian yang akuntabel dan berkualitas (Hortikultura, 2020).

Data produksi buah jambu biji Indonesia menurut BPS (2020) semakin meningkat tiap tahun, produksi buah jambu biji di Indonesia pada tahun 2017 sebesar 200.487 ton, Tahun 2018 sebesar 230.697 ton, Tahun 2019 sebesar 239.407 ton dan Tahun 2020 sebesar 396.268 ton. Data tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pembangunan kawasan jambu biji semakin diperluas. Data produksi jambu biji di Sulawesi Tenggara juga mengalami kenaikan

dari tahun ke tahun. Tahun 2017 sebesar 875 ton, tahun 2018 sebesar 1.252 ton, Tahun 2019 sebesar 1.525 ton dan tahun 2020 sebesar 2.369 ton (BPS Sultra, 2020), sehingga jambu biji menjadi komoditi yang perlu diperhatikan dan dikembangkan oleh pemerintah setempat.

Jambu kristal (*Psidium guajava* L.) merupakan varietas atau jenis lain dari buah jambu biji yang sudah lama ada di Indonesia. Buah ini merupakan mutasi dari jambu Muangthai Pak yang ditemukan pada 1991 di District Kao Shiung, Taiwan, dan diperkenalkan di Indonesia oleh Misi Teknik Taiwan (Hortikultura, 2015). Jambu kristal adalah jenis hortikultura yang masuk komoditas buah-buahan dan tumbuh optimal di daerah tropis pada ketinggian 5-1200 mdpl, hidup pada jenis tanah yang bertekstur gembur dan subur dan harus memperoleh pancaran sinar matahari secara maksimal karena dapat berpengaruh pada produktivitas (Adji & Sen, 2023). Jambu biji tersebut disebut Kristal karena warna daging buahnya putih agak bening dengan bentuk buah agak berlekuk-lekuk bulat tidak sempurna menyerupai bentuk kristal (Romalasari et al., 2017).

Keberhasilan pengembangan suatu komoditas ditentukan dari tingkat pendapatan dan tingkat efisiensi usahatani komoditas tersebut. Komoditas yang dikembangkan dalam hal ini jambu kristal harus dapat memberikan keuntungan dan dapat berkembang dengan mempertimbangkan faktor eskternalitas, Dengan kata lain petani akan menanam dan mengembangkan usahatani jambu kristal secara tingkat pendapatan menguntungkan (Firmansah et al., 2019).

Kinerja pemasaran merupakan suatu parameter untuk menilai berhasil tidaknya suatu usaha, karena tujuan akhir dari proses produksi ialah penjualan dengan harapan mendapatkan keuntungan. Proses pemasaran memerlukan pihak lain yang disebut lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran diperlukan dalam proses pemasaran yang dimana peranan lembaga pemasaran sangat mempengaruhi rantai pemasaran (Arianty & Masyhura, 2019). Saluran pemasaran merupakan struktur unit organisasi dalam sebuah perusahaan yang harus dilalui barang-barang atau produk dari petani ke konsumen. Tiap saluran pemasaran memerlukan biaya pemasaran yang berbeda-beda satu dengan yang lain (Kusuma, 2017).

Desa Alebo merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Konda yang menjadi lokasi pengembangan jambu kristal yang ada di Sulawesi Tenggara. Perkembangan kawasan penanaman jambu kristal sedang dilakukan oleh masyarakat Desa Alebo dengan kolaborasi bersama sejumlah pemuda yang tergabung dalam komunitas kelompok petani milenial yang secara bertahap menambah minat dari beberapa petani untuk beralih tanaman budidaya. Kota Kendari merupakan salah satu pangsa pasar terdekat dari

penjualan buah jambu kristal yang permintaannya tinggi, Hal tersebut dapat dilihat dari pasokan jambu kristal yang belum mampu memenuhi permintaan konsumen serta sejalan dengan upaya pemerintah, sehingga perluasan pasar akan semakin dikembangkan tidak hanya untuk memenuhi pasar lokal dan pasar modern, tetapi juga perlu penjajagan untuk pasar luar negeri. Jika kepastian pasar sudah terjamin, petani tidak akan ragu dalam budidaya jambu kristal (Hortikultura, 2019).

Sistem pemasaran jambu kristal yang ada di desa Alebo Kecamatan Konda berdasarkan saluran pemasarannya diketahui belum pasti dan saluran pemasaran dapat mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh petani maupun lembaga-lembaga pemasaran terkait. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Silitonga et al. (2020), menjelaskan terdapat 3 saluran pemasaran yang ada didesa Neglasari dan saluran pemasaran dari petani langsung ke konsumen adalah saluran yang paling efisien dan memiliki keuntungan yang besar.

Merujuk pada informasi yang ditemukan dilapangan menunjukkan bahwa beberapa petani hortikultura telah melakukan pergantian tanaman ke tanaman jambu kristal untuk memenuhi permintaan pasar dikarenakan banyaknya kreasi pengolahan jambu kristal menjadi sebuah produk dan keingintahuan mengenai jumlah dari lembaga pemasaran dalam penentuan harga yang diterima oleh konsumen sehingga peneliti bertujuan untuk mengetahui jumlah pendapatan petani, margin dan efisiensi pemasaran jambu kristal di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan dengan metode purposive (sengaja) dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu penghasil komoditi jambu kristal terdekat serta telah melakukan produksi serta penjualan dan penelitian ini dilaksanakan dari bulan September 2022 sampai Maret 2023.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari petani jambu kristal diketahui populasi petani sebanyak 15 orang, pedagang pengumpul 3 orang, pedagang pengecer 11 orang. Teknik pengambilan sampel petani dilakukan secara purposive sampling. Menurut Rianse and Abdi (2008), Teknik purposive sampling merupakan pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu dan berdasarkan dengan tujuan penelitian. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 10 orang petani jambu kristal dengan pertimbangan bahwa petani yang telah melakukan produksi jambu kristal dalam kurun waktu 3 tahun dan

menghasilkan pendapatan, sampel pedagang sebanyak 14 orang dengan pertimbangan telah melakukan transaksi penjualan jambu kristal minimal 2 tahun, sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sejumlah 24 sampel.

Variabel utama yang dianalisis dalam penelitian ini adalah pendapatan usahatani (Pd), margin pemasaran (M), dan efisiensi saluran pemasaran (FS) Analisis data yang digunakan pada saluran pemasaran yaitu menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif berdasarkan survei dan pengamatan yang dilakukan di daerah penelitian. Kemudian margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran dihitung menggunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk mengetahui keberlanjutan dan efektivitas dari setiap saluran pemasaran yang ditemukan.

Margin pemasaran dapat diartikan sebagai analisis untuk melihat perbedaan harga ditingkat produsen (harga beli) dengan harga ditingkat konsumen akhir (harga jual). Secara matematis untuk mengetahui besarnya margin digunakan rumus sebagai berikut : (Surni, 2015) Analisis tersebut telah sukses diterapkan dalam penelitian yang serupa oleh Kinding and Suwali (2021), yang meneliti tentang efisiensi pemasaran pada komoditi kentang dikecamatan Karangreja yang menghasilkan kesimpulan bahwa saluran pemasaran yang efisien adalah saluran dengan lembaga pemasaran yang paling sedikit, hal ini terbukti dengan penelitian yang serupa oleh Arut et al. (2022) dengan judul analisis efisiensi pemasaran komoditi jeruk didesa Benua yang mendapatkan hasil keseluruhan pada semua saluran kurang/belum efisien dikarenakan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri atas petani jambu kristal, pedagang pengumpul, pedagang dan pedagang pengecer. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada responden, beberapa dapat dikelompokkan seperti tabel dibawah.

Tabel 1. Identitas Responden

Identitas responden	Jumlah	Persentase (%)
Umur		
Muda (<15)	0	0
Produktif (15-50)	19	79
Lanjut (>50)	5	21
Pendidikan		
SD/Sederajat	4	16,6

SMP/Sederajat	2	8,4
SMA/Sederajat	15	62,5
Sarjana/Sederajat	3	12,5
Pengalaman Berusaha (Tahun)		
Kurang Berpengalaman (<5)	20	83,4
Cukup Berpengalaman (5-10)	4	16,6
Berpengalaman (>10)	0	0
Jumlah Tanggungan (Jiwa)		
Kecil (1-3)	9	37,5
Sedang (4-6)	15	62,5
Besar (>6)	0	0

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan responden dengan umur 15 – 50 tahun berjumlah 19 orang dengan persentase 79%, sedangkan umur diatas atau sama dengan 51 tahun berjumlah 5 orang dengan persentase 21%. tingkat pendidikan SD berjumlah 4 orang dengan persentase 16,6%, tingkat pendidikan SMP berjumlah 2 orang dengan persentase 8,4%, sedangkan untuk tingkat pendidikan SMA berjumlah 15 orang dengan persentase 62,5% dan Pendidikan S1 sebesar 3 orang dengan persentase 12,5% sehingga data yang diinginkan dapat dijelaskan secara rinci dan terstruktur mengenai data penjualan serta metode yang digunakan dalam berusahatani dan berdagang. Hal ini sejalan dengan penelitian Moroki et al. (2018), Untuk meningkatkan Pendapatan maka petani tentu harus berada pada usia yang layak kerja karena dengan usia petani yang produktif maka akan mempermudah kegiatan produksi yang akan meningkatkan pendapatannya serta meningkatnya pendidikan seseorang tentu akan meningkatkan pandangan, pola pikir dan pengambilan keputusan dalam menghadapi suatu masalah.

Pengalaman berusaha kurang dari 5 tahun berjumlah 20 orang dengan persentase 83,4 dan untuk pengalaman berusaha dengan dari umur 5–10 tahun berjumlah 4 orang dengan persentase 16,6%, dikarenakan jambu kristal masih baru memasuki tren pasar sehingga pengalaman berusahatani dan berdagang masih didominasi kurang dari 5 tahun, dalam hal ini pengetahuan dan keahlian masih sangat perlu untuk ditingkatkan. Jumlah anggota keluarga dibawah atau sama dengan 3 orang berjumlah 9 orang dengan persentase 37,5% dan untuk jumlah anggota keluarga lebih atau sama dengan 4-6 jiwa berjumlah 15 orang dengan persentase 62,5%, dalam hal ini jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh secara langsung karena masih belum memasuki usia produktif atau

masih menempuh pendidikan sekolah dasar dan menengah pertama, sama halnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Kumaladevi and Sunaryanto (2019), Variabel jumlah tanggungan keluarga dalam penelitian ini tidak mempengaruhi pendapatan petani kopi karena sebagian besar tanggungan petani di Desa Bageng ini rata-rata masih berada dibangku sekolah atau masih dalam usia belum produktif sehingga tidak dapat membantu kegiatan usahatani sebagai tenaga kerja.

Tabel 2 Rata-Rata Luas Lahan, Produksi, Harga Jual dan Penerimaan Usahatani Jambu Kristal di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan Tahun 2022

Luas Lahan (ha)	Produksi (kg/bulan)	Harga Jual (Rp/kg)	Penerimaan (Rp/bulan)
0,531	348	17.000	5.540.000

Analisis Pendapatan

Produksi usahatani jambu kristal merupakan suatu proses kegiatan pengelolaan input usahatani jambu kristal di Desa Alebo menjadi output yang ditunjukkan dengan banyaknya jumlah jambu kristal yang dihasilkan. Berdasarkan Tabel 2, Rata-rata produksi usahatani jambu kristal sebesar 348 kg/bulan dengan luas lahan rata-rata sebesar 0,531 ha. Produksi usahatani jambu kristal dipengaruhi oleh luas lahan, jumlah tanaman, persiapan dan pengetahuan mengenai pencegahan hama dan penyakit serta perawatan dan pengelolaan pasca panen yang baik. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan risiko yang ditemukan oleh Pratiwi (2016) mengenai analisis risiko usahatani jambu kristal di Waaida Farm, risiko tertinggi didominasi oleh risiko produksi yaitu cuaca yang tidak menentu, serangan hama dan penyakit tanaman, kurangnya sistem keamanan, kurangnya sarana pascapanen, kurangnya sarana pengairan, kesalahan proses pembungkusan, kesalahan proses penjarangan dan belum ada SOP yang terdokumentasi, sehingga menyebabkan penurunan jumlah produksi mencapai 10%. Risiko tersebut dapat dicegah atau dikurangi dampak yang ditimbulkan dikarenakan para petani jambu kristal telah memiliki pengalaman dalam merawat tanaman hortikultura lainnya sebelum berusahaatani jambu kristal.

Penerimaan usahatani jambu kristal didapatkan dari hasil perkalian antara jumlah produksi jambu kristal dengan harga jambu kristal yang berlaku di daerah penelitian. Petani menjual produksi jambu kristal secara langsung kepada pedagang pengumpul yang datang langsung ke lokasi petani. Tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata penerimaan pada usahatani jambu kristal di Desa Alebo sebesar Rp5.540.000/bulan. Harga jual sangat berpengaruh terhadap penerimaan usahatani jambu kristal, jika harga turun maka penerimaan petani juga akan turun. Namun harga jambu kristal di Desa Alebo tergolong

stabil dikarenakan menjadi salah satu penghasil komoditi yang relatif dekat dari pasar utama di pusat kota dan adanya perjanjian dalam penentuan harga bagi pedagang yang melakukan pembelian langsung ke petani sehingga perubahan harga secara signifikan dapat dicegah..

Rata-rata total biaya yang dikeluarkan petani dalam kurun waktu 1 bulan produksi jambu kristal terbagi atas 2 jenis yaitu rata-rata biaya tetap sebesar Rp26.957/bulan yang terdiri dari penyusutan alat yang digunakan. Rata-rata biaya variabel sebesar Rp1.342.500/bulan meliputi biaya tenaga kerja, pupuk kandang, urea, phonska, pestisida dan plastik pembungkus buah, sehingga rata-rata total biaya yang dikeluarkan oleh petani jambu kristal yaitu Rp1.369.457/bulan. Rata-rata biaya variabel lebih tinggi dari pada rata-rata biaya tetap dikarenakan semakin tinggi jumlah jambu kristal yang diproduksi, maka biaya variabel juga akan turut meningkat dan biaya variabel tertinggi berada pada biaya tenaga kerja dikarenakan penggunaan tenaga kerja diluar keluarga dan perbedaan jumlah biaya di tiap jenis perawatan. Pengoptimalan produksi dilakukan dengan cara memaksimalkan penggunaan pupuk dan mekanisme pencegahan hama dan penyakit meskipun dengan lahan garapan yang relatif kecil dan pernyataan tersebut sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Amelia et al. (2020) sebagian besar petani yang memiliki luas lahan garapan yang sempit beranggapan bahwa semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan maka hasil produksi pun akan ikut meningkat, sehingga dalam hal ini petani memiliki peluang besar untuk meningkatkan pendapatan melalui pengembangan usahatani jambu kristal secara optimal.

Pendapatan petani jambu kristal adalah selisih antara penerimaan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama 1 bulan kegiatan usahatani jambu kristal. Besarnya penerimaan, total biaya dan pendapatan pada usahatani jambu kristal di Desa Alebo dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 3 Rata-Rata Total Biaya, Penerimaan, Pendapatan dan R/C Ratio Usahatani Jambu Kristal di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan Tahun 2022

Penerimaan (Rp/bulan)	Total Biaya (Rp/bulan)	Pendapatan (Rp/bulan)	R/C Ratio
5.540.000	1.369.457	4.170.543	4,0

Pendapatan pada usahatani jambu kristal ini diperoleh dari hasil pengurangan antara penerimaan dengan biaya total. Berdasarkan tabel diatas rata-rata penerimaan jambu kristal sebesar Rp5.540.000/bulan dikurangi dengan rata-rata total biaya sebesar Rp1.369.457/bulan sehingga diperoleh hasil rata-rata pendapatan berjumlah

Rp4.170.543/bulan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan usahatani jambu kristal di Desa Alebo cukup tinggi dikarenakan produksi yang terus berkelanjutan yang didasari pengoptimalan dalam hal penggarapan lahan yang hanya ditanami 1 komoditi jambu kristal dan memaksimalkan penggunaan input seperti pupuk dan obat-obatan tanaman, harga yang tetap dijaga kestabilannya antara petani dan pedagang tanpa merugikan 1 pihak sehingga frekuensi pemanenan dapat dilakukan secara berkelanjutan sampai 2 kali dalam seminggu tanpa perlu mengeluarkan biaya tambahan berupa tenaga kerja pemetik buah. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Andayani et al. (2014) pendapatan usahatani jambu kristal dipengaruhi oleh: 1) lahan luas dan tingkat kesuburan tanah yang tinggi menjadi salah satu penopang untuk dapat meningkatkan produksi usahatani jambu kristal diikuti dengan meningkatnya pendapatan. 2) tanaman jambu kristal dijadikan sebagai tanaman prioritas atau bukan dijadikan sebagai tanaman sela atau tumpang sari sehingga lebih efektif dan efisien. 3) harga yang relatif stabil dijaga oleh petani berkat adanya hubungan kerja sama antara petani dan pedagang pengecer. Pengetahuan mengenai usahatani jambu kristal masih perlu ditingkatkan dari segi pengelolaan yang lebih lanjut seperti pencegahan terhadap penyakit dan hama yang semakin resisten dan penerapan teknologi sehingga ditemukannya inovasi yang dapat meningkatkan dari segi produksi meskipun dengan lahan garapan yang terbatas.

Saluran Pemasaran Jambu Kristal

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran jambu kristal di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan, petani melakukan distribusi melalui pedagang pengumpul yang akan menyalurkan jambu kristal ke pedagang Pengecer kemudian ke konsumen. Petani juga menyalurkan melalui pedagang pengecer langsung ke konsumen, sehingga saluran pemasaran yang terjadi terdapat 2 saluran dapat dilihat:

1. Saluran Pemasaran I : Petani Jambu Kristal → Pedagang Pengecer → Konsumen.
2. Saluran Pemasaran II : Petani Jambu Kristal → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen.

Saluran pemasaran jambu kristal di Desa Alebo terdapat 2 saluran pemasaran. terdapat dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan Pedagang Pengecer. Petani jambu kristal menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul. Transaksi yang dilakukan oleh pedagang pengumpul dilakukan dengan mendatangi langsung petani jambu kristal dengan melakukan perjanjian untuk memetik sendiri dan melakukan penimbangan di rumah petani jambu kristal atau memetik sesuai dengan kebutuhan dari pedagang, kemudian pedagang pengumpul tersebut melakukan distribusi dari petani ke

pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer yang akan menyalurkan ke konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Silitonga et al. (2020), menemukan bahwa petani selain menjual ke pedagang/tengkulak, juga melakukan penjualan ke poktan (kelompok tani) dengan menerapkan sistem grading ataupun langsung ke konsumen akhir, hal tersebut bisa menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan pendapatan dengan mengurangi lembaga pemasaran yang terlibat.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran suatu komoditas jambu kristal terdiri dari biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh masing-masing dari lembaga pemasaran serta keuntungan yang diterima oleh pedagang jambu kristal dan lembaga-lembaga pemasaran. Biaya pemasaran jambu kristal adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam proses pendistribusian jambu kristal dari petani hingga ke konsumen yang dinyatakan dalam satuan Rupiah/Kilogram. Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat petani dengan harga di tingkat konsumen (Latuan et al., 2021). Selisih harga tersebut terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan serta besarnya keuntungan yang diterima oleh pedagang di setiap saluran pemasaran jambu kristal.

Tabel 6. Biaya, Margin Serta Keuntungan Pemasaran Jambu Kristal Pada Saluran Pemasaran I, Tahun 2022

No	Uraian	Harga Jual (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	Margin Pemasaran (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)
1	Petani Jambu Kristal	15.000			
2	Pedagang Pengecer	25.000		10.000	7.996
Biaya Pemasaran :					
	Tenaga Kerja		889		
	Peralatan		698		
	Transportasi		417		
	Jumlah		2.004		

Tabel 6. menunjukkan bahwa pada saluran I hanya terdapat satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer. Adapun yang dapat dilihat dari tabel 6 margin yang diperoleh sebesar Rp10.000/kg dan keuntungan Rp7.996/kg. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan cukup kecil jika dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh, hal ini disebabkan karena biaya yang diperlukan dalam distribusi relatif tidak banyak dengan uraian hanya membutuhkan biaya tenaga kerja untuk pemetikan, peralatan dan

transportasi. Petani melakukan penjualan ke pedagang pengecer setelah pedagang pengumpul, sehingga jambu kristal yang diperoleh pedagang pengecer dari segi ukuran lebih kecil dan bentuk yang lebih bervariasi sehingga harga yang diberikan ke konsumen mengalami perbedaan dari pedagang pengecer yang membeli dari pedagang pengumpul meskipun berada di pasar yang sama.

Tabel 7. Biaya, Margin Serta Keuntungan Pemasaran Jambu Kristal Pada Saluran Pemasaran II, Tahun 2022

No	Uraian	Harga Jual (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	Margin Pemasaran (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)
1	Petani Jambu Kristal	15.000			
2	Pedagang Pengumpul	22.000		7.000	5.330
	Biaya Pemasaran :				
	Tenaga Kerja		737		
	Peralatan		459		
	Transportasi		474		
	Jumlah		1.670		
3	Pedagang Pengecer	30.000		8.000	7.378
	Sewa Tempat		281		
	Timbangan		29		
	Plastik		312		
	Jumlah		622		

Hasil tabel 7 menunjukkan margin dan keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer lebih besar dibandingkan pedagang pedagang pengumpul sebesar Rp8.000/kg dan Rp7.378/kg, hal ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan lebih kecil dan adanya transportasi yang ditanggung oleh pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul hanya membeli buah dengan ukuran yang besar dan bentuk yang bulat sehingga menambah biaya tenaga kerja pemetikan. Penjualan jambu kristal oleh pedagang pengecer dilakukan dengan pembukaan kios buah-buahan dan menetap disuatu pasar atau lokasi dan menerapkan sistem grading atau pemilahan dari segi kualitas seperti buah yang berukuran besar, bentuk yang bulat seperti bola, warna hijau muda pucat dan buah yang mengkilat. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Andayani et al. (2014), menjelaskan jambu kristal sebelum dijual, terlebih dahulu dilakukan penyortiran dengan buah yang memiliki berat 2-3 buah perkilogram, berbentuk bulat tahu bola, bertekstur bersih tanpa bercak dan penyakit serta dilakukan pembungkusan berupa plastik dan sterofom. Jambu kristal diberikan sebuah

perlakuan seperti pengemasan menggunakan plastik pembungkus buah sehingga menambah dari pada biaya yang dikeluarkan.

Tabel 8. Keuntungan Total Pedagang Pada Setiap Saluran Pemasaran Jambu Kristal, Tahun 2022

No	Saluran Pemasaran	Volume Penjualan (kg/bulan)	Keuntungan (Rp/kg)	Keuntungan Total (Rp/bulan)
1	Saluran I			
	Pedagang pengecer	360	7.996	2.878.560
2	Saluran II			
	Pedagang Pengumpul	317	5.330	1.689.610
	Pedagang Pengecer	172	7.378	1.269.016

Tabel 8 menunjukkan bahwa pedagang pengecer pada saluran I menghasilkan keuntungan total Rp2.878.560/bulan dari volume penjualan 360kg/bulan dengan keuntungan Rp7.996/kg. Sementara itu, pedagang pengumpul pada saluran II memperoleh keuntungan total Rp1.689.610/bulan dari volume penjualan 317kg/bulan dengan keuntungan Rp5.330/kg. Pedagang pengecer pada saluran II dengan volume penjualan 172kg/bulan menghasilkan keuntungan total Rp1.269.016/bulan dengan keuntungan Rp7.378/kg. Perbedaan ini disebabkan oleh modal yang berbeda antara pedagang yang dapat mempengaruhi volume pembelian dari petani, serta jumlah pedagang yang terlibat dalam setiap saluran pemasaran. Pada saluran II, pedagang pengecer lebih banyak daripada pedagang pengumpul, sehingga volume penjualan terbagi dan keuntungan pedagang pengecer lebih kecil. Penelitian lain juga menunjukkan fenomena serupa, di mana keuntungan pada saluran I lebih kecil karena adanya pedagang besar dan pedagang pengecer, sementara saluran II hanya melibatkan pedagang pengecer dengan keuntungan yang lebih tinggi.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran akan tercipta ketika keadaan dimana terdapat kepuasan bagi pihak produsen, lembaga pemasaran dan konsumen (Arbi et al., 2018). Besarnya persentase bagian yang diterima petani jambu kristal dari harga yang dibayarkan konsumen dapat digunakan untuk mengukur bagian harga yang diterima petani (*Farmer's Share*) apakah mempunyai hubungan yang negatif dari margin pemasaran, Sehingga makin tinggi margin pemasaran maka bagian yang diterima petani akan semakin rendah.

Tabel 9. Besarnya Persentase Bagian Harga Yang Diterima Petani Jambu Kristal (*Farmer's Share*), Tahun 2022

No	Saluran Pemasaran	Efisiensi Pemasaran	
		FS(%)	Kriteria
1	Saluran 1		
	Petani→Pedagang Pengecer	60	Efisien
2	Saluran 2		
	Petani→Pedagang Pengumpul	68	Efisien
	Petani→Pedagang Pengecer	74	Efisien

Tabel 9 menunjukkan rata-rata bagian petani dalam lembaga pemasaran jambu kristal dan pedagang pengecer pada saluran I adalah 60%, sedangkan pada saluran II terdapat 2 lembaga pemasaran, dengan bagian petani pada pedagang pengumpul sebesar 68% dan pedagang pengecer sebesar 74%. Penelitian ini menegaskan bahwa kedua saluran pemasaran di Desa Alebo telah efisien, khususnya saluran II yang paling efisien, terutama dalam bagian pedagang pengecer. Keseluruhan hasil menunjukkan efisiensi pemasaran, di mana pendapatan petani relatif tinggi dibandingkan harga konsumen, tanpa mengakibatkan kerugian pada lembaga pemasaran. Penetapan harga telah dipertimbangkan dengan baik untuk memastikan keuntungan dan menutup biaya operasional, seperti biaya perjalanan. Penelitian lain mendukung bahwa efisiensi pemasaran tercapai ketika saluran pemasaran memenuhi kriteria tertentu, termasuk jumlah lembaga pemasaran yang minimal, fungsi pemasaran yang lengkap, dan bagian petani yang besar. Pada saluran II, penjualan difokuskan pada konsumen akhir dengan mempertimbangkan kualitas produk, sementara saluran I lebih terfokus pada konsumen atau produsen pengolahan makanan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Usahatani jambu kristal di Desa Alebo menunjukkan pendapatan rata-rata bulanan yang menguntungkan sebesar Rp4.170.543, dengan penerimaan rata-rata Rp5.540.000 dan biaya total rata-rata Rp1.369.457, menegaskan kelayakan usaha ini untuk dikembangkan lebih lanjut, didasarkan pada R/C Rasio sebesar 4,0 Efisiensi pemasaran telah tercapai dalam dua saluran yang diidentifikasi, dengan farmer's share sebesar 60% untuk Saluran I dan 68% hingga 74% untuk Saluran II yang menunjukkan distribusi pendapatan yang lebih baik bagi petani. Temuan ini menegaskan pentingnya manajemen biaya yang efisien dan

strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan petani jambu kristal. Metode pemanenan dan penyortiran belum diterapkan oleh petani sehingga mengurangi pendapatan yang diterima dan semakin banyak lembaga pemasaran yang ada maka keuntungan pemasaran akan lebih kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, R., & Sen, T. W. (2023). Peningkatan Produktivitas Jambu Kristal melalui Pemanfaatan Teknologi yang Ramah Lingkungan. *Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 109-122. <http://doi.org/10.33395/remik.v7i1.11959>
- Amelia, N. R. N., Rochdiani, D., & Saefudin, B. R. (2020). Analisis Pendapatan Usahatani Jambu Biji Varietas Getas Merah di Desa Panyingkiran Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2), 754-764. <https://doi.org/10.25157/ma.v6i2.3468>
- Andayani, S. A., Sumarna, A., & Ferdiana, A. (2014). Analisis Tataniaga Dalam Usahatani Jambu Kristal (Psidium Guajava L) Suatu Kasus di Desa Jayi Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 2(2), 8-32. <https://doi.org/https://www.unma.ac.id/jurnal/index.php/AG/article/view/365>
- Arbi, M., Thirtawati, & Junaidi, Y. (2018). Analisis Saluran Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik Di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuwasin. *Journal of Social and Agricultural Economics*, 11(1), 22-32. <https://doi.org/10.19184/jsep.v11i1.7151>.
- Arianty, N., & Masyhura. (2019). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 2019, hal 257-264, 1(1), 257-264. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3620>
- Arut, H., Budiasa, I. M., & Ariati, P. E. P. (2022). Efisiensi Pemasaran Jeruk Di Desa Banua Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. *AGRIMETA : Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem*, 11(21), 5-10. <https://doi.org/https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/agrimeta/article/view/2200>
- BPS. (2020). *Produksi Jambu Biji di Indonesia* Jakarta: Badan Pusat Statistik Retrieved from <https://www.bps.go.id/indicator/55/62/2/produksi-tanaman-buah-buahan.html>
- BPS Sultra. (2020). *Produksi Jambu Biji Provinsi Sulawesi Tenggara*. Kendari: Badan Pusat Statistik Sulawesi Tenggara Retrieved from <https://sultra.bps.go.id/statictable/2021/04/28/3127/produksi-buah-buahan-menurut-jenis-tanaman-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-sulawesi-tenggara-2020.html>

- Firmansah, A., Hasanah, U., & Windani, I. (2019). Analisis Usahatani Jambu Kristal (*Psidium guajava* L) Di Kecamatan Mirit Kabupaten Kebumen. *Surya Agritama* 8(2), 209-223. <https://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/suryaagritama/article/view/738/565>
- Herawati, & Rifin, A. (2013). Analisis Pemasaran Nenas Palembang (Kasus Desa Paya Besar Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan. *In Forum Agribisnis Agribusiness Forum*, 3(2), 147-160. <https://doi.org/10.29244/fagb.3.2.147-160>
- Hortikultura, D. J. (2015). *Mengenal Jambu Kristal*. Jakarta: Direktorat Jendral Hortikultura Kementerian Pertanian Retrieved from <https://hortikultura.pertanian.go.id/?p=354>
- Hortikultura, D. J. (2019). *Prospek Usaha Jambu Kristal Menggiurkan*. Jakarta: Direktorat Jendral Hortikultura Kementerian Pertanian Retrieved from <https://hortikultura.pertanian.go.id/?p=3244>
- Hortikultura, D. J. (2020). *RENSTRA kementan 2020-2024*. Jakarta: Direktorat Jendral Hortikultura Kementerian Pertanian Retrieved from <https://hortikultura.pertanian.go.id/wp-content/uploads/2020/06/Renstra-Horti-2020-2024.pdf>
- Kinding, D. P. N., & Suwali. (2021). Analisis Pemasaran Kentang Di Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah. *Jurnal Hexagro*, 5(2), 89-101. <https://doi.org/https://doi.org/10.36423/hexagro.v5i2.837>
- Kumaladevi, M. A., & Sunaryanto, L. T. (2019). Pengaruh Karakteristik Sosial Ekonomi Terhadap Pendapatan Petani Kopi Di Desa Bageng Kecamatan Gembong Kabupaten Pati. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 4(1), 56-64. <https://doi.org/https://doi.org/10.37046/agr.v4i1.9759>
- Kusuma, H. (2017). Analisis Pemasaran Jamur Merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (Lm3) Agrina di Tanjong Paya Kecamatan Peusangan. *Jurnal S Pertanian*, 7(2), 106-115. <https://media.neliti.com/media/publications/210791-analisis-pemasaran-jamur-merang-lembaga.pdf>
- Latuan, E., Maure, G., & Kamaleng, M. (2021). Marjin Pemasaran Kelapa Di Desa Pailelang Kecamatan Alor Barat Daya. *PARTNERT*, 26(1), 1562-1570. <https://jurnal.politanikoe.ac.id/index.php/jp/article/view/503/354>
- Malika, U. E., & Adiwijaya, J. C. (2017). Potensi Agribisnis Sapi Perah Di Kabupaten Jember Jawa Timur. *Jurnal Agribisnis*, 19(2), 155-161. <https://doi.org/10.31849/agr.v19i2.782>
- Moroki, S., Masinambow, V. A. J., & Kalangi, J. B. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Di Kecamatan Amurang Timur. *Jurnal Berkala*

- Ilmiah Efisiensi*, 18(5), 132-142.
<https://doi.org/https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/21487>
- Pratiwi, A. I. (2016). *Analisis Risiko Usahatani Jambu Biji (Psidium guajava L) Varietas Kristal* [Skripsi, Universitas Padjadjaran]. Bandung.
<http://repository.unpad.ac.id/frontdoor/index/index/docId/16250>
- Ramdhona, C., Rochdiani, D., & Setia, B. (2019). Analisis Kelayakan Usahatani Jambu Kristal (Psidium Guajava L.) (Studi Kasus Pada Pengembang Budidaya Jambu Kristal Di Desa Bangunsari Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(3), 596-603.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25157/jimag.v6i3.2536>
- Rianse, U., & Abdi. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Alfabeta.
- Rinto, Santoso, S. I., & Muryani, R. (2017). Analisis Komputasi Pendapatan Break Even Point (Bep) Dan R/C Ratio Peternakan Ayam Petelur Rencang Gesang Farm Di Desa Janggleng Kecamatan Kaloran Kabupaten Temanggung. *MEDIAGRO*, 13(2), 43-52.
<http://dx.doi.org/10.31942/mediagro.v13i2.2159>
- Romalasari, A., Susanto, S., Melati, M., & Junaedi, A. (2017). Perbaikan Kualitas Buah Jambu Biji (Psidium guajava L.) Kultivar Kristal dengan Berbagai Warna dan Bahan Pemberongsong. *Jurnal Hortikultura Indonesia*, 8(3), 155-161.
<https://doi.org/10.29244/jhi.8.3.155-161>
- Silitonga, D. N. F., Bakhtiar, Y., & Saleh, A. (2020). Analisis Rantai Pemasaran Jambu Kristal (Studi Kasus Petani Jambu Kristal di Desa Neglasari). *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(5), 832-839.
<https://doi.org/https://journal.ipb.ac.id/index.php/pim/article/view/31735>
- Simorangkir, N. C., & Rosiana, N. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta. *Journal of Indonesian Agribusiness* 10(1), 113-125. <https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.1.113-125>
- Soekartawi. (2016). *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia.
- Surni. (2015). *Pemasaran Hasil Pertanian*. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian.
- Wahono, H. T. T., & Mahendri, W. (2022). Pelatihan Pembuatan Keripik Jambu Kristal sebagai Inovasi Produk Oleh-Oleh Khas Desa Banjarsari. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 63-68.
https://doi.org/https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v3i1.2532