

## **ANALISIS RANTAI PEMASARAN BELIMBING DEWA (*Averrhoa carambola*) DI KOTA DEPOK, JAWA BARAT.**

**MUHAMMAD FIRDO PRAMESVARO**

Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, INSTIPER Yogyakarta

E- mail Korespondensi : [muhammadfirdo@gmail.com](mailto:muhammadfirdo@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini yang berjudul “Analisis Rantai Pemasaran Belimbing Dewa (*Averrhoa carambola*) di Kota Depok, Jawa Barat dengan tujuan 1. Untuk mengetahui rantai pemasaran belimbing dewa di Kota Depok. 2. Untuk mengetahui biaya, keuntungan, margin, dan *farmer's share* belimbing dewa di Kota Depok dari setiap pola rantai pemasaran. 3. Mengetahui pola rantai pemasaran yang paling efektif dan efisien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan terdapat 4 pola rantai pemasaran yang ditandai dengan rantai pemasaran 1 sampai 4. Total margin pemasaran tertinggi ada pada rantai pemasaran 1 dengan 52% dan terendah pada rantai pemasaran 2 dengan 21,428%. Total biaya pemasaran tertinggi ada pada rantai pemasaran 1 dengan 18,8% dan terendah pada rantai pemasaran 4 dengan 1,732%. Total keuntungan tertinggi ada pada rantai pemasaran 3 dengan 43,442% dan terendah pada rantai pemasaran 2 dengan 19,285%. *Farmer's share* tertinggi pada rantai pemasaran 4 dengan 70,592% dan terendah pada rantai pemasaran 1 dengan 48%.

**KATA KUNCI:** Analisis Pemasaran Rantai Pemasaran, Belimbing Dewa.

### **PENDAHULUAN**

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia sangat bertumpu secara nyata pada aktifitas pertanian. Dominasi agribisnis dinyatakan sangat berpengaruh dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Berdasarkan data tahun 1997, sekitar 70% agribisnis menyumbang produk domestik bruto yang berperan dalam membangun lapangan pekerjaan. Knsistensi agribisnis juga bisa memberikan pendapatan dari ekspor yang menjadi bagian dari devisa negara sebesar US \$ 13 miliar. sektor agribisnis adalah sektor yang memiliki daya serap 73 persen angkatan kerja nasional dan memeberi sekitar 90 persen usaha kecil menengah (Pambudy, 2001).

Terdapat 4 sub sektor yang merupakan bagian dari sektor pertanian diantaranya hortikultura, tanaman pangan, peternakan, perikanan, kehutanan. Sektor holtikultura yang banyak dijalankan masyarakat saat ini(Zulkarnain, 2010).

Daya saing dan nilai tambah menjadi syarat dalam pemilihan komoditas potensial Kota Depok. Pembangunan pertanian Kota Depok diarahkan untuk memelihara dan mengupayakan peningkatan ketersediaan dan keamanan pangan khususnya mengantisipasi kompetitif dan diversifikasi permintaan pasar yang selalu menuntut persyaratan mutu dan keamanan produk.

Belimbing adalah komoditas yang dibudidayakan yang berbuah tak mengenal musim. Jawa Barat adalah produsen buah belimbing tertinggi ketiga di Pulau Jawa setelah Jawa Tengah dengan total produksi tahun 2018 mencapai 10.421 ton (BPS, 2019). Kota Depok menduduki posisi pertama penghasil belimbing terbesar di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2017, dengan jumlah produksi 30.633 kuintal dan diikuti oleh Kota Bekasi serta Kota Bogor berada di posisi selanjutnya dengan total produksi 3.978 kuintal dan 1.068 kuintal.(BPS, 2018).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian untuk jurnal ini memakai metode deskriptif berdasarkan karakteristik dan fenomena agar dapat mendeskripsikan subyek/obyek penelitian berdasarkan fakta-fakta di lapangan.

Studi kasus ini dilakukan di Kota Depok, Jawa Barat. dan Waktu Penelitian dilaksanakan pada. Penentuan lokasi survey menggunakan GPS untuk mengetahui lokasi kebun belimbing di sekitar kota Depok, Jawa barat.

Penentuan waktu pelaksanaan wawancara pada bulan maret 2023 dengan mewawancarai petani untuk pengumpulan data sekunder dari rantai pemasaran belimbing dewa serta data lokasi para pelaku usahatani yang dikenal oleh responden.

Metode yang dipakai untuk pengambilan sampel pada jurnal penelitian ini metode *Snowball Sampling* dengan cara meminta informasi dari responden pertama untuk selanjutnya diambil data berikutnya. 14 responden merupakan petani, pengepul, pedagang besar, dan pedagang kecil.

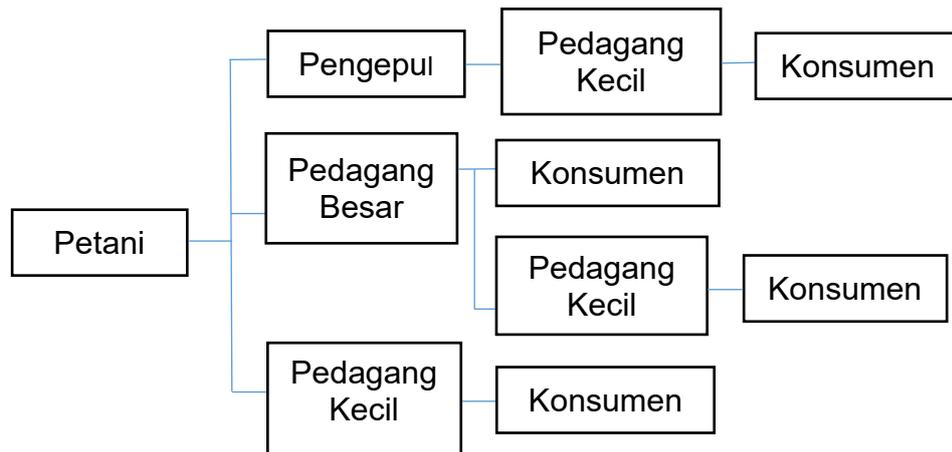
Langkah yang diejawantahkan dalam proses analisis data adalah dengan melakukan 3 langkah yaitu langkah pengumpulan data, Langkah analisis, dan langkah kalkulasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebagian besar pelaku usaha tani belimbing dewa memiliki Pendidikan SMA/Sederajat dengan persentase 42,85%. dapat di ketahuin bahwa kebanyakan pengusaha tani berada di antara 10-15 tahun dengan persentase 50% atau setengah dari keseluruhan responden. responden

dengan jumlah anggota keluarga yang terbanyak berada pada >5 dengan jumlah 6 dan 42,85%. Posisi usaha terbanyak ada di posisi sebagai petani dengan jumlah 8 orang atau 57,14%. Kebanyakan status lahan yang ada adalah lahan pribadi dengan jumlah 9 atau 81,82%.

Gambar Pola Rantai Pemasaran



Terdapat 4 pola rantai pemasaran di jurnal ini. Dengan pola-pola sebagaimana gambar di atas dapat dikalkulasikan margin pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan, dan *Farmer's Share*. Dengan kalkulasi tersebut dapat ditentukan efektifitas dan efisiensi tergantung untuk petani maupun Lembaga pemasaran.

Pada rantai pemasaran 1 mengungkapkan bahwa total margin pemasarannya adalah Rp.13.000, atau 52% perkilogramnya. Total biaya pemasaran pada rantai pemasaran 1 adalah Rp.4.700, atau 18,8%. Total keuntungan rantai pemasaran 1 adalah Rp.8.300, atau 33,2%. *Farmer's share* dari rantai pemasaran 1 adalah 48%. Rantai pemasaran 1 dianggap kurang efisien untuk petani dikarenakan *farmer's sharenya* < 50% yaitu 48%.

Pada rantai pemasaran 2 mengungkapkan bahwa total margin pemasarannya adalah Rp.3.000, atau 21,428% perkilogramnya. Total biaya pemasaran pada rantai pemasaran 2 adalah Rp. 300, atau 2,1428%. Total keuntungan rantai pemasaran 2 adalah Rp.2.700, atau 19,285%. *Farmer's share* dari rantai pemasaran 2 adalah 78,572%. Rantai pemasaran 2 dianggap efisien bagi petani.

Pada rantai pemasaran 3 grade A mengungkapkan bahwa total margin pemasarannya adalah Rp.14.000, atau 56% perkilogramnya. Total biaya pemasarannya adalah Rp.657, atau 2,628%. Total keuntungannya adalah Rp.13.343, atau 53,372%. *Farmer's share* dari rantai pemasaran

3 grade A adalah 44%. Rantai pemasaran 3 grade A dianggap kurang efisien bagi petani.

Pada rantai pemasaran 3 grade B mengungkapkan bahwa total margin pemasarannya adalah Rp.9.000, atau 45% perkilogramnya. Total biaya pemasarannya adalah Rp.657, atau 3,285%. Total keuntungannya adalah Rp.8.343, atau 41,715%. *Farmer's share* dari rantai pemasaran 3 grade B adalah 55%. Rantai pemasaran 3 grade B dianggap efisien bagi petani.

Pada rantai pemasaran 3 grade C mengungkapkan bahwa total margin pemasarannya adalah Rp.7.000, atau 38,888% perkilogramnya. Total biaya pemasarannya adalah Rp.657, atau 3,65%. Total keuntungannya adalah Rp.6.343, atau 35,238%. *Farmer's share* dari rantai pemasaran 3 grade C adalah 61,112%. Rantai pemasaran 3 grade C dianggap efisien bagi petani.

Rantai pemasaran 3 terdapat kelas *grading* maka dapat dirata-ratakan. Rata-rata total margin pemasaran 3 adalah 46,629%. Rata-rata total biaya pemasaran rantai pemasaran 3 adalah 3,187%. Rata-rata total keuntungan rantai pemasaran 3 adalah 43,442%. Total *farmer's share*nya adalah 53,370%.

Pada rantai pemasaran 4 grade A mengungkapkan bahwa total margin pemasarannya adalah Rp.9.000, atau 36% perkilogramnya. Total biaya pemasarannya adalah Rp.357, atau 1,428%. Total keuntungannya adalah Rp.8.643, atau 34,572%. *Farmer's share*nya adalah 64%. Rantai pemasaran 4 grade A dianggap efisien bagi petani.

Pada rantai pemasaran 4 grade B mengungkapkan bahwa total margin pemasarannya adalah Rp.6.000, atau 30% perkilogramnya. Total biaya pemasarannya adalah Rp.357, atau 1,785%. Total keuntungannya adalah Rp.5.643, atau 28,215%. *Farmer's share*nya adalah 70%. Rantai pemasaran 4 grade B dianggap efisien bagi petani.

Pada rantai pemasaran 4 grade C mengungkapkan bahwa total margin pemasarannya adalah Rp. 4.000, atau 22,222% perkilogramnya. Total biaya pemasarannya adalah Rp.357, atau 1,983%. Total keuntungannya adalah Rp.3.643, atau 20,238%. *Farmer's share*nya adalah 77,778%. Rantai pemasaran 4 grade C dianggap efisien bagi petani.

Dikarenakan pada rantai pemasaran 4 terdapat kelas *grading* yang dapat dirata-ratakan. Rata-rata total margin pemasaran 4 adalah 29,407%. Rata-rata total biaya pemasaran rantai pemasaran 4 adalah 1,732%. Rata-rata total keuntungan rantai pemasaran 4 adalah 27,675%. Rata-rata *farmer's share* rantai pemasaran 4 adalah 70,592%.

Rekapan Total Marjin Pemasaran, Total Biaya Pemasaran, Total Keuntungan, dan *Farmer's Share*.

Rantai Pemasaran	Total Marjin Pemasaran (%)	Total Biaya Pemasaran (%)	Total Keuntungan (%)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1	52	18,8	33,2	48
2	21,428	2,1428	19,285	78,572
3A	56	2,628	53,372	44
3B	45	3,285	41,715	55
3C	38,889	3,65	35,238	61,111
4A	36	1,428	34,572	64
4B	30	1,785	28,215	70
4C	22,222	1,983	20,238	77,777

Sumber : Analisis Data Primer, 2023.

Dari setiap rantai pemasaran, total marjin pemasaran tertinggi ada pada rantai pemasaran 1 dengan 52% dan terendah pada rantai pemasaran 2 dengan 21,428%. Total biaya pemasaran tertinggi ada pada rantai pemasaran 1 dengan 18,8% dan terendah pada rantai pemasaran 4 dengan 1,732%. Total keuntungan tertinggi ada pada rantai pemasaran 3 dengan 43,442% dan terendah pada rantai pemasaran 2 dengan 19,285%. *Farmer's share* tertinggi pada rantai pemasaran 4 dengan 70,592% dan terendah pada rantai pemasaran 1 dengan 48%.

## KESIMPULAN

Dari keseluruhan hasil penelitian dan jurnal ini maka dapat diadakan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Terdapat 4 pola rantai pemasaran pada penelitian ini. 1. Petani – Pengepul - Pedagang Kecil - Konsumen, 2. Petani - Pedagang Besar - Konsumen, 3. Petani - Pedagang Besar - Pedagang Kecil - Konsumen. 3. Petani Pedagang Besar - Pedagang Kecil - Konsumen, Dan 4. Petani - Pedagang Kecil - Konsumen.
2. Dari setiap rantai pemasaran, total marjin pemasaran tertinggi ada pada rantai pemasaran 1 dengan 52% dan terendah pada rantai pemasaran 2 dengan 21,428%. Total biaya pemasaran tertinggi ada pada rantai pemasaran 1 dengan 18,8% dan terendah pada rantai pemasaran 4 dengan 1,732%. Total keuntungan tertinggi ada pada rantai pemasaran 3 dengan 43,442% dan terendah pada rantai pemasaran 2 dengan 19,285%. *Farmer's share* tertinggi pada rantai

pemasaran 4 dengan 70,592% dan terendah pada rantai pemasaran 1 dengan 48%.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Badan Pusat Statistik. (2018). Produksi Buah-Buahan (Salak, Sawo, Sirsak, Belimbing dan Nangka) Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat. Badan Pusat Statistik.

Badan Pusat Statistik. (2019). Kota Depok Dalam Angka 2019. Badan Pusat Statistik.

Pambudy, N. M. (2001). Penyembuhan Nonmedis. Dalam J. Taugada, Penyembuhan Nonmedis. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Zulkarnain. 2010. Dasar – Dasar Hortikultura. Jakarta : Bumi Aksara. 335 hal.