

I. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang mendapatkan perhatian cukup besar dari pemerintah karena perannya sebagai sumber penghasil kebutuhan pokok, menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk, memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional yang tinggi, dan memberikan devisa kepada negara (Antara, 2009). Sektor pertanian terdiri dari beberapa sub sektor yang meliputi sub sektor tanaman pangan, sub sektor hortikultura, sub sektor perikanan, subsektor peternakan, dan sub sektor kehutanan. Salah satu sub sektor pertanian yang saat ini banyak digeluti masyarakat yaitu sub sektor hortikultura (Zulkarnain, 2010).

Belimbing Dewa merupakan komoditas unggulan yang menjadi ikon dari Kota Depok, Jawa Barat. Dengannya, pemasaran belimbing dewa ini dapat dikatakan sebagai komoditas yang memiliki nilai yang lebih dari sekedar nilai ekonomis, tetapi juga nilai kultural yang melekat pada masyarakat kota Depok.

Belimbing manis merupakan salah satu komoditi hortikultura yang banyak digemari masyarakat. Disamping bentuknya yang menarik, rasa buahnya enak. Buah belimbing manis mempunyai nilai gizi yang cukup baik terutama sebagai sumber vitamin C. Setiap 100 g daging buah belimbing mengandung 90 g air, 36 kkal energi, 0.4 lemak, 0.4 g protein, 170 SI vitamin A, 35 mg vitamin C, 0.03 mg vitamin B1, 12 mg fosfor, 1.1 mg besi dan 4 mg kalsium (Ditjen Bina Produksi Hortikultura 2004). Dalam taksonomi tumbuhan, tanaman belimbing manis diklasifikasikan sebagai berikut :

Divisi	: Spermatophyta
Subdivisi	: Angiospermae
Kelas	: Dicotyledonae
Ordo	: Oxalidales

Famili : Oxalidaceae
Genus : Averrhoa
Species : carambola L. (Backer & Brink 1963).

Sistem pemasaran yang efisien dan efektif dapat mendorong kelancaran arus barang dan jasa di pasar dengan harga yang layak bagi produsen dan terjangkau oleh daya beli konsumen. Kelancaran arus barang dan jasa serta meluasnya pasar untuk produk dalam negeri akan memperluas kesempatan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemasaran memegang peranan penting dalam suatu sistem agribisnis. Pemasaran juga akan menciptakan nilai tambah dan itu akan membentuk rantai nilai distribusi produk yang menghubungkan petani kepada konsumen akhir. Keberhasilan pemasaran tidak bisa terlepas oleh adanya peranan suatu lembaga pemasaran yang saling mempengaruhi dalam suatu saluran pemasaran dan setiap lembaga pemasaran mempunyai peranan dan tugas masing-masing dalam menjalankan fungsi pemasaran. Lembaga pemasaran berperan dalam distribusi produk hingga sampai kepada konsumen. Setiap distribusi produk lembaga pemasaran satu ke lembaga pemasaran yang lainnya dalam rantai pemasaran akan menghasilkan suatu margin terhadap produk (Khamdani, 2013).

Rantai Pemasaran adalah sebuah proses untuk komoditas hasil panen untuk sampai dari petani sebagai produsen hingga ke tangan konsumen. Pada proses rantai pemasaran, komoditas bisa melalui bermacam-macam Lembaga pemasaran sehingga bisa dianalogikan bahwa proses pemasaran ini semacam genealogi untuk komoditas hingga menuju jatuh dari tangan ke tangan siapapun yang membeli baik untuk dikonsumsi, dijual ataupun diolah menjadi produk turunan yang dapat dihasilkan dengannya. Modus pembelian inilah yang juga didasari oleh kehendak untuk memiliki.

B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang dapat maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah proses rantai pemasaran belimbing dewa di Kota Depok dari petani sampe ke konsumen.
2. Berapa besar nilai yang diperoleh oleh petani dan Lembaga-lembaga pemasaran berdasarkan rasio?
3. Model rantai pemasaran model apakah yang dapat dikatakan sebagai model yang efektif dan efisien?

C. Tujuan penelitian.

Berdasarkan latar belakang dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menganalisis nilai distribusi belimbing dewa dengan menghitung biaya pemasaran, marjin pemasaran, keuntungan serta *farmer's share* pada setiap saluran pemasaran belimbing dewa mulai dari titik produksinya hingga ke konsumen akhir.
2. Mengetahui skema rantai pemasaran belimbing dewa yang efektif dan efisien.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai sumber referensi pengusaha agribisnis di perkotaan, khususnya Kota Depok.
2. Sebagai sumber dan bahan masukan bagi penulis yang akan datang dan pengembangan ilmu.
3. Memberikan solusi pemecahan masalah mengenai agribisnis belimbing bagi pembuat kebijakan.