

## Sistem Pemasaran Jambu Kristal Di Desa Saiti Kecamatan Nuhon Kabupaten Banggai (studi kasus Mitra Buah Desa Saiti)

Sulastri<sup>1</sup>, Dwi Wijayanti<sup>2</sup>, Wahyudi Hasan<sup>3</sup>, Iwan Sudarmaji<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Luwuk

### Abstrak

Harga buah jambu krisal yang stabil memiliki dampak langsung terhadap tingkat efisiensi pemasaran. Desa Saiti sebagai sentra Buah Jambu Kristal Di Kecamatan Nuhon Kabupaten Banggai perlu ditelaah efisien atau tidak saluran pemasaran yang dijalankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : saluran pada sistem pemasaran, nilai margin pemasaran, nilai farmer's share, Tingkat efisiensi. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode purposive sampling. Sejumlah 4 responden dilakukan wawancara untuk mendapatkan data yang factual. Dari penelitian menunjukkan bahwa, terdapat II tipe saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I melibatkan petani-konsumen akhir dan saluran II melibatkan petani-pedagang kecil-konsumen akhir. Saluran I dengan margin pemasaran Rp.0/kg dan saluran II dengan margin Rp.20.000/kg. saluran I nilai farmer's share 100% merupakan nilai farmer's share terbesar. Saluran II merupakan yang paling efisien dengan nilai 23,98%.

**Kata kunci:** Sistem Pemasaran, Jambu Kristal, Margin Pemasaran, Farmer's Share, Efisiensi Pemasaran.

### Abstract

*The stable price of crystal guajava fruit has a direct impact on the level of marketing efficiency. Saiti Village as a center for crystal guajava fruit in Nuhon District, Banggai Regency needs to be studied whether the marketing channels being implemented are efficient or not. This research aims to determine : channels in the marketing system, marketing margin value, farmers share value, level of efficiency. The research location was determined using the purposive sampling method. A total of 4 respondents were interviewed to obtain factual data. Research shows that there are two types of marketing channels, namely marketing channel I involving farmers – final consumers and channel II involving farmers – small traders – final consumers. Channel I with a marketing margin of IDR 0/kg and channel II with a margin of IDR 20,000/kg channel I farmer's share value of 100% is the large farmer's share value. Channel II is the most efficient with a value of 23,98%*

**Keywords:** Marketing System, Crystal Guava, Marketing Margin, Farmer's Share, Marketing Efficiency.

## 1. PENDAHULUAN

Jambu kristal (*Psidium guajava* L) adalah varietas jambu biji yang sekarang banyak digemari Masyarakat Indonesia. Jambu kristal sendiri merupakan mutasi dari jambu Muangthai Pak yang diperkenalkan di Indonesia oleh Misi Teknik Taiwan dan diintroduksi pada tahun 2001 di Mojokerto (Ditbenih, 2007). Mengapa disebut jambu kristal karena warna daging pada buah yang agak bening menyerupai kristal, juga secara kasat mata bentuk jambu kristal juga berlekuk-lekuk tidak bulat rata sempurna sehingga menyerupai bentuk kristal (Trubus,2014). Buah Jambu kristal memiliki Warna kulit hijau muda terang berlapis lilin dikulitnya, Daging buahnya berwarna putih bersih dan jernih, sangat tebal, renyah dan menjadi sedikit lunak sejalan dengan kematangan buah. Bobot buah rata-rata 300 gr bahkan ada yang mencapai 800 gr (Asep, 2018). Sistem pemasaran adalah bagaimana suatu pelaku usaha mencapai target dalam pemasaran. Sistem ini terdiri dari serangkaian proses dan Tindakan yang memungkinkan produsen memasarkan barang dan jasa mereka kepada orang-orang. Semua kontributor mengetahui tentang tanggung jawab dan fungsi mereka diseluruh sistem pemasaran. Ini mencakup semua orang mulai dari pemasok hingga distributor, periklanan hingga audiens (Annisa, 2022). Pada sistem pemasaran juga memiliki saluran-saluran pemasaran yang digunakan untuk mempermudah sistem pemasaran yang akan dilakukan, setiap saluran pemasaran memiliki lembaga-lembaga pemasarannya masing-

masing guna untuk memenuhi kebutuhan pasar dan juga konsumen akhir. Desa Saiti memiliki salah satu usaha jambu kristal dengan nama usaha yaitu, Mitra Buah Desa Saiti, yang ber tempat di jalan poros Saiti – Sumber Mulya, adalah usaha yang pemiliknya bernama Bapak Budiono. Usaha yang beliau kembangkan tersebut terdiri dari berbagai macam tanaman hortikultura salah satunya. jambu kristal merupakan tanaman yang sudah diusahakan kurang lebih 5 tahun (2019-2024), memiliki luas kebun tanaman sebesar 2.500  $m^2$ .

Pelaku usaha Mitra Buah Desa Saiti sendiri dalam pemrosesan awal usaha beliau memilih bibit jambu kristal lokal, karena lebih mudah beradaptasi terhadap lingkungan, iklim, hama dan penyakit didaerah tersebut. Adapun bobot umum buah jambu kristal di Mitra Buah yang siap dipasarkan kisaran per 1 buah  $\pm$  250-350 g, sedangkan untuk jumlah per 1 kg yaitu berisikan 3-4 buah jambu kristal. Sementara itu, tingginya biaya pemasaran menyebabkan banyak petani yang bergantung pada Lembaga pemasaran yang bisa memberikan fasilitas seperti transportasi dan kebutuhan petani dalam memasarkan hasil. Sehingga menyebabkan perbedaan margin pemasaran antara petani dan Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran hasil, bagaimana saluran pemasaran yang terjadi di Mitra Buah Desa Saiti, perbedaan share margin dan efisienkah pemasaran yang ada. Sehingga berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Sistem Pemasaran Jambu Kristal Di Desa Saiti Kecamatan Nuhon Kabupaten Banggai (Studi Kasus Mitra Buah Desa Saiti)”.

## 2 METODE PENELITIAN

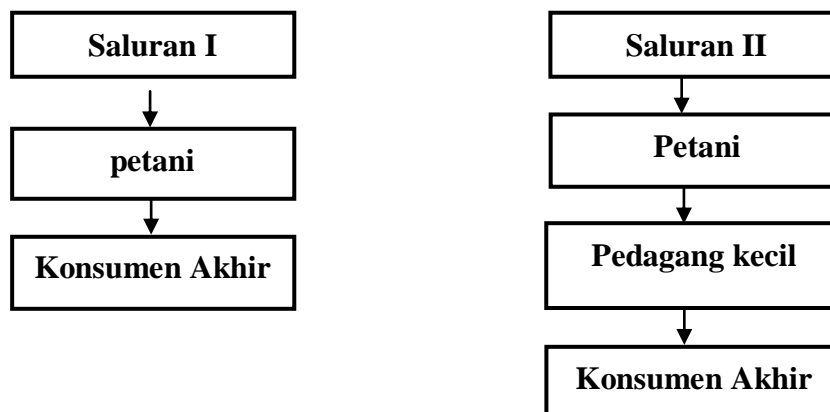
Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua metode analisis yaitu analisis data deskriptif yaitu digunakan untuk mengetahui pola saluran pemasaran dan lembaga-lembaga pemasaran buah jambu kristal dan analisis efisiensi pemasaran, yaitu dengan menghitung besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada tiap lembaga pemasaran di berbagai saluran pemasaran. Populasi pada penelitian ini yaitu pemilik, pedagang kecil, pekerja dan konsumen akhir pada Mitra Buah Desa Saiti Kecamatan Nuhon Kabupaten Banggai. Pengambilan sampel penelitian adalah seluruh populasi sehingga metode penarikan sampel secara sensus.

## 3 HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Saluran Dan Lembaga-Lembaga Didalam Sistem Pemasaran Jambu Kristal Di Mitra Buah Desa Saiti

Saluran Pemasaran Buah Jambu Kristal Di Mitra Buah Desa Saiti.

Saluran Pemasaran Buah Jambu Kristal Di Mitra Buah Desa Saiti. Hasil pengamatan yang dilakukan terdapat 2 saluran pemasaran pada Mitra Buah Desa Saiti.



Saluran pemasaran ke dua melibatkan petani yang langsung menjual hasil panen jambu kristal kepada pedagang kecil (pedagang rujak) yang berlokasi tidak jauh dari RTH Teluk Lalong. Dalam setiap transaksi, pedagang kecil biasanya membeli jambu kristal dengan jumlah 20 kg per setiap pengantaran, dengan harga yang ditetapkan oleh petani

untuk pedagang kecil adalah sebesar Rp.25.000 per kg. Uraian sistem saluran pemasaran dan lembaga yang terkait di Mitra Buah Desa Saiti. Saluran pemasaran pertama menjelaskan bahwa Mitra Buah Desa Saiti menjual pedagang kecil (pedagang rujak buah jambu kristal) yang berlokasi di RTH Teluk Lalong Luwuk Banggai. Informasi dari petani buah jambu kristal di Mitra Buah Desa Saiti sebelum pengiriman dilakukan pengemasan, paking dan wadah yang sesuai untuk melindungi buah selama pengiriman. Metode pengemasan dan peking ini diterapkan untuk menjaga kualitas buah, mencegah kerusakan selama transportasi, dan memperpanjang masa simpan jambu kristal. Harga yang ditetapkan oleh petani ke pedagang kecil adalah Rp.12.000 per kilogram, dengan setiap pengantaran sebanyak 300 kg jambu kristal.

Tabel 1.Uraian Biaya pada saluran pemasaran I antara petani dan konsumen akhir.

No	Uraian	Jumlah	Harga (Rp)	Total Harga (Rp)
1	<b>Petani</b> Harga Jual	1 kg	25.000	25.000
2	<b>Konsumen akhir</b>	1 kg	25.000	25.000
3	<b>Biaya Pemasaran</b>			
	Kantong plastik	1 pac	15.000	15.000
	Biaya Transportasi	-	-	-
	Biaya tenaga kerja	-	-	-
	Biaya penyusutan	Timbangan manual	1.750.000	1.750.000
	<b>Total Biaya</b>			1.790.000

Sumber: Data primer setelah diolah, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa harga tingkat petani adalah Rp.25.000/kg, sementara Mitra Buah Desa Saiti menawarkan harga Rp.25.000/kg kepada pelanggan atau konsumen akhir. Biaya pemasaran seperti kantong plastic, ukuran sedang Rp.15.000/pac. transportasi Rp.0/kg. tenaga kerja adalah Rp.0/kg. dan timbangan manual Rp.1750.000 untuk penyusutan. Semua biaya yang disebutkan diatas dapat menghasilkan total Rp.1.790.000.

Tabel 2.Uraian Biaya pada saluran pemsaran II pedagang kecil (pedagang rujak jambu kristal).

No	Uraian	Jumlah	Harga (Rp)	Total biaya (Rp)
1	<b>Petani</b> Harga jual		25.000	25.000
2	<b>Pedagang Kecil</b> (pedagang rujak jambu kristal)		45.000	45.000
3	<b>Biaya pemasaran</b>			
	Boncabe	80	15.000	1.500.000
	Wadah foam	12	50.000	600.000
	Tusuk gigi	6	5.000	30.000
	Kantong pastik	24	5.000	120.000
4	<b>Biaya alat dan tempat</b>			
	Gerobak rujak			
	Pisau	1	3.000.000	3.000.000
	Keranjang	1	20.000	20.000
	Toples plastik	4	35.000	140.000
	<b>Biaya operasional</b>	1	25.000	25.000
5	Gaji karyawan			
	transportasi		1.000.000	1.000.000
		400 kg	600.000	600.000
	<b>Total biaya</b>			7.035.000

Sumber: Data primer setelah diolah, 2024

Tabel 2 menunjukkan harga petani untuk 3 buah, tiap harga satu buah jambu kristal Rp.25.000, sedangkan harga untuk tiga porsi rujak buah jambu kristal ditingkat pedagang kecil sebesar Rp.45.000, Adapun pedagang kecil yang dimaksud ialah pedagang rujak jambu kristal yang bertempat di RTH Teluk Lalong Luwuk Banggai dengan harga 1 porsi rujak jambu kristal Rp.15.000.

Biaya untuk pemasaran selama satu bulan yaitu, boncabe 80 pac dengan harga per 1 pac sebesar Rp.15.000 isi 12 pcs biaya total sebesar Rp.1.500.000, wadah foam per 100 pcs (12 pac) dengan harga pac sebesar Rp.50.000/ total harga bulanan adalah Rp.600.000, tusuk gigi 6 pac dengan harga per 1 pac sebesar Rp.5000 total biaya perbulan sebesar Rp.30.000, kantong plastik 24 pac dengan harga per 1 pac sebesar Rp.5000 total biaya perbulan sebesar Rp.120.000. Biaya alat dan tempat, gerobak rujak jambu kristal Rp.3.000.000, pisau 1 Rp.20.000, keranjang besar 4 (wadah buah jambu kristal) Rp.35.000, toples plastik 1 Rp.25.000, toples plastik digunakan sebagai wadah mencampurkan buah jambu kristal potong dengan bumbu rujak. Biaya operasional, gaji karyawan sebesar Rp.1.000.000 per bulan dan biaya transportasi sebesar Rp.600.000 per bulan, pengangkutan dilakukan dari tempat usaha Mitra Buah Desa Saiti sampai ke tempat tujuan, Adapun harga yang ditetapkan saat ini sebesar Rp.300.000 per 200 kg buah jambu kristal. Untuk biaya total keseluruhan yaitu sebesar Rp.7.035.000.

### 3.2 MARJIN PEMASARAN

#### a. Petani - Konsumen akhir (marjin saluran pemasaran I)

Seperti yang ditunjukkan oleh Mitra Buah Desa Saiti Kecamatan Nuhon Kabupaten Banggai, saluran pemasaran I adalah saluran langsung, Dimana petani buah jambu kristal menjualnya secara langsung ke pembeli akhir dengan harga Rp.25.000/kg, dalam saluran ini, tidak ada perantara yang memasarkan buah jambu kristal, jadi tidak ada marjin pemasaran.

Tabel 3. Biaya dan Marjin pemasaran jambu kristal pada saluran I di Mitra Buah Desa Saiti Kecamatan Nuhon Kabupaten Banggai, 2024.

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Distribusi Marjin Pemasaran (%)
1	<b>Petani</b>		
	Harga jual	25.000	
2	<b>Konsumen akhir</b>		
	harga jual	25.000	
3	<b>Biaya pemasaran</b>		
	Biaya variabel		
	Kantong plastik	300	
	Biaya Transportasi		
	Biaya tenaga kerja		
	Biaya penyusutan		
	Timbangan manual	10.416	
	Jumlah biaya	10.716	
	Keuntungan pemasaran	-10.716	-
	Harga jual konsumen akhir	25.000	
	Marjin pemasaran	-	100
	Farmer's share %	100	

Sumber: data primer setelah diolah, 2024

Tabel 3 menunjukkan saluran pemasaran I, yang menunjukkan harga petani atau produsen sebesar Rp25.000/kg, dan harga konsumen akhir sebesar Rp.25.000/kg, dan biaya pemasaran (kresek) sebesar Rp.300/kg, biaya transportasi Rp.0/kg dikarenakan

konsumen akhir yang membeli di Mitra Buah Desa Saiti datang langsung serta ke tempat usaha tersebut. Biaya tenaga kerja Rp.0/kg dikarenakan konsumen akhir yang datang langsung di Mitra Buah Desa Saiti biasanya membeli buah jambu kristal 1 kg atau 2 kg jadi tidak memerlukan tenaga kerja pada saat pemasarannya. Biaya penyusutan (timbangan manual) harga normal Rp.1.750.000, penyusutan sebesar Rp.10.416/kg, sementara total biaya Rp.10.716/kg, dan keuntungan pemasaran Rp. - 10.716/kg karena pengaruh besarnya biaya pemasaran dari total penjualan jika hanya dalam 1 proses saluran pemasaran, karena harga pada pelanggan langsung maka margin pemasaran adalah Rp.0/kg karena harga ditingkat konsumen dan petani akhir sama per kilogramnya jadi tidak memiliki perbandingan biaya untuk margin pemasaran pembeli pada saluran pemasaran I ini, sistem pemasaran jambu kristal diterapkan secara langsung oleh produsen dan tanpa perantara dari lembaga lain.

b. Petani - Pedagang kecil - Konsumen Akhir (margin Saluran Pemasaran II)

Tabel 4. Biaya Dan Margin Pemasaran Jambu Kristal Pada Saluran II di Mitra Buah Desa Saiti Kecamatan Nuhon Kabupaten Banggai, 2024

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Distribusi Margin pemasaran(%)
1	<b>Petani</b>	25.000	
	Harga jual		
2	<b>Pedagang</b>	25.000	
	Harga beli		
	Biaya pemasaran		
	Biaya variabel	5.625	
	Biaya transportasi	1.500	
	Biaya tenaga kerja	2.500	
	Biaya penyusutan	1.167	
	jumlah biaya	10.792	
	Keuntungan pemasaran	9.208	20,46
	Harga jual pelanggan akhir	45.000	
	Margin pemasaran	20.000	80
	Farmer's share %	55,55	

Sumber Data: data primer setelah diolah, 2024

### 3.3 Farmer Share

Tabel 5. Farmer's Share jambu kristal di Mitra Buah Desa Saiti Kecamatan Nuhon Kabupaten Banggai, 2024

Saluran pemasaran	Harga ditingkat petani (Rp/kg)	Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)	Farmer's share (%)
Saluran I	25.000	25.000	100
Saluran II	25.000	45.000	55,55

Sumber: data primer setelah diolah, 2024

Farmer's share yaitu bagian yang diterima petani produsen, persentase farmer's share dan margin pemasaran, maka saluran pemasaran dianggap berjalan secara efisien. Tabel 11 diatas menunjukkan saluran pada tingkat I, dengan harga jambu kristal di tingkat petani (Mitra Buah Desa Saiti) sebesar Rp.25.000/kg, karena pada saluran I petani melakukan pemasaran secara langsung ke konsumen akhir mereka sendiri tanpa bantuan Perusahaan pemasaran lain, dengan harga per kilogram sebesar Rp.25.000, Sementara saluran pemasaran II nilai farmer's share yang dihasilkan sebesar 55,55% masih tergolong baik. Jika bagian yang diterima petani kurang dari 50% berarti pemasaran belum efisien, dan

jika bagian yang diterima produsen lebih dari 50% pemasaran dapat dianggap efisien. Dalam hasil yang tertera diatas dikenal sebagai saluran pemasaran yang paling menguntungkan memungkinkan petani untuk menjual produk pertanian mereka sendiri. Hal ini dapat dilihat pada penelitian Silpi Nur dkk, (2019) dari Analisis Saluran Pemasaran Jambu Kristal (studi kasus di Desa Bangun Sari Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis memperoleh farmer's share sebesar 45,00% pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II karena harga yang sama ditingkat produsen dan konsumen sama.

### 3.4 Efisiensi Pemasaran

Tabel 6. Efisiensi Pemasaran Jambu Kristal pada Mitra Buah Desa Saiti Kecamatan Nuhon Kabupaten Banggai, 2024

Saluran pemasaran	Biaya pemasaran (Rp/kg)	Harga Tingkat konsumen (Rp/kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
Saluran I	10.416	25.000	41,66
Saluran II	10.792	45.000	23,98

Sumber: data primer setelah diolah, 2024

Sistem saluran pemasaran dapat dianggap efisien jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat meningkat dari pada menggunakan banyak perantara.

Dilihat pada tabel diatas pada saluran I biaya pemasarannya Rp.10.416/kg, harga untuk di saluran II biaya pemasaran, tingkat konsumen akhir adalah Rp.25.000 dan memiliki Tingkat keefisiensian 41,66%, di saluran II biaya pemasaran, adalah Rp.10.792/kg dengan harga tingkat konsumen adalah Rp.45.000/kg dan dengan keefisiensian 23,98% bisa disimpulkan bahwa nilai tersebut masih tergolong efisien, karena nilai  $E_p < 0\%$  -50% efisien sedangkan  $E_p > 50\%$  tidak efisien.

Berdasarkan perhitungan nilai efisiensi pemasaran untuk nilai efisiensi 15,15% saluran I, sedangkan untuk nilai efisiensi pemasaran saluran II dengan efisiensi 11,16%, pola saluran II adalah yang paling efektif dalam pemasaran. sejalan dengan penelitian Moh. Aji Prasetyo, (2021) Analisis Saluran Pemasaran Jambu Kristal (*psidium guajava L.*) Di Desa Sidorejo Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi yang mana pada model A adalah saluran 4, yang mana saluran pemasaran paling efisien dan model B menunjukkan bahwa saluran 3, memiliki nilai efisiensi paling rendah. hal Ini disebabkan oleh fakta bahwa saluran pemasaran I dan II memiliki nilai efisiensi lebih tinggi.

## 4 KESIMPULAN

hasil dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan berikut

- Jalur tipe terdiri dari jalur pemasaran I dan jalur pemasaran II yaitu:
  - Saluran I, yang berarti petani dan pelanggan/konsumen akhir
  - Saluran II, yang berkaitan dengan petani dan pedagang kecil dan konsumen akhir
- Adapun untuk Tingkat margin petani/produsen mempromosikan produk mereka langsung ke pelanggan akhir tanpa menggunakan perantara, saluran pemasaran I tidak memiliki margin pemasaran. Sebaliknya, saluran pemasaran II memiliki margin sebesar Rp.20.000. bisnis Bapak Budiono, Mitra Buah Desa Saiti adalah bisnis pribadi
- Tingkat efisiensi pemasaran buah jambu kristal di Mitra Buah Desa Saiti yang baik digunakan petani agar bisa meningkatkan pendapatan terdapat pada saluran I yang memiliki tingkat efisiensi 41,66%, dan saluran II yang memiliki tingkat efisiensi 23,98% karena nilai lebih dari 50%, hasil berikut menunjukkan bahwa jalur pemasaran tetap efektif
- Besar farmer's share komoditas Buah Jambu Kristal Di Mitra Buah Desa Saiti yaitu, Saluran I, 100%. Saluran II, 55,55%, pemasaran dianggap efektif jika persentase yang diterima produsen lebih dari lima puluh persen.

## 5. REFERENSI

- Annisa Herawati (2022)., *Sistem Pemasaran, Pengertian Komponen, Jenis, Dan Contohnya*. Article: Kledo.com.
- [Ditbenih] Direktorat Bembenihan Hortikultura, 2007., *Deskripsi Jambu Biji Varietas Kristal*. <http://varietas.net/dbvarietas/deskripsi/3136.pdf>.
- Asep Mulyana Sudrajat,S.H (2018)., *Uniknya Jambu Kristal, Jambu Biji Tanpa Biji*. Website Resmi Dinas Ketahanan Pangan Kabupaten Bogor : [https://dkp.bogorkab.go.id/uniknya-jambu-kristal-jambu-niji-tanpa-biji/#:~:teks=jambu%20kristal%20\(psidium%20guajava\)%20adalah,juga%20yang%20rata%20tergantung%20varietasnya](https://dkp.bogorkab.go.id/uniknya-jambu-kristal-jambu-niji-tanpa-biji/#:~:teks=jambu%20kristal%20(psidium%20guajava)%20adalah,juga%20yang%20rata%20tergantung%20varietasnya)
- Moh. Aji Prasetyo, Agus Supriyono (2021)., *Analisis Saluran Pemasaran Jambu kristal (Psidium guajava L) Di Desa Sidorejo Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi*. Universitas Jember. Vol. 8, No. 3, hal. 796-808.S. Soekartawi, (1889)., *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Jakarta;Rajawali
- Redaksi Trubus (2014)., *Jambu Kristal*. PT Trubus Swadaya, Jakarta. Website: <https://perpusda.bantulkab.go.id/pc/45847#:~:text=disebut%20kristal%20warna%20daging,rata>
- Silpi Nurpajar, Dini Rochdian, Agus Yuniawan Isyanto (2019)., *Analisis Saluran Pemasaran Jambu Kristal (studi kasus di Desa Bangun Sari Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis*. Fakultas Pertanian Universitas.