

ANALISIS SALURAN PEMASARAN JAMBU AIR (*Syzygium Aqueum*) VARIETAS WULUNG DI KABUPATEN SUKOHARJO

Umi Nur Solikah ^{1)*}, Suwardi ²⁾, Abdul Bashir ³⁾, Mufida Diah Lestari ⁴⁾

^{1)*} Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Batik Surakarta,

Email: umi_solikah@yahoo.co.id

²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Batik Surakarta,

Email: swd.didi@gmail.com

³⁾ ASN BPP Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo, Email: bashirchan123@gmail.com

⁴⁾ Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tulungagung, Email:

mufida.yeahhh@gmail.com

* Penulis Korespondensi: E-mail: umi_solikah@yahoo.co.id

ABSTRAK

Salah satu buah yang di budidayakan di Indonesia adalah jambu air. Jambu air merupakan tanaman yang dapat tumbuh di daerah tropis dan beriklim panas. Spesies ini juga tumbuh dengan baik di daerah basah dan lembab yang bercurah hujan tinggi setiap tahun. Selain mudah di budidayakan jambu air mampu beradaptasi karena dapat bertahan hidup pada semua jenis tanah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola pemasaran dan margin pemasaran jambu air (*Syzygium Aqueum*) varietas wulung di Kabupaten Sukoharjo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kasus. Penentuan lokasi penelitian di lakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Pranan Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo, dengan pertimbangan bahwa Desa Pranan merupakan daerah penghasil jambu air varietas wulung. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan melalui wawancara dengan responden, saluran pemasaran jambu air varietas wulung terdiri dari dua saluran, yaitu:

1. Petani → Konsumen

2. Petani → Pedagang pengecer → Konsumen

Margin pemasaran yang diperoleh dari kedua saluran pemasaran adalah Rp.0,. berada pada saluran I dan Rp. 4.000,. berada pada saluran II.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Jambu Air, Wulung

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang sangat berkomitmen untuk mengembangkan ketahanan pangan sebagai bagian strategis pembangunan nasional.

Pertanian merupakan salah satu bidang kehidupan terpenting di Indonesia. Prioritas diberikan pada setiap tahapan pembangunan, termasuk pembangunan pertanian. Tujuan pembangunan pertanian adalah untuk meningkatkan hasil dan mutu produksi, serta meningkatkan pendapatan dan taraf hidup petani. Keanekaragaman hayati merupakan aset utama bagi pembangunan pertanian di masa depan, sehingga daerah setempat harus mengembangkan sistem pertanian untuk menghasilkan produk pertanian yang bernilai dan berdaya saing. (Kurniawati, 2011).

Bertambahnya jumlah penduduk dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi makanan berserat menyebabkan komoditas buah-buahan perlu dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan gizi harian. *World Health Organization* (WHO) pada tahun 2003 bersama *Food Agriculture Organization* (FAO) merekomendasikan konsumsi buah minimal sebesar 400 gram per hari. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia juga menganjurkan konsumsi buah setiap hari 3-5 porsi buah sesuai dalam Pedoman Gizi Seimbang (Az Zahra, 2020).

Salah satu buah yang di budidayakan di Indonesia adalah jambu air. Jambu air merupakan tanaman yang dapat tumbuh di daerah tropis dan beriklim panas. Spesies ini juga tumbuh dengan baik di daerah basah dan lembab yang bercurah hujan tinggi setiap tahun. Selain mudah di budidayakan jambu air mampu beradaptasi karena dapat bertahan hidup pada semua jenis tanah (Anonim, 2020).

Jambu wulung merupakan keluarga jambu air. Kandungan airnya cukup banyak, lantaran itulah bisa mendatangkan kesegaran. Daging buahnya tebal, namun bijinya kecil. Yang membedakan jambu wulung dengan jambu air jenis lain adalah warnanya. Kulit buahnya berwarna merah marun, hingga mengarah agak biru kehitaman. Sesuai dengan namanya Wulung yang berarti biru kehitaman atau hitam (Hamdani, 2018).

Desa Pranan Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo merupakan salah satu penghasil jambu wulung. Jambu wulung menjadi salah satu produk andalan dan penyokong perekonomian di Desa Pranan. Warga mengembangkan budidaya jambu air sejak sepuluh tahun lalu. Diperkirakan sebanyak 2.000 pohon jambu wulung tumbuh subur di desa setempat (Anonim, 2021).

Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam sistem pertanian. Ketika mekanisme pasar berjalan baik, semua pihak

diuntungkan. Oleh karena itu peran lembaga pemasaran menjadi sangat penting. Proses pemasaran harus efektif Efektivitas pemasaran digunakan untuk mengukur efektivitas operasional proses pemasaran. Faktor-faktor yang mengukur efisiensi pemasaran adalah keuntungan pemasaran, harga yang dikirim ke konsumen, tersedianya peluang pemasaran fisik

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kasus. Menurut Daniel (2003), metode kasus lebih mirip dengan metode survey.

Penentuan lokasi penelitian di lakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Pranan Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo, dengan pertimbangan bahwa Desa Pranan merupakan daerah penghasil jambu air varietas wulung.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan pengisian kuesioner, wawancara dan pengamatan dilapangan. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi/lembaga berkaitan dengan penelitian.

Simple random sampling yaitu suatu metode semua anggota sampel dianggap memiliki karakteristik yang sama sehingga

yang cukup untuk memudahkan jual beli barang, penyimpanan, pengangkutan dan persaingan di pasar, persaingan antar pelaku pemasaran. (Soekartawi, 1993).

Berdasarkan latar belakang Peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang “Analisis Margin dan Efisiensi Saluran Pemasaran Jambu Air (*Syzygium Aqueum*) Wulung Di Desa Pranan

siapapun yang diambil dapat mewakili populasinya (Mardikanto, 2006).

Pengambilan sample dilakukan dengan menggunakan metode metode *snowball Sampling (bola salju)*. yaitu teknik pengambilan sampel dengan bantuan *key-informan*. Key-informan ini membantu atau akan dapat berkembang berdasarkan petunjuk yang diberikan olehnya. Dalam hal ini, peneliti hanya mengungkapkan kriteria sebagai persyaratan untuk dijadikan sampel. Menurut Sudiyono (2004) Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran pada tingkat petani yaitu: $Mp = Hk - Hp$

Dimana:

Mp = Margin pemasaran

Hk = Harga ditingkat konsumen

Hp = Harga ditingkat petani

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Jambu Air (*Syzygium Aqueum*) Varietas Wulung

Saluran pemasaran merupakan saluran dari lembaga pemasaran yang dilalui dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran jambu air (*Syzygium Aqueum*) varietas wulung Desa Pranan melalui berbagai saluran pemasaran yang dimulai dari petani, pedagang pengecer sampai ke konsumen.

Petani dalam pemasaran jambu air varietas wulung bertindak sebagai produsen dan merupakan pihak pertama dalam menyalurkan jambu air varietas wulung. Dalam memasarkan jambu air varietas wulung petani menjual jambu air varietas wulung lewat pedagang pengecer. Pedagang pengecer merupakan perantara yang membeli dan mengumpulkan jambu air dari petani kemudian menjualnya ke konsumen.

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan melalui wawancara dengan responden, saluran pemasaran jambu air varietas wulung terdiri dari dua saluran, yaitu:

1. Petani → Konsumen
2. Petani → Pedagang pengecer
Konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong (1997), saluran distribusi dapat digambarkan oleh jumlah tingkat saluran yang terlibat. Setiap lapisan perantara pemasaran yang melaksanakan tugas dalam membawa produk lebih dekat kepada pembeli akhir. Adapun tingkat perantara untuk menyatakan panjang suatu saluran. Adapun tingkat saluran distribusi tersebut yaitu :

- a. Saluran 1 disebut saluran pemasaran langsung, tidak mempunyai saluran perantara. Dikatakan saluran langsung karena produsen/ petani langsung menjual komoditasnya ke konsumen.
- b. Saluran 2 terdiri dari satu tingkat perantara. Dalam pasar konsumen tingkat ini biasanya adalah pedagang pengecer

Margin Pemasaran Jambu Air (*Syzygium Aqueum*) Varietas Wulung

Margin merupakan selisih harga antara suatu barang yang diterima produsen dengan harga yang diterima oleh konsumen. Besar kecilnya margin pemasaran sangat berhubungan dengan panjang pendeknya

saluran pemasaran yang dilalui (Sudiyono, 2004). Margin pemasaran jambu air varietas

wulung Desa Pranan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Harga Jual, Beli dan Margin Pemasaran Jambu Air Varietas Wulung

Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin
Saluran I			
Petani		Rp. 12.000,-	Rp. 0,-
Konsumen	Rp. 12.000,-		
Saluran II			
Petani		Rp. 8.000,-	
Pengecer	Rp. 8.000,-	Rp.12.000,-	
Konsumen	Rp. 12.000,-		Rp.4.000,-

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Kedua saluran pemasaran yang ada pada Tabel yaitu total margin saluran ke dua lebih besar daripada margin saluran pertama. Hal ini menyebabkan margin pemasaran saluran pemasaran kedua lebih besar dibandingkan margin pemasaran saluran pemasaran pertama.

Secara keseluruhan pihak-pihak yang terlibat dalam saluran pemasaran jambu air varietas wulung adalah

a. Petani Jambu Air Varietas Wulung

Petani merupakan orang memproduksi jambu air sekaligus orang pertama yang melakukan penjualan jambu air dalam

saluran pemasaran. Petani jambu air di Desa Pranan menjual jambu air kepada pedagang pengecer. Harga jambu air rata-rata berkisar Rp.8000,- per kilogram baik ke konsumen langsung atau ke pedagang pengecer.

b. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan seseorang yang melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen akhir dan dalam partai kecil. Rata-rata harga jual jambu air varietas wulung yaitu Rp. 10.000/Kg pada saluran I dan saluran II.

c. Konsumen akhir

Konsumen akhir merupakan orang yang membeli barang untuk digunakan sendiri

atau tidak untuk dijual lagi. Konsumen akhir jambu air varietas wulung membeli dari petani langsung terdapat pada saluran I dengan harga Rp.8.000,-/Kg dan Rp.12.000,-/Kg pada saluran II.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat dua pola saluran pemasaran jambu air varietas wulung, yaitu
 - a. Saluran Pemasaran I: Petani – Konsumen
 - b. Saluran Pemasaran II: Petani – Pedagang pengecer – Konsumen
1. margin pemasaran yang diperoleh dari kedua saluran pemasaran adalah Rp.0,. berada pada saluran I dan Rp. 4.000,. berada pada saluran II.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis Mengucapkan terima kasih kepada LP3M Universitas Islam Batik Surakarta, Petani Jambu Air Desa Pranan Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Kottler. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Anonim. 2020. Buah jambu air, Penyembuh berbagai penyakit. <https://www.greeners.co/flora-fauna/buah-jambu-air-penyembuh-berbagai-penyakit/>. Diakses tanggal 5 Juni 2020.
- _____. 2021. Jambu Wulung Sudah Panen, Yang Mengkilap dan Besar Lebih Mahal. <https://radarsolo.jawapos.com/daerah/sukoharjo/27/06/2021/jambu-wulung-sudah-panen-yang-mengkilap-dan-besar-lebih-mahal/>. Diakses Tanggal 5 Juli 2022.
- Az Zahra, Fatimah, dan Dahlia Naully. 2021. *Analisis Saluran Pemasaran Belimbing Dewa Di Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok*. Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness) Vol 9 No 1, Juni 2021.
- Daniel, Moehar. 2003. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hamdani. 2018. Mau yang Seger-seger?Coba Ini, Jambu Wulung Dari Pranan Sukoharjo. <https://joglosemarnews.com/2018/07/mau-yang-seger-segercoba-ini-jambu-wulung-dari-pranan-sukoharjo/>. Diakses Tanggal 5 Juli 2022.
- Kurniawati, Yusni. 2011. *Pemanfaatan Lahan Perbukitan Untuk Usaha Tani Tanaman Jambu Mete (Anacardium Occidentale)*

- Di Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul Yogyakarta.* UNY. Yogyakarta.
- Mardikanto, T. 2006. *Prosedur Penelitian untuk Kegiatan Penyuluhan Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat.* Prima Theresia Pressindo. Surakarta
- Mulyani, Andi Sri. 2017. *Saluran Pemasaran Karet Di Desa Dumpu Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.* Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Risnandar, Cecep. 2018. *Jambu Air.* <https://jurnalbumi.com/knol/jambu-air/>. Diakses Tanggal 5 Juli 2022.
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian.* Teori dan Aplikasinya. Bogor: Raja Grafindo Persada.
- Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian.* Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.