

**SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN ANEKA BIBIT BUAH
DI KECAMATAN PEKALONGAN KABUPATEN
LAMPUNG TIMUR**

(Skripsi)

Oleh

Lindasoina F. H.



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017**

ABSTRACT

PRODUCTION AND MARKETING SYSTEM OF FRUITS SEEDLING IN PEKALONGAN SUBDISTRICT, EAST LAMPUNG REGENCY

By

Lindasoina Fadila Hadiputeri

The purposes of this research are to analyze the production system, the income level of farmers, and the efficiency of fruits seedling marketing system. Note that the location of the research is chosen purposively in Pekalongan subdistrict as the one of fruits seedling center in East Lampung Regency. Furthermore, this research uses a survey method and then 30 fruits seedling farmers is selected as the respondents. Additionally, the data is analyzed by quantitative and descriptive qualitative method. Furthermore, the structure, conduct, and performance (S-C-P) model is used to analyze the efficiency of marketing system. Hence, the results of this research show that : (1) The fruits seedling in Pekalongan uses simple grafting method and is still profitable to be developed. (2) The annual income of fruits seedling farmers are also economically feasible, i.e., Rp 92.788.385,21- (farmers I) and Rp 79.334.260,28- (farmers II). (3) There are three marketing channels found in this research, where the most efficient marketing channel is the first marketing channel (farmer to consumer). Finally, based on S-C-P, the marketing system of fruits seedling has not been efficient yet.

Keywords: efficiency, fruits seedling, marketing system, production system

ABSTRAK

SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN ANEKA BIBIT BUAH DI KECAMATAN PEKALONGAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Oleh

Lindasoina Fadila Hadiputeri

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem produksi dan tingkat pendapatan serta efisiensi sistem pemasaran aneka bibit buah. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja, yaitu di Kecamatan Pekalongan sebagai salah satu sentra pembibitan di Kabupaten Lampung Timur. Penentuan sampel dilakukan dengan metode survey, yaitu sebanyak 30 responden yang terdiri dari petani penangkar pedagang (petani I) dan petani penangkar biasa (petani II). Data dianalisis dengan metode kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Metode *S-C-P* (Struktur, Perilaku, dan Keragaan Pasar) digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) sistem produksi pembibitan aneka tanaman buah dilakukan dengan metode okulasi sederhana namun sudah cukup menguntungkan untuk dikembangkan (2) tingkat pendapatan petani juga layak secara ekonomis yaitu Rp 92.788.385,21- (petani I) dan Rp 79.334.260,28- (petani II) (3) terdapat 3 saluran pemasaran aneka bibit buah. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran pertama, yaitu dari petani langsung dijual kepada konsumen. Berdasarkan metode *S-C-P*, sistem pemasaran aneka bibit buah di Kecamatan Pekalongan belum efisien.

Kata kunci : efisiensi, pembibitan aneka buah, sistem pemasaran. sistem produksi

**SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN
ANEKA BIBIT BUAH DI KECAMATAN PEKALONGAN
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Oleh

LINDASOINA FADILA HADIPUTERI

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017**

Judul Skripsi : **SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN
ANEKA BIBIT BUAH DI KECAMATAN
PEKALONGAN KABUPATEN LAMPUNG
TIMUR**

Nama Mahasiswa : **Lindasoina Fadila Hadiputeri**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1214131056

Program Studi : Agribisnis

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Sudarma Widjaya, M.S.
NIP 19560919 198703 1 001

Ir. Umi Kalsum, M.S.
NIP 19511114 198112 2 001

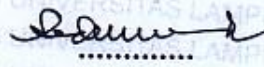
2. Ketua Jurusan

Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.
NIP 19630203 198902 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Ir. Sudarma Widjaya, M.S.



Sekretaris : Ir. Umi Kalsum, M.S.



**Penguji
Bukan Pembimbing : Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S.**



2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP 19611020 198603 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Oktober 2017

RIWAYAT HIDUP

Segala puji hanya milik Allah Subhanahu wa Ta'ala, penulis dilahirkan di Tanjung Karang, pada tahun 1995. Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat Sekolah Dasar (SD) di Kartika II-5 pada tahun 2006. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 2 Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 9 Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2012. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Lampung, Fakultas Pertanian, Jurusan Agribisnis pada tahun 2012 melalui jalur SNMPTN tertulis.

Pada masa berkuliah penulis melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dan kegiatan Praktik Umum (PU) pada tahun 2015. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik di Bumi Dipasena Sentosa, Rawajitu Timur, Kabupaten Tulang Bawang. Pada bulan Agustus hingga September 2015 penulis melaksanakan Praktik Umum di *Packing House* Gapoktan Multi Tani Jaya Giri yang terletak di Desa Cipendawa, Kecamatan Cipanas, Kabupaten Jawa Barat.

Selama masa perkuliahan penulis pernah menjadi Asisten Dosen mata kuliah Ekonometrika dan Ekonomi Makro pada semester ganjil tahun ajaran 2015/2016. Penulis juga aktif dalam organisasi kemahasiswaan yaitu menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Universitas Lampung pada Bidang I yaitu Bidang Akademik dan Profesi periode tahun 2012 hingga tahun 2016.

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahilalhirobbil‘alamin, segala puji dan syukur kepada Allah *Subhanahu wa Ta’ala*, Tuhan Semesta Alam. Hanya dengan izin dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad *Shallallahu ‘alaihi wa Sallam*, yang telah memberikan teladan dan mengubah zaman kegelapan menjadi zaman yang terang benderang.

Dalam penyelesaian skripsi berjudul “**Sistem Produksi dan Pemasaran Aneka Bibit Buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur**” ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, nasehat, dan saran-saran yang membangun. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Sudarma Widjaya, M.S., selaku Dosen Pembimbing Utama, yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis serta memberikan masukan, arahan, motivasi, dan nasihat kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Ir. Umi Kalsum, M.S., selaku Dosen Pembimbing Anggota, yang telah memberikan semangat, bimbingan, masukan, arahan, dan nasihat kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Bapak Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S., selaku Dosen Penguji Skripsi, atas masukan, arahan, dan nasihat yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Ir. Hurip Santoso, M.S., dan Ir. Indah Nurmayasari, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik atas bimbingan, nasehat dan motivasi yang telah diberikan.
5. Ibu Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwati, M.P., selaku Ketua Jurusan Agribisnis atas arahan, bantuan, dan nasehat yang telah diberikan.
6. Bapak Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
7. Teristimewa kedua orang tuaku, Ayahanda dan Ibunda, yang selalu memberikan arahan, dukungan moral dan materil, motivasi, serta doa yang senantiasa terucap.
8. Kakanda Nia dan Kakanda Yoga atas arahan dan dukungan, serta Kian sang tersayang yang selalu memberikan keceriaan kepada penulis.
9. Keluarga besar Palembang dan keluarga besar Lampung, yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas doa dan dukungan kepada penulis.
10. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
11. Karyawan-karyawati Jurusan Agribisnis, Mba Ayi, Mba Iin, Mba Fitri, Mba Tunjung, Mas Bukhori, Mas Sukardi dan Mas Boim atas semua bantuan dan kerjasama yang telah diberikan.
12. Saudariku tersayang: Rofiiqoh Al-khoiriah, Aldila Putri, Arina Budiarti, Eka Prianti, Hardini Tristya, Indah Ayu Dianti, Dewi Nurul Ferdianingsih, Mulia

Wulandari atas dukungan, kasih sayang, dan bantuan kepada penulis.

13. Sahabat-sahabat tersayang: Devy Dwi Pratiwi, Dera Seta Saputri, Heylin Idelia atas doa, dukungan, dan persahabatan selama ini.
14. Sahabat seperjuangan: Yolanda, Ulpah, Fitri, Meiska, Gesa, Susi, Devi, Yohilda, Desi, Ririn, Ayu, Erni, Zupika, Delia, Febrina, Selvi, Agus, Dina, Mita, Yuni, Audina, Yurlia, Nadia, Syafri, dan teman-teman Agribisnis 2012 lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas pengalaman dan kebersamaannya selama ini.
15. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis meminta maaf atas segala kekurangan yang ada. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan.

Aamiin ya Rabbalalaamiin.

Bandar Lampung,
Penulis,

Lindasoína Fadíla Hadíputeri

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Konsep agribisnis.....	9
2. Konsep usahatani.....	10
3. Konsep sistem produksi	11
4. Sistem produksi pembibitan buah.....	13
5. Sistem pemasaran	17
6. Konsep efisiensi pemasaran.....	20
7. Struktur pasar.....	21
8. Perilaku pasar.....	23
9. Keragaan pasar.....	23
10. Kajian penelitian terdahulu	34
B. Kerangka Pemikiran	40
III. METODE PENELITIAN	41
A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional.....	41
B. Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian	43
C. Metode Pengumpulan Data.....	45

D. Metode Penelitian	45
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	49
A. Keadaan Umum Kecamatan Pekalongan	49
1. Keadaan geografis	49
2. Keadaan demografi	50
3. Keadaan pertanian	51
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Karakteristik Responden.....	55
1. Sebaran Responden Menurut Umur	55
2. Sebaran Responden Menurut Tingkat Pendidikan	56
3. Sebaran Responden Menurut Tingkat Pengalaman Usaha	57
4. Sebaran Responden Menurut Luas Kepemilikan Lahan	58
5. Sebaran Responden Menurut Status Kepemilikan Lahan	59
6. Sebaran Responden Menurut Pekerjaan Sampingan	60
7. Sebaran Responden Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga	61
B. Sistem Produksi Bibit Aneka Tanaman Buah	62
1. Subsistem Input	63
2. Subsistem Proses	68
3. Subsistem Output	74
C. Analisis Pendapatan Usaha Pembibitran Aneka Tanaman Buah	77
D. Sistem Pemasaran Usaha Pembibitran Aneka Tanaman Buah	81
1. Karakteristik Lembaga Pemasaran	81
2. Struktur, Perilaku, dan Keragaan Pasar	83
3. Bauran Pemasaran	90
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Konsumsi per kapita dalam rumah tangga setahun menurut hasil susenas 2010-2014	2
2. Perkembangan produksi komoditas buah-buahan di Provinsi Lampung, 2010-2014 (Ton).....	3
3. Perkembangan jumlah tanaman buah-buahan di Provinsi Lampung 2009-2013	3
4. Perkembangan Jumlah Tanaman Buah-buahan di Kabupaten Lampung Timur 2011-2014.....	4
5. Penelitian terdahulu mengenai pembibitan tanaman.	35
6. Statistik Geografi Kecamatan Pekalongan 2015	50
7. Jumlah Penduduk Kecamatan Pekalongan Berdasarkan Mata Pencaharian Tahun 2015	51
8. Luas Lahan Sawah dan Bukan Sawah Menurut Desa di Kecamatan Pekalongan 2015 (ha)	52
9. Luas Panen dan Produksi Tanaman Sayur-Sayuran di Kecamatan Pekalongan, 2015	53
10. Luas Panen dan Produksi Tanaman Buah-Buahan di Kecamatan Pekalongan 2015	53
11. Sebaran umur responden petani aneka bibit buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur, 2015	56
12. Sebaran responden petani aneka bibit buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung berdasarkan tingkat pendidikan	57
13. Sebaran responden petani aneka bibit buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur menurut pengalaman usaha	58

14. Sebaran responden petani aneka bibit buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur menurut luas kepemilikan lahan	59
15. Sebaran responden petani aneka bibit buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur menurut status kepemilikan lahan	60
16. Sebaran responden petani aneka bibit buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur menurut pekerjaan sampingan	61
17. Sebaran responden petani aneka bibit buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur menurut jumlah tanggungan keluarga	62
18. Rata-rata penggunaan input tetap oleh petani bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	63
19. Rata-rata biaya penyusutan input tetap oleh petani bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	64
20. Rata-rata biaya input variabel oleh petani bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	66
21. Rata-rata penggunaan TKDK dan TKLK oleh petani penangkar pedagang bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	67
22. Rata-rata penggunaan TKDK dan TKLK oleh petani penangkar bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	67
23. Rata-rata produksi per komoditas oleh petani penangkar bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.....	75
24. Rata-rata harga tertimbang per komoditas oleh petani penangkar bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	76
25. Pendapatan usahatani bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur dalam satu tahun.....	78
26. Pendapatan usahatani bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur dalam satu tahun.....	79
27. Marjin Pemasaran aneka bibit buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	88
28. Identitas petani penangkar pedagang.....	98
29. Identitas petani penangkar	99

30. Penerimaan petani penangkar pedagang	101
31. Penerimaan petani penangkar	103
32. Biaya variabel petani penangkar pedagang	109
33. Biaya variabel petani penangkar	115
34. Biaya tetap petani penangkar pedagang	133
35. Biaya tetap petani penangkar	135
36. Biaya tenaga kerja petani penangkar pedagang	136
37. Biaya tenaga kerja petani penangkar pedagang (borongan)	141
38. Biaya tenaga kerja petani penangkar	144
39. Pendapatan petani penangkar pedagang	160
40. Pendapatan petani penangkar	162
41. Pendapatan usahatani bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur dalam satu tahun	164
42. Pendapatan usahatani bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur dalam satu tahun	165
43. Identitas pedagang pengumpul	166
44. Biaya pemasaran pedagang pengumpul	167
45. Biaya tenaga kerja pedagang pengumpul	168
46. Biaya pemasaran pedagang pengecer	170
47. Biaya tenaga kerja pedagang pengecer	171
48. Marjin Pemasaran bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	173

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Macam-macam utilitas dan bagaimana mereka disediakan	20
2. Kerangka pemikiran analisis sistem produksi dan sistem pemasaran bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	41
3. Saluran Pemasaran bibit aneka buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	87

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usahatani komoditas buah-buahan di Provinsi Lampung secara umum berkembang dengan cukup baik, bahkan sempat menorehkan prestasi. Provinsi Lampung tercatat pernah masuk ke dalam lima besar sentra produksi nasional dengan rata-rata total produksi per tahun untuk 22 jenis buah-buahan sebesar 1,4 juta ton (Antara News, 2014).

Buah-buahan memiliki banyak kandungan vitamin dan mineral yang bagus untuk kesehatan dan daya tahan tubuh. Buah-buahan juga kerap digunakan sebagai campuran bahan olahan makanan untuk memberikan cita rasa yang lebih variatif dan menarik. Konsumsi buah masyarakat Indonesia masih tergolong rendah yaitu 34,55 kg per kapita per tahun. Adapun konsumsi buah standar kecukupan adalah 73 kg per kapita per tahun, dan standar kecukupan untuk sehat sebanyak 91,25 kg per kapita per tahun (Ramadhan, 2015). Konsumsi buah pada masing-masing komoditas juga beragam jumlahnya dan cenderung fluktuatif dari tahun ke tahun. Adapun data konsumsi buah per kapita rumah tangga selama periode 2010-2014 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Konsumsi per kapita dalam rumah tangga setahun menurut hasil susenas 2010-2014

Uraian	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Jeruk					
- Kuantitas (Kg)	4,171	3,494	2,764	2,242	2,711
- Nilai (Rp)	31.546,43	40.932,14	33.475,71	30.816,43	40.410,71
Mangga					
- Kuantitas (Kg)	0,209	0,626	0,156	0,156	0,261
- Nilai (Rp)	1.512,14	3.962,86	1.564,29	1.981,43	2.920,00
Alpoket					
- Kuantitas (Kg)	0,417	0,365	0,209	0,417	0,574
- Nilai (Rp)	2.085,71	2.659,29	1.825,00	3.493,57	5.214,29
Rambutan					
- Kuantitas (Kg)	4,536	0,156	2,19	4,119	6,987
- Nilai (Rp)	17.520,00	1.251,43	11.523,57	23.464,29	41.297,14
Durian					
- Kuantitas (Kg)	1,251	0,417	0,991	1,408	1,981
- Nilai (Rp)	10.637,14	4.380,00	10.950,00	17.363,57	28.887,14
Pepaya					
- Kuantitas (Kg)	1,773	2,764	1,616	1,825	2,086
- Nilai (Rp)	4.797,14	8.134,29	6.882,86	8.707,86	10.011,43
Duku					
- Kuantitas (Kg)	3,233	0,052	5,684	1,877	0,469
- Nilai (Rp)	22.160,71	730	42.861,43	19.553,57	5.266,43
Nanas					
- Kuantitas (Kg)	0,156	0,365	0,156	0,209	0,209
- Nilai (Rp)	677,86	1.772,86	990,71	1.095,00	1.303,57

Sumber: Data SUSENAS, Badan Pusat Statistik

Kebutuhan masyarakat akan buah-buahan perlu didukung dengan adanya produksi buah lokal yang cukup dari wilayah setempat. Adapun perkembangan produksi komoditas buah-buahan di Provinsi Lampung tahun 2010 hingga tahun 2014 menunjukkan keadaan yang cenderung fluktuatif.

Beberapa komoditas seperti nenas, pepaya, dan pisang menunjukkan angka produksi yang cukup tinggi dibandingkan dengan komoditas lainnya. Data

perkembangan produksi komoditas buah-buahan di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perkembangan produksi komoditas buah-buahan di Provinsi Lampung, 2010-2014 (Ton)

No	Komoditas	Tahun				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	Alpukat	9.864	11.547	10.886	9.723	10.361
2	Durian	36.682	42.550	45.396	27.994	44.299
3	Mangga	12.480	24.752	21.725	16.587	19.975
4	Manggis	6.583	6.033	6.698	3.715	41.56
5	Nanas	469.034	505.337	585.608	722.620	560.026
6	Pepaya	50.959	123.341	103.312	101.795	104.131
7	Pisang	677.781	687.761	817.606	938.280	1.481.693
8	Rambutan	22.995	17.396	34.934	32.839	17.438

Sumber : BPS Provinsi Lampung

Tabel 3. Perkembangan jumlah tanaman buah-buahan di Provinsi Lampung 2009-2013

No	Komoditas	Jumlah (Pohon)				
		2009	2010	2011	2012	2013
1	Alpukat	65.983	47.281	75.723	73.430	63.695
2	Durian	190.535	73.512	208.492	263.240	216.349
3	Mangga	183.514	113.520	198.598	205.381	179.074
4	Duku	46.374	10.517	54.758	34.144	10.898
5	Sukun	30.758	34.782	45.069	45.263	38.043
6	Rambutan	539.325	60.334	250.020	192.174	230.358
7	Jeruk siam	121.750	66.725	46.253	35.606	17.838
8	Pepaya	1.190.279	1.314.979	1.774.157	1.839.546	1.894.020

Sumber : BPS Provinsi Lampung 2014 (Data diolah).

Berdasarkan data pada Tabel 3, perkembangan jumlah tanaman buah-buahan di Provinsi Lampung cenderung fluktuatif. Kondisi kenaikan ataupun penurunan jumlah pohon yang ada di Provinsi Lampung menunjukkan adanya kebutuhan bibit tanaman buah-buahan, baik untuk tanaman baru maupun menggantikan tanaman yang mati. Di sisi lain, kawasan sentra pembibitan buah yaitu Kabupaten Lampung Timur menunjukkan

kenaikkan jumlah tanaman buah-buahan meski tidak terlalu signifikan.

Perkembangan jumlah tanaman buah-buahan tersebut mengindikasikan adanya permintaan bibit tanaman buah yang terus meningkat. Hal ini sekaligus menjadi tantangan bagi para pelaku usaha pembibitan tanaman buah untuk menghasilkan bibi-bibit tanaman yang unggul. Data selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perkembangan Jumlah Tanaman Buah-buahan di Kabupaten Lampung Timur 2011-2014

No	Komoditas	Jumlah (Pohon)			
		2011	2012	2013	2014
1	Alpukat	14.843	14.935	15.126	15.180
2	Durian	90.010	90.015	90.106	90.227
3	Mangga	29.626	29.626	29.870	30.736
4	Duku	10.234	10.226	10.303	10.483
5	Sukun	18.823	18.871	18.909	19.242
6	Rambutan	119.105	121.642	120.622	121.837
7	Jeruk siam	73.340	73.484	72.228	71.330
8	Pepaya	345 439	345 994	340 959	341 475

Sumber : Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Lampung Timur dan BPS Kabupaten Lampung Timur 2015 (Data diolah).

Usaha pembibitan tanaman buah adalah usaha memperbanyak tanaman buah-buahan menggunakan teknik perbanyakan, baik secara generatif (biji) maupun secara vegetatif (stek, cangkok, okulasi, sambung, dan kultur jaringan) (Gunawan dan Suhartanto, 2012). Sistem produksi bibit tanaman penting untuk dikaji mengingat salah satu faktor penentu tingkat produksi tanaman selain pupuk, air, cahaya, dan iklim adalah bibit tanaman itu sendiri.

Pembangunan agribisnis pada komoditas buah-buahan ke arah yang lebih

maju menuntut adanya usaha pembibitan yang tangguh dan unggul. Sentra pembibitan di Provinsi Lampung terdapat pada Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Di daerah Pekalongan juga terdapat Balai Benih Induk Hortikultura atau disebut BBIH. BBIH diresmikan oleh Menteri Pertanian sebagai kawasan agrowisata pada 2 Januari 2006. Di era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) ini produsen dituntut untuk terus meningkatkan sisi kualitas. Salah satu cara untuk menghasilkan buah yang berkualitas baik adalah dengan menggunakan bibit unggul atau memiliki sertifikat. Proses sertifikasi salah satunya mensyaratkan pohon induk untuk sumber mata tunas harus diregistrasi terlebih dahulu oleh petugas Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih (BPSB).

Dasar dari Sertifikasi benih adalah (1) Undang-undang Nomor 12 Tahun 1992, tentang Sistem Budidaya Tanaman (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 tahun 1995, tentang Perbenihan Tanaman (3) Undang-undang Nomor 13 Tahun 2010, tentang Hortikultura. Sertifikasi bibit buah diasumsikan dapat memudahkan penjualan bibit dengan harga yang lebih tinggi, namun tidak semua petani/penangkar telah melakukan sertifikasi bibit. Berdasarkan data yang diperoleh dari UPTD Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih Tanaman & Hortikultura, terdapat 16 produsen pengedar benih yang telah terdaftar melakukan sertifikasi benih tanaman hortikultura. Sebagian produsen tersebut didominasi oleh produsen bibit yang berasal dari Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur, yaitu lokasi dimana penelitian ini telah dilakukan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di daerah penelitian, produksi bibit buah yang dilakukan antar petani cukup bervariasi komoditasnya. Hal ini memungkinkan adanya produksi yang tinggi pada satu komoditas dan produksi yang rendah pada komoditas lain. Gapoktan petani bibit buah yang sudah tidak aktif juga menyebabkan petani tidak saling berkoordinasi dalam hal perencanaan pembibitan. Adanya variasi produksi dan belum adanya standar jaminan mutu yang diterapkan, menjadi latar belakang peneliti untuk melihat seperti apa sistem produksi yang telah berjalan. Sistem produksi tersebut terdiri dari berbagai elemen, yaitu *input* (tanah, pupuk, pestisida, tenaga kerja), proses transformasi (yang dipengaruhi teknologi, kondisi ekonomi, sosial budaya, proses manajemen), dan variasi bibit yang diproduksi. Adapun peneliti juga menganalisis tingkat pendapatan petani bibit buah dari sistem produksi yang telah berjalan, sebagai salah satu indikator dari kelayakan usaha tersebut.

Selain aspek produksi bibit tanaman buah, sistem pemasaran juga erat kaitannya dengan kesuksesan usaha pembibitan buah. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti di sentra pembibitan tanaman buah, masing-masing bibit buah pada berbagai komoditas menunjukkan perkembangan harga yang berbeda. Harga bibit kelengkeng selama tiga tahun terakhir bervariasi mulai dari harga Rp 7.500,00,- sampai dengan Rp 10.000,00,-, berbeda dengan harga bibit rambutan yang hanya berkisar sampai dengan Rp 4000,00,- bahkan pernah jatuh pada harga Rp1.400,00,- di tahun 2015. Informasi sementara untuk harga bibit lain seperti bibit alpukat, bibit nangka, dan mangga menunjukkan harga yang relatif stabil.

Beberapa petani dan pedagang bibit buah yang dihimpun pada observasi awal juga menggambarkan adanya variasi jenis komoditas bibit yang dijual beserta variasi harganya. Hal tersebut menyebabkan adanya perbedaan harga yang terjadi saat adanya kelebihan penawaran dan adanya kekurangan permintaan pada saat-saat tertentu. Tidak adanya standar harga bibit buah menjadi salah satu penyebab harga bibit buah menjadi tidak stabil. Uraian-uraian di atas mengenai keadaan pemasaran yang ada di sentra bibit Kecamatan Pekalongan mengindikasikan adanya sistem pemasaran yang belum efisien. Sistem pemasaran telah dianalisis pada sentra pembibitan di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran pembibitan tanaman buah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana sistem produksi dan tingkat pendapatan pada usaha pembibitan tanaman buah-buahan di kawasan sentra pembibitan ?
- 2) Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran bibit tanaman buah di kawasan sentra pembibitan ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Mengetahui sistem produksi dan tingkat pendapatan pada usaha pembibitan tanaman buah-buahan di kawasan sentra pembibitan.

- 2) Mengetahui tingkat efisiensi pemasaran bibit tanaman buah di kawasan sentra pembibitan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat sebagai berikut:

- 1) Sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi pemerintah untuk pengembangan Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur sebagai sentra pembibitan tanaman buah-buahan.
- 2) Sebagai bahan informasi bagi masyarakat yang ingin melakukan usaha pembibitan tanaman buah-buahan.
- 3) Sebagai referensi bagi peneliti lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Agribisnis

Agribisnis merupakan setiap usaha komersial yang berkaitan dengan kegiatan produksi pertanian, yakni berupa kegiatan pengusahaan sarana produksi, pengusahaan produksi pertanian, dan pengolahan hasil pertanian (Sufri dan Sjarkowi, 2004). Adapun definisi agribisnis menurut Firdaus (2008) adalah suatu sistem yang terdiri dari lima subsistem, yaitu: pengadaan dan penyaluran saprodi, usahatani, penyimpanan dan pengolahan, penyaluran atau tataniga, serta lembaga penunjang.

Agribisnis dapat dilihat juga sebagai sasaran kebijaksanaan pemerintah, sehingga pengertian agribisnis harus mencakup keseluruhan kegiatan produktif pada setiap subsektor tersebut. Sekalipun petani gurem tetap diperlukan kebijakan pemerintah untuk mengarahkan dan membangun kekuatan usaha mereka, misalnya dengan membentuk wadah Koperasi Unit Desa (KUD) (Sufri dan Sjarkowi, 2004).

Agribisnis digambarkan sebagai sistem yang terdiri dari lima subsistem. Subsistem pembuatan, pengadaan, dan penyaluran berbagai sarana produksi pertanian dapat meliputi bibit, benih, pupuk, obat-obatan, alat dan mesin

pertanian, bahan bakar, dan kredit. Subsistem kegiatan produksi atau usahatani yang menghasilkan berbagai produk pertanian mencakup seluruh bentuk organisasi dari yang berskala kecil sampai dengan yang berskala besar. Subsistem pengumpulan, pengolahan, dan penyaluran produk pertanian ke konsumen dilakukan baik perorangan, perusahaan swasta, koperasi, lembaga pemerintahan, dan sebagainya (Firdaus, 2008).

2. Konsep Usahatani

Menurut Rahim dan Hastuti (2007) dalam Litti (2014), ilmu usahatani merupakan ilmu yang mempelajari tentang cara petani untuk mengelola input atau faktor-faktor produksi dengan efektif, efisien, dan kontinu untuk menghasilkan produksi yang tinggi sehingga pendapatan usahatannya meningkat. Faktor produksi tersebut antara lain adalah tanah, tenaga kerja, modal, teknologi, pupuk, benih, dan pestisida Usahatani menurut Suratiyah (2008) adalah ilmu yang mempelajari cara-cara menentukan, mengorganisasikan, dan mengkoordinasikan penggunaan faktor-faktor produksi seefektif dan seefisien mungkin untuk memberikan pendapatan yang maksimal.

Klasifikasi usahatani dapat digolongkan menurut corak dan sifat, organisasi, pola, serta tipe usahatani (Suratiyah, 2008):

a. Corak dan Sifat

Usahatani menurut corak dan sifat dibedakan menjadi dua yaitu komersil dan subsisten. Usahatani subsisten dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan sendiri sedangkan usahatani komersil dilakukan

dengan memperhatikan aspek kuantitas dan kualitas.

b. Organisasi

Usahatani menurut organisasinya dibagi menjadi 3 yaitu individual, kolektif, dan organisasi. Usahatani individual dikerjakan petani sendiri, beserta keluarganya mulai dari perencanaan hingga pemasaran, sedangkan usaha kolektif dilakukan secara berkelompok lalu melakukan bagi hasil keuntungan. Kombinasi antara usahatani individual dan kolektif adalah usahatani kooperatif yaitu kegiatan yang dilakukan secara kelompok hanya kegiatan tertentu saja.

c. Pola

Pola usaha tani dibedakan menjadi tiga yaitu khusus, tidak khusus dan campuran. Usahatani khusus hanya mengusahakan satu cabang usaha tani saja, sedangkan usahatani tidak khusus mengusahakan beberapa cabang usaha dengan batas yang jelas. Usahatani campuran mengusahakan beberapa cabang usaha tanpa batas yang tegas.

d. Tipe

Menurut tipenya usahatani dibedakan berdasarkan komoditas yang diusahakan. Tipe usahatani juga dapat dilihat berdasarkan cara tanam apakah monokultur, polikultur, atau tumpang sari.

3. Konsep Sistem Produksi

Produksi adalah setiap usaha untuk menciptakan atau memperbesar daya guna barang. Produksi dilakukan dengan menggunakan tenaga manusia, sumber-sumber alam, modal dalam segala bentuknya, serta kecakapan.

Adapun semua unsur tersebut disebut dengan faktor-faktor produksi (Rosyidi 2006 dalam Harianja 2011). Tingkat produksi suatu barang dapat dipengaruhi jumlah modal, jumlah tenaga kerja, dan tingkat teknologi yang digunakan. Teori produksi adalah analisa mengenai cara seorang pengusaha atau produsen dalam teknologi tertentu, dalam memilih dan merancang kombinasi berbagai faktor produksi untuk menghasilkan sejumlah produksi tertentu dengan se-efisien mungkin (Sudarman, 1989). Dalam teori produksi, elemen input masih dapat diuraikan berdasarkan jenis ataupun karakteristik input (Gaspersz, 2005). Secara umum, input dalam sistem produksi adalah sebagai berikut:

- a) Tenaga kerja
- b) Modal atau kapital
- c) Bahan-bahan material atau bahan baku
- d) Sumber energi
- e) Tanah
- f) Informasi
- g) Aspek manajerial atau kemampuan kewirausahawan

Dalam usahatani, modal adalah syarat mutlak dalam berlangsungnya suatu usaha. Modal dapat dibagi menjadi dua, yaitu *land saving capital* dan *labour saving capital*. Modal dikatakan *land saving capital* bila dapat menghemat penggunaan lahan tetapi dapat melipatgandakan hasil produksi, misalnya bibit, pupuk, pestisida, dan intensifikasi. Modal di-katakan *labour saving capital* bila modal menghemat penggunaan tenaga kerja namun dapat melipatgandakan hasil produksi, misalnya traktor, mesin

penggiling, dan sebagainya (Suratiyah, 2008).

4. Sistem Produksi Pembibitan Buah

Benih menurut Undang – undang RI No.12 Tahun 1992 tentang sistem budidaya tanaman Pasal 1 (a) 4 adalah tanaman atau bagiannya yang digunakan untuk memperbanyak atau mengembangbiakkan tanaman. Benih yang telah disemaikan atau yang bukan berupa biji dapat disebut sebagai bibit. Berdasarkan cara perbanyakan, bibit dibagi menjadi dua, yaitu (Setiawan, 1999):

a. Bibit Generatif

Bibit generatif diperoleh dari hasil perbanyakan secara kawin (seksual). Mekanisme perkawinan terjadi pada saat penyerbukan, yaitu kepala putik diserbuki dengan serbuk sari yang berlanjut sampai pembentukan biji. Bibit generatif lebih dikenal konsumen dengan bibit daripada biji, namun ada bibit dari biji yang tidak diperoleh dari hasil perkawinan (biji apomiktik).

b. Bibit vegetatif

Bibit vegetatif diperoleh dari perbanyakan secara tak kawin (aseksual). Bibit yang diperbanyak secara vegetatif dilakukan dalam upaya mendapatkan bibit yang memiliki sifat-sifat yang serupa dengan induknya. Sistem pembiakan vegetatif memungkinkan penggabungan dua atau lebih induk yang masing-masing memiliki sifat tertentu. Sebagai contoh pada bibit sambung atau okulasi, bibit yang dihasilkan dapat memiliki sifat yang baik dari batang atas (misal kualitas buah baik) dan

sifat yang baik dari batang bawah (misal perakaran baik). Dalam melakukan usaha pembibitan buah, ada beberapa teknik produksi yang harus diperhatikan, yaitu persyaratan dan pengelolaan pembibitan. Persyaratan dalam melakukan pembibitan adalah sebagai berikut

(Prastowo, 2006):

a. Lokasi.

Lokasi usaha pembibitan hendaknya dekat dengan sumber air atau memiliki ketersediaan air yang cukup sepanjang tahun, untuk menghadapi musim kemarau. Luas lahan disesuaikan dengan kebutuhan produksi bibit, lokasi lahan datar, teduh, terlindung dari ternak, dan memiliki drainase baik.

b. Kesuburan tanah

Kesuburan tanah diperlukan untuk kebun koleksi pohon induk dan kebun persemaian batang bawah, sehingga pertumbuhan dan produktivitas tanaman dapat optimal. .

c. Kondisi iklim

Daerah yang ideal untuk lokasi kebun pembibitan adalah yang bersuhu udara sejuk, kelembaban udara yang relatif tinggi, serta curah hujan yang cukup. Kondisi tersebut menunjang pertumbuhan awal bibit tanaman.

d. Sumber daya produksi

Sumber daya produksi yang diperlukan adalah manusia yang bersifat terampil, rajin dan cinta tanaman. Sumber daya produksi lainnya yang diperlukan adalah pupuk kandang, *polybag*, paranet, pestisida

dan lain-lain. Kesulitan memperoleh bahan-bahan tersebut terutama berdampak terhadap menurunnya mutu bibit yang dihasilkan atau mahal biaya produksi.

Adapun pengelolaan yang dilakukan dalam usaha pembibitan adalah sebagai berikut (Prastowo, 2006):

a. Media tumbuh

Komposisi media tanam dengan *polybag* dapat digunakan campuran tanah, pupuk kandang dan sekam padi dengan perbandingan 1:1:1.

Ukuran *polybag* yang banyak digunakan di pembibitan buah-buahan biasanya berukuran 15X20 cm (diameter x tinggi) sampai batang bawah dapat disambung atau di-okulasi (sekitar 3-4 bulan setelah tanam biji) (Prastowo, 2006).

Jarak tanam biji (bila pada bedengan) bervariasi tergantung pada besar kecilnya biji. Jarak antar biji dalam barisan pada umumnya adalah 20 - 30 cm dan jarak antar barisan 50 - 70 cm untuk biji-biji besar. Kedalaman tanam biji bergantung ukuran biji dan kondisi tanah. Semakin kecil biji sebaiknya ditanam semakin dangkal. Biji-biji berkulit keras seperti sawo, mangga, jambu mete, perlu diberi perlakuan khusus, misalnya dengan perendaman selama 24 jam atau dikupas sebelum ditanam (Harjadi dkk, 2010).

b. Cara penggantian *polybag*

Polybag lama disobek dengan silet atau pisau secara hati-hati agar media di dalamnya tidak pecah atau berhamburan. Setelah itu,

media lama yang menyelubungi perakaran bibit dikurangi sedikit dan perakaran yang sudah mati atau mengering dipotong dengan gunting setek, kemudian bibit dimasukkan ke dalam *polybag* pengganti. Bibit diatur agar letaknya tepat di tengah *polybag*, kemudian media tumbuh yang baru dimasukkan ke dalam *polybag* sampai hampir menyentuh bibir *polybag* pengganti (Prastowo, 2006).

c. Naungan bibit

Pembibitan perlu dinaungi untuk beberapa jenis tanaman, misalnya bibit manggis, rambutan dan durian. Naungan dapat berupa tanaman hidup seperti lamtoro, turi, gliricidia dan dadap. Naungan juga dapat dibuat dari rumbia dengan konstruksi dari bambu atau bahan lain yang mudah didapat. Adapun untuk naungan berupa pohon, perlu pengelolaan tajuk naungan agar berfungsi efektif, yaitu dengan melakukan pemangkasan (Harjadi dkk, 2010).

d. Tempat pemeliharaan bibit ber-*polybag*

Menggunakan rak yang terbuat dari bilah bambu atau besi dan menggunakan alas dari mulsa plastik hitam perak

e. Pemeliharaan Bibit

Pemeliharaan bibit dilakukan dengan melakukan pengairan, pemupukan, penyemprotan pestisida, dan penyiangan lahan dari rumput pengganggu (gulma)

f. Pengepakan Bibit

Bibit yang dikirim dalam bentuk *stump* (cabutan) dapat dibungkus dengan batang pisang atau bahan lain yang bersifat lembab, sehingga

akarnya tidak kering. Pengepakan bibit yang peka, seperti bibit durian, dapat dilakukan dengan cara mengeluarkan setengah tanahnya, kemudian ditambahkan serbuk kelapa (*cocopit*). Untuk menghilangkan stres, sebelum diangkut bibit diletakkan dahulu di bawah naungan dan disiram untuk adaptasi. Setelah satu minggu biasanya bibit sudah segar kembali dan dapat dipak dalam peti berventilasi untuk dikirim (Prastowo, 2006).

Pengelolaan usaha bibit yang tepat dan sesuai persyaratan juga akan memudahkan petani untuk melakukan proses sertifikasi. Menurut Undang-undang Nomor 13 Tahun 2010, tentang Hortikultura, sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada pelaku usaha, produk, proses, dan usaha hortikultura. Sertifikasi bagi petani bertujuan untuk memelihara kemurnian dan mutu dari varietas unggul dan membantu produsen benih dalam memproduksi benih dengan mutu yang baik. Dari sisi konsumen, bibit yang telah disertifikasi juga lebih terjamin mutunya dan mengurangi resiko gagal panen. Kenyataan di lapangan adalah tidak semua petani dapat melakukan proses sertifikasi, karena permohonan sertifikasi hanya dapat dilakukan oleh penangkar benih yang telah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan.

5. Sistem Pemasaran

a. Konsep Pemasaran

Menurut McCarty dan Perreault (1995), masyarakat membutuhkan sistem pemasaran tertentu untuk mengorganisasikan usaha dari semua

produsen dan perantara untuk memenuhi beragam kebutuhan hidup. Pemasaran didefinisikan oleh McCarty dan Perreault (1995) sebagai proses sosial yang terdiri dari sekumpulan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga.

Menurut *American Marketing Association* dalam Kotler (2009) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, memberikan nilai kepada pelanggan, dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial maupun manajerial dengan melibatkan kegiatan-kegiatan bisnis sehingga tercapainya tujuan individu/perusahaan berupa keuntungan dan terpenuhinya kebutuhan konsumen.

Sistem adalah beberapa elemen yang saling berkaitan dan terpadu yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Sistem pemasaran mencakup lembaga-lembaga yang terlibat dan saling mempengaruhi di dalam kegiatan pemasaran barang ataupun jasa.

Mengkaji permasalahan yang terjadi dalam sistem pemasaran dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan, yaitu (Hanafiah, 1983 dalam Listianingsih, 2008):

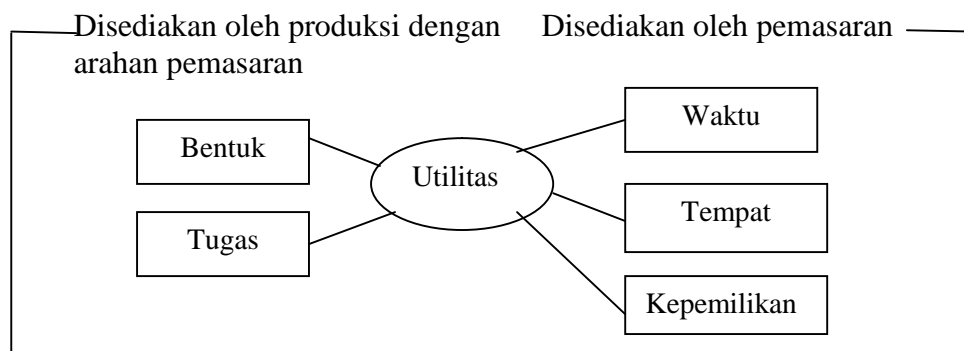
- 1) Pendekatan Serba Fungsi, yaitu pendekatan dengan mempelajari jenis usaha oleh pelaku pemasaran, bagaimana cara melakukan kegiatan pemasaran, mengapa dilakukan, dan siapa saja pelaku

pemasaran yang terlibat.

- 2) Pendekatan Serba Lembaga yaitu pendekatan dengan mempelajari berbagai macam lembaga pemasaran, bagaimana tugas tersebut dilakukan, dan barang apa saja yang dikendalikan.
- 3) Pendekatan Serba Barang, yaitu pendekatan dengan mempelajari sumber barang dan berbagai barang yang dipasarkan.

b. Kaitan Pemasaran dan Produksi

Menurut McCarty dan Perreault (1995), produksi dan pemasaran adalah dua hal yang sangat penting dari suatu bisnis total yang diarahkan pada penyediaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan konsumen.



Gambar 1. Macam-macam Utilitas dan Bagaimana Mereka Disediakan

Dari gambar tersebut dapat terlihat bahwa produksi dan pemasaran menyediakan lima macam utilitas secara bersama-sama. Keputusan pemasaran difokuskan kepada kebutuhan pelanggan, sehingga mengarahkan kepada produk apa yang harus diciptakan dan ditawarkan. Produk yang dapat diterima dengan baik oleh konsumen berpengaruh pada volume penjualan dan secara tidak langsung mengarahkan utilitas

bentuk dan tugas yang harus disediakan produksi. Volume penjualan yang menguntungkan akibat pemasaran juga akan menyebabkan perolehan penerimaan memperbaiki kondisi perekonomian suatu produsen, perusahaan atau organisasi.

6. Konsep Efisiensi Pemasaran

Petani akan berhadapan dengan berbagai alternatif yang harus diputuskan, misalnya komoditas apa yang akan diusahakan, menentukan berproduksi, biaya, sarana produksi, mengusahakan permodalan, dan sebagainya.

Penting bagi setiap petani untuk memperhatikan kegiatan usaha taninya agar dapat efisien. Dalam ilmu ekonomi, pengertian efisien dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu (Hanafie, 2010 dalam Zuandri 2016):

a. Efisiensi teknis

Tercapai bila petani mampu mengalokasikan faktor produksi dengan sedemikian rupa, sehingga produksi yang tinggi dapat tercapai.

b. Efisiensi Harga

Tercapai bila petani mendapatkan keuntungan yang besar dari usaha taninya, misalnya karena pengaruh harga, maka petani tersebut dikatakan dapat mengalokasikan faktor produksinya secara efisien.

Kondisi ini dapat didapatkan dengan membeli faktor produksi pada harga yang murah dan menjual hasil pada saat harga yang relatif tinggi.

c. Efisiensi ekonomi

Tercapai bila petani mampu meningkatkan produksinya dengan harga faktor produksi yang dapat ditekan, tetapi dapat menjual produksinya

dengan harga yang tinggi. Dengan demikian, petani telah melakukan efisiensi teknis dan efisiensi harga secara bersamaan (efisiensi ekonomi).

Analisis terhadap sistem atau organisasi pasar dapat dilakukan dengan model S-C-P (*structure, conduct dan performance*) (Bressler and King, 1970 dalam Hasyim, 2012). Hubungan dari ketiga variabel tersebut adalah hubungan linier di mana struktur mempengaruhi perilaku kemudian perilaku mempengaruhi kinerja. Berdasarkan teori tersebut maka sistem pasar dikelompokkan ke dalam tiga komponen, yaitu struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar.

7. Struktur pasar

Struktur pasar (*market structure*) merupakan gambaran yang menghubungkan antara penjual dan pembeli bila dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, distribusi dalam berbagai konsentrasi, diferensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar (*entry condition*). Menurut Bressler and King (1970) dalam Hasyim (2012), struktur pasar yang efisien ditentukan oleh beberapa kriteria, yaitu:

- a. Jumlah pembeli dan penjual harus banyak agar menjamin intensitas persaingan terutama dalam harga dan mutu komoditas
- b. Lembaga-lembaga tataniaga memiliki kebebasan masuk dan keluar dari aktivitas tataniaga,
- c. Jumlah pembeli yang memadai agar dapat meningkatkan efisiensi investasi tataniaga komoditas pertanian

Arsyad (2000) menjelaskan bahwa struktur pasar dapat menggambarkan tingkat persaingan di suatu pasar barang atau jasa. Pasar dapat dikelompokkan menjadi empat macam pasar, yaitu:

1) Pasar Persaingan Sempurna

Struktur pasar jenis ini dicirikan oleh adanya jumlah pembeli dan penjual yang banyak, produk yang homogen, adanya kebebasan keluar masuk pasar, dan adanya informasi sempurna (tentang biaya, harga, dan kualitas) yang diketahui oleh pembeli dan penjual di pasar.

2) Pasar Monopoli

Pasar monopoli dicirikan dengan adanya penjual tunggal dari suatu barang yang tidak memiliki substitusi, adanya faktor-faktor penghalang masuk pasar, dan kemampuan untuk diskriminasi harga.

3) Pasar Monopolistik

Pada pasar monopolistik, jumlah perusahaan sangat banyak dan semuanya memproduksi produk dasar yang sama, namun setiap perusahaan dianggap dapat membeda-bedakan produknya paling tidak beberapa tingkat dari produk pesaingnya.

4) Pasar Oligopoli

Struktur pasar oligopoli biasanya terjadi dalam industri dengan wilayah pasar yang relatif kecil. Dalam pasar ini hanya terdapat sedikit penjual dan pembeli. Dalam pasar oligopoli akan sangat menguntungkan bila semua perusahaan bersatu dan menentukan harga secara bersama-sama.

Struktur pasar dengan persaingan tidak sempurna menurut Hasyim (2012) dibedakan menjadi pasar monopsoni dan oligopsoni. Pasar

monopsoni terdiri dari pembeli tunggal dengan penjual yang banyak, sedangkan oligopsoni dicirikan oleh pembeli yang lebih dari satu tapi tidak sebanyak dengan penjual. Struktur pasar dari sudut penjual dibedakan menjadi monopoli dan oligopoli. Pasar oligopoli ditandai dengan adanya sejumlah kecil perusahaan yang memproduksi hampir semua output industri dan mempunyai keputusan yang saling mempengaruhi, sedangkan pasar monopoli dicirikan dengan penjual yang tunggal dengan jumlah pembeli yang banyak. .

8. Perilaku pasar

Perilaku Pasar (*market conduct*) merupakan gambaran tingkah laku lembaga pemasaran dalam menghadapi struktur pasar, dengan maksud mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Azzaino (1981) dalam Listianingsih (2008), mengemukakan tingkah laku pasar adalah tingkah laku perusahaan dalam suatu pasar tertentu, yaitu bentuk keputusan apa yang sebaiknya diambil manager dalam struktur pasar yang berbeda.

9. Keragaan pasar

Keragaan pasar (*market performance*) adalah gejala pasar yang tampak akibat interaksi antara struktur pasar (*market structure*) dan perilaku pasar (*market conduct*) sehari-hari. Keragaan pasar ditunjukkan dengan harga, biaya dan volume produksi yang akhirnya memberikan penilaian baik atau tidaknya suatu sistem pemasaran. Crawford (1997) dalam Enible et al. (2008) menjelaskan bahwa market performance dapat diukur dari bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*).

Beierlein dan Michael (1996) berpendapat bahwa struktur pasar dan perilaku perusahaan tercermin dalam *market performance* secara keseluruhan. Menurut Azzaino, (1985) *market performance* dapat dilihat dari tingkat harga, margin, keuntungan, investasi dan pengembangan produk

Untuk menganalisis keragaan pasar digunakan beberapa indikator, yaitu:

a. Saluran pemasaran

Menurut Sudiyono (2004), lembaga pemasaran adalah suatu badan usaha atau individu yang menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lain. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin.

Lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran dapat diidentifikasi sebagai berikut (Sudiyono, 2004):

- 1) Tengkulak adalah lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, tengkulak ini melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijon maupun kontrak pembelian.
- 2) Pedagang besar adalah pedagang yang melakukan proses konsentrasi (pengumpulan) komoditi dari pedagang-pedagang pengumpul, serta melakukan proses distribusi (penyebaran) ke agen penjualan ataupun pengecer.
- 3) Agen penjualan, produk pertanian yang belum ataupun sudah meng-

alami proses pengolahan ditingkat pedagang besar harus didistribusikan kepada agen penjualan maupun pengecer.

- 4) Pengecer, adalah lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen. Pengecer merupakan ujung tombak dari suatu proses produksi yang bersifat komersil, artinya kelanjutan proses produksi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran adalah tergantung dari aktivitas pengecer dalam menjual produknya kepada konsumen.
- 5) Konsumen (Pabrik) adalah suatu bangunan industri besar dimana ada orang-orang yang mengawasi atau mengolah suatu produk menjadi produk lain yang mempunyai nilai tambah. Pabrik mengumpulkan tenaga kerja, sumber daya alam, modal, dan mesin industri.

Menurut Swastha (2002), saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri.

Distribusi itu sendiri adalah kegiatan pemasaran yang berusaha untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan)

(Tjiptono, 2008).

Saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir. Saluran pemasaran berfungsi untuk

menggerakkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari mereka yang memerlukan atau menginginkannya (Kotler, 2008). Dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah sekelompok pedagang, agen, atau organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses menyediakan produk atau jasa untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu.

Panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui oleh suatu hasil komoditas pertanian tergantung pada beberapa faktor, yaitu :

1) Jarak antara produsen dan konsumen

Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen, semakin panjang saluran yang ditempuh produk, begitupula sebaliknya.

2) Cepat tidaknya produk rusak

Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen, sehingga menghendaki saluran pemasaran yang pendek dan cepat.

3) Skala produksi

Bila produksi berlangsung dengan ukuran-ukuran kecil, maka jumlah yang dihasilkan berukuran kecil pula, hal ini tidak menguntungkan bila produsen langsung menjual ke pasar. (Rahim, 2007).

Dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi harus melalui pertimbangan yang baik, agar kegiatan dapat berjalan dengan baik pula. Para pemakai saluran pemasaran harus mampu melakukan

sejumlah tugas penting, yaitu sebagai berikut (Kotler, 1997):

1) Informasi

Yaitu mengumpulkan informasi penting tentang konsumen dan pesaing untuk merencanakan dan membantu pertukaran, misalnya dengan melakukan riset pemasaran tentang potensi pasar, pesaing, kekuatan dan kelemahan dalam lingkungan pemasaran.

2) Promosi

Yaitu melakukan pengembangan dan komunikasi persuasif tentang produk yang ditawarkan.

3) Negosiasi

Yaitu usaha menyepakati harga hingga mencapai persetujuan akhir dan hal-hal lain yang berhubungan dengan perpindahan kepemilikan.

4) Order

Yaitu komunikasi saluran ke belakang mengenai minat membeli oleh anggota saluran pemasaran ke produsen

5) Pembayaran

Yaitu arus pembayaran atau uang kepada penjual atas jasa atau produk atau jasa yang telah diserahkan melalui bank atau lembaga keuangan lainnya.

6) Kepemilikan

Yaitu perpindahan kepemilikan / arus kepemilikan dari suatu lembaga pemasaran ke lembaga pemasaran lainnya.

7) Kepemilikan Fisik

Yaitu mengangkut dan menyimpan barang-barang dari bahan mentah

hingga barang jadi dan akhirnya sampai ke konsumen akhir.

8) Pembiayaan

Yaitu permintaan dan penyebaran dana untuk menutup biaya-biaya saluran pemasaran tersebut.

9) Pengambilan resiko.

Yaitu menanggung resiko yang berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran distribusi tersebut.

Menurut Saladin (2006) beberapa bentuk saluran distribusi adalah sebagai berikut :

1) Saluran Nol Tingkat Atau Saluran Pemasaran langsung (*A Zero Levels Channel Or Direct Marketing Channel*)

Yaitu produsen menjual langsung ke konsumen.

2) Saluran Satu Tingkat (*A One-Level Channel*)

Yaitu penjualan melalui satu perantara.

3) Saluran Dua Tingkat (*Two-Level Channel*)

Yaitu penjualan yang mempunyai dua perantara penjualan.

4) Saluran Tiga Tingkat (*A Three-Level Channel*)

Yaitu penjualan yang mempunyai tiga perantara.

5) Saluran Aneka Tingkat (*Higher Level Channel*)

Yaitu saluran distribusi yang mempunyai lebih dari tiga tingkat

Semakin panjang rantai tata niaga dan semakin besar biaya pemasaran komoditi tersebut. Secara teknis dapat dikatakan bahwa semakin pendek rantai tata niaga suatu barang hasil pertanian, maka:

- biaya tata niaga semakin rendah,

- margin tata niaga juga semakin rendah,
- harga yang harus dibayarkan konsumen semakin rendah,
- harga yang diterima produsen semakin tinggi (Daniel, 2002).

b. Pangsa produsen

Pangsa produsen atau *producer share* (PS) bertujuan untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani (produsen). Apabila PS semakin tinggi, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. *Producer share* atau *Farmer's share* adalah perbandingan antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir, dan sering dinyatakan dalam persentase (Limbong dan Panggabean, 1988: 188). (Gultom, 1996).

Untuk mengetahui share harga yang diterima petani dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$SPf = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

Keterangan:

SPf = share harga di tingkat petani;

Pf = harga di tingkat petani;

Pr = harga di tingkat konsumen (Sihombing, 2011).

Menurut Alhusniduki (1991), share biaya pemasaran dan share keuntungan dapat pula digunakan untuk meng-analisis efisiensi pemasaran dengan formulasi sebagai berikut:

$$SKi = (Ki) / (Pr - Pf) \times 100 \%$$

$$S_{bi} = (B_i) / (P_r - P_f) \times 100 \%$$

keterangan:

S_{ki} = share keuntungan lembaga pemasaran ke i ;

S_{bi} = share biaya pemasaran ke i .

Dengan kriteria sebagai berikut:

Apabila perbandingan share keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses efisien pemasaran merata, maka sistem pemasarannya dikatakan efisien.

c. Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen, tetapi dapat juga didefinisikan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen hingga tingkat konsumen akhir (Hasyim, 2012).

Aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran mengakibatkan adanya perbedaan harga ditingkat produsen dan di tingkat konsumen. Komponen marjin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut dengan biaya pemasaran atau biaya fungsional dan keuntungan lembaga pemasaran (Sudiyono, 2004).

Dalam melakukan analisis marjin pemasaran dapat digunakan rumus sebagai berikut (Mustadjab, 2008):

$$MP = P_r - P_f$$

Atau:

$$MP = \sum_{i=1}^n B_{pi} + \sum_{i=1}^n K_{pi}$$

$$B_{pi} = \sum_{i=1}^n b_{ij}$$

$$K_{pi} = P_{ij} - P_{bi} - \sum_{i=1}^n b_{ij}$$

Keterangan:

MP = margin pemasaran (Rp/kg);

Pr = harga konsumen (Rp/kg);

Pf = harga produsen (Rp/kg);

B_{pi} = biaya lembaga pemasaran ke i (Rp/ kg);

K_{pi} = keuntungan pemasaran ke i (Rp/ kg);

P_{ij} = harga jual lembaga pemasaran ke i (Rp/kg);

P_{bi} = harga beli lembaga pemasaran ke i (Rp/kg);

B_{ij} = biaya pemasaran lembaga pemasaran ke i dari berbagai jenis biaya dari biaya ke j = 1 sampai ke n.

Biaya pemasaran dapat diartikan biaya-biaya yang dikeluarkan sejak produk jadi dikirimkan kepada pembeli sampai produk diterima oleh pembeli. Biaya pemasaran terdiri dari semua jenis pengeluaran yang dikorbankan oleh setiap lembaga pemasaran yang berperan secara langsung ataupun tidak langsung dalam proses perpindahan barang dan keuntungan (*profit margin*) yang diambil oleh lembaga tataniaga tersebut. Biaya pemasaran terjadi sebagai konsekuensi logis dari

fungsi-fungsi pemasaran. Menurut Mulyadi (2005) fungsi pemasaran, biaya pemasaran dapat digolongkan sebagai berikut :

1) Biaya fungsi penjualan

Biaya fungsi penjualan terdiri dari gaji karyawan fungsi penjualan, biaya depresiasi kantor, biaya sewa kantor.

5) Biaya fungsi advertensi terdiri dari gaji karyawan fungsi advertensi, biaya iklan, biaya pameran, biaya promosi, biaya contoh (*cost of samples*).

6) Biaya fungsi pergudangan

Biaya fungsi pergudangan terdiri dari gaji karyawan bagian gudang, biaya depresiasi gedung, dan biaya sewa gudang.

7) Biaya fungsi pembungkusan dan pengiriman

Biaya fungsi pembungkusan dan pengiriman terdiri dari biaya karyawan, biaya bahan untuk pembungkus, biaya pengiriman, biaya depresiasi kendaraan, biaya operasi kendaraan.

8) Biaya fungsi kredit dan penagihan

Biaya fungsi kredit dan penagihan terdiri dari gaji karyawan bagian penagihan, kerugian penghapusan piutang, potongan tunai.

9) Biaya fungsi akuntansi pemasaran

Biaya fungsi pemasaran terdiri dari gaji karyawan fungsi akuntansi pemasaran dan biaya kantor.

Biaya pemasaran ini menjadi bagian tambahan harga pada barang-barang yang harus ditanggung oleh konsumen. Biaya pemasaran yang

tinggi akan membawa efek kepada harga beli konsumen. Disamping itu, biaya tataniaga yang tinggi juga akan membuat sistem pemasaran kurang/tidak efisien (Gultom, 1996).

d. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis diharapkan pencapaian tujuan pemasaran. Beberapa aktivitas yang dilakukan dalam strategi pemasaran adalah segmentasi pasar, pentarget-an pasar, dan pemosisian pasar (Suharno dan Sutarso, 2010):

- 1) Segmentasi Pasar, yaitu membagi pasar kedalam bagian pasar yang lebih homogen yang memiliki kebutuhan, keinginan, dan karakteristik yang berbeda.
- 2) Pentargetan Pasar, yaitu proses mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dan memilih satu atau beberapa segmen untuk dilayani kebutuhannya.
- 3) Pemosisian Pasar, yaitu mengarahkan produk agar melekat dibenak target pasar, berbeda, dan menarik dibandingkan pesaing.

Menurut Suharno dan Sutarso (2010) bauran pemasaran adalah kumpulan aktivitas pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran, dimana masing-masing segmen memerlukan bauran pemasaran yang berbeda. Bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Masing masing variabel akan diuraikan sebagai berikut (Swastha, 2002):

a) Produk

Pengelolaan produk diperlukan adanya pedoman untuk mengubah

produk yang ada, menambah produk yang baru, atau mengambil tindakan lain yang dapat mempengaruhi kebijaksanaan dalam penentuan produk

b) Harga

Dalam kebijaksanaan harga, manajemen harus menentukan harga dasar, menentukan kebijaksanaan menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos kirim, dan sebagainya.

c) Distribusi

Sebagian dari tugas distribusi adalah memilih perantara yang akan digunakan serta mengembangkan saluran distribusi.

d) Promosi

Promosi dilakukan untuk memberitahu dan mempengaruhi pasar, misalnya periklanan, *personal selling*, promosi, dan publisitas.

10. Kajian penelitian terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu tentang pembibitan, khususnya bibit tanaman dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Penelitian terdahulu mengenai pembibitan tanaman.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Nugroho Hery Prastowo, Sumarji	Strategi Pengembangan Sentra Agribisnis Pembibitan Tanaman Durian (<i>Durio zibenthinus</i>), Di Bogor, Jawa barat	Metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Analisis SWOT atau <i>Strengts, Weaknesses, Opportunities dan Threats</i>	1) Agroekologi yang cocok untuk pembenihan dipadukan dengan sumber daya manusia yang tinggi akan mampu menciptakan strategi pemasaran dan jaringan pasar serta mampu mengikuti tren pasar benih tanaman buah. 2) Ketersedian batang atas dan batang bawah yang banyak dan unggul dipadukan adopsi teknologi perbanyakan vegetatif serta introduksi benih unggul baru akan menciptakan produksi benih yang unggul dalam kualitas dan kuantitasnya. 3) Produksi benih semakin unggul apabila didukung oleh tersedianya sarana produksi dan didukung kebijakan pemerintah yang memihak kepada penangkar benih.
2	Rifa Atul Maulidah	Analisis Penetapan Harga Pokok Produksi Bibit Tanaman Rambutan (<i>Nephelium lappaceum, L</i>) pada Kebun Bibit Ragunan, Jakarta Selatan	Analisis kualitatif dan kuantitatif. Menggunakan metode <i>full costing</i> dan <i>variable costing</i>	Harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> adalah Rp 36.576.317,-. Sedangkan HPP dengan <i>variable costing</i> sebesar Rp 31.282.883,-.
3	Brian Pravilia Munata Gita Natalis Rasai Kinasih	Sistem Pengendalian Mutu Pembibitan Jati Plus Perhutani Di KPH Blitar	Analisis deskriptif dan menggunakan metode perhitungan NPS atau (Normal Progress Schedule).	Berdasarkan hasil perhitungan NPS, KPH Blitar berhasil menekan tingkat kematian pada pembibitan jati plus perhutani di tahun 2012, dari standart yang ditetapkan sebesar 25% menjadi 20,96% dengan perincian sebagai berikut, Induksi 15 %, Aklimatisasi 2,08 %, Shading 1,8 %, Open 2,08 %

4	Jati Wisnuarum	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani dalam Mengadopsi Inovasi Pembibitan	Metode deskriptif dan pengambilan sampel disproporsional . Analisis logistik (model logit) binomial.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa luas lahan , keuntungan dan pengalaman petani mempengaruhi untuk mengadopsi inovasi pembibitan.
5	Orchida Indahwaty T	Analisis Usahatani dan Saluran Pemasaran Pembibitan Tanaman Buah di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai	Metode analisis data yang digunakan adalah secara deskriptif dan menggunakan R/C Ratio (Revenue/Cost Ratio)	Pengelolaan usahatani pembibitan tanaman buah sudah intensif.Penerimaan, Pendapatan Bersih pembibitan tanaman rambutan lebih tinggi daripada pembibitan tanaman durian dan mangga. Usahatani pembibitan tanaman buah tersebut layak untuk diusahakan.Hanya terdapat dua saluran pemasaran bibit tanaman buah di daerah penelitian.
6	Sry Artawati Manik	Analisis Kelayakan Usaha Pembibitan Durian Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	Analisis deskriptif kualitatif untuk menjelaskan aspek pemasaran Menganalisis kelayakan finansial dengan <i>Gross B/C, Net B/C, Net Present Value, Internal Rate of Return.</i>	Usaha pembibitan durian ditinjau dari aspek finansial layak diusahakan dan dikembangkan. Usaha pembibitan durian di Desa Tulusrejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur masih tetap layak terhadap kenaikan biaya produksi sebesar 10%, penurunan harga jual bibit sebesar 10%, dan penurunan produksi pembibitan durian sebesar 10%.
7	Idrus, Abdul Kholik Hidayah, dan Ismail Bakrie	Analisa Finansial Pada Usaha Persemaian Bibit Ulin Oleh Masyarakat di	Metode penelitian dengn melakukan perhitungan terhadap	Rata-rata penerimaan usaha bibit Ulin dengan luas lahan 0,10 hektar Sebesar Rp 143.000.000,00, pendapatan sebesar Rp 92.523.701,67, dan

		Kelurahan Sungai Merdeka Kecamatan Samboja	total biaya, total penerimaan, pendapatan dan rasio R/C	keuntungan sebesar Rp 92.057.535,00. Usaha bibit Ulin layak diusahakan yaitu dilihat dari R/C rasio 2,81; Produksi > BEP volume produksi (28.600 >1.521) dan harga jual > dari BEP Harga (5.000 > 1.781)
8	Delianne Savitri	Analisis Usaha Tani dan Pemasaran Bibit Karet Rakyat (Hevea brasilliensis Muell Arg.) Studi Kasus : Desa Naga Jaya I, Kecamatan Bandar Huluan, Kabupaten Simalungun	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis R/C ratio, <i>Break Event Point</i> (BEP), Konsentrasi Ratio, Rantai Pemasaran, <i>Marketing Margin</i> ; <i>Price Spread</i> dan <i>Share Margin</i>	Nilai R/C <i>ratio</i> usahatani bibit karet rakyat sebesar 4,37 (nilai R/C>1), yang artinya layak untuk diusahakan. Nilai <i>Break Event Point</i> (BEP) usahatani bibit karet rakyat pada BEP volume produksi dan BEP harga produksi berada pada titik impas. Dalam Rantai Pemasaran terdapat 3 lembaga yang terlibat yaitu petani, pedagang, konsumen. Konsentrasi Ratio menghasilkan struktur pasar usahatani bibit karet rakyat adalah oligopsoni konsentrasi sedang. <i>Marketing Margin</i> , <i>Price Spread</i> dan <i>Share Margin</i> dalam usahatani bibit karet rakyat menunjukkan adanya perbedaan
9	Dedeh Ismayanti	Pengembangan Agrowisata Balai Benih Induk Hortikultura Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	Teknik analisis data dengan cara deskriptif kualitatif, data akan dianalisis dengan analisis SWOT.	Terdapat empat jenis alternatif strategi pengembangan agrowisata BBIH yaitu, strategi SO (<i>Strength and Opportunities</i>), strategi WO (<i>Weakness and Oppotunities</i>), strategi ST (<i>Strength and Threats</i>), dan strategi WT (<i>Weakness and Threaths</i>). Keberhasilan pengembangan pariwisata ditentukan oleh 3 faktor yaitu, tersedianya objek dan daya tarik wisata, adanya fasilitas <i>accessibility</i> , dan terjadinya fasilitas <i>amenities</i> .

Pada Tabel 5 terlihat bahwa perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah selain menganalisis sistem produksi, penelitian ini juga menganalisis sistem pemasaran pada usaha pembibitan tanaman buah-buahan. Hasil penelitian tersebut nantinya dapat menggambarkan sistem produksi dan efisiensi pemasaran yang ada pada usaha pembibitan tanaman di Kecamatan Pekalongan melalui pendekatan struktur, perilaku, dan keragaan pasar.

B. Kerangka Pemikiran

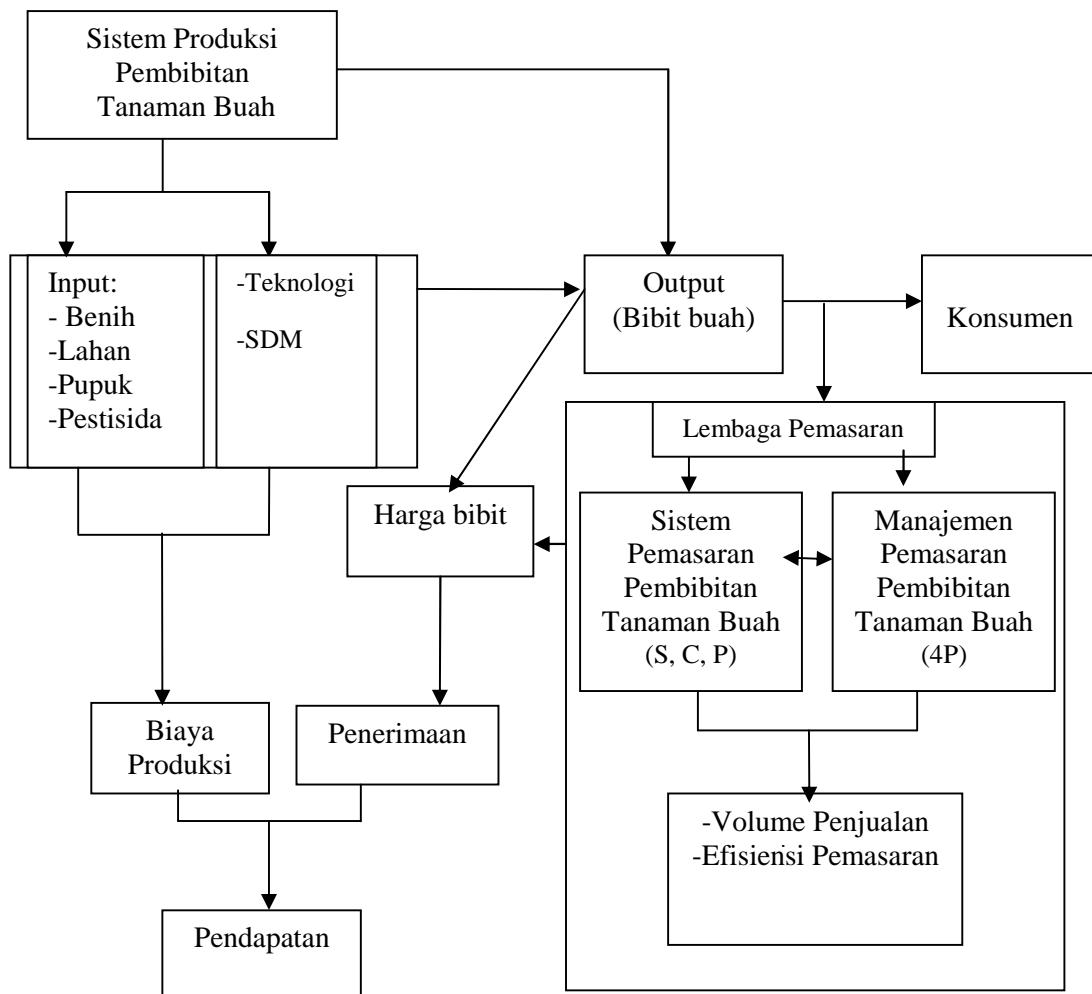
Bibit tanaman merupakan salah satu faktor produksi yang sangat menentukan kuantitas dan kualitas produksi. Sistem produksi yang baik dan sesuai prosedur dalam usaha pembibitan adalah penting untuk diterapkan oleh setiap petani bibit buah agar hasil produksi dapat bersaing di pasar lokal maupun nasional. Sistem produksi tersebut terbagi menjadi beberapa aspek, yaitu input (benih, lahan, pupuk, pestisida), teknologi, sumber daya manusia, dan output bibit buah itu sendiri. Penelitian ini akan mengkaji pendapatan petani bibit buah yang dilakukan dengan perhitungan penerimaan (harga bibit dikali jumlah bibit yang terjual) dengan biaya produksi yang dikeluarkan atas faktor-faktor produksi.

Dari segi pasar, harga bibit tanaman buah sangat fluktuatif mengikuti selera pasar. Dengan demikian, petani cenderung melakukan penanaman bibit lebih dari satu komoditas dengan harapan salah satu komoditas memiliki harga yang relatif tinggi. Di sisi lain, kelompok tani yang menaungi usaha pembibitan tanaman buah telah vakum sehingga tidak ada kesepakatan khusus

antar petani dalam aspek harga. Dalam teori ekonomi, ketika *supply* komoditas tertentu sedang tinggi, maka harga pada komoditas tersebut menjadi turun.

Untuk melakukan pengembangan daerah Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur sebagai sentra produksi bibit khususnya tanaman hortikultura buah-buahan, perlu diketahui sejauh mana sistem produksi dan sistem pemasaran yang telah berjalan dan tingkat efisiensi. Penelitian dimaksudkan untuk mengevaluasi sistem produksi yang berlangsung dan hambatan-hambatan yang terjadi, serta mengetahui sistem pemasaran yang ada dan tingkat efisiensi pemasaran yang berlangsung serta hambatan-hambatan yang terjadi.

Sistem pemasaran bibit buah dianalisis dengan metode SCP, yaitu mengkaji aspek struktur, keragaan, dan perilaku pasar untuk melihat efisiensi pemasaran pada setiap lembaga pemasaran. Adapun kerangka pemikiran analisis sistem produksi dan sistem pemasaran bibit tanaman buah-buahan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka pemikiran analisis sistem produksi dan sistem pemasaran bibit tanaman buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional variabel-variabel yang akan dianalisis adalah sebagai berikut:

Sistem produksi adalah integrasi aspek input, tenaga kerja, informasi, teknologi, dan transformasi hingga menjadi bibit yang dapat dijual.

Input variabel adalah faktor-faktor produksi dan sumber daya lain yang digunakan untuk menghasilkan bibit tanaman buah, yang jumlahnya selalu berubah apabila output berubah. Input variabel berupa benih, pupuk, *polybag*, tenaga kerja, keranjang, mata okulasi, dan pestisida.

Input tetap adalah faktor-faktor produksi dan sumber daya lain yang digunakan untuk menghasilkan bibit tanaman buah, yang jumlahnya selalu tetap meskipun jumlah outputnya berubah. Input tetap dapat berupa sewa lahan dan alat-alat pembibitan.

Jumlah tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja yang dicurahkan baik dari dalam keluarga maupun luar keluarga selama satu tahun proses produksi, diukur dalam satuan hari orang kerja (HOK).

Biaya variabel adalah biaya-biaya yang tergantung pada jumlah output yang diproduksi. Biaya variabel mencakup benih, pupuk, *polybag*, tenaga kerja, keranjang, mata okulasi, dan pestisida (Rp).

Biaya tetap adalah biaya-biaya yang tidak tergantung pada jumlah output yang diproduksi. Biaya tetap mencakup sewa lahan, dan biaya penyusutan (Rp).

Biaya total adalah keseluruhan biaya-biaya yang dikeluarkan, mencakup biaya tetap dan biaya variabel (Rp).

Output adalah bibit tanaman buah yang dihasilkan selama satu tahun proses produksi (pohon).

Produksi bibit adalah jumlah bibit tanaman buah yang dihasilkan petani dalam satu tahun periode produksi yang diukur dalam satuan bibit (pohon).

Harga jual petani adalah harga yang diterima petani dari lembaga pemasaran lain atau konsumen (Rp/bibit).

Harga jual pedagang pengumpul /penangkar adalah harga yang diterima pengumpul/penangkar dari lembaga pemasaran yang lain atau konsumen (Rp/bibit).

Harga jual pedagang pengecer adalah harga yang diterima oleh pedagang pengecer dari konsumen (Rp/bibit).

Biaya pemasaran adalah biaya yang berhubungan dengan biaya-biaya yang

digunakan untuk menjalankan fungsi pemasaran bibit oleh lembaga pemasaran dalam satuan periode tertentu. Biaya pemasaran dapat berupa biaya komunikasi, biaya tenaga kerja dan biaya pengangkutan (Rp/bibit)

Saluran pemasaran adalah sekumpulan pedagang, lembaga, atau organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses menyediakan bibit hingga sampai ketangan pembeli.

Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat konsumen dengan harga ditingkat produsen dan dari lembaga pemasaran ke lembaga pemasaran yang lain (Rp/bibit).

Volume jual adalah banyaknya (jumlah) bibit yang dapat dijual dari produsen sampai konsumen akhir (bibit).

Penerimaan merupakan sejumlah uang yang diterima dari penjualan bibit dengan mengalikan jumlah bibit yang dihasilkan dengan harga yang berlaku yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan petani adalah selisih antara nilai penerimaan dikurangi dengan biaya total (Rp/tahun).

Keuntungan lembaga pemasaran adalah selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian yang ditambah dengan biaya-biaya pemasaran (Rp).

B. Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur

karena merupakan salah satu sentra bibit tanaman buah-buahan di Provinsi Lampung. Berdasarkan data yang diperoleh di BP4K Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur diperoleh jumlah populasi petani bibit tanaman buah di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur sebanyak 72 kk. Adapun responden paling banyak terdapat pada desa Tulus Rejo yang menjadi pusat pembibitan tanaman buah di Kecamatan Pekalongan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Berdasarkan jumlah populasi petani bibit tanaman buah tersebut, maka sampel untuk penelitian diambil dengan menggunakan sebanyak 30 kk dengan kriteria inklusi dan eksklusi (Arikunto, 2010). Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kriteria inklusi adalah kriteria untuk menyaring populasi sehingga didapatkan responden yang tepat untuk penelitian, kriteria tersebut adalah:
 - a. Petani bibit masih aktif melakukan kegiatan produksi saat penelitian berlangsung
 - b. Petani bibit minimal memiliki 3 variasi jenis bibit tanaman buah
 - c. Petani bibit minimal memproduksi lebih dari 5000 bibit buah.
2. Kriteria eksklusi adalah kriteria untuk mengeluarkan anggota responden dari populasi karena sesuatu yang bersifat teknis sehingga tidak tepat sebagai responden penelitian, kriteria tersebut adalah:
 - a. Petani bibit sedang tidak aktif melakukan kegiatan produksi saat penelitian berlangsung.

- b. Petani bibit memiliki kurang dari 3 variasi jenis bibit tanaman buah.
- c. Petani bibit tidak bersedia sebagai responden penelitian

Adapun waktu penelitian dilakukan pada Bulan Juli sampai dengan Agustus 2016.

C. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pelaku usaha melalui penggunaan kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah dipersiapkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik, Balai Penyuluhan Pertanian, Perkebunan, Perikanan dan Kehutanan, UPTD Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih Tanaman & Hortikultura, serta literatur yang berhubungan dengan objek penelitian.

D. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Alat analisis untuk menjawab tujuan pertama

Tujuan pertama penelitian yaitu mengetahui sistem produksi, dilakukan dengan cara menganalisis dan mengamati integrasi aspek input, tenaga kerja, informasi, teknologi, dan transformasi hingga menjadi bibit yang dapat dijual. Adapun untuk mengetahui besaran pendapatan usaha pembibitan buah-buahan dilakukan dengan menggunakan analisis biaya dan pendapatan dengan dengan metode R/C. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Suratiah, 2008):

$$a) \pi = TR - TC$$

$$TR = T_y \times H_y$$

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

π = keuntungan/pendapatan

TR = *total revenue* (total penerimaan)

TC = *total cost* (total pengeluaran)

T_y = jumlah bibit

H_y = harga bibit

TVC = total biaya variabel (harga input x jumlah Input)

TFC = total biaya tetap

b) R/C ratio

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

TR = *total revenue* (total penerimaan)

TC = *total cost* (total pengeluaran)

Kriteria:

$R/C > 1$ Usaha sudah berjalan dengan efisien dan menguntungkan

$R/C = 1$ Usaha berada pada titik impas

$R/C < 1$ Usaha tidak layak/tidak menguntungkan

Semakin besar nilai R/C maka usaha pembibitan tersebut semakin efisien.

2. Analisis data untuk menjawab tujuan ke dua yaitu dengan menggunakan model S-C-P (*structure, conduct, dan performance*) atau struktur, perilaku dan keragaan pasar pada setiap saluran pemasaran yang terlibat (Hasyim, 2012) dan menganalisis strategi dan bauran pemasaran secara deskriptif.

a. Struktur Pasar

Struktur pasar dapat dianalisis dengan melihat jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar.

b. Perilaku Pasar

Analisis perilaku pasar dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan meninjau proses transaksi dan pembentukan harga yang terjadi pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat di sentra bibit Kecamatan Pekalongan.

c. Keragaan Pasar

Keragaan pasar merupakan suatu gejala pasar yang tampak akibat interaksi antara struktur pasar (*market structure*) dan perilaku pasar (*market conduct*). Keragaan pasar ditinjau dengan menggunakan beberapa indikator, yaitu saluran pemasaran dan margin pemasaran. Dalam melakukan analisis margin pemasaran dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Atau:

$$MP = \sum_{i=1}^n B_{pi} + \sum_{i=1}^n K_{pi}$$

$$B_{pi} = \sum_{i=1}^n b_{ij}$$

$$K_{pi} = P_{ij} - P_{bi} - \sum_{i=1} b_{ij}$$

Keterangan:

MP = marjin pemasaran (Rp/bibit);

Pr = harga konsumen (Rp/bibit);

Pf = harga produsen (Rp/bibit);

B_{pi} = biaya lembaga pemasaran ke i (Rp/bibit);

K_{pi} = keuntungan pemasaran ke i (Rp/bibit);

P_{ij} = harga jual lembaga pemasaran ke i (Rp/bibit);

P_{bi} = harga beli lembaga pemasaran ke i (Rp/bibit);

B_{ij} = biaya pemasaran lembaga pemasaran ke i dari berbagai jenis biaya dari biaya ke j = 1 sampai ke n.

Semakin kecil marjin pemasaran pada lembaga pemasaran maka sistem pemasaran semakin efisien. Untuk mengetahui share harga yang diterima petani dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$SP_f = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Keterangan:

SP_f = share harga di tingkat petani;

P_f = harga di tingkat petani;

P_r = harga di tingkat konsumen (Sihombing, 2011).

Dengan kriteria sebagai berikut:

Apabila perbandingan share keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses efisien pemasaran merata, maka sistem pemasarannya dikatakan efisien.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Keadaan Umum Kecamatan Pekalongan

1. Keadaan Geografis

Kecamatan Pekalongan merupakan bagian wilayah Kabupaten Lampung Timur dengan luas wilayah 100,04 km². Secara geografis, Kecamatan Pekalongan berbatasan dengan wilayah – wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara dengan Kecamatan Batanghari Nuban
- b. Sebelah Selatan dengan Kecamatan Batanghari
- c. Sebelah Timur dengan Kecamatan Batanghari Nuban
- d. Sebelah Barat dengan Kota Metro

Wilayah Kecamatan Pekolangan memiliki 12 (dua belas) desa, yaitu:

- | | |
|-----------------|----------------|
| 1) Adirejo | 7) Jojog |
| 2) Sidodadi | 8) Gantiwarno |
| 3) Gondang Rejo | 9) Kalibening |
| 4) Siraman | 10) Wonosari |
| 5) Pekalongan | 11) Adijaya |
| 6) Tulus Rejo | 12) Gantimulyo |

Kecamatan Pekalongan memiliki jumlah penduduk sekitar 46.902 jiwa dan memiliki ibukota yang berkedudukan di Desa Pekalongan (Kecamatan Pekalongan dalam Angka 2016)

Tabel 6. Statistik Geografi Kecamatan Pekalongan 2015

Uraian	Satuan	Tahun 2015
Luas daerah	km ²	110.04
Jumlah dusun	dusun	70
Jumlah RT	RT	261
Banyaknya desa	desa	12

Sumber: Pekalongan Dalam Angka 2016 dalam Statistik Daerah Kecamatan Pekalongan 2016

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa luas wilayah Kecamatan Pekalongan adalah sekitar 110.04 km² atau 1,88 % dari luas Kabupaten Lampung Timur. Kecamatan Pekalongan memiliki 12 desa dan 70 dusun. Adapun Desa Gantimulyo merupakan pemekaran Desa Gantiwarno dan Desa Adi Jaya merupakan pemekaran Desa Adirejo berdasarkan Surat Keputusan Pembentukan Desa Peraturan Daerah Lampung Timur No. 4 tahun 2011. Semua desa di Kecamatan pekalongan rata-rata memiliki topografi yang datar (Lampung Timur Dalam Angka 2016).

2. Keadaan Demografi

Kecamatan Pekalongan selama tahun 2015 memiliki penduduk sejumlah 46.902 jiwa. Wilayah kecamatan ini dihuni sekitar 426 jiwa pada setiap satu km². Kecamatan Pekalongan terdiri dari sekitar 12.774 rumah tangga, dengan rata-rata tiap kepala rumah tangga menanggung 3 orang anggota keluarga. Rasio antara penduduk laki-laki dan perempuan (*sex ratio*) pada kecamatan ini adalah 101, artinya perbandingan jumlah penduduk laki-laki

dan perempuan cukup berimbang yaitu 101 orang penduduk laki-laki berbanding 100 orang penduduk perempuan.

Penduduk di Kecamatan Pekalongan rata-rata memiliki mata pencaharian di bidang pertanian (Statistik Daerah Kecamatan Pekalongan 2016).

Jumlah penduduk yang bekerja di bidang pertanian adalah sebanyak 7.068 jiwa atau 57,81% dari jumlah penduduk. Adapun presentase mata pencaharian terbesar setelahnya adalah di bidang perdagangan, hotel, dan restoran yaitu sebesar 15,03% atau 1.838 jiwa. Keterangan selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Kecamatan Pekalongan Berdasarkan Mata Pencaharian Tahun 2015

Jenis Mata Pencaharian	Jiwa	Persentase
Pertanian	7.068	57,81
Pertambangan	0	0,00
Industri Pengolahan	512	4,19
Konstruksi	898	7,35
Perdagangan, Hotel dan Restoran	1.838	15,03
Pengangkutan dan Telekomunikasi	264	2,16
Keuangan, Persewaan dan Jasa	59	0,48
Perusahaan		
Jasa-Jasa	1219	9,97
Lainnya	368	3,01
Jumlah	12.226	100

Sumber : Kantor Desa Kecamatan Pekalongan dalam Kecamatan Pekalongan dalam Angka 2016

3. Keadaan Pertanian

Kecamatan Pekalongan didominasi oleh para pekerja di bidang pertanian, seperti usahatani padi, hortikultura, dan ternak. Adapun jumlah lahan keseluruhan di kecamatan ini adalah 5.889,00 hektar yang terdiri dari 2.640 hektar sawah dan 3.249 hektar bukan sawah. Desa yang memiliki

areal sawah terluas adalah Desa Jojog, sedangkan desa yang memiliki areal bukan sawah terluas adalah Desa Gondangrejo. Data selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 8. Luas Lahan Sawah dan Bukan Sawah Menurut Desa di Kecamatan Pekalongan 2015 (ha)

Desa	Sawah	Bukan Sawah	Jumlah
Adirejo	181,00	81,70	262,70
Sidodadi	248,00	423,66	671,66
Gondangrejo	316,00	578,10	894,10
Siraman	207,00	241,24	448,24
Pekalongan	113,00	69,08	182,08
Tulusrejo	215,00	245,59	460,59
Jojog	382,00	394,69	776,69
Gantiwarno	137,00	317,59	454,59
Kalibening	215,00	170,53	385,53
Wonosari	158,00	444,65	602,65
Adijaya	243,00	97,34	340,34
Gantimulyo	227,00	187,83	414,83
Jumlah	2.640,00	3.249,00	5.889,00

Sumber: KPD Pertanian Kecamatan Pekalongan dalam Kecamatan Pekalongan dalam Angka 2016

Berdasarkan Tabel 8, produksi komoditas hortikultura di Kecamatan Pekalongan pada tahun 2015 mencapai 47.577,60 kwintal, dimana produksi terbesar adalah komoditas buncis (10.365,00 kwintal) dan terong (7.562,00 kwintal).

Adapun berdasarkan Tabel 9, produksi komoditas sayur-sayuran di Kecamatan Pekalongan pada tahun 2015 mencapai 47.577,60 kwintal, dimana produksi terbesar adalah komoditas buncis (10.365,00 kw) dan terong (7.562,00 kw).

Tabel 9. Luas Panen dan Produksi Tanaman Sayur-Sayuran di Kecamatan Pekalongan, 2015

Jenis Komoditi	Luas Panen (Ha)	Produksi (Kw)
Kacang Panjang	71,00	2,60
Cabe	49,00	1524,00
Terong	101,00	7.562,00
Buncis	67,00	10.365,00
Kangkung	75,00	768,00
Bayam	66,00	513,00
Sawi	72,00	235,00
Jumlah	583,00	47.577,60

Sumber: KPD Pertanian Kecamatan Pekalongan dalam Kecamatan Pekalongan dalam Angka 2016

Tabel 10. Luas Panen dan Produksi Tanaman Buah-Buahan di Kecamatan Pekalongan 2015

Jenis Komoditi	Jumlah (Pohon)	Produksi (Kw)
Alpukat	79	28
Durian	43	18
Jambu Air	61	29
Jeruk	281	108
Mangga	163	107
Nangka	231	183
Pepaya	309	112
Pisang	1.079	763
Rambutan	1.720	88
Sawo	873	58
Sirsak	166	32
Sukun	167	33
Petai	47	11
Melinjo	821	24
Jumlah	6040	1594

Sumber: KPD Pertanian Kecamatan Pekalongan dalam Kecamatan Pekalongan dalam Angka 2016

Berdasarkan Tabel 10, produksi komoditas buah-buahan di Kecamatan Pekalongan pada tahun 2015 mencapai 1594 kwintal, dimana produksi terbesar adalah komoditas pisang (763 kwintal) dan nangka (183 kwintal). Desa Tulus Rejo didominasi oleh para pekerja di bidang pertanian, seperti

usahatani padi, hortikultura, dan ternak. Adapun jumlah lahan keseluruhan di desa ini adalah 460,59 hektar yang terdiri dari 215 hektar sawah dan 245,59 hektar bukan sawah. Sebagian besar penduduk Desa Tulus Rejo merupakan petani bibit buah-buahan, dengan pusat dari pembibitan berada di Dusun Badransari (Kecamatan Pekalongan Dalam Angka 2016).

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Proses produksi aneka bibit buah di pusat penangkaran bibit Kecamatan Pekalongan secara umum menggunakan sistem okulasi yang sederhana namun secara ekonomis sudah cukup menguntungkan.
2. Sistem pemasaran aneka bibit buah di sentra produksi bibit Kecamatan Pekalongan belum efisien. Hal ini dicirikan dengan share yang tidak merata, margin pemasaran yang tinggi di tingkat pengecer, dan terdapat kesenjangan RPM antar lembaga pemasaran. Adapun saluran yang paling efisien pada penelitian ini adalah saluran pertama (petani langsung ke konsumen).

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi pemerintah, disarankan untuk melakukan pembinaan kepada

petani bibit buah tentang kesadaran untuk melakukan sertifikasi

2. Upaya untuk meningkatkan keamanan usaha bibit buah dan distribusinya, petani harus meningkatkan kualitas produk dan jaminan mutu dengan melakukan sertifikasi bibit buah sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino, Z. 1983. *Pengantar Tata Niaga Pertanian*. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.
- Badan Pusat Statistika Provinsi Lampung. 2014. *Produksi Tanaman Sayuran dan Buah-buahan Provinsi Lampung Tahun 2013*. BPS Lampung. Lampung.
- Badan Pusat Statistika. 2015. <http://www.bps.go.id>. Diakses pada 3 Maret 2016.
- Badan Pusat Statistika Provinsi Lampung. 2015. <http://www.lampung.bps.go.id>. Diakses pada 3 Maret 2016.
- Brian, P. 2014. Sistem Pengendalian Mutu Pembibitan Jati Plus Perhutani di KPH Blitar. <http://eprints.upnjatim.ac.id/6876/>. [1Maret 2017]
- Daniel, 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Gaspersz, V. 1998. *Production Planning and Inventory Control*. PT. Gramedia pustka Utama. Jakarta.
- Gultom, H. 1996. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Sumatera Utara Press. Medan.
- Gunawan, E dan Rahmat, S. 2012. *Untung Besar Dari Bisnis Bibit Tanaman Buah*. AgroMedia Pustaka. Jakarta.
- Harianja, S.S.J. 2011. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi Sawah. (Kasus Desa Kebonagung, Kecamatan Imogiri , Kabupaten Bantul). *Skripsi*. UAJY.
- Hasyim, A.I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung.
- Idrus, Hidayah K. A., Bakrie I, 2015. Analisa Finansial Pada Usaha Persemaian Bibit Ulin Oleh Masyarakat di Kelurahan Sungai Merdeka Kecamatan Samboja. *Jurnal Agrifor (XIV) : 1* Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.

- Indahwaty OT. 2011. Analisis usahatani dan saluran pemasaran pembibitan tanaman buah tahunan di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai. *Skripsi*. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/30385> [1Maret 2017]
- Ismayanti, D, Suwarni, N, Kurnia, R. 2014. Pengembangan Agrowisata Balai Benih Induk Hortikultura Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Penelitian Geografi Vol.2 No.7*. <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/JPG/article/view/7685> [1Maret 2017]
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Prehallindo. Jakarta.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. Erlangga. Jakarta.
- Listianingsih, W. 2008. Sistem Pemasaran Hasil Perikanan dan Kemiskinan Nelayan. *Skripsi*. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/32583> [10 Maret 2017].
- Litti, F.L. 2014. Analisis Biaya dan Keuntungan Usahatani Padi Sawah Di Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. *Skripsi*. Universitas Negeri Gorontalo.
- Manik, S.A, Hasyim A.I, Affandi, M.I. 2014. Analisis kelayakan usaha pembibitan durian di Kecamatan Pekalongan. *JIIA*, 2(2) : 142-149. <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/JIIA/article/view/738/679>. [1Maret 2017]
- Maulidah, R, A. 2012. Analisis Penetapan Harga Pokok Produksi Bibit Tanaman Rambutan (*Nephelium lappaceum, L*) pada Kebun Bibit Ragunan, Jakarta Selatan. *Skripsi*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/4281>[1Maret 2017]
- McCarty, E.J., Cannon, J.P., William D.P. 1995. *Intisari Pemasaran sebuah Ancangan Manajerial Global*, Alih bahasa oleh: Ir Agus Maulana MSM. Pustaka Utama. Jakarta.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*. Unit Penerbit dan Percetakan Akademi manajemen Perusahaan YKPN. Yogyakarta.
- Mustadjab, M. 2008. Analisis Pemasaran Beras dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Petani. *Jurnal*, 1 (8). Universitas Brawijaya.
- Prastowo N, et al. 2006. *Teknik Pembibitan dan Perbanyakan Vegetatif Tanaman Buah*. World Agroforestry Centre (ICRAF) dan Winrock International. Bogor.
- Prastowo, N.H. Sumarji. 2013. Strategi Pengembangan Sentra Agribisnis Pembibitan Tanaman Durian (*Durio zibenthinus*), Di Bogor, Jawa barat. *Jurnal Manajemen Agribisnis*. <https://www.neliti.com/journals/jurnal-manajemen-agribisnis>. [1Maret 2017]

- Rahim, Abd. dan Diah, R.D.H. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Ramadhan, R. 2015. *Konsumsi Buah Masyarakat RI Masih Sangat Rendah*. <http://finance.detik.com>. Diakses pada 3 Maret 2016.
- Saladin, D. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi IV. Linda Karya. Bandung.
- Savitri, D. Ginting, R. Salmiah. 2013. Analisis Usaha Tani dan Pemasaran Bibit Karet Rakyat (*Hevea brasiliensis Muell Arg.*) Studi Kasus : Desa Naga Jaya I, Kecamatan Bandar Hulan, Kabupaten Simalungun. *JSEAA*. Vol. 2 No.5. <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/ceress/article/view/7871> [1Maret 2017]
- Sihombing, L. 2011. *Tataniaga Hasil Pertanian*. USU Press. Medan.
- Sjarkowi, F. dan Sufri, M. 2004. *Manajemen Agribisnis*. Baldal Grafiti Press. Palembang.
- Sudarman. 1989. *Teori Ekonomi Mikro, Edisi Ketiga, Jilid 1*, BPF. Yogyakarta.
- Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Suharno dan Yudi, S. 2010. *Marketing in Practice*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Sukarta. 2016. *Lampung produksi 22 jenis buah-buahan 1,4 juta ton per tahun*. www.antaranews.com. Diunggah pada 9 Oktober 2014.
- Suratiah. 2008. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wisnuarum, J. 2013. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani dalam Mengadopsi Inovasi Pembibitan. <http://eprints.upnyk.ac.id/5087/> [1Maret 2017]
- Zuandri, M. A. 2016. Analisis Efisiensi Usahatani Tebu (Studi Kasus : Desa Kwala Begumit, Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat). *Skripsi*. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/5640>. [1Maret 2017]