

PEMASARAN JAMBU METEDI DESA TOTOMALA KECAMATAN WOLOWAE, KABUPATEN NAGEKEO

Dorothea Kolenuz Bheo^{1,3)}, Tomycho Olviana²⁾, I Wayan Nampa²⁾

¹⁾Mahasiswa MinatManajemenAgribisnis, FakultasPertanianUndana

²⁾Program StudiAgribisnis, FakultasPertanianUndana

³⁾Korespondensi melalui alamat E-mail: dorotheabajawa@yahoo.com

ABSTRACT

This research was conducted in Totomala Village, Wolowae sub District, District of Nagekeo. The aims of study is to find out the marketing channel, marketing margin and farmer's share of cashew. Research data obtained by conducting interviews with 67 respondents. The data collected was analyzed by qualitative and descriptive methods, also used the predetermined equations. The results of the study indicate that there marketing channels of cashew at the research site. The first channel farmers sell to wholesalers, the second channel the farmers sell to outside traders and then arrive at wholesaler, and the third channel of the farmers in the village and then to wholesalers. The price difference between levels of institutions in the marketing system is channel I of Rp.2000/kg, channel II of Rp.1000/kg, and channel III of Rp.2000/kg. The farmer shares cashew in the village to the mall which is the highest in channel II which is equal to 96,15 %, while channel I is 92,59% and channel III is 1%. While highest cost share is on channel III by 50,510%, followed by channel II by 10%. While on channel I there is no share of costs because farmers directly sell to large traders. While the highest share of profits is in channel I at 35,37% followed by channel II at 26% and channel III at 12,438%.

Keywords: Cashew fruit, cashew, Marketing channel, margin, farmer's share

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Desa Totomala, Kecamatan Wolowae, Kabupaten Nagekeo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, besarnya margin pemasaran dan farmer's share pemasaran jambu mete di Desa Totomala, Kecamatan Wolowae, Kabupaten Nagekeo. Data penelitian diperoleh dengan melakukan wawancara kepada 67 orang responden. Data yang dikumpulkan dianalisis metode deskriptif, kualitatif, dan menggunakan persamaan yang telah ditetapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran jambu mete di lokasi penelitian. Saluran pertama Petani menjual kepada Pedagang Besar, saluran kedua Petani menjual kepada P.P.L.D baru kemudian sampai di Pedagang Besar, dan saluran ketiga Petani menjual ke P.P.D.D kemudian kepada Pedagang Besar. Perbedaan harga diantara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran yaitu saluran I sebesar Rp. 2000/Kg, saluran II sebesar Rp. 1000/Kg dan saluran III sebesar Rp.2000/ Kg. *Farmer's share* jambu mete di Desa Totomala yang tertinggi berada pada saluran dua yaitu sebesar 96,15%. Sedangkan pada saluran satu sebesar 92,59% dan saluran tiga sebesar 1%. Sedangkan share biaya tertinggi terdapat pada saluran tiga sebesar 50,510%, diikuti saluran dua sebesar 10%. Sedangkan pada saluran satu tidak terdapat share biaya karena petani langsung menjual kepada pedagang besar. Sementara itu share keuntungan tertinggi terdapat pada saluran I sebesar 35,37%, diikuti saluran dua sebesar 26% dan saluran tiga sebesar 12,438%.

Kata kunci: Jambu mete, mete, Saluran pemasaran, margin, farmer's share

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki sumber daya alam yang beraneka ragam dan wilayah yang cukup luas. Sebagai negara agraris, penduduk Indonesia telah memanfaatkan sumber daya alam untuk menunjang kebutuhan hidupnya. Salah satunya ialah dengan menggantungkan hidup pada sektor

pertanian. Adanya hal tersebut sektor pertanian memiliki peranan yang sangat penting, karena sebagai penghasil pangan bagi penduduk yang jumlah tiap tahunnya selalu bertambah (Listyati, 2011).

Agribisnis adalah cara pandang ekonomi bagi usaha dalam pertanian. Sebagai subjek akademik, agribisnis mempelajari strategi memper-

oleh keuntungan dengan mengelola aspek budidaya, penyediaan bahan baku, pascapanen, proses pengolahan, hingga tahap pemasaran (Firdaus, 2009). Tanaman jambu mete merupakan salah satu komoditas tanaman perkebunan yang memiliki arti ekonomi dan cukup potensial, karena produksinya dapat dipakai sebagai bahan baku industri makanan (Zaubin, Daras, 2001). Komoditi Jambu Mete mempunyai prospek yang cukup cerah, baik sebagai pendukung peningkatan devisa maupun meningkatkan pendapatan masyarakat. Komoditi ini memiliki kekhususan antara lain sebagai tanaman produktif, tanaman penghijauan, tanaman konservasi dan rehabilitasi lahan kritis. Dengan demikian tanaman Jambu Mete merupakan salah satu tanaman yang dapat membantu memberikan perubahan iklim pada wilayah yang gersang dengan suhu yang relatif tinggi dan kondisi perekonomian masyarakat yang miskin, sehingga tanaman Jambu Mete dapat membantu proses pengentasan kemiskinan dan pelestarian sumber daya alam. Pemasaran Jambu Mete selain di dalam negeri sendiri juga diekspor ke luar negeri antara lain ke Jerman dan India. Jambu Mete yang diambil adalah biji yang menempel pada buah semu, yang setelah diolah menjadi kacang mete (Data primer Dinas Pertanian, Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Nagekeo).

Berdasarkan data BPS (2016) menunjukkan bahwa nilai ekspor jambu mete dalam bentuk gelondong mete mengalami peningkatan. Pada tahun 2014, volume ekspor sebesar 22.037 ton dengan nilai US\$ 52.699 dan pada tahun 2015, volume ekspor sebesar 27 ton dengan nilai US\$ 61.097. Provinsi Nusa Tenggara Timur adalah salah satu provinsi yang menjadi sentra produksi Jambu Mete yang berkontribusi terhadap nilai ekspor tersebut. Produksi mete NTT lebih besar dari total ekspor mete Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat potensi yang besar NTT meningkatkan kontribusinya dalam ekspor produk pertanian. Kabupaten Nagekeo merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Timur dan merupakan sentra produksi jambu mete yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Berdasarkan data Dinas Pertanian, Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Nagekeo pada tahun 2017 menunjukkan bahwa, produksi jambu mete dari tahun 2013-2016 mengalami ketidakstabilan. dengan rincian per Kecamatan Produksi yang tertinggi terdapat di Kecamatan Wolowae.

Berdasarkan data Dinas Pertanian, Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Nagekeo tahun 2017 menunjukkan bahwa produksi Jambu Mete di Kecamatan Wolowae, Kabupaten Nagekeo mengalami fluktuasi yaitu, pada tahun 2012 sebesar 447,6 ton dengan harga Rp.10.000/kg, pada tahun 2013 sebesar 447,6 ton dengan harga Rp.11.000/kg, pada tahun 2014 sebesar 447,6 dengan harga Rp.15.000/kg, pada tahun 2015 produksi menurun menjadi 261 ton dengan harga Rp.20.000/kg dan pada tahun 2016 produksi jambu mete meningkat kembali sebesar 411 ton dengan harga Rp.25.000/kg.

Pemasaran merupakan salah satu kunci dalam keberhasilan agribisnis. banyak kasus keberhasilan dalam sektor produksi tidak didukung dalam pemasaran. kondisi ini menyebabkan produsen (petani) tetap rugi meskipun telah mampu memproduksi secara baik. Peran Lembaga pemasaran sangat penting dalam kegiatan pemasaran. Namun apabila rantai pemasaran yang terlalu panjang juga dapat menyebabkan pemasaran tidak efisien. Selain itu, dalam pemasaran produk pertanian sering dijumpai pembagian nilai dari produk akhir dan juga keuntungan lebih dinikmati oleh lembaga pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran, maka perbedaan harga yang diterima oleh petani produsen dengan yang dibayarkan oleh konsumen akhir semakin besar. (Adar,dkk.2015).

Dengan demikian lembaga tersebut menginginkan keuntungan. Semakin besar perbedaan harga, maka akan semakin tidak efisien kegiatan pemasaran tersebut. Mutu atau kualitas komoditi yang rendah akan menurunkan harga jual yang akhirnya menurunkan pendapatan petani sebagai produsen. Dimana pemasaran yang efisien adalah pemasaran yang biaya pemasarannya yang lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan . Semakin rendah bi-

aya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan, maka semakin efisien kegiatan pemasaran tersebut (Adar, dkk. 2015).

Desa Totomala, Kecamatan Wolowae, Kabupaten Nagekeo merupakan wilayah pengembangan budidaya jambu mete serta perdagangan yang telah terlibat dalam rantai pasar. Permasalahan pemasaran jambu mete di daerah penelitian diduga terjadi pemasaran yang panjang sehingga melibatkan banyak lembaga pemasaran. Selain itu, produk jambu mete yang dijual masih sebatas gelondong mete. Sejauh ini, informasi mengenai kegiatan pemasaran jambu mete di Desa Totomala belum tersedia. Berangkat kondisi tersebut maka perlu melakukan penelitian pemasaran jambu mete di Desa Totomala, Kecamatan Wolowae, Kabupaten Nagekeo. Secara Khusus, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, margin dan *farmer's share* pemasaran jambu mete.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret sampai April 2018 di Desa Totomala, Kecamatan Wolowae, Kabupaten Nagekeo. Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan wawancara kepada petani sampel dengan metode wawancara (*face to face interview*). Wawancara berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Selain itu, dalam penelitian ini juga menggunakan data Sekunder. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan pada instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Pertanian Kabupaten Nagekeo, serta sumber-sumber lain yang mendukung penelitian ini.

Responden penelitian ini meliputi kelompok petani, lembaga pemasaran, dan pedagang antar pulau yang dalam penelitian ini ditetapkan sebagai konsumen akhir. pemilihan pedagang antar pulau sebagai konsumen akhir karena mempertimbangkan pola pemasaran mete yang lebih banyak menjadi komoditas ekspor dan bahan penolong produk di kota-kota besar dan industri seperti Jawa. sehingga sangat sulit apabila dalam penelitian ini untuk menelusuri produk hingga konsumen akhir rumah tangga. Sebagai

awal, Responden yang diwawancarai adalah Petani. Petani sebagai produsen pasti mengetahui kemana produknya dipasarkan. oleh karenanya, responden utama dalam penelitian adalah petani. Populasi petani di lokasi penelitian sebanyak 200 orang. berdasarkan jumlah tersebut, penentuan jumlah sampel merujuk pada rumus Slovin, sehingga diperoleh jumlah sampel petani sebanyak 67 responden. Guna menentukan orang-orang yang diwawancarai, pemilihan sampel penelitian menggunakan metode simple random sampling atau teknik acak sederhana dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%. dari hasil wawancara terhadap 67 orang petani kemudian mendapatkan narasumber pelaku pemasaran dan dilakukan penelusuran hingga produk sampai di pedagang antar pulau.

Model Analisis Data

Untuk mengetahui saluran pemasaran Jambu Mete di Desa Totomala, Kecamatan Wolowae, Kabupaten Nagekeo maka, digunakan metode deskriptif. mendeskripsikan merangkaikan pola saluran pemasaran. Sedangkan untuk mengetahui besarnya margin pemasaran Jambu Mete di desa Totomala, Kecamatan Wolowae, Kabupaten Nagekeo maka, digunakan rumus (Maulidi, dkk., 1992).

Margin Pemasaran

Menghitung margin pemasaran dilakukan dengan rumus seperti saijakian pada Persamaan 1.

$$M_{ji} = P_{ri} - P_{fi} \text{ atau } M_{ji} = b_i + k_i \quad (1)$$

Dimana:

- M_{ji} : Margin pedagang pengumpul (Rp/kg)
- P_{ri} : Harga ditingkat berikutnya (Rp/kg)
- P_{fi} : Harga di tingkat petani produsen (Rp/kg)
- b_i : Biaya pemasaran pada lembaga ke-1 (Rp/kg)
- k_i : Keuntungan lembaga pemasaran pada lembaga ke-1 (Rp/kg)

Farmer's share merupakan perbandingan harga yang diterima petani Jambu mete dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir. *Farmer's share* berkorelasi negatif dengan margin

pemasaran. Semakin tinggi margin pemasaran maka bagian harga yang diterima petani sebagai produsen semakin rendah sebagaimana dirumuskan berikut ini (Sudiyono dkk, 2002):

Share Harga

Share harga adalah perbandingan antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen akhir (Persamaan 2)

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \quad (2)$$

Dimana:

- F_s : Bagian yang diterima petani %
- P_f : Harga ditingkat petani (Rp/kg)
- P_r : Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

Share Biaya

Share biaya merupakan persentase biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga terkait. Share biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran ke-i (Persamaan 3).

$$S_{Bij} = \frac{B}{(Pr - Pf)} \times 100\% \quad (3)$$

Dimana:

- S_{Bi} : Share lembaga pemasaran ke-J (%)
- B : Biaya pemasaran lembaga ke-J (Rp)
- P_f : Harga ditingkat petani (Rp)
- P_r : Harga ditingkat konsumen akhir/harga ditingkat pengecer (Rp).

Share Keuntungan

Share keuntungan adalah persentase keuntungan yang diperoleh masing-masing masing-masing lembaga pemasaran (Persaman 4).

$$SK_j = \frac{K}{(Pr - Pf)} \times 100\% \quad (4)$$

Dimana:

- SK_j : Share keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran ke-J (%)
- K : Keuntungan lembaga pemasaran ke-J (Rp)
- P_f : Harga ditingkat petani (Rp)
- P_r : Harga ditingkat konsumen akhir atau harga ditingkat pengecer (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Panen dan Pasca Panen

Buah jambu mete biasanya dipetik pada umur 60-70 hari sejak muncul bunganya. Petani di Desa Totomala melakukan pemanenan dengan cara *merodokkan* atau menjulurkan kayu (*penjolok*) kearah tangkai buah mete. Buah yang dipetik adalah buah j yang sudah tua, dengan ciri-ciri fisik warna kulit buah semu menjadi kuning, oranye atau merah serta warna kulit bijinya menjadi putih keabu-abuan. Buah mete yang telah dipanen kemudian dipisahkan biji dari buah. Biji yang menempel pada daging buah mete tersebut dimasukkan kedalam wadah (masyarakat setempat menggunakan ember). Setelah wadah penuh, biji mete disimpan di dalam karung. Petani di daerah penelitian menggunakan tenaga dalam keluarga. Hal ini dikarenakan rata-rata petani memiliki lahan usahatani jambu mete yang relatif terbatas.

Petani di Desa Totomala melakukan pemanenan secara berulang-ulang atau tidak melakukan panen secara serentak dalam sekali panen. Hal ini dilakukan karena buang mente matang tidak serempak, sehingga petani memanen jambu mete berdasarkan warna kulit bijinya. Apabila warna kulit bijinya putih keabu-abuan maka harga jual lebih tinggi, namun jika warna kulit biji hitam kecoklatan maka harga jual akan turun.

Petani Jambu Mete pada musim panen akan melakukan pemanenan setiap hari. Produksi biji tergantung dari buah pada tiap-tiap pohonnya. Apabila pohon Jambu Mete yang buah lebat (banyak) maka dalam satu hari panen dapat menghasilkan 9-10 kg biji mete basah, sedangkan jika buahnya sedikit maka hanya bisa menghasilkan 4-5 kg biji mete basah.

Hasil yang dipanen akan dibersihkan kemudian dijual ke pembeli dan pedagang besar. Sebagian besar petani menjual hasil mereka langsung ke pedagang besar yang datang dari daerah Sikka s (34,32%). Total produksi yang dijual mencapai 26.200 kg. pilihan langsung menjual kepada pedagang besar karena harga jualnya lebih tinggi, yaitu mencapai Rp.27.000/kg. Namun

demikian, Petani juga yang memilih alternatif lain yaitu menjual ke pedagang pengumpul luar desa (49,25%), Lebih banyak dibandingkan jumlah petani yang menjual kepada pedagang besar. Produksi yang dijual mencapai 25.900 kg dengan harga jual sedikit lebih rendah Rp.26.000/kg. Selain itu, 16,41% petani juga menjual ke pedagang pengumpul dalam desa. Produksi yang dijual mencapai 5.050 kg, dengan harga jualnya yaitu Rp.25.000/kg.

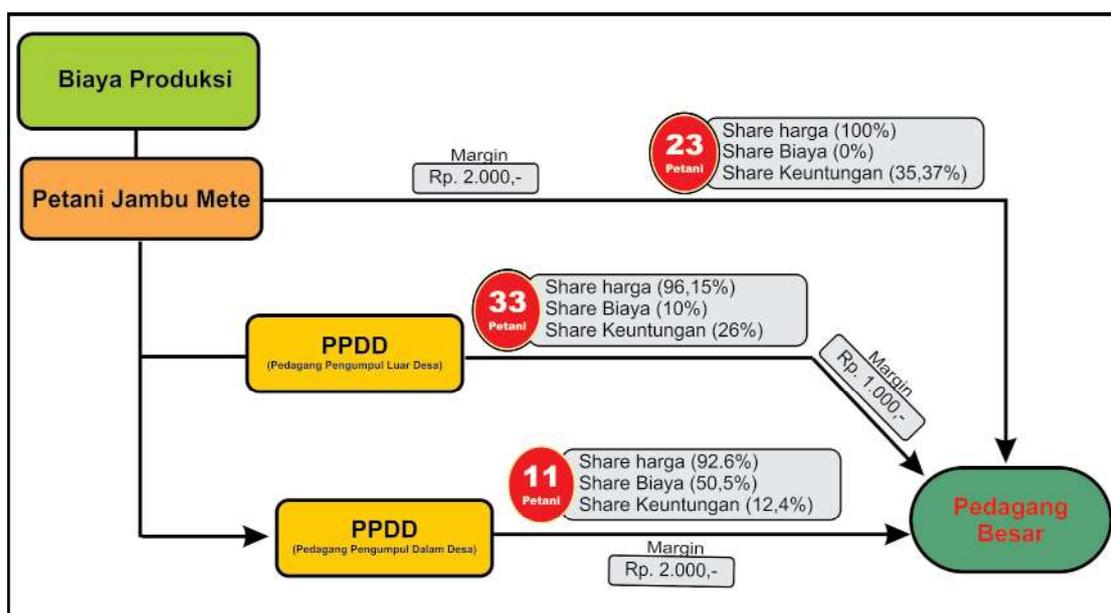
Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran jambu mete yang dilakukan oleh petani di Desa Totomala yaitu antara petani pedagang besar dijual kepada kaki tangan pembeli (orang yang ditugaskan orang lain untuk membantu), pedagang lokal, dan Langsung kepada pembeli. Petani menjual hasil panen mereka yang mendatangi petani secara langsung dan sebagian petani menjual hasil mereka langsung ke pedagang besar setelah 1-2 minggu setelah masa panen. Sistem pembayarannya langsung (tunai) sesuai dengan harga yang telah disepakati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran Jambu Mete di Lokasi Penelitian terdapat tiga saluran. ketiga saluran tersebut seperti terlihat pada Gambar 1.

Pada saluran I petani menjual hasil jambu mete langsung kepada pedagang besar yang datang dari Kabupaten Sikka. Jumlah petani yang

melakukan pemasaran pada saluran ini sebanyak 23 orang (34,32%). Volume total produksi jambu mete yang dijual dalam satu periode musim (juli sampai oktober) pda saluran ini sebanyak 26.200 kg. Harga jambu mete petani dengan pedagang besar dari Kabupaten Sikka sebesar Rp.27.000/kg. Petani memilih saluran ini dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

Namun demikian, meskipun harganya tlebih tinggi, tidak semua hasil produksi dengan saluran ini. Terdapat juga Petani (saluran II) yang menjual jambu mete kepada Pedanga Pengumpul dari Luar Desa (PPLD). PPLD langsung datang ke Desa Totomala dan petani menjual kepada PPLD. Jumlah petani jambu mete yang menggunakan saluran ini sebanyak 33 orang (49,25%) dengan volume total produksi yang dijual sebanyak 25.900 kg. Pada saluran ini harga jambu mete ditingkat petani sebesar Rp.26.000/kg. PPLD akan menjual kembali jambu mete kepada pedagang besar seharga Rp.27.000/kg. Selain Itu, Terdapat Selain itu, 16,41% petani juga menjual ke pedagang pengumpul dalam desa (PPLD) dengan harga Rp. 25.000,-. pada satu musim panen pada saat penelitain, total produksi roduksi yang dijual mencapai dengan saluran ini (3) mencapai 5.050 kg.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Jambu Mete di Desa Desa Totomala Kecamatan Wolowae, Kabupaten Nagekeo

Margin, Keuntungan dan Farmer’s Share

Harga, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, share yang diterima petani dan margin pemasaran jambu mete di Desa Totomala dapat dilihat pada Tabel 1.

Hasil analisis pada Tabel 1 menunjukkan bahwa pada saluran I petani tidak mengeluarkan biaya sama sekali, melainkan biaya ditanggung penuh oleh pedagang besar mengingat pedagang besar membantu petani. Biaya yang dikeluarkan pedagang besar sejumlah Rp.14.830.000 ,- dengan rinciannya: transportasi Rp.800.000, karung Rp.2.590.000, rafia Rp.1.270.000, tenaga kerja Rp.10.000.000, retribusi Rp.20.000, pajak Rp.150.000 dengan perhitungan biaya rata-rata per kg yang dipakai sebesar Rp.566,03. Saluran I petani mendapat keuntungan dari hasil penjualan produksi sebesar Rp.707,400 dari hasil penjualan, produksi rata-rata yaitu 1.139 Kg, sedangkan share harga yang diperoleh sebesar 100%, share biaya 0%, share keuntungan 35,37% dan margin pemasaran sebesar Rp.2.000.

Pada saluran II petani jambu mete menjual hasil mereka ke PPLD (pedagang pengumpul luar desa), selanjutnya PPLD menjualnya kembali ke pedagang besar dengan biaya yang dikeluarkan petani sebesar Rp.100 dan biaya yang dikeluarkan PPLD sebesar Rp.338.61. Keuntungan yang diterima petani dari saluran II sebesar Rp.260 dengan rata-rata produksi yang dihasil-

kan yaitu 784 Kg. sedangkan share harga yang diperoleh sebesar 96,15%, share biaya sebesar 10%, share keuntungan sebesar 26% dan margin pemasaran sebesar Rp.1.000.

Pada saluran III, petani menjual hasil mereka ke PPDD kemudian PPDD menjualnya kembali ke pedagang besar, dengan biaya yang dikeluarkan oleh petani sebesar Rp.505.10 dan biaya yang dikeluarkan pedagang sebesar Rp.39,603. Keuntungan yang diterima petani sebesar Rp.124.384, dengan rata-rata produksi yang dihasilkan yaitu 459 Kg. Sedangkan share harga sebesar 1%, share biaya sebesar 50,510%, share keuntungan sebesar 12,438% dan margin pemasaran sebesar Rp.2.000.

Pembahasan

Hasil Penelitian menunjukkan beberapa hal yang menarik untuk didiskusikan pada artikel ini, khususnya terkait dengan saluran pemasaran. pada penelitian ini konsumen akhir yang ditetapkan adalah Pedagang besar, karena rantai psar produk ini yang biasany sebagaimana besar menjadi infut industri. dari saluran pemsaran, secara jelas dapat digambarkan yang paling menguntungkan adalah pedagang petani langsung menjual kepada pedagang besar. kecenderungan ini terlihat dari total produk yang mengalir dengan saluran ini paling tinggi dibandingkan saluran lainnya. Kondisi ini terjadi karena jarak petani dengan konsumen akhir terdekat. Hal in juga ditemukan dalam penelitiannya Listyan-

Tabel 1 Harga, Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, Share dan Margin Pemasaran Jambu Mete di Desa Totomala, Kecamatan Wolowae Kabupaten Nagekeo

Saluran	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp)	Biaya (Rp)/kg	Keuntungan	Share			Margin Pemasaran (Rp)/kg
					Harga (%)	biaya (%)	Keuntungan (%)	
I	Petani	27.000	-	707,40	100.00	-	35,37	2.000
	P.Besar	27.000	566,03	47,70	-	28,30	2,38	
II	Petani	25.000	100,00	260,00	96,15	10	26	1.000
	P.P.L.D	26.000	338,61		96,29	33,86	7,67	
	P.Besar	27.000	-	76,78	-	-	-	
III	Petani	25.000	505,10	-	92,59	50,51	12,438	0
	P.P.D.D	25.000	39,60	124,38	92,59	1,98	31,56	
	P.Besar	27.000	-	631,25				

Keterangan: P. (Pedagang) PPLD (Pedagang pengepul Luar Desa), PPDD (Pedagang pengepul Dalam Desa)

Sumber: data primer diolah, 2018

ingrum (2013) yang mengemukakan variabel harga di tingkat petani, jumlah lembaga pemasaran yang dilalui, dan jarak petani dengan lembaga pemasaran terdekat baik secara bersama-sama maupun secara individu berpengaruh nyata terhadap margin pemasaran hal senada juga disampaikan oleh Arfiani (2013). Namun demikian, muncul pertanyaan, kenapa tidak semua produk jambu mete di lokasi penelitian dijual dengan saluran ini. Beberapa kondisi social ekonomi menjadi pertimbangan tetep dipilihnya saluran lain dalam pemasaran jambu mete. Alasan tempat penyimpanan, serta kebutuhan mendapatkan uang yang lebih cepat setelah panen merupakan faktor pendorong pemilihan saluran lain. Dari tiga saluran yang ada, saluran ketiga merupakan saluran yang memberikan insentif harga paling rendah. Namun tetap ada petani yang menggunakan saluran tersebut.

Kendala Utama dalam pemasaran dengan langsung menjual kepada pedagang besar adalah frekwensi kehadiran pedagang besar di Desa. Selain itu, para pelaku yang terlibat dalam rantai pemasaran juga akan menjual kepada pedanga besar dengan harga yang sama. Sehingga tidak semua produk dipasarkan menggunakan saluran ini. Beberapa alasan lainnya adalah dengan membeli di pedagang pengumpul, maka beberapa biaya yang dikeluarkan pedagang besar dapat di bagi dengan pedagang pengumpul. Sedangkan dari dua saluran lainnya. Kendala teknis dan keuangan menjadi alasan yang lebih mencolok. Alasan petani yang menjual kepada pedagang pengumpul dalam desa karena petani tidak mempunyai tempat untuk melakukan penyimpanan dan mereka juga tidak mempunyai dana untuk biaya hidup sehingga petani terpaksa melakukan penjualan ke pedagang pengumpul dalam desa. Dengan demikian, petani mendapatkan uang walaupun dengan harga jual yang lebih murah. Sedangkan petani yang menggunakan saluran II, biasanya petani harus menyimpan jambu mete dan menunggu dalam beberapa waktu. Petani pada saluran ini mengaku masih mempunyai tempat penyimpanan yang layak dan juga petani masih mempunyai dana untuk biaya hidup. Sehingga

petani aan memilih saluran yang memberikan insentif harga paling tinggi, baik saluran II (menjual kepada pedagang luar desa), maupun langsung kepada pedagang besar.

Hasil Analisis Keuntungan, Farmers share, maupun margin pemasaran menunjukkan hal yang senada. Meskipun rantai pasar pada saluran dua dan tiga sama-sama dua stage, dan produknya sama-sama bermuara pada pedagang besar, namun share terhap harga, margin dan juga farmers sharenya menunjukkan rantai pasar yang paling tidak efisien. Secara umum semakin panjang rantai pemasaran, maka pemasaran tersebut semakin tidak efisien seperti yang ditemukan beberapa penelitian terdahulu (Ali, Situmorang, and Murniati 2017; Arfiani 2013; Hutabarat 2012; Listyaningrum 2013)

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat tiga saluran pemasaran Jambu Mete di Desa Totomala Kecamatan Wolowae Kabupaten Nagekeo. Saluran pertama petani langsung menjual kepada pedagang besar. Saluran kedua petani melalui pedagang pengumpul luar desa kemudian pedagang besar, dan saluran ketiga petani menjual kepada pedagang pengumpul dalam desa kemudian baru dijual ke pedagang besar.
2. Margin pemasaran atau selisih harga dari dari ketiga saluran yang ada yaitu saluran satu sebesar Rp. 2000/Kg, saluran dua sebesar Rp. 1000/Kg, dan saluran tiga sebesar Rp.2000/ Kg.
3. *Farmer's share* tertinggi berada pada saluran dua yaitu sebesar 96,15%. Sedangkan pada saluran satu sebesar 92,59% dan tiga sebesar 1%. Sedangkan share biaya tertinggi terdapat pada saluran tiga sebesar

50,510%, diikuti saluran dua sebesar 10%. Sedangkan pada saluran satu tidak terdapat share biaya karena petani langsung menjual kepada pedagang besar. Sementara itu share keuntungan tertinggi terdapat pada saluran I sebesar 35,37%, diikuti saluran dua sebesar 26% dan saluran tiga sebesar 12,438%.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka disarankan Untuk petani menggunakan saluran II yang memberikan *share* harga tertinggi 96,15%, dimana saluran ini menunjukkan posisi petani tidak dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adar, D; I, Sinu dan N. Koelima.2015. Perbaikan Strategi dan Efisiensi Pemasaran Jagung di Timor Barat Provinsi Nusa Tenggara Timur. Prosiding Seminar Nasional Pertanian Universitas Nusa Cendana Kupang
- Ali, Muhammad Fajar, Suriaty Situmorang, and Ktut Murniati. 2017. "ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KUBIS DI KECAMATAN GISTING KABUPATEN TANGGAMUS." 5(3):9.
- Arfiani, Ajeng Niarti. 2013. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Margin Pemasaran Mangga Di Kabupaten Indramayu."
- Badan Litbang Pertanian.2010."Mete Buah Sejati Berbentuk Ginjal Mempunyai Beragam Manfaat". Jakarta
- BPS Statistik Perkebunan Indonesia 2006.
- BPS Nagekeo.2013. Statistik Pertanian Kabupaten Nagekeo. Nagekeo Dalam Angka.<https://nagekeokab.bps.go.id/publication>. Diakses 07/02/2018.
- BPS.2014. Statistik Pertanian Kabupaten Nagekeo. Nagekeo Dalam Angka.<https://nagekeokab.bps.go.id/publication>. Diakses 07/02/2018.
- BPS.2015. Statistik Pertanian Kabupaten Nagekeo. Nagekeo Dalam Angka. <https://nagekeokab.bps.go.id/publication>. Diakses 07/02/2018.
- BPS.2016. Statistik Pertanian Kabupaten Nagekeo. Nagekeo Dalam Angka. <https://nagekeokab.bps.go.id/publication>. Diakses 07/02/2018.
- BPS.2012. Kecamatan Wolowae Dalam Angka. Wolowae Dalam Angka. <https://nagekeokab.bps.go.id/publication>. Diakses 07/02/2018.
- BPS.2013. Kecamatan Wolowae Dalam Angka. Wolowae Dalam Angka. <https://nagekeokab.bps.go.id/publication>. Diakses 07/02/2018.
- BPS.2014. Kecamatan Wolowae Dalam Angka. Wolowae Dalam Angka. <https://nagekeokab.bps.go.id/publication>. Diakses 07/02/2018.
- BPS.2015. Kecamatan Wolowae Dalam Angka. Wolowae Dalam Angka. <https://nagekeokab.bps.go.id/publication>. Diakses 07/02/2018.
- BPS.2016. Kecamatan Wolowae Dalam Angka. Wolowae Dalam Angka. <https://nagekeokab.bps.go.id/publication>. Diakses 07/02/2018.
- Firdaus,M. 2009. Manajemen Agribisnis. Jakarta. Bumi Aksara.
- Hutabarat, Batahi Wastin. 2012. "Analisis Sistem Tatani-aga Komoditas Brokoli Di Desa Tugu Utara, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor." Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor Bogor 122.
- Listyaningrum, Niken. 2013. "Analisis Pemasaran Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Margin Pemasaran Bawang Putih Di Kabupaten Karanganyar."
- Listyati. 2011. Nilai Tambah Ekonomi Pengolahan Jambu Mete Indonesia. Balai Penelitian Tanaman Rempah dan Aneka Tanaman.
- Mahdi.1992. Analisa Pemasaran Jahe Gajah Di Daerah Sentra Produksi Sumatra Utara. Balai Penelitian Tanaman Rempah dan Obat.Bogor.
- Sudiyono, Armand. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang.
- Zaubin, R dan Daras, U.2001. Sejarah Dan Prospek Tanaman Jambu Mete. Monograf Jambu Mete. Balai Penelitian Tanaman Rempah dan Obat. Bogor.