

**ANALISIS PEMASARAN PISANG  
DI KECAMATAN NARMADA**  
*ANALYSIS MARKETING BANANA  
IN DISTRICT NARMADA*

Wisnu Fatma\*, Dr. Ir. Halil, S.S, M.B.A\*\*, dan Ir. Effendi M.P \*\*  
Prodi Agribisnis, Jurusan Social Ekonomi Pertanian Universitas Mataram Jalan  
Majapahit, No 62 Gomong, Kecamatan Selaparang, Kota Mataram 83115  
e-mail: wisnufatma07@gmail.com

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Menganalisis Efisiensi Pemasaran Pisang di Kecamatan Narmada; (2) Menganalisis Transmisi Harga Pisang di Kecamatan Narmada. Penelitian Ini Menggunakan Metode Deskriptif Dan Pengumpulan Data menggunakan teknik survey. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Narmada dengan responden penelitian adalah petani, pedagang dan konsumen. Jumlah responden ditentukan secara *quota sampling, proportional sampling, purposive sampling* dan *accidental sampling*, yang terdiri atas 30 orang responden petani, 7 orang responden pedagang pengepul dan 14 orang responden pedagang pengecer.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Pemasaran pisang di Kecamatan Narmada tergolong efisien, yang diindikasikan oleh margin pemasaran dan share harga. Margin pemasaran pada saluran I untuk ketiga jenis pisang yaitu pisang mas Rp. 4,300/tandan dengan total biaya Rp.1,256.41/tandan dan share harga sebesar 64%, pisang lumut Rp. 3,900/tandan dengan total biaya Rp. 1,250/tandan dan share harga sebesar 87%, pisang ketip Rp. 3,550/tandan dengan total biaya Rp. 1,228.82/tandan dan share harga sebesar 86%. Margin pemasaran pada saluran II untuk ketiga jenis pisang yaitu pisang mas Rp. 5,000/tandan dengan total biaya Rp. 704.35/tandan dan share harga sebesar 62%, pisang lumut Rp. 4,500/tandan dengan total biaya Rp. 800/tandan, dan share harga sebesar 84%, pisang ketip Rp. 4,000/tandan dengan total biaya Rp. 961,82/tandan dan share harga sebesar 83%. Saluran pemasaran I dan II efisien yang artinya pemasaran pisang untuk ketiga jenis pisang yaitu pisang mas, lumut dan ketip, mampu memberikan pembayaran yang adil sebagai imbalan terhadap kegiatan produksinya yang diindikasikan oleh share harga berada > 60%. Margin pemasaran pada saluran III untuk pisang mas Rp. 6,500/tandan, dengan total biaya Rp. 2,708 dan share harga sebesar Rp. 52%. Pisang ketip Rp. 13,000/tandan dengan total biaya Rp. 2,731/tandan dan share harga sebesar 59%. Saluran pemasaran III tidak efisien yang artinya pemasaran pisang untuk jenis pisang mas dan ketip belum mampu memberikan pembayaran yang adil sebagai imbalan terhadap kegiatan produksinya yang diindikasikan oleh share harga < dari 60%. (2) Transmisi harga menggambarkan bahwa harga di tingkat konsumen tidak ditransmisikan secara sempurna ke tingkat produsen. Hal ini diindikasikan oleh hasil analisis statistik model coudouglas diperoleh nilai t-hitung  $(-9) = 9$  lebih besar dari nilai t-tabel (1.987) dan diperoleh nilai koefisien sebesar (0.85) lebih kecil dari 1

---

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

yang artinya perubahan harga pisang di tingkat pedagang pengecer lebih besar dari perubahan harga pisang di tingkat produsen. Apabila pada tingkat konsumen mengalami perubahan kenaikan harga sebesar (0.85) maka pedagang tidak akan meneruskan kenaikan harga kepada produsen. Transmisi harga yang seperti ini tidak menguntungkan petani karena adanya kenaikan harga yang terjadi di tingkat konsumen tidak dapat dinikmati oleh petani dalam memperoleh usahatannya. Sebaliknya apabila terjadi penurunan harga maka baik pedagang pengepul maupun pedagang pengecer akan memberikan informasi langsung kepada petani saat itu juga.

**Kata Kunci:** Pemasaran Pisang, Efisiensi Pemasaran, Transmisi Harga.

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research are: (1) Analyzing Banana Marketing Efficiency in Narmada District; (2) Analyzing the Transmission of Banana Prices in Narmada District. This study uses descriptive methods and data collection using survey techniques. This research was conducted in Narmada District with research respondents are farmers, traders and consumers. The number of respondents was determined by quota sampling, proportional sampling, purposive sampling and accidental sampling, which consisted of 30 respondents from farmers, 7 respondents from traders and 14 respondents from retailers.*

*The results showed: (1) Marketing of bananas in Narmada sub-district is classified as efficient, which is indicated by marketing margin and price share. The marketing margin on channel I for the three types of bananas, namely Mas bananas is Rp. 4,300/bunch with a total cost of Rp.1,256.41/bunch and share price of 64%, banana moss Rp. 3,900/bunch with a total cost of Rp. 1,250/bunch and share price of 87%, banana ketip Rp. 3,550/bunch with a total cost of Rp. 1,228.82/bunch and share price of 86%. The marketing margin in channel II for the three types of bananas, namely banana mas, is Rp. 5,000/bunch with a total cost of Rp. 704.35/bunch and share price of 62%, banana moss Rp. 4,500/bunch with a total cost of Rp. 800/bunch, and share price of 84%, banana ketip Rp. 4,000/bunch with a total cost of Rp. 961.82/bunch and share price of 83%. Marketing channels I and II are efficient, which means that the marketing of bananas for the three types of bananas, namely Mas banana, moss and ketip, is able to provide fair payments in return for their production activities, which is indicated by the share price being > 60%. The marketing margin on channel III for banana mas is Rp. 6,500/bunch, with a total cost of Rp. 2,708 and share price of Rp. 52%. Banana ketip Rp. 13,000/bunch with a total cost of Rp. 2,731/bunch and share price of 59%. Marketing channel III is inefficient, which means that the marketing of bananas for the types of Mas and Ketip bananas has not been able to provide fair payments in return for their production activities, which is indicated by a share price of < 60%. (2) Price transmission illustrates that prices at the consumer level are not perfectly transmitted to the producer level. This is indicated by the results of statistical analysis of the Coudbouglas model, the t-count value  $(-9) = 9$  is greater than the t-table value (1.987) and the coefficient value (0.85) is smaller than 1, which means*

---

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

*that the change in banana prices at the trader level retailer is greater than the change in the price of bananas at the producer level. If at the consumer level there is a change in the price increase of (0.85) then the trader will not continue the price increase to the producer. Price transmission like this does not benefit farmers because the price increase that occurs at the consumer level cannot be enjoyed by farmers in obtaining their farming. On the other hand, if there is a decrease in prices, both the collectors and retailers will provide information directly to farmers at that time.*

---

*Keywords: Banana Marketing, Marketing Efficiency, Price Transmission*

---

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pisang merupakan salah satu komoditi hortikultura yang banyak diusahakan oleh petani yang penanamannya relatif tidak membutuhkan persyaratan tumbuh yang spesifik, usahatani pisang dapat dilakukan di lahan kering maupun lahan basah. Salah satu daerah di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat (NTB) yang banyak mengusahakan pisang adalah daerah Kecamatan Narmada. Sentra pemasarannya di pasar umum Narmada.

Kabupaten Lombok Barat merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) sebagai penghasil pisang terbesar diantara Kabupaten lainnya. Jumlah tanaman menghasilkan pada tahun 2018 sebesar 361.056 pohon dengan jumlah produksi sebesar 314.962 Kuintal (Sumber: BPS Nusa Tenggara Barat 2018). Salah satu Kecamatan di Kabupaten Lombok Barat yang merupakan penghasil pisang terbesar adalah Kecamatan Narmada, dengan jumlah tanaman menghasilkan pada tahun 2019 sebesar 483.479 pohon dengan jumlah produksi sebesar 244.601 kwintal (Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Lombok Barat 2019).

Produksi pisang yang ada di Kecamatan Narmada dapat memberikan peluang yang sangat besar untuk memasarkan pisang sampai pada pasar ekspor, pemasaran menjadi bagian penting dalam memasarkan pisang sampai ke konsumen akhir. Dalam memasarkan produksinya, petani pisang yang ada di Kecamatan Narmada dapat menggunakan saluran pemasaran yang ada, misalnya pedagang pengumpul, pedagang pengecer atau langsung ke konsumen akhir. Permasalahan yang dihadapi petani adalah belum mampu mengendalikan harga jual yang kadang melambung tinggi dan dilain waktu justru menurun hingga harga terendah. Kalau dikaji lebih jauh, fluktuasi harga pisang tersebut sesungguhnya sebagai dampak para pedagang pengumpul yang selama ini menguasai jalur distribusi tersebut. Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan penelitian yang Berjudul “ Analisis Pemasaran Pisang di Kecamatan Narmada”.

### B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana Efisiensi Pemasaran Pisang di Kecamatan Narmada? (2) Bagaimana Transmisi Harga Pisang di Kecamatan Narmada?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Menganalisis Efisiensi Pemasaran Pisang di Kecamatan Narmada (2) Menganalisis Transmisi Harga Pisang di Kecamatan Narmada. Manfaat penelitian ini adalah: (1) Bagi petani dan lembaga pemasaran yang terlibat sebagai bahan informasi untuk melaksanakan kerjasama yang saling menguntungkan dalam pemasaran pisang (2) Bagi pemerintah sebagai bahan masukan dalam penetapan kebijakan untuk perbaikan pemasaran pisang (3) Bagi peneliti sebagai penerapan ilmu atau teori yang telah didapat selama masa perkuliahan dan bisa diterapkan dalam permasalahan yang terjadi dimasyarakat dan dapat memberikan alternatif pemecahannya.

---

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

## II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, pengumpulan data menggunakan teknik survey, Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Narmada dengan responden penelitian yaitu responden petani, pedagang dan konsumen. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif, sedangkan sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan yaitu efisiensi pemasaran dan elastisitas transmisi harga.

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran pisang di Kecamatan Narmada digunakan indikator margin pemasaran dan share harga.

### 1. Margin pemasaran

Margin pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus (Sudiyono,2001)

$$Mji = Psi - Pbi$$

Keterangan :

Mji : Margin pada lembaga pemasaran tingkat ke - *i*

Psi : Harga jual pada pemasaran tingkat ke - *i*

Pbi : Harga beli pada pemasaran tingkat ke - *i*

### 2. Share harga

Share harga yang diterima petani dapat dihitung menggunakan rumus (Rahim dan Astuti, 2007)

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

Keterangan :

Fs : *Farmer Share*

Pf : (Price Farmer's)

Pr : (Price Retailer)

Elastisitas Transmisi harga Model Cobb Douglas dapat di hitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Pf = a Pr^\beta$$

$$\text{Log Pf} = \text{Log } a + \beta \text{ Log Pr}$$

Keterangan:

Pf = Harga ditingkat petani

Pr = Harga ditingkat konsumen

a = Intersep

$\beta$  = koefisien elastisitas trasmisi harga

---

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Karakteristik Responden

Karakteristi responden dalam penelitian ini meliputi kelompok umur, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, pendidikan formal, status keluarga dan pengalaman usaha. Responden dalam penelitian ini meliputi responden petani, pedagang pengepul, pedagang pengecer dan konsumen.

Rata-rata umur responden petani 36 th (kisaran 34 - 41 th). Rata-rata pendidikan formal responden petani yaitu hanya sampai sekolah dasar. Rata-rata status petani adalah sudah menikah. Rata-rata pengalaman usaha berada pada kisaran 1–5 tahun. Rata-rata jenis kelamin petani adalah laki-laki.

Karakteristik responden pedagang dalam penelitian ini terdiri dari 7 responden pedagang pengepul dan 14 orang responden pedagang pengecer. Usia responden pedagang berkisar antara 45-54 tahun.. Pendidikan terakhir pedagang rata-rata yaitu tamat SMP. Status dalam keluarga yaitu menikah serta memiliki pengalaman berusaha berada pada kisaran 5-12 tahun dan respondennya berjenis kelamin wanita.

#### B. Gambaran Umum Usahatani Pisang di Kecamatan Narmada

Subsistem sarana produksi merupakan faktor pengantar produksi dalam usahatani. Subsistem sarana produksi pisang di Kecamatan Narmada terdiri dari bibit pisang, tenaga kerja dan beberapa alat-alat pertanian yang berupa cangkul, parang dan sabit.

##### 1. Bibit Pisang

Untuk mendapatkan bibit pisang petani responden tidak perlu membeli bibit pisang tersebut. Biasanya bibit pisang diperoleh dari anakan pisang yang sudah ada dari tanaman sebelumnya. Anakan pisang tersebut sengaja dibiarkan tumbuh menggerombol di sekitar atau disekeliling tanaman induknya. Penanaman pisang dilakukan dengan cara memindahkan anakan pisang yang ada langsung ke dalam lubang tanam yang sudah disiapkan.

##### 2. Penggunaan Pupuk

Dari hasil wawancara dengan petani responden, pupuk yang digunakan oleh petani untuk menyuburkan tanah adalah jenis pupuk kandang. Sedangkan pupuk kimia tidak di gunakan oleh petani karena harganya yang mahal.

##### 3. Obat-Obatan atau Pestisida

Seperti pada penggunaan pupuk, petani responden juga memberikan perlakuan obat-obatan pada tanaman pisang apabila terdapat gejala penyakit yang menyerang pada tanaman pisang, petani hanya melakukan penyemprotan dan pembuangan bagian-bagian tanaman yang terserang penyakit. Namun Jika serangan penyakitnya sudah menyebar lebih besar, maka petani responden langsung menebang pohon pisang dan menggantinya dengan yang baru.

##### 4. Tenaga Kerja

Kebutuhan tenaga kerja dilokasi penelitian mudah dipenuhi. Tenaga kerja untuk bidang pertanian bisa berupa tenaga kerja dalam keluarga yakni tenaga kerja yang berasal dari anggota keluarga. Tingkat upah rata-rata yang dibayarkan untuk pekerja sebesar Rp. 75.000 per-hari selama 6 sampai 8 (delapan) Jam mulai dari jam 08.00-16.00 Wita.

##### 5. Alat-Alat Pertanian

Jenis alat-alat pertanian yang digunakan dalam kegiatan usahatani pisang meliputi cangkul, parang dan sabit. Cangkul digunakan unuk menggeburkan tanah, dan proses penanaman. Parang digunakan untuk memanen pisang dan memotong bibit pisang. Sprayer

---

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

biasanya digunakan untuk menyemprotkan Obat-obatan atau pestisida apabila terdapat gejala penyakit yang menyerang pada tanaman pisang.

#### 6. Analisis Usahatani Pisang

Jenis pisang yang di produksi oleh petani responden dalam penelitian yaitu pisang mas, pisang lumut dan pisang ketip. Bentuk analisis usahatani pisang mengacu kepada konsep total biaya produksi. Ukuran tingkat pendapatan menggambarkan berapa besar pendapatan petani setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan secara tunai. Sehingga untuk mengetahui pendapatan petani yang sesungguhnya perlu dihitung juga pendapatan petani atas biaya total.

Tabel 4.6. Rata- Rata Pendapatan Petani (Tandan/Minggu) di Kecamatan Narmada Tahun 2021.

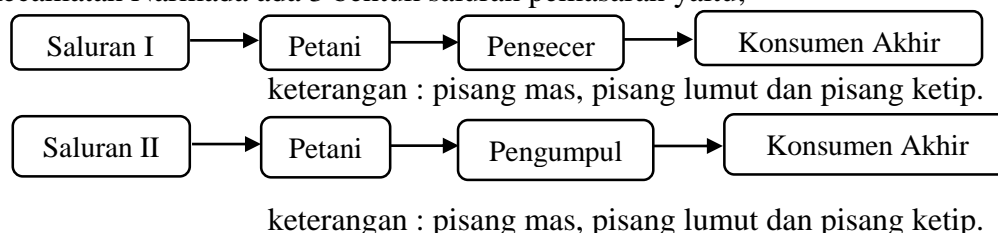
Pendapatan			
A. Produksi Pisang	Jumlah (Tandan/Minggu)	Harga Satuan (Rp/Tandan)	Nilai (Rp)
1. Pisang Mas	58	7,700	446,600
2. Pisang Lumut	21	26,100	548,100
3. Pisang Ketip	18	21,350	474,300
<b>B. Total Pendapatan</b>			<b>1,469,000</b>
<b>C. Biaya</b>			
1. Biaya Tenaga Kerja	2	75.000	150,000
2. Biaya Penyusutan Alat			34,511
Total biaya			184,511
Tatal Pendapatan Usahatani			1.284.489

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Berdasarkan Tabel 4.6 Produksi usahatani yang dapat diperoleh dari rata-rata petani responden memiliki 58 tandan/minggu pisang mas dengan harga per-tandan Rp 7.700, Pisang Lumut sebanyak 21 tandan/minggu dengan harga Per-tandan Rp 26.100 dan pisang Ketip sebanyak 18 tandan/minggu dengan harga per-tandan Rp 21.350 pada tingkat pedagang pengumpul sehingga pendapatan dari total produksi petani sebesar Rp 1,469.000. sementara biaya yang dikeluarkan oleh petani responden terdiri dari biaya tenaga kerja dan penyusutan alat-alat pertanian sebesar Rp 184.511 maka, total pendapatan petani sebesar Rp.1,284,489 hal ini merupakan pembuktian secara perhitungan dalam metode penelitian, bahwa kegiatan usahatani pisang di Kecamatan Narmada masih menguntungkan bagi petani karena pendapatannya lebih besar dari biaya yang di keluarkan oleh petani.

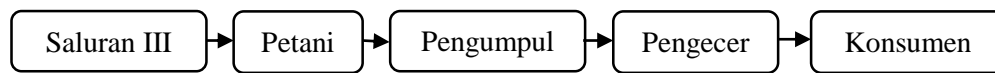
#### C. Saluran pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran pisang yang ada di Kecamatan Narmada ada 3 bentuk saluran pemasaran yaitu;



\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram



keterangan : pisang mas dan pisang ketip

Gambar 4.2. Saluran Pemasaran Pisang di Kecamatan Narmada

#### D. Efisiensi Pemasaran

Analisis efisiensi pemasaran dilakukan untuk menentukan saluran pemasaran pisang yang efisien, indikator yang digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran yang digunakan dalam penelitian yaitu margin pemasaran dan share harga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7. Efisiensi Pemasaran Pisang di Kecamatan Narmada Pada Saluran I

No	Pelaku Pasar Saluran I	Jenis Pisang		
		P. Mas	P. Lumut	P. Ketip
1	Petani			
	a. Harga Jual (Rp/tandan)	7,700	26,100	21,450
2	Pedagang Pengecer			
	a. Harga Beli (Rp/tandan)	7,700	26,100	21,450
	b. Biaya-biaya			
	- Transportasi	948.72 (12.32%)	968.75 (3.71%)	957.63 (6.04%)
	- Biaya Retribusi	307.69 (4.00%)	281.25 (1.08%)	271.19 (1.26%)
	<b>Total Biaya</b>	<b>1,256.41 (16.32%)</b>	<b>1,250.00 (4.79%)</b>	<b>1,228.82 (5.73%)</b>
	a. Harga Jual (Rp/tandan)	12,000	30,000	25,000
	<b>d. Margin Pemasaran</b>	4,300	3,900	3,550
		100%	100%	100%
	<b>e. Keuntungan</b>	3,043.59 (39.53%)	2,650.00 (10.15%)	2,321.18 (10.82%)
3	Konsumen Akhir			
	a. Harga Beli (Rp/Tandan)	12,000	30,000	25,000
4	Efisiensi			
	a. <i>Share</i> Harga	64 %	87 %	86 %

Sumber : Data Primer diolah 2021

Pada tabel 4.7 pemasaran pisang pada saluran I dapat diketahui harga jual untuk ketiga jenis pisang yaitu (Pisang Mas, Pisang Lumut dan Pisang Ketip).

Jenis Pisang	Harga Jual		
	Petani	Pengecer	Konsumen
P. Mas	7,700	12,000	12,000
P.Lumut	26,100	30,000	30,000
P. Ketip	21,450	25,000	25,000

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram



Pada tabel 4.7 menggambarkan bahwa diantara ketiga jenis pisang yang di pasarkan pisang lumut adalah pisang yang paling mahal harganya diantara pisang lainnya di indikasikan oleh harga jual pisang lumut sebesar Rp. 30,000/tandan lebih mahal Rp. 5,000 dari pisang ketip dan lebih mahal Rp. 18,000 dari pisang mas.

Walaupun harga jual pisang lumut lebih mahal dari pisang mas dan pisang ketip tetapi pisang mas memiliki nilai margin paling tinggi yaitu Rp 4,300/tandan, dibandingkan dengan nilai margin pisang lumut Rp. 3,900/tandan dan nilai margin pisang ketip Rp. 3,550/tandan, dan memiliki nilai persentase keuntungan paling tinggi sebesar (39.53%), dibandingkan dengan pisang lumut dengan nilai persentase keuntungan sebesar (10.15%) dan pisang ketip dengan persentase keuntungan sebesar (10.82%).

Share harga pada saluran pemasaran I untuk ketiga jenis pisang yaitu pisang mas dengan nilai share harga sebesar 64%, pisang lumut dengan nilai share harga sebesar 87%, dan pisang ketip dengan nilai share harga sebesar 86% yang artinya persentase bagian yang diterima oleh petani sebagai imbalan terhadap kegiatan produksinya berada diatas >60% berarti saluran pertama untuk ketiga jenis pisang mampu memberikan pembayaran yang adil dan efisien.

Tabel 4.8. Efisiensi Pemasaran Pisang di Kecamatan Narmada Pada Saluran II

No	Pelaku Pasar Saluran II	Jenis Pisang		
		Mas	Lumut	Ketip
1	Petani			
	a. Harga Jual (Rp/Tandan)	8,000	24,500	20,000
2	Pedagang Pengumpul			
	a. Harga Beli (Rp/Tandan)	8,000	24,500	20,000
	b. Biaya-biaya			
	- Transportasi	486.96 (6.09%)	550.00 (2.24%)	740.45 (3.70%)
	- Biaya buruh	217.39 (2.72%)	250.00 (1.02%)	221.37 (1.11%)
	<b>Total Biaya</b>	<b>704.35 (8.80%)</b>	<b>800.00 (3.27%)</b>	<b>961.82 (4.81%)</b>
	c. Harga Jual (Rp/Tandan)	13,000	29,000	24,000
	<b>d. Margin Pemasaran</b>	5,000	4,500	4,000
	<b>e. Keuntungan</b>	4,295.65	3,700.00	3,038.18
		(53.70 %)	(15,10 %)	(15.19 %)
3	Konsumen Akhir			
	a. Harga Beli (Rp/Tandan)	13,000	29,000	24,000
4	Efisiensi			
	a. Share Harga	62%	84%	83%

Sumber : Data Primer Diolah 2021.

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

Pada tabel 4.8 pemasaran pisang pada saluran II dapat diketahui harga jual untuk ketiga jenis pisang yaitu (pisang mas, pisang lumut dan pisang ketip).

Jenis Pisang	Harga Jual		
	Petani	Pengumpul	Konsumen
P. Mas	8,000	13,000	13,000
P.Lumut	24,500	29,000	29,000
P. ketip	20,000	24,000	24,000

Pada tabel 4.8 menggambarkan bahwa baik saluran pertama maupun saluran pemasaran kedua diantara ketiga jenis pisang yang di pasarkan pisang lumut adalah pisang yang paling mahal harganya diantara pisang lainnya di indikasikan oleh harga jual pisang lumut sebesar Rp. 29,000/tandan lebih mahal Rp. 5,000 dari pisang ketip dan lebih mahal Rp. 16,000 dari pisang mas.

Walaupun harga jual pisang lumut lebih mahal dari pisang mas dan pisang ketip tetapi pisang mas memiliki nilai margin paling tinggi yaitu Rp 5,000/tandan, dibandingkan dengan nilai margin pisang lumut Rp. 4,500/tandan dan nilai margin pisang ketip Rp. 4,000/tandan, dan memiliki nilai persentase keuntungan paling tinggi sebesar (53.70%), dibandingkan dengan pisang lumut dengan nilai persentase keuntungan sebesar (15.10%) dan pisang ketip dengan persentase keuntungan sebesar (15.19%). Hal ini karena pisang mas banyak digunakan oleh masyarakat sasak untuk acara pesta atau begawe.

Share harga pada saluran pemasaran I untuk ketiga jenis pisang yaitu pisang mas dengan nilai share harga sebesar 62%, pisang lumut dengan nilai share harga sebesar 84%, dan pisang ketip dengan nilai share harga sebesar 83% yang artinya persentase bagian yang diterima oleh petani sebagai imbalan terhadap kegiatan produksinya berada diatas >60% berarti saluran kedua untuk ketiga jenis pisang mampu memberikan pembayaran yang adil dan efisien.

---

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

Tabel 4.9. Efisiensi Pemasaran Pisang di Kecamatan Narmada Pada Saluran III

No	Pelaku Pasar Saluran III	Jenis Pisang			
		Mas		Ketip	
1	Petani				
	a. Harga Jual (Rp/Tandan)	7,000		18,500	
2	Pedagang Pengumpul				
	a. Harga Beli (Rp/Tandan)	7,000		18,500	
	b. Biaya-biaya				
	- Transportasi	916.67	(13,10%)	769.23	(4,16%)
	- Biaya Buruh	500.00	(7,14%)	538.46	(2,91%)
	<b>Total Biaya</b>	1,958.33	(20,24%)	1,307.69	(7,07%)
	a. Harga Jual (Rp/Tandan)	10,000		25,000	
	d. <b>Margin Pemasaran</b>	3,000		6,500	
		100%		100%	
	<b>e. Keuntungan</b>	1,041.67		5,192.31	
		14,48%		(28,07%)	
3	Pedagang Pengecer				
	a. Harga Beli (Rp/Tandan)	10,000		25,000	
	b. Biaya-biaya				
	- Transportasi	958.33	(9,58%)	1,038.46	(4,15%)
	- Biaya Buruh	333.33	(3,33%)	384.61	(1,54%)
	<b>Total Biaya</b>	1,291.66	(12,92%)	1,423.07	(5,69%)
	c. Harga Jual (Rp/Tandan)	13,500		31,500	
	d. <b>Margin Pemasaran</b>	3,500		6,500	
		100%		100%	
	<b>e. Keuntungan</b>	2,208	(33,75%)	5,076.93	(25,35%)
4	Konsumen Akhir				
	a. Harga Beli (Rp/Tandan)	13,500		31,500	
5	<b>-Total Biaya</b>	2,708		2,731	
	<b>-Total Margin</b>	6,500		13,000	
	<b>-Total Keuntungan</b>	3,792		10,269	
6	Efisiensi				
	a. Share Harga	52 %		59 %	

Sumber : Data Primer Diolah 2021.

Pada tabel 4.9 pemasaran pisang pada saluran III dapat diketahui harga jual untuk kedua jenis pisang yaitu (pisang mas dan pisang ketip).

Jenis Pisang	Harga Jual			
	Petani	Pengumpul	Pengecer	Konsumen
P. Mas	7,000	10,000	13,500	13,500
P. ketip	18,500	25,000	31,500	31,500

Pada tabel 4.9 menggambarkan bahwa saluran pemasaran ketiga terdapat dua jenis pisang yang dipasarkan yaitu pisang mas dan pisang ketip. jenis pisang ketip adalah pisang yang paling mahal harganya dibandingkan dengan pisang mas, di indikasikan oleh harga jual pisang ketip pada pedagang penumpul sebesar Rp. 25,000/tandan lebih mahal Rp. 5,000 dari pisang mas, pada pedagang pengecer dengan harga jual pada pedagang pengecer sebesar 31,500 lebih mahal Rp. 18,000 dari pisang mas. saluran pemasaran ketiga merupakan saluran pemasaran yang paling panjang dibandingkan dengan saluran pertama dan kedua,

Pisang ketip juga memiliki total margin paling tinggi sebesar Rp. 13,000/tandan dibandingkan dengan pisang mas yang memiliki total nilai margin pemasaran sebesar Rp. 6,500/tandan. Total keuntungan untuk pisang ketip sebesar Rp. 10,269/tandan dan pisang mas dengan total keuntungan sebesar Rp. 3,792/tandan. Pada saluran pemasaran ketiga hanya dua jenis pisang saja yang dipasarkan yaitu pisan mas dan pisang ketip.

Share harga pada saluran pemasaran III untuk kedua jenis pisang yaitu pisang mas dengan nilai share harga sebesar 52%, %, dan pisang ketip dengan nilai share harga sebesar 59% yang artinya persentase bagian yang diterima oleh petani sebagai imbalan terhadap kegiatan produksinya berada dibawah <60% berarti saluran ketiga untuk kedua jenis pisang belum mampu memberikan pembayaran yang adil dan belum efisien.

#### E. Analisis Elastisias Transmisi Harga

Nilai elastisitas transmisi harga dianalisis dengan cara regresi linier sederhana, persamaan hubungan antara harga di tingkat produsen (Pf) dan harga di tingkat konsumen (Pr). Secara matematis elastisitas transmisi harga (Et) dapat dituliskan sebagai:

$$Pf = \beta_0 + \beta_1 Pr$$

Ditransformasikan dalam bentuk logaritma natural menjadi :

$$\text{Ln}Pf = \text{Ln} \beta_0 + \beta_1 \text{Ln}Pr$$

Dimana:

$\beta_0$  : intersep

$\beta_1$  : Koefisien elastisitas transmisi harga

Pf : harga di tingkat petani

Pr : harga di tingkat pedagang

Hasil Analisis Regresi Model Cobb-Douglass sebagai berikut:

$$Pf : a Pr^\beta$$

$$Pf : 1.816 Pr^{0.847}$$

$$\text{Log Pf} : \text{Log } 1.82 + 0.85 \text{ Log } Pr$$

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi Transmisi Harga

No	Uraian	Nilai
1	t - hitung	9
2	t - tabel	1.987
3	Coeffisients	0.847
4	Standar Error	0.017
5	Hipotesis	Ho ditolak

Hasil analisis transmisi harga menggambarkan bahwa harga di tingkat konsumen tidak ditransmisikan secara sempurna ke tingkat produsen. Hal ini diindikasikan oleh hasil analisis statistik model coubdouglass diperoleh nilai t-hitung (-9) = 9 lebih besar dari nilai t-tabel (1.987) dan diperoleh nilai koefisien sebesar (0.85) lebih kecil dari 1 yang artinya perubahan harga pisang di tingkat pedagang pengecer lebih besar dari perubahan harga pisang di tingkat produsen. Apabila pada tingkat konsumen mengalami perubahan kenaikan harga sebesar (0.85) maka pedagang tidak akan meneruskan kenaikan harga kepada produsen. Transmisi harga yang seperti ini tidak menguntungkan petani karena adanya kenaikan harga yang terjadi di tingkat konsumen tidak dapat dinikmati oleh petani dalam memperoleh usahatannya. Sebaliknya apabila terjadi penurunan harga maka baik pedagang pengepul maupun pedagang pengecer akan memberikan informasi langsung kepada petani saat itu juga.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

##### A. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemasaran pisang di Kecamatan Narmada tergolong efisien, yang diindikasikan oleh margin pemasaran dan share harga. Margin pemasaran pada saluran I untuk ketiga jenis pisang yaitu pisang mas Rp. 4,300/tandan dengan total biaya Rp.1,256.41/tandan dan share harga sebesar 64%, pisang lumut Rp. 3,900/tandan dengan total biaya Rp. 1,250/tandan dan share harga sebesar 87%, pisang ketip Rp. 3,550/tandan dengan total biaya Rp. 1,228.82/tandan dan share harga sebesar 86%. Margin pemasaran pada saluran II untuk ketiga jenis pisang yaitu pisang mas Rp. 5,000/tandan dengan total biaya Rp. 704.35/tandan dan share harga sebesar 62%, pisang lumut Rp. 4,500/tandan dengan total biaya Rp. 800/tandan, dan share harga sebesar 84%, pisang ketip Rp. 4,000/tandan dengan total biaya Rp. 961,82/tandan dan share harga sebesar 83%. Saluran pemasaran I dan II efisien yang artinya pemasaran pisang untuk ketiga jenis pisang yaitu pisang mas, lumut dan ketip, mampu memberikan pembayaran yang adil sebagai imbalan terhadap kegiatan produksinya yang diindikasikan oleh share harga berada > 60%. Margin pemasaran pada saluran III untuk pisang mas Rp. 6,500/tandan, dengan total biaya Rp. 2,708 dan share harga sebesar Rp. 52%. Pisang ketip Rp. 13,000/tandan dengan total biaya Rp. 2,731/tandan dan share harga sebesar 59%. Saluran pemasaran III tidak efisien yang artinya pemasaran pisang untuk jenis pisang mas dan ketip belum mampu memberikan pembayaran

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

yang adil sebagai imbalan terhadap kegiatan produksinya yang diindikasikan oleh share harga < dari 60%.

2. Transmisi harga menggambarkan bahwa harga di tingkat konsumen tidak ditransmisikan secara sempurna ke tingkat produsen. Hal ini diindikasikan oleh hasil analisis statistik model coubdouglass diperoleh nilai t-hitung  $(-9) = 9$  lebih besar dari nilai t-tabel (1.987) dan diperoleh nilai koefisien sebesar (0.85) lebih kecil dari 1 yang artinya perubahan harga pisang di tingkat pedagang pengecer lebih besar dari perubahan harga pisang di tingkat produsen. Apabila pada tingkat konsumen mengalami perubahan kenaikan harga sebesar (0.85) maka pedagang tidak akan meneruskan kenaikan harga kepada produsen. Transmisi harga yang seperti ini tidak menguntungkan petani karena adanya kenaikan harga yang terjadi di tingkat konsumen tidak dapat dinikmati oleh petani dalam memperoleh usahataniannya. Sebaliknya apabila terjadi penurunan harga maka baik pedagang pengepul maupun pedagang pengecer akan memberikan informasi langsung kepada petani saat itu juga.

## B. Saran

Adapun Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk meningkatkan efisiensi dalam sistem pemasaran pisang, diharapkan petani melakukan penjualan produksinya dengan memilih saluran pemasaran yang terpendek.
2. Sebaiknya petani mencari informasi perkembangan harga, sehingga petani memiliki acuan dalam menentukan harga jual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adjib, AD. 2001. *Agribisnis*. Jakarta: Yayasan Pengembangan Sinar Tani.
- Azzaino, Z. 1982. *Tataniaga Hasil Pertanian*. Institut Pertanian Bogor.
- Badan Pusat Statistik NTB. 2019. *NTB Dalam Angka*. Kantor Perwakilan BPS Mataram. Mataram.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat. 2019. *Lombok Barat Dalam Angka 2019*. Kabupaten Lombok barat. Kantor Perwakilan BPS Mataram. Mataram.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2005. *Kinerja Pembangunan Sistem dan Usaha Agribisnis Hortikultura*. Departemen Pertanian. Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura. Jakarta.
- Rahim.Abd. dan Hastuti,.,Drw. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhamadyah Malang.

---

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

---

\* Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram  
\*\* Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Mataram