

**EFISIENSI PEMASARAN BIBIT DURIAN HASIL  
OKULASI DI KECAMATAN LINGSAR  
KABUPATEN LOMBOK BARAT**

**JURNAL**



**Oleh**

**Syamsul Fitriadi  
C1G110081**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MATARAM  
2015**

## **EFISIENSI PEMASARAN BIBIT DURIAN HASIL OKULASI DI KECAMATAN LINGSAR KABUPATEN LOMBOK BARAT**

**(Marketing Efficiency Of Seed Durian Okulasi In District West Lombok Lingsar)**

\*Syamsul Fitriadi\*<sup>1</sup> Dr. Ir. Halil, MBA \*<sup>2</sup>Ir. Ibrahim, M.Si.

*Alamat : Murbaya. Kec. Pringgarata. Kab. Lombok Tengah*

*No handphone : 087765111864*

*Email : [Naura.Nadiva.Hasna@gmail.com](mailto:Naura.Nadiva.Hasna@gmail.com)*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis **Efisiensi pemasaran Bibit Durian Hasil Okulasi Di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat**. Lokasi ini merupakan sentra produksi Bibit buah di NTB. Tujuan penelitian ini untuk (1) Mengetahui saluran pemasaran Bibit Durian Okulasi di Kecamatan Lingsar (2) Mengetahui Efisiensi Pemasaran Bibit Durian Okulasi (3) Mengetahui Hambatan-hambatan Pemasaran Bibit Durian Okulasi. Berdasarkan hasil penelitian, (1) ada tiga saluran pemasaran di lokasi penelitian, yaitu: (a) Penangkar→Petani (Saluran I), (b) Penangkar→Pedagang Pengumpul Desa→petani (Saluran II), (c) Penangkar→Pedagang Pengecer→Petani (Saluran III). (2) Efisiensi Pemasaran Bibit Durian Hasil Okulasi jika diukur berdasarkan (a) Marjin Pemasaran, efisien pada saluran I, sebab marjinya paling kecil dibandingkan saluran yang lain yaitu Rp. 9.624 (b) Berdasarkan *Share* Petani, efisien pada saluran I, sebab *Share* Petaninya lebih besar dari 60 % yaitu 61,45 %. Sedangkan saluran II dan III belum efisien. (c) Berdasarkan Distribusi Keuntungan, efisien pada saluran I, sebab distribusi keuntungannya = 1. Sedangkan saluran II dan III belum efisien. (3). Hambatan pemasaran yang dihadapi Penangkar dan Lembaga Pemasaran dalam memasarkan bibit durian okulasi adalah Penangkar yang terhambat modal sebanyak 24 %, Persaingan sebanyak 100 %, dan Cuaca sebanyak 100 %. Sedangkan PPD yang terhambat modal sebanyak 56,52 %, persaingan sebanyak 100 %, dan Cuaca sebanyak 100 %. Selanjutnya Pengecer yang terhambat modal sebanyak 100 %, Pasar sebanyak 100 %, dan Cuaca sebanyak 100 %.

**Kata Kunci** : Saluran Pemasaran, Efisiensi, Marjin Pemasaran, Share Petani, Distribusi Keuntungan, dan hambatan-hambatan Pemasaran, Bibit Durian Okulasi.

\*Mahasiswa

\*<sup>1</sup>Dosen Pembimbing Utama

\*<sup>2</sup>Dosen Pembimbing Pendamping

## ABSTRACT

This study analyzed the efficiency of marketing Seed Durian Grafting Results In District Lingsar West Lombok. This location is the center of fruit seedlings production in NTB. The purpose of this study was to (1) Know the marketing channels Durian Seed Grafting in District Lingsar (2) Knowing Grafting Efficiency Durian Seed Marketing (3) Knowing Barriers Durian Seed Marketing grafting. Based on the results of the study, (1) there are three channels of marketing Petani (Channel I), (b) at research sites, namely: (a) Penangkar petani (Channel II), (c) Pedagang aggregator Desa Penangkar Pedagang Retailers Penangkar Petani (Channel III). (2) Efficiency Durian Seed Marketing Results grafting if measured by (a) Marketing Margins, efficient on channel I, because most small margin compared to other channels, namely Rp. 9624 (b) Based on Share Farmers, efficient on channel I, because farmers Share is greater than 60% ie 61.45%. While the channel II and III have not been efficient. (C) Based on the Distribution of Profits, efficient on channel I, because distribusi profits = 1. While the channel II and III have not been efficient. (3). Marketing constraints faced by breeder and Marketing Agencies in marketing durian seed breeder grafting is obstructed as much as 24% of capital, competition as much as 100%, and the weather as much as 100%. While PPD is hampered as much as 56.52% of capital, competition as much as 100%, and the weather as much as 100%. Furthermore, retailers were hampered as much as 100% of capital, markets as much as 100%, and the weather as much as 100%.

**Keywords:** Channel Marketing, Efficiency, Marketing Margin, Share Farmer, Gain Distribution and Marketing barriers, Durian Seed Grafting.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Durian merupakan salah satu jenis buah hortikultura yang cukup banyak digemari dan diminati konsumen sehingga dijuluki raja dari segala buah (*king of fruit*). Konsumsi durian terus meningkat perkapita tiap tahun. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1 Peningkatan Konsumsi Buah Durian Kg / Kapita / Tahun

Tahun	Konsumsi Durian (Kg / Kapita / Tahun)
2005	0,21
2006	0,78
2007	1,92
2008	2

Sumber : Trubus

Tabel 1.1. menunjukkan bahwa, konsumsi buah durian terus meningkat tiap tahunnya, peningkatannya mulai dari 0,21 Kg /Kapita/tahun pada tahun 2005 hingga 2 Kg/ Kapita/tahun pada tahun 2008. Hal ini menunjukkan bahwa, minat konsumen untuk mengkonsumsi durian cukup tinggi. Panen raya durian di wilayah Lombok tahun ini cukup tinggi. Menurut pantauan wartawan Lombok Post pada hari jum'at 13 februari 2015, stok durian di pasar Selong Lombok Timur cukup melimpah sehingga terjadi persaingan harga durian antar pedagang yang cukup ketat namun cukup bersahabat, mulai dari harga Rp. 25.000 perbuah – Rp. 30.000 perbuah bahkan jika pintar menawar harganya bisa didapat Rp. 20.000 perbuah dan menurut pantauan hari Sabtu 14 feberuari 2015, pedagang durian yang ada di Monjok Mataram laku keras. Namun konsumen dalam mengkonsumsi durian tidak terlepas dari selera. Selera konsumen untuk mengkonsumsi durian, sangat dipengaruhi oleh mutu buah durian. Oleh sebab itu, varietas durian yang bermutu tinggi penting untuk dikembangkan. Direktorat Perbenihan (2001), telah melepas tanaman buah durian varietas unggul seperti Matahari, Hepee, Oong, Petruk, Sitokong dan Varietas unggul lainnya.

Tingginya minat konsumen untuk mengkonsumsi durian dan juga setelah dilepasnya durian bermutu tinggi, banyak petani atau investor yang tertarik membuka usaha perkebunan durian. Oleh karena itu, agar minat konsumen tetap tinggi dan selera konsumen tetap stabil, penting untuk menjaga mutu buah durian. Untuk itu, Dinas Pertanian merekomendasikan teknologi perbanyak tanaman buah yaitu salah satunya teknologi sistem okulasi.

Sistem okulasi merupakan perpaduan anatara sistem generatif dan sistem vegetatif. Sistem generatif merupakan perbanyak tanaman melalui biji dan mempunyai keunggulan yaitu perakaran yang kuat namun masa berbuah lebih panjang (7 tahun) dan sifat buah yang dihasilkan biasanya tidak sama dengan sifat induknya. Sistem vegetatif merupakan perbanyak melalui bagian-bagian tanaman seperti akar, batang, pucuk, bakal tunas dan daun. Sistem Vegetatif

mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan sistem generatif (biji) yaitu lebih cepat berbuah dan sifat buahnya sama dengan sifat buah induknya namun tidak memiliki perakaran yang kuat. Perpaduan sistem generatif dan sistem vegetatif dapat menghasilkan bibit yang lebih unggul dan mutunya terjamin. Unggul Menurut wiked media bahwa, bibit durian sistem okulasi memiliki masa juvenil (masa remaja) lebih pendek sehingga lebih cepat berbuah (2-3 tahun) dan kualitas buah yang dihasilkan persis sama dengan sifat kualitas induknya dan bahkan juga memiliki perakaran yang kuat.

Potensi pasar bibit durian hasil okulasi cukup menjanjikan. Hal ini dapat dilihat dari terpacunya para petani atau investor untuk berlomba membuka perkebunan usaha budidaya durian. Menurut Dini Wulandari, dalam Skripsi Finansial Perencanaan Bisnis, 2014 mengatakan, bahwa saat ini tidak hanya petani, masyarakat awam yang sama sekali tidak memiliki basic tani sekalipun sudah memiliki minat yang sangat tinggi untuk menanam pohon durian. Dengan alasan selain buahnya yang enak, masa panen durian cukup cepat, karena ketika pohon durian telah berumur tiga tahun pohon akan mulai berbuah. Ketika minat untuk menanam buah ini semakin tinggi, otomatis permintaan bibit durian okulasi sendiri akan meningkat. Hal ini membuat prospek agribisnis pembudidayaan bibit durian sistem okulasi cukup cerah.

Sentra pembibitan durian okulasi berlokasi di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat. Usaha ini cukup lama dan merupakan usaha pembibitan buah yang pertama kali berdiri di Nusa Tenggara Barat. Usaha pembibitan ini pertama kali dirintis oleh H. patah sejak tahun 1972 kemudian diteruskan Oleh anaknya Bapak Ahmad Fauzi. Menurut keterangan Bapak Ahmad Fauzi saat wawancara langsung pada saat survei, bahwa produksi bibit durian okulasi pada tahun 2011 mencapai 4000 bibit, tahun 2012 mencapai 5000 bibit dan tahun 2013 dapat mencapai 10.000 bibit.

wilayah ini sangat cocok menjadi sentra pembibitan, sebab didukung oleh tersedianya air yang cukup dan tersedianya pohon induk yang unggul seperti durian Kani, Si gundul dan Pakem. Namun, meskipun didukung dengan wilayah yang cocok, potensi pasar yang baik, akan tetapi usaha pembibitan ini, khususnya di wilayah Lingsar belum bermasyarakat, hal ini disebabkan karena biaya produksi yang cukup tinggi dan membutuhkan keahlian tertentu dan juga usaha ini tidak menjamin keuntungan yang maksimal didapat oleh petani, maksimalisasi dan minimalisasi keuntungan dipengaruhi oleh bagaimana penerapan strategi pemasaran bibit durian yang efisien dan efektif.

OLEh karena itu, agar usaha beroperasi dengan baik dan menghasilkan keuntungan yang maksimal diperlukan keterampilan dan penerapan strategi pemasaran yang maksimal, seperti pengembangan produk, pengembangan wilayah pemasaran, promosi, strategi penetapan harga, pengembangan produksi dengan penambahan kapasitas produksi, penambahan dan pengembangan sumber daya Manusia, dan pemamfaatan teknologi informasi sehingga diharapkan dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal (Wulandari, 2014).

Berdasarkan ulasan diatas, dipandang sangat perlu untuk mengetahui Efisiensi pemasaran bibit durian sistem okulasi. Untuk itu, penting penelitian dengan judul **Efisiensi Pemasaran Bibit Durian Hasil Okulasi di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat**.

Tujuan penelitian ini (1) Untuk mengetahui saluran pemasaran bibit durian hasil okulasi (2) Untuk mengetahui Efisiensi pemasaran bibit durian hasil okulasi (3) Untuk mengetahui hambatan-hambatan pemasaran yang dihadapi masing-masing lembaga pemasaran dalam memasarkan bibit durian hasil okulasi

## METODOLOGI PENELITIAN

### Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode *deskriptif* yang bersifat menggali permasalahan (*explorative research*) dan memecahkan permasalahan pada masa sekarang dengan cara mengumpulkan data, menyusun, mengolah, menganalisis, mendeskripsikan dan menarik kesimpulan (Surakhmad, 1989). Pengumpulan data dengan menggunakan teknik survei yaitu wawancara langsung dengan petani di daerah penelitian dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya (Surakhmad, 1994).

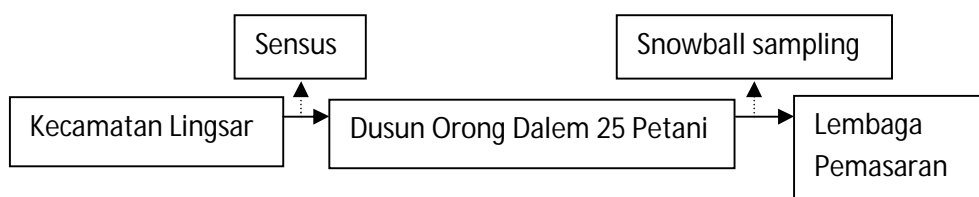
### Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah Pengusaha atau Penangkar yang mengusahakan bibit durian okulasi dan Pedagang atau Lembaga pemasaran pada jalur distribusinya dengan Obyek penelitian adalah usaha pembibitan durian okulasi.

### Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat yang ditentukan secara *Purposive* atau sengaja atas dasar pertimbangan bahwa, lokasi tersebut yang mengusahakan bibit durian okulasi dan merupakan satu-satunya sentra pembibitan durian okulasi di Nusa Tenggara Barat.

Untuk menentukan Responden dalam penelitian ini ditentukan secara *sensus* sebanyak 25 petani pada kelompok Batu Ngompal, dengan mengambil semua penangkar pembibitan durian okulasi yang ada di Dusun Orong Dalem. Sedangkan responden untuk lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *Snowball Sampling* yaitu dengan menelusuri lembaga pemasaran bibit durian okulasi mulai dari petani sampai konsumen akhir. Untuk lebih jelasnya penentuan responden dapat dilihat pada gambar 3.1. berikut :



Gambar 3.1. Bagan Teknik Pengambilan Sampel

### Analisis Data

Metode analisis data ini disesuaikan dengan tujuan penelitian, yaitu :

1. *Analisis deskriptif* ; Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui Saluran Pemasaran Bibit Durian hasil Okulasi.
2. *Analisis Efisiensi pemasaran* ; Analisis efisiensi pemasaran digunakan untuk mengetahui Efisiensi Pemasaran Bibit Durian Sistem Okulasi di Kecamatan Lingsar. Adapun analisis yang digunakan yaitu :
  - a. Marjin Pemasaran

Untuk mengukur Efisiensi pemasaran bibit durian hasil okulasi digunakan analisis marjin pemasaran (Saefudin, 1981) dalam Fadlawati (2009), dengan rumus :

#### **M=Pr-Pf**

Keterangan : M = Marjin absolut pemasaran

Pr = Harga jual pada tingkat pedagang

Pf = Harga jual pada tingkat Penangkar bibit durian

Kriteria : apabila nilai marjin pemasaran pada suatu saluran pemasaran kecil dari nilai pada saluran pemasaran yang lain, maka saluran pemasaran tersebut lebih efisien.

- b. Share Petani

Besarnya share harga yang diterima petani digunakan rumus Azzaimu (1987) dalam Imam Subakti (2007).

$$X = Pf / Pr \times 100\%$$

Keterangan : Pf : Harga ditingkat Penangkar bibit durian

Pr : Harga ditingkat pengecer

X : Share harga yang diterima petani

Kriteria : pemasaran dikatakan efisien apabila share harga yang diterima petani > 60%

- c. Distribusi Keuntungan

Besarnya distribusi keuntungan tiap saluran pemasaran digunakan rumus :

$$DK = (\pi / c \text{ terendah}) / (\pi / c \text{ tertinggi})$$

Keterangan : DK : Distribusi Keuntungan

$\Pi$  : Keuntungan Pemasaran

C : Biaya Pemasaran

Kriteria : Pemasaran akan dikatakan efisien bila nilai DK mendekati 1 atau = 1 dan apabila nilai  $DK < 1$ , maka pemasaran dikatakan tidak efisien.

3. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi masing-masing lembaga pemasaran dalam memasarkan bibit durian okulasi dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif.

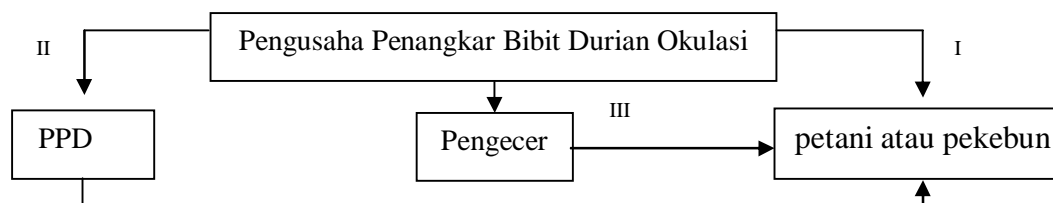
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Pemasaran Bibit Durian Okulasi Saluran Pemasaran

Berdasarkan Penelitian melalui wawancara dengan responden, saluran pemasaran bibitdurian okulasi di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat 2015 terdiri dari tiga saluran pemasaran yaitu:

1. Penangkar → Petani atau Pekebun
2. Penangkar → Pedagang PPD → Petani atau Pekebun
3. Penangkar → Pedagang Pengecer → Petani atau pekebun.

Secara skematis saluran pemasaran bibit durian okulasi di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat 2015 dapat dilihat pada Gambar 4.1. dibawah ini :



Gambar 4.1. Saluran Pemasaran Bibit Durian Okulasi di Kecamatan Lingsar

Gambar 4.1. Menunjukkan bahwa, saluran Pemasaran Bibit Durian Okulasi di Kecamatan Lingsar mempunyai 3 saluran pemasaran yaitu : (I) Penangkar - petani atau pekebun. (II) Penangkar - Pedagang Pengumpul Desa – petani atau pekebun, dan (III) Penangkar – Pengecer - petani atau pekebun.

### Efisiensi Pemasaran

#### 1. Marjin Pemasaran

Marjin tataniaga adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Marjin ini akan diterima oleh lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Makin panjang tataniaga atau semakin banyak lembaga yang terlibat maka semakin besar marjin tataniga. Rita Hanafie (2010).

Tabel 4.1 Marjin Pemasaran, Share Petani, dan Distribusi Keuntungan dalam Pemasaran Bibit Durian Okulasi di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat 2015.

NO	Uraian	Saluran Pemasaran		
		I	II	III
1	<b>Penagkar (Produsen)</b> a. Harga Jual (Rp/Bibit).	33.800	24.176	23.923
2	<b>PPD</b> a. Harga beli (Rp/Bibit) b. Harga Jual (Rp/Bibit).		24.176 45.870	



	c. Biaya Pemasaran (Rp/Bibit)		3.866	
	d. Keuntungan (Rp/Bibit)		42.004	
3	<b>Pengecer</b>			
	a. Harga beli (Rp/Bibit)			23.923
	b. Harga Jual (Rp/Bibit).			55.000
	c. Biaya Pemasaran (Rp/Bibit)			1.957
	d. Keuntungan (Rp/Bibit)			48.543
4	<b>Petani/Pekebun (Konsumen)</b>			
	a. Harga beli (Rp/Bibit)	33.800	45.870	55.000
	<b>Marjin Pemasaran (Rp)</b>	<b>9.624</b>	<b>21.694</b>	<b>31.077</b>
	<b>Share Petani (%)</b>	<b>61,45</b>	<b>43,96</b>	<b>43,50</b>
	<b>Distribusi Keuntungan</b>	<b>1</b>	<b>0,09</b>	<b>0,04</b>

Sumber : data primer diolah

Tabel 4.1. Menunjukkan bahwa, (a) Saluran Pemasaran I adalah saluran pemasaran yang paling efisien, sebab Marjin Pemasarannya paling kecil diantara saluran pemasaran II dan III yaitu sebesar Rp.9.624. Keputusan ini diambil berdasarkan kriteria indikator marjin pemasaran yaitu, jika nilai marjin pemasaran pada suatu saluran pemasaran lebih kecil dari nilai pada saluran pemasaran yang lain, maka saluran pemasaran tersebut lebih efisien. Artinya semakin pendek saluran pemasaran, maka harganya akan semakin lebih murah. Akan tetapi makna kondisi ini bertolak belakang dengan kondisi realita pemasaran yang terjadi pada usaha bibit durian okulasi yang ada di Kecamatan Lingsar ini. Hal ini terjadi karena petani/pekebun (konsumen) membeli bibit durian dengan memilih bibit yang bagus bentuknya sehingga penangkar (Produsen) menjualnya dengan harga yang lebih tinggi. Pada tabel 4.9 diatas, terlihat juga saluran III marjinya lebih besar dari saluran II. Dengan demikian dapat disimpulkan, semakin panjang saluran pemasaran, semakin besar marjinya. Oleh karena itu harga di tingkat konsumen akan lebih mahal jika saluran pemasarannya semakin panjang. (b) berdasarkan indikator *Share* Petani menunjukkan bahwa, Saluran Pemasaran I dapat dikatakan efisien, sebab *share* harga yang diterima pada saluran pemasaran I lebih besar dari 60 % , yaitu 61,45 % sedangkan saluran II dan III tidak efisien karean *Share* Petaninya kurang dari 60 % yaitu masing–masing sebesar, 43,96 % untuk saluran pemasaran II dan 43,50 % untuk saluran pemasaran III. Artinya bagian harga atau *share* harga yang diterima sudah dapat memberikan harga untung yang maksimal pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 61,45 % dengan harga sebesar Rp. 33.800 yang dibayarkan petani/pekebun (konsumen) atau dengan kata lain pada saluran I dengan harga tersebut dapat memberikan harga yang adil bagi penangkar. Sedangkan saluran pemasaran II dan III dengan harga jual yang ditetapkan oleh PPD dan Pengecer pada saluran II dan III belum dapat memberikan harga yang adil. (c) Distribusi Keuntungan juga terlihat pada saluran pemasaran I dapat dikatakan efisien, sebab distribusi keuntungan pada saluran pemasaran I = 1, sedangkan pada saluran pemasaran II dan III tidak efisien sebab distribusi keuntungannya lebih kecil dari 1 yaitu sebesar 0,09 untuk saluran II dan 0,04 untuk saluran pemasaran III. Artinya dengan harga sebesar Rp. 33.800 dapat memberikan tingkat keuntungan yang maksimal sebesar 100 % pada saluran I

sehingga perbandingan antara pengorbanan yang dikeluarkan dengan keuntungan yang diperoleh penangkar pada saluran I dapat seimbang, sedangkan dengan harga Rp. 45.870 belum dapat memberikan tingkat keuntungan yang maksimal pada saluran pemasaran II dan dengan harga Rp. 55.000 belum dapat memberikan tingkat keuntungan yang maksimal pada saluran III atau dengan kata lain perbandingan antara pengorbanan yang dikeluarkan dengan keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran PPD pada saluran II dan Pengecer pada saluran III belum seimbang dalam pemasaran bibit durian okulasi. Untuk besarnya biaya atau modal bersih petani/pekebun (konsumen) tidak dapat diketahui karena identitas mereka tidak dapat di telusuri karena penangkar (produsen) maupun pedagang perantara tidak dapat memberikan informasi dengan lengkap, sebab penangkar (produsen) atau pedagang perantara tidak mendata siapa saja petani/pekebun (konsumen) yang membeli.

### **Hambatan-Hambatan Pemasaran Bibit Durian Okulasi**

Berdasarkan analisis, pengamatan dan wawancara langsung kepada responden Penangkar maupun Pedagang Pengumpul dan Pengecer, hambatan dan kendala yang dihadapi dalam memasarkan bibit durian okulasi berupa modal, harga, pasar dan cuaca atau musim. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.2 Hambatan-Hambatan Pemasaran Bibit Durian Okulasi 2015.

No	Hambatan-Hambatan Pemasaran	Lembaga Pemasaran					
		Penangkar	%	PPD	%	Pengecer	%
1	Modal	6	24	13	56,52	6	100
2	Transportasi						
3	Persaingan	25	100	23	100		
4	Pasar					6	100
5	Cuaca	25	100	23	100	6	100

Sumber : Data primer diolah

Tabel 4.2. Menunjukkan bahwa, Penangkar yang terhambat modal sebanyak 24 %, Harga sebanyak 100 %, dan Cuaca sebanyak 100 %. Sedangkan PPD yang terhambat modal sebanyak 56,52 %, Persaingan 100 %, dan Cuaca sebanyak 100 %. Selanjutnya Pengecer yang terhambat modal sebanyak 100 %, Pasar sebanyak 100 %, dan Cuaca sebanyak 100 %.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Terbatas pada tujuan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemasaran bibit durian okulasi di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat 2015 terdiri dari 3 (tiga) Saluran Pemasaran yaitu :
  - a. Saluran Pemasaran I : Penangkar → Petani
  - b. Saluran Pemasaran II : Penangkar → Pedagang PPD → Petani dan
  - c. Saluran Pemasaran III : Penangkar → Pengecer → Petani.
  
2. Efisiensi Pemasaran bibit durian okulasi
  - a. Berdasarkan Marjin Pemasaran, pemasaran bibit durian hasil okulasi di kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat efisien pada saluran I, sebab marjinnnya paling kecil dibandingkan saluran pemasaran yang lain yaitu Rp. 9.624 sedangkan saluran pemasaran II dan III tidak efisien sebab marjinnnya besar.
  - b. Berdasarkan *Share* Petani, pemasaran bibit durian hasil okulasi di kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat efisien pada saluran pemasaran I, sebab *Share* Petaninya lebih besar dari 60 % yaitu 61,45 %. Sedangkan saluran II dan III tidak efisien sebab *Share* petaniannya kurang dari 60 %.
  - c. Berdasarkan Distribusi Keuntungan, pemasaran bibit durian hasil okulasi di kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat 2015 efisien pada saluran Pemasaran I, sebab distribusi keuntungannya = 1. Sedangkan pada saluran II dan III tidak efisien sebab distribusi keuntungannya lebih kecil dari 1.
  
3. Hambatan-hambatan Pemasaran bibit durian okulasi masing-masing lembaga pemasaran
  - a. Penangkar yang terhambat pada modal sebanyak 24 %, persaingan 100 %, dan Cuaca 100 %
  - b. Pedagang Pengumpul Desa yang terhambat modal sebanyak 56,52 %, dan cuaca 100 %
  - c. Pedagang Pengecer yang terhambat pada modal sebanyak 100 %, Pasar 100 %, dan Cuaca 100 %

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan :

1. Kepada setiap lembaga pemasaran agar lebih ditingkatkan efisiensi pemasaran agar mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal dengan cara-cara kerja yang efisien dan menerapkan strategi-strategi pemasaran yang lebih jitu misalnya dengan memperhatikan dengan cermat variabel-variabel bauran pemasaran terutama dalam menetapkan harga dan membuat skala prioritas saluran distribusi yang paling menguntungkan untuk dijadikan target pasar utama atau pangsa pasar induk karena pemasaran merupakan peroses akhir yang menentukan perputarannya modal kerja.

2. Lembaga-lembaga Pemasaran terutama PPD dan Pengampas juga diharapkan lebih membangun modal sosial antar lembaga terutama dengan penangkar seperti network, kepercayaan dan norma-norma (etika bisnis) misalnya dengan pembagian marjin yang merata, pembagian harga atau *Share* harga yang adil, dan distribusi keuntungan yang seimbang agar bisnis yang dijalankan tetap lancar sehingga walaupun kekurangan modal bisnis tetap jalan.
3. Bagi pemerintah, diharapkan untuk menyediakan fasilitas permodalan dengan bunga yang bersahabat bagi pelaku usaha pembibitan durian okulasi baik penangkar maupun pedagang perantara.
4. Dalam menghadapi musim kemarau, diharapkan pada saat penampungan, bibit durian okulasi agar dirawat dengan baik sehingga layak untuk di nilai dengan harga yang tinggi sehingga keuntungan yang akan didapat menjadi tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Wartawan 13 Feberuari 2015. *Pantauan Pasar Buah Durian di Pasar Selong Lombok Timur*. Lombok Post.
- Wartawan 14 Feberuari 2015. *Pantauan Pasar Buah Durian di Pasar Monjok Mataram*. Lombok Post.
- Trubus. *Peningkatan Konsumsi Durian kg perkapita pertahun*.
- Direktorat Perbenihan. 2001. *Buku Deskripsi Varietas Tanaman Hortikultura, Seri Tanaman Buah-Buahan*.
- Wulandari. D. 2014. *Skripsi Finansial Perencanaan Bisnis*. [http://skripsiskripsi1.blogspot.com/2014/03/skripsi-finansial-perencanaan-bisnis\\_9328.html](http://skripsiskripsi1.blogspot.com/2014/03/skripsi-finansial-perencanaan-bisnis_9328.html). (Diakses Tanggal 03 Januari 2015).
- Surakhmad. 1998. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung PT. Remadja Rosdakarya.
- Subakti. I 2007. *Efesiensi Usahatani dan Pemasaran Semangka biji Pada Lahan tadah Hujan Di Kabupaten Lombok tengah*.(Skripsi, Unpublished) Fakultas Pertanian Universitas Mataram.
- Bq. Sil Hrndrawati 2014. *Analisis Pemasaaran Tomat di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat*. (Skripsi) Fakultas Pertanian Universitas Mataram.