

SALURAN PEMASARAN NANAS MADU (*Ananas comosus L.*) DI DESA BASARANG JAYA KECAMATAN BASARANG KABUPATEN KAPUAS

Bagus Priambodo Triwibowo, Ari Jumadi Kirnadi, Ridho Fahlevie Pangestu
Agribisnis, 54201, Petanian, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
NPM. 16420004

Agribisnis, 54201, Petanian, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
NIK. 0012026501

Agribisnis, 54201, Petanian, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
NIDN. 1125079301

Email nurulhidayati.nh650@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran, farmer's share, efisiensi pemasaran dan permasalahan di dalam saluran pemasaran nanas madu di Desa Basarang Jaya Kecamatan Basarang Kabupaten Kapuas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penentuan sample dilakukan dengan metode purposive sampling. Saluran pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode snowball. Jumlah responden yang diamati ada 18 orang terdiri dari 9 orang petani, 3 orang pedagang pengumpul, 6 orang pedagang pengecer. Hasil penelitian yang didapat: saluran 1, petanoi-konsumen, saluran 2, petani- pedagang pengumpul-konsumen, saluran 3, petani-pedagang pengumpul- pedagang pengecer-konsumen. Pada saluran pemasaran 1 memiliki harga Rp 6000,-/buah dengan margin Rp 0,- dan farmer's share 100, saluran pemasaran 2 memiliki harga Rp 8000,-/buah dengan margin Rp 3000,- dan farmer's share 62,5%, saluran pemasaran 3 memiliki harga Rp 10.000,-/buah dengan margin Rp 5000,- dan farmer's share 50%. Saluran paling efisien terdapat pada saluran pemasaran 2. Permasalahan yang terjadi padapada pemasaran ini adalah fluktuasi harga dan kurangnya penanganan terhadap hasil panen.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Nanas Madu

ABSTRACT

This study aims to determine marketing channels, marketing margins, farmer's share, marketing efficiency and problems in the marketing channel of honey pineapple in Basarang Jaya Village, Basarang District, Kapuas Regency. The method used in this research is a survey method. Determination of the sample is done by purposive sampling method. The marketing channel is done using the snowball method. The number of respondents observed were 18 people consisting of 9 farmers, 3 collectors, 6 retailers. The results obtained: channel 1, farmers-consumers, channel 2, farmers-collectors-consumers, channel 3, farmers-collectors-traders-retailers-consumers. Marketing channel 1 has a price of Rp. 6000,-/fruit with a margin of Rp. 0 3 has a price of IDR 10,000/piece with a margin of IDR 5000 and a farmer's share of 50%. The most efficient channel is in the marketing channel 2. The problems that occur in this marketing are price fluctuations and the lack of handling of crop yields.

Keywords: Marketing Channel, Honey Pineapple

PENDAHULUAN

Nanas Madu (*Ananas comosus L*) merupakan tanaman hortikultura yang diminati masyarakat khususnya di daerah Kecamatan Basarang Jaya. Kegiatan usaha tani nanas madu ini untuk kehidupan sehari-hari baik diolah sebagai bahan pangan atau hanya untuk dijual buahnya saja serta nanas madu tidak hanya diolah sebagai bahan pangan untuk keperluan konsumsi, tetapi bisa untuk memenuhi pendapatan petani dengan dijual secara olahan dalam bentuk makanan ataupun dijual dalam bentuk buah ke pengepul.

Produksi buah nanas madu perbuahnya memiliki bobot sekitar 1.200 g. dan nanas madu di Desa Basarang Jaya di pasarkan di pasar lokal dan pasar Kapuas sampai Kota Banjarmasin. Berdasarkan survei ke lapangan pemasaran nanas madu di Basarang terdiri dari pemasaran dari

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang di lakukan di dalam pemasaran nanas madu yang ada di Desa Basarang Jaya Kecamatan Basarang Kabupaten Kapuas. Maka saran yang dapat diberikan yaitu perlu adanya kegiatan pascapanen terhadap hasil dari nanas madu seperti pengumpulan : di gudang yang representif bersih, kering, beratap dan memiliki ventilasi udara yang lancar serta penyortiran : menyortir nanas madu yang rusak, busuk, kematangan dan ukuran nanas madu.

DAFTAR PUSTAKA

- Atikaduri, T. 2003. Karakterisasi Sifat Fisik Dan Kimia Buah Serta Perubahannya Selama Penyimpanan Dari Empat Populasi Nanas (*Ananas comosus* (L.) Merr.). Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Arbi M., Thirtawati, Yulian Junaidi. 2018. Analisis Saluran Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Organik Di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. *Jsep* Vol 11 No. 1 Maret 2018.
- Barus, A. 2008. Agroteknologi Tanaman Buah-buahan. USU-Press. Medan. .
- BPS, 2018. Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah. <https://kalteng.bps.go.id>
- Ferry Firmansyah, Kuswarini Sulanjari, Suhaeni. 2021. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*
- Fikania D., 2017. Pengaruh Perbandingan Buah Nanas Madu dengan Sukrosa dan Suhu Inkubasi Terhadap Karakteristik Starter Alami Nanas Madu (*Ananas Comosus* L). Tugas Akhir. Prodi Teknologi Pangan. Fakultas Teknik. Universitas Pasundan. Bandung. Diakses pada tanggal 24 mei 2022.
- Herawati dan Amzul Rifin. 2012. Analisis Pemasaran Nenas Palembang (Kasus: Desa Paya Besar Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatra Selatan).
- Irfandi. 2005. Karakterisasi Morfologi Lima Populasi Nanas (*Ananas Comosus* (L.) Merr). Program Studi Hortikultura Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Joko Purwono, Sri Sugyaningsih, AdibPriambudi. 2013. Analisis Tata Niaga Beras Dikecamatan Rogojampi Kabupaten Bayuwangi. *Jurnal Neo-Bis*, Volume 7, Nomor 2, Desember 2013.
- Kamaluddin, 2008. Lembaga dan Saluran Pemasaran www.Jurnalistik.com
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran, Implementasi dan pengendalian. UI Press Jakarta.
- Naibaho N, darma K, soibr dan suartono MR. 2008. Perbanyakkan missal bibit nanas dengan stek daun. Bogor: pusat kajian buah tropika. LPPM IPB.
- Nugraheni. 2016. Sehat Tanpa Obat dengan Nanas-Seri Apotek Dapur. Rapha Publishing. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Oktaviani, D. 2009. Pengaruh Media Tanam Dan Asal Bahan Stek Terhadap Keberhasilan Stek Basal Daun Mahkota Nanas (*Ananas Comosus* (L.) Merr.). Skripsi . Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti. 2005. Petunjuk Menghitung Keuntungan dan Pendapatan Usahatani. Faperta ULM. Banjarbaru.
- Rahim dan Hastuti, 2007. Pengantar, Teori, Lembaga Pemasaran. Jakarta : Penebar Swadaya. 2008. *Ekonomika Pertanian (Pengantar, Teori, dan Kasus)*Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rakhmat, F dan H. Fitri. 2007. Budidaya dan Pasca Panen Nanas. Balai PengkajianTeknologi Pertanian. Kalimantan Timur.
- Sari, N. R. 2002. Analisis Keragaan Morfologi dan Kualitas Buah Populasi Nenas (*Ananas Comosus* (L.) Merr) Queen di Empat Desa Kabupaten Bogor. Skripsi. Fakultas pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Silitonga. 2005. Tip dan Trik Meningkatkan Efisiensi, Produktivitas da Propabilitas. Andi Publisher. Yogyakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Sudiono. 2010. Pemasaran Pertanian . Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sunarjono, H. 2008. Berkebun 21 Jenis Tanaman Buah. Cetakan Keenam. Penebar Swadaya. Jakarta.