

**Efisiensi Pemasaran Melon (*Cucumis melo* L)
di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo**

Arif Setyadi^{1*}, Dyah Panuntun Utami², Istiko Agus Wicaksono³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Purworejo

Email: arifsetyadi121@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui saluran pemasaran melon, 2) mengetahui besar biaya dan margin pemasaran melon, 3) mengetahui *farmer's share* yang diterima petani melon, 4) mengetahui efisiensi pemasaran melon. Penelitian dilaksanakan di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo. Metode penelitian adalah metode survey. Analisis data menggunakan analisis deskriptif untuk menjelaskan saluran pemasaran, biaya pemasaran dan bagian harga yang diterima petani. Sampel petani dipilih dengan metode sampel jenuh sejumlah 22 petani. Sampel pedagang ditentukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Jumlah sampel pedagang 62 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran melon terdiri dari petani – pedagang pengepul pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen. Biaya pemasaran terbesar dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu, Rp 637,16/kg. Margin pemasaran sebesar Rp 11424,89. *Farmer's share* sebesar 24,42%. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo tidak efisien, karena *farmer's share* kurang dari 50%.

Kata Kunci: pemasaran, efisiensi pemasaran, melon

ABSTRACT

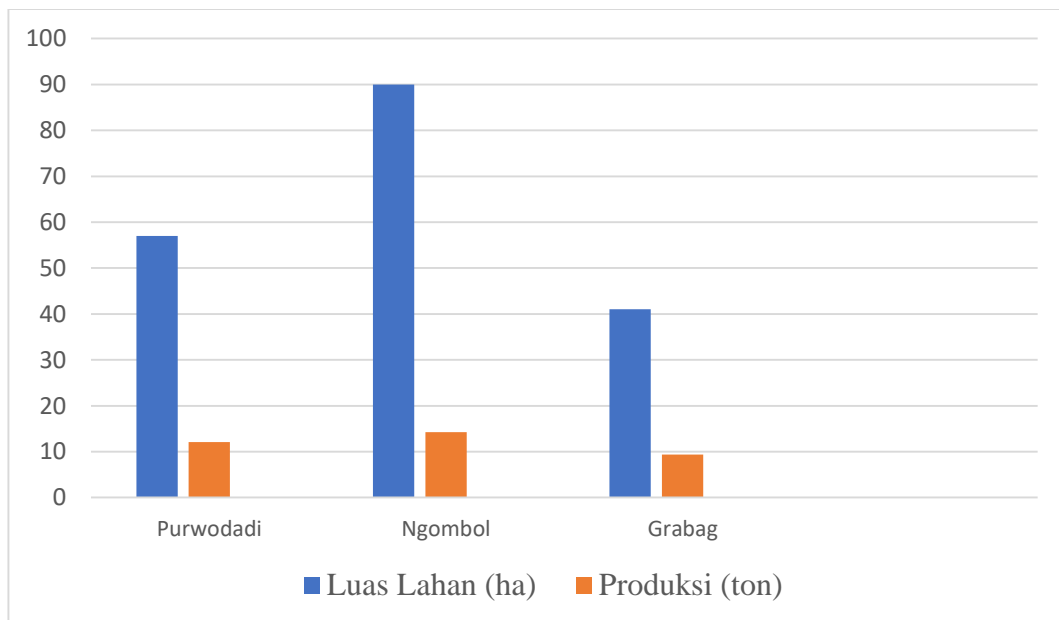
This study aims to 1) determine the marketing channels for melons, 2) find out the cost and marketing margins of melons, 3) find out the farmer's share received by melon farmers, 4) determine the efficiency of melon marketing. The research was conducted in Wonosari Village, Ngombol District, Purworejo Regency. The research method is a survey method. Data analysis used descriptive analysis to explain marketing channels, marketing costs and the share of prices received by farmers. Farmers' samples were selected using the 22 . saturated sample method farmer. The sample of traders was determined by using the snowball sampling method. The number of sample traders is 62 people. The results showed that the melon marketing channel consisted of farmers – wholesalers – wholesalers – retailers – consumers. The biggest marketing costs incurred by retailers are Rp. 637.16/kg. The marketing margin is Rp. 11424.89. Farmer's share is 24.42%. This shows that melon marketing in Wonosari Village, Ngombol District, Purworejo Regency is not efficient, because the farmer's share is less than 50%.

Keywords: marketing, marketing efficiency, melon

I. PENDAHULUAN

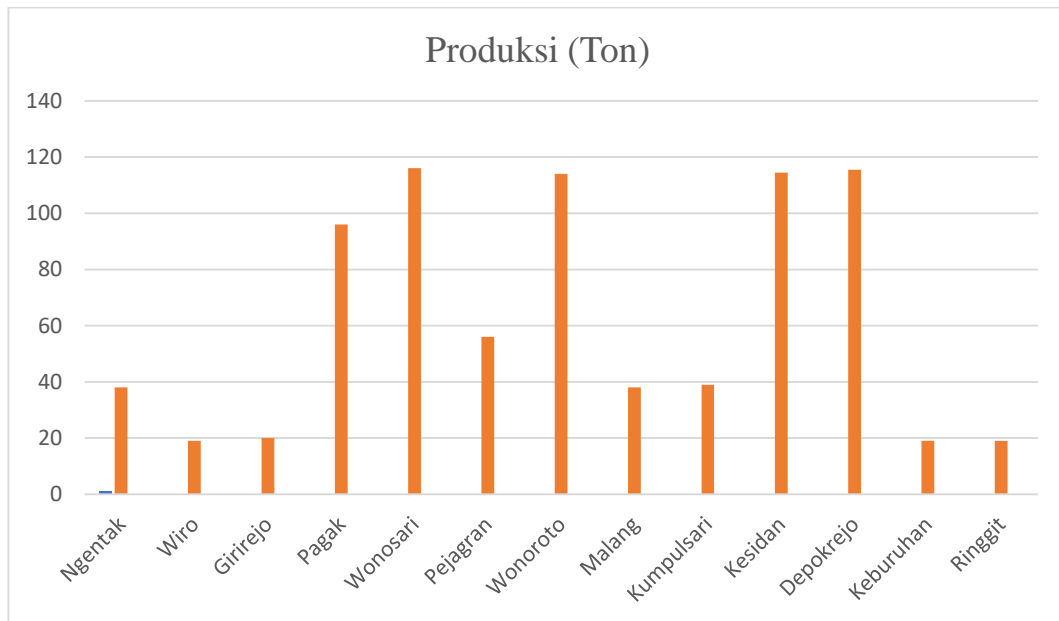
Melon merupakan salah satu jenis buah-buahan yang makin populer di dunia. Melon mempunyai karisma tersendiri di kalangan konsumen maupun produsen (petani). Pendidikan pada masyarakat dapat pula meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kualitas dan komposisi gizi dari asupan makanan yang mereka konsumsi, dengan adanya kesadaran tersebut maka dapat diramalkan bahwa permintaan dan konsumsi buah melon akan meningkat sesuai dengan standar *Food and Agriculture Organization* (Mulyadarma & Muis, 2020).

Tanaman melon banyak dijadikan komoditi utama oleh petani untuk meningkatkan pendapatan, salah satunya di Kabupaten Purworejo. Data produksi dan luas panen di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo Tahun 2017 disajikan dalam diagram batang sebagai berikut:



Gambar 1 Produksi Melon Menurut Kecamatan di Kabupaten Purworejo Tahun 2017

Berdasarkan Gambar 1. kecamatan penghasil melon di Kabupaten Purworejo terdapat di Kecamatan Purwodadi, Ngombol dan Grabag. Kecamatan Ngombol menduduki angka produksi tertinggi dan yaitu 14,232 kwintal dengan luas lahan 90 ha, kemudian diikuti Kecamatan Purwodadi dengan produksi melon 12.018 kwintal dengan luas lahan 57 ha dan Kecamatan Grabag dengan produksi 9.370 kwintal dan luas lahan 41 ha.



Gambar 2. Produksi Melon di Kecamatan Ngombol Menurut Desa di Kabupaten Purworejo Tahun 2019

Berdasarkan Gambar 2. kecamatan penghasil melon di Kabupaten Purworejo terdapat di Kecamatan Purwodadi, Ngombol dan Grabag. Kecamatan Ngombol menduduki angka produksi tertinggi dan yaitu 14,232 kwintal dengan luas lahan 90 ha, kemudian diikuti Kecamatan Purwodadi dengan produksi melon 12.018 kwintal dengan luas lahan 57 ha dan Kecamatan Grabag dengan produksi 9.370 kwintal dan luas lahan 41 ha.

Petani di Desa Wonosari masih mengalami kendala pemasaran dalam menjual produksi melonnya, sehingga masih minim informasi mengenai perkembangan harga melon di pasar pada saat panen raya. Hal ini menyebabkan harga yang diterima petani lebih rendah dibandingkan harga akhir dikonsumsi, sehingga keuntungan yang diterima petani rendah (Zubaidi & Sa'diyah, 2012).

Pemasaran melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo hanya terdapat 1 saluran pemasaran, yaitu petani – pedagang pengepul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen. Saluran pemasaran yang panjang, petani tidak melakukan grading melon, penjualan dengan sistem tebasan, dan penentuan harga jual oleh pengepul menyebabkan bagian harga yang diterima petani sangat rendah (Fauzi, Hariyati & Ajin, 2014).

Efisiensi dalam melaksanakan fungsi pemasaran dapat menekan biaya pemasaran, semakin kecil biaya pemasaran dan harga yang diterima (*farmer's share*) dan lembaga pemasaran lebih dari 50% maka pemasaran dapat dikatakan efisien (Santoso, 2014). Panjangnya saluran pemasaran melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo dan petani tidak dapat menetapkan harga ke pedagang pengepul serta perbedaan biaya pemasaran yang dikeluarkan setiap lembaga pemasaran, maka peneliti tertarik meneliti pemasaran melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo dengan harapan dapat memberi solusi kepada petani melon dan setiap lembaga pemasaran dalam hal menetapkan harga serta proses saluran pemasaran melon.

II. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan adalah teknik survey. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo yang merupakan komoditi utama petani di Desa Wonosari adalah tanaman melon dan jumlah produksi terbesar, yaitu 1160 kwintal dengan luas panen 6 ha.

Sampel pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sampel petani dan sampel lembaga pemasaran. Pemilihan sampel petani dilakukan menggunakan *sampling jenuh*, yaitu semua anggota populasi digunakan sebagai sampel dengan jumlah 22 petani. Penentuan sampel lembaga pemasaran di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo menggunakan metode *snowball sampling* yang terdiri dari 5 pedagang pengepul, 6 pedagang besar dan 51 pedagang pengecer.

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang mencakup semua kegiatan. Besarnya biaya pemasaran melon dihitung menggunakan rumus (Pradana, Rahayu & Adi, 2017) :

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan :

B_p : Biaya Pemasaran

$B_{p1}+B_{p2}+\dots+B_{pn}$: Biaya pemasaran setiap lembaga pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen. Menurut (Astuti, 2014), secara matematik akan diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$M = H_k - H_p$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran

H_k = Harga tingkat konsumen/lembaga pemasran

H_p = Harga tingkat produsen

Menurut (Kim & Sounghun, 2015) margin distribusi dapat didefinisikan sebagai harga yang dibayarkan oleh konsumen ke sektor distribusi dan keuntungan yang diperoleh dari peserta distribusi. Distribusi margin secara sistematis dapat diketahui rumus sebagai berikut :

$$DM = \frac{Rp/Kg}{MPt} \times 100\%$$

Keterangan :

DM = Distribusi Margin

MPt = Margin Pemasaran Total

Menurut Jumiati, Darwanto, Hartono & Masyhuri (2013) *market share* adalah besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dengan persentase. *Market share* secara sistematis dapat diketahui rumus sebagai berikut :

$$\frac{Rp/Kg}{\text{Harga Jual Ditingkat Konsumen}} \times 100\%$$

Menurut (Soekartawi, 1993) keuntungan pemasaran adalah selisih harga yang dipasarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Besarnya keuntungan lembaga pemasaran secara sistematis dapat diketahui rumus sebagai berikut (Pratama & Nuswantara, 2020) :

$$\pi = \text{Penerimaan} - \text{Pembelian} - B_p$$

Keterangan :

π = Keuntungan lembaga pemasaran

Bp = Biaya Pemasaran

Analisis bagian harga yang diterima petani atau *farmer's share* melon dapat dirumuskan seperti (Iswahyudi & Sustiyana, 2019) di bawah ini :

$$Fs = Hp/Hk \times 100\%$$

Keterangan :

Fs = Bagian harga yang diterima petani

Hp = Harga ditingkat petani

HK = Harga ditingkat konsumen

Pemasaran dikatakan efisien apabila *farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani lebih dari 50% (Santoso, 2014). Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

H₀ : Fs > 50%

H_a : Fs ≤ 50%

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Petani Melon

Karakteristik petani melon merupakan gambaran secara umum mengenai keadaan dan latar belakang petani melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo.

a. Identitas Petani Melon Berdasarkan Usia

Tabel 1. Identitas Petani Berdasarkan Usia

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Produktif (23 – 63)	21	95,45
2	Tidak Produktif (≥64)	1	4,55
Jumlah		22	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 10 diketahui bahwa sebesar 95,45% usia petani berumur 23-63 tahun atau masuk kategori usia produktif, usia produktif adalah penduduk yang sudah sanggup menghasilkan produk atau jasa dan usia ini lebih aktif serta mampu bekerja keras dalam melakukan usaha tani. Sedangkan kategori usia tidak produktif sebesar 4,55% atau 1 petani, yakni berumur 66 tahun. Usia tidak produktif adalah penduduk yang belum mampu menghasilkan produk berupa barang maupun jasa dalam kegiatan usaha tani.

b. Identitas Petani Melon Berdasarkan Pendidikan

Tabel 2. Identitas Petani Melon Berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	5	27,72
2	SMP	4	18,18
3	SMA	13	59,10
Jumlah		22	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 2 tingkat pendidikan SD (Sekolah Dasar) dan SMP (Sekolah Menengah Pertama) dalam mengusahakan usaha taninya hanya mengandalkan keahlian tani yang mereka percaya sejak dahulu seperti pengolahan lahan, pemupukan dan perawatan. Petani yang berpendidikan SMA sudah mulai mengadopsi masukan dari penyuluh, dengan menyaring ilmu dari penyuluh sesuai dengan kondisi dan kebutuhan usaha tani, sehingga petani dengan pendidikan SMA lebih inovatif dibanding petani yang berpendidikan SD dan SMP.

c. Identitas Petani Melon Berdasarkan Luas Lahan

Tabel 3. Identitas Petani Melon Berdasarkan Luas Lahan

No.	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 0,50	11	50,00
2	0,50 – 1,00	11	50,00
3	> 1,00	0	0
Jumlah		22	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat luas lahan yang dimiliki petani sebagai berikut, 11 petani melon memiliki luas lahan < 0,5 ha dengan luas lahan 0,178 ha – 0,357 ha termasuk kategori skala kecil, dan 11 petani melon memiliki luas lahan 0,535 – 0,892 ha termasuk kategori skala menengah. Hal ini sesuai dengan penelitian (Sajogyo, 1997) bahwa petani dikelompokkan menjadi 3 kategori, yaitu petani skala kecil dengan luas lahan < 0,5 ha, skala menengah dengan luas lahan 0,5 – 1,0 ha dan skala luas dengan luas lahan > 1,0 ha.

2. Identitas Pedagang Melon

Pedagang adalah orang atau instansi yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen., baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam penelitian melibatkan 3 (tiga) lembaga pemasaran untuk mencapai konsumen akhir.

a. Identitas Pedagang Melon Berdasarkan Usia

Tabel 4. Identitas Pedagang Pengepul Berdasarkan Usia

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (orang)	Kategori	Persentase (%)
1	30 – 63	62	Produktif	100
2	≥64	0	Tidak Produktif	0
Jumlah		62		100

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa umur responden pedagang pengepul dengan kelompok umur 30-60 tahun sebanyak 100% dan kelompok umur ≥64 sebanyak 0%. Hal ini menunjukkan bahwa umur pedagang masih termasuk umur produktif.

Umur pedagang cukup menentukan keberhasilan dalam melakukan suatu pekerjaan, baik sifatnya fisik maupun non fisik, sehingga pedagang masih prima dalam melakukan kegiatan pemasaran berupa tawar menawar harga, survey lokasi jual beli dan menyortir melon.

b. Identitas Pedagang Melon Berdasarkan Pendidikan

Tabel 5. Identitas Pedagang Pengepul Berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	10	16,12
2	SMP	16	25,80
3	SMA	35	56,45
4	Perguruan Tinggi	1	1,61
Jumlah		62	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa jumlah pedagang terbanyak berdasarkan tingkat pendidikan yaitu pendidikan SMA sebanyak 56,45 % dan yang terendah adalah perguruan tinggi 1,61%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendidikan pedagang, maka akan lebih mudah menyerap pengetahuan ketika transaksi jual beli dengan mencari informasi harga pasaran saat membeli melon, transaksi menggunakan smartphone dan mengoptimalkan media sosial untuk memasarkan produk melon.

3. Saluran Pemasaran Melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo

Pemasaran melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo terdapat 2 saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran 1 adalah Petani – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen dan saluran pemasaran 2 adalah Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen. Saluran pemasaran 1 didistribusikan ke daerah Bandung Jawa Barat, namun dengan tidak dapat ditelusurinya daerah pemasaran tersebut dikarenakan merupakan rahasia pedagang maka saluran pemasaran dan atau daerah pemasaran Bandung Jawa Barat tidak diteliti.

a. Petani

Petani melon adalah orang yang memproduksi melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo. Hasil panen melon tersebut kemudian didistribusikan ke pedagang pengepul dengan sistem tebasan, yakni semua tanaman melon yang sudah waktunya untuk panen kemudian petani dan pengepul melalui kesepakatan harga dengan melihat harga pasaran produk melon, apabila permintaan naik dan tidak dalam panen raya maka harga melon semakin tinggi Rp/kg.

b. Pedagang Pengepul

Pedagang pengepul adalah lembaga pemasaran yang membeli melon dari petani kemudian didistribusikan ke lembaga tataniaga yang lebih besar, yaitu adalah pedagang besar. Pedagang pengepul melon di Desa Wonosari terdapat 5 (lima) pedagang pengepul, 4 (empat) diantaranya beralamatkan di jalan Glagah, Kecamatan Temon, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta dan 1 (satu) pedagang pengepul beralamatkan di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo.

Pendistribusian melon pedagang pengepul ke pedagang besar memiliki biaya tataniaga yang harus dikeluarkan oleh pedagang pengepul, diantaranya sebagai berikut :

1) Biaya Ethrel

Ethrel adalah zat kimia berbahan aktif yang digunakan untuk memberi warna, mempercepat pemasakan, dan memperkuat tekstur pada melon. Luas lahan 1 iring (petani) atau 0,178 ha membutuhkan 8 botol obat ethrel dengan harga 1 botolnya adalah Rp 50.000 sehingga dengan luas lahan 1 iring/0,178 ha mengeluarkan biaya sebesar Rp 400.000

2) Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja di pedagang pengepul melon adalah orang yang bekerja dalam ranah menebas hasil panen melon di lahan, muat produk melon ke truck dan tenaga kerja ethrel. Tenaga kerja untuk menebas hasil panen melon serta muat buah melon ke truk dengan sistem borongan, yakni Rp 1.000.000 dan biaya tenaga kerja etrel Rp 100.000 per 1 iring/0,178 ha.

3) Transportasi

Transportasi di pedagang pengepul adalah alat untuk mengangkut melon dari lahan petani menuju ke lembaga tataniaga berikutnya, yaitu pedagang besar. Transportasi yang digunakan adalah truk besar dengan kapasitas 8.000 kg atau 8 ton. Truk yang digunakan adalah truk sewa dengan pengeluaran biaya sesuai jarak tempuh dan sudah termasuk biaya bensin serta biaya supir.

4) Biaya Jerami

Jerami di pedagang pengepul adalah suatu media pengemasan yang berfungsi meminimalkan terjadinya kerusakan pada melon dengan memberikan jerami sebagai alas pada lantai dasar truk. Jerami dengan ukuran truk ekspedisi yang berkapasitas 8 ton membutuhkan biaya Rp 100.000 per 1 truk atau 1 rit (penyebutan petani dan pengepul).

5) Biaya Penyusutan

Penyusutan adalah berkurangnya nilai manfaat melon yang terjadi pada pedagang pengepul ketika membeli melon dari petani. Biaya penyusutan di pengepul ditanggung oleh pengepul itu sendiri dengan persentase penyusutan sebesar 200 kg per 1 truk atau 7000 kg, penyebab penyusutan karena ketahanan melon atau disebabkan oleh pedagang

pengepul ketika memuat melon ke truk dan faktor ketika perjalanan dalam mendistribusikannya ke pedagang besar.

c. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah lembaga tataniaga yang membeli melon dari pedagang pengepul kemudian didistribusikan ke lembaga tataniaga berikutnya, yaitu adalah pedagang pengecer. Pedagang besar melon di Desa Wonosari terdapat 6 (enam) pedagang pengepul, 5 diantaranya berlokasi di Pasar Induk Buah Gamping, Daerah Istimewa Yogyakarta dan 1 (satu) berlokasi di Pasar Induk Cikopo, Jawa Barat.

Pendistribusian dari pedagang besar ke pedagang pengecer memiliki biaya tataniaga yang harus dikeluarkan oleh pedagang besar, diantaranya sebagai berikut :

1) Biaya Bongkar Muat

Bongkar Muat adalah biaya yang dikeluarkan pedagang besar untuk memindahkan atau mengangkut melon ke lapak pedagang besar ketika barang melon dari pengepul tiba di lapak pedagang besar. Tenaga bongkar muat berasal dari asisten pedagang besar yang bekerja di lapak pedagang besar.

2) Biaya Keranjang

Keranjang adalah biaya pengemasan melon yang dikeluarkan pedagang besar saat mendistribusikan ke pedagang pengecer. Keranjang melon dapat memuat daya tampung sebesar 50 kg per keranjang. Pendistribusian ke pedagang pengecer dengan daya tampung 1500 kg atau 1,5 ton membutuhkan 30 (tiga puluh) keranjang.

3) Biaya Rafia

Rafia adalah biaya yang dikeluarkan pedagang besar untuk mengikat karung pada saat pendistribusian ke pedagang pengecer, sehingga dalam waktu 1 (satu) bulan menghabiskan 2 gulungan rafia

4) Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan pedagang besar dalam membantu pengangkutan melon ke truk maupun mini truk. Biaya

tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pedagang besar tidak menentu, sesuai dengan kondisi permintaan melon

5) Biaya Penyusutan

Penyusutan adalah berkurangnya nilai manfaat melon yang terjadi pada pedagang besar ketika membeli melon dari pedagang pengepul. Biaya penyusutan pada pedagang besar ditanggung oleh pedagang besar itu sendiri dengan persentase penyusutan sebesar 200 kg per 1 truk atau 6800 kg. Penyebab penyusutan karena ketahanan melon atau disebabkan oleh pedagang besar ketika membongkar melon dari truk ke lapak pedagang besar serta umur ekonomis melon yang hanya bertahan 4 – 7 hari.

6) Biaya Kebersihan

Kebersihan adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar dalam kegiatan tataniaga dilapak. Biaya kebersihan dilapak sebesar Rp 5000 per hari dan dalam waktu 2 hari, pedagang besar menjual 6800 kg.

7) Biaya Karung

Karung adalah biaya yang dikeluarkan pedagang besar untuk mengemas melon yang rusak dari pedagang pengepul, setiap 6800 kg atau 6,8 ton, yang rusak adalah 200 kg atau 2 kw dan 1 (satu) karung dapat menampung 50 kg melon.

d. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah lembaga tataniaga yang membeli melon dari pedagang besar kemudian didistribusikan ke konsumen akhir. Pedagang pengecer melon terdapat 51 (lima puluh satu) pedagang pengecer, 42 (empat puluh dua) diantaranya tersebar di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Purworejo serta 9 (sembilan) berlokasi di Jawa Barat.

Pendistribusian melon pedagang pengecer ke konsumen memiliki biaya tataniaga yang harus dikeluarkan oleh pedagang pengecer, diantaranya sebagai berikut :

1) Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer untuk memuat barang atau memindahkan melon ke mobil engkol. Biaya yang dikeluarkan adalah setiap keranjang yang berisikan 50 kg melon kemudian diangkut oleh tenaga kerja dihargai Rp 2000- Rp 2500, kemudian tenaga kerja untuk menjaga lapak pedagang pengecer dengan sistim gaji bulanan.

2) Biaya Rafia

Rafia adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk mengikat karung dalam mengemas. Pedagang pengecer untuk mengikat karung dalam mengemas melon menghabiskan 1 (satu) gulungan rafia dalam sebulan

3) Biaya Karung

Karung adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer dalam mengemas melon. Daya tampung karung di pedagang pengecer dapat menampung sebesar 50 kg per karung.

4) Biaya Penyusutan

Penyusutan adalah berkurangnya nilai manfaat melon yang terjadi pada pedagang pedagang pengecer ketika membeli melon dari pedagang besar. Biaya penyusutan di pedagang pengecer ditanggung oleh pedagang pengecer itu sendiri dengan presentase penyusutan sebesar 1 kg per 1 kwintal atau 100 kg. Penyebab penyusutan dikarenakan ketahanan melon dan faktor ketika perjalanan dalam membeli melon ke pedagang besar dan penyimpanan buah melon tidak menggunakan alas jerami.

5) Biaya Transportasi

Transportasi adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer dalam membeli melon ke pedagang besar. Harga sewa transportasi sesuai jarak tempuh sewa. Biaya bahan bakar dan supir sudah termasuk ke biaya sewa transportasi

6) Biaya Kantung Plastik

Kantung plastik adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk mengemas melon yang dibeli oleh konsumen. Daya tampung plastik mampu menampung 3 buah melon dengan berat melon perbuah 3 kg, jika dikalkulasikan maka kantung plastik mampu menampung 9 kg melon per pcs kantung plastik.

4. Analisis Biaya Margin dan Share Pemasaran Melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo

Tabel 6. Margin Tataniaga dan Share Pemasaran Melon pada Saluran Pemasaran

No.	Lembaga Tataniaga	Harga Jual (Rp/Kg)	Tataniaga Margin (%)	Share (%)
1	Petani			
	a. Rata-rata Harga Jual			
	1) Harga Jual	3692,2		
	Total Harga	3692,2		24,42
2	Pengepul			
	a. Rata-rata Harga Beli			
	1) Harga Beli	3692,2		
	b. Biaya Tataniaga			
	1) Biaya Etrek	59	0,5	0,39
	2) Biaya Tenaga Kerja	158	1,3	1,04
	3) Biaya Transportasi	104	0,9	0,68
	4) Biaya Jerami	16	0,1	0,1
	5) Biaya Penyusutan	156	1,3	1,03
	6) Keuntungan	1204,52	10,54	7,96
	c. Rata-rata Harga Jual			
	1) Harga Jual	5295,68		
3	Pedagang Besar			
	a. Rata-rata Harga Beli			
	1) Harga Beli	5295,68		
	b. Biaya Tataniaga			
	1) Biaya Bongkar Muat	8	0,06	0,05
	2) Biaya Keranjang	200	1,7	1,32
	3) Biaya Rafia	4	0,03	0,02
	4) Biaya Tenaga Kerja	31	0,2	0,2
	5) Biaya Penyusutan	221	1,9	1,46

Lanjutan Tabel 6

	6) Biaya Kebersihan	2	0,01	0,01
	7) Biaya Karung	0,6	0,005	0,003
	8) Keuntungan	1544,12	13,51	10,21
	c. Rata-rata Harga Jual			
	1) Harga Jual	7270,8		
4	Pedagang Pengecer			
	a. Rata-rata Harga Beli			
	1) Harga Beli	7270,8		
	b. Biaya Tataniaga			
	1) Biaya Tenaga Kerja	48	0,4	0,31
	2) Biaya Rafia	3	0,02	0,01
	3) Biaya Karung	7	0,06	0,04
	4) Biaya Penyusutan	441,16	3,86	2,91
	5) Biaya Transportasi	127	1,11	0,84
	6) Biaya Kantung Plastik	11	0,09	0,07
	7) Keuntungan	6852,13	59,97	45,32
	c. Rata-rata Harga Jual			
	1) Harga Jual	15117,09		
5	Konsumen			
	a. Rata-rata Harga Beli			
	1) Harga Beli	15117,09		
	Total Harga	15117,09		
	Margin	11424,89		

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 6 di atas diketahui bahwa biaya tataniaga terbesar di keluarkan oleh pedagang pengecer dengan total biaya pemasaran Rp 622/kg. Faktor terbesar pengeluaran biaya pemasaran dari pedagang pengecer yaitu adalah biaya penyusutan yaitu Rp 422/kg, di mana setiap 1 kwintal atau 100 kg terdapat 1 buah penyusutan melon dan biaya tataniaga terendah di keluarkan oleh pedagang besar yaitu Rp 466,6/kg, faktor tersebut dikarenakan pedagang besar tidak mengeluarkan biaya transportasi, baik membeli barang dari pengepul maupun menjual ke pedagang pengecer.

Keuntungan terbesar yang didapat lembaga pemasaran adalah dari pedagang pengecer dengan keuntungan Rp 6973,67/kg. Faktor tersebut dikarenakan dari pedagang pengecer menjual harga dua kali lipat dari harga beli

yakni sebesar Rp 15117,09/kg. Keuntungan terendah yang didapat lembaga pemasaran adalah dari pedagang pengepul dengan keuntungan Rp 1204,52/kg. Faktor tersebut dikarenakan besarnya biaya tenaga kerja yang diberdayakan untuk bongkar muat melon sebesar Rp 158/kg dan biaya etrel Rp 59/kg, disisi lain ketika membeli melon dari petani, pedagang pengepul tidak dapat mempengaruhi petani dalam menentukan harga, faktor tersebut dikarenakan sudah familiarnya *smartphone*, sehingga petani dapat mencari informasi untuk mengetahui harga melon dipasaran.

5. *Farmer's Share* di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo

Bagian harga yang diterima petani merupakan bagian dari harga yang dibayarkan konsumen yang dapat dirasakan oleh petani. Pemasaran dikatakan semakin efisien jika bagian harga yang diterima petani semakin tinggi. Menurut Zahra & Naully (2021) pemasaran dikatakan efisien apabila *farmer share* atau bagian harga yang diterima petani lebih dari 50%.

Tabel 7. *Farmer's Share* atau Bagian Harga yang Diterima Petani Melon

No.	Saluran Pemasaran	Harga Petani (Rp/Kg)	Harga Konsumen (Rp/Kg)	%	Bagian Harga yang Diterima Petani (%)
1	Saluran Pemasaran	3692,2	15117,09	100	24,42%

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa harga jual tingkat petani Rp 3692,2, harga tingkat konsumen Rp 15117,09, sehingga *farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani adalah 24,42 %. Hal ini menunjukkan bahwa *farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani sangat kecil. Penyebab harga jual tingkat petani rendah karena petani langsung menjual ke pedagang pengepul dengan sistem tebasan. Sistem tebasan ini petani menyerahkan semua proses panen ke pedagang pengepul karena memiliki tenaga kerja dan modal, sehingga harga ditingkat petani ditekan oleh pedagang pengepul. Sistem tebasan tidak bisa membuat petani mengelompokkan (*Grading*) buah melon, karena petani melon memiliki hasil panen melon yang berbeda – beda.

6. Efisiensi Pemasaran Melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo

Berdasarkan Tabel 12 diketahui bahwa *farmer share* atau bagian harga yang diterima petani kurang dari 50%, yang berarti pemasaran melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo tidak efisien. Panjangnya saluran pemasaran di Desa Wonosari dan perbedaan harga beli konsumen yang relatif besar terhadap harga melon ditingkat petani. Hal tersebut dikarenakan banyaknya biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran. Biaya pemasaran terbesar yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran terbesar adalah pedagang pengecer. Pedagang pengecer mengeluarkan biaya transportasi dan penyusutan yang lebih besar. Pengeluaran biaya transportasi yang besar disebabkan pedagang pengecer ketika membeli melon dengan partai kecil dengan jumlah seminggu 1500 kg atau (1,5 ton) dalam seminggu, sehingga biaya transportasi menjadi berlipat dan biaya penyusutan pedagang pengecer jauh lebih besar daripada lembaga pemasaran lainnya, yaitu dengan penyusutan 1 buah (3 kg) setiap 1 kwintal.

IV. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo meliputi, petani – pedagang pengepul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen. Total biaya pemasaran pedagang pengepul Rp 493, pedagang besar Rp 466,6, pedagang pengecer Rp 618. Total biaya saluran pemasaran adalah Rp 1577,6. Margin saluran pemasaran adalah sebesar Rp 11424,89. Keuntungan lembaga pemasaran pedagang pengepul Rp 1204,52, pedagang besar Rp 1544,12, pedagang pengecer Rp 6877,21. Bagian harga yang diterima petani sebesar 24,42%, sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran melon di Desa Wonosari Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo tidak efisien, karena bagian harga yang diterima petani $\leq 50\%$.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A. (2014). Analisis Margin Pemasaran Semangka di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Agro UPY, Volume 6 Nomor 1, Halaman: 27-37*. Diakses dari <http://repository.upy.ac.id/828/1/Vol%206%281%29-3.pdf>
- BPS Kabupaten Purworejo. (2020). *Kecamatan Ngombol Dalam Angka 2019*.
- Dinas Pertanian Purworejo. (2018). *Kabupaten Purworejo Dalam Angka 2017*.
- Fauzi, N. F. Hariyati, Y. dan Ajin, J. M. M. (2014). Sistem Tebasan Pada Usahatani Padi dan Dampaknya Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Petani di Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmiah Inovasi. Volume 14 Nomor 1. Halaman: 26-34*. Diakses dari <https://publikasi.polije.ac.id/index.php/jii/article/view/86/88>.
- Iswahyudi dan Sustiyana (2019). Pola Saluran Pemasaran dan Farmer's Share Jambu Air CV Camplong. *Jurnal Hexagro. Volume 3 Nomor 2. Halaman: 33-38*. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/292609-pola-saluran-pemasaran-dan-farmers-share-ca3a6078.pdf>.
- Jumiati, E., Darwanto, D. H., Hartono, S., dan Masyhuri. (2013). Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal Agrifor. Volume 12 Nomor 1. Halaman: 1-10*. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/30052-ID-analisis-saluran-pemasaran-dan-marjin-pemasaran-kelapa-dalam-di-daerah-perbatasa.pdf>
- Kim, Y., dan Soungun, K. (2015). Analisis Biaya Produksi dan Margin Pemasaran Makanan : Tahu dan Kimchi. *Jurnal Ilmu Pertanian Korea, Volume 42, Nomor 3, Halaman 285-291*. Diakses dari <http://koreascience.or.kr/article/JAKO201530861235030.pdf>
- Megasari, L. A. (2019). Ketergantungan Petani Terhadap Tengkulak Sebagai Patron dalam Kegiatan Proses Produksi Pertanian (Studi di Desa Baye Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri). *Jurnal Dialektika. Volume*
- Mulyadarma, M., dan Muis, A. (2020). Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Buah Melon di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Pertanian, Volume 8, Nomor 2, Halaman 432-441*. Diakses dari <http://jurnal.faperta.untad.ac.id/index.php/agrotekbis/citationstylelanguage/get/apa?submissionId=660>.
- Pradana, F. A. (2017). Analisis Usaha Dan Efisiensi Pemasaran Melon (Cucumis melo L) di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Agrista, Volume 5, Nomor 1, Halaman 36-45*. Diakses dari <https://jurnal.uns.ac.id/agrista/article/view/30950/20634>

- Pratama, Y. Y. dan Nuswantara, B. (2020). Analisis Pemasaran Kacang Tanah di Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang. *Jurnal Agribisnis Jambura. Volume 2 Nomor 1. Halaman: 34-38.* Diakses dari <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jaj/article/view/7042>
- Sajogyo T. 1997. *Garis Kemiskinan dan Kebutuhan Minimum Pangan.* LPSB-IPB. Bogor.
- Santoso, T, I. (2014). Efisiensi Pemasaran Beberapa Komoditas Sayuran Utama di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Agri Wiralodra, Volume 6, Nomor 2, Halaman: 9-18.* Diakses dari https://nanopdf.com/download/efisiensipemasaran-beberapa-komoditas-e_pdf.
- Soekartawi. (1993). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasi).* Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Zahra, A. dan Nauliy, D. (2021). Analisis Saluran Pemasaran Belimbing Dewa di Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok. *Jurnal Agribisnis Indonesia. Volume 9 Nomor 1. Halaman: 13-22.* Diakses dari <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jagbi/article/view/32548>.
- Zubaidi, A dan Sa'diyah, A, A. (2012). Analisis Efisiensi Usahatani Dan Pemasaran Melon Di Kecamatan Munc ar Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Buana Sains, Volume 12 Nomor 2, Halaman: 19-26.* Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/229029311.pdf>