

ANALISIS PEMASARAN BUAH NAGA DI DESA SUNGAI KURUK 3 KECAMATAN SEURUWAY KABUPATEN ACEH TAMIANG

Thursina Mahyuddin¹, Supristiwendi² dan Nurhasanah²

¹Dosen Fakultas Pertanian Universitas Samudra

²Dosen Fakultas Pertanian Universitas Samudra

²Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samudra

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui pola saluran, margin, biaya, farmer's share dan efisiensi pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Kabupaten Aceh Tamiang. Penelitian ini menggunakan metode survei. Objek penelitian adalah petani buah naga dan lembaga pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Kabupaten Aceh Tamiang. Rung lingkup meliputi pola saluran, margin, biaya, farmer's share dan efisiensi pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Kabupaten Aceh Tamiang. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei s/d Juni 2018.

Hasil penelitian Karakteristik rata-rata umur petani sampel usahatani buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway adalah 40,33 tahun, petani sampel rata-rata 9,40 tahun, rata-rata jumlah tanggungan keluarga sebanyak 4 orang dan rata-rata pengalaman petani sampel dalam usahatani buah naga sebesar 9,03 tahun. Rata-rata umur agen dan pedagang buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway adalah 40,25 tahun, tingkat pendidikan 12,75 tahun, jumlah tanggungan keluarga rata-rata 3 orang, dan pengalaman dibidang berdagang rata-rata 7,00 tahun. Ada 3 saluran pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3. Saluran pemasaran yang paling banyak digunakan petani adalah saluran pemasaran III yaitu sebanyak tiga belas orang (43,33%) dimana petani langsung menjual buah naganya kepada pedagang pengecer. Selanjutnya saluran II sebanyak sembilan orang (30,00%) dan saluran I sebanyak delapan orang (26,67%). Rata-rata biaya pemasaran buah naga pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp.2.050,00/Kg, saluran II sebesar 1.950,00/Kg dan saluran III sebesar Rp. 850,00/Kg. Margin pemasaran buah naga pada saluran I sebesar Rp. 7.875,00/Kg, margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp. 5.000,00/Kg dan margin pemasaran pada saluran III sebesar Rp. 4.683,33/Kg. *Farmer's share* pada saluran I sebesar 61,31%, saluran II sebesar 74,27% dan saluran III sebesar 86,59%. Saluran pemasaran I memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 10,07%, saluran II sebesar 10,03% dan saluran III sebesar 4,56%. Saluran tiga (III) merupakan saluran pemasaran yang paling efisien karena memiliki nilai efisiensi yang paling kecil dibanding saluran I dan saluran II di Desa Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Kabupaten Aceh Tamiang.

Kata Kunci: Pemasaran, Buah Naga, Saluran, Margin, Efisiensi

PENDAHULUAN

Kecamatan Seruway merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Aceh Tamiang yang merupakan penghasil komoditi buah naga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat daerah sekitarnya. Desa yang mengembangkan buah naga secara

luas di Kecamatan Seruway adalah Desa Sungai Kuruk 3. Secara keseluruhan hanya 4 dusun yang terdapat tanaman buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 yaitu; Dusun Bakti, Dusun Tengah, Dusun Keluarga dan Dusun Depan.

Teori pemasaran yang amat sederhana pun selalu menekankan bahwa

dalam kegiatan pemasaran harus jelas siapa yang menjual apa, dimana, bagaimana, bilamana, dalam jumlah berapa dan kepada siapa. Adanya strategi yang tepat akan sangat mendukung kegiatan pemasaran secara keseluruhan. Definisi menurut Harper W (2000:4) bahwa Pemasaran adalah “Suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran”.

Faktor yang penting dalam memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen adalah pemilihan saluran pemasaran yang tepat. Pemasaran adalah salah satu kegiatan yang dilakukan petani untuk mempertahankan kelangsungan usahatani, dalam hal ini kegiatan jual beli untuk memperoleh keuntungan, sehingga setiap pemasaran diperlukan analisis yang bertujuan untuk mengetahui efisien atau tidaknya suatu saluran pemasaran tersebut.

Saluran pemasaran antara satu dengan bagian lainnya merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan sehingga masing-masing lembaga tersebut mendapatkan bagian harga masing-masing. Dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan disetiap lembaga pemasaran, tentu membutuhkan biaya pemasaran. Biaya pemasaran dikeluarkan untuk menjual produk yang telah dihasilkan oleh produsen agar produk yang telah dihasilkan dapat sampai ke konsumen.

Panjang pendeknya suatu saluran pemasaran dapat mempengaruhi marginnya, semakin panjang saluran pemasaran yang digunakan maka semakin besar pula margin pemasarannya. Bagian harga yang diterima masing-masing lembaga pemasaran apabila pembagiannya adil dari keseluruhan harga yang dibayar

konsumen akhir dari semua pihak yang ikut serta didalam seluruh kegiatan produksi dan pemasaran barang itu maka saluran pemasaran tersebut disebut efisien. Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas penulis merasa penting dan ingin meneliti tentang analisis pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang.

Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pola saluran, biaya, margin dan farmer's share pada pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang?
2. Apakah pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang sudah efisien?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pola saluran, biaya, margin dan farmer's share pada pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang.
2. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang.

Hipotesis Penelitian

“Pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang sudah efisien”.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode, Lokasi, Objek, Ruang Lingkup dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei. Objek penelitian adalah petani buah naga dan lembaga pemasaran buah naga di di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh

Tamiang. Rung lingkup meliputi pola saluran, margin, biaya, farmer's share dan efisiensi pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei s/d Juni 2018.

Teknik Penentuan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) kelompok yaitu petani buah naga dan populasi pedagang (lembaga pemasaran) buah naga yang terlibat dalam pemasaran buah naga di lokasi penelitian. Menurut Nana

Tabel III-1. Jumlah Populasi dan Sampel Petani Buah Naga Di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway, 2108

No	Dusun	Populasi (Orang)	Sampel (Orang)
1	Bakti	12	12
2	Tengah	8	8
3	Keluarga	6	6
4	Depan	4	4
Jumlah		30	30

Sumber: BPPPL Seruway, 2018

Dari Tabel III-1 di atas dilihat bahwa jumlah populasi petani buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway sebanyak 30 orang petani buah naga yang tersebar di Dusun Bakti 12 orang, Dusun

(2005:5), "Sampel merupakan sebagian dari populasi yang paling tidak mempunyai ciri yang sama dengan populasinya untuk mewakili populasi yang ada".

Pengambilan sampel petani buah naga dan lembaga pemasaran buah naga dilakukan dengan metode *full sampling* (sensus). Sampel sensus adalah dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2008:124). Untuk lebih jelas jumlah populasi dan sampel petani buah naga masing-masing desa sampel dapat dilihat pada tabel III-1 berikut.

Tengah 8 orang, Dusun Keluarga 6 orang dan Dusun Depan 4 orang.

Adapun jumlah lembaga pemasaran buah naga di Di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang adalah sebagai berikut.

Tabel III-2. Jumlah Populasi dan Sampel Lembaga Pemasaran Buah Naga Di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway, 2108

No	Lembaga Pemasaran	Populasi (Orang)	Sampel (Orang)
1	Pedagang Desa	3	3
2	Pedagang Kecamatan	5	5
3	Pedagang Pengecer	8	8
Jumlah		16	16

Sumber: Data Primer (diolah), 2018

Tabel III-2 menjelaskan bahwa jumlah populasi dan sampel lembaga pemasaran sebanyak 16 orang terdiri dari 3 orang pedagang pengumpul desa, 5 orang pedagang pengumpul kecamatan dan 8 orang pedagang pengecer.

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan pada pengelompokan yaitu:

Pengumpulan Data

- a) Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden sebagai nara sumber melalui cara; Observasi, wawancara dan kuisioner.
- b) Data sekunder adalah data yang diambil dengan pendokumentasian data yang telah ada di daerah penelitian, instansi terkait, buku, jurnal, laporan dan sumber media massa yang berkaitan dengan penelitian.

Variabel Data Yang Dianalisis

- a. Saluran Pemasaran (Bentuk/Tipe Saluran Pemasaran)
- b. Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
- c. Farmer Share (%)
- d. Margin Pemasaran (Rp/Kg)
- e. Efisiensi Pemasaran(%)

Metode Analisis dan Pengujian

Hipotesis

Saluran Pemasaran

Untuk mengetahui pola (bentuk) saluran pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang dilakukan dengan cara deskriptif kualitatif yaitu dengan cara menjelaskan bentuk-bentuk saluran pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang.

Biaya Pemasaran

Untuk menghitung besarnya biaya pemasaran buah naga ialah dengan menjumlahkan semua biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat (Sudiyono, 2002:39) :

$$Bp = Bp1 +$$

$$Bp2 +$$

$$\dots\dots\dots Bpn$$

Keterangan

Bp : Biaya Pemasaran Buah naga (Rp/Kg)

Bp1, Bp2...Bpn : Biaya pemasaran pada tiap lembaga pemasaran buah naga (Rp/Kg)

Farmer's Share

Untuk menghitung *Farmer's share* menggunakan rumus sebagai berikut (Hudson dalam Alham, 2013:22):

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

Dimana :

FS = *Farmer's share* ditingkat petani (%)

Pf = Harga buah naga ditingkat petani (Rp/Kg)

Pr = Harga buah naga ditingkat pengecer (Rp/Kg)

Kaidah pengambilan keputusan efisiensi pemasaran ini adalah :

- $F_s < 50\%$ maka saluran pemasaran tidak efisien dan memihak kepada petani buah naga
- $F_s > 50\%$ maka saluran pemasaran tidak efisien dan memihak kepada petani buah naga

Margin Pemasaran

Untuk menghitung margin pemasaran pisang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut (Hudson dalam Alham, 2013:22) :

$$M = Pr - Pf$$

Dimana:

M = Margin total pemasaran setiap saluran pemasaran

Pr = Harga eceran pisang di pasar konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga pisang di tingkat petani (Rp/Kg)

Kaidah pengambilan keputusan margin pemasaran ini adalah :

- Jika perbedaan antara harga yang diterima produsen dengan harga yang diterima konsumen tinggi maka margin pemasaran tinggi.
- Jika perbedaan antara harga yang diterima produsen dengan harga yang diterima konsumen rendah maka margin pemasaran rendah.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dijual, dinyatakan dengan persen. Rumus untuk Efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut

$$Ep = BP/HE \times 100\%$$

Dimana:

Ep = Efisiensi pemasaran

BP = Biaya pemasaran

HE = Harga eceran

Kaidah pengambilan keputusan efisiensi pemasaran ini adalah :

- Ep < 50% maka saluran pemasaran efisien
- Ep > 50% maka saluran pemasaran tidak efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani dan Pedagang

Untuk lebih jelasnya mengenai keadaan karakteristik petani sampel di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway dapat dilihat pada tabel V-1 berikut.

Tabel V-1. Karakteristik Petani Sampel di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway, 2018

No	Dusun	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Orang)
1	Bakti	38,08	10,00	8,17	4,00
2	Tengah	44,13	8,25	10,13	4,00
3	Keluarga	38,50	9,50	9,00	4,00
4	Keluarga	42,25	9,75	9,50	4,00
Rata-Rata		40,33	9,40	9,03	4,00

Sumber: Data Primer (diolah), 2018

Tabel V-1 di atas dapat dilihat bahwa rata-rata umur petani sampel usahatani buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway adalah 40,33 tahun, pendidikan petani sampel rata-rata 9,40 tahun, rata-rata jumlah tanggungan keluarga sebanyak 4 orang dan rata-rata pengalaman petani sampel dalam usahatani buah naga sebesar 9,03

tahun menunjukkan keahlian dan keterampilan yang dimiliki oleh seorang tergolong baik.

Sedangkan untuk melihat karakteristik agen dan pedagang sampel di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Peureulak dapat dilihat pada tabel V-2 berikut.

Tabel V-2. Rata-rata Karakteristik Lembaga Pemasaran Buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway, 2018

No	Pedagang	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Orang)
1	Pedagang Desa	41,33	13,00	7,33	3,00
2	Pedagang Kecamatan	41,80	13,80	7,40	3,00
3	Pedagang Pengecer	38,88	12,00	6,63	3,00
Rata-Rata		40,25	12,75	7,00	3,00

Sumber: Data Primer (diolah), 2018

Berdasarkan tabel V-2 di atas terlihat bahwa rata-rata umur agen dan pedagang buah nagadi Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway adalah 40,25 tahun, tingkat pendidikan 12,75 tahun,

jumlah tanggungan keluarga rata-rata 3 orang, dan pengalaman dibidang berdagang rata-rata 7,00 tahun.

Saluran Pemasaran Buah Naga

Dapat dijelaskan bahwa pola saluran pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway terdiri dari tiga pola saluran pemasaran, yaitu sebagai berikut:

1. Saluran I: Petani →Pedagang Desa
→Pedagang Kecamatan
→Pedagang Pengecer
→Konsumen

2. Saluran II: Petani→Pedagang Kecamatan →Pedagang Pengecer →Konsumen
3. Saluran III: Petani →Pedagang Pengecer →Konsumen

Adapun jumlah petani berdasarkan saluran pemasaran buah naga yang digunakan dalam mendistribusikan buah naga dapat dilihat pada tabel V-3 berikut.

Tabel V-3. Pola Saluran dan Jumlah Petani Buah Naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway, 2018

No	Saluran	Jumlah Petani (orang)	Persentase (%)
1	I	8	26,67
2	II	9	30,00
3	III	13	43,33
Total		30	100,00

Sumber: Data Primer (diolah), 2018

Berdasarkan tabel V-3 di atas dapat dilihat bahwa saluran pemasaran yang paling banyak digunakan petani adalah saluran pemasaran III yaitu sebanyak tiga belas orang (43,33%) dimana petani langsung menjual buah naganya kepada pedagang pengecer. Selanjutnya saluran II sebanyak sembilan orang (30,00%) dan saluran I sebanyak delapan orang (26,67%). Saluran pemasaran III paling banyak digunakan oleh petani karena harga jual buah naga lebih tinggi pada saluran ini dibandingkan dengan saluran I dan II, hal ini diakibatkan karena lembaga pemasaran yang digunakan tidak terlalu

panjang sehingga keuntungan yang diperoleh petani lebih banyak dibandingkan dengan menggunakan saluran I dan II karena perbedaan antara harga yang diterima produsen dengan harga yang diterima konsumen tinggi, hal ini diakibatkan karena panjangnya lembaga pemasaran yang digunakan.

Biaya Pemasaran

Untuk melihat rata-rata penggunaan biaya pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway dapat dilihat pada tabel V-4 berikut.

Tabel V-4. Rata-rata Biaya Pemasaran Buah Naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Kabupaten Aceh Tamiang, 2018

No	Saluran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
1	I	2.050,00
2	II	1.950,00
3	III	850,00

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel V-4 di atas dapat dilihat bahwa rata-rata biaya pemasaran buah naga pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp.2.050,00/Kg, saluran II sebesar Rp.1.950,00/Kg dan saluran III sebesar Rp.

850,00/Kg. Biaya pemasaran pada saluran III lebih kecil dibandingkan dengan biaya pemasaran pada saluran I dan II karena saluran pemasaran yang terlibat pada saluran pemasaran III tersebut hanya satu yaitu pedagang

pengecer jadi biaya pemasaran yang dikeluarkan jauh lebih kecil.

Margin Pemasaran

Untuk lebih jelasnya mengenai rata-rata margin pemasaran buah naga

pada saluran pemasaran I, II dan III di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway dapat dilihat pada tabel V-5 berikut.

Tabel V-5. Rata-rata Margin Pemasaran Buah naga pada Saluran I, II dan III di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway, 2018

No	Saluran	Harga Tingkat Petani (Rp/Kg)	Harga Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1	I	12.500,00	20.375,00	7.875,00
2	II	14.444,44	19.444,44	5.000,00
3	III	16.153,85	18.653,85	2.500,00
Rata-Rata		14.666,67	19.350,00	4.683,33

Sumber: Data Primer (diolah), 2018

Berdasarkan tabel V-5 di atas dapat dilihat bahwa margin pemasaran buah naga pada saluran I sebesar Rp. 7.875,00/Kg, margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp. 5.000,00/Kg dan margin pemasaran pada saluran III sebesar Rp. 4.683,33/Kg. Dari sisi margin pemasaran dapat diketahui bahwa saluran III merupakan saluran yang paling efisien karena mempunyai margin pemasaran yang paling kecil

dibandingkan dengan margin pemasaran pada saluran I dan saluran II. Artinya selisih antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen paling kecil terjadi pada saluran III.

Farmer's Share

Berikut ini gambaran besarnya bagian harga yang diterima oleh petani pada setiap lembaga pemasaran buah naga.

Tabel V-6. Rata-rata Besarnya *Farmer's Share* pada Setiap Lembaga Pemasaran Buah Naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway, 2018

No	Saluran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Harga Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1	I	12.500,00	20.375,00	61,31
2	II	14.444,44	19.444,44	74,27
3	III	16.153,85	18.653,85	86,59
Rata-Rata		14.666,67	19.350,00	76,16

Sumber: Data Primer (diolah), 2018

Berdasarkan tabel V-6 di atas dapat dilihat bahwa *farmer's share* pada saluran I sebesar 61,31%, saluran II sebesar 74,27% dan saluran III sebesar 86,59%. Dengan demikian dari sisi *farmer's share* saluran III merupakan saluran yang paling efisien karena petani menerima bagian harga yang paling besar dibanding saluran I

dan saluran III. Dalam hal ini petani menerima harga yang paling tinggi pada saluran III sehingga secara langsung berakibat meningkatnya penerimaan dan pendapatan petani buah naga di Desa Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Kabupaten Aceh Tamiang.

Efisiensi Pemasaran

Untuk lebih jelasnya mengenai efisiensi pemasaran buah naga di Desa Tabel V-7. Efisiensi Pemasaran Buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway, 2018.

Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Kabupaten Aceh Tamiang dapat dilihat pada tabel V-7 berikut ini.

No	Saluran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Harga Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1	1	2.050,00	20.375,00	10,07
2	2	1.950,00	19.444,44	10,03
3	3	850,00	18.653,85	4,56
Rata-Rata		1.500,00	19.350,00	7,67

Sumber: Data Primer (diolah), 2018

Berdasarkan tabel V-10 di atas dapat dilihat bahwa saluran pemasaran I memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 10,07%, saluran II sebesar 10,03% dan saluran III sebesar 4,56%. Ketiga saluran pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3 Kecamatan Seuruway dikatakan efisien karena berada dibawah 50%. Namun dari ketiga saluran pemasaran tersebut, saluran tiga (III) merupakan saluran pemasaran yang paling efisien karena memiliki nilai efisiensi yang paling kecil dibanding saluran I dan saluran II di Desa Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Kabupaten Aceh Tamiang. Hal ini sesuai dengan kaidah pengambilan keputusan efisiensi pemasaran yaitu jika $E_p < 50\%$ maka saluran pemasaran tersebut dikatakan efisien, dan jika $E_p > 50\%$ maka saluran pemasaran tersebut dikatakan tidak efisien.

Meskipun saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran yang paling efisien, namun tidak semua petani buah naga dapat memilih/menggunakan saluran ini (saluran III). Hal ini diakibatkan oleh beberapa faktor antara lain kondisi jalan dan jembatan yang masih sangat kurang memadai. Petani yang paling banyak menggunakan saluran III ialah petani yang usahatani buah naganya berada di dekat dengan pedagang pengecer serta memiliki alat transportasi yang memadai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Ada 3 saluran pemasaran buah naga di Desa Sungai Kuruk 3. Saluran pemasaran yang paling banyak digunakan petani adalah saluran pemasaran III yaitu sebanyak tiga belas orang (43,33%) dimana petani langsung menjual buah naganya kepada pedagang pengecer. Selanjutnya saluran II sebanyak sembilan orang (30,00%) dan saluran I sebanyak delapan orang (26,67%).
2. Rata-rata biaya pemasaran buah naga pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp.2.050,00/Kg, saluran II sebesar 1.950,00/Kg dan saluran III sebesar Rp. 850,00/Kg.
3. Margin pemasaran buah naga pada saluran I sebesar Rp. 7.875,00/Kg, margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp. 5.000,00/Kg dan margin pemasaran pada saluran III sebesar Rp. 4.683,33/Kg.
4. *Farmer's share* pada saluran I sebesar 61,31%, saluran II sebesar 74,27% dan saluran III sebesar 86,59%.
5. Saluran pemasaran I memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar

10,07%, saluran II sebesar 10,03% dan saluran III sebesar 4,56%.

6. Saluran tiga (III) merupakan saluran pemasaran yang paling efisien karena memiliki nilai efisiensi yang paling kecil dibanding saluran I dan saluran II di Desa Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Kabupaten Aceh Tamiang.

6.2. Saran-saran

1. Diharapkan petani dapat menggunakan saluran tiga (III) merupakan saluran pemasaran yang paling efisien karena memiliki nilai efisiensi yang paling kecil dibanding saluran I dan saluran II di Desa Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Kabupaten Aceh Tamiang.

Diharapkan petani dapat menggunakan saluran tiga (III) merupakan saluran pemasaran yang paling besar memberikan bagian harga kepada petani buah naga dibanding saluran I dan saluran II di Desa Kuruk 3 Kecamatan Seuruway Kabupaten Aceh Tamiang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2017. *Potensi Wilayah BPPK Kecamatan Seuruway Tahun 2016*. Seuruway. Kuala Simpang
- Anonim, 2017. *Aceh Tamiang Dalam Angka Tahun 2016*. Kuala Simpang. Aceh Tamiang
- Daniel, M., 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta
- Gitosudarmo, I. 2001. *Manajemen Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta
- Hanafiah dan Saefuddin A, M., 2000. *Tata Niaga Hasil Pertanian*. UI Press. Jakarta
- Limjong dan Sitorus, 2005. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. FP IPB. Bogor
- Mangdeska, 2009. *Analisis Pendapatan Usahatani dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Mubyarto. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3S. Jakarta
- Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Rahim A dan Hastuti R. 2007. *Pengantar Teori dan Kasus Ekonomi Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Sekaran U, 2006. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Soekartawi., 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sudjana, Nana. 2005. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*. FMIPA. Bandung
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis dan Aplikasi*. Alfabeta. Bandung
- Sulvadewi, 2000. *Manajemen Pemasaran: Kasus dan Solusi*. Kanisius. Jakarta
- Winandi R. Asmarantika. 2009. *Pemasaran Produk-Produk Pertanian. Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran*. Dept Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB. Bogor
- Winandi R. Asmarantika. 2014. *Pemasaran Produk-Produk Pertanian. Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran*. Dept Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB. Bogor
- Yuliarti N. 2012. *Bisnis Buah Naga*. IPB Press. Bogor