



**ANALISIS TATANIAGA BUAH NAGA DI DESA BULUREJO
KECAMATAN PURWOHARJO KABUPATEN BANYUWANGI**

SKRIPSI

Oleh
Romi Hardianzah
NIM 130810101027

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2017**



**ANALISIS TATANIAGA BUAH NAGA DI DESA BULUREJO
KECAMATAN PURWOHARJO KABUPATEN BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

oleh
Romi Hardianzah
NIM 130810101027

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2017**

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang penulis banggakan.
2. Orangtua tercinta, Ibu Hj. Sugiartik dan Bapak H. Sumailik yang tiada henti selalu mendoakan, memberikan motivasi, kasih sayang, serta pengorbanan selama ini.
3. Guru-guru dari Sekolah Dasar hingga Sekolah Menengah Atas dan dosen-dosen di Perguruan Tinggi yang terhormat, yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya selama ini.

MOTO

Demi masa. Sungguh, manusia berada dalam kerugian. Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan serta saling menasehati untuk kebenaran dan saling menasehati untuk kesabaran.
(Terjemahan QS. Al-‘Asr ayat 1-3)

Bermimpilah, karena Tuhan akan memeluk mimpi-mimpi itu.
(Andrea Hirata)

Perubahan tidak akan pernah terjadi jika kita terus menunggu waktu atau orang yang tepat. Kita adalah perubahan itu sendiri.
(Barack Obama)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Romi Hardianzah

NIM : 130810101027

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah penulis sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun dan bukan karya jiplakan. Penulis bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 20 Oktober 2017

Yang menyatakan,

Romi Hardianzah
NIM. 130810101027

SKRIPSI

**ANALISIS TATANIAGA BUAH NAGA DI DESA BULUREJO
KECAMATAN PURWOHARJO KABUPATEN BANYUWANGI**

Oleh

Romi Hardianzah
NIM 130810101027

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Herman Cahyo Diartho, S.E., M.P.

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Zainuri, M.Si.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo
Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi

Nama Mahasiswa : Romi Hardianzah

NIM : 130810101027

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Ilmu Ekonomi

Konsentrasi : Ekonomi Regional

Tanggal Persetujuan : 20 Oktober 2017

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Herman Cahyo Diartho, S.E., MP.
NIP. 19720713 199903 1 001

Dr. Zainuri, M.Si.
NIP. 19640325 198902 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Dr. Sebastiana Viphindrartin, M.Kes.
NIP. 19641108 198902 2 001

PENGESAHAN

Judul Skripsi

**ANALISIS TATANIAGA BUAH NAGA DI DESA BULUREJO
KECAMATAN PURWOHARJO KABUPATEN BANYUWANGI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Romi Hardianzah

NIM : 130810101027

Jurusan : Ilmu Ekonomi

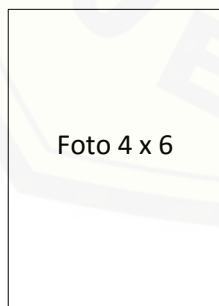
Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

17 November 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

1. Ketua : Dr. Rafael Purto S. M.Si.
NIP. 19581024 198803 1 001 (.....)
2. Sekretaris : Dr. Riniati M.P.
NIP. 19600430 198603 2 001 (.....)
3. Anggota : Dra. Anifatul Hanim M.Si.
NIP. 19650730 199103 2 001 (.....)



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dekan,

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA.
NIP. 19710727 199512 1 001

*Analisis Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo
Kabupaten Banyuwangi*

Romi Hardianzah

*Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Jember*

ABSTRAK

Buah naga Banyuwangi khususnya yang terdapat di Kecamatan Purwoharjo Desa Bulurejo merupakan salah satu produk unggulan daerah yang potensinya cukup besar untuk dikembangkan saat ini. Aspek pemasaran buah naga merupakan hal penting dalam mendukung peningkatan pendapatan petani buah naga. Banyaknya lembaga tataniaga yang terlibat dalam pemasaran buah naga akan mempengaruhi panjang pendeknya rantai tataniaga dan besarnya biaya tataniaga. Besarnya biaya tataniaga akan mengarah pada semakin besarnya perbedaan harga antara petani produsen dengan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jalur sistem pemasaran, mengetahui sistem pemasaran margin, pangsa petani dalam sistem pemasaran Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan metode survei dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode penentuan sampel petani menggunakan metode purposive sampling dan penentuan agensi sistem perdagangan menggunakan metode snowball sampling. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat lima saluran sistem pemasaran, sistem margin yang paling besar berada pada saluran 2 buah naga dengan margin Rp.10.000 / kg, pangsa petani terbesar adalah pada sistem saluran 5 buah naga dengan nilai Pangsa petani 100% dan pangsa petani terkecil ada pada sistem saluran 2 buah naga dengan nilai saham petani 33,33%.

Kata kunci: Saluran Sistem Pemasaran, Margin Pemasaran, Pangsa Petani, Buah Naga Bulurejo.

Marketing Analysis of Dragon Fruit in Bulurejo Village, Purwoharjo District of Banyuwangi Regency

Romi Hardianzah

Economics Development and Studies Department, Faculty of Economics and Business, University Of Jember

ABSTRACT

Banyuwangi dragon fruit, especially found in District Purwoharjo Bulurejo Village is one of the regional flagship products that have large potential to be developed at this time. The marketing aspect of dragon fruit is important in supporting the increase of dragon fruit farmer's income. The number of marketing agencies involved in marketing dragon fruit will affect the length of the short chain of trading and the cost of trading. The amount of trading costs will lead to greater price differences between producers and consumers. The purpose of this study was to determine the trading marketing system, knowing the margin marketing system, the farmer's share in marketing system Dragon Fruit in the Bulurejo Village, Purwoharjo District of Banyuwangi Regency. This study used survey method and data sources used are primary data and secondary data. Method of determination of farmers sampled using purposive sampling method and determination of trading system agencies using snowball sampling method. The results of the analysis shows that There are five marketing system channels, the most large margin system is on the channel 2 dragon fruit with a margin Rp.10.000/kg, the largest farmer's share is on channel system 5 dragon fruit with the value of the farmer's share 100% and the smallest farmer's share is on channel system 2 dragon fruit with the value of the farmer's share 33,33 %.

Key words: Marketing System Channel, Marketing Margin, Farmer's Share, Dragon Fruit Bulurejo.

RINGKASAN

Analisis Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi; Romi Hardianzah, 130810101027; 2017: 122 halaman; Jurusan Ilmu Ekonomi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Wilayah Indonesia memiliki potensi yang tinggi untuk mengembangkan pertanian. Selain itu, pertanian juga memegang peranan yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Salah satu produk pertanian yang memiliki pasar yang cukup besar adalah hortikultura. Hortikultura yang prospektif untuk dikembangkan adalah buah-buahan. Buah naga merupakan salah satu jenis buah-buahan yang digemari oleh masyarakat saat ini. Buah naga merupakan komoditi baru di Kabupaten Banyuwangi. Petani yang ada di Banyuwangi kebanyakan menanam jeruk, namun sekarang ini selain jeruk petani di Banyuwangi banyak juga yang menanam buah naga. Luas lahan perkebunan buah naga yang ada di Banyuwangi tahun 2013 mencapai 678 hektar dan produksi buah naga dari perkebunan di Banyuwangi pada tahun 2015 mencapai 304.540 ton per tahun. Kabupaten Banyuwangi menjadi salah satu sentra produksi buah naga di Provinsi Jawa Timur karena tingginya permintaan pasar dan jumlah produksi buah naga di Kabupaten tersebut. Kesesuaian tanaman buah naga dengan keadaan lingkungan di Kabupaten Banyuwangi yang terletak di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo mendorong pemerintah untuk melakukan pengembangan buah naga di daerah tersebut dengan luas lahan 35 ha dan produksi 8,785 ton per tahun. Akan tetapi, perluasan areal penanaman dan peningkatan jumlah produksi tidak sejalan dengan peningkatan pemasaran komoditi tersebut. Oleh sebab itu, dilakukanlah analisis sistem tataniaga buah naga pada daerah tersebut.

Penelitian ini dilakukan di Desa Bulurejo, Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Kegiatan pengambilan data dilakukan sejak Juni 2017 hingga Agustus 2017. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Sampel yang digunakan terdiri dari dua kelompok responden, yaitu kelompok petani responden

yang terdiri dari 20 orang, dipilih secara *purposive* (sengaja) dan kelompok responden lembaga pemasaran yang terdiri dari 15 orang, dipilih dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif serta menggunakan metode pengolahan data analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis sistem tataniaga dilakukan dengan mengidentifikasi saluran pemasaran yang terjadi di daerah tersebut. Efisiensi sistem tataniaga dianalisis dengan menggunakan dua pendekatan yaitu margin tataniaga dan *farmer's share*.

Lembaga pemasaran yang berperan dalam memasarkan buah naga dari Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo adalah petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Terdapat lima pola saluran pemasaran yaitu; Saluran 1: Petani – Pedagang pengumpul desa 1– Pedagang besar – Pedagang pengecer non lokal – Konsumen; Saluran 2 : Petani – Pedagang pengeumpul desa 1 – Pedagang pengumpul desa 2 – Pedagang besar – Pedagang pengecer non lokal – Konsumen; Saluran 3 : Petani – Pedagang pengumpul desa 1 – Pedagang pengecer lokal – Konsumen; Saluran 4 : Petani – Pedagang pengecer lokal – Konsumen; dan Saluran 5 : Petani – Konsumen.

Margin pemasaran yang ada tidak diterima secara merata oleh tiap saluran pemasaran yang ada. Hal ini dikarenakan komponen dan besarnya biaya yang dikeluarkan serta fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan setiap lembaga pemasaran berbeda-beda. Struktur biaya pemasaran pada saluran pemasaran buah naga adalah biaya tenaga kerja, biaya pengangkutan, biaya pengemasan, biaya penyimpanan, biaya retribusi, biaya penyusutan, biaya bongkar muat, dan biaya timbang. Saluran pemasaran 4 merupakan saluran yang paling efisien, diukur berdasarkan nilai margin, *farmer's share*.

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis untuk kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini;
2. Bapak Dr. Herman Cahyo Diartho, S.E., M.P selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini;
3. Bapak Dr. Zainuri, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini;
4. Ibu Dr. Regina Niken Wilantari, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
5. Ibu Dr. Sebastiana Viphindartin, M. Kes selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
6. Ibu Dr. Lilis Yuliati, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
7. Bapak Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;

8. Bapak Dr. Siswoyo Hari Santosa S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan nasehat selama masa-masa perkuliahan;
9. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staf karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
10. Teristimewa untuk kedua Orangku tercinta, Ibunda Hj. Sugiartik dan Ayahanda H. Sumailik yang tiada henti selalu mendoakan, memberikan motivasi, kasih sayang, serta pengorbanan selama ini;
11. Kakak tersayang, Itok Sugiarto dan adik tersayang Novel Andriawan yang telah memberikan doa motivasi dan dukungannya selama ini;
12. Khusus untuk pacarku Rochimmia Maulidiah yang telah senantiasa selalu menemani, memberikan doa, dukungan, dan semangatnya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini;
13. Para sahabat ku Yuda, Andra, dan Nia yang selalu memberi semangat dan mendengarkan keluhan-keluhan penulis;
14. Para sahabat seperjuangan kuliah Roni, Edo, Hendra, Fitroh, Bagus, Wildan, Dena, dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah menjadi saksi hidup perjuangan menjadi mahasiswa, yang selalu mengerti dan menerima keluhan-keluhan penulis setiap harinya;
15. Pak Yusak dan Mas Galuh yang telah bersedia membantu dalam penyelesaian skripsi ini;
16. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Angkatan 2013 dan seluruh teman-teman konsentrasi Regional atas kebersamaannya selama kuliah dan sharing ilmunya selama ini;
17. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian;
18. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Jember, 20 Oktober 2017

Penulis

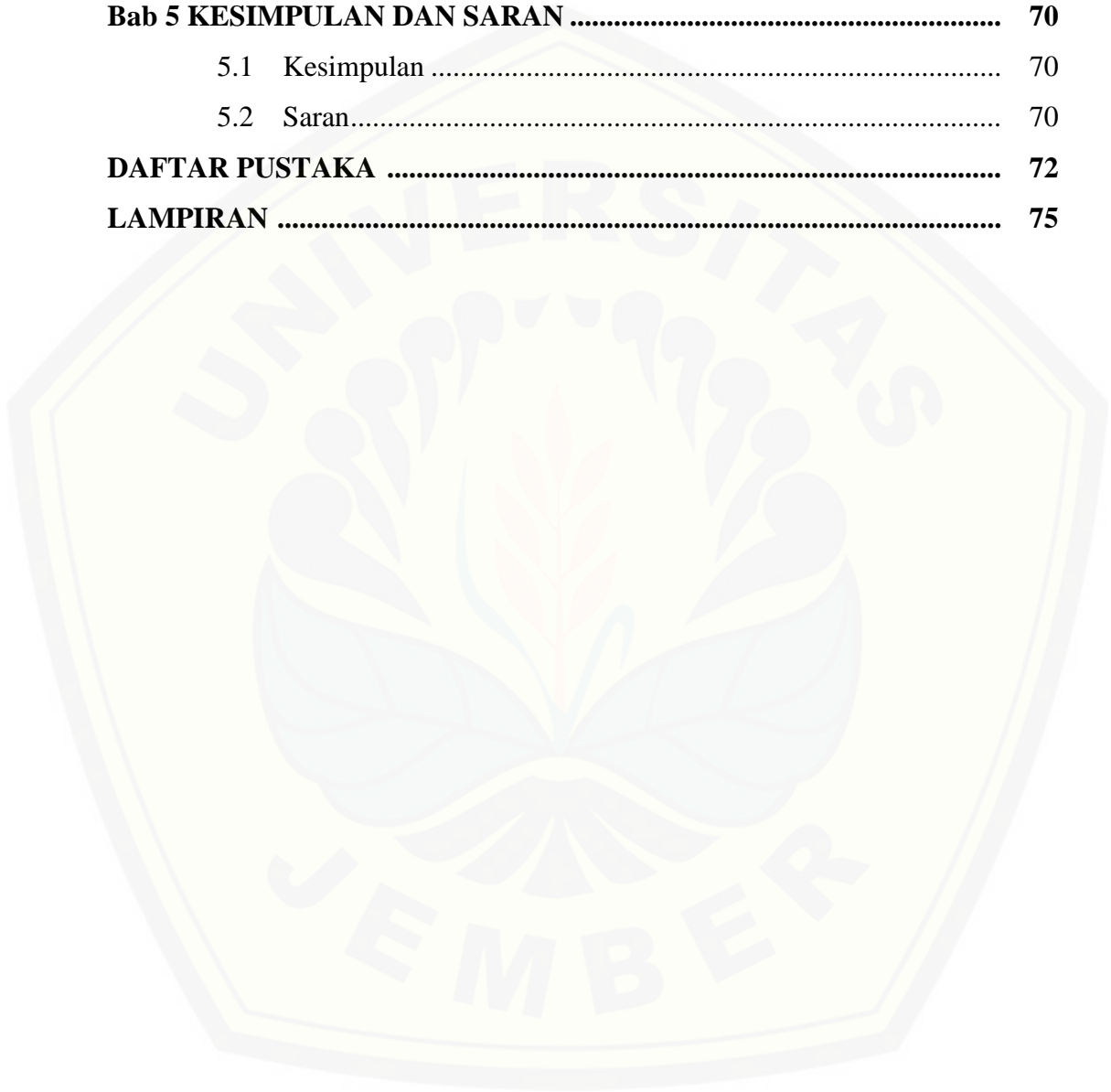


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PESEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	vi
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRAK	x
RINGKASAN	xi
PRAKATA	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penulisan	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Konsep Ekonomi Pertanian Berkelanjutan	10
2.1.2 Teori Ekonomi Produksi Pertanian	12
2.1.3 Tataniaga Pertanian.....	13
2.1.4 Saluran Tataniaga.....	14
2.1.5 Lembaga Tataniaga	16
2.1.6 Fungsi Tataniaga	17

2.1.7 Struktur Pasar	18
2.1.8 Marjin Tataniaga	19
2.1.9 Konsep efisiensi Tataniaga	21
2.1.10 <i>Farmer's Share</i>	22
2.1.11 Konsep Pembangunan Desa (<i>Rural Development</i>)	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual	33
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Rancangan Penelitian	35
3.1.1 Jenis Penelitian	35
3.1.2 Lokasi dan waktu Penelitian	35
3.1.3 Unit Analisis	35
3.1.4 Populasi dan Sampel	35
3.1.5 Jenis dan sumber Data	36
3.1.6 Metode Pengumpulan Data	36
3.2 Metode Analisis Data	37
3.2.1 Analisis Saluran Tataniaga	37
3.2.2 Analisis Marjin Tataniaga	38
3.2.3 Analisis <i>Farmer's Share</i>	39
3.3 Definisi Operasional	39
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Daerah Peneltian	41
4.2 Karakteristik Responden	42
4.2.1 Karakteristik Responden Petani	42
4.2.2 Karakteristik Pedagang	45
4.3 Gambaran Usaha Tani Buah Naga	48
4.4 Analisis Data	53
4.4.1 Analisis Saluran Tataniaga	53
4.4.2 Analisis Marjin Tataniag	59
4.4.3 Analisis <i>Farmer's Share</i>	64

4.5 Pembahasan	65
4.5.1 Tataniaga Buah Naga	65
4.5.2 Marjin Tataniaga	67
4.5.3 <i>Farmer's Share</i>	68
Bab 5 KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 PDRB Kabupaten Banyuwangi Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2010 di Sektor Pertanian Tahun 2010 – 2014 (Juta Rupiah)...	4
Tabel 1.2 Produksi Komoditas Tertinggi Tanaman Buah-buahan di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2013 – 2015.....	6
Tabel 1.3 Luas Panen dan Produksi Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2013 – 2015.....	6
Tabel 1.4 Luas Panen dan Produksi Buah Naga Per Desa di Kecamatan Purwoharjo Tahun 2015.....	7
Tabel 2.1 Karakteristik dan Struktur Pasar.....	19
Tabel 2.2 Peneliti Terdahulu.....	28
Tabel 4.1 Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Desa Bulurejo, Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi 2015.....	41
Tabel 4.2 Pekerjaan Utama Menurut Sektor Di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo 2015.....	42
Tabel 4.3 Usia Produsen Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	43
Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Produsen Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	44
Tabel 4.5 Pengalaman Produsen Dalam Bertani Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	45
Tabel 4.6 Usia Pedagang Dalam Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	46
Tabel 4.7 Tingkat Pendidikan Pedagang Dalam Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	47
Tabel 4.8 Pengalaman Pedagang Dalam Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	48
Tabel 4.9 Marjin saluran tataniaga 1.....	60
Tabel 4.10 Marjin saluran tataniaga 2.....	61
Tabel 4.11 Marjin saluran tataniaga 3.....	62
Tabel 4.12 Marjin saluran tataniaga 4.....	63
Tabel 4.13 Marjin saluran tataniaga 5.....	63
Tabel 4.14 Analisis <i>Farmer's Share</i> Pada Saluran Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo.....	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Marjin Tataniaga.....	20
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 3.1 Saluran Tataniaga.....	38
Gambar 4.1 Saluran Tataniaga 1 Buah Naga.....	54
Gambar 4.2 Saluran Tataniaga 2 Buah Naga.....	55
Gambar 4.3 Saluran Tataniaga 3 Buah Naga.....	56
Gambar 4.4 Saluran Tataniaga 4 Buah Naga.....	57
Gambar 4.5 Saluran Tataniaga 5 Buah Naga.....	58
Gambar 4.6 Saluran Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo....	59

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Kuesioner.....	75
A.1 Kuesioner Produsen.....	75
A.2 Kuesioner Pedagang.....	78
B. Karakteristik Responden Produsen Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	80
C. Biaya Produksi Buah Naga.....	81
C.1 Biaya Bahan Baku Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	81
C.2 Biaya Tenaga Kerja Petani Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	83
C.3 Biaya Penyusutan Petani Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	84
C.4 Biaya Lain-lain Petani Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	90
C.5 Total Biaya Produksi Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	91
D. Harga Jual Petani Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	92
E. Karakteristik Responden Pedagang Dalam Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	94
F. Biaya Pemasaran Pedagang Buah Naga.....	96
F.1 Biaya Tenaga Kerja Pemasaran Pedagang Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	96
F.2 Biaya Pemasaran Pedagang Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.....	97

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara beriklim tropis dengan kondisi daratannya yang dikelilingi oleh pegunungan dan struktur tanah yang subur serta kaya akan sumber daya alam, sehingga banyak dimanfaatkan oleh penduduk sebagai lahan pertanian. Karakteristik Indonesia sebagai negara agraris menyiratkan bahwa sektor pertanian memiliki peranan penting dalam pembangunan perekonomian nasional. Pembangunan pertanian yang berkelanjutan diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja, serta mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Kuncoro, 2010).

Kegiatan ekonomi yang berbasis tanaman pangan dan hortikultura merupakan kegiatan yang sangat penting (strategis) di Indonesia. Disamping melibatkan tenaga kerja terbesar dalam kegiatan produksi, produknya juga merupakan bahan pangan pokok dalam konsumsi pangan di Indonesia. Dilihat dari sisi bisnis, kegiatan ekonomi yang berbasis tanaman pangan dan hortikultura merupakan kegiatan bisnis terbesar dan tersebar luas di Indonesia. Perannya sebagai penghasil bahan pangan dan pokok, menyebabkan setiap orang dari 200 juta penduduk Indonesia terlibat setiap hari dalam kegiatan ekonomi tanaman pangan dan hortikultura (Saragih, 2001).

Pengembangan komoditas hortikultura, khususnya buah-buahan dapat dirancang sebagai salah satu sumber pertumbuhan baru dalam perekonomian nasional. Perkembangan agribisnis buah-buahan akan memberi nilai tambah bagi produsen (petani) dan industri pengguna serta dapat memperbaiki keseimbangan gizi bagi konsumen. Potensi pengembangan tanaman buah-buahan di Indonesia didukung oleh banyak faktor (Rukmana, 2003).

Komoditas hortikultura, khususnya buah-buahan memiliki prospek dalam sektor pertanian. Pengembangan buah-buahan berpola agribisnis dan agroindustri sangat cerah karena permintaan terhadap komoditas tersebut cenderung naik, baik

di pasar dalam maupun luar negeri. Potensi sumber daya alam di dalam negeri masih memeberikan peluang untuk meningkatkan produksi aneka jenis buah-buahan (Ariyanto, 2006).

Untuk Hasil-hasil produk pertanian di butuhkan peran dari tataniaga hasil pertanian, dimana tataniaga merupakan suatu aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat aliran barang dan jasa dari titik produksi sampai ke titik konsumen. Tataniaga pertanian juga merupakan salah satu faktor pertanian untuk memperlancar proses produksi, distribusi dan pemasaran hasil produk pertanian.

Menurut Kotler (2002), saluran tataniaga adalah serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Produsen memiliki peranan utama dalam menghasilkan barang-barang dan sering melakukan sebagian kegiatan pemasaran, sementara itu pedagang menyalurkan komoditas dalam waktu, tempat, bentuk yang diinginkan konsumen. Hal ini berarti bahwa saluran tataniaga yang berbeda akan memberikan keuntungan yang berbeda pula kepada masing-masing lembaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga tersebut.

Saluran tataniaga dari suatu komoditas perlu diketahui untuk menentukan jalur mana yang lebih efisien dari semua kemungkinan jalur-jalur yang dapat ditempuh. Selain itu saluran pemasaran dapat mempermudah dalam mencari besarnya margin yang diterima tiap lembaga yang terlibat. Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda sehingga menyebabkan perbedaan harga jual dari lembaga satu dengan yang lainnya sampai ke tingkat konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat semakin besar perbedaan harga antar produsen dengan harga di tingkat konsumen.

Margin pemasaran pada suatu saluran pemasaran tertentu dapat dinyatakan sebagai jumlah dari margin pada masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat. Rendahnya biaya tataniaga suatu komoditi belum tentu mencerminkan efisiensi yang tinggi. Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi kegiatan tataniaga adalah dengan membandingkan persentase atau bagian

harga yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayar konsumen akhir.

Sebagai proses produksi yang komersial, maka pemasaran pertanian merupakan syarat mutlak yang diperlukan dalam pembangunan pertanian. Pemasaran pertanian dapat menciptakan nilai tambah melalui nilai guna tempat, guna bentuk, dan guna waktu. Dengan demikian pemasaran pertanian di anggap memberikan nilai tambah yang dapat dianggap sebagai kegiatan produktif. Pemasaran pertanian merupakan bagian dari ilmu pemasaran pada umumnya, tetapi dapat dianggap sebagai disiplin ilmu yang berdiri sendiri. Anggapan ini didasarkan pada karakteristik produk pertanian serta subjek dan objek pemasaran pertanian itu sendiri.

Pemasaran produksi barang pertanian, membutuhkan lembaga pemasaran dan proses yang lebih panjang (pengolahan, penyimpanan, pengangkutan) bila dibandingkan dengan pemasaran produk non pertanian. Hal tersebut terjadi karena komoditas pertanian memiliki karakteristik khusus yang dimiliki oleh barang-barang non pertanian, karakteristik tersebut meliputi : sifat produk pertanian yang mudah busuk, rusak dan bersifat bulky serta sangat tergantung oleh faktor lingkungan (khususnya musim). Karakteristik hasil pertanian tersebut menuntut lembaga-lembaga pemasaran untuk lebih mengefesienkan biaya dalam proses produksi pertanian, karena pada dasarnya kegiatan pemasaran produk pertanian membutuhkan rantai pemasaran yang panjang, sehingga dengan adanya efisiensi tersebut diharapkan dapat memberikan pemasaran yang efisien, dimana pendapatan untuk petani dapat meningkat, namun harga yang dibebankan pada konsumen juga tidak terlampau tinggi.

Salah satu daerah yang memiliki potensi penghasil buah naga di Provinsi Jawa Timur adalah Kabupaten Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi secara geografis memiliki luas wilayah 5.782,50 km². Selain itu, Banyuwangi beriklim tropis dengan sinar matahari sepanjang tahun, tanah yang subur dan curah hujan cukup tinggi. Salah satu sektor yang menjadi unggulan dan basis perekonomian di Banyuwangi adalah sektor pertanian. Sektor pertanian mempunyai peranan yang penting dalam penyerapan tenaga kerja, peningkatan perekonomian

masyarakat, sumber bahan baku industri pengolahan dan kontribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1 PDRB Kabupaten Banyuwangi Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2010 di Sektor Pertanian Tahun 2010 – 2014 (Juta Rupiah)

Subsektor Pertanian	Kontribusi di Sektor Pertanian				
	2010	2011	2012	2013	2014
Tanaman Pangan	2.782.260,6	2.849.752,6	2.951.133,3	2.998.500,2	3.091.491,8
Tanaman Hortikultural	753.762,9	808.666,9	839.932,7	861.279,5	900.273,8
Tanaman Perkebunan	3.633.248,7	373.862,5	3.897.731,4	4.048.982,8	4.176.049,6
Peternakan	991.839,2	1.033.181,4	1.073.290,1	1.096.671,3	1.108.700,5
Kehutanan dan Penebangan Kayu	664.299,8	715.318,1	940.921,1	1.035.087,8	1.120.593,2
Perikanan	2.527.220,6	2.726.011,7	3.020.639,1	3.389.157,1	3.628.702,7
Jumlah	11.352.631,8	8.506.793,2	12.723.638,7	13.429.678,7	14.025.811,6

Sumber : Banyuwangi Dalam Angka 2015

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa tanaman hortikultural mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tanaman perkebunan mengalami penurunan pada tahun 2011 sebesar 373.862 juta rupiah. Subsektor yang menyumbang terbesar adalah tanaman perkebunan, hal ini dikarenakan daerah Kabupaten Banyuwangi memang masih banyak lahan tanaman perkebunan.

Sektor pertanian di Kabupaten Banyuwangi yang memiliki nilai output tinggi yaitu tanaman pangan, perkebunan dan perikanan, sedangkan tanaman hortikultural memiliki output yang relatif kecil dibandingkan dengan subsektor pertanian lainnya hal ini menjadi pertanyaan dikarenakan Kabupaten Banyuwangi lebih terkenal dengan hasil tanaman hortikultural saat ini yaitu terhadap pengembangan komoditas buah naga. Hal ini terlihat apabila kita mengunjungi daerah-daerah yang ada di Kabupaten Banyuwangi bagian selatan mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani buah-buahan.

Buah naga merupakan komoditi baru di Kabupaten Banyuwangi. Sebelum buah naga muncul, di Banyuwangi petani kebanyakan menanam Jeruk. Namun sekarang ini selain jeruk, petani di Banyuwangi banyak juga yang menanam buah naga. Luas lahan perkebunan buah naga yang ada di Banyuwangi tahun 2013 mencapai 678 hektar (Dinas Pertanian dan Perkebunan,2014). Lahan yang luas itu sebagian besar terdapat di Banyuwangi daerah selatan, Purwoharjo, Bangorejo, Pesanggaran dan sekitarnya.

Buah naga merah sekarang menjadi produk pertanian andalan di daerah Banyuwangi. Produksi buah naga dari perkebunan di Banyuwangi mencapai 304.540 ton per tahun (Dinas Pertanian,2016). Hasil ini sungguh membuat bangga bagi masyarakat Banyuwangi. Selain sebagai komoditas pertanian, Kebun buah naga dapat juga di manfaatkan sebagai agrowisata. Para wisatawan yang berkunjung ke Banyuwangi, baik wisatawan domestik maupun manca negara bisa menikmati buah naga langsung dari pohon yang ada di perkebunan.

Kabupaten Banyuwangi secara geografis merupakan daerah yang subur dan memiliki potensi yang besar bagi peningkatan pengembangan produk pertanian, karena hampir semua komoditas pertanian khususnya tanaman pangan dan hortikultura dapat tumbuh dan berkembang. Dukungan kekayaan sumber daya alam yang melimpah serta permintaan pasar yang tinggi menempatkan komoditas hortikultura sebagai produk bernilai ekonomi tinggi, sehingga usaha hortikultura menjadi sumber pendapatan petani dan pelaku usaha lainnya dari skala mikro hingga makro di sebagian besar wilayah Kabupaten Banyuwangi. Tak heran jika berkat kiprahnya, Kabupaten Banyuwangi seringkali menjadi barometer perkembangan hortikultura di skala Provinsi dan Nasional. Tak hanya durian dan manggis bumi Blambangan yang melegenda, buah naga sebagai salah satu komoditas hortikultura unggulan Kabupaten Banyuwangi popularitasnya semakin melesat dalam dekade terakhir mengimbangi pamor jeruk yang sudah tidak asing lagi di kalangan pecinta buah.

Tabel 1.2 Produksi Komoditas Tertinggi Tanaman Buah-buahan di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2013 – 2015

	2013 (Ton)	2014 (Ton)	2015 (Ton)
Semangka	47.365	63.342	670.722
Melon	17.340	8.479	86.337
Jeruk Siam	222.804	333.767	3.546.846
Buah Naga	16.631	28.819	304.540

Sumber : Dinas Pertanian, Kehutanan, dan Perkebunan Kabupaten Banyuwangi 2016

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa produksi buah-buahan tahun 2013-2015 di Kabupaten Banyuwangi mengalami peningkatan pada tiap tahunnya. Pada tahun 2013 produksi buah naga sebesar 16.631 ton, sedangkan pada tahun 2014 dan 2015 mengalami peningkatan menjadi 28.819 dan 304.540 ton. Produksi buah-buahan terendah terjadi pada komoditas buah melon sebesar 8.479 ton pada tahun 2014, rendahnya produksi buah-buahan yang terjadi di tahun 2014 disebabkan oleh faktor alam dan cuaca yang mengakibatkan petani gagal panen dan faktor permintaan terhadap pasar yang rendah.

Salah satu jenis buah naga yang banyak dibudidayakan oleh petani di Kabupaten Banyuwangi adalah buah naga daging merah. Buah naga merah merupakan komoditas hortikultura yang prospektif untuk dikembangkan karena usaha tani buah naga telah terbukti memberikan keuntungan yang tinggi secara komersial, sehingga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan petani. Permintaan pasar dalam negeri terhadap buah naga dari tahun ke tahun semakin meningkat, seiring pertambahan penduduk, peningkatan pendapatan/daya beli konsumen serta berkembangnya perspektif mengenai pentingnya pemenuhan gizi masyarakat.

Tabel 1.3 Luas Panen dan Produksi Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2013 – 2015

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
2013	678	16.631
2014	1.152	28.819
2015	1.213	304.540

Sumber : Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Banyuwangi 2016

Pada tabel 1.3 pada tahun 2013 produksi buah naga di banyuwangi mencapai 16.631 ton dengan luas lahan 678 ha, pada tahun 2014 mencapai 28.819 ton dengan luas lahan 1.152 ha sedangkan pada tahun 2015 mengalami peningkatan yang cukup tinggi sebesar 304.540 ton dengan luas lahan 1.213 ha. Peningkatan yang cukup tinggi tersebut menjadikan Kabupaten Banyuwangi sebagai pensuplay buah naga terbesar yang ada di Provinsi Jawa Timur saat ini.

Tabel 1.4 Luas Panen dan Produksi Buah Naga Per Desa di Kecamatan Purwoharjo Tahun 2015

No.	Kelurahan/Desa	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
1.	Grajagan	20,00	5.020,00
2.	Sumberasih	20,00	5.020,00
3.	Glagahagung	20,00	5.020,00
4.	Karetan	17,00	4.267,00
5.	Bulurejo	35,00	8.785,00
6.	Purwoharjo	20,00	5.020,00
7.	Sidorejo	20,34	5.105,34
8.	Kradenan	21,00	5.271,00
Jumlah		173,34	43.508,34

Sumber : Dinas Pertanian, Kehutanan dan Perkebunan Kecamatan Purwoharjo 2016

Tabel 1.4 produksi buah naga yang tinggi di Kecamatan Purwoharjo terdapat pada Desa Bulurejo. Desa Bulurejo merupakan salah satu desa pengembangan buah naga terbanyak yang ada di Kecamatan Purwoharjo. Produksi buah naga di Desa Bulurejo sebesar 8.785 ton dengan luas panen 35 ha. Kecamatan Purwoharjo merupakan sentra produksi buah naga ke dua setelah Kecamatan Bangorejo.

Pertanian merupakan suatu rangkaian kegiatan dari hulu – hilir yang memiliki keterkaitan antar pelakunya. Produk pertanian yang beragam mulai dari tanaman pangan, perikanan, hortikultural dan lain-lain menjadikan kegiatan ini memiliki banyak sekali potensi yang bisa dikembangkan karena bisa memberikan manfaat pada tiap tingkatannya mulai dari tingkatan produksi yang berperan adalah petani maupun sampai pemasaran penyaluran produk ke konsumen.

Pemanfaatan yang optimal dan tepat sasaran pada pertanian secara langsung akan berimbas pada pendapatan daerah.

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki potensi pertanian yang bisa dikembangkan. Kekayaan alamnya dan mayoritas penduduknya yang sebagai petani menjadikan pertanian bisa berkembang. Salah satu hasil pertanian yang dikembangkan di Kabupaten Banyuwangi saat ini adalah buah naga. Usaha tani buah naga di Kabupaten Banyuwangi masih tergolong cukup baru. Desa Bulurejo, Desa ini masuk dalam wilayah Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi. Tempatnya berada di daerah Purwoharjo berbatasan dengan Kecamatan Bangorejo. Desa Bulurejo dikenal sebagai penghasil buah naga. Selain itu, para petani juga banyak yang menanam buah jeruk dilahan miliknya. Ratusan hektar persawahan di Desa Bulurejo kini telah ditanami jeruk dan buah naga. Saat ini di Desa Bulurejo banyak para petani padi dan jeruk beralih menanam buah naga. Alasanya karena lebih menguntungkan dibandingkan padi dan jeruk, perawatannya pun juga dirasa lebih mudah. Faktor lain yang sangat berpengaruh terhadap tingkat produksi dan pendapatan yang diperoleh petani adalah pemasaran. Saluran pemasaran yang efisien akan sangat menentukan tingkat produksi dan kualitas buah naga yang dihasilkan, karena dengan adanya saluran pemasaran yang sesuai baik pada tingkat petani maupun konsumen. Sehingga akan dapat memacu petani untuk lebih giat dalam mengelola usaha tani buah naga.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat di tarik kesimpulan dengan judul “Analisis Tataniaga Buah Naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat ditarik permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran tataniaga buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo?

2. Seberapa besar marjin tataniaga yang diterima pelaku tataniaga buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo?
3. Seberapa besar *farmer's share* tataniaga buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui saluran tataniaga buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.
2. Untuk mengetahui Marjin tataniaga yang diterima pelaku tataniaga buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.
3. Untuk mengetahui *farmer's share* tataniaga buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Masyarakat
Sebagai bahan dasar pertimbangan dalam memilih saluran pemasaran buah naga untuk meningkatkan keuntungan yang diperoleh.
2. Bagi Pemerintah
Sebagai bahan pertimbangan untuk kebijakan yang akan diambil oleh pemerintah sebagai langkah untuk meningkatkan buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.
3. Bagi Akademis
Sebagai bahan bacaan atau literatur untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
4. Bagi Penulis
Menambah pengetahuan mengenai tataniaga buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Ekonomi Pertanian Berkelanjutan

Pertanian berkelanjutan adalah pertanian yang memproduksi makanan tanpa menghabiskan sumber daya alam atau mengotori lingkungan. Ini adalah praktek pertanian yang mengikuti prinsip-prinsip alami untuk mengembangkan sistem bertanam dan/atau memelihara ternak, seperti di alam, yang mampu mencukupi diri sendiri. Pertanian berkelanjutan juga merupakan pertanian dari nilai-nilai sosial. Menurut Earles (2005) bahwa seseorang yang sukses tidak dapat dibedakan dari kehidupan komunitas pedesaan, kemakmuran bagi famili di pertanian, dan banyak makanan bagi setiap orang. Dengan demikian pertanian berkelanjutan mengintegrasikan tiga tujuan pokok, yaitu kesehatan lingkungan, keuntungan secara ekonomi, dan persamaan sosial dan ekonomi (Feenstra 1997, Sullivan 2005).

Pertanian berkelanjutan ialah sebagai sebuah sistem yang terintegrasi antara praktek produksi tanaman dan hewan dalam sebuah lokasi dalam jangka waktu yang panjang. Menurut Brundtland, pembangunan berkelanjutan didefinisikan sebagai pembangunan untuk memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kebutuhan yang dimaksud disini adalah kebutuhan untuk kelangsungan hidup hayati dan kebutuhan untuk kehidupan yang manusiawi. Kebutuhan untuk kelangsungan hidup hayati adalah kebutuhan paling esensial yang meliputi udara, air dan pangan yang harus tersedia dalam jumlah dan kualitas memadai untuk dapat hidup sehat. Sedangkan kebutuhan untuk kehidupan manusiawi mempunyai arti untuk menaikkan martabat dan status sosial manusia (Supardi, 2003: 205).

Menurut SAREP (1998), pertanian berkelanjutan adalah suatu pendekatan sistem yang memahami keberlanjutan secara mutlak. Sistem ini memahaminya dari sudut pandang yang luas, dari sudut pertanian individual, kepada ekosistem lokal, dan masyarakat yang dipengaruhi oleh sistem pertanian, baik lokal maupun global. Mary V. Gold (1999) menyatakan bahwa pertanian berkelanjutan (*sustainable agriculture*) memadukan tiga tujuan yang meliputi: pengamanan

lingkungan, pertanian yang menguntungkan dan kesejahteraan masyarakat petani. Tujuan-tujuan tersebut telah didefinisikan secara beragam oleh berbagai disiplin, tetapi kata kuncinya adalah: manfaat atau keuntungannya bagi petani dan konsumen. Francis dan Youngberg (1990) memberikan batasan bahwa pertanian berkelanjutan adalah suatu filosofi yang berbasis pada tujuan-tujuan manusia dan atas pemahaman terhadap dampak jangka panjang dari aktivitas-aktivitas kita atas lingkungan dan spesies-spesies lainnya. Sistem ini menekan degradasi lingkungan, memelihara produktivitas pertanian, meningkatkan kelayakan ekonomi, baik dalam jangka pendek dan jangka panjang, serta memelihara kemantaban komunitas dan mutu hidup (Mardikanto, 2009: 21-22).

Menurut Gold (1999), pertanian berkelanjutan berarti sebuah sistem yang terintegrasi dari praktek produksi tanaman dan hewan yang memiliki penerapan spesifik lokasi yang dalam jangka panjang akan:

1. Memuaskan kebutuhan pangan dan serta umat manusia;
2. Meningkatkan kualitas lingkungan dan sumber daya alam yang padanya bergantung ekonomi pertanian;
3. Menggunakan secara paling efisien sumber daya tidak terbarukan dan sumber daya yang tersedia di tempat usahatani, serta mengintegrasikan di mana cocok, siklus, dan kontrol biologi secara alami;
4. Memelihara viabilitas ekonomi dari operasi-operasi tempat usahatani; dan
5. Meningkatkan kualitas hidup petani dan masyarakat secara keseluruhan.

Di Indonesia yang terdiri dari beribu-ribu pulau, dengan jenis tanah dan keadaan iklim yang berbeda antara satu tempat dengan tempat yang lain, dan juga terdapat berbagai ragam budaya, konsep pertanian berkelanjutan dari suatu wilayah tidak akan sama persis dengan wilayah yang lain. Oleh karena itu pendekatan yang dilakukan untuk melaksanakan pertanian berkelanjutan harus memperhatikan keadaan sumber daya fisik, ekonomi, dan sosial setempat. Pendekatan penyeragaman yang seperti selama ini dianut tidak bisa lagi dilakukan. Pendekatan yang akan dilakukan haruslah spesifik lokasi.

2.1.2 Teori Ekonomi Produksi Pertanian

Menurut Iksan semaoen (1992:4) ekonomi pertanian merupakan salah satu ilmu terapan (*applied science*), ia menggunakan metode dan prinsip-prinsip dan teori ekonomi yang diterapkan dalam permasalahan pertanian. Tujuan dari ekonomi pertanian adalah untuk meningkatkan efisiensi dalam sektor pertanian secara keseluruhan, baik dalam aspek produksi maupun konsumsi. Di sektor produksi berupaya memproduksi bahan baku industri yang lebih banyak dengan pemakaian sumber daya pertanian yang terbatas. Ekonomi produksi pertanian, merupakan satu spesialisasi atau cabang dari ekonomi pertanian. Spesialisasi yang lain diantaranya, manajemen usahatani yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi usahatani individual, pemasaran hasil pertanian, dan cabang-cabang lain seperti analisis harga, program kebijakan pemerintah di sektor pertanian.

Ekonomi produksi pertanian menyajikan analisis tentang cara-cara mekanisme yang seharusnya dilakukan oleh produsen individu dalam menyelesaikan diri terhadap keuntungan-keuntungan ekonomi. Walaupun dijumpai beberapa usahatani dengan skala yang cukup besar, tetapi usah pertanian terdiri dari banyak sekali usahatani dengan variasi dari yang kecil sampai besar. Masing-masing produsen pertanian dianggap sangat kecil atau tidak cukup besar dibandingkan dengan pertanian secara keseluruhan. Karena skala usaha produksi individu yang kecil itu, maka hasil produksinya relatif masih sangat kecil sehingga produsen secara individu tidak mampu memberikan pengaruh pasar produk. Dalam situasi ini, model ekonomi pasar persaingan adalah relatif tepat untuk dipakai sebagai kerangka analisis yang digunakan dalam ekonomi produksi pertanian. Harga faktor masukan dan produksi, dalam situasi ini merupakan *faktor eksogen* dipandang dari sudut produsen. Produsen yang bersekala kecil itu akan menyesuaikan usahanya dilakukan secara individu.

Perubahan dalam penerimaan konsumen akan berpengaruh terhadap harga yang ditawarkan pada produsen, demikian juga secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap harga masukan yang digunakan dalam memproduksi produk itu. Hal ini disebabkan permintaan terhadap faktor masukan merupakan

permintaan turunan (*derived demand*) yang diperoleh dari proses produksi. Dalam proses produksi, ada keterkaitan secara teknis antara masukan dan produksi, yang dinyatakan pada afungsi produksi. Perubahan harga produk akan menyebabkan jumlah angka faktor masukan akan berubah pula. Bagaimana harga produksi turun, akan mengakibatkan pemakaian faktor masukan berkurang. Atau sebaliknya, *ceteris paribus*. Analisis permintaan produk itu sendiri yang ditentukan oleh analisis perilaku konsumen tidak banyak disinggung dalam ekonomi produksi.

Produksi ditinjau dari pengertian teknis merupakan suatu proses pendayagunaan sumber-sumber yang telah tersedia, dengan mana yang telah diharapkan terwujudnya hasil yang lebih dari segala pengorbanan yang telah diberikan. Ditinjau dari pengertian ekonomi merupakan suatu proses pendayagunaan segala sumber yang tersedia untuk mewujudkan hasil yang terjamin kualitas dan kuantitasnya, terkelola dengan baik, sehingga merupakan komoditi yang dapat di perdagangkan sehingga tercapailah usahatani yang produktif (Kartasapoerta, 1988).

Produksi adalah segala kegiatan yang ditinjau untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang. Teori produksi mempelajari tentang perilaku produsen dalam menentukan berapa output yang akan dihasilkan dan ditawarkan pada berbagai tingkat harga sehingga keuntungan maksimal dapat dicapai. Produksi merupakan hasil akhir dari suatu proses produksi. Pendapatan yang diterima oleh produsen sangat tergantung kepadaproduksi yang akan diperoleh, sedangkan produksi tergantung dari faktor produksi yang ada (Poli, 1992).

2.1.3 Tataniaga Pertanian

Tataniaga adalah pemasaran atau distribusi dalam kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Disebut tataniaga karena berarti dagang, sehingga tataniaga menyangkut “aturan permainan” dalam perdagangan barang-barang. Perdagangan dilakukan dalam pasar, maka tataniaga disebut juga pemasaran (Mubyarto, 1989: 166).

Setiap barang ekonomi mempunyai kegunaan atau manfaat bagi manusia bila barang tersebut berada pada suatu keadaan tertentu, tempat tertentu, waktu

tertentu dan harga tertentu. Barang ekonomi akan mempunyai nilai jika berada di tempat yang diinginkan konsumen, di waktu tertentu (setiap saat), dan dengan harga yang terjangkau. Kegunaan atau manfaat tersebut merupakan proses dari pengangkutan (distribusi), perubahan bentuk (produksi) dan penyediaan (penawaran) yang merupakan fungsi dari tataniaga.

Menurut Dahl dan Hammond (1977), tataniaga merupakan rangkaian tahapan fungsi yang dibutuhkan untuk mengubah atau membentuk input atau produk mulai dari titik produsen sampai konsumen akhir. Serangkaian fungsi tersebut terdiri atas proses produksi, pengumpulan, pengolahan, dan penyaluran oleh pedagang grosir pedagang pengecer sampai konsumen.

Tataniaga mencakup segala kegiatan dan usaha yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik dari barang-barang yang dihasilkan dalam proses produksi, dari proses produsen ke tangan konsumen termasuk di dalamnya kegiatan-kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang yang dimaksud untuk lebih memudahkan penyalurannya dan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumennya (Limbong dan Sitorus, 1987).

2.1.4 Saluran Tataniaga

Saluran tataniaga (*marketing channel*) adalah saluran yang digunakan untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke tangan konsumen, dimana di dalamnya terlibat beberapa lembaga tataniaga (Limbong, 2000). Setiap pelaku tataniaga akan memperoleh keuntungan yang berbeda dalam proses tataniaga. Beberapa faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan saluran tataniaga adalah :

1. Pertimbangan pasar, meliputi konsumen akhir dengan melihat potensi pembeli, geografi pasar, kebiasaan pembeli dan volume tataniaga.
2. Pertimbangan barang, meliputi nilai barang per unit, besar, berat, harga, tingkat, kerusakan, dan jenis barang.
3. Pertimbangan intern perusahaan, meliputi sumber permodalan, pengalaman manajemen, pengawasan, penyaluran dan pelayanan.

4. Pertimbangan terhadap lembaga dalam rantai tataniaga, meliputi segi kemampuan lembaga perantara dan kesesuaian lembaga perantara dengan kebijakan perusahaan.

Saluran tataniaga adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Sebuah saluran tataniaga melaksanakan tugas memindah barang dari produsen ke konsumen. Hal ini mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang atau jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya. Adanya jarak antara produsen dengan konsumen maka proses penyaluran produk dari produsen ke konsumen melibatkan beberapa perantara mulai dari produsen sendiri, lembaga-lembaga perantara sampai konsumen akhir.

Menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Jaka Wasana (2000:174) mengemukakan beberapa bentuk saluran pemasaran untuk konsumen industri menjadi 4 saluran yaitu:

1. *Zero level* = Produsen – Konsumen

Saluran terpendek, saluran paling sederhana untuk distribusi barang-barang konsumen tanpa melalui atau melibatkan perantara.

2. *One level* = Produsen – Pengecer – Konsumen

Dalam saluran ini produsen menjual pada pengecer dalam jumlah yang besar, tanpa menggunakan perantara.

3. *Two level* = Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen.

Saluran ini banyak digunakan oleh produsen dan sering disebut distribusi tradisional. Disini produsen hanya melayani pembelian dalam jumlah yang besar saja dan tidak menjual pada pengecer. Pembelian pengecer dilayani pedagang besar dan pembelian konsumen dilayani pengecer.

4. *Three level* = Produsen – Pedagang Besar – Penyalur – Pengecer – Konsumen.

Dalam saluran ini ada 3 lembaga pemasaran yaitu pedagang besar, penyalur, dan pengecer. Disini produsen hanya melayani pembelian dalam jumlah besar. Perbedaan dengan saluran kedua, antara pedagang besar dan pedagang pengecer

ada lembaga penyalur, sehingga barang tidak langsung ke tangan pedagang pengecer.

2.1.5 Lembaga Tataniaga

Lembaga tataniaga adalah badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi tataniaga, dimana terdiri dari golongan produsen, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa (Limbong, 2000). Lembaga tataniaga adalah badan atau usaha atau individu yang menyelenggarakan tataniaga, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu yang lainnya. Lembaga tataniaga ini timbul karena adanya keinginan konsumen untuk dapat memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat, tempat dan bentuk keinginan konsumen. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran produk sangat beragam sekali tergantung dari jenis komoditi yang dipasarkan. Menurut Sudiyono (2004:79), lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran inilah lebih lanjut dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Tengkulak adalah lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan produsen, tengkulak ini melakukan transaksi dengan produsen baik secara tunai, ijon maupun kontrak pembeli.
2. Pedagang besar adalah pedagang yang selain melakukan proses konsentrasi (pengumpulan) komoditi dari pedagang-pedagang pengumpul, juga melakukan proses distribusi (penyebaran) ke agen penjualan ataupun pengecer.
3. Agen penjual, produk yang belum ataupun sudah mengalami proses pengolahan ditingkat pedagang besar harus didistribusikan kepada agen penjualan maupun pengecer.
4. Pengecer, merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen. Pengecer ini sebenarnya merupakan ujung tombak dari suatu proses produksi yang bersifat komersial, artinya kelanjutan proses produksi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran tergantung dari aktivitas pengecer dalam menjual produknya kepada konsumen. Tugas lembaga

pemasaran ini adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran ini berupa margin pemasaran (Sudiyono, 2004).

3.1.6 Fungsi Tataniaga

Dahl dan Hammond (1977) menyatakan bahwa serangkaian fungsi yang dipergunakan dalam menggerakkan *input* dari titik produsen sampai konsumen akhir terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Fungsi-fungsi tataniaga tersebut adalah kegiatan produktif (meningkatkan nilai guna bentuk, tempat, waktu dan kepemilikan). Sedangkan pelaksanaan fungsi-fungsi tersebut dilakukan oleh kelompok perusahaan atau individu yang disebut sebagai lembaga tataniaga. Lombong dan Sitorus (1987) menjelaskan fungsi-fungsi tataniaga yang ada sebagai berikut:

1. Fungsi pertukaran adalah kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dari barang/jasa yang dipasarkan, meliputi kegiatan pembelian dan kegiatan penjualan. Dalam melaksanakan fungsi penjualan, maka produsen atau lembaga pemasaran yang berada pada rantai pemasaran sebelumnya harus memperhatikan kualitas, kuantitas, bentuk dan waktu serta harga yang diinginkan konsumen ataupun lembaga pemasaran yang ada pada rantai pemasaran. Sedangkan fungsi pembelian ini diperlukan untuk memiliki barang yang akan di konsumsi atau di salurkan kembali ke lembaga tataniaga lain.
2. Fungsi fisik adalah tindakan yang berhubungan langsung dengan barang dan jasa yang menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu, meliputi kegiatan pengolahan, dan pengangkutan. Fungsi pengangkutan ini meliputi perencanaan, pemilihan dan pergerakan alat-alat transportasi dalam pemasaran hasil industri. Fungsi pengangkutan ini pada prinsipnya adalah memindahkan produk-produk hasil industri dari daerah *surplus*, ke daerah *minus* atau dari daerah produsen ke daerah konsumen. Untuk meningkatkan efisiensi transportasi, maka harus diperhatikan aspek-aspek : macam alat angkut, resiko kerusakan selama pengangkutan, kapasitas muatan dan keadaan daerah antara produsen dan konsumen.

3. Fungsi fasilitas adalah semua tindakan yang berhubungan dengan kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dan konsumen, meliputi fungsi penanggungan resiko, fungsi pembayaran dan fungsi informasi pasar.

2.1.7 Struktur Pasar

Menurut Sudiyono (2002) dalam Windarie (2007), struktur pasar adalah karakteristik organisasi pasar. Terdapat empat kriteria pasar yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan struktur pasar, yaitu (1) Jumlah dan besar penjual dan pembeli, (2) Keadaan produk yang diperjualbelikan, (3) Kemudahan masuk dan keluar pasar, dan (4) Pengetahuan konsumen terhadap harga dan struktur biaya produksi. Pada umumnya karakteristik jumlah penjual dan keadaan komoditi yang diperjualbelikan merupakan karakteristik utama dalam menentukan pasar.

Struktur pasar adalah suatu dimensi yang menjelaskan pengambilan keputusan oleh perusahaan atau industri, jumlah perusahaan dalam suatu pasar distribusi perusahaan menurut berbagai ukuran, deskripsi produk atau diferensiasi produk, syarat-syarat masuk dan sebagainya atau penguasaan pangsa pasar. Struktur pasar dicirikan oleh : (1) Konsentrasi pasar, (2) Diferensiasi produk, dan (3) kebebasan untuk keluar masuk dalam pasar. Dalam ekonomi industri struktur pasar menggambarkan pangsa pasar dari perusahaan. Dan untuk memperluas pangsa pasar, suatu perusahaan menghadapi sejumlah rintangan. Setiap struktur pasar berbeda di antara monopoli (pangsa pasar yang tinggi dan rintangan masuk yang tinggi) dan persaingan murni (pangsa pasar kecil dan rintangan masuk kecil).

Hammond dan Dahl (2007) mengemukakan lima jenis struktur pasar pangan dan serat dengan berbagai karakteristiknya yang secara rinci adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Karakteristik dan Struktur Pasar

No	Karakteristik			Hambatan Keluar Masuk Pasar	Struktur Pasar	
	Jumlah Pembeli	Jumlah Penjual	Sifat Produk		Sisi Pembeli	Sisi Penjual
1.	Banyak	Banyak	Homogen	Rendah	Persaingan murni	Persaingan murni
2.	Banyak	Banyak	Diferensial	Tinggi	Persaingan monopolistik	Persaingan monopolistik
3.	Sedikit	Sedikit	Homogen	Tinggi	Oligopsoni murni	Oligopoli murni
4.	Sedikit	Sedikit	Diferensial	Tinggi	Oligopsoni diferensiasi	Oligopoli diferensiasi
5.	Satu	Satu	Unik	Tinggi	Monopsoni	Monopoli

Sumber : Hammond dan Dahl (2007)

2.1.8 Marjin Tataniaga

Marjin tataniaga didefinisikan sebagai perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani produsen atau dapat pula dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen sampai ke titik konsumen akhir. Kegiatan untuk memindahkan barang dari titik produsen ke titik konsumen membutuhkan pengeluaran baik fisik maupun materi. Pengeluaran yang harus dilakukan untuk menyalurkan komoditi dari produsen ke konsumen disebut biaya tataniaga.

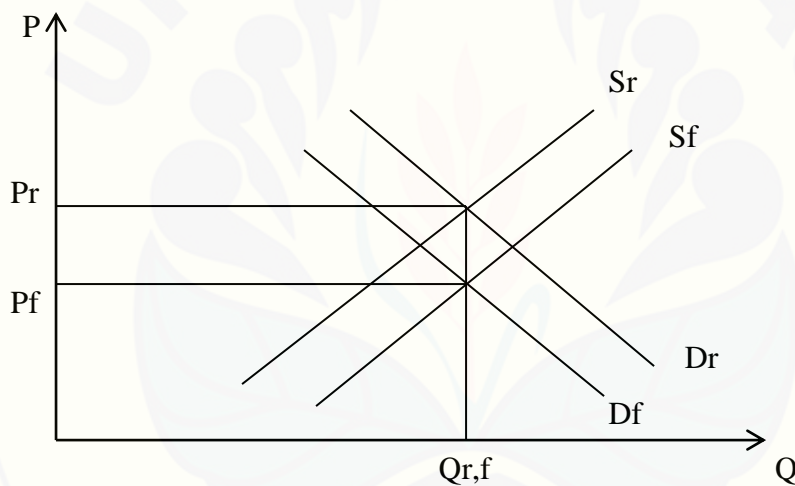
Hammond dan Dahl (1977) menyatakan bahwa marjin tataniaga menggambarkan perbedaan harga di tingkat konsumen (P_r) dengan harga di tingkat produsen (P_f). Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda sehingga menyebabkan perbedaan harga jual dari lembaga satu dengan yang lainnya sampai ke tingkat konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat semakin besar perbedaan harga antar produsen dengan harga di tingkat konsumen.

Pengertian marjin tataniaga sering dipergunakan sebagai perbedaan harga di berbagai tingkat lembaga tataniaga di dalam sistem tataniaga. Pengetian marjin tataniaga ini sering digunakan untuk menjelaskan fenomena yang menjebatani *gap* antara pasar di tingkat produsen dengan pasar di tingkat eceran (*retailer*). Kegiatan untuk memindahkan barang dari titik produsen ke titik konsumen membutuhkan pengeluaran baik fisik maupun materi. Pengeluaran yang harus

dilakukan untuk menyalurkan komoditi dari produsen ke konsumen pada waktu, bentuk dan tempat yang diminta disebut biaya tataniaga. Biaya-biaya yang dikeluarkan lembaga tataniaga dalam proses penyaluran suatu komoditi tergantung dari fungsi-fungsi tataniaga menyebabkan perbedaan harga jual dari lembaga yang satu dengan lembaga yang lain sampai konsumen akhir (Limbong dan Sitorus, 1987).

Berdasarkan Gambar 2.1 besarnya margin tataniaga merupakan perkalian dari perbedaan harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar oleh konsumen dengan jumlah produk yang dipasarkan. Secara matematis dapat dituliskan sbagai berikut :

$$M = (Pr - Pf) \times Q_{r,f}$$



Sumber : Limbong dan Sitorus, 1987

Gambar 2.1 Margin Tataniaga

Keterangan :

Pr : Harga ditingkat pengecer

Pf : Harga ditingkat produsen

Sr : Penawaran ditingkat pengecer

Sf : Penawaran ditingkat produsen

Dr : Permintaan ditingkat pengecer

Df : Permintaan ditingkat produsen

Qr,f : Jumlah keseimbangan ditingkat produsen dan pengecer

Besar $(Pr-Pf)$ menunjukkan besarnya nilai marjin tataniaga suatu komoditas per unit (Limbong dan Sitorus, 1987). Selanjutnya, Limbong dan Sitorus (1987) menyatakan bahwa marjin tataniaga terdiri dari dua komponen yaitu biaya dan keuntungan tataniaga. Secara matematis dapat ditulis sebagai berikut :

$$M_i = C_i + \pi_i$$

Dimana :

M_i : Marjin tataniaga pada lembaga i

C_i : Biaya tataniaga pada lembaga i

π_i : Keuntungan tataniaga pada lembaga i

Besarnya marjin tataniaga pada suatu saluran tataniaga tertentu dapat dinyatakan sebagai jumlah dari marjin pada masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat. Secara matematis dapat ditulis sebagai berikut :

$$M = \sum M_i$$

Rendahnya marjin tataniaga suatu komoditi belum tentu dapat mencerminkan efisiensi yang tinggi. Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi kegiatan tataniaga adalah dengan membandingkan bagian yang diterima produsen terhadap harga yang dibayar konsumen akhir, yang dirumuskan dalam persamaan berikut :

$$Pf/Pk \times 100\%$$

Dimana :

Pf : Harga ditingkat produsen

Pk : Harga ditingkat konsumen

2.1.9 Konsep Efisiensi Tataniaga

Konsep efisiensi pemasaran sangat luas dan tampaknya belum ada definisi yang pasti apakah efisiensi pemasaran tersebut. Menurut Shepherd (1962) efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produksi yang di pasarkan (Soetriono dkk, 2003:123).

$$Eps = (TB/TNP) \times 100\%$$

Dimana :

Eps : Efisiensi pemasaran

TB : Total biaya

TNP : Total nilai Produksi

Sumber : Soekortawi, 1993:161

Berdasarkan rumusan tersebut dapat diartikan bahwa setiap ada penambahan biaya pemasaran memberi arti bahwa hal tersebut menyebabkan adanya pemasaran yang tidak efisien. Begitu pula sebaliknya jika semakin kecil nilai produk yang dijual berarti pemasaran tidak efisien. Hal tersebut tidak selalu benar karena dinegara yang sedang berkembang *marketable surplus* seringkali tidak menunjukkan pengertian *marketable surplus* sebagaimana dijumpai di negara maju (Soekortawi, 1993:161).

Menurut Mubyarto (1979), sistem pemasaran dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu : (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen dengan biaya semurah-murahnya, dan (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dalam keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut sertakan dalam kegiatan produksi dan pemasaran tersebut.

Menurut Limbong dan Sitorus (1987) bahwa rendahnya margin tataniaga suatu komoditi belum tentu dapat mencerminkan efisiensi yang tinggi dalam tataniaga komoditi tersebut. Salah satu indikator yang cukup berguna adalah membandingkan bagian yang diterima produsen dari harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Lebih lanjut lagi mereka menjelaskan bahwa nilai margin tataniaga hanya menunjukkan selisih antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen.

2.1.10 *Farmer's Share*

Farmer's share merupakan indikator yang dapat digunakan untuk menentukan Efisiensi tataniaga suatu komoditas selain margin tataniaga. *Farmer's share* adalah salah satu indikator yang sering dinyatakan dalam presentase dengan membandingkan harga yang diterima lembaga tataniaga dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. *Farmer's share* mempunyai hubungan negatif

dengan margin tataniaga sehingga semakin tinggi margin tataniaga, maka bagian yang akan diperoleh petani semakin rendah (Ariyono, 2012)

Menurut Sudiyono (2004, 97) analisis Farmer's Share bertujuan melihat tingkat efisiensi tata niaga yang di titik beratkan pada petani, yakni dengan cara menganalisis tingkat harga yang ditanggung petani dari harga di tingkat konsumen. Analisa Farmer's Share dapat dihitung menggunakan persamaan matematis berikut ini:

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

Keterangan:

Fs : Persentase yang diterima petani

Pf : Harga di tingkat petani

Pr : Harga di tingkat konsumen

2.1.11 Konsep Pembangunan Desa (Rural Development)

Julius Nyerere (2000) mendefinisikan pembangunan pedesaan (rural development) sebagai “ the participation of people in a mutual learning experience involving themselves, their local resources, external change agents, and outside resources”. Pembangunan desa bertolak dari proposisi bahwa penduduk desa tidak dapat membangun dirinya sendiri, dan mereka hanya akan berkembang bila mau berpartisipasi dalam aktifitas yang akan mempengaruhi kesejahteraan mereka sendiri. Namun, penduduk tak akan berkembang bila hanya digembalakan seperti layaknya “binatang” ke padang rumput yang baru.

Sebagian kalangan melihat bahwa apa yang dilakukan dalam pembangunan pedesaan sama luasnya apa yang dimaksud dalam konsep “community development” . Membicarakan pembangunan pedesaan akan sampai kepada seluruh masalah yang berada di desa mulai dari masalah kemiskinan, pengembangan pertanian dengan memproduksi berbagai komoditas, pembangunan subsektor, kehutanan, gender, keagrariaan, dan permasalahan sumberdaya air (water resources).

Secara teoritis, setidaknya ada empat strategi pembangunan pedesaan yang dapat diterapkan yaitu strategi modernisasi pertanian, strategi anti kemiskinan, strategi pola baru pertumbuhan dan strategi land-reform (Hagul, 1985). Namun, kemudian digulirkan pula konsep pembangunan desa yang baru dengan pendekatan terbalik dibandingkan dengan yang sudah lazim dilakukan selama ini. Hal-hal yang ditempatkan diurutan terakhir, justru didahulukan, atau “memulai dari belakang” (Chambers, 1987).

2.2 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terkait dengan permasalahan yang disebutkan sebelumnya yaitu:

Penelitian yang berjudul “Analisis Tataniaga Jeruk Siam Banjar (*Citrus reticulata*) di Desa Karang Buah Kecamatan Belawang Kabupaten Barito Kuala” yang dilakukan oleh M. Ilmi Hidayat, Suslinawati, dan Puput Andriani pada tahun 2016. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis saluran tataniaga, analisis margin tataniaga, analisis farmer’s share, dan analisis efisiensi tataniaga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Di desa Karang Buah Kecamatan Belawang Terdapat lima saluran tataniaga. Besarnya margin dan farmer’s share tataniaga jeruk siam pada tiap saluran tataniaga di Desa Karang Buah berbeda-beda. Margin tataniaga terbesar berada pada saluran tataniaga III ukuran jeruk siam besar, dengan nilai margin sebesar Rp.6.000/kg. Farmer’s share tataniaga jeruk siam terbesar berada pada saluran tataniaga I ukuran jeruk siam besar dan kecil dengan nilai farmer’s share sebesar 100%. Dan saluran tataniaga yang paling efisien berada pada saluran tataniaga I ukuran jeruk siam besar dan kecil. Permasalahan yang dihadapi dalam tataniaga jeruk siam yaitu: 1) Bagi para petani yaitu ketika panen raya tiba susah untuk mencari pembeli. 2) Bagi pedagang pengumpul, kerusakan jeruk siam saat penimbangan. 3) Bagi pedagang besar, kerusakan jeruk siam saat pengiriman terlalu jauh 4) Bagi pedagang pengecer, tingkat kesegaran jeruk siam berkurang.

Penelitian yang berjudul “Analisis Tataniaga Dalam Usaha Tani Jambu Kristal (Pidium Guajava L) Suatu Kasus di Desa Jayi Kecamatan Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka” yang dilakukan oleh Sri Ayu Andayani, Adet Sumarna dan Adi Ferdiana pada tahun 2014. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis pendapatan usaha tani, analisis rasio tataniaga dan *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keragaan jambu kristal yang dilakukan di Desa Jayi Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka meliputi subsistem sarana produksi dan subsistem budidaya, panen, pasca panen dan pemasaran jambu kristal. Pendapatan total usahatani jambu kristal adalah Rp.20.351.889,00. Rata-rata R/C rasionya untuk usahatani jambu adalah sebesar 1,33 yang artinya bahwa setiap pengeluaran biaya Rp 1,00 maka akan diperoleh penerimaan Rp.1,33, dan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan usahatani ini adalah Rp. 0,33. Saluran Tataniaga jambu kristal di Desa Jayi Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka yaitu terdiri dari 5 saluran tataniaga yaitu: 1. Petani - Pedagang Pengecer Lokal (Majalengka) 2. Petani - Pedagang Pengecer Luar Kota (Cirebon) 3. Petani - Toko Luar Kota (Cirebon) 4. Petani - Pedagang Pengecer Luar Propinsi (Jakarta) 5. Petani - Konsumen Langsung. Efisiensi pemasaran berdasarkan perhitungan *farmers share* menunjukkan semua saluran efisien, karena rata-rata lebih 80 %. Untuk paling efisien konsumen langsung ke petani 100% tetapi bila melalui perantara pedagang saluran ke-3 toko luar kota (Cirebon) paling tinggi yaitu 86,96%. Sedangkan untuk efisiensi tataniaga berdasarkan rasio keuntungan untuk petani, Saluran pemasaran ke-4 yang paling tinggi yaitu ke Jakarta (grade A) 11,57 artinya setiap satu rupiah yang dikeluarkan untuk biaya tataniaga jambu Kristal akan diperoleh keuntungan sebesar Rp11,57. Sedangkan Untuk rasio totalnya keuntungan saluran ke-1 (Grade B & C) memberikan keuntungan terbesar untuk petani yaitu sebesar 14,55 artinya setiap satu rupiah yang dikeluarkan untuk biaya tataniaga jambu Kristal akan diperoleh keuntungan sebesar Rp14,55.

Penelitian berjudul “Analisis Tataniaga Beras di Kecamatan Rogojampi Kabupaten” yang dilakukan oleh Joko Purwono, Sri Sugyaningsih dan Adib Priambudi pada tahun 2013. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini

adalah analisis kualitatif dan kuantitatif yaitu analisis fungsi tataniaga, lembaga tataniaga, saluran tataniaga, perilaku pasar, struktur pasar, volume distribusi, analisis margin tataniaga, *farmer's share*, rasio keuntungan dan biaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 12 saluran tataniaga yang digunakan oleh lembaga tataniaga. Saluran tersebut mampu menyalurkan beras dari petani padi hingga ke konsumen akhir dalam dan luar kabupaten. Lembaga tataniaga yang terlibat dalam penelitian ini terdiri dari atas tujuh lembaga yaitu penebas gabah, penggilingan, kelompok tani, pedagang besar dalam kabupaten, pedagang besar luar kabupaten, subdivre bulog, dan pedagang pengecer.

Penelitian berjudul “Tataniaga Bawang Merah (Studi Kasus : Desa Parangtritis Kecamatan Kretek Kabupaten Bantul DIY)” yang dilakukan oleh Awang Brahmantyo dan Andres Sukanto pada tahun 2014. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis distribusi margin tataniaga, *farmer's share*, analisis integrasi pasar, dan uji statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelaku tata niaga yang terlibat dalam rantai tata niaga yang diteliti meliputi petani, pedagang pengumpul, pedagang grosir dan pedagang pengecer. Masing-masing pelaku tata niaga memiliki kegiatan yang berbeda-beda dalam rangka melakukan fungsi tata niaga. Fungsi tata niaga yang dilakukan mempengaruhi keuntungan dan biaya tata niaga yang diterima oleh setiap pelaku tata niaga. Bagian keuntungan terbesar dinikmati oleh pedagang pengumpul pada rantai tata niaga II yakni sebesar 46,83% dari total margin tata niaga. *Farmer's Share* terendah berada pada rantai tata niaga I yakni sebesar 57,14%. Margin tata niaga pada rantai tata niaga 1 dan 2 relatif tersebar tidak merata. Integrasi pasar vertikal bawang merah pada model VECM terjadi dalam jangka panjang dan jangka pendek. Transmisi harga dalam jangka panjang terjadi antara harga di tingkat petani dengan harga di tingkat grosir, perubahan harga bawang merah di tingkat grosir akan direspons secara positif oleh harga di tingkat petani dengan koefisien sebesar 3,22. Transmisi harga bawang merah dalam jangka pendek terjadi pada harga di tingkat grosir yang dipengaruhi secara positif oleh harga di tingkat petani pada masa lampau (lag 1) dengan koefisien sebesar 2,43.

Penelitian berjudul “Tataniaga Industri Kecil Tempe di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi” yang dilakukan oleh Ana Qurrotul Aini pada tahun 2016. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis saluran tataniaga, analisis fungsi tataniaga, analisis struktur pasar, analisis perilaku pasar dan margin tataniaga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat saluran pemasaran pada industri tempe di Kecamatan Genteng yaitu : a. Saluran 1 : Produsen – Konsumen, b. Saluran 2 : Produsen – Pedagang grosir – Pedagang pengecer II – Konsumen, c. Saluran 3 : Produsen – Pedagang pengecer I – konsumen, d. Saluran 4 : Produsen – Pedagang pengecer II – Konsumen. Pelaku tataniaga pada industri kecil tempe di Kecamatan Genteng melakukan beberapa fungsi tataniaga yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh masing-masing pelaku tataniaga yang terlibat cenderung sama pada setiap saluran. Struktur pasar yang dihadapi oleh para pelaku tataniaga industri kecil tempe di Kecamatan Genteng adalah mendekati pasar persaingan sempurna. Perilaku pasar di tingkat produsen, pedagang grosir, pedagang pengecer I, dan pedagang pengecer II cenderung sama. Analisis margin tataniaga menunjukkan bahwa pada saluran tataniaga 2, 3, dan 4 memiliki total margin tatniaga yang sama, hal tersebut terjadi karena total biaya dan total keuntungan pada saluran tataniaga tersebut jumlahnya sama. Dari hasil analisis margin tataniaga juga dapat dilihat bahwa saluran tataniaga I merupakan saluran tataniaga yang memberikan keuntungan paling besar untuk produsen tempe, karena pada saluran produsen melakukan pemasaran sendiri ke pasar sehingga keuntungan dari penjualan kepada pihak konsumen di pasar diterima langsung oleh produsen tanpa adanya pedagang perantara terlebih dahulu.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	M. Ilmi Hidayat, Suslinawati, dan Puput Andriani, Tahun 2016	Analisis Tataniaga Jeruk Siam Banjar (<i>Citrus reticulata</i>) di Desa Karang Buah Kecamatan Belawang Kabupaten Barito Kuala	Analisis Saluran Tataniaga, Analisis Margin Tataniaga, Analisis Farmer's Share, dan Analisis Efisiensi Tataniaga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Di desa Karang Buah Kecamatan Belawang Terdapat lima saluran tataniaga. 2. Besarnya margin dan farmer's share tataniaga jeruk siam pada tiap saluran tataniaga di Desa Karang Buah berbeda-beda. Margin tataniaga terbesar berada pada saluran tataniaga III ukuran jeruk siam besar, dengan nilai margin sebesar Rp.6.000/kg. Farmer's share tataniaga jeruk siam terbesar berada pada saluran tataniaga I ukuran jeruk siam besar dan kecil dengan nilai farmer's share sebesar 100%. Dan saluran tataniaga yang paling efisien berada pada saluran tataniaga I ukuran jeruk siam besar dan kecil. 3. Permasalahan yang dihadapi dalam tataniaga jeruk siam yaitu: 1) Bagi para petani yaitu ketika panen raya tiba susah untuk mencari pembeli. 2) Bagi pedagang pengumpul, kerusakan jeruk siam saat penimbangan. 3) Bagi pedagang besar, kerusakan jeruk siam saat pengiriman terlalu jauh 4) Bagi pedagang pengecer, tingkat kesegaran jeruk siam berkurang.
2.	Sri Ayu Andayani, Adet Sumarna dan Adi Ferdiana	Analisis Tataniaga Dalam Usaha Tani Jambu Kristal (<i>Pidium Guajava L</i>)	Analisis Pendapatan Usaha Tani, Analisis Marjin Tataniaga dan <i>Farmer's share</i> , Rasio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapatan usahatani jambu kristal pada bulan september 2014 berdasarkan pendapatan total usahatani jambu kristal adalah Rp.20.351.889,00. Rata-rata R/C rasionya untuk

	tahun 2014	Suatu Kasus si Desa Jayi Kecamatan Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka	Keuntungan Terhadap Biaya	<p>usahatani jambu adalah sebesar 1,33 yang artinya bahwa setiap pengeluaran biaya Rp 1,00 maka akan diperoleh penerimaan Rp.1,33, dan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan usahatani ini adalah Rp. 0,33.</p> <p>2. Saluran Tataniaga jambu kristal di Desa Jayi Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka yaitu terdiri dari 5 saluran tataniaga yaitu: 1. Petani - Pedagang Pengecer Lokal (Majalengka) 2. Petani - Pedagang Pengecer Luar Kota (Cirebon) 3. Petani - Toko Luar Kota (Cirebon) 4. Petani - Pedagang Pengecer Luar Propinsi (Jakarta) 5. Petani - Konsumen Langsung</p> <p>3. Efisiensi pemasaran berdasarkan perhitungan farmers share menunjukkan semua saluran efisien, karena rata-rata lebih 80 %. Untuk paling efisien konsumen langsung ke petani 100% tetapi bila melalui perantara pedagang saluran ke-3 toko luar kota (Cirebon) paling tinggi yaitu 86,96%. Sedangkan untuk efisiensi tataniaga berdasarkan rasio keuntungan untuk petani, Saluran pemasaran ke-4 yang paling tinggi yaitu ke Jakarta (grade A) 11,57 artinya setiap satu rupiah yang dikeluarkan untuk biaya tataniaga jambu Kristal akan diperoleh keuntungan sebesar Rp 11,57. Sedangkan Untuk rasio totalnya keuntungan saluran ke-1 (Grade B & C) memberikan keuntungan terbesar untuk petani yaitu sebesar 14,55 artinya setiap satu rupiah yang</p>
--	------------	--	---------------------------	--

				dikeluarkan untuk biaya tataniaga jambu Kristal akan diperoleh keuntungan sebesar Rp14,55.
3.	Joko Purwono, Sri Sugyaningsih dan Adib Priambudi, Tahun 2013	Analisis Tataniaga Beras di Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi	Analisis Kualitatif yaitu Analisis Fungsi Tataniaga, Lembaga Tataniaga, Saluran Tataniaga, Prilaku Pasar dan Struktur Pasar Analisis Kuantitatif yaitu Volume Distribusi, Analisis Marjin Tataniaga, <i>Farmer's Share</i> , Rasio Keuntungan dan Biaya.	1. Mendapati 12 saluran tataniaga yang digunakan oleh lembaga tataniaga. Saluran tersebut mampu menyalurkan beras dari petani padi hingga ke konsumen akhir dalam dan luar kabupaten. Lembaga tataniaga yang terlibat dalam penelitian ini terdiri dari atas tujuh lembaga yaitu penebas gabah, penggilingan, kelompok tani, pedagang besar dalam kabupaten, pedagang besar luar kabupaten, subdivre bulog, dan pedagang pengecer. Fungsi tataniaga yang dilakukan masing-masing lembaga tataniaga yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, fungsi finansial. Struktur pasar yang dihadapi oleh petani cenderung mendekati pada pasar persaingan sempurna. Perilaku pasar ditunjukkan oleh penentuan harga dan cara pembayaran. Harga kesempatan penjual dan pembeli merupakan hasil dari tawar menawar, sedangkan cara pembayaran pembeli atas harga kesepakatan biasa dengan cara tunai dan ansuran
4.	Awang Brahmantyo dan Andres Sukamto, Tahun 2014	Tataniaga Bawang Merah (Studi Kasus : Desa Parangtritis Kecamatan Kretek Kabupaten Bantul DIY)	Analisis Deskriptif, Analisis Distribusi Marjin Tataniaga, <i>Farmer's Share</i> , Analisis Integrasi Pasar, dan Uji Statistik	1. Pelaku tata niaga yang terlibat dalam rantai tata niaga yang diteliti meliputi petani, pedagang pengumpul, pedagang grosir dan pedagang pengecer. 2. Masing-masing pelaku tata niaga memiliki kegiatan yang berbeda-beda dalam rangka melakukan fungsi tata niaga. Fungsi tata niaga yang dilakukan

				<p>mempengaruhi keuntungan dan biaya tata niaga yang diterima oleh setiap pelaku tata niaga.</p> <p>3. Bagian keuntungan terbesar dinikmati oleh pedagang pengumpul pada rantai tata niaga II yakni sebesar 46,83% dari total margin tata niaga. Farmer's Share terendah berada pada rantai tata niaga I yakni sebesar 57,14%. Margin tata niaga pada rantai tata niaga 1 dan 2 relatif tersebar tidak merata.</p> <p>4. Integrasi pasar vertikal bawang merah pada model VECM terjadi dalam jangka panjang dan jangka pendek. Transmisi harga dalam jangka panjang terjadi antara harga di tingkat petani dengan harga di tingkat grosir, perubahan harga bawang merah di tingkat grosir akan direspon secara positif oleh harga di tingkat petani dengan koefisien sebesar 3,22. Transmisi harga bawang merah dalam jangka pendek terjadi pada harga di tingkat grosir yang dipengaruhi secara positif oleh harga di tingkat petani pada masa lampau (lag 1) dengan koefisien sebesar 2,43.</p>
5.	Ana Qurrotul Aini, Tahun 2016	Tataniaga Industri Kecil Tempe Di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi	Analisis saluran tataniaga, analisis fungsi tataniaga, analisis struktur pasar, analisis perilaku pasar, dan analisis margin tataniaga.	1. Terdapat empat saluran pemasaran pada industri tempe di Kecamatan Genteng yaitu : a. Saluran 1 : Produsen – Konsumen, b. Saluran 2 : Produsen – Pedagang Grosir – Pedagang Pengecer II – Konsumen, c. Saluran 3 : Produsen – Pedagang Pengecer I – Konsumen, d. Saluran 4 : Produsen – Pedagang Pengecer II – Konsumen.

			<p>2. Pelaku tataniaga pada industri kecil tempe di Kecamatan Genteng melakukan beberapa fungsi tataniaga yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh masing-masing pelaku tataniaga yang terlibat cenderung sama pada setiap saluran. Struktur pasar yang dihadapi oleh para pelaku tataniaga industri kecil tempe di Kecamatan Genteng adalah mendekati pasar persaingan sempurna.</p> <p>3. Analisis margin tataniaga menunjukkan bahwa pada saluran tataniaga 2, 3, dan 4 memiliki total margin tatniaga yang sama, hal tersebut terjadi karena total biaya dan total keuntungan pada saluran tataniaga tersebut jumlahnya sama. Dari hasil analisis margin tataniaga juga dapat dilihat bahwa saluran tataniaga I merupakan saluran tataniaga yang memberikan keuntungan paling besar untuk produsen tempe, karena pada saluran produsen melakukan pemasaran sendiri ke pasar sehingga keuntungan dari penjualan kepada pihak konsumen di pasar diterima langsung oleh produsen tanpa adanya pedagang perantara terlebih dahulu.</p>
--	--	--	---

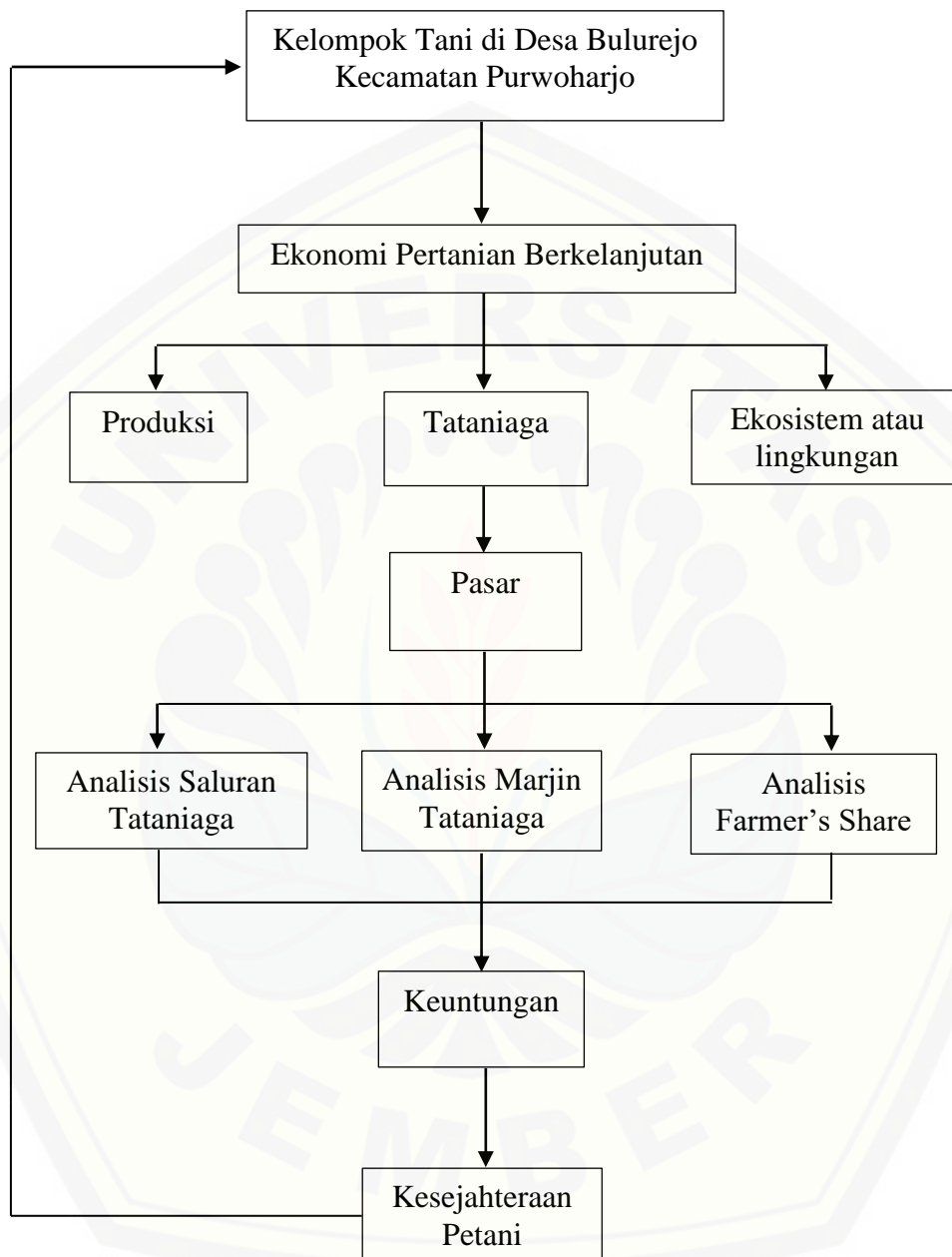
2.3 Kerangka Konseptual

Pembangunan pertanian di Indonesia bertujuan untuk meningkatkan pendapatan petani dan keluarganya yang pada akhirnya berguna untuk mensejahterakan masyarakat petani, sehingga membentuk manusia masyarakat adil dan mamkmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Uundang Dasar 1945.

Kabupaten Banyuwangi Merupakan salah satu sentra penghasil komoditi buah naga yang ada di Provinsi Jawa Timur saat ini. Salah satu jenis buah naga yang banyak dibudidayakan oleh petani di Banyuwangi adalah buah naga daging merah. Buah naga merah merupakan komoditas hortikultura di Banyuwangi yang prospektif untuk dikembangkan karena usaha tani buah naga telah terbukti memberikan keuntungan yang tinggi secara komersial, sehingga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan petani. Permintaan pasar dalam negeri terhadap buah naga dari tahun ke tahun semakin tinggi atau meningkat, seiring pertambahan penduduk, peningkatan pendapatan atau daya beli konsumen serta berkembangnya perspektif mengenai pentingnya pemenuhan gizi masyarakat.

Produk hortikultural merupakan produk masa depan yang dibutuhkan secara berkelanjutan oleh oleh msyarakat Indonesia dan dunia. Keragaman komoditas hortikultural yang antara lain atas tanaman buah-buahan, sayuran, tanaman hias, dan tanaman berkhasiat obat menjadi modal dasar dalam pengembanagan produksi pertanian tropis. Dibandingkan komoditas pertanian lainnya, produk hortikultural memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi. Dengan demikian, pengembangannya diharapkan berdampak nyata terhadap pendapatan masyarakat, penyediaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi nasional.

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis data yang dihimpun dalam penelitian ini meliputi data kualitatif dan kuantitatif yaitu data yang diperoleh secara deskriptif berupa informasi lisan maupun tertulis digunakan untuk mengetahui tataniaga buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.

3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo. Waktu penelitian dilakukan pada akhir musim panen buah naga yaitu pada bulan April 2017. Pemilihan lokasi ditentukan berdasarkan luas panen, produksi dan survey bahwa Desa Bulurejo merupakan Desa pertama dan produksi buah naga paling besar yang potensial dalam mengembangkan komoditas buah naga di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi.

3.1.3 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah petani dan pedagang. Petani sebagai produsen penghasil buah naga yang berada Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo. Pedagang selaku pelaku pasar yang melakukan kegiatan pemasaran yang terdiri dari pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer.

3.1.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Penarikan sampel dilakukan kepada dua kelompok responden yaitu petani dan pedagang. Kelompok petani responden ditentukan secara sengaja (*purposive*), dengan memilih petani yang aktif dalam membudidayakan dan memasarkan buah naga. Petani yang aktif adalah petani yang selalu mengikuti kegiatan kelompok

tani; sudah pernah melakukan penjualan buah naga baik ke pedagang pengumpul, pengecer maupun konsumen, serta masih melakukan pemeliharaan terhadap lahan buah naga yang dimiliki. Hal ini dilakukan agar responden yang dipilih dapat memberikan informasi yang sesuai dengan yang dibutuhkan. Jumlah sampel petani responden adalah 20 orang, baik yang memasarkan buah naga kepada pedagang pengumpul, pedagang pengecer ataupun secara langsung ke konsumen.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan *Snowball Sampling* yaitu dengan cara mengikuti arus perdagangan buah naga dari produsen sampai konsumen akhir. Jumlah Pedagang yang diambil sebagai sampel yaitu sebesar 15 orang.

3.1.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui pengamatan, wawancara langsung dan penyebaran kuesioner kepada para petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, serta pihak-pihak lain yang terkait.

Data sekunder merupakan data yang telah terdokumentasi sebelumnya, diperoleh melalui laporan-laporan instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Nasional, Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi, Departemen Pertanian, Dinas Pertanian Kabupaten Banyuwangi, juga berbagai pustaka dan literatur seperti buku, skripsi, tesis, jurnal, majalah, serta situs internet.

3.1.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan mengajukan pertanyaan pertanyaan baik lisan maupun tulisan kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian analisis tataniaga buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka dalam penelitian ini ditujukan untuk mendapatkan data sekunder yang dibutuhkan dengan cara mencari literatur-literatur yang berhubungan dengan topik penelitian seperti buku, jurnal, artikel, serta informasi tertulis yang berasal dari lembaga-lembaga atau instansi terkait maupun informasi yang diterbitkan melalui media internet yang berhubungan dengan topik penelitian.

3. Observasi

Merupakan proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Tipe observasi yang kami lakukan dalam penelitian ini adalah observasi langsung dengan cara pengamatan langsung di daerah yang bersangkutan yaitu untuk melihat tataniaga buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo.

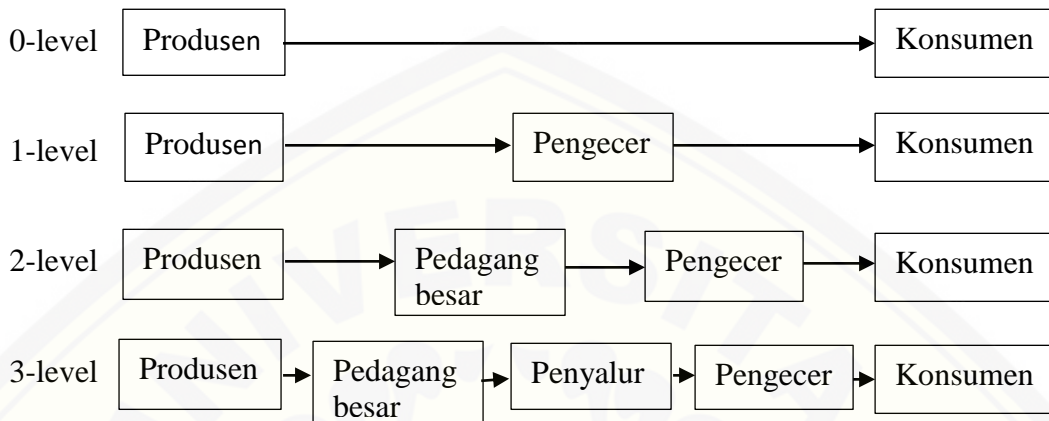
3.2 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif, kemudian dilakukan langkah pengolahan dan analisis data. Analisis kualitatif bertujuan untuk menganalisis saluran tataniaga. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis margin tataniaga dan *farmer's share*.

3.2.1 Analisis Saluran Tataniaga

Saluran tataniaga adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen. Analisis saluran tataniaga buah naga di Desa Bulurejo ini dapat dilakukan dengan mengamati lembaga-lembaga tataniaga yang membentuk saluran tataniaga tersebut. Pengamatan dan analisis dilakukan mulai dari petani produsen sampai ke pedagang pengecer. Perbedaan saluran tataniaga yang dilalui oleh jenis barang akan berpengaruh pada pembagian pendapatan yang diterima oleh masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat di dalamnya. Semakin panjang rantai saluran

tataniaga, maka saluran tersebut akan semakin tidak efisien karena margin yang tercipta antara produsen dan konsumen akan semakin besar. Berikut merupakan pembagian saluran tataniaga secara umum menurut Kotler.



Sumber : Kotler yang diterjemahkan oleh Jaka Wasana (2000)

Gambar 3.1 Saluran Tataniaga

3.2.2 Analisis Margin Tataniaga

Margin tataniaga terdiri dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Perhitungan margin tataniaga merupakan penambahan dari biaya-biaya dan keuntungan tataniaga yang diperoleh masing-masing lembaga tataniaga. Bentuk model matematis margin tataniaga pemasaran adalah sebagai berikut (Limbong dan Sitorus, 1987):

$$m_{ji} = P_{si} - P_{bi} \dots\dots\dots (1)$$

$$m_{ji} = B_{ti} + \pi_i \dots\dots\dots (2)$$

Dengan demikian :

$$\pi_i = m_{ji} - B_{ti} \dots\dots\dots (3)$$

jadi besarnya total margin pemasaran adalah :

$$M_{ij} = \sum m_{ji}, i = 1,2,3,\dots\dots\dots n$$

Dimana :

M_{ji} = Margin tataniaga pada pelaku tataniaga ke-i (Rp/Kg)

P_{si} = Harga penjualan pelaku tataniaga ke-i (Rp/Kg)

P_{bi} = Harga pembelian pelaku tataniaga ke-i (Rp/Kg)

Bti = Biaya tataniaga pelaku tataniaga ke-i (Rp/Kg)

Πi = Keuntungan pelaku tataniaga ke-i (Rp/Kg)

Mij = Total margin tataniaga (Rp/Kg)

3.2.3 Analisis *Farmer's Share*

Analisis *Farmer's Share* bertujuan melihat tingkat efisiensi tata niaga yang di titik beratkan pada petani, yakni dengan cara menganalisis tingkat harga yang ditanggung petani dari harga di tingkat konsumen. Analisa *Farmer's Share* dapat dihitung menggunakan persamaan matematis berikut ini (Sudiyono 2004, 97):

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Keterangan:

F_s : Persentase yang diterima petani

P_f : Harga di tingkat petani

P_r : Harga di tingkat konsumen

Terdapat hubungan negatif antara margin pemasaran dengan bagian yang diterima oleh petani, sehingga semakin besar margin pemasaran dalam suatu saluran pemasaran maka bagian yang diterima petani akan relatif semakin kecil.

3.3 Definisi Operasional

1. Hasil produksi adalah hasil produksi fisik berupa buah naga yang dihasilkan oleh responden setiap satu kali panen (dalam kg).
2. Harga jual buah naga adalah nilai jual yang berlaku untuk buah naga. Harga dibagi menjadi dua yaitu harga diterima petani dan harga yang di bayarkan oleh konsumen (dalam Rp/kg).
3. Biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan responden berupa biaya tenaga kerja, penggarapan lahan, biaya pupuk dan biaya obat-obatan (Rp/panen).

4. Pedagang pengumpul (tengkulak) adalah pedagang yang aktif membeli dan mengumpulkan buah naga dari responden di daerah produksi dan menjualnya kepada pedagang besar dan pasar lokal (orang).
5. Pedagang besar adalah pedagang yang aktif di pasar-pasar pusat dan memperoleh buah naga dari pedagang pengumpul maupun dari responden langsung dan dijual kembali ke pasar induk (baik satu provinsi atau luar provinsi), supplier dan pasar lokal (orang).
6. Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual buah naga kepada konsumen terakhir di pasar lokal atau pun industri makanan dan pedagang ini membeli buah naga dari responden, pedagang besar ataupun pedagang pengumpul (orang).
7. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang dalam proses pemasaran seperti biaya pengangkutan, biaya tenaga kerja dan lain-lain (Rp/Kg).
8. Keuntungan Pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan kepada produsen dengan harga yang diberikan oleh konsumen (Rp/Kg).
9. Margin tataniaga adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen yang dinyatakan dalam Rp/Kg atau persentase.
10. *Farmer's Share* adalah perbandingan harga yang dibayar konsumen terhadap harga produk yang diterima oleh petani (Rp/Kg).

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran tataniaga, margin tataniaga dan *farmer's share* pada komoditas buah naga di Desa Bulurejo Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi. Dalam penelitian ini dilakukan interpretasi berdasarkan hasil analisis dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif terhadap data yang diperoleh.

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab 4, maka dapat disimpulkan terdapat lima pola saluran pemasaran yaitu :
 - a. Saluran 1 : Petani – Pedagang pengumpul 1 – Pedagang besar – Pedagang pengecer non lokal – Konsumen
 - b. Saluran 2 : Petani – Pedagang pengumpul 1 – Pedagang pengumpul 2 – Pedagang besar – Pedagang Pengecer non lokal – Konsumen
 - c. Saluran 3 : Petani – Pedagang pengumpul 1 – Pedagang pengecer lokal – Konsumen
 - d. Saluran 4 : Petani – Pedagang pengecer lokal – Konsumen
 - e. Saluran 5 : Petani – Konsumen
2. Hasil analisis margin tataniaga buah naga pada tiap saluran tataniaga yang ada di Desa Bulurejo berbeda-beda. Margin tataniaga terbesar berada pada saluran tataniaga 2, dengan nilai margin sebesar Rp. 10.000/kg.
3. *Farmer's share* tataniaga buah naga terbesar berada pada saluran tatniaga 5 dengan nilai 100 %. Berdasarkan analisis sistem pemasaran buah naga di Desa Bulurejo belum cukup efisien, karena masih terdapat inefisiensi penggunaan biaya yang tidak terlihat atau tidak dapat teridentifikasi. Akan tetapi, saluran tataniaga yang relatif paling efisien berada pada saluran tataniaga 4, diukur berdasarkan nilai margin tataniaga, dan *farmer's share*.

5.2 Saran

Saluran tataniaga keempat merupakan saluran yang paling efisien, sehingga petani dapat memaksimalkan penjualan pada saluran tersebut agar

tercapai sistem pemasaran yang lebih efisien. Pedagang pengumpul pada saluran pertama dan kedua sebaiknya meningkatkan volume penjualan atau memperluas pasar tujuan, sebab apabila saluran tersebut dioptimalkan maka diharapkan dapat meningkatkan efisiensi sistem pemasaran dan memberikan keuntungan bagi petani maupun pedagang pengumpul. Hal ini juga dapat terjadi apabila rantai pemasaran pada saluran dua diperpendek.



DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, H. 2006. *Budidaya Tanaman Buah-buahan*. PT. Citra Aji Parmana. Yogyakarta.
- Ariyono, A. 2012. *Analisis Pendapatan Usahatani Padi Dan Sistem Pemasaran Beras Di Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi 2015. Banyuwangi Dalam Angka
- Chambers, Robert. 1987. *Pembangunan Desa: Mulai Dari Belakang*. Jakarta: LP3ES.
- Dahl, D.C dan Hammond. 1977. *Market and Price Analysis The Agricultural Industries*. Mc Graw-Hill, Inc. United Stated.
- Earles, R. 2005. *Sustainable agriculture: an introduction*. A publication of ATTRA, the National Sustainable Agriculture Information Service.
- Feenstra, G. 1997. *What is sustainable agriculture. Sustainable Agriculture Research and Education Program*. University of California. <http://www.srep.ucdavis.edu/concept.htm>, diakses 18 Pebruari 2012.
- Francis, C.A. and G. Youngberg, 1990 "Sustainable Agriculture An Overview," in *Sustainable Agriculture in Temperate Zones*, edited by CA Francis, CB Flora and LD King (New York: Wiley).
- Gold, M.V. 1999. *Sustainable agriculture: definitions and terms*. Special reference briefs series no.SRB 99-02. Updates SRB 94-05. National Agricultural Library Agricultural Research Service. U.S. Departement of Agriculture. 10301 Baltimore Avenue. Beltsville, MD 207052351
- Hagul, Peter, 1985. *Pembangunan Desa dan Lembaga Swadaya Masyarakat*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Hermawan Kartajaya, 2010. *Konsep Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Iksan Samaoen. 1992. *Ekonomi Produksi Pertanian Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Ikatan Sejahtera Ekonomi Indonesia (I.S.E.I) Cabang Jakarta.
- Imam Supardi. 2003. *Lingkungan Hidup dan Kelestariannya*. Bandung: PT Alumni.
- Kartasapoerta. 1988. *Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian*. Jakarta: Bima Aksara.
- Kuncoro, Mudrajad. 2010. *Dasar-dasar Ekonomika Pembangunan*, UPP STIM YKPN Yogyakarta.

- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Diterjemahkan Jaka Wasana jilid 1. Jakarta: PT Prehalindo.
- Limjong W. H. 2000. *Marketing System of Agricultural Food Commodities in some Provenance of Indonesia*, *Journal of Agricultural and Resource Socio-Economics* (Vol 12). Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Limjong W. H., & Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Mardikanto, Totok, 2009. *Sistem Penyuluhan Pertanian*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Michael E. Porter, 1985, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York Free Press.
- Mubyarto, 1979. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.
- Mubyarto, 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*, edisi III, LP3ES, Jakarta
- Nyerere, Julius. 2000. Rurel Development. <http://www.ibe.unesco.org/International/Publications/Thinkers/ThinkersPdf/nyerere.pdf>, 10 Agustus 2005.
- Poli. 1992. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rukmana, R. 2003. *Usaha Tani Markisa*. Kanisius. Yogyakarta.
- Saragih, B. 2001. *Agribisnis (Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian)*. Yayasan Mulia Persada Indonesia. Bogor.
- SAREP, 1998. *What is Sustainable Agriculture?* <http://www.sarep.ucdavis.edu/concept.htm>
- Shepherd, G.S. 1962. *Marketing Farm Products*. Iowa University Press. Ames
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*, Cetakan IV, UMM Press, Malang.
- Soekortawi, 1986. *Ilmu Usaha Tani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil*. Jakarta: UI – Press
- Soekortawi, 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- Soetrisno, Anik Suwardani dan Rajianto. 2003. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Malang: Banyumedia Publising.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sullivan, P. 2003. *Applying the principles of sustainable farming*. Fundamentals of sustainable agriculture. ATTRA Publication.
- Supriono, Agus. 1998. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Teori dan Aplikasi. Universitas Jember: Fakultas Pertanian
- Stanton, William J. 1993. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Edisi ke Tujuh, Alih Bahasa Y. Lamarto, Erlangga.
- Windarie, R. 2007. *Analisis Pendapatan Usahatani dan Tataniaga Bunga-Potong Anggrek Dendrobium (Kasus Kelurahan Buaran Kecamatan Serpong Kabupaten Tangerang)*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Lampiran A.1

KUESIONER PRODUSEN (PETANI)

1. No. Kuesioner :
2. Nama Petani :
3. Alamat :
4. Umur dan Jenis Kelamin :..... L/P
5. Pendidikan :
6. Pekerjaan utama :
7. Pekerjaan sampingan :
8. Pengalaman dalam bertani
Buah naga (tahun) :
9. Status sebagai petani :
 - a. Milik sendiri
 - b. Sewa
 - c. Bagi hasil
 - d.
10. Luas lahan yang diusahakan :..... Ha
11. Alasan menjadi petani :
12. Alasan memilih usaha tani buah naga
 - a. Keuntungan lebih besar
 - b. Pemasaran lebih mudah
 - c. Usaha turun temurun
 - d. Cocok untuk lahan lokal
 - e. Dianjurkan pemerintah
 - f. Lainnya.....
13. Jumlah produksi/panen :.....kg/.....ton
14. Biaya tenaga kerja (Rp) :
 - a. Jumlah TK (orang) :
 - b. Upah Kerja TK (orang) :
15. Biaya-biaya yang dikeluarkan:
 - a. Biaya bahan baku (Rp) :

Nama Bahan	Harga (Rp)

- b. Biaya Transportasi (Rp) :
- c. Biaya Pengemasan (Rp) :
- d. Biaya Penyimpanan (Rp) :
- e. Biaya Pengangkutan (Rp) :
- f. Biaya Penimbangan (Rp) :
- g. Biaya Bongkar muat (Rp) :

Lanjut Lampiran A.1

h. Biaya Penyusutan (Rp) :

Nama alat	Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia pakai (bulan)

16. Biaya lain-lain (Rp) :

Nama Barang	Harga (Rp)
Pupuk :	
a.	a.
b.	b.
c.	c.
Obat-obatan:	
a.	
b.	
c.	

17. Produksi per hari (Kg) :

18. Harga jual buah naga Rp/Kg :

19. Kegiatan penjualan :

a. Kepada siapa Anda biasanya menjual hasil panen **saat panen raya**?

Lembaga Tataniaga	Harga buah naga (Rp/Kg)	Sistem pembayaran	Pasar yang dituju
Pedagang Pengumpul		Tunai/sebagian kredit	
Pedagang Besar		Tunai/sebagian kredit	
Pengecer		Tunai/sebagian kredit	
Konsumen Akhir		Tunai/sebagian kredit	
Lainnya, sebutkan.			
.			

b. Kepada siapa Anda biasanya menjual hasil panen **saat tidak panen raya**?

Lembaga Tataniaga	Harga buah naga (Rp/Kg)	Sistem pembayaran	Pasar yang dituju
Pedagang Pengumpul		Tunai/sebagian kredit	
Pedagang Besar		Tunai/sebagian kredit	
Pengecer		Tunai/sebagian kredit	
Konsumen Akhir		Tunai/sebagian kredit	
Lainnya, sebutkan.			
.			

Lanjut Lampiran A.1

20. Siapa yang menentukan harga jual?.....
21. Bagaimana menentukan harga jual buah naga?
22. Informasi harga diperoleh dari mana?
23. Apakah anda menerapkan suatu standarisasi?(ya/tidak)
24. Sebelum dijual apakah melalui proses penyortiran ? (ya/tidak)
25. Hasil sortiran yang tidak terpilih digunakan untuk apa dan bagaimana ?
26. Kemana hasil panen selanjutnya ? (dijual langsung ditempat/disimpan/.....)
27. Dimana lokasi penyerahan barang? (Di tempat pembeli/ di tempat penjual)
28. Apakah ada kesulitan dalam memasarkan Buah Naga ? (ya/tidak) Alasan
.....
29. Sumber modal (modal sendiri/mendapat bantuan)
 - a. Besarnya modal = Rp.....
 - b. Jika mendapat bantuan dalam bentuk dengan jangka waktu tahun

Lampiran A.2

KUESIONER PEDAGANG

1. No. Kuesioner :
2. Nama Pedagang :
3. Alamat :
4. Umur dan Jenis Kelamin :..... L/P
5. Pendidikan :
6. Golongan Pedagang :
7. Status Berdagang : (Pekerjaan utama/sampingan/lainnya.....)
8. Pengalam dalam berdagang buah naga (tahun) :

A. Cara Pembelian

1. Apakah Anda melakukan kegiatan pembelian?

Pelaku tataniaga	Harga beli buah naga (Rp/Kg)	Jumlah pembelian	Sistem pembayaran

2. Berapa harga beli pada saat panen raya/tidak panen raya?

Kualitas	Harga Pembelian/kg/ton		Harga pembelian/kg/ton	
	Panen raya (Rp/kg)	Tidak panen raya (Rp/kg)	Panen raya (ton)	Tidak panen raya (ton)
A				
B				
C				

3. Biaya yang dikeluarkan :
 - a. Biaya Tenaga kerja (Rp) :
 - b. Biaya Pengangkutan (Rp) :
 - c. Biaya Pengemasan (Rp) :
 - d. Biaya Penyimpanan (Rp) :
 - e. Biaya Bongkar muat (Rp) :
 - f. Biaya Penimbangan (Rp) :
 - g. Retribusi (Rp) :
 - h. Biaya penyusutan (Rp) :

Nama alat pemasaran	Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Biaya perawatan (Rp)	Usia pakai (bulan)

- i. Biaya lain-lain (Rp) :

Lanjut Lampiran A.2

4. Apakah Anda menanggung biaya resiko dari kegiatan pembelian?

B. Cara Penjualan

1. Apakah Anda melakukan kegiatan penjualan?

Pelaku tataniaga	Harga beli buah naga (Rp/Kg)	Sistem pembayaran	Pasar yang dituju

2. Berapa harga jual pada saat panen besar/kecil

Kualitas	Harga Penjualan/kg/ton		Harga penjualan/kg/ton	
	Panen besar (Rp/kg)	Panen kecil (Rp/kg)	Panen besar (ton)	Panen kecil (ton)
A				
B				
C				

3. Bagaimana menentukan harga jual?
4. Darimanakah informasi mengenai harga diperoleh?
5. Dalam kegiatan penjualan apakah Anda hanya menjual buah naga/ bersamaan dengan barang lain?
6. Jika bersamaan dengan barang lain berapa macam jenisnya?
7. Ada berapa banyak pedagang buah naga seperti ibu/bapak disini?
8. Bagaimana cara anda menentukan harga jual ?
- Berdasarkan biaya yang dikeluarkan ditambah dengan persentasi keuntungan
 - Berdasarkan harga yang ditetapkan
 - Tergantung pada permintaan
 - Lainnya.....

Lampiran B

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
KARAKTERISTIK RESPONDEN PRODUSEN BUAH NAGA DI DESA BULU REJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Umur (tahun)	Tingkat Pendidikan	Lama Dalam Bertani Buah Naga (tahun)
1	57	S1	10
2	40	SMP	9
3	62	SD	4
4	54	S1	10
5	45	SMP	9
6	31	S1	6
7	40	SMA	8
8	38	SMA	8
9	42	SD	8
10	57	SD	10
11	59	SD	10
12	65	SD	10
13	65	SD	10
14	59	SD	10
15	35	SMA	5
16	39	SMP	8
17	50	SD	10
18	59	SD	10
19	57	SD	10
20	50	SMA	8

Lampiran C.1

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
 BIAYA BAHAN BAKU BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Jumlah Bibit Buah Naga (Biji)	Harga Bibit Buah Naga (Rp)	Total Harga Bibit Buah Naga (Rp)	Jumlah Pohon Randu (Biji)	Harga Pohon Randu (Rp)	Total Harga Pohon Randu (Rp)
1	2000	7.000	Rp 500	Rp 3.500.000,00	1.750	Rp 2.000,00	Rp 3.500.000,00
2	1000	5.000	Rp 500	Rp 2.500.000,00	1.300	Rp 2.000,00	Rp 2.600.000,00
3	1500	6.400	Rp 500	Rp 3.200.000,00	1.600	Rp 4.000,00	Rp 6.400.000,00
4	2000	7.000	Rp 500	Rp 3.500.000,00	1.750	Rp 2.000,00	Rp 3.500.000,00
5	1000	5.200	Rp 500	Rp 2.600.000,00	1.300	Rp 2.000,00	Rp 2.600.000,00
6	2000	7.000	Rp 500	Rp 3.500.000,00	1.750	Rp 2.000,00	Rp 3.500.000,00
7	1000	5.000	Rp 500	Rp 2.500.000,00	1.300	Rp 2.000,00	Rp 2.600.000,00
8	1000	5.000	Rp 500	Rp 2.500.000,00	1.300	Rp 2.000,00	Rp 2.600.000,00
9	2000	5.000	Rp 500	Rp 2.500.000,00	1.300	Rp 4.000,00	Rp 5.200.000,00
10	600	3.600	Rp 500	Rp 1.800.000,00	600	Rp 2.000,00	Rp 1.200.000,00
11	1500	5.400	Rp 500	Rp 2.700.000,00	1.400	Rp 2.000,00	Rp 2.800.000,00
12	1000	5.000	Rp 500	Rp 2.500.000,00	1.250	Rp 2.000,00	Rp 2.500.000,00
13	1500	5.400	Rp 500	Rp 2.700.000,00	1.400	Rp 2.000,00	Rp 2.800.000,00
14	2000	6.400	Rp 500	Rp 3.200.000,00	1.600	Rp 2.000,00	Rp 3.200.000,00
15	650	3.600	Rp 500	Rp 1.800.000,00	600	Rp 4.000,00	Rp 2.400.000,00
16	1000	5.000	Rp 500	Rp 2.500.000,00	1.250	Rp 2.000,00	Rp 2.500.000,00
17	800	4.400	Rp 500	Rp 2.200.000,00	1.000	Rp 2.000,00	Rp 2.000.000,00
18	500	1.600	Rp 500	Rp 800.000,00	400	Rp 2.000,00	Rp 800.000,00
19	500	1.600	Rp 500	Rp 800.000,00	400	Rp 2.000,00	Rp 800.000,00
20	800	4.400	Rp 500	Rp 2.200.000,00	1.000	Rp 4.000,00	Rp 2.000.000,00

Lanjut Lampiran C.1

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
 BIAYA BAHAN BAKU BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Jumlah Tali Kain (Unit)	Harga Tali Kain (Rp)	Total Harga Tali Kain (Rp)	Total Biaya Bahan Baku (Rp)
1	2000	5	Rp 50.000,00	Rp 250.000,00	Rp 7.250.000,00
2	1000	5	Rp 50.000,00	Rp 250.000,00	Rp 5.350.000,00
3	1500	10	Rp 25.000,00	Rp 250.000,00	Rp 9.850.000,00
4	2000	5	Rp 50.000,00	Rp 250.000,00	Rp 7.250.000,00
5	1000	8	Rp 25.000,00	Rp 200.000,00	Rp 5.400.000,00
6	2000	5	Rp 50.000,00	Rp 250.000,00	Rp 7.250.000,00
7	1000	8	Rp 25.000,00	Rp 200.000,00	Rp 5.300.000,00
8	1000	4	Rp 50.000,00	Rp 200.000,00	Rp 5.300.000,00
9	2000	8	Rp 25.000,00	Rp 200.000,00	Rp 7.900.000,00
10	600	2	Rp 50.000,00	Rp 100.000,00	Rp 3.100.000,00
11	1500	4	Rp 50.000,00	Rp 200.000,00	Rp 5.700.000,00
12	1000	6	Rp 25.000,00	Rp 150.000,00	Rp 5.150.000,00
13	1500	4	Rp 25.000,00	Rp 100.000,00	Rp 5.600.000,00
14	2000	5	Rp 25.000,00	Rp 125.000,00	Rp 6.525.000,00
15	650	2	Rp 25.000,00	Rp 50.000,00	Rp 4.250.000,00
16	1000	6	Rp 25.000,00	Rp 150.000,00	Rp 5.150.000,00
17	800	4	Rp 50.000,00	Rp 200.000,00	Rp 4.400.000,00
18	500	2	Rp 25.000,00	Rp 50.000,00	Rp 1.650.000,00
19	500	1	Rp 50.000,00	Rp 50.000,00	Rp 1.650.000,00
20	800	5	Rp 25.000,00	Rp 125.000,00	Rp 4.325.000,00

Lampiran C.2

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
BIAYA TENAGA KERJA PETANI BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Jumlah Tenaga Kerja (orang)	Upah Tenaga Kerja (Rp)	Total Biaya Tenaga Kerja (Rp)
1	2000	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
2	1000	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
3	1500	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
4	2000	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
5	1000	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
6	2000	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
7	1000	2	Rp 60.000,00	Rp 120.000,00
8	1000	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
9	2000	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
10	600	0	Rp -	Rp -
11	1500	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
12	1000	2	Rp 60.000,00	Rp 120.000,00
13	1500	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
14	2000	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
15	650	0	Rp -	Rp -
16	1000	3	Rp 60.000,00	Rp 180.000,00
17	800	2	Rp 60.000,00	Rp 120.000,00
18	500	0	Rp -	Rp -
19	500	0	Rp -	Rp -
20	800	2	Rp 60.000,00	Rp 120.000,00

Lampiran C.3

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
 BIAYA PENYUSUTAN PETANI BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Gunting				Pisau			
		Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)
1	2000	3	Rp 80.000,00	24	Rp 10.000,00	3	Rp 50.000,00	24	Rp 6.250,00
2	1000	3	Rp 50.000,00	24	Rp 6.250,00	3	Rp 20.000,00	24	Rp 2.500,00
3	1500	3	Rp 50.000,00	24	Rp 6.250,00	3	Rp 20.000,00	24	Rp 2.500,00
4	2000	3	Rp 80.000,00	24	Rp 10.000,00	3	Rp 50.000,00	24	Rp 6.250,00
5	1000	3	Rp 65.000,00	24	Rp 8.125,00	3	Rp 35.000,00	24	Rp 4.375,00
6	2000	3	Rp 80.000,00	24	Rp 10.000,00	3	Rp 50.000,00	24	Rp 6.250,00
7	1000	2	Rp 65.000,00	24	Rp 5.416,67	4	Rp 20.000,00	24	Rp 3.333,34
8	1000	3	Rp 65.000,00	24	Rp 8.125,00	4	Rp 20.000,00	24	Rp 3.333,34
9	2000	3	Rp 65.000,00	24	Rp 8.125,00	3	Rp 30.000,00	24	Rp 3.750,00
10	600	2	Rp 50.000,00	24	Rp 4.166,67	2	Rp 45.000,00	24	Rp 3.750,00
11	1500	3	Rp 70.000,00	24	Rp 8.750,00	3	Rp 35.000,00	24	Rp 4.375,00
12	1000	2	Rp 70.000,00	24	Rp 5.833,34	3	Rp 35.000,00	24	Rp 4.375,00
13	1500	3	Rp 50.000,00	24	Rp 6.250,00	3	Rp 35.000,00	24	Rp 4.375,00
14	2000	3	Rp 80.000,00	24	Rp 10.000,00	3	Rp 50.000,00	24	Rp 6.250,00
15	650	2	Rp 50.000,00	24	Rp 4.166,67	2	Rp 30.000,00	24	Rp 2.500,00
16	1000	3	Rp 70.000,00	24	Rp 8.750,00	3	Rp 45.000,00	24	Rp 5.625,00
17	800	2	Rp 70.000,00	24	Rp 5.833,34	4	Rp 30.000,00	24	Rp 5.000,00
18	500	2	Rp 65.000,00	24	Rp 5.416,67	2	Rp 20.000,00	24	Rp 1.666,67
19	500	2	Rp 50.000,00	24	Rp 4.166,67	2	Rp 20.000,00	24	Rp 1.666,67
20	800	2	Rp 50.000,00	24	Rp 4.166,67	3	Rp 35.000,00	24	Rp 4.375,00

Lanjut Lampiran C.3

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
BIAYA PENYUSUTAN PETANI BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Keranjang Bambu				Keranjang Plastik / Tray			
		Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)
1	2000	2	Rp 35.000,00	12	Rp 5.833,34	0	Rp -	0	Rp -
2	1000	2	Rp 30.000,00	12	Rp 5.000,00	75	Rp 85.000,00	24	Rp 265.625,00
3	1500	3	Rp 35.000,00	12	Rp 8.750,00	80	Rp 100.000,00	24	Rp 333.333,34
4	2000	2	Rp 35.000,00	12	Rp 5.833,34	0	Rp -	0	Rp -
5	1000	2	Rp 35.000,00	12	Rp 5.833,34	50	Rp 70.000,00	24	Rp 145.833,34
6	2000	3	Rp 25.000,00	12	Rp 6.250,00	70	Rp 75.000,00	24	Rp 218.750,00
7	1000	2	Rp 25.000,00	12	Rp 4.166,67	0	Rp -	0	Rp -
8	1000	2	Rp 30.000,00	12	Rp 5.000,00	56	Rp 75.000,00	24	Rp 175.000,00
9	2000	3	Rp 30.000,00	12	Rp 7.500,00	60	Rp 70.000,00	24	Rp 175.000,00
10	600	2	Rp 25.000,00	12	Rp 4.166,67	0	Rp -	0	Rp -
11	1500	3	Rp 30.000,00	12	Rp 7.500,00	75	Rp 80.000,00	24	Rp 250.000,00
12	1000	2	Rp 35.000,00	12	Rp 5.833,34	0	Rp -	0	Rp -
13	1500	3	Rp 35.000,00	12	Rp 8.750,00	50	Rp 85.000,00	24	Rp 177.083,34
14	2000	3	Rp 35.000,00	12	Rp 8.750,00	0	Rp -	0	Rp -
15	650	2	Rp 30.000,00	12	Rp 5.000,00	0	Rp -	0	Rp -
16	1000	3	Rp 30.000,00	12	Rp 7.500,00	75	Rp 75.000,00	24	Rp 234.375,00
17	800	3	Rp 25.000,00	12	Rp 6.250,00	0	Rp -	0	Rp -
18	500	2	Rp 35.000,00	12	Rp 5.833,34	0	Rp -	0	Rp -
19	500	2	Rp 35.000,00	12	Rp 5.833,34	0	Rp -	0	Rp -
20	800	3	Rp 35.000,00	12	Rp 8.750,00	60	Rp 70.000,00	24	Rp 175.000,00

Lanjut Lampiran C.3

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
BIAYA PENYUSUTAN PETANI BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Hand Sprayer				Mesin Semprot			
		Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)
1	2000	5	Rp 120.000,00	24	Rp 25.000,00	1	Rp 1.500.000,00	60	Rp 25.000,00
2	1000	3	Rp 120.000,00	36	Rp 10.000,00	1	Rp 1.300.000,00	84	Rp 15.476,20
3	1500	3	Rp 120.000,00	36	Rp 10.000,00	1	Rp 1.200.000,00	60	Rp 20.000,00
4	2000	5	Rp 120.000,00	24	Rp 25.000,00	1	Rp 1.200.000,00	60	Rp 20.000,00
5	1000	3	Rp 120.000,00	36	Rp 10.000,00	1	Rp 1.200.000,00	60	Rp 20.000,00
6	2000	4	Rp 120.000,00	24	Rp 20.000,00	1	Rp 1.500.000,00	60	Rp 25.000,00
7	1000	3	Rp 120.000,00	36	Rp 10.000,00	1	Rp 1.500.000,00	60	Rp 25.000,00
8	1000	3	Rp 120.000,00	36	Rp 10.000,00	1	Rp 1.200.000,00	84	Rp 14.285,72
9	2000	3	Rp 120.000,00	36	Rp 10.000,00	1	Rp 1.300.000,00	84	Rp 15.476,20
10	600	2	Rp 65.000,00	24	Rp 5.416,67	1	Rp 1.200.000,00	60	Rp 20.000,00
11	1500	4	Rp 120.000,00	36	Rp 13.333,34	1	Rp 1.500.000,00	84	Rp 17.857,15
12	1000	3	Rp 120.000,00	24	Rp 15.000,00	1	Rp 1.200.000,00	84	Rp 14.285,72
13	1500	3	Rp 120.000,00	36	Rp 10.000,00	1	Rp 1.500.000,00	60	Rp 25.000,00
14	2000	3	Rp 120.000,00	36	Rp 10.000,00	1	Rp 1.300.000,00	60	Rp 21.666,67
15	650	2	Rp 65.000,00	36	Rp 3.611,12	1	Rp 1.200.000,00	84	Rp 14.285,72
16	1000	3	Rp 120.000,00	36	Rp 10.000,00	1	Rp 1.500.000,00	60	Rp 25.000,00
17	800	2	Rp 120.000,00	24	Rp 10.000,00	1	Rp 1.500.000,00	60	Rp 25.000,00
18	500	2	Rp 65.000,00	24	Rp 5.416,67	1	Rp 1.500.000,00	84	Rp 17.857,15
19	500	2	Rp 65.000,00	24	Rp 5.416,67	1	Rp 1.200.000,00	60	Rp 20.000,00
20	800	3	Rp 120.000,00	36	Rp 10.000,00	1	Rp 1.500.000,00	60	Rp 25.000,00

Lanjut Lampiran C.3

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
BIAYA PENYUSUTAN PETANI BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Mesin Sedot Air				Mesin Gombor			
		Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)
1	2000	1	Rp 5.000.000,00	120	Rp 41.666,67	1	Rp 2.000.000,00	120	Rp16.666,67
2	1000	1	Rp 5.000.000,00	60	Rp 83.333,34	1	Rp 1.700.000,00	60	Rp28.333,34
3	1500	1	Rp 5.000.000,00	60	Rp 83.333,34	1	Rp 2.000.000,00	60	Rp33.333,34
4	2000	1	Rp 5.000.000,00	120	Rp 41.666,67	1	Rp 2.000.000,00	120	Rp16.666,67
5	1000	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	1	Rp 2.000.000,00	60	Rp33.333,34
6	2000	1	Rp 5.000.000,00	84	Rp 59.523,81	1	Rp 1.700.000,00	84	Rp20.238,10
7	1000	1	Rp 2.500.000,00	60	Rp 41.666,67	1	Rp 2.000.000,00	60	Rp33.333,34
8	1000	1	Rp 5.000.000,00	60	Rp 83.333,34	1	Rp 1.700.000,00	60	Rp28.333,34
9	2000	1	Rp 5.000.000,00	60	Rp 83.333,34	1	Rp 2.000.000,00	60	Rp33.333,34
10	600	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -
11	1500	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	1	Rp 2.000.000,00	60	Rp33.333,34
12	1000	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -
13	1500	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	1	Rp 1.700.000,00	60	Rp28.333,34
14	2000	1	Rp 5.000.000,00	60	Rp 83.333,34	1	Rp 2.000.000,00	60	Rp33.333,34
15	650	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -
16	1000	1	Rp 2.500.000,00	60	Rp 41.666,67	1	Rp 1.700.000,00	60	Rp28.333,34
17	800	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -
18	500	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -
19	500	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -
20	800	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -

Lanjut Lampiran C.3

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
 BIAYA PENYUSUTAN PETANI BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Mesin Pemotong Rumput			
		Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)
1	2000	1	Rp 1.300.000,00	120	Rp 10.833,34
2	1000	0	Rp -	0	Rp -
3	1500	0	Rp -	0	Rp -
4	2000	1	Rp 1.300.000,00	120	Rp 10.833,34
5	1000	0	Rp -	0	Rp -
6	2000	1	Rp 1.300.000,00	120	Rp 10.833,34
7	1000	0	Rp -	0	Rp -
8	1000	0	Rp -	0	Rp -
9	2000	0	Rp -	0	Rp -
10	600	0	Rp -	0	Rp -
11	1500	1	Rp 1.300.000,00	84	Rp 15.476,20
12	1000	0	Rp -	0	Rp -
13	1500	0	Rp -	0	Rp -
14	2000	1	Rp 1.300.000,00	84	Rp 15.476,20
15	650	0	Rp -	0	Rp -
16	1000	0	Rp -	0	Rp -
17	800	0	Rp -	0	Rp -
18	500	0	Rp -	0	Rp -
19	500	0	Rp -	0	Rp -
20	800	0	Rp -	0	Rp -

Lanjut Lampiran C.3

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
BIAYA PENYUSUTAN PETANI BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Kendaraan Bermotor				Total Biaya Penyusutan (Rp)
		Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)	
1	2000	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 191.250,02
2	1000	1	Rp 3.500.000,00	60	Rp 58.333,34	Rp 497.351,22
3	1500	2	Rp 3.000.000,00	60	Rp 100.000,00	Rp 597.500,02
4	2000	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 136.250,02
5	1000	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 327.500,02
6	2000	2	Rp 3.000.000,00	60	Rp 100.000,00	Rp 476.845,25
7	1000	1	Rp 3.500.000,00	60	Rp 58.333,34	Rp 181.250,03
8	1000	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 377.410,74
9	2000	1	Rp 4.000.000,00	60	Rp 66.666,67	Rp 403.184,35
10	600	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 87.500,01
11	1500	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 450.625,03
12	1000	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 95.326,68
13	1500	1	Rp 3.500.000,00	60	Rp 58.333,34	Rp 368.125,02
14	2000	2	Rp 3.000.000,00	60	Rp 100.000,00	Rp 288.809,55
15	650	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 117.063,51
16	1000	1	Rp 4.000.000,00	60	Rp 66.666,67	Rp 427.916,68
17	800	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 102.083,34
18	500	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 85.190,5
19	500	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 87.083,35
20	800	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00	Rp 277.291,67

Lampiran C.4

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
 BIAYA LAIN-LAIN PETANI BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Biaya Pupuk (Rp)	Biaya Obat-obatan (Rp)	Biaya Pengairan/Hari (Rp)	Biaya Perawatan/Hari (Rp)	Biaya Bensin/Hari (Rp)	Total Biaya Lain-lain (Rp)
1	2000	Rp 1.140.000,00	Rp 440.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 20.000,00	Rp 1.710.000,00
2	1000	Rp 660.000,00	Rp 355.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 10.000,00	Rp 1.135.000,00
3	1500	Rp 1.260.000,00	Rp 485.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 20.000,00	Rp 1.875.000,00
4	2000	Rp 1.140.000,00	Rp 440.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 20.000,00	Rp 1.710.000,00
5	1000	Rp 760.000,00	Rp 355.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 10.000,00	Rp 1.235.000,00
6	2000	Rp 1.060.000,00	Rp 370.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 20.000,00	Rp 1.560.000,00
7	1000	Rp 760.000,00	Rp 395.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 10.000,00	Rp 1.275.000,00
8	1000	Rp 840.000,00	Rp 270.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 20.000,00	Rp 1.240.000,00
9	2000	Rp 840.000,00	Rp 350.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 20.000,00	Rp 1.320.000,00
10	600	Rp 510.000,00	Rp 270.000,00	Rp 50.000,00	Rp -	Rp 10.000,00	Rp 940.000,00
11	1500	Rp 1.060.000,00	Rp 370.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 15.000,00	Rp 1.555.000,00
12	1000	Rp 750.000,00	Rp 355.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 15.000,00	Rp 1.230.000,00
13	1500	Rp 860.000,00	Rp 370.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 10.000,00	Rp 1.350.000,00
14	2000	Rp 1.140.000,00	Rp 400.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 20.000,00	Rp 1.670.000,00
15	650	Rp 560.000,00	Rp 270.000,00	Rp 50.000,00	Rp -	Rp 10.000,00	Rp 890.000,00
16	1000	Rp 750.000,00	Rp 370.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 10.000,00	Rp 1.240.000,00
17	800	Rp 610.000,00	Rp 240.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 10.000,00	Rp 970.000,00
18	500	Rp 420.000,00	Rp 240.000,00	Rp 50.000,00	Rp -	Rp 10.000,00	Rp 720.000,00
19	500	Rp 380.000,00	Rp 240.000,00	Rp 50.000,00	Rp -	Rp 10.000,00	Rp 680.000,00
20	800	Rp 640.000,00	Rp 240.000,00	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp 10.000,00	Rp 1.000.000,00

Lampiran C.5

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
TOTAL BIAYA PRODUKSI BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Fix Cost	Variabel Cost			Total Biaya Produksi (Rp)	Biaya Produksi Buah Naga (Rp/Kg)
		Biaya Penyusutan (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Biaya Bahan Baku (Rp)	Biaya Lain-lain (Rp)		
1	2000	Rp 191.250,02	Rp 180.000,00	Rp 7.250.000,00	Rp 1.710.000,00	Rp 9.331.250,02	Rp 4.665,62
2	1000	Rp 497.351,22	Rp 180.000,00	Rp 5.350.000,00	Rp 1.135.000,00	Rp 7.162.351,22	Rp 7.162,35
3	1500	Rp 597.500,02	Rp 180.000,00	Rp 9.850.000,00	Rp 1.875.000,00	Rp 12.502.500,02	Rp 8.335,00
4	2000	Rp 136.250,02	Rp 180.000,00	Rp 7.250.000,00	Rp 1.710.000,00	Rp 9.276.250,02	Rp 4.638,12
5	1000	Rp 327.500,02	Rp 180.000,00	Rp 5.400.000,00	Rp 1.235.000,00	Rp 7.140.500,02	Rp 7.140,5
6	2000	Rp 476.845,25	Rp 180.000,00	Rp 7.250.000,00	Rp 1.560.000,00	Rp 9.466.845,25	Rp 4.733,42
7	1000	Rp 181.250,03	Rp 120.000,00	Rp 5.300.000,00	Rp 1.275.000,00	Rp 6.876.250,03	Rp 6.876,25
8	1000	Rp 377.410,74	Rp 180.000,00	Rp 5.300.000,00	Rp 1.240.000,00	Rp 7.097.410,74	Rp 7.079,41
9	2000	Rp 403.184,35	Rp 180.000,00	Rp 7.900.000,00	Rp 1.320.000,00	Rp 9.803.184,35	Rp 4.901,59
10	600	Rp 87.500,01	Rp -	Rp 3.100.000,00	Rp 940.000,00	Rp4.127.500,01	Rp 6.879,16
11	1500	Rp 450.625,03	Rp 180.000,00	Rp 5.700.000,00	Rp 1.555.000,00	Rp 7.885.625,03	Rp 5.257,08
12	1000	Rp 95.326,68	Rp 120.000,00	Rp 5.150.000,00	Rp 1.230.000,00	Rp 6.595.326,68	Rp 6.595,32
13	1500	Rp 368.125,02	Rp 180.000,00	Rp 5.600.000,00	Rp 1.350.000,00	Rp 7.498.125,02	Rp 4.998,75
14	2000	Rp 288.809,55	Rp 180.000,00	Rp 6.525.000,00	Rp 1.670.000,00	Rp 8.663.809,55	Rp 4.331,90
15	650	Rp 117.063,51	Rp -	Rp 4.250.000,00	Rp 890.000,00	Rp 5.257.063,51	Rp 8.087,79
16	1000	Rp 427.916,68	Rp 180.000,00	Rp 5.150.000,00	Rp 1.240.000,00	Rp 6.997.916,68	Rp 6.997,91
17	800	Rp 102.083,34	Rp 120.000,00	Rp 4.400.000,00	Rp 970.000,00	Rp 5.592.083,34	Rp 6.990,10
18	500	Rp 85.190,5	Rp -	Rp 1.650.000,00	Rp 720.000,00	Rp 2.455.190,5	Rp 4.910,38
19	500	Rp 87.083,35	Rp -	Rp 1.650.000,00	Rp 680.000,00	Rp 2.417.083,35	Rp 4.834,16
20	800	Rp 277.291,67	Rp 120.000,00	Rp 4.325.000,00	Rp 1.000.000,00	Rp 5.722.291,67	Rp 7.152,86

Lampiran D

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
HARGA JUAL PETANI BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Harga Penjualan (Rp)	Penjualan Kepada	Pasar Yang Dituju
1	2000	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	Pasar Besar/Pasar Luar Kabupateb Banyuwangi
		Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi
2	1000	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	
3	1500	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	
		Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi
4	2000	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	
		Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi
		Rp 6.000,00	Konsumen	
5	1000	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	
		Rp 6.000,00	Konsumen	
6	2000	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	Pasar Besar/Pasar Luar Kabupateb Banyuwangi
		Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi
7	1000	Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi
		Rp 6.000,00	Konsumen	
8	1000	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	
		Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	
9	2000	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	Pasar Besar/Pasar Luar Kabupateb Banyuwangi
		Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi
		Rp 6.000,00	Konsumen	
10	600	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	
		Rp 6.000,00	Konsumen	

Lanjut Lampiran D

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
HARGA JUAL PETANI BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Produksi Buah Naga / Bulan (Kg)	Harga Penjualan (Rp)	Penjualan Kepada	Pasar Yang Dituju
11	1500	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	Pasar Besar/Pasar Luar Kabupateb Banyuwangi
		Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	
12	1000	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	
		Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi
13	1500	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	
		Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi
14	2000	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	Pasar Besar/Pasar Luar Kabupateb Banyuwangi
		Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi
15	650	Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi
		Rp 6.000,00	Konsumen	
16	1000	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	
17	800	Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi
		Rp 6.000,00	Konsumen	
18	500	Rp 6.000,00	Konsumen	
19	500	Rp 6.000,00	Konsumen	
20	800	Rp 5.000,00	Pedagang Pengumpul 1	
		Rp 5.500,00	Pedagang Pengecer lokal	Pasar Kecil/Pasar Wilayah Kabupaten Banyuwangi

Lampiran E

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
KARAKTERISTIK RESPONDEN PEDAGANG DALAM TATANIAGA BUAH NAGA DI DESA BULUREJO
KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Umur (tahun)	Tingkat Pendidikan	Lama Berdagang Buah Naga (tahun)	Pembelian Kepada	Harga Pembelian (Rp)	Jumlah Pembelian (Kg)	Penjualan Kepada	Harga Jual (Rp)	Level Pedagang
1	25	S1	5	Petani	Rp 5.000,00	2500	Pedagang Besar	Rp 6.000,00	Pedagang Pengumpul I
2	35	SMP	5	Pedagang	Rp 5.500,00	5000	Pedagang Besar	Rp 8.000,00	Pedagang Pengumpul II
3	30	SMP	3	Produsen	Rp 5.000,00	2500	Pedagang Pengumpul II	Rp 5.500,00	Pedagang Pengumpul I
4	30	SMP	2	Produsen	Rp 5.000,00	2000	Pedagang Pengumpul II	Rp 5.500,00	Pedagang Pengumpul I
5	30	SMA	2	Produsen	Rp 5.000,00	2000	Pedagang Besar	Rp 6.000,00	Pedagang Pengumpul I
6	35	SMA	6	Pedagang	Rp 5.500,00	5000	Pedagang Besar	Rp 8.000,00	Pedagang Pengumpul II
7	35	SMA	4	Produsen	Rp 5.000,00	2000	Pedagang Pengecer	Rp 7.000,00	Pedagang Pengumpul I
8	37	SMA	8	Produsen	Rp 5.000,00	2000	Pedagang Besar	Rp 6.000,00	Pedagang Pengumpul I
9	45	SMA	8	Pedagang	Rp 5.500,00	5000	Pedagang Besar	Rp 8.000,00	Pedagang Pengumpul II
10	57	SMA	7	Pedagang	Rp 5.500,00	5000	Pedagang Besar	Rp 8.000,00	Pedagang Pengumpul II

Lanjut Lampiran E

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
KARAKTERISTIK RESPONDEN PEDAGANG DALAM TATANIAGA BUAH NAGA DI DESA BULUREJO
KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Umur (tahun)	Tingkat Pendidikan	Lama Berdagang Buah Naga (tahun)	Pembelian Kepada	Harga Pembelian (Rp)	Jumlah Pembelian (Kg)	Penjualan Kepada	Harga Jual (Rp)	Level Pedagang
11	35	SMP	3	Produsen	Rp 5.000,00	2000	Pedagang Pengecer	Rp 7.000,00	Pedagang Pengumpul I
12	43	SMA	8	Produsen	Rp 5.000,00	2000	Pedagang Besar	Rp 6.000,00	Pedagang Pengumpul I
13	35	S1	8	Produsen	Rp 5.000,00	2000	Pedagang pengumpul II	Rp 5.500,00	Pedagang Pengumpul I
14	35	SMP	6	Petani	Rp 5.000,00	1000	Konsumen	Rp 8.000,00	Pedagang Pengecer
15	65	SMP	8	Produsen	Rp 5.000,00	2000	Pedagang Besar	Rp 7.000,00	Pedagang Pengumpul I

Lampiran F.1

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
BIAYA TENAGA KERJA PEMASARAN PEDAGANG BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Pembelian Buah Naga / Bulan (Kg)	Jumlah Tenaga Kerja (orang)	Upah Tenaga Kerja (Rp)	Total Biaya Tenaga Kerja (Rp)
1	2500	3	Rp 70.000,00	Rp 210.000,00
2	5000	4	Rp 70.000,00	Rp 280.000,00
3	2500	3	Rp 70.000,00	Rp 210.000,00
4	2000	3	Rp 70.000,00	Rp 210.000,00
5	2000	3	Rp 70.000,00	Rp 210.000,00
6	5000	4	Rp 70.000,00	Rp 280.000,00
7	2000	3	Rp 70.000,00	Rp 210.000,00
8	2000	3	Rp 70.000,00	Rp 210.000,00
9	5000	4	Rp 70.000,00	Rp 280.000,00
10	5000	4	Rp 70.000,00	Rp 280.000,00
11	2000	3	Rp 70.000,00	Rp 210.000,00
12	2000	3	Rp 70.000,00	Rp 210.000,00
13	2500	3	Rp 70.000,00	Rp 210.000,00
14	1000	2	Rp 75.000,00	Rp 150.000,00
15	2000	3	Rp 70.000,00	Rp 210.000,00

Lampiran F.2

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
 BIAYA PEMASARAN PEDAGANG BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Pembelian Buah Naga / Bulan (Kg)	Kendaraan/Transportasi				Keranjang Plastik/Tray			
		Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)
1	2500	1	Rp 75.000.000,00	60	Rp 1.250.000,00	65	Rp 70.000,00	24	Rp 189.583,34
2	5000	2	Rp 75.000.000,00	60	Rp 2.500.000,00	80	Rp 80.000,00	24	Rp 266.666,67
3	2500	1	Rp 75.000.000,00	60	Rp 1.250.000,00	25	Rp 70.000,00	24	Rp 72.916,66
4	2000	1	Rp 75.000.000,00	60	Rp 1.250.000,00	30	Rp 70.000,00	24	Rp 87.500,00
5	2000	1	Rp 75.000.000,00	60	Rp 1.250.000,00	70	Rp 70.000,00	24	Rp 204.166,67
6	5000	2	Rp 75.000.000,00	60	Rp 2.500.000,00	80	Rp 70.000,00	24	Rp 233.333,34
7	2000	1	Rp 75.000.000,00	60	Rp 1.250.000,00	65	Rp 85.000,00	24	Rp 230.208,34
8	2000	1	Rp 75.000.000,00	60	Rp 1.250.000,00	65	Rp 85.000,00	24	Rp 230.208,34
9	5000	2	Rp 75.000.000,00	60	Rp 2.500.000,00	75	Rp 70.000,00	24	Rp 218.750,00
10	5000	2	Rp 75.000.000,00	60	Rp 2.500.000,00	80	Rp 80.000,00	24	Rp 266.666,67
11	2000	1	Rp 75.000.000,00	60	Rp 1.250.000,00	70	Rp 75.000,00	24	Rp 218.750,00
12	2000	1	Rp 75.000.000,00	60	Rp 1.250.000,00	65	Rp 70.000,00	24	Rp 189.583,34
13	2500	1	Rp 75.000.000,00	60	Rp 1.250.000,00	30	Rp 70.000,00	24	Rp 87.500,00
14	1000	1	Rp 75.000.000,00	60	Rp 1.250.000,00	65	Rp 75.000,00	24	Rp 203.125,00
15	2000	1	Rp 75.000.000,00	60	Rp 1.250.000,00	65	Rp 70.000,00	24	Rp 189.583,34

Lanjut Lampiran F.2

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
BIAYA PEMASARAN PEDAGANG BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Pembelian Buah Naga / Bulan (Kg)	Terpal				Timbangan			
		Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Usia Pakai (bulan)	Penyusutan (Rp)
1	2500	1	Rp 150.000,00	24	Rp 6.250,00	1	Rp 1.700.000,00	60	Rp 28.333,34
2	5000	2	Rp 200.000,00	24	Rp 16.666,67	1	Rp 3.500.000,00	60	Rp 58.333,34
3	2500	0	Rp -	0	Rp -	1	Rp 150.000,00	60	Rp 2.500,00
4	2000	0	Rp -	0	Rp -	1	Rp 150.000,00	60	Rp 2.500,00
5	2000	1	Rp 150.000,00	24	Rp 6.250,00	1	Rp 1.700.000,00	60	Rp 28.333,34
6	5000	2	Rp 200.000,00	24	Rp 16.666,67	1	Rp 3.000.000,00	60	Rp 50.000,00
7	2000	1	Rp 200.000,00	24	Rp 8.333,34	1	Rp 1.700.000,00	60	Rp 28.333,34
8	2000	1	Rp 150.000,00	24	Rp 6.250,00	1	Rp 2.500.000,00	60	Rp 41.666,67
9	5000	2	Rp 150.000,00	24	Rp 12.500,00	1	Rp 4.000.000,00	60	Rp 66.666,67
10	5000	2	Rp 200.000,00	24	Rp 16.666,67	1	Rp 4.000.000,00	60	Rp 66.666,67
11	2000	1	Rp 150.000,00	24	Rp 6.250,00	1	Rp 1.700.000,00	60	Rp 28.333,34
12	2000	1	Rp 150.000,00	24	Rp 6.250,00	1	Rp 1.700.000,00	60	Rp 28.333,34
13	2500	0	Rp	0	Rp -	1	Rp 2.000.000,00	60	Rp 33.333,34
14	1000	1	Rp 150.000,00	24	Rp 6.250,00	1	Rp 150.000,00	60	Rp 2.500,00
15	2000	1	Rp 150.000,00	24	Rp 6.250,00	1	Rp 1.700.000,00	60	Rp 28.333,34

Lanjut Lampiran F.2

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
BIAYA PEMASARAN PEDAGANG BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Pembelian Buah Naga / Bulan (Kg)	Transportasi			
		Jumlah (unit)	Biaya Perawatan (Rp)	Jangka Waktu (bulan)	Biaya Perawatan/ Hari (Rp)
1	2500	1	Rp 250.000,00	2	Rp -
2	5000	2	Rp 500.000,00	2	Rp -
3	2500	1	Rp 200.000,00	3	Rp -
4	2000	1	Rp 200.000,00	3	Rp -
5	2000	1	Rp 250.000,00	2	Rp -
6	5000	2	Rp 500.000,00	2	Rp -
7	2000	1	Rp 250.000,00	3	Rp -
8	2000	1	Rp 250.000,00	2	Rp -
9	5000	2	Rp 500.000,00	2	Rp -
10	5000	2	Rp 500.000,00	2	Rp -
11	2000	1	Rp 250.000,00	3	Rp -
12	2000	1	Rp 250.000,00	2	Rp -
13	2500	1	Rp 250.000,00	2	Rp -
14	1000	1	Rp 250.000,00	2	Rp -
15	2000	1	Rp 250.000,00	2	Rp -

Lanjut Lampiran F.2

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
BIAYA PEMASARAN PEDAGANG BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Pembelian Buah Naga / Bulan (Kg)	Biaya Konsumsi (Rp)	Biaya Bahan Bakar Kendaraan/Hari (Rp)	Biaya Sortasi (Rp)	Biaya Timbang (Rp)	Biaya Pengangkutan (Rp)	Biaya Pengemasan (Rp)
1	2500	Rp 50.000,00	Rp 200.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 125.000,00	Rp -
2	5000	Rp 50.000,00	Rp 400.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 150.000,00	Rp 125.000,000
3	2500	Rp -	Rp 50.000,00	Rp -	Rp -	Rp 125.000,00	Rp -
4	2000	Rp -	Rp 50.000,00	Rp -	Rp -	Rp 125.000,00	Rp -
5	2000	Rp 30.000,00	Rp 200.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 150.000,00	Rp -
6	5000	Rp 50.000,00	Rp 500.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 150.000,00	Rp 125.000,000
7	2000	Rp 50.000,00	Rp 100.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 125.000,00	Rp -
8	2000	Rp 40.000,00	Rp 200.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 125.000,00	Rp -
9	5000	Rp 50.000,00	Rp 400.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 150.000,00	Rp 125.000,000
10	5000	Rp 50.000,00	Rp 400.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 150.000,00	Rp 125.000,000
11	2000	Rp 50.000,00	Rp 100.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 125.000,00	Rp -
12	2000	Rp 40.000,00	Rp 200.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 150.000,00	Rp -
13	2500	Rp -	Rp 50.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 125.000,00	Rp -
14	1000	Rp -	Rp 50.000,00	Rp 100.000,00	Rp 100.000,00	Rp 125.000,00	Rp -
15	2000	Rp 50.000,00	Rp 200.000,00	Rp 100.000,00	Rp -	Rp 125.000,00	Rp -

Lanjut Lampiran F.2

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN
BIAYA PEMASARAN PEDAGANG BUAH NAGA DI DESA BULUREJO KECAMATAN PURWOHARJO

No. Responden	Jumlah Pembelian Buah Naga / Bulan (Kg)	Retribusi (Rp)	Jumlah Jenis Barang yang Dijual	Total Biaya Pemasaran (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
1	2500	Rp 35.000,00	1	Rp 720.000,00	Rp 288
2	5000	Rp 75.000,00	1	Rp 1.180.000,00	Rp 236
3	2500	Rp -	2	Rp 385.000,00	Rp 154
4	2000	Rp -	2	Rp 385.000,00	Rp 192,5
5	2000	Rp 35.000,00	1	Rp 725.000,00	Rp 362,5
6	5000	Rp 75.000,00	1	Rp 1.280.000,00	Rp 256
7	2000	Rp 35.000,00	2	Rp 620.000,00	Rp 310
8	2000	Rp 35.000,00	2	Rp 710.000,00	Rp 355
9	5000	Rp 75.000,00	1	Rp 1.180.000,00	Rp 236
10	5000	Rp 75.000,00	1	Rp 1.180.000,00	Rp 236
11	2000	Rp 35.000,00	2	Rp 620.000,00	Rp 310
12	2000	Rp 35.000,00	2	Rp 735.000,00	Rp 367,5
13	2500	Rp -	1	Rp 485.000,00	Rp 194
14	1000	Rp 35.000,00	1	Rp 560.000,00	Rp 560
15	2000	Rp 35.000,00	2	Rp 720.000,00	Rp 360

