

ANALISIS FUNGSI PEMASARAN BUAH MANGGIS DI HUTAN RAKYAT DESA AIR KUBANG KABUPATEN TANGGAMUS

*Analysis Marketing Function of Mangosteen In Community Forest Air Kubang
Village District of Tanggamus*

Annas Thasya Ningrum, Susni Herwanti, dan Hari Kaskoyo
Jurusan Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.

ABSTRACT. *Community forests are forests that are built and managed by the community to support the economy. Community forests function in regulating water management, resisting farmers who are relatively small. The types of data used are primary data and secondary data. Data is analyzed in a qualitative descriptive. The results of the study show that the marketing institutions involved are village level collectors, district level collectors, district level wholesalers and retailers. Marketing functions conducted by marketing institutions is the function of exchange in the form of sales and purchase, physical functions of transport and storage and facility functions in the form of standarization, risk and market information. erosion and providing forest products for community needs. One of the plants that contributes in supporting the environment and generating economic value for the community is mangosteen (*Garcinia mangostana*). In mangosteen marketing, the amount of costs incurred by the marketing institutions involved will cause the greater price difference between farmers and consumers. The purpose of this study is to determine the marketing functions performed by the mangosteen marketing agency. Data collection is done by observation, interview and literature study. Sampling was conducted by census in order to examine the entire population of mangosteen*

Keywords : *community forest; mangosteen; marketing actors; marketing function*

ABSTRAK. Hutan rakyat merupakan hutan yang dibangun oleh masyarakat yang kemudian dikelola guna menunjang perekonomian. Hutan rakyat berfungsi dalam mengatur tata air, menahan erosi serta menyediakan hasil hutan untuk kebutuhan masyarakat. Salah satu jenis tanaman yang berkontribusi dalam mendukung lingkungan dan menghasilkan nilai ekonomi bagi masyarakat adalah manggis (*Garcinia mangostana*). Dalam pemasaran manggis, besarnya biaya yang dikeluarkan oleh lembaga yang menyalurkan produk akan menyebabkan perbedaan dalam segi harga yang lebih besar lagi antara petani dengan konsumen. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran manggis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan studi pustaka. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara sensus guna meneliti seluruh populasi petani manggis sebanyak 46 responden. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa lembaga pemasaran yang ikut terlibat adalah pedagang pengumpul tingkat desa, pedagang pengumpul tingkat kabupaten, pedagang besar tingkat kabupaten dan pedagang pengecer. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran adalah fungsi pertukaran berupa penjualan dan pembelian, fungsi fisik berupa pengangkutan dan penyimpanan serta fungsi fasilitas berupa standarisasi, penanggungan resiko dan informasi pasar.

Kata Kunci : fungsi pemasaran; hutan rakyat; lembaga pemasaran; manggis

Penulis untuk korespondensi: surel: annas.thasya10@gmail.com

PENDAHULUAN

Berdasarkan keputusan Menteri
Kehutanan Republik Indonesia

No.P.9/Menhut-II/2013, hutan rakyat merupakan hutan yang tumbuh di atas tanah yang dibebani hak milik maupun hak lainnya di luar kawasan hutan dengan ketentuan luas minimal 0,25 ha dan penutupan tajuk tanaman kayu-kayuan dan

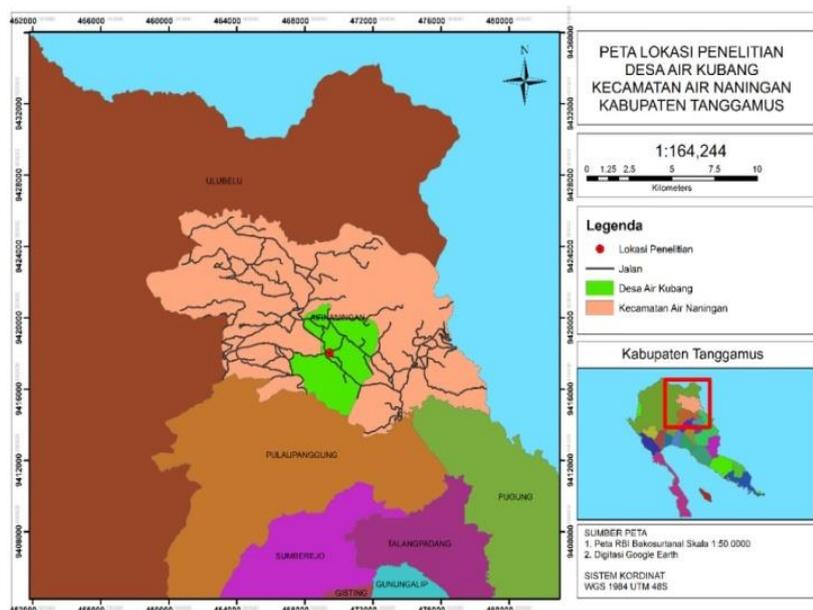
tanaman lainnya lebih dari 50%. Pola penanaman hutan rakyat terdiri dari pola monokultur dan pola campuran. Pola monokultur merupakan pola penanaman sejenis, sedangkan pola campuran terdiri dari tanaman buah-buahan dan beragam jenis tanaman lainnya (Soendjoto *et al.*, 2008). Hutan rakyat berfungsi dalam menjaga kesuburan tanah, mengatur tata air, menahan erosi serta menyediakan hasil hutan untuk kebutuhan masyarakat dalam menunjang perekonomian (Suryaningsih *et al.*, 2012). Jenis tanaman yang banyak dikembangkan di hutan rakyat Desa Air Kubang salah satunya yaitu manggis (*Garcinia mangostana*).

Manggis dapat tumbuh dengan baik pada ketinggian tempat 0-600 mdpl dan suhu udara 20-30°C (Mardiana, 2012). Kondisi biofisik lahan hutan rakyat Desa Air Kubang sangat cocok sebagai tempat pertumbuhan manggis. Dalam hal ini, manggis memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan, mengingat keuntungan yang didapat oleh masyarakat (Sumantra *et al.*, 2010). Salah satu aspek yang dapat mempengaruhi jumlah keuntungan adalah proses pemasaran buah manggis. Banyaknya lembaga dalam pemasaran yang menyalurkan produk akan mempengaruhi besarnya biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran. Ini menyebabkan besarnya perbedaan dalam segi harga yang terjadi antara petani dengan konsumen.

Pemasaran yang efisien memberikan dampak positif bagi seluruh lembaga dalam pemasaran yang ikut terlibat. Hal ini dapat terjadi jika seluruh lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran dengan baik. Fungsi-fungsi pemasaran berupa serangkaian kegiatan aktivitas proses fisik atau jasa yang bertujuan memberikan suatu kepuasan terhadap konsumen. Fungsi pemasaran penting untuk dianalisis karena fungsi pemasaran dapat memecahkan permasalahan seperti hambatan yang terjadi pada produsen dalam mengupayakan kepuasan konsumen (Hasyim, 2012). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis fungsi dalam pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran manggis yang berasal dari hutan rakyat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilakukan pada bulan Maret-April 2019 di Dusun Kramat Jati dan Dusun Tegalsari II, Desa Air Kubang, Kecamatan Air Nanning, Kabupaten Tanggamus. Peta lokasi penelitian disajikan pada Gambar 1. Objek dalam penelitian ini adalah petani manggis dan lembaga pemasaran yang memasarkan manggis di Dusun Kramat Jati dan Dusun Tegalsari II. Alat yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner, kamera, laptop dan alat hitung.



Gambar 1. Peta lokasi penelitian Desa Air Kubang.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dihimpun langsung dari pedagang pengumpul tingkat desa, pedagang pengumpul tingkat kabupaten, pedagang besar tingkat kabupaten dan pedagang pengecer. Data sekunder dihimpun dari buku, media ataupun hasil penelitian orang lain.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara sensus terhadap petani manggis. Responden yang dipilih adalah 30 orang yang berasal dari kelompok tani hutan (KTH) Tunas Karya II (Dusun Kramat Jati), dan 16 orang dari kelompok tani (poktan) Tani Maju (Dusun Tegalsari II). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk mengetahui fungsi-fungsi dalam pemasaran yang dilakukan oleh lembaga yang terlibat memasarkan produk berupa; fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Lokasi Penelitian

Luas wilayah Desa Air Kubang yaitu 1.600 ha. Letak geografis desa ini berada pada topografi berbukit dengan ketinggian 270-500 mdpl. Wilayah Desa Air Kubang dipengaruhi oleh udara tropikal pantai dan pegunungan dengan temperatur udara berkisar 25-30°C dan curah hujan rata-rata berkisar 2.523 mm (Pekon Air Kubang, 2015).

Jumlah penduduk di Desa Air Kubang adalah 3.719 jiwa, dengan jumlah penduduk laki-laki mencapai 1.951 jiwa dan wanita mencapai 1.768 jiwa (Pekon Air Kubang, 2015). Mata pencaharian utama masyarakat di Desa Air Kubang adalah petani. Jenis pekerjaan lainnya seperti; pedagang, pembuat batu bata, pengajar ngaji, penyuluh swadaya, pertukangan dan peternak banyak ditemukan di desa ini.

Lahan hutan rakyat di Dusun Kramat Jati merupakan hutan hak/milik yang dikelola secara pribadi oleh masyarakat. Luas hutan rakyat di Dusun Kramat Jati adalah 300 ha, yang terbagi menjadi blok inti seluas 200 ha dan blok pendukung seluas 100 ha. Blok inti merupakan lahan hutan rakyat yang dilindungi sedangkan blok pendukung merupakan lahan hutan rakyat yang

dimanfaatkan oleh masyarakat untuk budidaya. Lahan hutan rakyat di Dusun Tegalsari II merupakan hutan hak/milik yang dikelola secara pribadi oleh masyarakat. Luas hutan rakyat di Dusun Tegalsari II yaitu 81 ha. Masyarakat mengelola hutan rakyat dengan pola agroforestri.

Karakteristik Responden

Umur dan Tingkat Pendidikan

Kelompok umur penduduk dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu (a) umur muda, yaitu penduduk dibawah usia 15 tahun; (b) umur produktif, yaitu penduduk dengan usia 15–64 tahun; dan (c) umur tua, yaitu penduduk dengan usia 65 tahun ke atas sebagai kelompok yang tidak lagi produktif (Tjiptoherijanto, 2001). Berdasarkan kelompok umur tersebut diketahui bahwa umur responden petani manggis di Dusun Kramat Jati dan Tegalsari II didominasi oleh umur 45 tahun dan 46 tahun yang termasuk dalam kategori kelompok umur produktif. Petani dengan umur produktif memiliki kemampuan fisik dan pola pikir yang sangat baik untuk menyerap informasi, inovasi baru dan mengaplikasikannya (Waris *et al.*, 2015). Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan Robiyan (2014) bahwa umur petani yang produktif akan mempengaruhi hasil yang diperoleh dari budidaya. Petani manggis di Dusun Kramat Jati dan Tegalsari II dapat menyerap informasi yang diterima dan mampu mengerahkan tenaga secara fisik dalam melakukan budidaya manggis. Jenis informasi yang diperoleh petani berupa pelatihan membudidayakan dan merawat tanaman serta membuat pupuk organik.

Berdasarkan tingkat pendidikan, petani di Dusun Kramat Jati dan Dusun Tegalsari II rata-rata memiliki tingkat pendidikan sekolah dasar (SD). Menurut Stuart (2006) dan Thamrin *et al.* (2012), jika tingkat pendidikan semakin tinggi maka akan mudah dalam berpikir rasional serta tanggap dalam menerima informasi dan inovasi baru. Walaupun tingkat pendidikan petani manggis di Dusun Kramat Jati dan Dusun Tegalsari II tergolong rendah, hal ini tidak mempengaruhi cara berpikir petani dalam menangkap informasi mengenai kegiatan budidaya dan kegiatan pemasaran manggis. Petani banyak mengikuti pendidikan informal seperti penyuluhan dan pelatihan budidaya tanaman walaupun pendidikan

formalnya rendah. Pendidikan informal membuat petani memiliki wawasan yang meluas sehingga petani lebih sadar bahwa produktivitas buah manggis itu penting. Kesadaran ini mendorong petani dalam meningkatkan produksi dari kegiatan budidaya manggis yang dilakukan (Mahendra, 2014). Sejalan dengan Herwanti *et al.* (2017), peningkatan pengetahuan petani didorong untuk meningkatkan kesadaran petani dalam mewujudkan pengelolaan hutan lestari agar kesejahteraan petani dapat meningkat.

Keadaan Usahatani Manggis

Petani manggis di Dusun Kramat Jati yang mengelola lahan di blok pendukung memiliki luas lahan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, antara lain 0,25 ha-2 ha. Status lahan yang dikelola oleh responden petani adalah milik pribadi. Pengalaman petani dalam berusahatani manggis sekitar 12-13 tahun. Kepemilikan tanaman manggis pada masing-masing lahan petani antara lain 15-80 batang/ha. Jumlah maksimal pohon manggis/ha yang produktif yaitu 80 pohon dan pohon yang tidak produktif yaitu 30 pohon. Produktivitas buah manggis yang terbesar yaitu 500 kg/ha, sedangkan produktivitas terendah yaitu 15 kg/ha.

Tanaman lain yang terdapat di lahan petani sekitar 23 jenis berupa tanaman kehutanan, MPTS, perkebunan dan pertanian. Petani menggunakan tanaman pinggir berupa cempaka yang ditanam dengan jarak 5 m mengelilingi lahan. Pada bagian tengah lahan dikombinasikan petai, jengkol, kemiri dan manggis dengan jarak 10x10 m, terdapat pula tanaman kopi atau coklat dengan jarak tanam 2x2 m dan lada dengan jarak tanam 2x3 m.

Pemeliharaan dilakukan dengan memberi pupuk jenis urea pada tanaman manggis, kopi dan lada sedangkan tanaman kehutanan tidak diberi pupuk. Menurut Wawan *et al.* (2007), pemupukan nitrogen sangat diperlukan untuk mendapatkan produksi tanaman yang optimal. Pemupukan nitrogen seperti urea sebaiknya diberikan secara bertahap sesuai dengan fase pertumbuhan tanaman, karena unsur nitrogen dibutuhkan tanaman sepanjang pertumbuhannya (Hakim *et al.*, 1986).

Pemanenan manggis dilakukan dengan cara dipetik satu per satu atau dijaring pada bagian dahan pohon manggis yang

berbuah. Hal ini bertujuan agar manggis tidak jatuh ke tanah. Apabila manggis jatuh ke tanah maka akan mengalami pengerasan pada kulit buah dan kemudian membusuk.

Petani manggis di Dusun Tegalsari II memiliki luas lahan antara lain 0,5 ha-3,5 ha. Status lahan yang dikelola oleh responden petani adalah milik sendiri. Pengalaman petani dalam berusahatani manggis sekitar 12-13 tahun sama dengan pengalaman petani di Dusun Kramat Jati. Kepemilikan tanaman manggis pada masing-masing lahan petani antara lain 30-110 batang/ha. Jumlah maksimal pohon manggis/ha yang produktif adalah 70 pohon dan pohon yang tidak produktif adalah 40 pohon. Produktivitas buah manggis paling banyak yaitu 4.000 kg/ha, sedangkan produktivitas paling sedikit yaitu 300 kg/ha.

Tanaman lain yang terdapat di lahan petani sekitar 11 jenis berupa tanaman kehutanan, MPTS, perkebunan dan pertanian. Jenis tanaman yang berada di lahan petani Dusun Tegalsari II lebih sedikit dibandingkan dengan Dusun Kramat Jati. Pada lahan bagian tengah, ditanami manggis, kopi dan kemiri dengan jarak 10x10 m, kemudian diperkaya dengan jenis tanaman kehutanan.

Pemeliharaan dilakukan dengan memangkas ranting-ranting kecil yang dianggap mengganggu, kemudian memberi pupuk pada tanaman menggunakan pupuk kandang atau kimia seperti KCl dan urea. Pemupukan dilakukan 2x dalam setahun pada saat awal dan akhir musim penghujan. Sejalan dengan penelitian Anatika *et al.*, (2019) petani memberikan perawatan berupa pemupukan, pupuk yang digunakan yaitu pupuk kandang atau kimia dengan frekuensi 1-2x dalam setahun. Dosis pupuk yang diberikan yaitu ½ kg untuk 1 pohon. Pupuk kalium klorida (KCl) berfungsi untuk memperkuat bagian batang pada tanaman, membuat tanaman tahan terhadap serangan penyakit, memberi peningkatan dalam pembentukan warna hijau serta menambah karbohidrat pada buah dan efek negatif dari pupuk N dapat dikurangi (Sulkan *et al.*, 2014).

Pemanenan manggis dilakukan dengan cara dipetik atau dijaring dengan tujuan menghindari agar buah tidak jatuh ke tanah, sama halnya dengan cara pemanenan di Dusun Kramat Jati.

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan yang memiliki usaha atau individu yang memiliki hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya yang melakukan pemasaran serta menyalurkan komoditi dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen (Sudiyono, 2004). Dalam pemasaran, biaya yang dikeluarkan berbeda-beda, dapat dilihat melalui jarak antara lokasi produsen ke lokasi konsumen. Semakin banyak lembaga pemasaran yang ikut terlibat, semakin besar biaya yang harus dikeluarkan dalam pemasaran (Permadi, 2017). Lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan manggis di Dusun Kramat Jati dan Dusun Tegalsari II yaitu pedagang pengumpul tingkat desa, pedagang pengumpul tingkat kabupaten, pedagang besar tingkat kabupaten dan pedagang pengecer.

Pedagang Pengumpul Tingkat Desa

Pedagang pengumpul tingkat desa adalah individu atau kelompok di tingkat desa yang membeli manggis langsung dari petani secara borongan (Ramadinata, 2014). Pedagang pengumpul tingkat desa yang berada di Dusun Kramat Jati berjumlah 2 orang, sedangkan pedagang pengumpul tingkat desa yang berada di Dusun Tegalsari II hanya 1 orang. Pembelian manggis dilakukan oleh pedagang pengumpul tingkat desa secara borongan. Sistem pembayaran dilakukan secara tunai. Menurut hasil penelitian Nurasa dan Hidayat (2008) sistem pembayaran yang banyak dilakukan dalam penjualan dan pembelian yaitu secara tunai atau kontan. Biaya yang dikeluarkan untuk mengangkut manggis pulang dan pergi menggunakan motor yaitu Rp 6.000,00. Pengangkutan dilakukan dari rumah petani ke rumah pedagang pengumpul tingkat desa. Salah satu pedagang pengumpul tingkat desa di Dusun Kramat Jati merupakan petani manggis, sama halnya dengan pedagang pengumpul tingkat desa di Dusun Tegalsari II yang juga bertindak sebagai petani manggis.

Pedagang Pengumpul Tingkat Kabupaten

Pedagang pengumpul tingkat kabupaten adalah individu atau kelompok di tingkat kabupaten yang membeli manggis langsung dari petani secara borongan (Ramadinata, 2014). Pedagang pengumpul tingkat kabupaten berjumlah 2 orang, pedagang berasal dari Talang Padang dan Tekad yang

membeli manggis dari pedagang pengumpul tingkat desa di Dusun Kramat Jati. Terdapat pula pedagang pengumpul tingkat kabupaten yang berasal dari Gisting yang membeli manggis dari pedagang pengumpul tingkat desa di Dusun Tegalsari II. Pedagang yang berasal dari Talang Padang dan Tekad menjual manggis kepada pengecer yang ada di tingkat kabupaten, sedangkan pedagang yang berasal dari Gisting akan menjual manggis ke pedagang besar di luar Lampung. Pedagang pengumpul tingkat kabupaten membeli manggis secara borongan dengan sistem pembayaran tunai. Biaya yang dikeluarkan untuk mengangkut manggis pulang dan pergi menggunakan motor yaitu Rp 12.000,00. Pengangkutan dilakukan dari rumah pedagang pengumpul tingkat desa ke rumah pedagang pengumpul tingkat kabupaten.

Pedagang Besar Tingkat Kabupaten

Pedagang besar tingkat kabupaten adalah individu atau kelompok di tingkat kabupaten yang membeli produk baik dari petani maupun dari pedagang pengumpul (Ramadinata, 2014). Pedagang besar tingkat kabupaten yang membeli manggis dari petani di Dusun Kramat Jati dan Dusun Tegalsari II berjumlah 2 orang yang berasal dari Kota Agung. Pembelian dilakukan secara borongan dalam jumlah yang besar. Sejalan dengan hasil penelitian Istiyanti (2010), pedagang besar membeli produk dalam volume yang lebih banyak dibandingkan dengan pedagang lain seperti pedagang pengumpul. Sistem pembayaran dilakukan secara tunai. Biaya yang dikeluarkan untuk mengangkut manggis pulang dan pergi menggunakan mobil *pick up* yaitu Rp 100.000,00. Pengangkutan dilakukan dari rumah petani ke rumah pedagang besar tingkat kabupaten. Manggis yang telah dibeli kemudian akan dijual ke luar Lampung yaitu ke Pulau Jawa. Pedagang besar tidak melayani penjualan manggis kepada pedagang pengecer, tetapi melayani apabila ada konsumen akhir yang membeli manggis.

Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah pedagang yang melakukan penjualan barang secara langsung ke tangan konsumen akhir dengan jumlah eceran (Al-bara, 2016). Pedagang pengecer yang membeli manggis dari pedagang pengumpul tingkat kabupaten dan pedagang besar tingkat kabupaten

berjumlah 2 orang. Pembelian dilakukan secara eceran dengan sistem pembayaran tunai. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk mengangkut manggis tidak ada, karena pedagang pengumpul tingkat kabupaten dan pedagang besar tingkat kabupaten yang mengantarkan manggis ke rumah pedagang pengecer. Manggis yang dibeli kemudian dijual kepada konsumen akhir di tingkat kabupaten seperti Talang Padang, Gisting dan Tekad.

Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran dilakukan oleh lembaga yang terlibat dalam pemasaran, kemudian membentuk saluran pemasaran. Fungsi pemasaran dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh produsen dengan tujuan memuaskan konsumen seefektif dan seefisien mungkin (Hasyim, 2012). Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran pada setiap saluran pemasaran manggis di Dusun Kramat Jati dan Dusun Tegalsari II

No.	Nama Dusun	Saluran dan Lembaga Pemasaran	Fungsi-fungsi Pemasaran							
			Pertukaran		Fisik			Fasilitas		
			Jual	Beli	Angkut	Simpan	Standarisasi	Resiko	Informasi Pasar	
1.	Dusun Kramat Jati	Saluran 1								
		• Petani	√	-	-	-	-	-	-	
		Saluran 2								
		• Petani	√	-	-	-	-	-	-	
		• Pedagang Pengumpul Tingkat Desa	√	√	√	√	√	√	√	
		• Pedagang Pengumpul Tingkat Kabupaten	√	√	√	-	√	-	√	
		• Pedagang Pengecer	√	√	-	√	-	√	√	
		Saluran 3								
		• Petani	√	-	-	-	-	-	-	
		• Pedagang Besar Tingkat Kabupaten	√	√	√	√	√	√	√	
		• Pedagang Pengecer	√	√	-	√	-	√	√	
		Saluran 4								
		• Petani	√	-	-	-	-	-	-	
		• Pedagang Besar Tingkat Kabupaten	√	√	√	√	√	√	√	
		2.	Dusun Tegalsari II	Saluran 1						
				• Petani	√	-	-	-	-	-
Saluran 2										
• Petani	√	-	-	-	-	-	-			
• Pedagang	√	√	√	√	√	√	√			

Pengumpul Tingkat Desa							
• Pedagang Pengumpul Tingkat Kabupaten	√	√	√	-	√	-	√
Saluran 3							
• Petani	√	-	-	-	-	-	-
• Pedagang Besar Tingkat Kabupaten	√	√	√	-	√	-	√
Saluran 4							
• Petani	√	-	-	-	-	-	-
• Pedagang Besar Tingkat Kabupaten	√	√	√	-	√	-	√

Petani

Petani manggis melakukan fungsi pemasaran berupa fungsi pertukaran. Fungsi pertukaran yang dilakukan yaitu kegiatan penjualan manggis dari petani yang juga sebagai pedagang pengecer yang menjual ke konsumen paling akhir didalam maupun luar dusun Kramat Jati dan Dusun Tegalsari II. Hal ini sejalan dengan penelitian Wulandari (2018) yang mengatakan bahwa petani tidak hanya sebagai produsen, tetapi juga bertindak sebagai pengecer dengan melakukan penjualan langsung kepada konsumen akhir. Selain itu, petani juga menjual manggis kepada pedagang pengumpul dan pedagang besar secara borongan. Sistem pembayaran dalam penjualan dilakukan secara tunai. Sejalan dengan Ramadinata (2014), penjualan produk dilakukan petani kepada pedagang pengumpul dan pedagang besar secara borongan dan sistem pembayaran dilakukan secara tunai. Petani tidak melakukan fungsi pembelian karena merupakan produsen. Toruan (2007) juga mengatakan petani tidak melakukan fungsi pembelian karena produk yang dijual merupakan milik petani itu sendiri.

Pedagang Pengumpul Tingkat Desa

Pedagang pengumpul tingkat desa melakukan fungsi pemasaran antara lain adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran berupa pembelian dan penjualan. Pembelian dilakukan dengan membeli manggis dari petani oleh pedagang pengumpul tingkat desa yang kemudian dijual kepada pedagang pengumpul tingkat kabupaten.

Pedagang pengumpul tingkat desa melakukan fungsi fisik berupa kegiatan

pengangkutan dan penyimpanan. Manggis di angkut dari rumah petani ke rumah pedagang pengumpul tingkat desa menggunakan motor. Hasil penelitian Istiyanti (2010) mengatakan pedagang pengumpul melakukan pengangkutan produk dari rumah petani dengan menggunakan kendaraan pribadi. Setelah itu, manggis disimpan 1-2 malam untuk dikumpulkan lebih banyak dan menunggu adanya pembeli. Penyimpanan manggis dilakukan dengan menaruh manggis di ruang tamu berukuran 2x3 m yang berkapasitas 2 kwintal dengan beralaskan karpet.

Pedagang pengumpul tingkat desa juga melakukan fungsi fasilitas berupa standarisasi, penanggungan resiko dan informasi harga pasar. Pedagang pengumpul tingkat desa melakukan standarisasi dalam memasarkan manggis ke pedagang pengumpul tingkat kabupaten berupa penggolongan berdasarkan bagus (matang) atau busuknya manggis. Sejalan dengan penelitian Toruan (2007), standarisasi dilakukan dengan melihat cacat, busuk dan layak atau tidak layaknya buah untuk dijual. Bagus atau busuknya manggis dapat dilihat dari keras atau lembutnya kulit manggis. Manggis yang kulitnya keras seperti batu tidak masuk dalam kriteria yang akan dibeli pedagang. Kematangan manggis dapat dilihat dari semburat warna pada kulit manggis yang berwarna ungu dan lembutnya kulit manggis saat ditekan menggunakan tangan.

Resiko pemasaran yang di tanggung oleh pedagang pengumpul tingkat desa tidak terlalu besar, karena manggis hanya disimpan 1-2 malam. Resiko tersebut berupa penyusutan manggis saat di

timbang. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Ramadinata (2014) bahwa penanggungsan resiko dalam pemasaran berupa penyusutan volume buah dari volume timbangan awal. Manggis yang disimpan merupakan manggis yang dibeli secara borongan yaitu 50 kg/karung. Penyimpanan menyebabkan manggis menyusut 1 kg/karung, hal ini menyebabkan kerugian sebesar Rp 5.000,00. Oleh sebab itu pedagang pengumpul tingkat desa tidak ingin menyimpan manggis terlalu lama. Manggis yang telah dibeli, akan diantarkan pedagang pengumpul tingkat desa ke rumah pedagang pengumpul tingkat kabupaten menggunakan motor. Biaya untuk pengangkutan baik dari rumah petani maupun ke rumah pedagang pengumpul tingkat kabupaten ditanggung oleh pedagang pengumpul tingkat desa. Sesuai dengan Ramadinata (2014), semua biaya pengangkutan ditanggung oleh pedagang pengumpul sehingga petani tidak perlu mengeluarkan biaya pengangkutan. Informasi pasar mengenai harga manggis diperoleh dari sesama pedagang pengumpul tingkat desa melalui telepon atau *whatsapp*. Istiyanti (2010) juga mengatakan bahwa informasi pasar yang diperoleh berasal dari sesama pedagang pengumpul.

Pedagang Pengumpul Tingkat Kabupaten

Pedagang pengumpul tingkat kabupaten melakukan fungsi pemasaran antara lain fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran berupa pembelian dan penjualan. Pembelian dilakukan dengan membeli manggis dari pedagang pengumpul tingkat desa yang kemudian dijual kepada pedagang pengecer di Kabupaten Tanggamus. Pedagang pengumpul tingkat kabupaten melakukan fungsi fisik yaitu pengangkutan. Besar atau kecilnya biaya dapat dilihat dari dekat atau jauhnya jarak yang ditempuh saat pengangkutan (Pradika *et al.*, 2013). Manggis di angkut dari rumah pedagang pengumpul tingkat kabupaten menggunakan motor, kemudian langsung di antarkan ke rumah pengecer sehingga pedagang pengumpul tingkat kabupaten tidak melakukan fungsi penyimpanan.

Pedagang pengumpul tingkat kabupaten melakukan fungsi fasilitas berupa standarisasi dan informasi harga pasar. Pedagang pengumpul tingkat kabupaten melakukan standarisasi dalam memasarkan manggis kepada pedagang pengecer berupa penggolongan berdasarkan bagus

(matang) atau busuknya manggis. Bagus atau busuknya manggis dapat dilihat dari keras atau lembutnya kulit manggis. Manggis yang matang dapat dilihat dari semburat warna pada kulit manggis yang berwarna ungu dan lembutnya kulit manggis saat di tekan menggunakan tangan. Informasi pasar mengenai harga manggis diperoleh dari sesama pedagang pengumpul tingkat kabupaten melalui telepon.

Pedagang Besar Tingkat Kabupaten

Pedagang besar tingkat kabupaten melakukan fungsi pemasaran antara lain fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran berupa pembelian dan penjualan. Pedagang besar di Dusun Kramat Jati membeli manggis dari petani yang kemudian dijual kepada pedagang pengecer di Kabupaten Tanggamus, sedangkan di Dusun Tegalsari II pedagang besar tingkat kabupaten menjual manggis kepada pedagang besar di luar Lampung. Pedagang besar tingkat kabupaten melakukan fungsi fisik yaitu pengangkutan buah manggis dari rumah petani ke rumah pedagang besar tingkat kabupaten menggunakan mobil *pick up*. Sarana transportasi yang digunakan oleh pedagang besar sesuai dengan volume pembelian yang dilakukan (Ramadinata, 2014).

Pedagang besar tingkat kabupaten melakukan fungsi fasilitas seperti standarisasi, penanggungsan resiko dalam pemasaran dan informasi harga pasar. Pedagang besar tingkat kabupaten yang membeli manggis di Dusun Kramat Jati melakukan standarisasi dalam memasarkan manggis ke pedagang pengecer berupa penggolongan berdasarkan bagus atau busuknya manggis. Resiko pemasaran yang di tanggung oleh pedagang besar tingkat kabupaten tidak terlalu besar karena manggis hanya berada beberapa jam saja didalam mobil, kemudian manggis langsung di antar ke rumah pedagang pengecer di Kabupaten Tanggamus. Informasi pasar mengenai harga manggis diperoleh dari sesama pedagang besar melalui telepon.

Pedagang besar tingkat kabupaten yang membeli manggis di Dusun Tegalsari II melakukan standarisasi serta penanggungsan resiko dalam memasarkan manggis ke pedagang besar diluar Lampung berupa penggolongan berdasarkan besar atau kecilnya dan bagus (matang) atau busuknya manggis. Manggis digolongkan berdasarkan

ukuran besar dengan diameter luar 8 cm dan ukuran kecil dengan diameter luar 6 cm. Sejalan dengan Ramadinata (2014), standarisasi yang dilakukan berupa penggolongan berdasarkan ukuran besar atau kecilnya buah. Penggolongan manggis yang berukuran besar bertujuan untuk menjual manggis ke supermarket sedangkan manggis yang kecil dijual di pasar tradisional di Pulau Jawa.

Kematangan manggis dilihat melalui tekstur dan warna buah yang lembut dan berwarna ungu. Manggis merupakan tipe buah yang tidak mudah busuk karena saat di panen dalam kondisi tidak terlalu matang sehingga tahan disimpan dalam beberapa hari. Resiko pemasaran yang di tanggung oleh pedagang besar tingkat kabupaten tidak terlalu besar karena manggis langsung berpindah pada hari itu juga ke tangan pedagang besar di luar Lampung. Informasi harga pasar yang diperoleh berasal dari sesama pedagang besar tingkat kabupaten melalui telepon.

Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer melakukan fungsi pemasaran antara lain fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran berupa pembelian dan penjualan. Pembelian dilakukan dengan membeli manggis dari pedagang besar tingkat kabupaten yang kemudian dijual kepada konsumen yang paling akhir. Pedagang pengecer melakukan fungsi fisik seperti penyimpanan manggis yang belum laku terjual. Sesuai dengan Ramadinata (2014) yang menyatakan pedagang pengecer melakukan fungsi fisik berupa penyimpanan buah. Pedagang pengecer melakukan fungsi fasilitas seperti penanggungan resiko dan informasi harga pasar. Resiko dalam pemasaran produk yang di tanggung pedagang pengecer tidak terlalu besar karena manggis tidak mudah busuk. Manggis yang belum laku terjual disimpan semalam sebelum kembali dijual keesokan harinya. Informasi pasar mengenai harga manggis diperoleh melalui obrolan (dari mulut ke mulut) sesama pedagang pengecer di Kabupaten Tanggamus. Ramadinata (2014) juga mengatakan informasi pasar didapatkan melalui sesama pedagang pengecer di daerah tersebut.

SIMPULAN

Simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Lembaga yang ikut serta dalam melakukan pemasaran manggis di Dusun Kramat Jati dan Dusun Tegalsari II yaitu; pedagang pengumpul tingkat desa, pedagang pengumpul tingkat kabupaten, pedagang besar tingkat kabupaten dan pedagang pengecer. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan yaitu fungsi pertukaran antara lain penjualan dan pembelian, fungsi fisik antara lain pengangkutan dan penyimpanan kemudian fungsi fasilitas antara lain standarisasi, penanggungan resiko dan informasi pasar. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul tingkat desa dan pedagang besar tingkat kabupaten adalah yang paling besar. Hal ini disebabkan karena jauhnya jarak pengangkutan, sehingga biaya transportasi menjadi tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bara. 2016. *Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi*. Tesis. Program Pascasarjana. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan. 132 hlm.
- Anatika, E., Kaskoyo, H., Febryano, I. G. dan Banuwa, I. S. 2019. Pengelolaan Hutan Rakyat di Kabupaten Tulang Bawang Barat. *Jurnal Sylva Lestari*. 7(1) : 42-51.
- Hakim, N., Yusuf, N., Lubis, A. M., Nugroho, S. G., Saul, R., Diha, M. A., Hong, G. B. dan Bailey, H. H. 1986. *Dasar-Dasar Ilmu Tanah*. Buku. Universitas Lampung. Bandar Lampung. 488 hlm.
- Hasyim, A.I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Buku. Universitas Lampung. Bandar Lampung. 253 hlm.
- Herwanti, S., Safe'i R. dan Hidayat, W. 2017. Jenis Hasil Hutan Bukan Kayu yang Dikembangkan di Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Emersia*. Bandar Lampung.
- Istiyanti, E. 2010. Efisiensi Pemasaran Cabe Merah Keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. *Jurnal Pertanian MAPETA*. 12(2) : 72-144.

- Mahendra, A. D. 2014. *Analisis Pengaruh Pendidikan, Upah, Jenis Kelamin, Usia dan Pengalaman Kerja (Studi di Industri Kecil Tempe di Kota Semarang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang. 87 hlm.
- Nurasa, T. Dan Hidayat, D. 2008. Analisis Usahatani dan Keragaan Marjin Pemasaran Jeruk di Kabupaten Karo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. 1:22.
- Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia. 2013. Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia No. P.9 Tahun 2013 Tentang Tata Cara Pelaksanaan, Kegiatan Pendukung dan Pemberian Insentif Kegiatan Rehabilitasi Hutan dan Lahan. Permenhut. Jakarta. 19 hlm.
- Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. 2018. Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia No. P.89 Tahun 2018 Tentang Pedoman Kelompok Tani Hutan. Menlhk. Jakarta. 25 hlm.
- Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia. 2016. Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia No. 67 Tahun 2016 Tentang Pembinaan Kelembagaan Petani. Permentan. Jakarta. 78 hlm.
- Permadi, R. 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Kepok di Kabupaten Seruyan. *Jurnal Ilmu Pertanian*. 1(1) : 120-128.
- Pradika, A., Hasyim A. I. dan Soelaiman, A. 2013 Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar di Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 1(1) : 25-35.
- Robiyanto, R., Hasanuddin, T. dan Yanfika, H. 2014. Persepsi Petani Terhadap Program SL-PHT dalam Meningkatkan Produktivitas dan Pendapatan Usahatani Kakao (Studi Kasus Petani Kakao di Desa Sukoharjo 1 Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 2(3) : 301-308.
- RPJM Pekon Air Kubang. 2015. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Pekon Air Kubang*. Buku. Air Kubang. Tanggamus. 50 hlm.
- Soendjoto, M. A., Suyanto, Hafiziannoor, Pernama, A., Rafiqi, A. dan Sjukran, S. 2008. Keanekaragaman Tanaman pada Hutan Rakyat di Kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan. *Jurnal Biodiversitas*. 9(2) : 142-147.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Buku. UMM Press. Malang. 297 hlm.
- Stuart, G. W. 2006. *Buku Saku Keperawatan Jiwa (Edisi 5)*. Buku. Kedokteran EGC. Jakarta. 439 hlm.
- Sulkan, H., Ernita, M. P. dan Rosmawaty, T. 2014. Aplikasi Jenis Pupuk Organik dan Dosis Pupuk KCl pada Tanaman Ubi Jalar. *Jurnal Dinamika Pertanian*. 29(3) : 207-214.
- Sumantra, I. K., Wiswasta, I. A., Sujana, I. P. dan Widnyana, I. K. 2010. Peningkatan Produksi dan Pendapatan Petani Manggis Melalui Penerapan Teknologi Pembuahan Manggis di Luar Musim di Selemadeg, Tabanan. *Jurnal Majalah Aplikasi Ipteks Nganyah*. 1(1) : 71-80.
- Suryaningsih, W. H., Purnaweni, H. dan Izzati, M. 2012. Persepsi Masyarakat dalam Pelestarian Hutan Rakyat di Desa Karangrejo Kecamatan Loano Kabupaten Purworejo. *Prosiding Seminar Nasional Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. Semarang.
- Thamrin, M., Herman, S. dan Hanafi, F. 2012. Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Pendapatan Petani Pinang. *Jurnal Agrium*. 17(2) : 134-144.
- Tjiptoherijanto, P. 2001. *Proyeksi Penduduk, Angkatan Kerja, Tenaga Kerja dan Peran Serikat dalam Peningkatan Kesejahteraan*. Buku. Majalah Perencanaan Pembangunan, Edisi 23. Jakarta. 10 hlm.
- Waris, Badriyah, N., dan Wahyuning, D. A. 2015. Pengaruh Tingkat Pendidikan, Usia dan Lama Beterak Terhadap Pengetahuan Manajemen Reproduksi Ternak Sapi Potong di Desa Kedungpring Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik. *Jurnal Ternak*. 6(1) : 3-8.

- Wawan, Sabiham, S., Idris, K., Djajakirana, G. dan Anwar, S. 2007. Keselarasan Penyediaan Nitrogen dari Pupuk Hijau dan Urea dengan Pertumbuhan Jagung pada Inceptisol Darmaga. *Jurnal Bul. Agron.* 35(3) : 161-167.
- Wulandari, D., Qurniati, R. dan Herwanti, S. 2018. Efisiensi Pemasaran Durian (*Durio zhibetinus*) di Desa Wisata Durian Kelurahan Sumber Agung. *Jurnal Sylva Lestari.* 6(2) : 68-76.