

SKRIPSI

**SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN
BUAH MANGGA (*Mangifera indica* L.)
(Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur)**

***MARKETING CHANNELS AND MARGINS
MANGO FRUIT (*Mangifera indica* L.)
(Case Study of Fruit Traders at the Kramat Jati Central Market, East Jakarta)***



Oleh:

**Dian Lasmi Handayani
(183112500150034)**

**PROGRAM KEKHUSUSAN AGRIBISNIS
PROGRAM STUDI AGROTEKNOLOGI
FAKULTAS BIOLOGI DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

SKRIPSI

**SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN
BUAH MANGGA (*Mangifera indica* L.)
(Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur)**

***MARKETING CHANNELS AND MARGINS
MANGO FRUIT (*Mangifera indica* L.)
(Case Study of Fruit Traders at the Kramat Jati Central Market, East Jakarta)***

OLEH:

**DIAN LASMI HANDAYANI
183112500150034**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Kekhususan Agribisnis Program Studi Agroteknologi Fakultas Biologi dan
Pertanian Universitas Nasional

**PROGRAM KEKHUSUSAN AGRIBISNIS
PROGRAM STUDI AGROTEKNOLOGI
FAKULTAS BIOLOGI DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Saluran dan Margin Pemasaran Buah Mangga (*Mangifera indica* L.). Studi Kasus Pedagang Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur

*Marketing Channels and Margins Mango Fruit (*Magifera indica* L.). Case Study of Fruit Traders at the Kramat Jati Central Market, East Jakarta)*

Nama Mahasiswa : Dian Lasmi Handayani (183112500150034)

Program Studi : Agroteknologi

Program Kekhususan : Agribisnis

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional

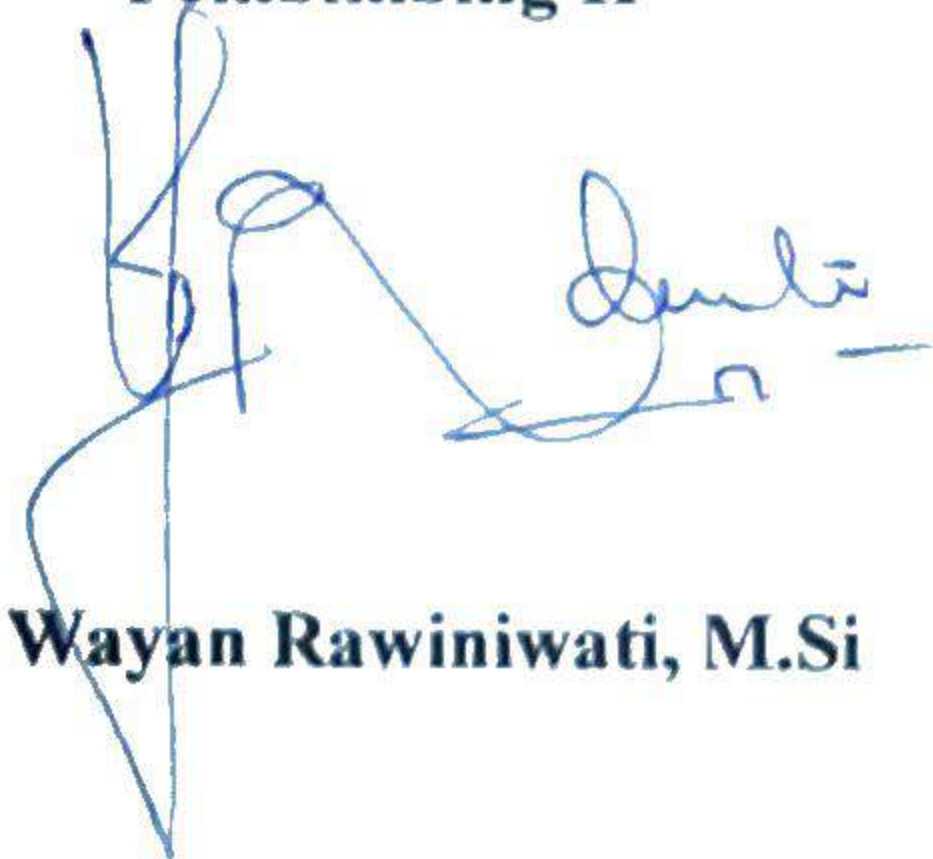
Disetujui dan Disahkan Oleh:

Pembimbing I



Ir. Asmah Yani, M.Si

Pembimbing II



Ir. Wayan Rawiniwati, M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional



Dr. Tatang Mitra Setia, M.Si

Tanggal Lulus : 22 Februari 2023

RIWAYAT HIDUP

Dian Lasmi Handayani adalah nama penulis skripsi ini. Lahir pada tanggal 14 Agustus 2000, di Karanganyar, Jawa Tengah. Penulis merupakan anak 1 dari 4 bersaudara, dari pasangan Bapak Suparno dan Ibu Wijiyanti. Tahun 2005 penulis memulai pendidikannya di TK Karang Sari II dan tamat pada tahun 2006. Penulis melanjutkan pendidikan di SDN Gedong 12 Pagi dan tamat sekolah pada tahun 2012. Sewaktu SD penulis aktif dalam kegiatan menari dan seni bela diri. Penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 02 Jatiyoso dan tamat pada tahun 2015. Penulis melanjutkan sekolah di SMAN Jumapolo dan tamat pada tahun 2018. Semasa sekolah, penulis mengikuti ekstrakurikuler seni bela diri pencak silat dan aktif dalam Ambalan (Pramuka).

Tahun 2018, setelah dinyatakan lulus dari SMA, penulis pindah domisili dari Karanganyar Jawa Tengah ke Ibukota Jakarta untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi di Universitas Nasional, Jakarta dengan program studi Agroteknologi, Program kekhususan Agribisnis, Fakultas Biologi dan Pertanian. Selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional penulis aktif dalam kegiatan organisasi HIMAGRO (Himpunan Mahasiswa Agroteknologi) UNAS menjabat sebagai anggota divisi Pengkajian dan Pengembangan 2019-2021. Tahun 2019 penulis menjadi panitia divisi transportasi dan keamanan dalam kegiatan Kewirausahaan Nasional yang diikuti oleh mahasiswa pertanian seluruh Indonesia. Penulis melakukan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) tahun 2018 di Desa Tulusrejo, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur dan menulis laporan tentang Analisis Biaya dan Pendapatan Usahatani Pembibitan Jeruk Keprok.

RINGKASAN

Dian Lasmi Handayani, Saluran dan Margin Pemasaran Buah Mangga (*Mangifera indica* L.) (Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur). Dibawah Bimbingan Asmah Yani dan Wayan Rawiniwati.

Mangga merupakan komoditas buah tropis dapat tumbuh dan dibudidayakan oleh petani pada daratan rendah hingga daratan sedang dengan berbagai macam varietas yang disesuaikan dengan kondisi agroklimat masing-masing lokasi berbeda. Jenis komoditi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mangga arumanis dan mangga indramayu (cengkir). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan saluran pemasaran yang paling efisien. Penelitian ini dilakukan di Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur. Waktu penelitian dilakukan pada bulan September sampai dengan bulan Oktober 2022. Data yang dikumpulkan terdiri dari dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melalui metode observasi dan wawancara kepada petani, pedagang besar mangga di Pasar Induk Kramat Jati, pengecer dan konsumen dengan menggunakan kuesioner dan pengamatan langsung. Data sekunder digunakan sebagai data pelengkap atau penunjang yang diperoleh dari berbagai instansi dan literatur yang berhubungan dengan saluran dan margin pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua pola saluran pemasaran mangga yang melibatkan lembaga pemasaran yang terdiri dari petani, pedagang besar mangga di Pasar Induk Kramat Jati, pedagang pengecer dan konsumen akhir. Saluran pemasaran I, petani menjual mangga ke pedagang besar mangga di Pasar Induk Kramat Jati lalu mangga dijual langsung ke konsumen yang datang langsung ke Pasar Induk Kramat Jati. Saluran pemasaran II, petani menjual mangga ke pedagang besar mangga di Pasar Induk Kramat Jati lalu ke pedagang pengecer lalu pedagang pengecer menjual mangga ke konsumen akhir. Biaya total saluran pemasaran I adalah Rp 1.073,47/kg sedangkan saluran pemasaran II adalah Rp 2.041,15/kg. Saluran pemasaran I memperoleh keuntungan yaitu Rp 2.926,53/kg, pada saluran pemasaran II sebesar Rp 6.958,85/kg. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I yaitu Rp 4.000,- dan saluran pemasaran II yaitu Rp 9.000,-. *Farmer's share* saluran pemasaran I sebesar 56% sehingga dikategorikan efisien, sedangkan saluran pemasaran II nilai *farmer's share* yaitu 38%, sehingga dikategorikan tidak efisien.

**SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN
BUAH MANGGA (*Mangifera indica* L.)
(Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur)**

Dian Lasmi Handayani

Program Kekhususan Agribisnis Program Studi Agroteknologi Fakultas Biologi dan
Pertanian, Universitas Nasional, Jakarta

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan saluran pemasaran yang paling efisien. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif untuk mengetahui saluran pemasaran dan metode kuantitatif untuk mengetahui biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua pola saluran pemasaran mangga yang melibatkan lembaga pemasaran yang terdiri dari petani, pedagang besar mangga di Pasar Induk Kramat Jati, pedagang pengecer dan konsumen akhir. Saluran pemasaran I, petani menjual mangga ke pedagang besar mangga di Pasar Induk Kramat Jati lalu mangga dijual langsung ke konsumen yang datang langsung ke Pasar Induk Kramat Jati. Saluran pemasaran II, petani menjual mangga ke pedagang besar mangga di Pasar Induk Kramat Jati lalu ke pedagang pengecer lalu pedagang pengecer menjual mangga ke konsumen akhir. Biaya total saluran pemasaran I adalah Rp 1.073,47/kg sedangkan saluran pemasaran II adalah Rp 2.041,15/kg. Saluran pemasaran I memperoleh keuntungan yaitu Rp 2.926,53/kg, pada saluran pemasaran II sebesar Rp 6.958,85/kg. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I yaitu Rp 4.000,- dan saluran pemasaran II yaitu Rp 9.000,-. *Farmer's share* saluran pemasaran I sebesar 56% sehingga dikategorikan efisien, sedangkan saluran pemasaran II *farmer's share* sebesar 38%, sehingga dikategorikan tidak efisien.

Kata kunci: *Saluran pemasaran, Margin, Mangga*

MARKETING CHANNELS AND MARGINS
MANGO FRUIT (*Mangifera indica* L.)
(Case Study of Fruit Traders at the Kramat Jati Central Market, East Jakarta)

Dian Lasmi Handayani

*Agribusiness Specialization Program Agrotechnology Study Program Faculty of
Biology and Agriculture, Nasional University, Jakarta.*

ABSTRACT

The study aims to determine the most efficient marketing channels, marketing margins, farmer's share and marketing channels. The analysis method used is descriptive analysis method to determine the marketing channel and quantitative method to determine the marketing cost, marketing margin, marketing profit, farmer's share and marketing efficiency. The analysis showed that there are two patterns of mango marketing channels involving marketing institutions consisting of farmers, mango wholesalers in Kramat Jati Central Market, retailers and final consumers. Marketing channel I, farmers sell mangoes to mango wholesalers in Kramat Jati Central Market and then mangoes are sold directly to consumers who come directly to Kramat Jati Central Market. Marketing channel II, farmers sell mangoes to mango wholesalers in Kramat Jati Central Market then to retailers then retailers sell mangoes to final consumers. The total cost of marketing channel I is Rp 1,073.47/kg while marketing channel II is Rp 2,041.15/kg. Marketing channel I obtained a profit of Rp 2,926.53/kg, while marketing channel II amounted to Rp 6,958.85/kg. The marketing margin in marketing channel I is Rp 4,000 and marketing channel II is Rp 9,000. Farmer's share of marketing channel I is 56% so it is categorized as efficient, while marketing channel II farmer's share is 38%, so it is categorized as inefficient.

Keyword: Marketing Channel, Margin, Mango

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahuwata'ala, karena atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Saluran dan Margin Pemasaran Buah Mangga (*Mangifera indica* L.). Studi Kasus Pedagang Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur”.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Fakultas Pertanian Universitas Nasional. terselesaikannya skripsi penelitian ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materi baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Tatang Mitra Setia, M.Si selaku Dekan Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional Jakarta.
2. Ibu Dr. Sri Endarti Rahayu, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional Jakarta.
3. Ibu Ir. Ety Hesthiati, M.Si selaku Ketua Program Studi Agroteknologi Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional Jakarta.
4. Ibu Ir. Asmah Yani, M.Si, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, membimbing penulis serta atas saran dan dorongan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ir. Wayan Rawiniwati, M.Si selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, membimbing penulis serta atas saran dan dorongan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Ir. Luluk Prihastuti Ekowahyuni, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) atas saran, bantuan serta motivasi yang diberikan.

7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Kepada Manager Unit Pasar Besar (UPB) Induk Kramat Jati dan segenap Staff Unit Pasar Besar (UPB) Induk Kramat Jati beserta para pedagang mangga di Pasar Induk Kramat Jati, pedagang pengecer dan konsumen mangga yang telah menerima dan memberikan informasi dan data selama proses penelitian kepada penulis sehingga skripsi ini dapat disusun.
9. Kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan moril dan materil serta doa yang tulus kepada penulis sehingga dapat menyekolahkan penulis hingga ke jenjang Strata-1.
10. Teman-teman angkatan 2018 Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional Jakarta yang telah memberikan semangat dan dukungan.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu atas dukungan dan semangat, namun tidak sedikitpun mengurangi rasa hormat penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan dan jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun agar lebih sempurnanya penulisan skripsi ini.

Jakarta, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	3
Tujuan	3
Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Mangga (<i>Mangifera indica</i> L.)	5
Pedagang	6
Pemasaran	7
Biaya Pemasaran.....	9
Margin Pemasaran	10
<i>Farmer's Share</i>	11
Efisiensi Pemasaran	12
KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	13
Alur Berpikir.....	13
Hipotesis Penelitian	16
Definisi Operasional	16
Tempat dan Waktu Penelitian.....	17
Populasi dan Sampel.....	17
Pengumpulan Data.....	17
Pengolahan dan Analisis Data	18
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	21
Gambaran Umum Pasar Induk Kramat Jati	21
Karakteristik Responden Penelitian.....	22
Saluran Pemasaran Mangga.....	29
Keuntungan Pemasaran	37

Margin Pemasaran	38
<i>Farmers Share</i>	39
Efisiensi Pemasaran	40
KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
Kesimpulan	41
Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	46



DAFTAR TABEL

1. Jumlah Petani Mangga Berdasarkan Jenis Kelamin (%)	22
2. Jumlah Pedagang Besar Mangga di Pasar Induk Kramat Jati Berdasarkan Jenis Kelamin (%)	23
3. Jumlah Pedagang Pengecer Mangga Berdasarkan Jenis Kelamin (%)	23
4. Jumlah Konsumen Mangga Berdasarkan Jenis Kelamin (%)	23
5. Jumlah Petani Mangga Berdasarkan Usia (%)	24
6. Jumlah Pedagang Besar Mangga di Pasar Induk Kramat Jati Berdasarkan Usia (%)	24
7. Jumlah Pedagang Pengecer Mangga Berdasarkan Usia (%)	25
8. Jumlah Konsumen Mangga Berdasarkan Usia (%)	25
9. Jumlah Petani Mangga Berdasarkan Tingkat Pendidikan (%)	26
10. Jumlah Pedagang Besar Mangga di Pasar Induk Kramat Jati Berdasarkan Tingkat Pendidikan (%)	26
11. Jumlah Pedagang Pengecer Mangga Berdasarkan Tingkat Pendidikan (%)	27
12. Jumlah Konsumen Mangga Berdasarkan Tingkat Pendidikan (%)	27
13. Jumlah Petani Mangga Berdasarkan Pengalaman Usahatani (%)	28
14. Jumlah Pedagang Besar Mangga di Pasar Induk Kramat Jati Berdasarkan Pengalaman Usaha (%)	28
15. Jumlah Pedagang Pengecer Mangga Berdasarkan Pengalaman Usaha (%)	28
16. Rata-Rata Biaya Pemasaran dan Harga yang Dikeluarkan oleh Setiap Lembaga Pemasaran pada Saluran Pemasaran I dan II	34
17. Keuntungan Pemasaran Mangga pada Saluran Pemasaran I dan Saluran Pemasaran II	37
18. Margin Pemasaran Mangga pada Saluran Pemasaran I dan Saluran Pemasaran II	38
19. <i>Farmers Share</i> Mangga pada Saluran Pemasaran I dan Saluran Pemasaran II	39
20. Kriteria Efisiensi Pemasaran pada Saluran Pemasaran I dan Saluran Pemasaran II	40

DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Pemikiran Saluran dan Margin Pemasaran Buah Mangga (<i>Mangifera indica</i> L.)	15
2. Mangga Arumanis di Lapak Pedagang Pasar Induk Kramat Jati.....	30
3. Mangga Indramayu di Lapak Pedagang Pasar Induk Kramat Jati	30
4. Wawancara dengan Pedagang Besar Mangga di Pasar Induk Kramat Jati.....	54
5. Wawancara dengan Pedagang Pengecer di Pasar Minggu.....	54
6. Wawancara dengan Konsumen Mangga di Pasar Minggu	55
7. Wawancara dengan Pedagang Pengecer yang Sedang Berbelanja Mangga di Pasar Induk Kramat Jati	55
8. Kegiatan Menimbang Mangga yang akan dibeli Konsumen.....	56
9. Kegiatan Menata Mangga dan Menyortir Mangga yang Busuk	56
10. Proses Bongkar Mangga dari Truk untuk Dipindahkan ke Lapak Pedagang di Pasar Induk Kramat Jati	56
11. Kegiatan Muat Mangga yang dibeli Pedagang Pengecer untuk Diangkut menuju Tempat Mereka Berjualan.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

1. Petani Mangga.....	46
2. Pedagang Besar Mangga di Pasar Induk Kramat Jati pada Saluran Pemasaran II..	47
3. Pedagang Besar Mangga di Pasar Induk Kramat Jati pada Saluran Pemasaran I...	49
4. Pedagang Pengecer.....	50
5. Konsumen	52
6. Denah Pasar Induk Kramat Jati.....	53

