

**STUDI PERMINTAAN DAN PENAWARAN BUAH-BUAHAN
DI SWALAYAN LARISSA PALEMBANG**

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
No. DAFTAR : 0047/per-ump/12
TANGGAL : 8-5-2012

**STUDI PERMINTAAN DAN PENAWARAN BUAH- BUAHAN
DI SWALAYAN LARISSA PALEMBANG**

Oleh
DENI ARISANTI



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**PALEMBANG
2012**



Motto :

"Sebuah harapan dapat dijadikan sebuah impian, wujudkan harapan itu jangan hanya menjadi sebuah hayalan belaka, dan semuanya akan sirna apabila kita tidak berusaha dan berdoa kepadanya".

Dengan rahmat Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ❖ Kedua orang tuaku Bapak Drs. Alinudin Sani M.Si dan Ibu Rusmalawati yang telah memberikan bimbingan moril dan doa.*
- ❖ Adik-adikku Dedi Irawan, SH.i dan Desy Fitriyani*
- ❖ Suamiku (Hadi Pramanto) dan Anak-Anakku (Putri, Elsyia dan Akbar), terima kasih atas doa dan sabar menunggu keberhasilanku.*
- ❖ Kedua Dosen Pembimbingku Harniatun Iswarini, SP.,M.Si dan Ir. Sutarmo Iskandar, MS.,M.Si terima kasih atas waktu, saran dan supportnya selama bimbingan skripsi.*
- ❖ Dosen dan Staff Karyawan di FP-UMP*
- ❖ Seluruh Karyawan di Swalayan Larissa Palembang*
- ❖ Keluarga terdekatku yang selalu memberikan semangat dalam membuat Skripsi.*
- ❖ Hijaunya Almamaterku.....*

**STUDI PERMINTAAN DAN PENAWARAN BUAH-BUAHAN
DI SWALAYAN LARISSA PALEMBANG**

**Oleh
DENI ARISANTI**

SKRIPSI
**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian**

pada
**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

PALEMBANG
2012

Skripsi
STUDI PERMINTAAN DAN PENAWARAN BUAH-BUAHAN
DISWALAYAN LARISSA PALEMBANG

Oleh
DENI ARISANTI
4197027

Telah dipertahankan pada ujian tanggal 7 Maret 2012

Pembimbing Utama,



Harniatun Iswarini, SP.,M.Si

Pembimbing Pendamping,



Ir. Sutarmo Iskandar, MS.M.Si.

Palembang, Maret 2012
Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Palembang
Dekan




Ir. A. D. Murtado, M.P.

ABSTRACT

Deni ARISANTI, "Study of Demand and Supply of fruits in supermarkets Larissa Palembang" (led by HARNIATUN ISWARINI and SUTARMO ISKANDAR). This study aims to determine how much supply and demand of fruits in supermarkets Larissa Palembang, and to describe the process of procurement of fruits in supermarkets Larissa and to calculate how much profit from the sale of fruit in supermarkets Larissa.

The research method used is a case study (case study) is accidental sampling method in which sampling data taken from respondents who met when they buy longan fruit, watermelon and oranges. While the data collection method is the method of interview. Data processing method used was to answer the first and the second is used descriptive analysis and to address the third problem using a mathematical model with the formula $BP = GK + BL + PP$ and $KP = Pn - Bp$.

The study found that the supply of longan fruit, watermelon and oranges during the month of August 2011 respectively 1000 kg, 700 kg and 600 kg. As for the demand litchi, oranges and watermelon, each for 832 kg, 614 kg and 463 kg. Litchi fruit procurement process conducted by the Self-Larissa is through supplier named PT. Sweet Home in demand, while the watermelon and citrus fruits are supplied from the mains Jakabaring market.

Final advantage of litchi sales of Rp. 13,027,971.44, - Watermelon Rp. 1,037,171.44, - and the Orange Rp. 5,066,171.44.

RINGKASAN

DENI ARISANTI, “Studi Permintaan dan Penawaran buah-buahan di Swalayan Larissa Palembang“ (dibimbing oleh **HARNIATUN ISWARINI** dan **SUTARMO ISKANDAR**).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar penawaran dan permintaan buah-buahan di Swalayan Larissa Palembang, dan untuk mendeskripsikan proses pengadaan buah-buahan yang ada di Swalayan Larissa serta untuk menghitung berapa besar keuntungan dari penjualan buah di Swalayan Larissa.

Metode Penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*) metode penarikan contoh yaitu *accidental sampling* di mana data diambil dari responden yang ditemui pada saat mereka membeli buah lengkeng, semangka dan jeruk. Sedangkan metode pengumpulan data yaitu metode wawancara. Metode pengolahan data yang digunakan adalah untuk menjawab masalah pertama dan kedua digunakan analisis deskriptif dan untuk menjawab masalah yang ketiga menggunakan model matematis dengan rumusan $BP = GK + PP + BL$ dan $KP = Pn - Bp$.

Hasil penelitian didapatkan bahwa penawaran buah lengkeng, semangka dan jeruk selama bulan agustus 2011 masing-masing 1000 kg, 700 kg dan 600 kg. Sedangkan untuk permintaan lengkeng, jeruk dan semangka masing-masing sebesar 832 kg, 614 kg dan 463 kg.

Proses pengadaan buah lengkeng yang dilakukan oleh Swalayan Larissa yaitu melalui supplier yang bernama PT. Laris Manis Utama, sedangkan buah semangka dan jeruk dipasok dari pasar Induk Jakabaring.

Keuntungan akhir dari penjualan lengkeng sebesar Rp. 13.027.971,44,- Semangka sebesar Rp. 1.037.171,44,- dan Jeruk Rp. 5.066.171,44.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Studi Penawaran dan Permintaan Buah-Buahan di Swalayan Larissa Palembang”.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Harniatun Iswarini, SP.M.Si selaku Pembimbing Utama dan Bapak Ir. Sutarmo Iskandar, MS.,M.Si selaku Pembimbing pendamping yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan yang berupa petunjuk serta saran-saran guru menyelesaikan putusan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan untuk itu kritik, saran serta masukan yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan skripsi selanjutnya. Akhirnya dengan penuh harapan, semoga penulis skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Amin

Palembang, Maret 2012

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Deni Arisanti, merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari Ayahanda Drs. Alinudin Sani, M.Si dan Ibunda Rusmalawati, penulis dilahirkan di Palembang 07 November 1979.

Penulis menyelesaikan sekolah Dasar di SD. 189 Palembang tahun 1991, sekolah Menengah Pertama di SMP 13 Palembang tahun 1994 dan sekolah Menengah Umum di SMU Negeri II Palembang pada tahun 1997 dan mengambil Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, melaksanakan kuliah kerja nyata (KKN) angkatan XV di Desa Sukaraja Kecamatan Pajar Bulan Kabupaten Lahat Bulan Agustus 2011 penulis melaksanakan penelitian di Swalayan Larissa Palembang dengan judul “Studi Penawaran dan Permintaan Buah-Buahan di Swalayan Larissa Palembang“.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan	7
II. KERANGKA TEORITIS	
A. Tinjauan Pustaka	
1. Gambaran Umum Lengkeng	8
2. Gambaran Umum Semangka	10
3. Gambaran Umum Jeruk	13
4. Konsepsi Harga	15
5. Konsepsi Permintaan	17
6. Konsepsi Penawaran	20
7. Konsepsi Pengadaan	23
8. Konsepsi Keuntungan	24

B. Modal Pendekatan	27
C. Operasional Variabel	27
III. PELAKSANAAN PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu	29
B. Metode Penelitian	29
C. Metode Penarikan Contoh	29
D. Metode Pengumpulan Data	30
E. Metode Pengolahan dan Analisis Data	30
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Keadaan Umum Kota Palembang	32
B. Profil Swalayan Larissa	38
C. Profil Konsumen Contoh	40
D. Penawaran dan Permintaan Buah-Buahan di Swalayan Larissa	44
E. Proses Pengadaan Buang Lengkeng Semangka dan Jeruk di Swalayan Larissa	47
F. Keuntungan dari Penjualan buah Lengkeng, Semangka dan Jeruk di Swalayan Larissa	48
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	50
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Komposisi buah semangka per 100 gr bagian yang dapat dimakan	12
2. Jumlah penduduk menurut kecamatan dan jenis kelamin di kota 31 Palembang tahun 2009	31
3. Jumlah fasilitas pendidikan di Palembang tahun 2010	35
4. Banyaknya fasilitas kesehatan menurut kecamatan di kota Palembang tahun 2010	36
5. Jumlah konsumen contoh berdasarkan kelompok umur di swalayan Larissa Palembang	39
6. Jumlah konsumen contoh berdasarkan tingkat pendidikan di Swalayan Larissa Palembang	40
7. Jumlah anggota keluarga konsumen di Swalayan Larissa Palembang	41
8. Jenis pekerjaan konsumen contoh di Swalayan Larissa Palembang	42
9. Biaya pemasaran perbuah di Swalayan Larissa pada bulan Agustus 2011	47
10. Keuntungan penjualan buah lengkeng, semangka dan jeruk di Swalayan Larissa pada bulan Agustus 2011	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kurva Permintaan	18
2. Kurva Penawaran	21
3. Diagramatik Sistem Pengadaan dan Pemasaran Buah-buahan di Swalayan Larissa Palembang	26
4. Grafik Jumlah Buah Kelengkeng, Semangka dan Jeruk yang ditawarkan oleh Larissa pada bulan Agustus 2011	43
5. Grafik Jumlah Buah Kelengkeng, Semangka dan Jeruk yang terjual di Swalayan Larissa pada bulan Agustus 2011	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Volume Penawaran dan Permintaan Buah Lengkeng pada bulan Agustus 2011	51
2. Volume penawaran dan Permintaan Buah Semangka Pada Bulan Agustus 2011	52
3. Volume penawaran dan Permintaan Buah Jeruk Pada Bulan Agustus 2011	53
4. Keuntungan Penjualan buah Kelengkeng, Semangka dan Jeruk Pada Bulan Agustus 2011	54
5. Dokumentasi Foto Penelitian di Swalayan Larissa Palembang	55

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara tropis yang mempunyai wilayah geografis dataran tinggi dan dataran rendah dengan variasi basah dan kering serta arealnya membentang dari barat dan timur, sesungguhnya memiliki banyak daerah yang cocok bagi pengembangan tanaman hortikultura yaitu buah-buahan, sayuran dan bunga. Produksi hasil tanaman hortikultura pada umumnya musiman. Sebagian hasil tanamannya tidak tersedia sepanjang tahun, contoh basil tanaman tersebut adalah buah mangga, durian dan rambutan (Dyah Kusumayani, 2011).

Pengembangan produk hortikultura merupakan salah satu aspek dalam pertanian. Pembangunan pertanian ditujukan untuk meningkatkan produksi pertanian, baik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang terus-menerus meningkat, maupun untuk memenuhi kebutuhan bahan baku industri yang terus berkembang. (Affandi, 2004).

Komoditas hortikultura selain menjadi salah satu komoditas andalan ekspor non migas, tanaman dan produk yang dihasilkannya banyak memberikan keuntungan bagi manusia dan lingkungan hidup. Buah-buahan dan sayuran yang dikonsumsi bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Pohon buah-buahan, sayuran dan tanaman hias dapat berfungsi sebagai penyejuk, penyerap air hujan dan peneduh, limbah buah



dan sayuran dapat digunakan sebagai pupuk organik yang dapat menyuburkan tanah, sedangkan keindahannya dapat berpengaruh baik bagi kesehatan jiwa (Santika, 2010).

Salah satu kegiatan di bidang pertanian yang cukup penting di Indonesia adalah penanaman buah-buahan. Kebutuhan masyarakat terhadap buah-buahan makin meningkat saja sekarang ini. Pertambahan jumlah penduduk, peningkatan taraf hidup dan penghasilan, kesadaran masyarakat akan gizi serta perkembangan sektor industri dan pariwisata berdampak positif terhadap peningkatan kebutuhan buah-buahan (Rahardi, 2008).

Buah-buahan sebagai tanaman pangan mempunyai peran penting dalam mencukupi kebutuhan gizi masyarakat. Tanaman buah-buahan juga ternyata juga mempunyai andil dalam meningkatkan taraf hidup para petani, banyak buah pertahun dihasilkan dan hampir setiap hari dari kebun-kebun di daerah pegunungan, pedesaan di pinggiran hutan atau perkotaan, maupun di pekarangan rumah diangkut ke pasar untuk diteruskan ke konsumen. Konsumsi buah-buahan dapat dikatakan telah memasyarakat, dahulu buah hanya dikonsumsi oleh golongan menengah ke atas, tetapi sekarang semua golongan telah mengkonsumsinya sehari-hari (Prihantoro, 2010).

Di Indonesia terdapat berbagai macam jenis buah-buahan, pada dasarnya berbagai jenis buah dibedakan menjadi dua kelompok sesuai dengan syarat hidupnya yaitu buah-buahan subtropis dan buah-buahan tropis.

1. Buah-buahan subtropis mengkehendaki suhu rendah (kurang dari 21°C) untuk tumbuh dan berbuah. Di Indonesia, daerah seperti ini terdapat di dataran tinggi

dengan ketinggian lebih dari 1.000 m diatas permukaan laut (dpl). Buah yang termasuk dalam kelompok ini antara lain apel, kiwi, arbei, lengkeng dan markisa.

2. Buah-buahan tropis menghendaki suhu tinggi (lebih dari 25°C) untuk tumbuh dan berbuah. Di Indonesia, daerah seperti ini hanya terdapat di dataran rendah dan sekitar garis khatulistiwa (ekuator). Buah yang termasuk dalam keompok buah tropis antara lain durian, jeruk, rambutan, salak, manggis, duku dan mangga .

Minat orang terhadap buah-buahan beragam pula. Beberapa jenis buah hanya dipandang sebelah mata, sedangkan sebagian yang lain sangat digemari. Buah-buahan seperti mangga, apel, jeruk dan beberapa jenis lainnya banyak dicari orang. Di toko-toko swalayan, kios-kios pinggir jalan, pasar umum dan pedagang kaki lima. Buah-buahan ini dijajakan dalam bentuk segar ataupun awetan. Malah yang kualitasnya bagus dipilih dan dikemas untuk diekspor, karena banyak diminati dan tak pernah sepi dari pembeli, orang-orang menyebutnya sebagai buah komersial (Haryono, 2009).

Produksi buah-buahan di Indonesia menurut provinsi dapat dilihat pada Tabel 1. Dari Tabel tersebut dapat diketahui bahwa buah alpukat banyak diproduksi di daerah Jawa Barat, belimbing banyak diproduksi di Jawa Barat, sedangkan duku/langsat banyak terdapat di daerah Sulawesi Selatan, produksi jambu biji yang terbanyak di Jawa Barat, jeruk banyak diproduksi di Sumatera Utara, produksi durian banyak terdapat di Jawa Timur dan manggis banyak diproduksi di daerah jawa barat.

Pemasaran merupakan tahap akhir dalam kegiatan agribisnis buah-buahan (A. Supriatha, 2007), mendefinisikan tataniaga sebagai kegiatan dan usaha yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik dari barang-barang dan hasil pertanian dan kebutuhan usaha dari tangan produsen ke tangan konsumen, termasuk didalamnya kegiatan-kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang yang ditujukan untuk lebih mempermudah penyalurannya dan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumennya.

Dalam rangkaian pemasarannya, pasar memegang peranan penting dalam suatu pasar dimana penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) saling bertemu. Secara sederhana pengertian pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli (Badan Pendidikan dan Latihan Pertanian, 2004).

Sejalan dengan itu, Syadiash (2010) mendefinisikan pasar sebagai tempat bertemunya calon penjual dan calon pembeli. Di pasar antara penjual dan pembeli akan melakukan transaksi, transaksi merupakan kesepakatan dalam kegiatan jual beli. Syarat terjadinya transaksi yaitu ada barang yang diperjualbelikan, ada pedagang, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Menurut Adhyzaikandar (2010), pasar adalah tempat bertemunya penjual, yang mempunyai kemampuan untuk menjual barang/jasa dan pembeli yang mempunyai uang untuk membeli dengan harga tertentu. Sebagai pembentuk harga, terjadi tawar menawar sehingga terciptalah harga. Sebagai sarana promosi, dengan berbagai macam cara para produsen memperkenalkan hasil produksinya kepada konsumen sehingga konsumen berniat membeli barang tersebut.

Swalayan Larissa merupakan salah satu swalayan yang menjual buah-buahan di Palembang. Dalam era globalisasi Swalayan Larissa sebagai pihak yang berperan dalam meningkatkan dunia perdagangan. Swalayan Larissa harus selalu memperbaiki semua yang berhubungan dengan mutu penjualan dan permintaan masyarakat.

Swalayan Larissa adalah salah satu pelaku ekonomi yang usahanya berorientasi pada laba. Untuk meningkatkan usahanya Swalayan Larissa selalu menarik minat masyarakat untuk berbelanja disana, Swalayan Larissa juga mengusahakan agar pembeli memperoleh barang, yang diinginkanya pada tempat, waktu, bentuk dan harga yang tepat.

Dalam proses penawaran dan permintaan buah-buahan yang ada di Swalayan Larissa terdapat supplier sebagai pedagang dan masyarakat (konsumen). Supplier ini berperan dalam proses pengadaan buah-buahan (penawaran) dan peran masyarakat yang menjadi konsumen buah-buahan (permintaan).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang *"Studi Penawaran dan Permintaan Buah-buahan di Swalayan Larissa Palembang"*.

B.Rumusan Masalah

Dari uraian diatas maka masalah yang akan dijadikan sasaran penelitian yaitu:

1. Berapa besar penawaran dan permintaan buah – buahan di Swalayan Larissa
2. Bagaimana proses pengadaan buah – buahan yang ada di Swalayan Larissa
3. Berapa besar keuntungan dari penjualan buah – buahan di Swalayan Larissa

C.Tujuan dan Kegunaan

Sejalan dengan permasalahan yang diuraikan tadi, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui berapa besar penawaran dan permintaan buah – buahan di Swalayan Larissa,
2. Untuk mendeskripsikan tentang proses pengadaan buah – buahan yang ada di Swalayan Larissa,
3. Untuk menghitung berapa besar keuntungan dari penjualan buah – buahan di Swalayan Larissa.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bahan kepustakaan bagi peneliti selanjutnya,
2. Bahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam produksi dan pemasaran buah – buahan

II. KERANGKA TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Gambaran Umum Tanaman Lengkek

Lengkek adalah tanaman yang berasal dari daratan Cina dengan nama latin (*Nephilium Longan*). Berdasarkan klasifikasinya tanaman ini masih satu famili dengan rambutan, kapulasan, dan leci. Secara singkat sistematika lengkek dapat diuraikan sebagai berikut :

Divisio : *Spermatophyta*

Sub Divisi : *Angiospermae*

Kelas : *Dicotyledonae*

Ordo : *Sapilandes*

Famili : *Sapindaceae*

Genus : *Nephilium*

Spesies : *Nephilium longan*

Lengkek merupakan tanaman yang mempunyai batang kayu yang kuat, sistem pekaranya sangat luas dan mempunyai akar tunggang yang sangat dalam (terutama tanaman lengkek yang berasal dari biji), sehingga sangat tahan terhadap dan tidak mudah roboh (Sunanto,2010) .

Menurut Setyowati dan Budiarti (2002), Tanaman lengkung mempunyai daun majemuk dengan tiga sampai enam pasang helai daun di tiap tangkai. Bentuk daun bulat panjang, ujungnya agak runcing, tidak berbulu, tepinya rata, dan permukaannya dilapisi lilin. Warna kuncup daunnya kuning kehijauan, kadang kala ditemukan pula jenis yang bewarna merah. Di ujung-ujung ranting tertentu terdapat bunga lengkung yang berbentuk malai bewarna kuning muda atau putih kekuningan. Ukuran bunga sangat kecil sehingga tidak dapat dilihat dengan jelas tanpa alat pembesar.

Buah lengkung berbentuk bulat dengan ukuran maksimal sebesar kelereng tergantung jenisnya letak buahnya bergerombol pada malainya. Warna kulit buah coklat muda hingga coklat kehitaman dengan permukaan tidak berbulu. Daging buahnya sendiri bewarna putih bening berair dengan rasa manis beraroma khas (Sunanto, 2010).

Menurut Sunanto(2010), beberapa jenis lengkung yang banyak dikenal dan ditanamai di Indonesia berdasarkan varietasnya adalah sebagai berikut :

a. Varietas Batu

Lengkung varietas batu termasuk lengkung jenis unggul, kulit buahnya agak kasar dan berwarna coklat muda. Buahnya lebih besar daripada varietas lainnya, daging buahnya lebih tebal dan mudah sekali lepas dari bijinya, rasa aromanya lebih tajam dan lebih segar, sehingga harganya di pasaran juga lebih mahal dibandingkan dengan jenis lainnya. Tetapi, jumlah buah tiap malainya lebih sedikit dibandingkan dengan jenis lainnya.



b. Varietas Kopyor

Lengkeng varietas ini di pasaran harganya lebih rendah, kulit buahnya halus berwarna coklat agak kuning (hampir sama dengan buah duku). Daging buahnya sulit dilepas dari bijinya, jumlah buah tiap malainya sangat banyak dan masih mampu memproduksi sangat baik di daerah-daerah yang mempunyai ketinggian sampai 950 meter diatas permukaan laut.

Menurut Sunanto (2010), Lengkeng dapat tumbuh dan memproduksi baik di daerah yang mempunyai ketinggian antara 300 sampai 900 meter diatas permukaan laut. Oleh karena itu di pulau Jawa banyak diusahakan orang didaerah – daerah seperti Ambarawa, Temanggung, Wonosobo, Malang Selatan dan sebagainya. Didaerah dataran rendah pun lengkeng dapat tumbuh dengan baik, namun pada umumnya tidak mampu berbuah. Lengkeng dapat tumbuh dengan baik didaerah - daerah yang tanahnya bertekstur halus dengan PH antara 5,5 sampai 6,5. Tanah yang bertekstur halus biasanya adalah tanah yang sebagian besar terdiri dari debu dan lempung atau tanah yang tidak berpasir, misalnya tanah – tanah andosol, vertisol, latosol atau laterit dan sebagainya

2. Gambaran Umum Tanaman Semangka

Tanaman semangka (*Citruldus vulgaris* L) berasal dari daerah Afrika dan saat ini telah menyebar ke seluruh dunia, baik di daerah subtropics maupun tropis. Tanaman semangka bersifat semusim, tergolong cepat memproduksi

karena umurnya hanya enam bulan. Kini tanaman semangka semakin banyak digemari oleh segala lapisan masyarakat karena buahnya yang mengandung air memberikan rasa segar.

Tanaman semangka bersifat menjalar, mempunyai alat pemegang seperti pilin. Permukaan tanaman (batang dan daunnya) tertutup bulu-bulu halus dan tajam. Daun semangka lebar dan berkeangap menjari. Batangnya kecil panjang sehingga sanggup memanjat dengan perantaraan alat pemegang. Namun umumnya petani menjalankan tanaman semangka diatas tanah.

Tanaman semangka mempunyai akar tunggang dan akar samping sedikit tetapi agak mendalam, tanaman semangka mengendaki tempat yang tidak ternaungi atau mendapat sinar matahari penuh, tanaman semangka juga tidak tahan terhadap hujan yang terus-menerus, tanaman ini menghendaki penyiraman 80% lebih (berada di tempat terbuka) tujuannya agar matahari menyinari penuh.

Banyak Varietas unggul yang dikembangkan oleh petani di Indonesia. Namun umumnya benih semangka masih diimpor dari luar negeri (jepang, Taiwan dan sedikit dari eropa). Varietas semangka yang berkembang diantaranya adalah yamato (berkulit hijau) suika (berkulit hijau kekuningan), new dragon (berkulit hijau blirik) sugar baby (berkulit hijau tua hingga kehitaman), umumnya warna daging buah semangka merah atau kuning.

Saat ini jenis semangka hibrida (berbiji dan tanpa biji) makin diminati para petani karena memiliki keunggulan terdiri seperti produsinya tinggi, rasa buahnya lebih manis serta tahan terhadap beberapa serangan penyakit tanaman. Menurut kandungan bijinya semangka dibagi menjadi 2 golongan yaitu :

1. Semangka Hibrida berbiji (Haploid)

Merupakan semangka jenis unggul yang pada daging buahnya terdapat biji dan biji tersebut bias ditanam kembali dengan menurunkan sifat seperti induknya,

2. Semangka hibrida tanpa biji (Triploid)

Merupakan semangka jenis unggul yang pada daging buahnya tidak terdapat biji.

Klasifikasi ilmiah buah semangka adalah :

Subdivisi : *Plantae*

Divisi : *Mangnoliophyta*

Kelas : *Magnoliopsida*

Ordo : *Cucurbitales*

Famili : *Cucurbitaceae*

Genus : *Citrullus*

Species : *C. Lanatus*

Tabel 1. Komposisi buah semangka per 100 gr bagian yang dapat dimakan

No	Komponen	Komposisi
1	Energi	127 kj (30 kkal)
2	Karbohidrat	7,55 g
3	Gula	6,2 g
4	Serat Pangan	0,4 g
5	Lorak	0,15 g
6	Protein	0,61 g
7	Air	91,41 g
8	Vitamin A	28 mg (3%)
9	Thiamin (Vit B1)	0,033 mg (3%)
10	Ribotlavin (Vit B2)	0,21 mg (1%)
11	Niacin (Vit B3)	0,178 mg (4%)
12	Pantothenic (85)	0,221 mg (4%)
13	Vitamin B6	0,045 mg (3%)
14	Folate (vit B9)	3 mgl (1%)
15	Vitamin C	8,1 mg (14)
16	Calcium	7 mg (1%)
17	Iron	0,24 mg (2%)
18	Magnesium	10 mg (3%)
19	Phosphons	11 mg (2%)
20	Pottasum	112 mg (2%)
21	Zino	0,10 mg (1%)

Sumber: Badan Pangan dan Hortikultura, 2009

3. Gambaran Umum Tanaman Jeruk (*Citrus SP*)

Jeruk (*Citrus SP*) bukanlah tanaman asli Indonesia, akan tetapi merupakan tanaman pendatang. Negeri asal jeruk adalah Asia Tenggara, India, Cina, Australia dan Kaledonia Baru. Tanaman ini sudah terdapat di Indonesia, baik sebagai tanaman liar maupun tanaman di pekarangan (Sarwono, 2005).

Menurut Dirjen tanaman Pangan (2010), menyatakan bahwa tanaman jeruk akan tumbuh dengan baik pada daerah yang beriklim subtropis, artinya panen yang dicapai sangat tinggi, baik dalam kuantitas maupun kualitas. Sebaliknya tanaman jeruk ditanam pada ketinggian tempat 100m atau 1.400m dari permukaan laut.

Dilihat dari daerah penyebarannya tanaman jeruk menghendaki suhu antara 25-30°C. Suhu rata-rata 21°C selama 2 sampai 3 bulan merupakan kondisi yang sangat baik. Tanaman jeruk masih dapat tahan pada suhu minimum 10°C dan suhu maksimum 35°C, namun pertumbuhannya akan kurang baik. Dan curah hujan optimal 1.500 mm per tahun ditambah dengan pengairan yang baik, jadi didaerah beriklim kering, dengan penyinaran matahari sekitar 50-70%, serta membutuhkan tanah yang banyak mengandung pasir dengan air yang tidak dalam, lebih dari 1,50m, baik sekali untuk perkebunan jeruk (Joesoef, 2009).

Selanjutnya Menurut Joesoef, M (2009), jeruk sebagai tanaman hortikultura, makin hari makin terasa penting bagi para petani, karena nilai ekonomisnya yang tinggi dan merupakan salah satu jenis buah yang sangat populer serta diminati hampir seluruh lapisan masyarakat. Buah jeruk mempunyai rasa yang khas kombinasi antara manis dan asam yang disukai banyak orang, buah jeruk yang rasanya menyegarkan banyak mengandung vitamin C dan A dalam jumlah yang cukup besar.

Buah jeruk banyak mengandung vitamin C dan orang yang mengalami gangguan pada mulutnya seperti sariawan dapat mengkonsumsi buah jeruk ini. Buah jeruk banyak mengandung air dan berserat.

Klasifikasi jeruk Jeruk (*Citrus SP*) sebagai berikut :

Divisi : *Spermatophyta*

S ubdivisi : *Angiospermae*

Kelas : *Dicotyledonae*

Ordo : *Rutales*

Famili : *Rutaceae*

Genus : *Citrus*

Spesies : *Citrus SP*

Jenis jeruk yang telah banyak dikenal dan dibudidayakan orang Indonesia antara lain :

1. Jeruk Siam : (*Citrus nobilis Var Microcarpa*)
2. Jeruk Keprok : (*Citrus nobilis*)
3. Jeruk Manis : (*Citrus aurantium Linn*)
4. Jeruk Sitrun : (*Citrus medicalinn*)
5. Jeruk Besar : (*Citrus amblycarpa Mask*)

4.Konsepsi Harga

Menurut Soemarsono (2003), harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang, dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau pengusaha bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki orang lain. Sedangkan menurut Mubyarto (2010), harga merupakan hasil pertemuan bekerjanya sistem pasar yaitu bertemunya permintaan dan penawaran antara pembeli dan penjual.

Harga adalah ukuran nilai dari barang-barang atau jasa. Suatu barang atau jasa mempunyai nilai ekonomi dan harga karena barang itu berguna terbatas jumlahnya (Boediono, 2005). Selanjutnya Manullang (2008) menambahkan bahwa yang menentukan harga penjualan suatu barang yang bersangkutan. Pendapat ini tidak bertentangan dengan teori ekonomi yang menyatakan bahwa harga suatu barang di pasar ditentukan oleh permintaan dan penawaran, berarti tidak akan di produksi suatu barang bila tidak memperoleh keuntungan.

Dalam perekonomian Indonesia, untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu barang dengan menggunakan uang atau istilah yang dipakai adalah harga. Salah satu pendekatan untuk menentukan kegiatan suatu proses produksi komoditi atau produk tertentu apakah menguntungkan atau tidak, dapat dianalisis melalui harga pokok (Hernando, 2001).

Pengetian harga pokok adalah perbandingan antara biaya produksi dengan produksi yang dihasilkan atau biaya satuan produk. Tinggi rendahnya harga pokok dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat teknis antara lain : produktivitas tanaman, kualitas produk yang akan dijual serta lokasi tempat tingkat harga barang yang terpenting seperti pupuk, pestisida dan upah tenaga kerja (Hernando, 2001).

Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu bahan makanan akan menentukan harga bahan pokok dari produk yang akan dijual, peningkatan efisiensi berarti berusaha untuk pemanfaatan semaksimal mungkin. Oleh karena itu peningkatan efisiensi merupakan penekanan harga pokok (Mubyarto, 2001).

Dari segi pembeli, harga merupakan salah satu aspek yang ikut menentukan



pilihan untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhannya. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk masih ditentukan oleh faktor kualitas, pelayanan, keinginan dan promosi yang merupakan daya tarik bagi konsumen untuk membeli barang (Soemarsono, 1990).

Pembentukan pada harga pemasaran hasil pertanian sekaligus meliputi penemuan harga dalam keadaan pasar bersaing sempurna dimana dua pasar itu menentukan penemuan harga hasil pertanian. Hal ini disebabkan oleh faktor-faktor seperti : sifat produksi pertanian dan pasar dari jasa-jasa pemasaran yang diperlukan bersaing tidak sempurna (Saefuddin, 2009).

5.Konsepsi Permintaan

Menurut Moechar Daniel (2004), permintaan (*demand*) adalah jumlah barang yang diminta konsumen pada suatu pasar, sementara itu Hasim (2010) menambahkan bahwa permintaan adalah keseluruhan barang atau jasa yang akan dibeli atau diminta di suatu pasar pada waktu tertentu dengan berbagai tingkat harga.

Moechar Daniel (2004) menyatakan bahwa banyak sedikitnya jumlah barang yang diminta dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya adalah :

1. Harga barang itu sendiri

Harga suatu barang mempengaruhi jumlah permintaan terhadap barang tersebut. Bila harga barang naik maka permintaan akan barang tersebut akan turun, sebaliknya bila harga turun maka permintaan akan barang tersebut akan naik. Hubungan harga dengan permintaan adalah hubungan yang negatif. Artinya bila

yang satu naik maka yang lainnya akan turun dan begitu juga sebaliknya.

2. Harga barang lain

Terjadinya perubahan harga pada suatu barang akan terpengaruh pada permintaan barang lain.

3. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat

Perubahan tingkat pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang di konsumsi. Secara teoritis, peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi.

4. Selera

Artinya selera merupakan variabel yang mempengaruhi besar kecilnya permintaan. Selera dan pilihan konsumen terhadap suatu barang bukan saja dipengaruhi oleh struktur umum konsumen, tetapi juga karena faktor adat dan kebiasaan setempat, tingkat pendidikan atau lainnya.

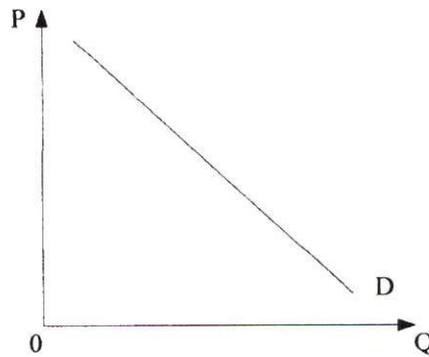
5. Distribusi pendapatan dalam masyarakat

6. Jumlah penduduk

Semakin banyak jumlah penduduk makin besar pula barang yang dikonsumsi dan makin naik permintaan, yang pasti logikanya, bila jumlah penduduk bertambah maka tentu saja permintaan akan suatu barang akan bertambah pula.

Hukum permintaan menjelaskan sifat perkaitan diantara permintaan suatu barang dengan harga. Hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan makin rendah harga suatu barang makin banyak jumlah barang yang diminta. (Sukimo, 2008)

Secara umum kurva permintaan dapat digambarkan dalam bentuk sederhana :



Gambar 1. Kurva Permintaan

Keterangan :

D = Kurva *Demand* Permintaan

P = Price/Harga (Rp/Kg)

Q = Quantity/Jumlah barang yang diminta (Kg)

Kurva permintaan dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menghubungkan antara harga suatu barang tertentu dan jumlah yang diminta atau dibeli.

Pergerakan sepanjang kurva permintaan disebabkan karena perubahan harga, sedangkan pergeseran kurva permintaan disebabkan karena perubahan factor lain selain harga. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut (Moehar Daniel, 2004) :

1. Perubahan harga barang lain

Yang dimaksud dengan barang lain hanyalah barang yang mempunyai hubungan, baik hubungan substitusi maupun komplementer dengan barang yang sedang kita analisis.

2. Selera

Jika barang tertentu sedang disukai masyarakat, meskipun harganya berubah maka permintaan akan bertambah, hal ini menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kanan.

3. Jumlah penduduk

Pertambahan jumlah penduduk menyebabkan permintaan terhadap barang bertambah, sehingga mempengaruhi kurva permintaan bergeser ke kanan.

4. Perkiraan mengenai harga di masa yang akan datang

Jika suatu masyarakat memperkirakan harga akan naik maka mereka cenderung untuk membeli sebelum harga naik.

5. Distribusi pendapatan

Pendapatan masyarakat dapat didistribusikan misalnya dengan menaikkan pajak dari golongan pendapatan yang tinggi dan memberikan subsidi bagi mereka yang berpenghasilan rendah.

6. Konsepsi Penawaran

Penawaran suatu barang bersumber dari beberapa produsen yang menghasilkan barang dan yang menawarkan barang di pasar. Jumlah penawaran ini akan berbeda dengan jumlah persediaan. Penawaran adalah jumlah barang pada suatu pasar yang akan dijual oleh para penjual pada suatu saat tertentu dengan berbagai tingkat harga (Hasim, 2010).



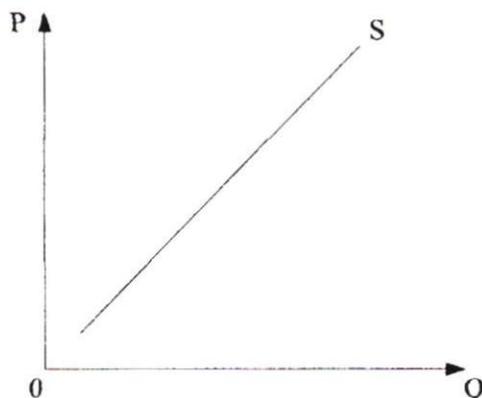
Menurut Moehar Daniel (2004), sebagaimana permintaan maka penawaran terhadap suatu barang juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Oleh karena itu para penjual yang akan menawarkan barangnya di pasar dengan harga subjektif yang berbeda-beda, faktor tersebut antara lain :

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain
- c. Biaya produksi
- d. Tingkat teknologi
- e. Tujuan-tujuan perusahaan

Hukum penawaran adalah suatu pernyataan yang menjelaskan suatu perkaitan antara harga suatu barang dan jumlah barang. Dalam hukum ini dinyatakan bagaimana keinginan para penjual untuk menawarkan harganya apabila harga tinggi dan bagaimana pula keinginan untuk menawarkan barangnya apabila harga rendah. Hukum penawaran pada dasarnya menyatakan makin tinggi harga suatu barang makin banyak jumlah barang yang ditawarkan, sebaliknya makin rendah harga suatu barang makin sedikit jumlah barang yang akan ditawarkan (Hasim, 2010).

Kurva penawaran dapat didefinisikan sebagai kurva yang menunjukkan hubungan perkaitan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang yang ditawarkan.

Secara sederhana kurva penawaran dapat digambarkan :



Gambar 2. Kurva Penawaran

Keterangan :

S = Kurva *Supply* Penawaran

P = Price/Harga (Rp/Kg)

Q = Quantity/Jumlah barang yang ditawarkan (Kg)

Pada umumnya kurva penawaran naik dari kiri bawah ke kanan atas, berarti arah pergerakannya berlawanan dengan arah pergerakan kurva permintaan. Kurva penawaran seperti itu karena terdapat hubungan yang positif diantara harga dan jumlah barang yang ditawarkan yaitu makin tinggi harga makin banyak jumlah barang yang ditawarkan. Pergerakan sepanjang kurva penawaran dipengaruhi oleh perubahan harga, sedangkan pergeseran kurva penawaran dipengaruhi oleh faktor-faktor selain harga. Pertemuan antara kurva permintaan dan kurva penawaran akan menentukan harga keseimbangan.

7. Konsepsi Pengadaan

Firdaus (2009), mengatakan bahwa fungsi-fungsi pemasaran perlu dilakukan dalam suatu kerangka dasar pemasaran yang dibangun berdasarkan aliran produk yang meliputi tiga macam proses produksi yaitu konsentrasi, ekualisasi dan dispersi. Proses konsentrasi yaitu produk yang dihasilkan oleh produsen dalam jumlah kecil dikumpulkan menjadi jumlah yang lebih besar pada titik-titik sentral agar dapat disalurkan ke pasar secara lebih efisien.

Konsentrasi sangat penting dalam pemasaran, khususnya bagi bagi produk-produk yang dijual sebagai bahan mentah untuk produksi seperti wol atau kapas atau produk yang dikonsumsi dalam keadaan alamiah (natural state) seperti buah-buahan dan sayur-sayuran (Firdaus, 2009).

Aspek kedua dari aliran produk adalah proses penyebaran (dispersing) produk yang telah terkonsentrasi pada titik-titik sentral ke arah konsumen (pihak yang menggunakan) produk yang telah dikumpulkan dalam jumlah besar harus dipecah kembali menjadi jumlah yang lebih kecil dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan para konsumen (Kartasapoetra, 2009)

Produk yang siap konsumsi disebarkan kepada pedagang perantara (middlemen) guna disebarkan kepada konsumen akhir. Ada produk hasil pertanian yang langsung diangkut dari produsen ke pasar induk dimana mereka disebarkan dengan atau tanpa diolah lebih lanjut, untuk kemudian disalurkan ke konsumen akhir. Ada juga produk yang dikumpulkan pada pasar dan setelah itu baru dikirmkan ke pasar-pasar induk seperti buah dan sayur (Firdaus, 2009).

8. Konsep Keuntungan

Soekartawi (2005) menyatakan petani yang dihadapkan keterbatasan usaha tani masih dapat meningkatkan keuntungan dengan cara menekan biaya usaha tani yang dipakai dalam kegiatan usaha taninya. Tujuan dari analisis kegiatan adalah untuk menggambarkan keadaan suatu kegiatan usaha pada saat sekarang dan yang akan datang serta perencanaan yang dilakukan. Kegunaan dari analisis keuntungan adalah untuk mengukur berhasil atau tidaknya suatu usaha pada saat itu.

Selanjutnya Soekartawi (2005) menambahkan bahwa secara teori ekonomi, keuntungan tidak dijumpai dalam jangka panjang waktu yang sama. Penyebabnya akan tetapi kenyataannya keuntungan memang ada sehingga wajar kalau pengusaha tetap mengusahakan usahanya.

Ada 4 (empat) keadaan yang mendorong untuk memperoleh keuntungan yaitu :

1. Setiap usaha selalu berhadapan dengan macam resiko yang biasanya semakin besar keuntungan yang dicapai maka resiko juga semakin besar.
2. Sumber daya yang langka menimbulkan banyak pihak yang menginginkannya dengan tingkat harga yang tinggi. Semakin langka sumber daya yang memerlukannya maka semakin tinggi permintaan dan akan semakin tinggi laba yang diperoleh.
3. Informasi tertentu mampu meningkatkan keuntungan. Pengusaha yang memiliki informasi yang luas akan mendapatkan kesempatan yang lebih besar untuk memperoleh keuntungan.

4. Pengelolaan perusahaan yang baik akan memberikan imbalan keuntungan, dengan kondisi harga yang tinggi maka kemungkinan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar akan tercapai, kebanyakan harga suatu produk akan tinggi bila jumlah penawaran sedikit dibandingkan jumlah permintaan.

Keuntungan diperoleh apabila hasil penjualan lebih dari ongkos produksi, keuntungan maksimum dapat dicapai perbedaan antara hasil penjualan dan ongkos produksi mencapai tingkat yang paling besar (Sukirno, 2000), sehingga rumus keuntungan dapat ditulis : $\pi = Pn - BPT$

Lebih lanjut, Umawir (2006), menjelaskan bahwa menambah penerimaan adalah nilai rupiah dari faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan suatu produksi pencapaian laba yang besar dapat diusahakan dengan beberapa cara, seperti:

1. Menekan semua biaya, baik biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan tingkat harga jual dan volume yang ada;
2. Menekan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang diinginkan;
3. Meningkatkan volume penjualan;

Kegiatan dalam usaha tani bertujuan untuk mencapai produksi dibidang pertanian, pada akhirnya akan dinilai dengan uang yang akan diperhitungkan dari nilai produksi setelah dikurangi atau memperhitungkan biaya yang dikeluarkan. Penerimaan usaha tani dan pendapatannya akan mendorong petani untuk dapat mengalokasikan dalam berbagai kegunaan seperti untuk biaya produksi periode selanjutnya. Tabungan dan pengeluaran lain untuk memenuhi kebutuhan keluarga (Hernando, 2009)

Menurut Mosher (2006), pendapatan usaha tani merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan dalam suatu kegiatan untuk mendapatkan produksi dilapangan pertanian, pada setiap akhir panen petani akan menghitung berapa besar hasil kotor produksinya yaitu luas dikalikan hasil persatuan luas dan ini semua dinilai dengan uang, setelah biaya-biaya tersebut dikurangi baru petani memperoleh apa yang disebut dengan hasil bersih atau pendapatan bersih.

Penerimaan usaha tani merupakan hasil antara yang dikalikan dengan harga yang berlaku pada saat itu, jangka waktu pembukuan penerimaan selama setahun mencakup semua produksi yang dijual, dikonsumsi rumah tangga dan digunakan dalam usaha tani untuk bibit.

Boediono (2010), mengemukakan bahwa ada beberapa konsep penerimaan (Revenue) yang paling penting dianalisa yaaitu :

1. Total revenue (TR) yaitu penerimaan total produsen dari hasil penjualan outputnya, total revenue adalah output kali harga jual output

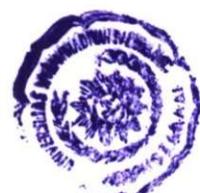
$$TR = Q.PQ$$

2. Average Revenue (AR) yaitu penerimaan rata-rata produsen per unit output yang di jual

$$AR = \frac{TR}{Q}$$

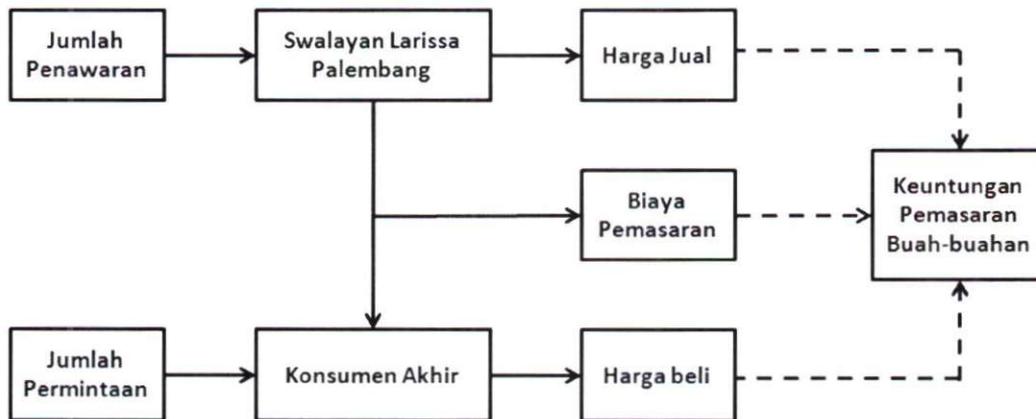
3. Marginal Revenue (MR) yaitu kenaikan dari TR yang disebabkan oleh tambahan penjualan 1 unit output

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$



B. Model Pendekatan

Model pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara diagramatik yaitu :



Keterangan :

→ Proses

--> Keterkaitan

Gambar 4 . Diagramatik untuk melihat Sistem Pengadaan dan Pemasaran buah-buahan di Swalayan Larissa Palembang

C. Operasionalisasi Variabel

1. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli buah lengkeng, semangka dan jeruk yang dijual di Swalayan Larissa Palembang.
2. Pasar Swalayan adalah Swalayan Larissa yang terletak di Jalan R. Sukanto No. 1338 Palembang.
3. Data yang diambil pada saat penelitian adalah data pada bulan Agustus 2011.

4. Supplier buah-buahan adalah pihak yang mengadakan buah lengkeng, semangka dan jeruk di Swalayan Larissa.
5. Harga buah-buahan adalah harga yang berlaku pada saat penjualan (Rp/kg).
6. Permintaan buah-buahan adalah jumlah buah-buahan yang diminta oleh konsumen kepada pihak Larissa selama periode satu bulan (Rp/bln).
7. Penawaran buah-buahan adalah jumlah buah-buahan yang ditawarkan oleh Swalayan Larissa selama periode satu bulan (Rp/bln).
8. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran seperti gaji karyawan, pajak penghasilan dan biaya lain-lain (Rp/bln).
9. Biaya lain-lain terdiri dari listrik, air, telepon, plastik (Rp/bln).
10. Keuntungan adalah selisih antara penerimaan dan biaya pemasaran (Rp/bln).
11. Penerimaan adalah perkalian antara harga jual dengan banyaknya buah yang terjual (Rp/bln).
12. Harga jual adalah harga yang berlaku pada saat penjualan (Rp/bln)
13. Gaji karyawan adalah biaya yang dibayarkan oleh pihak Larissa kepada karyawan selama periode satu bulan.
14. Pajak penghasilan adalah biaya yang harus dibayar oleh pihak Larissa kepada pemerintah yang disesuaikan dengan pendapatan.

III. PELAKSANAAN PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Swalayan Larissa Palembang. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive (sengaja) karena Swalayan Larissa merupakan Swalayan yang menjual buah-buahan yang berkualitas baik dan terkenal di kota Palembang yang bertindak sebagai pengecer buah-buahan. Sedangkan Waktu Penelitian Pada bulan Juni 2011 sampai Agustus 2011.

B. Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*) artinya penelitian mengenai status subyek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Subjek penelitian dapat saja berupa individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat. Pada penelitian ini, peneliti ingin mempelajari secara intensif latar belakang serta interaksi lingkungan dari unit social yang menjadi subjek. dengan unit sampling yang diteliti adalah Swalayan Larissa Palembang.



C. Metode Penarikan Contoh

Metode penarikan contoh menggunakan *accidental sampling*, artinya sampel yang diambil dari siapa saja yang kebetulan ada, responden yang ditemui adalah mereka yang datang ke Swalayan Larisssa untuk membeli buah-buahan yaitu mereka yang melakukan transaksi pembelian buah lengkeng, semangka dan jeruk pada saat penelitian. Konsumen yang dijadikan responden sebanyak 30 Sedangkan untuk Swalayan Larissa sebagai pengecer buah lengkeng, semangka dan jeruk menggunakan metode *purposive sampling* artinya sampel dalam penelitian ini diterapkan secara sengaja dengan melihat kriteria atau melihat pertimbangan tertentu tanpa melalui random (Arikunto, 2008).

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara yaitu cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan tanya jawab langsung dengan konsumen dan pimpinan Swalayan Larissa dengan mencatat semua keterangan dari konsumen dan pihak yang ada di Swalayan Larissa untuk memperoleh informasi yang diperlukan.

Sedangkan data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Data Primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan konsumen dan pihak Swalayan Larissa sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi-instansi atau lembaga-lembaga terkait serta literature yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Metode Pengolahan dan Analisis Data

Data yang diperoleh di lapangan terlebih dahulu dikelompokkan, kemudian diolah secara tabulasi- Untuk menjawab masalah yang pertama dan yang kedua digunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu memaparkan atau menggambarkan peristiwa-peristiwa dengan menghimpun data dan penyusunnya secara sistematis, faktual dan cermat (Jalaludin, 2010). Sedangkan untuk menjawab masalah yang ketiga dilakukan dengan model matematis dan dijelaskan secara deskriptif (Saefudin, 1982) dengan rumusan sebagai berikut :

$$BP = GK + PP + BL$$

Keterangan :

BP = Biaya Pemasaran (Rp/Bln)

GK = Gaji Karyawan (Rp/Bln)

PP = PaiaK Penjualan (Rp/Bln)

BL = Biaya Lain-lain (listrik, air, telepon, plastik) (Rp/Bln)

Setelah Diketahui biaya pemasaran, kemudian dapat dihitung keuntungan pemasaran dengan rumusan sebagai berikut :

$$KP = Pn - BP$$

Keterangan :

KP = Keuntungan Pemasaran (Rp/Bln)

Pn = Penerimaan (Rp/Bln)

Bp = Biaya Pemasaran (Rp/Bln)

Sedangkan Pn adalah harga jual dikali dengan banyaknya buah yang terjual.

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keadaan Umum Kota Palembang

1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi

Kota Palembang mempunyai luas wilayah 400,61 Km² dengan batas wilayah administrative sebagai berikut :

- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Desa Balai Makmur Kecamatan Banyuasin Kabupaten Banyuasin
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Desa Sukajadi Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin
- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Desa Pangkalan Benteng, Desa Gasing dan Desa Kenten Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Desa Bakung Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir dan Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Palembang tahun 2007, wilayah administrasi Kota Palembang mengalami pemekaran wilayah, saat ini jumlah Kecamatan di Kota Palembang menjadi 16 Kecamatan dan 107 Kelurahan yang sebelumnya hanya 14 Kecamatan dan 103 Kelurahan. Dua Kecamatan baru adalah Kecamatan Alang-Alang Lebar yang merupakan pecahan dari Kecamatan Sukarami dan Kecamatan Sematang Boring yang merupakan pecahan dari Kecamatan Sako.

Sementara 4 Kelurahan yang baru adalah Kelurahan Talang Jambe yang merupakan pecahan dari Kelurahan Talang Betutu, Kelurahan Sukodadi yang merupakan pecahan dari Kelurahan Alang-Alang Lebar dan Kelurahan Sako Baru pecahan dari Kelurahan Sako. Dan terakhir Kelurahan Karya Mulya pecahan dari Kelurahan Suka Mulya.

Perubahan tertuang dalam Peraturan Daerah No. 19 Tahun 2007 yang diundangkan tanggal 23 Juli 2007 dalam Lembaran Daerah Kota Palembang Tahun 2007 Nomor 20.

Jumlah Rukun Warga (RW) dan Rukun Tetangga (RT) di Kota Palembang pada tahun 2010 masing-masing sebanyak 922 wukun warga (RW) dan 4.018 rukun Tetangga (RT).

Jumlah Kecamatan yang ada di Kota Palembang yaitu Kecamatan Ilir Barat I, Kecamatan Ilir Barat II, Kecamatan Ilir Timur I, Kecamatan Ilir Timur II, Kecamatan Seberang Ulu I, Kecamatan Seberang Ulu II, Kecamatan Kertapati, Kecamatan Plaju, Kecamatan Bukit Kecil, Kecamatan Kemuning, Kecamatan Kalidoni, Kecamatan Sako, Kecamatan Sukarami, Kecamatan Gandus, Kecamatan Alang-Alang Lebar dan Kecamatan Sematang Boring.

2. Keadaan Geografi dan Topografi

Kota Palembang terletak antara $2,52^{\circ}$ – $3,5^{\circ}$ Lintang Selatan dan $104,37^{\circ}$ - $104,52^{\circ}$ bujur Timur dengan ketinggian rata-rata 8 meter diatas



permukaan laut serta mempunyai topografi yang bergelombang. Musim di kota Palembang ada 2 yaitu musim hujan dan musim kemarau. Pada bulan Juni – September arus angin berasal dari Australia dan tidak mengandung uap sehingga mengakibatkan musim kemarau, sebaliknya bulan Desember – Maret arus angin yang banyak mengandung uap air berhembus dari Asia dan Samudra Pasifik sehingga terjadi musim tujuan curah hujan di suatu tempat antara lain dipengaruhi oleh keadaan iklim, keadaan otografi dan perputaran/pertemuan arus udara, oleh karena itu curah hujan beragam menurut bulan dan stasiun pengamatan, rata-rata curah hujan selama 2010 berkisar antara 91,1 mm³ (Juli) – 541,7 MM³ (Maret).

Kota Palembang memiliki jenis tanah berlapis alluvial, liat dan berpasir, terletak pada lapisan yang masih muda, banyak mengandung minyak bumi, tanah relative datar dan rendah, tempat-tempat yang agak tinggi terletak di bagian utara kota. Sebagian kota Palembang digenangi air terlebih lagi bila terjadi hujan terus menerus.

Satu udara di suatu tempat antara lain ditentukan oleh tinggi rendahnya tersebut dari permukaan laut. Pada tahun 2010 satu udara rata-rata berkisar antara 26,60°C – 28,50°C. Suhu udara maksimum terjadi pada bulan Mei berkisar 35,70°C, sedangkan suhu udara minimum terjadi pada bulan Desember yang berkisar 21,00°C.

3. Keadaan Penduduk

Berdasarkan data hasil statistik kota Palembang tahun 2010, penduduk kota Palembang berjumlah 1.452.840 jiwa, yang terdiri dari 726.328 jiwa laki-laki dan 726.512 perempuan. Untuk lebih jelasnya mengenai data jumlah penduduk kota Palembang dapat terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Penduduk menurut Kecamatan dan jenis kelamin, 2009

Kecamatan	Penduduk			
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Sex Ratio
Iilir Barat II	32.094	31.680	63.774	101
Gandus	29.092	28.196	57.288	103
Seberang Ulu I	81.450	81.783	163.233	100
Kertapati	40.531	39.645	80.176	102
Seberang Ulu II	46.575	46.678	93.253	100
Plaju	39.659	39.325	78.984	101
Iilir Barat I	62.439	61.580	124.019	101
Bukit Kecil	22.231	21.504	43.735	103
Iilir Timur I	33.592	35.405	68.997	95
Kemuning	40.283	41.360	81.643	97
Iilir Timur II	78.692	79.692	158.384	99
Kalidoni	49.653	49.704	99.357	100
Sako	41.098	41.009	82.107	100
Sematang Borang	16.092	15.865	31.957	101
Sukarami	69.450	69.783	139.233	100
Alang-alang Lebar	43.397	43.303	86.700	100

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Palembang, 2010

Dari tabel tersebut diketahui jumlah penduduk terbesar adalah pada kecamatan Seberang Ulu 1 yaitu sebanyak 163.233 jiwa, sedangkan jumlah penduduk terkecil adalah Kecamatan Sematang Borang yaitu sebanyak 31.957 jiwa.

4. Sarana Pendidikan dan Kesehatan

Berbagai upaya yang dilakukan dalam mencerdaskan kehidupan bangsa salah satunya yaitu dengan adanya sarana pendidikan, pada tahun ajaran 2010/2011 sebanyak 285 sekolah Taman Kanak-Kanak, 448 Sekolah Dasar/Madrasah Ibtidaiyah (SD/MI), 357 Sekolah Menengah Pertama/Madrasah Tsanawiyah (SMP/MTs), 130 Sekolah Menengah Umum/Madrasah Aliyah (SMU/MA), 54 Sekolah Menengah Kejuruan, dan Perguruan Tinggi sebanyak 32.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2. Berikut ini :

Tabel 2. Jumlah fasilitas pendidikan di Palembang pada tahun 2010.

No.	Pusat Pendidikan	Jumlah	Jumlah Murid
1	Taman kanak-kanak	285	15.510
2	SD/MI	448	180.864
3	SMP/MTs	357	78.431
4	SMU/MA	130	63.251
5	SMK	54	24.463
6	Perguruan Tinggi	32	18.674
	Jumlah		

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Palembang, 2009

Jumlah fasilitas kesehatan seperti Rumah Sakit, Puskesmas sudah banyak di Kota Palembang. Rumah sakit, ada 26 unit, Puskesmas ada 39 unit, Puskesmas Pembantu, Puskesmas Keliling dan Klinik Bersalin masing-masing berjumlah 70 unit, 36 unit dan 20 unit. Secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Banyaknya fasilitas kesehatan menurut Kecamatan di kota Palembang tahun 2010.

No	Kecamatan / Wilayah	Fasilitas Kesehatan				
		Rumah Sakit	Puskesmas	Puskesmas Pembantu	Klinik Bersalin	Puskesmas Keliling
1.	Iilir Barat II	0	1	4	1	1
2.	Gandus	0	1	5	0	1
3.	Seberang Ulu I	2	5	7	1	4
4.	Kertapati	0	3	8	1	1
5.	Seberang Ulu II	1	2	3	3	0
6.	Plaju	2	1	3	6	1
7.	Iilir Barat I	3	4	7	4	0
8.	Bukit Kecil	2	2	3	4	1
9.	Iilir Timur I	5	3	1	1	1
10.	Kemuning	1	2	5	0	1
11.	Iilir Timur II	4	5	4	5	2
12.	Kalidoni	2	3	5	2	2
13.	Sako	1	1	3	1	1
14.	Sematang Borang	0	1	2	0	1
15.	Sukarami	2	3	7	6	2
16.	Alang-alang Lebar	1	2	3	1	1
17.	Sungai Musi	0	0	0	0	0
	Jumlah	26	39	70	36	20

Sumber : Dinas Kesehatan Kota Palembang, 2009



B. Profil Swalayan Larissa

Swalayan Larissa Palembang yang terletak di jalan R . Sukanto didirikan pada tahun 2003 oleh Bapak Hadi. Sejarah berdirinya Swalayan Larissa ini berawal dari keinginan Bapak Hadi untuk menyediakan Produk buah-buahan yang dibutuhkan masyarakat dengan kualitas yang baik dan tempat belanja yang nyaman. Sehingga pada tahun 2003, Bapak Hadi mendirikan Swalayan Larissa yang khusus menjual buah-buahan dan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat maka dua tahun terakhir ini Swalayan Larissa juga menyediakan produk-produk lainnya seperti sirup, snack, susu, mie, telur dan lain-lain. Swalayan Larissa ini berbentuk badan usaha dengan siup No. 3953 dan Situ No. 00062604.

Adapun jenis buah-buahan yang dijual di Swalayan Larissa sebanyak 21 buah yaitu Lengkeng, jeruk, semangka, mangga, apel, alpukat, salak, jambu biji, papaya, sirsak, belimbing, nanas, manggis, anggur, markisa, melon, pisang, pear, kiwi, durian, dan buah naga. Dalam penelitian ini jenis buah-buahan yang akan diteliti yaitu buah lengkeng, jeruk, dan semangka, karena buah-buahan ini yang banyak diminati oleh para pengunjung Swalayan Larissa pada bulan suci Ramadhan.

Responden penelitian ini adalah seorang pengusaha bernama Hadi yang berumur 54 tahun. Dilihat dari segi usianya, Bapak Hadi termasuk golongan

usia yang produktif. Hal ini sesuai dengan Tohir (2011) bahwa usia produktif tenaga kerja berkisar 15-54 tahun. Bapak Hadi bertempat tinggal di jalan R. Sukanto No. 1328 kecamatan sako Kota Palembang. Pendidikan terakhir Bapak Hadi adalah tamatan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) yang diselesaikannya pada tahun 1978.

Penelitian dilaksanakan bertepatan dengan bulan suci Ramadhan dimana kebutuhan akan buah-buahan meningkat. Pada bulan puasa ini pihak Larissa meningkatkan masokan buah-buahan karena untuk berbuka kebanyakan orang makan buah terlebih dahulu baru makan makanan lainnya. Buah lengkeng yang mengalami penurunan harga banyak diminati masyarakat, buah lengkeng ini dipasok langsung dari Jakarta.

Bapak Hadi selaku Pimpinan di Swalayan Larissa berusaha untuk meningkatkan pelayanan semaksimal mungkin sehingga para pembeli yang datang merasa lega karena kebutuhan mereka terpenuhi. Pada bulan nopember ini juga pihak Larissa menjual parcel Lebaran dengan berbagai macam harga dan bentuknya. Ada yang berupa buah-buahan, minuman, pecah belah dan lainnya. Jadi pembeli yang mau membeli buah untuk berbuka juga dapat melihat-lihat atau bahkan membeli parcel yang mereka minati.

C. Profil Konsumen Contoh

Konsumen dalam penelitian ini adalah mereka yang datang ke Swalayan Larissa untuk membeli buah Lengkeng, jeruk, dan semangka pada saat penelitian. Konsumen yang dijadikan responden sebanyak 30 orang.

1.Umur

Umur konsumen contoh yang membeli buah lengkeng, jeruk, dan semangka di Swalayan Larissa berkisar antara 25-60 tahun. Untuk lebih detilnya mengenai umur konsumen contoh dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini :

Tabel 4. Jumlah Konsumen contoh berdasarkan kelompok umur

No	Kelompok Umur (th)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	25-34	9	30,00
2	35-44	12	40,00
3	45-54	7	23,33
4	54	2	6,67
	Jumlah	30	100,00

Pada Tabel 4 menunjukkan bahwa umur konsumen contoh yang mendominasi adalah kelompok umur 35-44 tahun yaitu sebanyak 12 orang atau 40,00 persen konsumen contoh ada pada usia produktif, dan 2 orang atau 6,67 persen konsumen contoh ada pada usia lanjut.

6,67 persen ada pada usia non produktif, hal ini sesuai dengan pernyataan Tohir (2001) bahwa usia produktif adalah usia antara 15-54 tahun.

2.Pendidikan

Dengan tingkat pendidikan yang memadai seorang konsumen dapat mengambil keputusan yang sesuai dalam mengkonsumsi mulai dari Sekolah Dasar (SD) sampai perguruan tinggi dimana tingkat pendidikan terbanyak adalah perguruan tinggi, dapat dilihat pada tabel 6 dan Lampiran 2.

Tabel 5. Jumlah konsumen contoh Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
1	SMP	3	10,00
2	SMA	11	36,67
3	Perguruan Tinggi	16	53,33
	Jumlah	30	100,00

Dari Tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen contoh berpendidikan perguruan tinggi yaitu sebanyak 16 orang atau 53,33 persen. Keadaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan konsumen tergolong pendidikan tinggi.

3. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga dalam penelitian ini terdiri dari suami, istri, anak-anak serta anggota keluarga lainnya. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa jumlah anggota keluarga berkisar antara 2-7 orang dengan rata-rata 5 orang per keluarga. Mengenai jumlah anggota keluarga konsumen dapat dilihat pada Tabel 6.

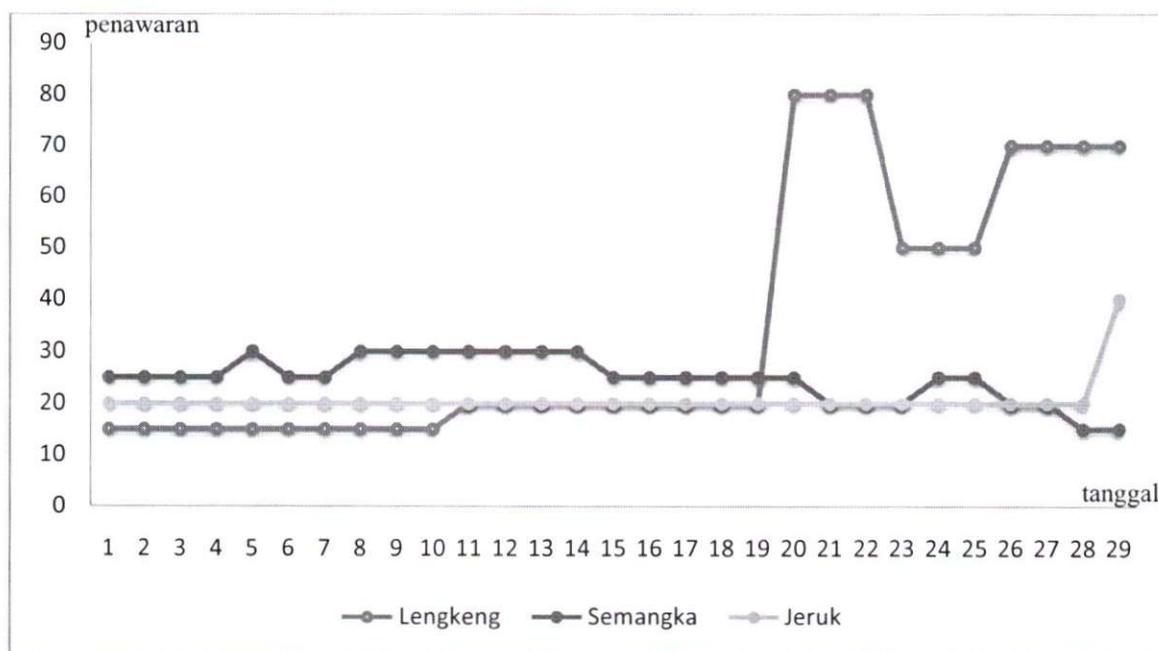
Tabel 6. Jumlah anggota keluarga konsumen.

No	Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	2-3	3	10,00
2	4-5	15	50,00
3	6-7	12	40,00
	Jumlah	30	100,00

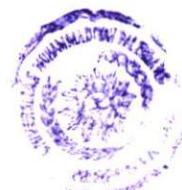
Pada Tabel 6. menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen mempunyai jumlah anggota keluarga antara 4-5 orang yaitu 15 orang atau sebesar 50 Persen dan sebagian kecil mempunyai anggota keluarga 2-3 sebanyak 3 orang atau 10 persen. Anggota keluarga sering dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan selain itu besar kecilnya jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi tingkat pengeluaran dalam rumah tangga.

konsumen akan buah-buahan yang ada di swalayan Larissa. Adanya penawaran dikarenakan ada permintaan dari konsumen. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jumlah buah lengkeng yang ditawarkan 1000 kg , semangka 700 kg dan jeruk 600. Penawaran akan buah-buahan pada bulan agustus lebih banyak dari bulan lainnya dikarenakan bertepatan dengan bulan suci Ramadhan.

Grafik 1. Jumlah Buah Lengkeng, Semangka dan Jeruk yang ditawarkan oleh Swalayan Larissa pada Bulan Agustus 2011



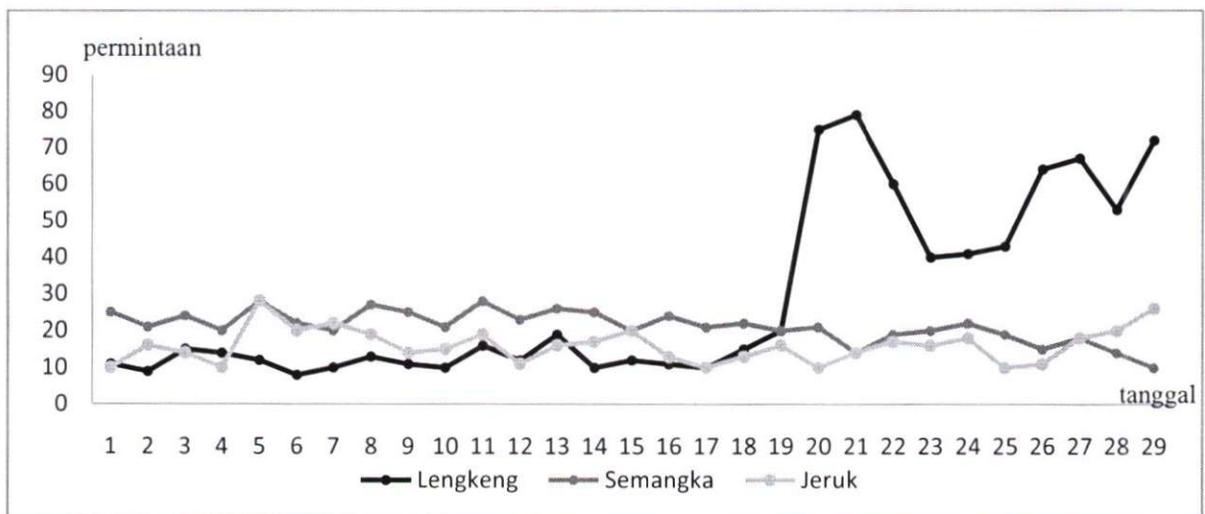
Penawaran Buah Lengkeng dari tanggal 1 sampai tanggal 10 sebesar 15 kg, tanggal 11 sampai tanggal 19 sebesar 20 kg, tanggal 20 sampai 23 sebesar 80 kg, tanggal 23 sampai 25 sebesar 50 kg, tanggal 26 sampai 29 sebesar 70 kg. Sedangkan penawaran buah semangka dari tanggal 1 sampai tanggal 29 rata-rata 25 kg. Sedangkan untuk buah jeruk rata-rata penawarannya adalah 20 kg. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Lampiran 1.



2. Permintaan

Permintaan adalah banyaknya buah yang dibeli oleh konsumen. Permintaan ini sangat tergantung dengan jumlah buah yang ditawarkan dan harga jual buah-buahan di swalayan Larissa. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa permintaan buah lengkeng yang paling banyak yaitu 811 kg, semangka 614 dan jeruk 483 kg. Untuk lebih jelasnya mengenai buah lengkeng, semangka dan jeruk dapat dilihat pada grafik berikut ini.

Grafik 2. Jumlah Buah Lengkeng, Semangka dan Jeruk yang terjual di Swalayan Larissa Bulan Agustus 2011



Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa permintaan buah lengkeng paling banyak pada tanggal 21 agustus 2011 karena dari tanggal 20 sampai 25 agustus 2011 ada harga promo yaitu Rp. 16.900 dan permintaan lengkeng paling sedikit tanggal 6 agustus 2011 yaitu hanya 8 kg, dan pada tanggal 29 Agustus 2011 yang mendekati hari raya idul fitri permintaan lengkeng mencapai 72 kg. Permintaan semangka pada bulan agustus rata-rata 20 kg dalam satu harinya, permintaan semangka paling sedikit

tanggal 29 agustus yaitu sebanyak 10 kg. Permintaan jeruk paling banyak tanggal 5 agustus yaitu 28 kg.

3. Harga buah lengkeng, semangka dan jeruk.

Harga buah lengkeng pada bulan Agustus mengalami penurunan yaitu sebesar Rp. 18.800/kg dari harga sebelumnya yaitu Rp. 32.900/kg, dan pada tanggal 20 sampai dengan 25 Agustus turun lagi menjadi 16.900/kg, pada hari ini permintaan buah lengkeng meningkat drastis.

Sedangkan harga semangka dan jeruk normal sama dengan bulan lainnya yaitu Rp.4.900/kg dan Rp.15.200/kg.

F. Proses Pengadaan Buah Lengkeng, Semangka dan Jeruk di Swalayan Larissa Palembang

Proses pengadaan buah lengkeng oleh swalayan larissa yaitu melalui supplier .Supplier yang memasok buah lengkeng yaitu PT.Laris Manis Utama, karyawan yang berperan sebagai pengantar barang langsung mengantar buah lengkeng yang dipesan oleh pihak Swalayan Larissa. Dalam satu bulan supplier memasok buah 3 kali pengiriman dan pada bulan agustus pengiriman buah lengkeng meningkat dari bulan lainnya yaitu 1000 kg.

Dalam pengiriman buah lengkeng dilakukan 3 kali pengiriman yaitu awal bulan tanggal 2 Agustus sebanyak 300kg, pertengahan bulan yaitu tanggal 13 Agustus 300kg lagi dan akhir bulan yaitu tanggal 21 Agustus meningkat menjadi 400kg.

Sedangkan proses pengadaan buah semangka dan jeruk melalui supplier dari pasar Induk Jakabaring, selama satu minggu supplier memasok buah semangka dan jeruk sebanyak satu kali dengan banyaknya buah tergantung dari pesanan pihak Larissa. Supplier semangka yaitu PD. Sejahterah yang merupakan pedagang besar di pasar induk jakabaring sedangkan supplier jeruk yaitu PD.Jaya Bersama.

Dalam hal pengadaan buah-buahan, Swalayan Larissa tidak dikenakan biaya transportasi karena harga beli sudah termasuk biaya transportasi. Dalam proses pengangkutan karyawan Swalayan langsung mengangkut buah-buahan yang telah dipesan untuk selanjutnya diletakkan di bagian pengepakan.

G. Keuntungan dari penjualan buah lengkeng, semangka dan jeruk di swalayan Larissa.

Tujuan akhir dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Swalayan Larissa adalah untuk memperoleh keuntungan, dimana keuntungan pemasaran diperoleh dari selisih antara permintaan dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan. Melalui pemasaran yang lancar dan baik serta harga jual yang tinggi akan diperoleh nilai tambah dan produktivitas nilai tambah usahatani yang tinggi pula.

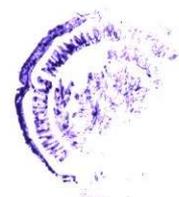
Untuk memperoleh keuntungan dalam kegiatan pemasaran maka, pihak swalayan Larissa perlu mengetahui seberapa besar biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran serta harga jual yang ditawarkan kepada konsumen. Tabel berikut ini akan menjelaskan mengenai biaya pemasaran di swalayan Larissa Palembang.

Tabel 9. Biaya pemasaran per buah pada Swalayan Larissa 2011.

No	Biaya Pemasaran	Jumlah (Rp/Bulan)	Jumlah (Rp/Bulan)
1	Gaji karyawan	20.000.000	952.380,95
2	Pajak	1.500.000	71.428,57
3	Listrik	15.000.000	714.285,71
4	Air	500.000	23.809,52
5	Telepon	200.000	9.523,81
6	Plastik	4.200.000	200.000,00
Jumlah		41.400.000	1.971.428,56

Pada Tabel. 9 diatas diketahui bahwa gaji karyawan sebesar 20.000.000/bulan, pajak 1.500.000,- listrik 15.000.00,-/bulan air 500.000,-/bulan telepon 200.000,-/bulan plastik 200k/bulan dengan harga 1 kg plastic 21.000,- jadi biaya untuk plastic sebesar 4.200.000,-.

Untuk biaya rata-rata terdapat dari gaji karyawan dibagi menjadi banyaknya buah yang ada di swalayan Larissa yaitu 20.000.000,- dibagi 21 buah yang ada dan dapatlah 952.380,95. Untuk biaya pemasaran yang lainnya juga dibagi dengan 21 buah.



Untuk menghitung keuntungan buah lengkeng, semangka, dan jeruk yaitu dengan menghitung selisih antara permintaan dengan jumlah pemasaran, sedangkan untuk menghitung permintaan yaitu harga jual dikali dengan banyaknya buah yang diminta oleh konsumen. Untuk melihat keuntungan buah lengkeng, jeruk dan semangka di Swalayan Larissa Palembang pada bulan Agustus 2011 dapat dilihat pada Lampiran 3.

Untuk Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 10. Berikut ini

Tabel 10. Keuntungan Penjualan buah lengkeng, semangka dan jeruk.

No	Nama Buah	Penerimaan	Biaya Pemasaran	Keuntungan
1.	Lengkeng	Rp.15.246.800	Rp.1.971.428,56	Rp.13.275.372
2.	Semangka	Rp. 3.008.600	Rp.1.971.428,56	Rp. 1.037.172
3.	Jeruk	Rp. 7.341.600	Rp.1.971.428,56	Rp. 5.370.172

V.KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penawaran buah bahan di Swalayan Larissa Palembang pada bulan Agustus 2011 meningkat dibandingkan bulan-bulan sebelumnya. Penawaran buah lengkeng sebanyak 1000 kg, semangka 700 kg dan jeruk 600 kg. ini dikarenakan bertepatan dengan bulan suci Ramadhan. Permintaan konsumenpun meningkat, buah lengkeng yang terjual sebanyak 832 kg, semangka 614 kg, dan jeruk 463 kg
2. Proses pengadaan buah lengkeng yang dilakukan oleh Swalayan Larissa yaitu melalui supplier dari Jakarta sedangkan buah semangka dan jeruk melalui supplier dari pasar Induk Jakabaring.
3. Keuntungan pemasaran buah lengkeng sebesar Rp. 13.027.971,44 buah semangka dan jeruk masing-masing sebesar Rp. 1.037.171,44 dan Rp. 5.066.171,44

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan adapun saran hendaknya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pemasaran buah-buahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, [http://cuc and-perekonomian Indonesia. Blogspot.com/2011/03/ mata pencarian penduduk Indonesia. Html.](http://cuc-and-perekonomian-Indonesia.blogspot.com/2011/03/mata-pencarian-penduduk-Indonesia.html)
- Badan pendidikan dan pelatihan pertanian, [suluh.tani.net/63.net/berita onlain / profil x.php](http://suluh.tani.net/63.net/berita-onlain/profil-x.php)
- Baharjah, 5. 1993. Hortikultura Sebagai Pertumbuhan Baru Sektor Pertanian Agroindustri Buah-buahan Tropis. Jakarta.
- Daniel Moehar Pengantar Ekonomi Pertanian ,[www.belbuk.com/edisi -p-8228.html](http://www.belbuk.com/edisi-p-8228.html)
- Dinas Penanaman Pangan dan Hortikultura, Provinsi Sumatera Selatan. 2009. Potensi PRofil buah di Sumatera Selatan.
- Dyah Kusumayani, 2011. Proovksi Tanaman Hortikultura. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Ezzaino, 2. 2000. Pengantar Tataniaga Pertanian. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian IPB, Bogor.
- Haryono, Buah-buahan, [www.platamos.com/index php? Cat ID.](http://www.platamos.com/index.php?CatID)
- Kartasapoetra A.G. 1995. Management Pertanian (Agribisnis) PT. Gramedia Jakarta.
- Kusumayani Dyah, tanaman Holtikultura, Bandung pustaka setia,2011.
- Mubyarto. 1994. Pengantar Ekonomi Pertanian. LNESS. Jakarta.
- Pracaya,taks —list. blogspot.com/2008/04/buah-buahan.html
- Pracaya, [www. bookoopedia.com/daftar-buku/pid.../bertanam-buah-buahan.html](http://www.bookoopedia.com/daftar-buku/pid.../bertanam-buah-buahan.html)
- Prihantoro, catatan boyodongaran.blogspot.com/2010-10-01/archive.html
- Prihartono, H. 2010. Memupuk Tanaman Buah. Penerbit Swadaya. Jakarta.
- Rahardi [wordpress.com/J2011/.../mengajak petani berpikir kreatif](http://wordpress.com/J2011/.../mengajak-petani-berpikir-kreatif)
- Rahardi Ramelan, [jurnal.pdii.lipi.goid/admin/jurnal/adlchusus3196114.pdf.](http://jurnal.pdii.lipi.goid/admin/jurnal/adlchusus3196114.pdf)
- Santika,definisi dan prospek holtikultura.html

Soemarsono, pemasaran bidang pertanian, [www.docstoc.com/docs/.../permintaan komoditi agribisnis](http://www.docstoc.com/docs/.../permintaan_komoditi_agribisnis)

Supriatha, artikel [ekonomi.com/artikel/pemasaran bidang pertanian.html](http://ekonomi.com/artikel/pemasaran_bidang_pertanian.html)

Sumarjono, H. 2003. Bertanam Jenis Buah-buahan. Penerbit Swadaya. Jakarta

Umar, H, 2001. Metode penelitian untuk skripsi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta

Umar, H, 2010. Metode penelitian untuk skripsi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta

Lampiran 1. Volume Penawaran dan Permintaan Buah Lengkeng pada Bulan Agustus 2011

Tanggal	Penawaran (Kg)	Permintaan (Kg)	Harga (Rp/kg)	Penerimaan (Rp)
1	15	11	18,800	206,800
2	15	9	18,800	169,200
3	15	15	18,800	282,000
4	15	14	18,800	263,200
5	15	12	18,800	225,600
6	15	8	18,800	150,400
7	15	10	18,800	188,000
8	15	13	18,800	244,400
9	15	11	18,800	206,800
10	15	10	18,800	188,000
11	20	16	18,800	300,800
12	20	12	18,800	225,600
13	20	19	18,800	357,200
14	20	10	18,800	188,000
15	20	12	18,800	225,600
16	20	11	18,800	206,800
17	20	10	18,800	188,000
18	20	15	18,800	282,000
19	20	20	18,800	376,000
20	80	75	16,900	1,267,500
21	80	79	16,900	1,335,100
22	80	60	16,900	1,014,000
23	50	40	16,900	676,000
24	50	41	16,900	692,900
25	50	43	16,900	726,700
26	70	64	18,800	1,203,200
27	70	67	18,800	1,259,600
28	70	53	18,800	996,400
29	70	72	18,800	1,353,600

Catatan : Jika terjadi kelebihan permintaan di hari berikutnya maka lengkeng yang dijual, yaitu stok di tambah dengan penawaran hari berikutnya

Lampiran 2. Volume Penawaran dan Permintaan Buah Semangka pada Bulan Agustus 2011

Tanggal	Penawaran (Kg)	Permintaan (Kg)	Harga (Rp/kg)	Penerimaan (Rp)
1	25	25	4,900	122,500
2	25	21	4,900	102,900
3	25	24	4,900	117,600
4	25	20	4,900	98,000
5	30	28	4,900	137,200
6	25	22	4,900	107,800
7	25	20	4,900	98,000
8	30	27	4,900	132,300
9	30	25	4,900	122,500
10	30	21	4,900	102,900
11	30	28	4,900	137,200
12	30	23	4,900	112,700
13	30	26	4,900	127,400
14	30	25	4,900	122,500
15	25	20	4,900	98,000
16	25	24	4,900	117,600
17	25	21	4,900	102,900
18	25	22	4,900	107,800
19	25	20	4,900	98,000
20	25	21	4,900	102,900
21	20	14	4,900	68,600
22	20	19	4,900	93,100
23	20	20	4,900	98,000
24	25	22	4,900	107,800
25	25	19	4,900	93,100
26	20	15	4,900	73,500
27	20	18	4,900	88,200
28	15	14	4,900	68,600
29	15	10	4,900	49,000

Catatan : Jika terjadi kelebihan permintaan di hari berikutnya maka Semangka yang dijual, yaitu stok di tambah dengan penawaran hari berikutnya



Lampiran 3. Volume Penawaran dan Permintaan Buah Jeruk pada Bulan Agustus 2011

Tanggal	Penawaran (Kg)	Permintaan (Kg)	Harga (Rp/kg)	Penerimaan (Rp)
1	20	10	15,200	152,000
2	20	16	15,200	243,200
3	20	14	15,200	212,800
4	20	10	15,200	152,000
5	20	28	15,200	425,600
6	20	20	15,200	304,000
7	20	22	15,200	334,400
8	20	19	15,200	288,800
9	20	14	15,200	212,800
10	20	15	15,200	228,000
11	20	19	15,200	288,800
12	20	11	15,200	167,200
13	20	16	15,200	243,200
14	20	17	15,200	258,400
15	20	20	15,200	304,000
16	20	13	15,200	197,600
17	20	10	15,200	152,000
18	20	13	15,200	197,600
19	20	16	15,200	243,200
20	20	10	15,200	152,000
21	20	14	15,200	212,800
22	20	17	15,200	258,400
23	20	16	15,200	243,200
24	20	18	15,200	273,600
25	20	10	15,200	152,000
26	20	11	15,200	167,200
27	20	18	15,200	273,600
28	20	20	15,200	304,000
29	40	26	15,200	395,200

Catatan : Jika terjadi kelebihan permintaan di hari berikutnya maka jeruk yang dijual, yaitu stok di tambah dengan penawaran hari berikutnya

Lampiran 4. Keuntungan Penjualan Buah Lengkeng, Jeruk dan Semangka di Swalayan Larissa pada Bulan Agustus 2011

1. Keuntungan pemasaran buah lengkeng.

$$\begin{aligned} \text{Penerimaan} &= \text{Harga jual} \times \text{jumlah buah yang terjual} \\ &= \text{Rp. } 18.800 \times 811 \text{ kg} \\ &= \text{Rp. } 15.246.800,- \end{aligned}$$

Keuntungan pemasaran buah lengkeng (KP) yaitu :

$$\begin{aligned} &= \text{Penerimaan} - \text{biaya pemasaran} \\ &= \text{Rp. } 15.246.800 - \text{Rp. } 1.971.428,56 \\ &= \text{Rp. } 13.275.372 \end{aligned}$$

2. Keuntungan pemasaran buah semangka

$$\begin{aligned} \text{Penerimaan} &= \text{Rp. } 4.900 \times 614 \\ &= \text{Rp. } 3.008.600,- \end{aligned}$$

Keuntungan pemasaran buah semangka yaitu

$$\begin{aligned} &= \text{Rp. } 3.008.600 - \text{Rp. } 1.971.428,56 \\ &= \text{Rp. } 1.037.172 \end{aligned}$$

3. Keuntungan pemasaran buah jeruk

$$\begin{aligned} \text{Penerimaan} &= \text{Rp. } 15.200 \times 483 \text{ kg} \\ &= 7.341.600 \end{aligned}$$

Keuntungan pemasaran buah jeruk yaitu

$$\begin{aligned} &= \text{Rp. } 7.341.600 - 1.971.428,56 \\ &= \text{Rp. } 5.370.172 \end{aligned}$$