

**PEMASARAN NANAS DI MASA PANDEMI COVID-19  
DI DESA KEMANG KECAMATAN LEMBAK  
KABUPATEN MUARA ENIM**

**Oleh  
SINDI CLARISA**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**PALEMBANG**

**2023**

**PEMASARAN NANAS DI MASA PANDEMI COVID-19  
DI DESA KEMANG KECAMATAN LEMBAK  
KABUPATEN MUARA ENIM**

**Oleh**

**SINDI CLARISA**

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian**

**Pada**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**PALEMBANG**

**2023**

***Motto:***

***Mati bukan pilihan, tapi hidup sengsara atau bahagia adalah keputusan. (sindi clarisa).***

***Terucap syukur kepada allah SWT. Karena atas ridhaNya sripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, Skripsi ini kupersembahkan kepada :***

- ***Ibu Sulmaya dan bapak Sarman tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan finansial untukku menyelesaikan studi***
- ***Kepada diri sendiri yang sudah bisa melewati segalanya, yang tidak menyerah disaat lelah.***
- ***Kepada adik tercinta Andra K Putra.***
- ***Kepada teman-teman sedulur dan kadus***
- ***Kepada sahabatku Ajeng, loly, windi, , syukur, Riki kesu yang telah memberikan semangat***
- ***Kepada Sepupu kristina, egawidita, dana, pajar dan kak codot***
- ***Kepada Keluarga kedua abang namjoon dan teman-teman yang telah menghibur di saat penat.***
- ***Kepada adik 2002 yang telah menemani dan memberikan dukungan***
- ***Kelurga besar HIMAGRI dan IMM***
- ***Almamater hijau tercinta***

## RINGKASAN

**SINDI CLARISA** "Pemasaran Nanas Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim". (Dibimbing oleh **RAFEAH ABUBAKAR** dan **INNIKE ABDILLAH FAHMI**).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran Pemasaran Nanas Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim dan untuk mengetahui besar margin, keuntungan dan farmer's share Dari Pemasaran Nanas Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. Penelitian ini di salanakan di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan. Pada bulan juni 2022 sampai bulan agustus 2022. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survey, untuk metode penarikan contoh petani yang digunakan adalah metode *simple random sampling*, dimana dalam penelitian ini terdapat 27 contoh yang menjadi sampelnya sedangkan untuk penarikan contoh pada pedagang menggunakan metode *snowball sampling* dimana dalam penelitian ini terdapat 5 contoh sampel pedagang pengepul dan 4 contoh pedagang pengecer. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi secara langsung kepada narasumber yang telah di tentukan. Metode pengolahan data yang digunakan adalah *editing, coding dan tabulating*. Dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Berdasarkan penelitian Sistem Pemasaran Nanas Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim terdapat empat saluran pemasaran yaitu :1. Petani- Pedagang Pengepul - Pedagang besar - pedagang pengecer-Konsumen Akhir. 2.Petani- Pedagang Pengepul - pedagang pengecer-Konsumen Akhir. 3. Petani-Pedagang Pengecer-Konsumen Akhir. 4. Petani-Kosumen Akhir. Margin pemasaran. pada Saluran pemasaran I pedagang pengepul Rp.1.140/buah, pedagang besar Rp. 500/buah dan pedagang pengecer Rp.1.000/buah. Pada saluran pemasaran II di pedagang pengepul Rp.650/buah pedagang pengecer seber Rp. 1.000/buah. Saluran pemasaran III pada pengecer Rp. 1.300/buah. saluran pemasaran IV tidak terdapat margin pemasaran. Keuntungan pemasaran pada. Saluran pemasaran I pedagang pengepul Rp. 1.079,21/buah, pedagang besar Rp. 479,33/buah dan pedagang pengecer Rp. 740/buah. Pada saluran pemasaran II di pedagang pengepul Rp. 531,61/buah pedagang pengecer seber Rp. 750/buah. Saluran pemasaran III pada pengecer Rp. 1.060/buah. pada saluran pemasaran IV keuntungan pemasaran pada petani sebesar Rp. 3.000/buah. farmer's share pada saluran pemasaran I farmer's sharenya sebesar 18,76%. Pada saluran pemasaran II 34%. Pada saluran III 48%. Dan saluran pemasaran IV sebesar 100%.

## SUMMERY

**SINDI CLARISA** Pineapple Marketing During the Covid-19 Pandemi In Kemang Village, Lembak District, Muara Enim regency”. (Supervised by **RAFEAH ABUBAKAR** and **INNIKE ABDILLAH FAHMI**).

This study aims to determine the marketing of Pineapple Marketing during the Covid-19 Pandemi in Kemang Village, Lembak District, Muara Enim Regency and to find out the large margins, advantages and benefits of marketing Pineapple during the Covid-19 Pandemi in Kemang Village, Lembak District, Muara Enim Regency. . This research was conducted in Kemang Village, Lembak District, Muara Enim Regency, South Sumatra Province. In June 2022 to August 2022. The research method used in this study used a survey method, for the method of sampling farmers used was the simple random sampling method, where in this study there were 27 samples as samples while for sampling the traders used snowball sampling method where in this study there are 5 samples of collectors and 4 examples of retailers. The data collection methods used in this study were direct observation, interviews, and documentation to the specified resource persons. Data processing methods used are editing, coding and tabulating. And the data analysis used is quantitative descriptive analysis. Based on research on the Pineapple Marketing System During the Covid-19 Pandemi In Kemang Village, Lembak District, Muara Enim Regency, there are four marketing channels, namely: 1. Farmers - Collectors - Wholesalers - Retailers - End Consumers. 2. Farmers - Collectors - retailers - End consumers. 3. Farmers-Retailers-Final Consumers. 4. Farmer-End Consumers. Margin marketing. in marketing channel I, collectors are Rp. 1.140/piece, wholesalers are Rp. 500 / pc and traders for Rp. 1.000 fruit. In the second marketing channel, the wholesaler is Rp. 650/pc, the retailer is Rp. 1.000/piece. Marketing channel III at a price of Rp. 1.300/piece. Marketing channel IV has no marketing margin. Marketing profits on. Marketing channel I, traders, collectors, Rp. 1.079.21/piece, wholesalers Rp. 479.33/piece and traders sold Rp. 740/pc. In the second marketing channel at the middleman, Rp. 531.61/pc retail traders Rp. 750/pc. Marketing channel III at a price of Rp. 1.060/pc. in marketing channel IV the marketing profit to farmers is Rp. 3.000/piece. farmer's share in marketing channel I farmer's share is 18.76%. In marketing channel II 34%. On channel III 48%. And marketing channel IV by 100%.

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PEMASARAN NANAS DI MASA PANDEMI COVID-19  
DI DESA KEMANG KECAMATAN LEMBAK  
KABUPATEN MUARA ENIM**

Oleh  
**Sindi Clarisa**  
412018053

Telah dipertahankan pada ujian 11 April 2023

Pembimbing utama,

  
(Ir. Rafeah Abubakar, M.Si)

Pembimbing pendamping,

  
(Innike Abdillah Fahmi, S.P., M.Si)

Palembang, 08 Mei 2023

Dekan

Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Palembang

  
(Ir. Rosmiah, M.Si)

NIDN/NBM. 0003056411/913811

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sindi Clarisa  
Tempat/Tanggal Lahir : Desa Kemang, 27 November 2000  
NIM : 412018053  
Program Studi : Agribisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Palembang

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya dan disusun sendiri dengan sungguh-sungguh serta bukan merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi pembatalan skripsi ini dan segala konsekuensinya.
2. Saya bersedia untuk menanggung segala bentuk tuntutan hukum yang mungkin timbul jika terdapat pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.
3. Memberikan hak kepada perpustakaan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk menyimpan di media secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 4 April 2023



(Sindi Clarisa)

## **RIWAYAT HIDUP**

**SINDI CLARISA** dilahirkan di Desa Kemang pada tanggal 27 November 2000, merupakan anak pertama dari Ayahanda Sarman dan Ibunda Sulmaya.

Pendidikan Sekolah Dasar telah diselesaikan tahun 2012 di SD Negeri 05 Lembak Sekolah Menengah Pertama pada tahun 2015 di MTs Negeri Prabumulih, Sekolah Menengah Atas pada tahun 2018 di MA Negeri Prabumulih. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang pada tahun 2018 program studi agribisnis.

Pada bulan Februari 2021 penulis mengikuti Program Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PMKS PT. Sri Andal Lestari di Desa Tanjung Laut Kecamatan Suak Tapeh Kabupaten Banyu Asin dan pada bulan agustus 2021 penulis mengikuti program Kuliah Kerja Nyata(KKN) mandiri angkatan 56 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kanupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan.

Pada bulan Juni 2022 sampai Agustus 2022 penulis melaksanakan penelitian tentang Pemasaran Nanas Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kanupaten Muara Enim



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	Error! Bookmark not defin
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	5
1.3.Tujuan.....	6
1.4.Manfaat.....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	Error! Bookmark not defin
2.1.Hasil Penelitian Terdahulu Yang Sejenis .....	7
2.2.Landasan Teori .....	<b>Error! Bookmark not def</b>
2.2.1 Gambaran Umum Tanaman Nanas .....	<b>Error! Bookmark not def</b>
2.2.2 Konsepsi Pemasaran.....	14
2.2.3 Konsepsi Saluran Pemasaran.....	15
2.2.4 Konsepsi Lembaga Pemasaran .....	17
2.2.5 Konsepsi Biaya Pemasaran .....	17
2.2.6 Konsepsi Harga .....	18
2.2.7 Kosepsi Margin Pemasaran .....	19
2.2.8 Konsepsi Keuntungan.....	20
2.2.9 Konsepsi Farmer's Share.....	21
2.3.Model Pendekatan .....	22
2.4.Batasan Penelitian dan Operasional Variabel.....	23
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1. Tempat dan Waktu.....	25
3.2. Metode Penelitian .....	25
3.3. Metode Penarikan Contoh .....	25
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5. Metode Pengolahan Dan Analisis Data .....	27
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>30</b>
4.1. Hasil.....	30

4.1.1. Gambaran Umum Usahatani Nanas di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. ....	30
4.1.2. Identitas Petani Contoh.....	31
4.1.3. Identitas Pedagang Contoh .....	34
4.1.4 Hasil Saluran Pemasaran Nanas Dimasa Pandemi Covid 19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	36
4.1.5. Hasil Besar Margin, Keuntungan dan <i>Farmer's Share</i> Dari Pemasaran Nanas Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. ....	37
4.2. Pembahasan.....	43
4.2.1 Saluran Pemasaran Nanas Dimasa Pandemi Covid 19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. ....	43
4.2.2 Besar Margin, Keuntungan dan <i>Farmer's Share</i> Dari Pemasaran Nanas Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. ....	48
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
5.1. Kesimpulan .....	51
5.2. Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Produksi Nanas di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2020.....	2
2. Produksi Tanaman Nanas Di Kabupaten Muara Enim Tahun 2019..	3
3. Perkembangan Harga Produsen Nanas Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim, 2020.....	5
4. Hasil Penelitian Terdahulu Yang Sejenis .....	9
5. Umur Petani Contoh di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim Tahun 2022 Tabel.....	31
6. Tingkat Pendidikan Petani Contoh di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim Tahun 2022.....	32
7. Luas Lahan Usahatani Nanas di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim Tahun 2022.....	33
8. Lama Usahatani Petani Nanas di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	34
9. Pedagang Contoh Berdasarkan Umur di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim Tahun 2022.....	35
10. Pedagang Contoh Berdasarkan pendidikan di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim Tahun 2022.....	35
11. Lama Pengalaman berdagang pedagang Nanas di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	36
12. Margin Pemasaran Dan Farmer's Share Ditiap Lembaga Pemasaran Nanas sebelum masa Pandemi Covid 19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	38
13. Margin Pemasaran Dan Farmer's Share Ditiap Lembaga Pemasaran Nanas pada masa Pandemi Covid 19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	39
14. Keuntungan pemasaran Ditiap Lembaga Pemasaran Nanas Sebelum masa Pandemi Covid 19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	41
15. Keuntungan Pemasaran Ditiap Lembaga Pemasaran Nanas Dimasa Pandemi Covid 19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	42

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Saluran Pemasaran Langsung .....	16
2. Saluran Distribusi Tidak Langsung.....	17
3. Diagramatik Pemasaran Nanas Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	22
4. Saluran Pemasaran Nanas Dimasa Pandemi Covid 19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	37
5. Saluran Pemasaran I Nanas Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	44
6. Saluran Pemasaran II Nanas Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	46
7. Saluran Pemasaran III Nanas Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	46
8. Saluran Pemasaran IV Nanas Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Denah Lokasi Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	56
2. Idestitas Petani Contoh Berdasarkan Tingkat Pendidikan, Umur, Luas Lahan Dan Lama Berusahatani Nanas di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	57
3. Identitas Pedagang Pengepul Nanas Contoh Berdasarkan Tingkat Pendidikan, dan Umur di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	58
4. Identitas Pedagang Pengecer Nanas Contoh Berdasarkan Tingkat Pendidikan, dan Umur di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	59
5. Identitas Pedagang Besar Nanas Contoh Berdasarkan Tingkat Pendidikan, Dan Umur di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	60
6. Saluran pemasaran nanas Pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	61
7. Margin Pemasaran Nanas Sebelum Masa Pandemi Covid 19 Pada Saluran Pemasaran I Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	62
8. Margin Pemasaran Nanas Saat Pandemi Covid 19 Pada Saluran Pemasaran I Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	63
9. Margin Pemasaran Nanas Sebelum Masa Pandemi Covid 19 Pada Saluran Pemasaran II Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	65
10. Margin Pemasaran Nanas Pada Saat Pandemi Covid 19 Pada Saluran Pemasaran II Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	66
11. Margin Pemasaran Nanas Sebelum Masa Pandemi Covid 19 Pada Saluran Pemasaran III Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	67
12. Margin Pemasaran Nanas Pada Saat Pandemi Covid 19 Pada Saluran Pemasaran III Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	68

13. Margin Pemasaran Nanas Sebelum Masa Pandemi Covid 19 Pada Saluran Pemasaran IV Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	69
14. Margin Pemasaran Nanas Pada Saat Pandemi Covid 19 Pada Saluran Pemasaran IV Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	70
15. Biaya Pengangkutan Nanas Saluran Pemasaran I Sebelum Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	71
16. Biaya Pengangkutan Nanas Saluran Pemasaran I di Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.	72
17. Biaya Pengangkutan Nanas Saluran Pemasaran II Sebelum Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	73
18. Biaya Pengangkutan Nanas Saluran Pemasaran II di Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.	74
19. Biaya Pengangkutan Nanas Saluran Pemasaran III Sebelum Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	75
20. Biaya Pengangkutan Nanas Saluran Pemasaran III di Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.	76
21. Biaya Pengangkutan Nanas Saluran Pemasaran IV Sebelum Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	77
22. Biaya Pengangkutan Nanas Saluran Pemasaran IV Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim	78
23. Biaya Tenaga Kerja Pada Saluran I Sebelum Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	79
24. Biaya Tenaga Kerja Pada Saluran I Pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	80
25. Biaya Tenaga Kerja Pada Saluran II Sebelum Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	81
26. Biaya tenaga kerja pada saluran II pada masa pandemi covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	82
27. Biaya Tenaga Kerja Pada Saluran III Sebelum Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	83

28. Biaya Tenaga Kerja Pada Saluran III Pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	84
29. Biaya Total Pemasaran Saluran Pemasaran I Sebelum Masa Pandemi Covid 19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim	85
30. Biaya Total Pemasaran Saluran Pemasaran I Dimasa Pandemi Covid 19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	86
31. Biaya Total Pemasaran Saluran Pemasaran II Sebelum Masa Pandemi Covid 19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim	87
32. Biaya Total Pemasaran Saluran Pemasaran II di Masa Pandemi Covid 19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	88
33. Biaya Total Pemasaran Saluran Pemasaran III Sebelum Masa Pandemi Covid 19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim	89
34. Biaya Total Pemasaran Saluran Pemasaran III di Masa Pandemi Covid 19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	90
35. Biaya Total Pemasaran Saluran Pemasaran IV Sebelum Masa Pandemi Covid 19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim	91
36. Biaya Total Pemasaran Saluran Pemasaran IV di Masa Pandemi Covid 19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	92
37. Keuntungan Pemasaran Nanas Saluran Pemasaran I Sebelum Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	93
38. Keuntungan Pemasaran Nanas Saluran Pemasaran I Pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.	95
39. Keuntungan Pemasaran Nanas Saluran Pemasaran II Sebelum Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	97
40. Keuntungan Pemasaran Nanas Saluran Pemasaran II Pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	98
41. Keuntungan Pemasaran Nanas Saluran Pemasaran III Sebelum Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	99
42. Keuntungan Pemasaran Nanas Saluran Pemasaran III Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	100

43. Keuntungan Pemasaran Nanas Saluran Pemasaran IV Sebelum Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	101
44. Keuntungan Pemasaran Nanas Saluran Pemasaran IV Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim .....	102
45. <i>Farmer`s share</i> Pada Setiap Saluran Pemasaran di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.....	103
46. Dokumentasi Penelitian.....	104
47. Surat Selesai Penelitian .....	107



## **BAB. I PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang**

Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang memiliki kontribusi penting dalam pertanian di Indonesia. Adapun kelompok hortikultura yaitu buah-bauhan, sayur- sayuran, tanaman hias, dan obat- obatan.

Subsektor hortikultura menempati posisi strategis dalam pembangunan pertanian. kontribusi subsektor hortikultura dalam pembangunan pertanian terus meningkat seperti tercermin dalam beberapa indikator pertumbuhan ekonomi, seperti Produk Domestik Bruto (PDB), nilai ekspor, penyerapan tenaga kerja, nilai tukar petani, peningkatan gizi dan perbaikan estetika lingkungan. Produk hortikultura khususnya buah-buahan dan sayur- sayuran berperan penting dalam memenuhi gizi masyarakat terutama vitamin-vitamin dan mineral-mineral yang terkandung didalamnya. Pengembangan subsektor hortikultura antara lain di lakukan melalui pengembangan komoditas buah- buahan tropika. Pengembangan buah tropika dilakukan karena memiliki potensi pasar ekspor serta merupakan komoditas yang berorientasi kerakyatan yang mampu meningkatkan dan memberi pengaruh terhadap kesejahteraan rakyat untuk menghadapi era perdagangan bebas dan ekonomi global.

Dalam menghadapi era perdagangan bebas dan ekonomi global, produk hortikultura terutama buah-buahan manghadapi persaingan yang ketat. Buah- buhan yang berkualitas tinggi dengan volume yang tersedia dan cukup secara terus-menerus merupakan kunci dari persaingan tersebut. Beberapa jenis buah unggulan yang dapat bersaing di pasar internasional diantaranya adalah pisang, manga, manggis, jeruk, papaya, salak, duku, rambutan, durian, semangka, nangka, dan nanas. Potensi agribisnis buah-buahan khususnya nanas sangat cerah baik pasar dalam negeri maupun pasar ekspor.

Nanas merupakan salah satu tanaman buah yang banyak dibudidayakan di daerah tropis. Buah nanas berasal dari Brazil, Bolivia, dan Paraguay. Perawakan dari nanas tumbuhnya rendah, herba (menahun) dengan 30 atau lebih daun yang

panjang dan memiliki duri, berujung tajam, tersusun dalam bentuk roset mengelilingi batang yang tebal. Buah nanas memiliki tekstur kulit bersisik dan merupakan salah satu buah yang sangat segar saat dikonsumsi pada cuaca yang sangat panas atau terik, karena buah ini memiliki kandungan air yang cukup melimpah pada daging buahnya. Daging pada buah ini ketika sudah matang akan berwarna kuning cerah yang mengandung vitamin, mineral, antioksidan dan enzim yang bersifat melancarkan pencernaan, meredakan asam lambung atau maag.

Semakin baiknya pendapatan masyarakat maka akan semakin tinggi pula kesadaran penduduk akan nilai gizi dari buah- buahan. Keinginan mempunyai hidup yang sehatpun semakin tinggi. Salah satu tanaman hortikultura yang di gemari oleh masyarakat Indonesia adalah tanaman buah nanas. Buah nanas bagi masyarakat Indonesia, merupakan bagian dari kehidupannya, karena tanaman nanas mudah tumbuh di daerah tropis salah satunya Negara Indonesia dan juga memiliki nilai gizi yang baik. Selain itu bagian dari tanaman nanas bisa di gunakan dan di manfaatkan untuk kebutuhan ekonomi.

Salah satu dari Provinsi di Indonesia yang turut menghasilkan nanas adalah Sumatera Selatan. Produksi nanas di Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2020 jumlah produksi nanas di Provinsi Sumatera Selatan sebesar 1.053.577 kuintal bisa dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Nanas di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2020

No.	Kabupaten/ Kota	Produksi nanas (kuintal)
1.	Ogan Komering Ulu	897
2.	Ogan Komering Ilir	1.579
3.	Muara Enim	258.213
4.	Lahat	82
5.	Musi Rawas	12.085
6.	Musi Banyuasin	1.299
7.	Banyuasin	11.449
8.	Oku Selatan	-
9.	Oku Timur	153
10.	Ogan Ilir	817.820
	Jumlah	1.053.577

Sumber : BPS Provinsi Sumatera Selatan 2021

Berdasarkan dari Tabel 1. tersebut bisa dilihat jika Kabupaten Muara Enim merupakan penghasil nanas dengan produksi tertinggi ke dua setelah Kabupaten Ogan Ilir. Muara Enim terbagi menjadi 20 Kecamatan yang terdiri dari 326 Desa/Kelurahan yaitu 310 desa dan 16 kelurahan. Sebagian besar kecamatan terletak di daerah dataran rendah dengan ketinggian kurang dari 100 meter di atas permukaan laut (dpl) yang meliputi 20 (dua puluh) Kecamatan, dengan cakupan luas mencapai 7.058,41 km<sup>2</sup> (77,22 persen) dari luas Kabupaten Muara Enim. Lahan yang ada di Kabupaten Muara Enim banyak di gunakan untuk menanam karet dan sawit untuk memanfaatkan lahan yang di antara tanaman karet tersebut petani memilih untuk menanam nanas.

Salah satu Kecamatan yang menjadi penghasil nanas yang ada di Muara Enim adalah Kecamatan Lembak dengan luas panen 13.05 Ha dengan jumlah produksi sebesar 782.74 kuintal. Dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Produksi Tanaman Nanas Di Kabupaten Muara Enim Tahun 2019.

No.	Kecamatan	Produksi (Kuintal)
1.	Semende Darat Laut	-
2.	Semende Darat Ulu	-
3.	Semende Darat Tengah	-
4.	Tanjung Agung	0,56
5.	Rambang	-
6.	Lubai	7,20
7.	Lawang Kidul	0,55
8.	Muara Enim	0,53
9.	Ujan Mas	21,00
10.	Gunung Megang	345,60
11.	Benakat	3,60
12.	Rambang Dangku	1,68
13.	Gelumbang	1.440,00
14.	Lembak	782,72
15.	Sungai Rotan	19,99
16.	Muara Belida	-
17.	Kelekar	7.500,00
18.	Belimbing	369,92
19.	Lubai Ulu	-
20.	Belida Darat	2.668,80

Sumber : Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura Dan Peternakan Kabupaten Muara Enim 2020

Berdasarkan Tabel 2. Kecamatan Lembak merupakan salah satu penghasil nanas terbesar yang ada di Kabupaten Muara Enim. Jumlah produksi nanas yang ada di kecamatan lembak adalah 782.74 kuintal dengan luas lahan 13.05 ha. Sebagian besar dari mata pencaharian masyarakat Kecamatan Lembak adalah dengan menjadi petani karet, sawit dan nanas (Badan Pusat Statistik Kabupaten Muara Enim, 2019).

Salah satu Desa penghasil nanas yang ada Di Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim adalah Desa Kemang. Desa Kemang memiliki Luas lahan permukiman 22 Ha Jumlah luas wilayah Desa Kemang 2.800 Ha. Ketika lahan baru dibuka untuk mananam karet biasanya untuk memanfaatkan lahan jarak antara satu pohon karet dan yang lainnya, petani memilih untuk usahatani nanas untuk mendapatkan penghasilan sembari menunggu karet bisa di panen.

Usahatani nanas di Desa Kemang merupakan ushatani yang bersifat tanaman selang atau bukan tanaman pokok. Usahatani nanas menjadi pilihan pertanian di Desa Kemang karena membantu pendapatan petani Desa Kemang. Berdasarkan informasi yang di dapat dari pedagang pengepul dan petani nanas di Desa Kemang pemasaran buah nans di Desa ini sudah di pasarkan ke pedagang besar di daerah Palembang, Daerah Jakarta dan Lampung.

Sebelum nanas dipasarkan para pedagang pengepul datang ke kebun melakukan survey untuk mengetahui ukuran dan jumlah buah nanas, kemudian pedagang pengepul bisa menentukan harga perbuah. Setelah penentuan harga ketika petani sudah setuju dengan harga yang diberikan oleh pedagang pengepul maka akan dilaksanakan proses penjualan. Pedagang Pengepul akan mengambil nanas kebun dengan menggunakan jasa dari pengangkut nanas. Kemudian pedagang pengepul memasarkan nanas ke produsen selanjutnya baik pedagang pengecer ataupun langsung ke konsumen akhir.

Namun semenjak terjadinya covid-19 yang mulai berkembang pada tahun 2020 lalu pendistribusian nanas yang ada di desa kemang mulai terhambat dan terganggu. Ketika melihat meningkatnya tingkat kepedulian, rekomendasi untuk “jarak sosial” mengurangi perjalanan, mengurangi keramaian, penutupan dan praktik perlindungan lainnya untuk memperlambat penyebaran Covid-19,

pedagang pengepul yang awalnya bisa melakukan pendistribusian nanas ke produsen atau konsumen berikutnya sebanyak 2 kali namun setelah peraturan tersebut diterapkan pedagang pengepul hanya bisa melakukannya satu kali dalam satu minggu. Hal tersebut akan membuat kesulitan sehingga akan mempengaruhi harga. Perkembangan Harga nanas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perkembangan Harga Tingkat Petani Nanas Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim, 2019-2020

No.	Bulan/Tahun	Harga (Rp/Buah)
1.	November 2019	3.400
2.	Desember 2019	3.200
3.	Januari 2020	3.200
4.	Februari 2020	3.500
5.	Maret 2020	3.100
6.	April 2020	2.700
7.	Mei 2020	2.500
8.	Juni 2020	1.800
9.	Juli 2020	1.350
10.	Agustus 2020	1.200

Sumber : Wawancara Petani Nanas 2021

Dapat dilihat dari Tabel 3. Jika harga nanas di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim, sebelum terjadinya pandemi covid-19 harga nanas perbuahnya diatas Rp. 3000,- dan setelah terjadinya pandemi covid-19 mulai terjadinya penurunan hingga bulan Agustus 2020 harganya menjadi terendah sebesar Rp. 1200,-. Berdasarkan permasalahan yang telah peneliti paparkan di atas maka peneliti tertarik dan memutuskan untuk mengambil judul dari penelitian yaitu **“Pemasaran Nanas Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim”**.

## 1.2.Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran Pemasaran Nanas Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim ?
2. Berapa Besar Margin, Keuntungan dan *Farmer's Share* Dari Pemasaran Nanas Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim ?

### **1.3.Tujuan**

1. Untuk menganalisis saluran pemasaran Nanas di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim
2. Untuk mengetahui besar margin, keuntungan dan *farmer's share* Dari Pemasaran Nanas Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kemang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim

### **1.4.Manfaat**

1. Bagi petani nanas, dapat memberikan tambahan wawasan dalam menyikapi kemungkinan timbulnya permasalahan serta dalam pengambilan keputusan dalam usaha tani nanas.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat di jadikan sebagai panduan dan acuan untuk peneliti selanjutnya.
3. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai langkah awal dalam penerapan ilmu pengetahuan dan sebagai pengalaman yang dapat di jadikan referensi, mengingat keterbatasan dalam penelitian ini maka dapat di gunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut dimasa akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, P. S. & Usman, H. 2011. Metodologi Penelitian Social. Jakarta : Bumi Aksara
- Anandita, R dan N. Baladina. 2017. Pemasaran Produk Pertanian. Andi. Yogyakarta.
- Arman, S 2004. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus, Surabaya.
- Arikunto,S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta
- Badan Pusat Statistik. 2019 Dalam 2020. Badan Pusat Statistic Kabupaten Muara Enim. <https://Muaraenimkab.Bps.Go.Id/>.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan. 2020. Provinsi Sumatera Selatan Dalam Angka 2021 (Online). <https://Sumsel.Bps.Go.Id/>.Diakses Januari 2022
- Budi Kho, 2020. Ilmu Manajemen Industri. Diambil dari : <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-roa-return-assets-rumus-roa-pengambilan-aset/>. (18 maret 2017)
- Daniel, M. 2003. Motode Penelitian Social Ekonomi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Dinas tanaman pangan hortikultura dan peternakan kabupaten muara enim. 2020. Dalam angka 2021 (online). <https://Muaraenimkab.Bps.Go.Id/>.
- Firdaus, M. 2008. Manajemen Agribisnis. Jakarta : Bumi Aksara
- Hanafiah, K.A. 2010. Dasar-Dasar Ilmu Tanah. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Hermanto. 1994. Ilmu Usaha Tani. Jakarta. Penebar Swadaya.
- Kohls, L. Ricard , And N. Joseph. Uhl. 2002 dalam Iswahyudi 2019. Pola Saluran Pemasaran dan *Farmer's Share* Jambu Air Cv Camplong
- Kotler, P. Dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke 13. Jakarta : Erlangga
- Lisdiana, W.S. 1997. Budidaya Nanas, Pengolahan Dan Pemasaran. Bogor : Raja Wali
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian, Jakarta : Lembaga Penelitian, Pendidikan Dan Penerangan Ekonomi Dan Social (LP3ES)

- Narbuko dan A, Achmadi . (2015). Metodologi Penelitian. Jakarta : Bumi aksara
- Nasrudin. 2009 Dalam Lestari, O. 2016. Analisis Usahatani Kopi dan Efisiensi Pemasaran Kopi Di Kecamatan Bener Kalipah Kabupaten Bener Mariah
- Kotler, P. 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, P. Dan K.L. Keller, 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ke 13. Jakarta : Erlangga.
- [PUSDATIN] Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian. 2016. Statistik konsumsi pangan 2016. Sekretariat Jendral Kementrian Pertanian. <http://statistikpangan.go.id>
- Rahim, A Dan D.R.R.Hastuti. 2007. Ekonomika Pertanian, Pengantar Teori Dan Kasus : Penebar Swadaya
- Soekartawi, 1993. Resiko Dan Ketidak Pastian Dalam Agribisnis. BPFE. Jakarta
- Suparmoko. 1992. Ekonomi Pembangunan. Edisi Kelima. Yogyakarta. BPFE. UGM
- Sudiyono. 2002. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang : UMM Press
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertannian. Edisi Kedua. Umm Press. Malang
- Sugiyono. 2001. Metode Penelitian, Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2010. Metode penelitian pendidikan pendekatan *kuantitatif, kualitatif, dan R & D* Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2014. Metode penelitian pendidikan pendekatan *kuantitatif, kualitatif, dan R & D* Bandung : Alfabeta
- Swasta, B. 2008. Manajemen Pemasaran Modern (Edisi 2), Yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta
- Swasta, B. dharmesta dan irawan, 2008. Manajemen pemasaran modern, liberty, Yogyakarta.
- Swasta, B dan Irawan, 2005, Asas-Asas Marketing, Liberty, Yogyakarta