

ARTIKEL ILMIAH

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN PISANG MAS KIRANA
DI KECAMATAN GUCIALIT KABUPATEN LUMAJANG**



Oleh:

MIFTAKHUR ROHMI

NIM: 1410321017

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JEMBER
2019**

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN PISANG MAS KIRANA DI KECAMATAN
GUCIALIT KABUPATEN LUMAJANG**

**[ANALYSIS OF THE MARKETING EFFICIENCY OF BANANA MAS KIRANA IN
GUCIALIT SUB-DISTRICT, LUMAJANG DISTRICT]**

Miftakhur Rohmi*)

*)Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Jember
e-mail: mifta.rohmy193@gmail.com

ABSTRAK

Pisang Mas Kirana merupakan salah satu varietas pisang unggulan terbaru di Kabupaten Lumajang. Tujuan penelitian adalah (1) mengetahui tingkat keuntungan usahatani Pisang Mas Kirana, (2) mengidentifikasi berapa saluran pemasaran Pisang Mas Kirana di Kecamatan Gucialit, (3) mengetahui saluran pemasaran yang paling efisien. Penelitian berlokasi di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang, menggunakan data primer dan sekunder. Metode yang digunakan adalah deskriptif analitik. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis keuntungan, analisis saluran pemasaran, analisis margin pemasaran, analisis *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa: (1) Rata-rata keuntungan usahatani pisang mas kirana pada saluran pemasaran I sebesar Rp 5.779.563/ha, sedangkan saluran pemasaran II sebesar Rp 13.054.936/ha (2) terdapat dua saluran pemasaran yang digunakan yaitu: Saluran Pemasaran I : Petani – Pedagang Besar – Pengecer dan Saluran Pemasaran II : Petani- Pedagang Pengepul-Pedagang Besar-Pengecer. (3) Efisiensi Pemasaran pada usahatani pisang mas kirana pada setiap grade berbeda, untuk grade A saluran pemasaran yang paling efisien yaitu saluran pemasaran II dengan nilai *farmer's share* sebesar 52,46%, sementara untuk grade B dan C tidak efisien pada setiap saluran pemasaran karena nilai *farmer's share* kurang dari 50 %.

Kata kunci: efisiensi pemasaran, *farmer's share*, keuntungan, margin pemasaran dan saluran pemasaran.

ABSTRACT

Banana Mas Kirana is one of the newest flagship banana varieties in Lumajang District. The research objectives were (1) to find out the profitability of Banana Mas Kirana farming, (2) to identify the marketing channels of Banana Mas Kirana in Gucialit Sub-District, (3) to know the most efficient marketing channels. The study was located in Gucialit Subdistrict, Lumajang District, using primary and secondary data. The method used was analytical descriptive. Data analysis methods used was profit analysis, marketing channel analysis, marketing margin analysis, farmer share analysis and Marketing Efficiency. Based on the results of the research, it could be concluded that: (1) The average profit of banana mas kirana farming on the marketing channel I is IDR 5,779,563, while the marketing channel II is IDR 13,054,936. (2) there were two marketing channels used, namely: Marketing Channels I: Farmers - Wholesalers - Retailers and Marketing Channels II: Farmers - Merchant Traders - Wholesalers - Retailers. (3) Marketing Efficiency in banana mas kirana farming in each grade was different, for the most efficient grade A marketing channel, namely marketing channel II with a farmer's share value of 52.46%, while grades B and C was not efficient at each marketing channel because the farmer's share value was less than 50%.

Keywords: marketing efficiency, farmer share, profits, marketing and marketing margins channels.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pulau Jawa merupakan pulau yang memiliki produksi pisang tertinggi, berbagai macam pisang dapat dijumpai di daerah Jawa Timur, seperti pisang kepok, ambon, pisang raja, dan lain-lain, salah satunya yang sekarang menjadi unggulan Jawa Timur adalah Pisang Mas Kirana. Pisang dapat menghasilkan produksi tinggi karena pemanenan dilakukan secara berkala dan tumbuh subur di dataran tinggi maupun dataran rendah (Fadilah, 2016). Adapun produksi pisang di Jawa Timur dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1
Tanaman yang menghasilkan, Produksi, Produktivitas Pisang di Jawa Timur Tahun 2012-2016

No.	Tahun	Tanaman hasil (pohon)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/pohon)
1	2012	21.343.126	1.362.881	0,064
2	2013	18.493.433	1.278.277	0,069
3	2014	21.570.111	1.336.685	0,062
4	2015	20.939.906	1.629.437	0,078
5	2016	19.894.834	1.865.772	0,094
Jumlah		102.241.410	7.473.052	0,367
Rata-rata		20.448.282	1.494.610	0,073

Sumber: Bada Pusat Statistik Jawa Timur Tahun 2013-2017 (diolah).

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa produksi pisang tertinggi terdapat pada tahun 2016 dengan hasil produksi sebesar 1.865.772 ton dengan tanaman yang menghasilkan sebanyak 19.894.834 pohon. Peningkatan yang cukup signifikan ini kemungkinan karena banyaknya luas lahan yang produktif. Akan tetapi pada tahun 2013 produksi pisang di Jawa Timur mengalami penurunan dengan total produksi 1.278.277 ton. Penurunan ini kemungkinan di akibatkan karena serangan hama dan kualitas dari tanah. Setelah mengalami penurunan pada tahun 2013 pada tahun 2014-2016 mengalami peningkatan produksi pisang, pada tahun 2014 kenaikan produksi sebesar 1.336.685 ton dengan bertambahnya tanaman yang menghasilkan sebesar 21.570.111 pohon. Produktivitas tertinggi terjadi pada tahun 2016 dengan tingkat produktivitas sebesar 0,094 ton/pohon.

Jawa Timur merupakan provinsi penyumbang produksi tertinggi di Indonesia. Daerah sentra pisang terbesar Jawa Timur yaitu salah satunya terdapat

pada daerah Kabupaten Lumajang. Kabupaten Lumajang merupakan salah satu wilayah yang mempunyai plasma nutfah pisang yang beragam di Jawa Timur. Plasma nutfah pisang tersebut belum banyak yang didayagunakan secara optimal. Kendalanya adalah belum diperolehnya data rinci tentang karakter masing-masing kultivar (Dinas Pertanian Kabupaten Lumajang, 2002). Kabupaten Lumajang merupakan sentra pisang dengan luas lahan, produksi serta produktivitas yang cukup tinggi. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini

Tabel 1.2
Data Luas Lahan, Produksi, dan Produktivitas Pisang Tahun 2013-2016 di Kabupaten Lumajang

No.	Tahun	Luas Lahan (ha)	Produksi (ku)	Produktivitas (ku/ha)	Perkembangan Produksi (%)
1	2013	5.775,095	1.156.076	200,18	
2	2014	5.407,659	1.102.888	203,95	-4,82%
3	2015	4.732,633	1.104.733	233,43	0,17%
4	2016	4.970,354	1.106.507	222,62	0,16%
Jumlah		20.885,741	4.470.204	214,03	-4,50%
Rata-rata		5.221,44	1.117.551	53,51	-0,01

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Lumajang dalam Angka 2014 - 2017

Dari Tabel 1.2 diatas dapat diketahui bahwa produksi dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Pada tahun 2013 menghasilkan produksi tertinggi yaitu sebesar 1.156.076 ku dengan luas lahan sebesar 5.775,095 ha. Akan tetapi pada tahun 2014 mengalami penurunan yang signifikan sebesar 1.102.888 ku dengan luas lahan yaitu sebesar 5.407,659 ha. Pada tahun 2015-2016 produksi pisang di Kabupaten Lumajang mengalami peningkatan, produksi pisang tahun 2015 sebesar 1.104.733 ku. Peningkatan juga terjadi pada tahun 2016 dengan produksi yaitu 1.106.507 ku dengan luas lahan yang ditanami sebanyak 4.970,354 ha. Produktivitas tertinggi terjadi pada tahun 2015 dengan tingkat produktivitas sebesar 233,43 ku/ha.

Menurut Fadilah (2016) salah satu komoditas unggulan di Kabupaten Lumajang dan mempunyai produksi tinggi yaitu Pisang Mas Kirana. Pisang Mas Kirana merupakan pisang mas asli dari Desa Kandang Tepus, Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang dimana pisang mas Kirana termasuk dalam varietas klon pisang mas. Memanfaatkan peluang yang ada peran sistem

pemasaran sangat penting dalam pengambilan keputusan mengenai pemasaran Pisang Mas Kirana. Terlebih jenis pisang mas umumnya memiliki sifat khusus yaitu mudah rusak dan memiliki daya tahan dan rentan waktu simpan yang sangat rendah. Produksi Pisang Mas Kirana dari tahun 2014 hingga tahun 2016 dapat dilihat dari Tabel 1.3 berikut ini.

Tabel 1.3
Produksi Pisang Mas Kirana di Kabupaten Lumajang Tahun 2014-2016

No.	Kecamatan	Produksi (ku)		
		2014	2015	2016
1	Tempursari	3.663,45	4.200,00	4.200,00
2	Pronojiwo	3.663,15	1.900,00	1.900,00
3	Candipuro	3.531,00	2.042,73	2.042,73
4	Pasirian	-	-	-
5	Tempoh	-	-	-
6	Lumajang	-	-	-
7	Sumbersuko	3.502,80	60,00	52,00
8	Tekung	-	-	-
9	Kunir	-	328,50	277,50
10	Yosowilangun	3.504,00	-	-
11	Rowokangkung	3.506,25	216,00	216,00
12	Jatiroto	-	6,90	-
13	Randuagung	3.738,00	2.600,00	2.600,00
14	Sukodono	-	-	-
15	Padang	4.224,75	1.408,80	1.408,80
16	Pasrujambe	72.750,45	101.970,00	101.970,00
17	Senduro	79.175,25	79.325,25	79.325,25
18	Gucialit	4.871,55	37.043,04	37.043,04
19	Kedungjajang	-	248,10	170,00
20	Klakah	3.588,60	82,60	82,60
21	Ranuyoso	-	-	-
Jumlah		189.719	231.432	231.288
Perkembangan (%)			18,02%	-0,06%

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Lumajang Tahun 2015-2017 (diolah).

Dari Tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa sentra produksi tertinggi terjadi pada tahun 2015 dan 2016 yang berada pada Kecamatan Pasrujambe dengan perolehan produksi sebesar 101.970,00 ku. Selain Kecamatan Pasrujambe yang membudidayakan Pisang Mas Kirana produksi kedua tertinggi berada pada Kecamatan Senduro dengan tingkat produksi tertinggi pada tahun 2015 dan 2016 sebesar 79.325,25 ku. Dari tahun 2014 hingga 2016 produksi pisang mas di Kabupaten Lumajang mengalami kenaikan yang signifikan. Dari 21 kecamatan di Kabupaten Lumajang ada tiga kecamatan yang dijadikan sebagai plasma nutfah Pisang Mas Kirana yaitu Kecamatan Senduro, Guccialit dan Pasrujambe. Oleh

karena itu Kabupaten Lumajang dijadikan salah satu Kabupaten penghasil Pisang Mas Kirana terbanyak setelah Kabupaten Malang di Jawa Timur.

Berdasarkan Tabel 1.3 bahwa terdapat beberapa kecamatan dengan produksi tertinggi yaitu Kecamatan Pasrujambe, Senduro dan Gucialit. Budidaya Pisang Mas Kirana di Kabupaten Lumajang sedang dalam tahap perkembangan terutama di daerah Gucialit karena memiliki potensi untuk dikembangkan untuk meningkatkan produksi, perkembangan ini didasarkan pada jumlah petani Pisang Mas Kirana yang cukup banyak dengan luas lahan yang relatif luas. Berikut ini adalah produksi Pisang Mas Kirana di Kecamatan Gucialit dapat dilihat pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4
Luas Lahan, Produksi dan Produktivitas Pisang Mas Kirana di
Kecamatan Gucialit Tahun 2014 - 2016.

No.	Tahun	Luas Lahan (ha)	Produksi (ku)	Produktivitas (ku/ha)
1	2014	227,958	37.043,04	162,50
2	2015	207,65	37.043,04	178,39
3	2016	217,27	41.241,51	189,82
Rata-rata		508,031	87.833,25	404,163

Sumber: Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Gucialit Tahun 2015- 2017 (diolah)

Berdasarkan Tabel 1.4 diatas dapat dilihat bahwa produksi tertinggi di Kecamatan Gucialit berada pada tahun 2016 sebesar 41.241,51 ku. Sedangkan untuk produktivitas tertinggi pada tahun 2016 sebesar 189,82 ku/ha. Pada tahun 2014 dan 2015 produksi Pisang Mas Kirana sama sebesar 37.043,04.

Produksi Pisang Mas Kirana di Kabupaten Lumajang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, dengan produksi semakin tinggi dapat memberikan peluang usaha terhadap petani untuk dapat memasarkan hasil produksinya. Produk pertanian merupakan produk yang mudah rusak, khususnya pada tanaman hortikultura seperti buah Pisang Mas Kirana, oleh karena itu petani perlu mengadakan penanganan pasca panen Pisang Mas Kirana agar produk tersebut sampai kepada konsumen dalam keadaan yang baik. Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah sistem pemasaran, apabila sistem pemasaran yang terjadi di dalam rantai pasar panjang, produk Pisang Mas Kirana akan semakin mudah rusak, diperlukan kerjasama antara pihak lembaga pemasaran dengan petani.

Berdasarkan data yang diperoleh dari produksi Pisang Mas Kirana di Kabupaten Lumajang masih tinggi, akan tetapi timbul permasalahan yaitu sering terjadinya fluktuasi harga, oleh sebab itu sistem pemasaran di daerah penelitian sangat perlu diperhatikan agar petani Pisang Mas Kirana mendapatkan keuntungan yang maksimal. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti terdorong untuk mengadakan suatu penelitian mengenai analisis efisiensi pemasaran Pisang Mas Kirana di Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang, untuk mengetahui keuntungan usahatani pisang mas kirana, macam pola pemasaran, berapa margin pemasaran, dan saluran pemasaran yang efisien bagi petani.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan penguraian latar belakang penelitian diatas dapat ditemukan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Ada berapa macam pola saluran pemasaran Pisang Mas Kirana di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang?
2. Berapakah tingkat keuntungan usahatani Pisang Mas Kirana menurut saluran pemasaran yang digunakan di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang?
3. Saluran pemasaran Pisang Mas Kirana manakah yang paling efisien di Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penguraian latar belakang penelitian diatas dapat ditemukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi berapa macam pola saluran pemasaran Pisang Mas Kirana di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang.
2. Untuk mengetahui keuntungan usahatani Pisang Mas Kirana menurut saluran pemasaran yang digunakan di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang.
3. Untuk mengetahui saluran pemasaran Pisang Mas Kirana yang mempunyai efisiensi paling tinggi di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang.

1.3 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penguraian latar belakang penelitian diatas, maka kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai bahan informasi bagi pemerintah, khususnya pemerintahan daerah Kabupaten Lumajang tentang efisiensi pemasaran Pisang Mas Kirana.
2. Sebagai bahan informasi bagi petani Pisang Mas Kirana di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang.
3. Sebagai sumbangan ilmu pengetahuan, khususnya bidang ilmu sosial pertanian dalam kajian hortikultura, terutama agribisnis pisang mas kirana.
4. Sebagai bahan informasi bagi peneliti selanjutnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Metode Deskriptif Analisis merupakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada (Sugiono, 2008). Sedangkan teknik penelitian yang digunakan adalah metode survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data (Singarimbun dan Efendi, 1995).

Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan bahwa Kecamatan Gucialit merupakan salah satu sentra dari tiga kecamatan yang memiliki produksi pisang mas kirana tertinggi di Kabupaten Lumajang. Waktu penelitian mengenai efisiensi pemasaran pisang mas kirana di Kecamatan Gucialit terhitung bulan Juni hingga Agustus tahun 2018.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari petani responden, pedagang pengepul, pedagang besar dan pedagang pengecer dengan melakukan wawancara. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dinas atau instansi yang berhubungan dengan penelitian ini, antara lain adalah Badan Pusat Statistik Indonesia, Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang, Direktorat Jendral Hortikultura dan Dinas Pertanian Kabupaten Lumajang.

Metode Pengambilan Sampel

Penentuan pengambilan sampel terhadap petani menggunakan metode *purposive sampling*, *proportional random sampling* dan *snowball sampling*. Metode *Purposive Sampling* adalah suatu proses pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja. Total populasi petani pisang mas kirana di Kecamatan Gucialit sebanyak 402 petani. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subyek dalam populasi diupayakan memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Adapun rumusan yang digunakan untuk mengukur sampel digunakan rumus Slovin dalam Umar (2004) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Presentasi kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e = 0,15).

$$n = \frac{402}{1 + 402(0,15)^2}$$

$$n = 44$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel petani pisang mas kirana sebanyak 44 responden. Pengambilan sampel dilakukan pada tiga kelompok tani dengan pertimbangan bahwa kelompok tani tersebut aktif dan memperoleh produksi

tinggi. Pengambilan sampel dengan menggunakan cara yang proporsional menggunakan rumus.

Jumlah sampel dalam penelitian adalah 44 petani yang diambil dari beberapa kelompok tani dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

n_i = Besar sampel untuk stratum

N_i = Total sub populasi dari stratum i

N = Total populasi

n = Besarnya sampel

Pengambilan sampel dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1.5
Pengambilan Sampel

No.	Desa	Kelompok Tani	Populasi	Sampel
1	Pakel	Rukun Jaya I	52	6
		Rukun Jaya II	65	7
2	Kenongo	Karya Bakti I	59	6
		Agrotani I	35	4
3	Gucialit	Agrotani II	52	5
		Agrotani III	42	5
		Sido Mulyo IV	97	11
4	Kertowono		402	44
	Jumlah			

Sumber: Data Sekunder diolah, 2017

Penarikan responden berdasarkan penelitian terdahulu menggunakan metode *snowball sampling* untuk lembaga pemasaran. Menurut Soetriono dan Hanafie (2007), *snowball sampling* adalah suatu penarikan sampel dengan metode bola salju, artinya sampel pertama menentukan sampel kedua, selanjutnya sampel yang kedua menentukan sampel tiga dan seterusnya. Sampel yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah 44 petani pisang mas kirana di empat Desa, Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang pada saat berlangsungnya penelitian. Selain itu sampel lembaga pemasaran meliputi 12 pedagang pengepul, 10 pedagang besar dan 44 pedagang pengecer. Penelitian pemasaran dimulai dari produsen, pedagang tengkulak desa, dan pedagang pengumpul.

Metode Analisis Data

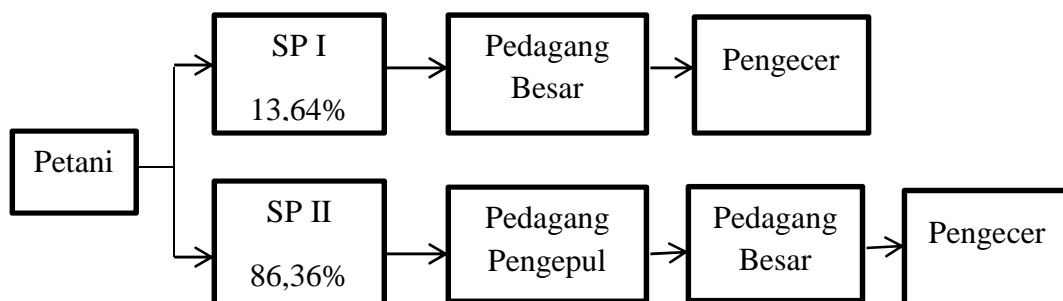
Dalam penelitian, metode analisis data yang akan digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui berapa macam saluran pemasaran yang digunakan oleh petani pisang mas kirana di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang dengan menggunakan analisis saluran pemasaran.
2. Untuk mengetahui tingkat keuntungan petani pisang mas kirana di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang dilakukan analisis keuntungan.
3. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran pisang mas kirana di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang. Untuk menentukan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dua analisis yaitu presentase margin pemasaran dan *farmer's share*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Saluran Pemasaran Pisang Mas Kirana

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran yang digunakan di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang. Proses pengumpulan data untuk mengetahui berbagai hasil pemasaran pisang mas kirana yang digunakan, diperoleh dengan cara penelusuran pola pemasaran pisang mas kirana mulai dari petani sampai konsumen akhir. Berikut ini gambar 6.1 tentang saluran pemasaran pisang mas kirana di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang:



Gambar 1.1.
Saluran Pemasaran Pisang Mas Kirana di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang

Dari gambar 1.1 diatas terlihat bahwa di Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang menggunakan dua saluran pemasaran, saluran pemasaran ke – I merupakan saluran yang hanya digunakan oleh 6 petani dengan presentase sebesar 13,64 %. Petani yang menggunakan saluran ini merupakan petani yang daerahnya di puncak perkebunan, karena jarang terdapat pengepul yang mengambil produk yang dihasilkan oleh petani, karena itu petani langsung menjualnya ke pedagang besar karena pedagang besar yang mampu membeli pisang mas kirana dengan jumlah yang besar.

Lain halnya dengan saluran pemasaran ke – II petani pisang mas kirana menjualnya ke pedagang pengepul, petani dalam hal ini tidak mengeluarkan biaya transportasi karena pedagang pengepul langsung mengambil ke lahan/sawah petani. Harga yang ditentukan oleh pengepul lebih tinggi dibandingkan petani menjualnya langsung ke pedagang besar. Pedagang pengepul melakukan pembelian semua produk dari petani sekitar 4 ton dari semua hasil produksi petani.

Keuntungan Usahatani Pisang Mas Kirana

a. Struktur Biaya Usahatani Pisang Mas Kirana

Struktur biaya terdiri atas biaya tetap, biaya variabel dan biaya lainnya yang dikeluarkan selama proses produksi pisang mas kirana. Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh jumlah produksi, meskipun jumlah produksi yang dihasilkan banyak atau sedikit biaya tersebut akan tetap dikeluarkan antara lain adalah biaya sewa lahan dan biaya investasi. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang ditentukan oleh jumlah produk yang dihasilkan antara lain adalah biaya pupuk, bibit, obat-obatan dan upah tenaga kerja. Biaya yang sering dikeluarkan petani yang lain adalah biaya lain-lain seperti biaya konsumsi tenaga kerja dan biaya bahan bakar yang digunakan selama melakukan produksi usahatani. Untuk lebih jelasnya struktur biaya usahatani pisang mas kirana di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang berdasarkan saluran pemasaran I yang digunakan oleh petani pisang mas kirana telah disajikan pada Tabel 1.6.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan berdasarkan hasil rata-rata dari sampel yang telah disajikan pada tabel 1.6 menunjukkan bahwa jumlah rata-rata total biaya produksi pisang mas kirana per hektar untuk saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 30.620.587/ha, yaitu terdiri dari biaya tetap sebesar Rp 17.951.515/ha, dan biaya variabel yang terdiri dari biaya saprodi sebesar Rp 8.410.555 per hektar dan biaya tenaga kerja sebesar Rp 2.602.679. Untuk biaya lain-lain sebesar Rp 1.655.838/ha.

Tabel 1.6
Struktur Rata-Rata Biaya per Hektar Usahatani Pisang Mas Kirana Saluran Pemasaran I di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang Tahun 2018

No.	Jenis Biaya	Biaya (Rp/ha)	%
	Biaya Tetap		
1	Sewa Lahan	16.416.667	53,61
2	Penyusutan Alat	1.534.848	5,01
	Jumlah	17.951.515	58,63
	Biaya Variabel		
	Biaya Saprodi		
1	a. Pupuk Urea	613.667	2,00
	b. Pupuk Organik	5.112.222	16,70
	c. Bibit	2.189.333	7,15
	d. Pupuk Kandang	295.333	0,96
	e. Herbisida	200.000	0,65
	Jumlah	8.410.555	27,47
2	Biaya Tenaga Kerja		
	a. TK Penggalian Lubang	539.464	1,76
	b. TK penanaman	327.143	1,07
	c. Pemupukan	469.464	1,53
	d. Pemeliharaan Tanaman	433.036	1,41
	e. Pemanjakan Tunas	429.286	1,40
	f. Pemanenan	404.286	1,32
	Jumlah	2.602.679	8,50
	Biaya Lain – Lain		
1	Biaya Konsumsi	1.533.417	
2	Biaya BBM	122.421	
	Jumlah	1.655.838	5,41
	Total Biaya	30.620.587	100

Sumber: Analisis data primer diolah (2018).

Sedangkan struktur rata-rata biaya usahatani pisang mas kirana pada saluran pemasaran ke II lebih rendah daripada rata-rata biaya saluran pemasaran ke I, berikut penjelasannya pada Tabel 1.7. Berdasarkan Tabel 1.7 terlihat bahwa besarnya total biaya produksi skala luas lahan besar yaitu Rp 30.259.592/ha. Unsur biaya tetap yang merupakan pengeluaran terbesar adalah biaya sewa lahan dengan total biaya tetap sebesar Rp 15.939.581/ha. Biaya variabel yang meliputi biaya saprodi sebesar Rp 10.319.503/ha dan biaya tenaga kerja yang dikeluarkan

sebesar Rp 2.452.806/ha, dan biaya lainnya yang termasuk dalam biaya produksi pisang mas kirana adalah biaya lain-lain yaitu sebesar Rp 1.547.702/ha.

Tabel 1.7
Struktur Rata-Rata Biaya per Hektar Usahatani Pisang Mas Kirana
Saluran Pemasaran II di Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang Tahun
2018

No.	Jenis Biaya	Biaya (Rp/ha)	%
	Biaya Tetap		
1	Sewa Lahan	14.363.158	47,47
2	Penyusutan Alat	1.576.423	5,21
	Jumlah	15.939.581	52,68
	Biaya Variabel		
	Biaya Saprodi		
1	a. Pupuk Urea	1.401.900	4,63
	b. Pupuk Organik	5.840.641	19,30
	c. Bibit	2.228.053	7,36
	d. Pupuk Kandang	627.856	2,07
	e. Herbisida	221.053	0,73
	Jumlah	10.319.503	34,10
2	Biaya Tenaga Kerja		
	a. TK Penggalan Lubang	486.638	1,61
	b. TK penanaman	318.428	1,05
	c. Pemupukan	451.045	1,49
	d. Pemeliharaan Tanaman	481.553	1,59
	e. Pemangkasan Tunas	416.847	1,38
	f. Pemanenan	298.295	0,99
	Jumlah	2.452.806	8,11
	Biaya Lain - Lain		
1	Biaya Konsumsi	1.413.968	4,67
2	Biaya BBM	133.734	0,44
	Jumlah	1.547.702	5,11
	Total Biaya	30.259.592	100

Sumber: Analisis data primer diolah, (2018).

b. Keuntungan Usahatani Pisang Mas Kirana

Didalam memproduksi suatu barang, ada dua hal yang menjadi faktor utama dari seorang pengusaha dalam rangka mendapatkan keuntungan yang maksimum, yaitu biaya (*cost*) dan penerimaan (*revenue*). Penerimaan merupakan produksi yang dikalikan dengan harga pisang mas kirana per kg. Berikut ini disajikan rincian rata-rata keuntungan usahatani pisang mas kirana di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang pada Tabel 1.8

Berdasarkan Tabel 1.8 tersebut dapat dilihat bahwa petani yang menggunakan saluran pemasaran I dengan rata-rata produksi per hektar 4.990 kg untuk grade A dengan harga Rp 5.600,-/kg. Untuk grade B dengan produksi 4.247 kg dengan harga Rp 1.850,-/kg. Sedangkan untuk grade C diperoleh rata-rata produksi 749 kg dengan harga Rp 800,-/kg. Penerimaan total yang diperoleh dari

saluran pemasaran I yaitu Rp 36.400.150 dengan biaya yang dikeluarkan sebanyak Rp 30.620.587 akan memperoleh keuntungan sebesar Rp 5.779.563.

Tabel 1.8
Rata-Rata Keuntungan per Hektar Usahatani Pisang Mas Kirana
Berdasarkan Saluran Pemasaran di Kecamatan Gucialit, Kabupaten
Lumajang Tahun 2018

Uraian	SP I	SP II
Proporsi Petani (%)	13,64	86,36
Produksi (kg)		
Grade A	4.990	5.630
Grade B	4.247	4.781
Grade C	749	845
Harga (Rp/kg)		
Grade A	5.600	5.811
Grade B	1.850	2.068
Grade C	800	842
Penerimaan (Rp)		
Grade A	27.944.000	32.715.930
Grade B	7.856.950	9.887.108
Grade C	599.200	711.490
Total Penerimaan	36.400.150	43.314.528
Biaya	30.620.587	30.259.592
Keuntungan	5.779.563	13.054.936

Sumber: Analisis data primer diolah, (2018).

Pada saluran pemasaran II produksi grade A sebesar 5.630 kg dengan harga yang diperoleh petani sebesar Rp 5.811,-/kg, sedangkan untuk grade B memperoleh rata-rata produksi sebesar 4.781 kg dengan harga Rp 2.068,-/kg dan untuk grade C rata-rata produksi sebesar 845 kg dengan harga yang diterima petani sebesar Rp 845,-/kg. Penerimaan total dari setiap grade yang diperoleh saluran pemasaran II besar adalah sebesar Rp 43.314.528 dan total biaya yang dikeluarkan Rp, 30.259.592 maka rata-rata keuntungan yang diperoleh saluran pemasaran II sebesar Rp 13.054.936 lebih besar dibandingkan dengan rata-rata keuntungan yang diperoleh dari saluran pemasaran I sebesar Rp 5.779.563.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran dapat juga diketahui melalui penyebaran margin pemasaran dan *farmer's share*. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Semakin kecil margin pemasaran maka saluran pemasaran dikatakan efisien. Sedangkan untuk menentukan efisiensi juga bisa menggunakan analisis *farmer's share*. *Farmer's share* merupakan bagian yang diterima oleh petani dari harga yang diterima konsumen, apabila nilai *farmer's share* > 50% maka pemasaran dikatakan efisien.

a. Efisiensi Pemasaran Pisang Mas Kirana Pada Saluran Pemasaran I dalam Usahatani Pisang Mas Kirana

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan pisang mas kirana dari tingkat petani sampai tingkat konsumen akhir. Adapun besarnya biaya, keuntungan, margin pemasaran serta *farmer's share* pisang mas kirana pada saluran pemasaran ke – I, berikut telah disajikan pada Tabel 1.9.

Berdasarkan Tabel 1.9 dibawah menunjukkan bahwa saluran pemasaran I pada pemasaran pisang mas kirana lembaga yang terkait adalah pedagang besar dan pengecer. Petani pada saluran pemasaran ke – I petani tidak mengeluarkan biaya apapun, karena biaya ditanggung oleh pedagang besar yang langsung membeli dari tempat petani. Sehingga harga yang diterima oleh petani pada grade A sebesar Rp 5.600,-/kg, grade B seharga Rp 1.850,-/kg dan untuk grade C sebesar Rp 800,-/kg.

Pedagang besar membeli langsung dari petani di perkebunan sehingga pedagang besar mengeluarkan biaya transportasi sebesar Rp 24,02,-/kg untuk semua grade. Biaya paling tinggi yang dikeluarkan pedagang besar adalah biaya pengemasan yaitu sebesar Rp 307,01,-/kg untuk semua grade. Hal ini dikarenakan petani tidak melakukan proses pengemasan. Pengemasan dilakukan agar setiap produk tidak mengalami kerusakan pada saat pengiriman ke luar kota. Produk pisang mas kirana dikemas kedalam kardus, satu kardus grade A dijual dengan harga Rp 165.000,-/kardus dengan berat 15 kg, untuk harga satu kardus grade B sebesar Rp 125.000,- kardus dengan berat 20 kg, dan grade C seharga Rp 100.000,-/kardus dengan berat 20 kg.

Sedangkan biaya penyusutan alat yang dikeluarkan oleh pedagang besar sebesar Rp 16,89,-/kg untuk semua grade, jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar adalah Rp 369,03,-/kg untuk semua grade, dengan keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 2.331,-/kg pada grade A, sementara untuk grade B sebesar Rp 2.481,-/kg, dan untuk grade C sebesar Rp 1.531,-/kg.

Tabel 1.9
Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran serta Farmer's Share
Usahatani Pisang Mas Kirana pada Saluran Pemasaran I di Kecamatan
Gucialit, Kabupaten Lumajang Tahun 2018

Pelaku	Saluran Pemasaran I Berdasarkan Grade					
	A		B		C	
	Harga (Rp/kg)	%	Harga (Rp/kg)	%	Harga (Rp/kg)	%
1. Petani						
a. Harga Tingkat Petani	5.600	50,91	1.850	29,60	800	16,00
2. Pedagang Besar						
a. Harga Beli	5.600	50,91	1.850	29,600	800	16,00
b. Biaya Pemasaran						
Tenaga Kerja	21,10	0,19	21,10	0,34	21,10	0,42
Transportasi	24,02	0,22	24,02	0,38	24,02	0,48
Penyusutan Alat	16,89	0,15	16,89	0,27	16,89	0,34
Pengemasan	307,01	2,79	307,01	4,91	307,01	6,14
c. Jumlah Biaya Pemasaran	369,03	3,35	369,03	5,90	369,03	7,38
d. Harga Jual	8.300	75,45	4.700	75,20	2.700	54,00
e. Keuntungan	2.331	21,19	2.481	39,70	1.531	30,62
f. Margin Pemasaran	2.700	24,55	2.850	45,60	1.900	38,00
3. Pedagang Pengecer						
a. Harga Beli	8.300	75,45	4.700	75,20	2.700	54,00
Tenaga Kerja	96,12	0,87	96,12	1,54	96,12	1,92
Transportasi	1.335	12,14	1.335	21,37	1.335	26,71
b. Jumlah Biaya Pemasaran	1.432	13,01	1.432	22,91	1.432	28,63
c. Harga Jual	11.000	100	6.250	100	5.000	100
d. Keuntungan	1.268	11,53	118	1,89	868	17,37
e. Margin Pemasaran	2.700	24,55	1.550	24,80	2.300	46,00
Total Biaya Pemasaran	1.801		1.801		1.801	
Total Keuntungan	3.599		2.599		2.399	
Total Margin Pemasaran	5.400		4.400		4.200	
<i>Farmer's Share</i>		50,91		29,600		16,00

Sumber: Analisis data primer, (2018).

Harga jual yang diberikan pedagang besar kepada pengecer untuk grade A sebesar Rp 8.300,-/kg, grade B sebesar Rp 4.700,-/kg dan grade C seharga Rp 2.700,-/kg. Maka margin pemasarannya adalah sebesar Rp 2.700,-/kg untuk grade A, sedangkan grade B sebesar Rp 2.850,-/kg dan grade C sebesar Rp 1.900,-/kg ditingkat pedagang besar.

Setelah pedagang besar membeli dari petani selanjutnya menjualnya ke pengecer. Pengecer yang berminat pisang mas kirana berasal dari sejumlah daerah di Jawa Timur maupun luar pulau seperti Pulau Bali. Pengecer melakukan pembelian dengan datang langsung ke pedagang besar karena kondisi buah yang masih segar merupakan salah satu alasannya. Biaya paling banyak dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah biaya transportasi sebesar Rp 1.335,-/kg untuk seluruh grade. Sedangkan biaya tenaga kerja sebesar Rp 96,12,- /kg untuk seluruh grade. Total biaya pemasaran pengecer ini adalah Rp 1.432,-/kg untuk keseluruhan grade, dengan keuntungannya sebesar Rp 1.268,-/kg untuk grade A,

grade B sebesar Rp 118,-/kg, dan grade C sebesar Rp 868,-/kg, harga yang dikeluarkan oleh pengecer yang akan dijual kepada konsumen akhir sebesar Rp 11.000,-/kg untuk grade A, grade B seharga Rp6.250,-/kg, dan grade C sebesar Rp 5.000,-/kg. Dari hasil analisis saluran pemasaran ke – I dapat dilihat bahwa nilai *farmer's share* untuk grade A sebesar 50,91 %, untuk grade B sebesar 29,60 %, dan grade C sebesar 16,00 %. Bagian yang diterima petani (*farmer's share*) > 50 % hanya terdapat pada grade A, untuk grade B dan grade C < dari 50 % artinya grade B dan C tidak efisien hal ini disebabkan biaya yang dikeluarkan oleh pengecer untuk saluran pemasaran ke – I terlalu besar dan harga yang terlalu rendah, sehingga margin pemasaran terlalu tinggi dan *farmer's share* rendah.

Tujuan akhir dari kegiatan pemasaran adalah memperoleh keuntungan tinggi bagi pelaku pemasaran dan terciptanya kepuasan konsumen terhadap barang yang ditawarkan pedagang. Sedangkan untuk mengetahui rata-rata biaya, keuntungan, margin pemasaran serta *farmer's share* pisang mas kirana pada saluran pemasaran ke - II di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang. Berikut disajikan pada Tabel 1.10.

b. Efisiensi Pemasaran Pisang Mas Kirana Pada Saluran Pemasaran II dalam Usahatani Pisang Mas Kirana

Berdasarkan Tabel 1.10 dibawah menunjukkan bahwa saluran pemasaran ke – II pisang mas kirana memiliki saluran pemasaran yang panjang dibandingkan dengan saluran pemasaran ke – I. Saluran pemasaran ke – II meliputi petani – pedagang pengepul – pedagang besar – pengecer. Petani pada saluran ini tidak mengeluarkan biaya, untuk biaya transportasi ditanggung oleh pedagang pengepul. Harga yang diberikan oleh pedagang pengepul adalah Rp 5.805,-/kg untuk grade A, grade B seharga Rp 2.068,-/kg, dan grade C sebesar Rp 842,-/kg.

Biaya saluran pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengepul untuk biaya pemasaran tenaga kerja yang meliputi sortasi dan bongkar muat sebesar Rp 15,52,-/kg untuk semua grade. Sedangkan untuk biaya pemasaran transportasi sebesar Rp 21,16,-/kg untuk grade A, grade B sebesar Rp 21,23,-/kg dan grade C sebesar Rp 21,16,-/kg, serta biaya penyusutan alat yang meliputi alat pencecekan,

timbangan, bak plastik, pisau dan terpal sebesar Rp18,48,-/kg untuk seluruh grade pisang mas kirana.

Keuntungan yang didapatkan dari setiap grade berbeda yaitu grade A yaitu Rp 1.021,-/kg, grade B sebesar Rp 1.113,-/kg, dan grade C sebesar Rp 539,-/kg. Margin pemasaran pada pedagang pengepul untuk grade A sebesar Rp 1.076,-/kg, untuk grade B sebesar Rp 1.113,-/kg dan grade C sebesar Rp 539,-/kg. Dengan harga jual ke pedagang besar seharga Rp 6.882,-/kg untuk grade A, grade B sebesar Rp 3.182,-/kg dan grade C seharga Rp 1.382,-/kg.

Pedagang selanjutnya yang digunakan di saluran pemasaran ke – II adalah pedagang besar. Biaya pemasaran tertinggi yang dikeluarkan oleh pedagang besar yaitu biaya pengemasan sebesar Rp 316,24,-/kg untuk keseluruhan grade. Untuk biaya tenaga kerja yang dikeluarkan sebesar Rp 13,89,-/kg untuk keseluruhan grade, sedangkan biaya pemasaran transportasi sebesar Rp 27,93,-/kg untuk setiap grade.

Biaya penyusutan alat yang dikeluarkan oleh pedagang besar adalah Rp 4,14,-/kg untuk keseluruhan grade. Keuntungan yang diterima pedagang besar sebesar Rp 938,-/kg untuk grade A, untuk grade B sebesar Rp 1.038,-/kg, dan grade C yaitu sebesar Rp 851,-/kg. Harga jual yang ditentukan oleh pedagang besar untuk grade A sebesar Rp 8.182,-/kg, untuk grade B seharga Rp 4.582,-/kg dan grade C sebesar Rp 2.595,-/kg.

Selanjutnya pisang mas kirana yang sudah dikemas dalam kardus akan dibeli oleh pengecer. Pengecer pisang mas kirana banyak yang dari luar daerah yang paling dekat yaitu pengecer probolinggo dan yang paling jauh dari Bali. Dalam proses pembelian pengecer datang langsung ke pedagang besar yang ada di kota Lumajang. Pada saluran pemasaran ke – II pedagang pengecer hanya mengeluarkan biaya transportasi dan tenaga kerja. Biaya tenaga kerja sebesar Rp 71,64,-/kg untuk keseluruhan grade, biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer lebih besar, karena jarak tempuh yang jauh menyebabkan biaya yang dikeluarkan banyak yaitu sebesar Rp 1.420,-/kg untuk keseluruhan grade. Harga jual yang dikeluarkan oleh petani seharga Rp 11.066,-/kg untuk grade A, untuk grade B seharga Rp 6.283,-/kg dan grade C sebesar Rp 5.066,-/kg.

Margin pemasaran untuk grade A sebesar Rp 2.884,-/kg, grade B sebesar Rp 1.701,-/kg dan grade C sebesar Rp 2.471,-/kg.

Tabel 1.10
Biaya, Keuntungan, Margin Pemasaran serta Farmer's Share
Usahatani Pisang Mas Kirana pada Saluran Pemasaran II di Kecamatan
Gucialit, Kabupaten Lumajang Tahun 2018

Pelaku	Saluran Pemasaran II Berdasarkan Grade					
	A		B		C	
	Harga (Rp/kg)	%	Harga (Rp/kg)	%	Harga (Rp/kg)	%
1. Petani						
a. Harga Tingkat Petani	5.805	52,46	2.068	32,92	842	16,62
2. Pedagang Pengepul						
a. Harga Beli	5.805	52,46	2.068	32,92	842	16,62
b. Biaya Pemasaran						
Tenaga Kerja	15,52	0,14	15,52	0,25	15,52	0,31
Transportasi	21,16	0,19	21,23	0,34	21,16	0,42
Penyusutan Alat	18,48	0,17	18,48	0,29	18,48	0,36
c. Total Biaya Pemasaran	55,16	0,50	55,23	0,88	55,16	1,09
d. Harga Jual	6.882	62,19	3.182	50,64	1.382	27,27
e. Keuntungan	1.021	9,23	1.058	16,84	484	9,56
f. Margin Pemasaran	1.076	9,73	1.113	17,72	539	10,65
3. Pedagang Besar						
a. Harga Beli	6.882	62,19	3.182	50,64	1.382	27,27
b. Biaya Pemasaran						
Tenaga Kerja	13,89	0,13	13,89	0,22	13,89	0,27
Transportasi	27,93	0,25	27,93	0,44	27,93	0,55
Penyusutan Alat	4,14	0,04	4,14	0,07	4,14	0,08
Pengemasan	316,24	2,86	316,24	5,03	316,24	6,24
c. Total Biaya Pemasaran	362,21	3,27	362,21	5,76	362,21	7,15
d. Harga Jual	8.182	73,94	4.582	72,93	2.595	51,23
f. Keuntungan	938	8,48	1.038	16,52	851	16,80
g. Margin Pemasaran	1.300	11,75	1.400	22,29	1.213	23,95
3. Pedagang Pengecer						
a. Harga Beli	8.182	73,94	4.582	72,92	2.595	51,22
b. Biaya Pemasaran						
Tenaga Kerja	71,64	0,65	71,64	1,14	71,64	1,41
Transportasi	1.420	12,83	1.420	22,60	1.420	28,03
c. Total Biaya Pemasaran	1.491	13,48	1.491	23,74	1.491	29,44
d. Harga Jual	11.066	100	6.283	100	5.066	100
e. Keuntungan	1.392	12,58	210	3,34	980	19,34
f. Margin Pemasaran	2.884	26,06	1.701	27,08	2.471	48,78
Total Biaya Pemasaran	1.909		1.909		1.909	
Total Keuntungan	3.352		2.306		2.315	
Total Margin Pemasaran	5.261		4.215		4.224	
Farmer's Share		52,46		32,92		16,62

Sumber: Analisis data primer, (2018)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada data sampel penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat 2 saluran pemasaran yang digunakan antara lain:
 - a. Saluran Pemasaran I : Petani – Pedagang Besar – Pengecer

- b. Saluran Pemasaran II : Petani - Pedagang Pengepul - Pedagang Besar - Pengecer
2. Rata-rata keuntungan usahatani pisang mas kirana pada saluran pemasaran I sebesar Rp 5.779.563 per hektar, sedangkan saluran pemasaran II sebesar Rp 13.054.936 per hektar.
 3. Efisiensi Pemasaran pada usahatani pisang mas kirana pada setiap grade berbeda. Saluran pemasaran grade A yang efisien yaitu saluran pemasaran II (*farmer's share* sebesar 52,46%), sementara untuk grade B dan C tidak efisien pada setiap saluran pemasaran karena nilai *farmer's share* kurang dari 50 %. Total margin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran pemasaran I sebesar Rp 5.400,-/kg grade A, grade B sebesar Rp 4.400,-/kg dan grade C sebesar Rp 4.200,-/kg.

Saran

1. Sebaiknya penyuluh pertanian memberikan arahan kepada petani pisang mas kirana agar menggunakan saluran pemasaran ke - II, karena harga yang ditentukan pada saluran pemasaran II lebih besar dibandingkan dengan saluran pemasaran I.
2. Sebaiknya perlu adanya kerjasama antara pemerintah dengan lembaga pemasaran terkait harga pisang mas kirana, agar harga yang di pasar stabil dan dapat meningkatkan pendapatan petani pisang mas kirana di Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang.
3. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian pisang mas kirana di daerah Lumajang, karena penelitian tentang pisang mas kirana masih belum banyak dilakukan. Hal ini menyebabkan kurangnya referensi tentang penelitian tentang pisang mas kirana.

DAFTAR PUSTAKA

- BPP. 2014. *Statistik Tahun 2015*. Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Gucialit. Lumajang.
- , 2015. *Statistik Tahun 2016*. Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Gucialit. Lumajang.

- , 2016. *Statistik Tahun 2017*. Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Gucialit. Lumajang.
2012. *Statistik Hortikultura Provinsi Jawa Timur Tahun 2013*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Jawa Timur.
- , 2013. *Statistik Hortikultura Provinsi Jawa Timur Tahun 2014*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Jawa Timur.
- , 2014. *Statistik Hortikultura Provinsi Jawa Timur Tahun 2015*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Jawa Timur.
- , 2015. *Statistik Hortikultura Provinsi Jawa Timur Tahun 2016*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Jawa Timur.
- , 2016. *Statistik Hortikultura Provinsi Jawa Timur Tahun 2017*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Jawa Timur.
- Fadilah, C.M. 2016. **Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Mas Kirana di Kabupaten Lumajang**. *Skripsi* (Tidak dipublikasi). Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember. Jember
- Hanafie, R. 2010. **Pengantar Ekonomi Pertanian**. Penerbit CV. Yogyakarta
- Soetriono dan Hanafie. 2007. **Filsafat Ilmu Pendekatan dan Metodologi Penelitian**. CV Andi. Yogyakarta
- Sugiyono. 2010. **Statistika untuk Penelitian**. Alfabeta. Bandung
- , 2008. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. Alfabeta. Bandung
- Umar, H. 2004. **Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis**. Raja Grafindo Persada. Jakarta

