

**ANALISIS TATANIAGA MANGGIS TERHADAP PENDAPATAN
PETANI MANGGIS
(STUDY KASUS : DESA ANGGOLI KECAMATAN SIBABANGUN KABUPATEN
TAPANULI TENGAH)**

SKRIPSI

**Oleh :
JOSUA RISKI NAPITUPULU
178220151**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

ANALISIS TATANIAGA MANGGIS TERHADAP PENDAPATAN PETANI MANGGIS

**(Study Kasus : di Desa Anggoli Kecamatan Sibabangun Kabupaten
Tapanuli Tengah)**

SKRIPSI

Oleh:

JOSUA RISKI NAPITUPULU.

178220151

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Diprogram Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 1/4/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)1/4/24

Judul Skripsi : Analisis Prospek Tataniaga Manggis Terhadap Pendapatan
Petani manggis di Desa Anggoli Kecamatan
Sibabangun Kabupaten Tapanuli Tengah

Nama : JOSUA RISKI NAPITUPULU
Npm : 178220151
Fakultas : Pertanian.

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing



Dr. Ir. Sumihar Hutapea, MS

Pembimbing I



Dr. Gustami Harahap, MP

Pembimbing II

Diketahui oleh :



Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si

Dekan Fakultas Pertanian



Marizah Nurcahyani, S. ST, M.Sc

Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 22 Agustus 2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi – sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Skripsi ini.



Medan, 22 Agustus 2023



Josua Riski Napitupulu
178220151

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Josua Riski Napitupulu

NIM : 178220151

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“ANALISIS TATANIAGA MANGGIS TERHADAP PENDAPATAN PETANI MANGGIS STUDY KASUS DESA ANGGOLI KECAMATAN SIBABANGUN KABUPATEN TAPANULI TENGAH”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian penyampaian ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Medan

Pada Tanggal : 22 Agustus 2023

Yang Menyatakan



(Josua Riski Napitupulu)

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui peranan Lembaga tataniaga dalam pemasaran produksi manggis Desa Anggoli Kecamatan Sibabangun dan mengetahui apa saja hambatan yang dihadapi petani terhadap pemasaran produksi manggis. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2022 s/d September 2022. Jumlah petani yang diambil secara Snow Ball (Bola Salju) sebagai responden sebanyak 19 orang. Teknik pengumpulan data melalui observasi langsung dan wawancara dengan responden menggunakan daftar pertanyaan serta data sekunder. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dengan menggunakan sistem sensus yaitu memberikan kuisisioner pertanyaan pada setiap petani.

Berdasarkan hasil penelitian maka pemasaran merupakan suatu kegiatan pendistribusian suatu barang dari produsen sampai ke konsumen. Terdapat tiga pola saluran pemasaran yang terjadi, setiap Lembaga pemasaran memperoleh keuntungannya sendiri. Semakin Panjang pola pemasaran yang terjadi maka harga yang dibayarkan oleh konsumen akan semakin mahal. Adapun hambatan yang dialami oleh kelompok tani tersebut yaitu kurangnya fasilitas dan sarana produksi pertanian mengakibatkan petani memperoleh harga yang rendah. Selain itu Kurangnya penerapan teknologi bagi para petani dan kurangnya penyuluhan terhadap petani terkait edukasi pemasaran hasil produksi petani juga menjadi masalah serius bagi para petani.

Kata Kunci: tataniaga, saluran pemasaran, pendapatan penerimaan

ABSTRACT

This study aims to determine the role of trading institutions in marketing mangosteen production in Anggoli Village, Sibabangun District and find out what obstacles farmers face in marketing mangosteen production in Anggoli Village, Sibabangun District. The research was carried out from June 2022 to September 2022 in Anggoli Village, Sibabangun District. The number of farmers who were taken by way of Snow Ball as respondents was 19 people. Data collection techniques through direct observation and interviews with respondents using a list of questions and secondary data. The data analysis used was descriptive analysis using a census system, namely giving a questionnaire to each farmer.

Based on the results of the research description and the discussion carried out in connection with the research problem, it can be concluded: 1) marketing is an activity of distributing goods from producers to consumers. 2) there are three patterns of marketing channels that occur in Anggoli Village, Sibabangun District. 3) each marketing agency obtains its own benefits. 4) The longer the marketing pattern that occurs, the more expensive the price paid by consumers. The obstacles experienced by the farmer groups are: 1) The lack of facilities and means of agricultural production resulted in farmers getting low prices. 2) Lack of application of technology for farmers. 3) Lack of outreach to farmers related to marketing education of farmer's products.

Keywords: *trading system, marketing chanel, profit reveneu*

RIWAYAT HIDUP

Penulis memiliki nama lengkap Josua Riski Napitupulu anak ke tiga dari tiga bersaudara pasangan bapak eston Napitupulu dan ibu Rotua Rumahorbo. Penulis lahir di desa aek pahu kecamatan batang toru kabupaten Tapanuli Selatan pada tanggal 16 Februari 1999. Penulis memiliki dua saudara kandung dua kaka ipar yang bernama Intan Nurmala Sari Napitupulu S.SI, Putra Napitupulu SP, Abang Ipar Jefri Sihombing SP, dan Hanna Pertiwi Marbun. Penulis mengawali pendidikan Sekolah Dasar (Sd) Sekolah Sd Aek piningpada tahun 2005 dan lulus 2011. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri dua Batang toru pada tahun 2011 dan lulus pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri satu Baktiraja dengan jurusan IPS dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun yang sama yaitu bulan September, Penulis melanjutkan pendidikan kejenjang perguruan tinggi di Universitas Medan Area (UMA) dan mengambil jurusan ilmu pada Pogram Studi Agribisnis Fakultas Pertanian.dan selama menjalini pendidikan di Universitas Medan Area pernah mengikuti organisasai IMABATO (Impunan Mahasiswa/i Batak Toba).

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidaya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal/skripsi dengan judul Analisis Tataniaga Manggis (*Garcinia mangostana*) Terhadap Pendapatan Petani Manggis. (Studi Kasus di Desa Anggoli, Kecamatan Sibabangun Tapanuli Tengah).

Proposal/skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan srata satu pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir. Sumihar Hutapea, MS selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan siskripsi ini.
2. Ir. Gustami Harahap, MP selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memeperhatikan selama masa penyusunan siskripsi ini.
3. Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
4. Sri Ariani Safitri, S.p, M.Si Selaku Ketua Prodi Agribisnis Universitas Medan Area .
5. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah banyak memberikan ilmu serta pelayanan yang baik kepada penulis.
6. Kedua orang tua tercinta dan terkasih Ayahanda E. Napitupulu dan Ibunda R. Saragih yang telah memberikan kasih sayang, dorongan, motivasi, semangat dan doa tulus yang tiada henti bagi penulis.

7. Kepada Kakak dan Abang tercinta dan terkasih Intan Napitupulu S.SI dan Putra Napitupulu SP dan Abang Ipar Jefri Sihombing SP, Kakak ipar Hanna Marbun.
8. Untuk teman terdekat saya yang memberikan semangat kepada saya Kimmi Nababan S.Kom dan teman-teman saya Seperjuangan
9. Rekan-rekan Mahasiswa khususnya Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu, dukungan dan motivasi kepada penulis.
10. Semua pihak yang telah membantu selama penelitian dan penyusunan Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Medan, 22 Agustus 2022

Josua Riski Napitupulu

DAFTAR ISI

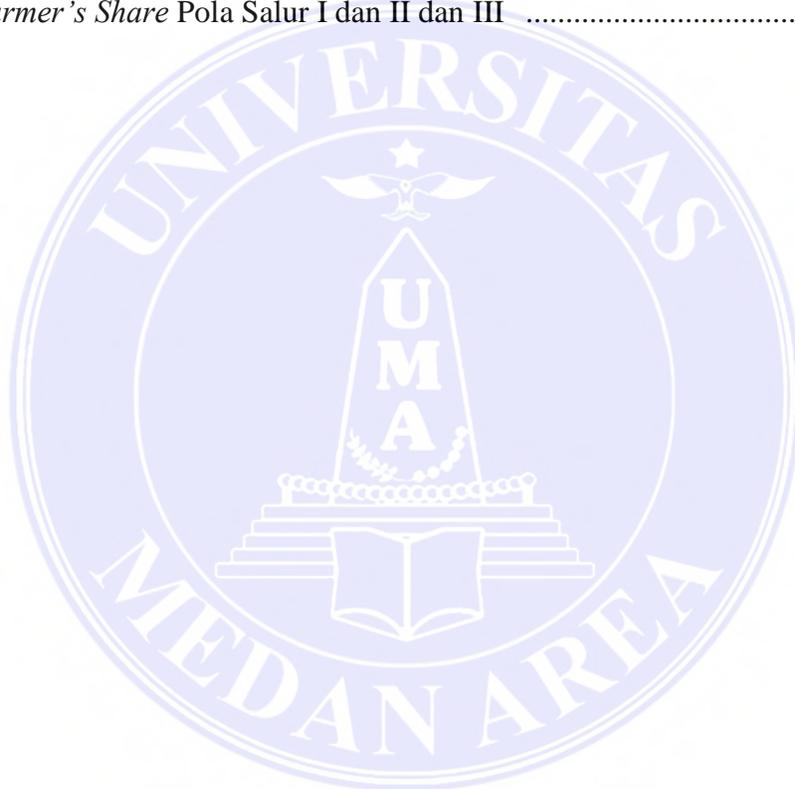
	Halaman
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Kerangka Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Tinjauan Tentang Manggis (<i>Garcinia mangostana</i>)	10
2.2. Tataniaga	13
2.3. Lembaga Tataniaga	15
2.4. Fungsi Tataniaga	16
2.5. Teori Tataniaga	17
2.5.1. Margin Tataniaga	17
2.5.2. Biaya dan Margin Tataniaga	20
2.5.3. Pasar	20
2.5.4. Pendapatan	21
2.5.5 Efisiensi	23
2.5.6 <i>Farmer's share</i>	27
2.5.7 Penelitian Terdaulu	28
BAB III. METODE PENELITIAN	33
3.1. Lokasi Dan Waktu Penelitian	33
3.2. Metode Pengambilan Sampel	33
3.3. Metode Pengumpulan Data	34
3.4. Metode Analisis Data	34
3.5. Definisi Operasional	36
BAB IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH	39
4.1. Gambaran Umum Desa Anggoli	39
4.2. Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat	40
4.3. Persentase Penduduk Menurut Jenis Kelamin	40

4.4. Karakteristik Penduduk Berdasarkan Umur	41
4.5. Tingkat Pendidikan	42
4.6. Sarana Dan Prasarana	43
4.7. Karakteristik Responden	44
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	53
5.1. Hasil	49
5.1.1. Analisis Saluran Pemasaran	49
5.1.2. Pola Saluran Tataniaga I	50
5.1.3. Pola Saluran Tataniaga Ii	51
5.2. Ungsi Tataniaga	52
5.3. Margin Pemasaran	56
5.3.1. Analisis Margin Pemasaran I	56
5.3.2. Analisis Margin Pemasaran Ii	57
5.3.3. Analisis Margin Pemasaran Iii	58
5.4. Biaya Produksi	60
5.4.1. Biaya Tetap	60
5.4.2. Biaya Variabel	61
5.5. Profitabilitas Usaatani Manggis	61
5.6. Pembahasan.....	64
5.7. Hubungan Peran Tataniaga Manggis	65
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
6.1. Kesimpulan	68
6.2. Saran	68
DAFTAR PUSTAK.....	70
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

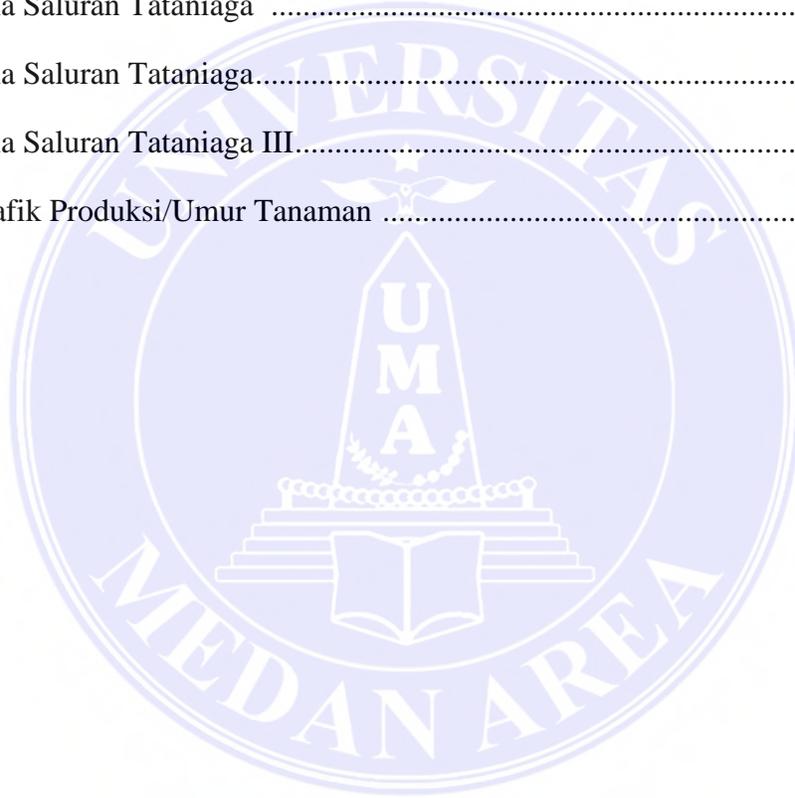
No	Keterangan	Halaman
1.	Data Time Series Produktifitas Manggis Pertahun di Indonesia	3
2.	Potensi Produktifitas Unggulan Tapanuli Tengah	5
3.	Luas Lahan dan Jumlah Pohon Manggis di Desa Anggoli Kecamatan sibabangun.....	6
4.	Kandungan Yang Terdapat Pada Buah Manggis	14
5.	Persentase Pria dan Wanita di Desa Anggoli	45
6.	Karakteristik Penduduk Desa Anggoli Berdasarkan Umur	46
7.	Tingkat Pendidikan di Desa anggoli	47
8.	Sarana Prasarana Desa Anggoli	48
9.	Karakteristik Responden Petani Berdasarkan Umur, Lama Berusaha dan Tingkat Pendidikan	49
10.	Karakteristik Reponden Pengumpul	52
11.	Karakteristik Pedagang Besar	53
46		
12.	Fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh lembaga-lembaga Tataniaga di Desa Anggola Kec. Sibabangun Kab. Tapanuli Tengah	59
13.	Produksi dan penerimaan Petani Berdasarkan Umur Tanaman Pada Musim Panen	62
14.	Biaya Tetap Usaha Tani Manggis di Desa Anggoli Kec. Sibabangun Kab. Tapanuli Tengah	65
15.	Biaya Variabel Usaha Tani Manggis Di Desa Anggoli Kec. Sibabangun Kab. Tapanuli Tengah	66
16.	Total Biaya Buah Manggis Dalam Sekali Musim Panen	67

17. Penerima Usaha tani Buah Manggis di Desa Anggoli Kec. Sibabangun Kab. Tapanuli Tengah	67
18. Pola Saluran Pemasaran I petani Manggis/kg	69
19. Pola Saluran Pemasaran II petani Manggis/kg	70
20. Pola Saluran Pemasaran III petani Manggis/kg	72
21. <i>Farmer's Share</i> Pola Salur I dan II dan III	74



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Kerangka Penelitian	9
2.	gambaran Umum Desa Angggoli	44
3.	Karakteristik Respon Petani Manggis	49
4.	Diagram Umur Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	51
5.	Pola Saluran Tataniaga	56
6.	Pola Saluran Tataniaga.....	57
7.	Pola Saluran Tataniaga III.....	58
8.	Grafik Produksi/Umur Tanaman	64



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Daftar Kuisisioner Penelitian	81
2.	Biaya Produksi	85
3.	Biaya Lainnya	87
4.	Karakteristik Responden	92
5.	Biaya penggunaan bibit manggis	93
6.	Biaya penggunaan pupuk kandang	94
7.	Biaya penggunaan pupuk NPK	95
8.	Total biaya penggunaan pupuk	96
9.	Biaya penggunaan pestisida	97
10.	Biaya penyusutan parang	98
11.	Biaya penyusutan garpu	99
12.	Biaya penyusutan cangkul	100
13.	Total biaya penyusutan	101
14.	Total biaya produksi	102
15.	Tabel penerimaan petani manggis	103
16.	Volume pembeli dan biaya tataniaga pedagang pengumpul.....	104
17.	Volume pembeli dan biaya tataniaga pedagang pengumpul I.....	105
18.	Volume pembeli dan biaya tataniaga pedagang besar	105
19.	Volume pembeli dan biaya tataniaga pedagang besar	105

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebagai negara agraris, Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam yang cukup melimpah. Seperti hasil pertanian, perikanan, hasil hutan, dan lainnya. Salah satu hasil pertanian yang wajib untuk diperhatikan adalah buah-buahan. Keragaman dan jenis buah-buahan membuat Indonesia kaya akan manfaat vitamin dan serat yang baik untuk kesehatan dan sistem pencernaan. Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi buah-buahan menjadikan komoditas buah-buahan sebagai salah satu komoditas yang diminati di seluruh dunia, sehingga buah-buahan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Oleh karena itu diperlukan perdagangan antar negara untuk memenuhi permintaan. Permintaan buah-buahan akan semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya pendapatan masyarakat, pengetahuan gizi, dan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi buah-buahan untuk kesehatan (Direktorat Jendral Bina Produksi Hortikultura, 2015).

Buah-buahan merupakan salah satu komoditas Hortikultura yang mengalami perkembangan pesat. Hal ini disebabkan karena lajur pertumbuhan penduduk dan kesadaran masyarakat akan pentingnya kecukupan gizi yang berasal dari buah-buahan juga semakin meningkat yang salah satunya berasal dari buah manggis. Buah manggis memiliki keunikan rasa tersendiri yaitu perpaduan dari asam dan manis yang tidak dimiliki oleh buah lainnya, oleh karena keunikan buah tersebut manggis ditetapkan sebagai salah satu komoditas hortikultura yang memiliki

potensi untuk dikembangkan secara komersial dan berorientasi agribisnis (Syakir, 2014).

Di sektor lain buah manggis juga berperan dalam meningkatkan pendapatan petani. Seiring dengan meningkatnya produktifitas buah manggis tidak terlepas dari beberapa permasalahan - permasalahan dalam penanganan buah manggis, diantaranya seperti produktivitas dan kualitas belum optimal, kehilangan hasil dalam penanganan pascapanen, kerusakan selama distribusi, pemasaran cukup tinggi dan masih lemahnya kelembagaan kemitraan usaha yang terbangun. Selain itu Sifat komoditas buah manggis yang mudah rusak merupakan permasalahan serius yang dialami petani dan juga pedagang yang dapat menimbulkan resiko kerugian besar bagi pelaku usaha (Rubiyanti, 2017).

Kerusakan buah manggis dan rendahnya kualitas buah manggis berkaitan erat dengan sistem produksi, sistem panen, penanganan pascapanen, sistem distribusi dan pemasaran. Konsekuensinya agar dapat memenuhi permintaan pasar dan preferensi konsumen baik domestik maupun ekspor, maka masalah efisiensi, produktivitas, dan kualitas harus mendapatkan prioritas perhatian penuh. Bertanam manggis mempunyai prospek masa depan yang cerah karena permintaan buah manggis yang semakin meningkat (Sihombing, 2010).

Potensi yang besar pada buah-buahan menjadikan komoditas buah-buahan mendapat perhatian yang besar dari pemerintah maupun pelaku usaha, pengembangan dilakukan dari sektor hulu hingga hilir, mencakup pengembangan kualitas bibit, produksi pasca panen hingga pemasaran produk, pengembangan diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri, peningkatan ekspor dan

substitusi impor (Narakusuma, Mochamad Aji, Anas Miftah Fauzi, and Muhammad Firdaus, 2013).

Berikut ini adalah tabel jumlah produktifitas pasar buah manggis yang dihitung dalam bentuk persentase:

Tabel 1. Data Time Series Produktifitas Manggis Pertahun di Indonesia

No	Tahun	Jumlah produksi/tahun	Persen (%)
1	2016	766.121,2	17,3
2	2017	1034.120,8	23,40
3	2018	791.673,9	17,91
4	2019	753.341,4	17,04
5	2020	1073.343,3	24,29
Total		44.186.006	100

Sumber: Badan pusat statistik 2020

Berdasarkan tabel 1, data diatas merupakan fluktuatif yang sudah dirangkum dalam bentuk persen dari hasil keseluruhan produktifitas manggis lima tahun terakhir di Indonesia. Data menunjukkan produksi sempat mengalami penurunan yang terjadi pada tahun 2019 dengan nilai 753.341,4 ton dengan persentase rata-rata 17,04% dan kemudian meningkat pesat pada tahun 2020 dengan nilai 1.073.343,30 ton pertahun dengan persentase rata-rata 24,29%. Adapun penyebab terjadinya penurunan produksi tahun 2019 dikarenakan produsen lokal belum mampu memenuhi standar kualitas manggis yang sesuai permintaan pasar serta iklim yang kurang mendukung dan kurangnya kesiapan penanganan dari hulu hingga hilir bagi para petani maupun pengelola tataniaga. Untuk menghasilkan manggis yang berkualitas serta berkelanjutan dibutuhkan pengolahan yang intensif serta dengan menerapkan teknologi yang tepat.

Faktor penyebab kembali meningkatnya produktifitas di tahun berikutnya karena adanya bantuan penanganan langsung dari pemerintah dari hulu hingga hilir terhadap pelaku usaha maupun tataniaga. Desa Anggoli Kecamatan Sibabangun merupakan salah satu desa yang memiliki produktifitas buah manggis cukup tinggi dalam memberikan kontribusi terhadap permintaan pasar tingkat daerah, hal ini yang membuat tidak sedikit petani-petani di desa anggoli Kecamatan Sibabangun yang memanfaatkan lahan yang mereka miliki untuk ditanami pohon manggis seperti contohnya menanam di setiap perbatasan kebun dan dipekarangan sekitar rumah mereka untuk dijadikan pembatas dengan sekitarnya.

Walau demikian manggis bukanlah pencaharian utama bagi para masyarakat yang ada disana, melainkan hanya sebatas pemanfaatan lahan yang mereka miliki, melainkan sebagai wujud upaya untuk memberikan peningkatan nilai tambah bagi pendapatan tiap masyarakat yang ada disana, hal ini dikarenakan sifat dari buah manggis yang mengalami rotasi musim panen cukup lama sehingga mereka hanya menjadikan tanaman manggis sebagai tanaman sampingan bagi pendapatan masyarakat desa Anggoli, oleh sebab itu masyarakat yang menjadi objek penelitian ini bukan hanya petani manggis, melainkan seluruh lapisan masyarakat yang memiliki tnaanaman buah manggis yang jumlahnya diatas 5 pohon. Permintaan pasar buah manggis terus mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya dengan jumlah permintaan yang relatif tinggi, hal ini dilihat dari peluang pasar buah manggis masih terbuka lebar dan belum dibatasi oleh kuota (Narakusuma, Fauzi,AM.&Firdaus,M, 2013).

Penyebaran buah manggis ditiap daerah diharapkan mampu untuk memenuhi permintaan pasar, hal ini yang membuat pemerintah terus melakukan penekanan serta penanganan melalui jalur tataniaga yang ada disetiap daerah pengembangan, salah satu daerah yang saat ini sedang giat melakukan pengembangan adalah daerah kabupaten Tapanuli Tengah Sumatra Utara. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Tapanuli Tengah jumlah produktifitas buah-buahan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Potensi Produktifitas Unggulan Tapanuli Tengah

Buah	Produktifitas/Ton
Durian	118.991 ton
Pisang	8.091 ton
Manggis	7.237 ton
Jeruk	4.403 ton
Rambutan	3.444 ton
Mangga	533 ton

Sumber: BPS Tapanuli Tengah 2018

Dari Tabel 2 dilihat tingkat produktifitas menempati urutan ke 3 dengan total produksi 7.237 ton manggis. hal ini menunjukkan Kabupaten Tapanuli Tengah akan serius dalam melakukan pengembangan buah manggis sebagai bentuk upaya mencukupi permintaan pasar yang terjadi. Mengutip data BPS, produksi manggis nasional tahun 2019 sebanyak 246.476 ton naik 8,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Jika permintaan pasar terus mengalami peningkatan, maka hal ini bisa dipastikan buah manggis akan menjadi produktifitas unggulan. Peningkatan produktifitas buah manggis di Kabupaten Tapanuli Tengah dalam setiap tahun akan terus mengalami perubahan dalam kurun waktu tertentu dengan jumlah yang

relatif tinggi, Kabupaten Tapanuli Tengah dikenal dengan daerah yang tak kalah saing dengan daerah dari kabupaten ataupun kota lain yang ada di Sumatera Utara (BPS Nasional, 2018).

Potensi daerah penghasil manggis pada desa Anggoli Kecamatan Sibabangun Kabupaten Tapanuli Tengah dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Luas Lahan dan Jumlah Pohon Manggis di Desa Anggoli Kecamatan Sibabangun

No	Desa	Jumlah pohon	Produktifitas (kg)	Luas lahan (ha)
1	Anggoli	230 pohon	8,629,95 kg	33 ha

Sumber: Data Diolah 2022

Permintaan produk hortikultura termasuk manggis tidak terlepas dari ketersediaan pasar dengan jumlah yang relatif banyak. Para pemasok lokal/pedagang produk hortikultura (buah dan sayuran) di Kabupaten Tapanuli Tengah, sebagian besar menjalin kerjasama dengan pedagang (level di bawahnya) atau dengan petani untuk memenuhi permintaan, namun demikian masih banyak ditemukan strategi kendala dan pemmasalahan yang berhubungan dengan manfaat ekonomi pengembangan tanaman manggis seperti pengelolaan tataniaga yang belum maksimal, harga pada tingkat petani yang begitu rendah dan banyak pola saluran tataniaga yang terjadi dalam pendistribusian buah manggis sampai ketangan konsumen. Hal inilah yang menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan “Analisis tataniaga manggis terhadap pendapatan petani manggis di Kabupaten Tapanuli Tengah.

1.2. Perumusan Masalah

Masalah dalam aspek pemasaran banyak ditentukan oleh peran lembaga pemasaran yang berfungsi sebagai penghubung dan akan membentuk pola jalur distribusi manggis yang berkaitan dengan permintaan pasar. Untuk pemasaran buah-buahan termasuk manggis, penanganan pasca panen belum dilakukan dengan baik oleh lembaga pemasaran dan sebaran pemasaran pun belum merata. Dari permasalahan pemasaran yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk melihat:

1. Bagaimana mata rantai tataniaga manggis dari petani manggis sampai ke konsumen.
2. Bagaimana pendapatan usaha tani tanaman manggis yang terjadi di daerah penelitian.
3. Bagaimana biaya tataniaga, margin tataniaga, dan omset penjualan yang diterima oleh masing-masing saluran tataniaga manggis di daerah penelitian?

1.3. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

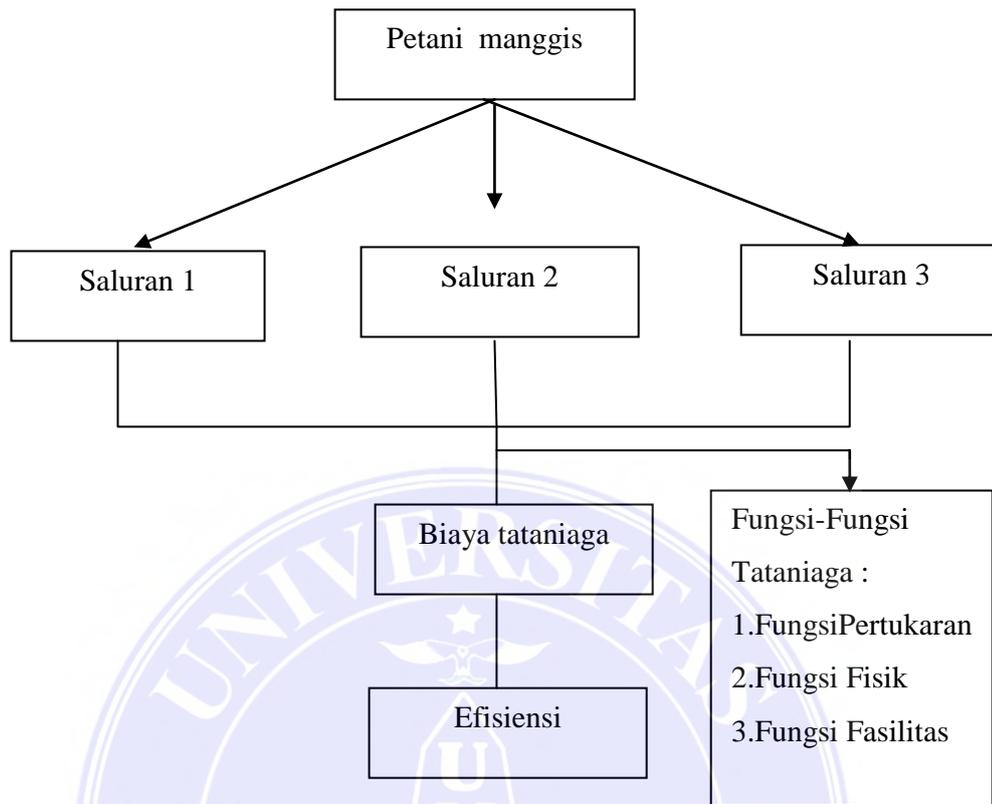
1. Untuk mengetahui mata rantai pola saluran tataniaga buah manggis dari petani manggis sampai ke konsumen.
2. Untuk mengetahui pendapatan usaha tani tanaman manggis yang terjadi di daerah penelitian
3. Untuk mengetahui apakah biaya tataniaga, margin tataniaga, dan *share margin* yang diterima oleh masing-masing saluran tataniaga manggis di daerah penelitian.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Untuk memberi informasi yang bermanfaat tentang peluang pemasaran buah manggis dan pengaruhnya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat di Kab.Tapanuli Tengah.
3. Bahan informasi tentang strategi pemasaran dan pengelolaan buah manggis.

1.5 Kerangka Penelitian

Proses kegiatan produk tataniaga pertanian menyampaikan suatu produk pertanian dari produsen (petani manggis) ke konsumen akhir. Kegiatan tataniaga manggis melibatkan beberapa lapisan, dimana setiap peran dalam lembaga memperoleh keuntungannya masing-masing. Semakin banyak lembaga yang dilewati dalam proses tataniaga manggis, maka harga yang diterima konsumen akan semakin tinggi. Setiap lembaga tataniaga mengeluarkan biaya dan memperoleh margin dan keuntungan. Biaya tataniaga akan menentukan harga yang diterima oleh setiap lembaga. Semakin besar margin yang diperoleh lembaga tersebut maka semakin besar pula harga yang diterima konsumen. Dari besarnya nilai margin tataniaga tiap-tiap lembaga dapat diketahui saluran tataniaga tersebut berprospek baik atau tidak. Skema kerangka pemikiran ini dapat dilihat pada berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

→ Menyatakan mempengaruhi

— Menyatakan fungsi tataniaga

Ada tiga saluran pemasaran yang terjadi dalam pemasaran buah manggis, yang dinyatakan dengan tanda panah, ketiga saluran pemasaran ini memiliki biaya yang bervariasi baik dalam bentuk penerimaan maupun dalam bentuk pemasaran. Semakin panjang pola saluran yang terjadi maka akan semakin mahal biaya yang akan dikeluarkan, imbasnya konsumen akan membayar harga semakin tinggi. Dari ketiga saluran pemasaran yang terjadi terdapat beberapa fungsi tataniaga yang dilambangkan dengan garis penghubung, diantaranya adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Manggis (*Garcinia mangostana*)

Klasifikasi tanaman Manggis (*Garcinia mangostana*) dalam sistematika (taksonomi) tumbuhan menurut Morton (1987) diklasifikasikan sebagai berikut :

Kingdom : Plantae (tumbuh-tumbuhan)

Divisio : Magnoliophyta

Classis : Magnoliopsida

Ordo : Guttiferales

Familia : Guttiferae

Genus : *Garcinia*

Spesies : *Garcinia mangostana*

Saat ini manggis sangat populer dijadikan sebagai bahan untuk obat-obatan,. Manggis yang kaya akan manfaatnya mulai dari buah sampai pada kulit buah. Secara tradisional, buah manggis digunakan untuk obat sariawan, wasir, dan luka. Kandungan dalam buah manggis terdapat banyak senyawa kimia yang bermanfaat bagi kesehatan. Sifat kimia dari permukaan bawah kulit manggis terdiri dari berbagai *polifenol*, termasuk *xanthones* dan tanin yang menjamin astringent dapat menghambat perhatian serangga, jamur, virus tanaman, bakteri dan pemangsa hewan, pada saat buah belum matang. Perubahan warna dan pelunakan kulit menjadi proses alami yang menunjukkan pematangan buah dapat dimakan dan benih telah selesai berkembang (Nidyasari, 2018).

Tabel 5. Kandungan Yang Terdapat Pada Buah Manggis

Kandungan	Jumlah
Kalori	63 kal
Protein	0,6 g
Lemak	0,6 g
Karbohidrat	15,6 g
Kalsium	8,0 mg
Fosfor	12,0 mg
Zat besi	0,8 mg
Vitamin B1	0,03 mg
Vitamin C	2,0 mg
Air	83 g

Sumber : Direktorat Gizi, Depkes dalam Cahyono dan Juanda (2017)

Pada Tabel 5 dijelaskan beberapa manfaat yang terdapat pada buah manggis, salah satunya adalah pada kulit buah manggis terdapat manfaat yang dapat digunakan sebagai pengobatan medis, seperti senyawa xanthone yang berfungsi sebagai antioksidan maupun kulit buah manggis yang digunakan sebagai kosmetik ataupun zat pewarna, sedangkan air rebusannya digunakan sebagai obat tradisional karena bersifat antibiotik. Tumbuhan kulit manggis mengandung zat kimia untuk merangsang cairan nira lebih banyak jika dioleskan pada tangkai mayang kelapa (manggar). Batang pohon manggis pun biasanya dimanfaatkan sebagai bahan bangunan, kayu bakar dan kerajinan (Mardiana, 2011).

Balai penelitian pohon buah-buahan Solok dalam buku Agromedia merekomendasikan tiga klon manggis yaitu kelompok besar, kelompok sedang, dan kelompok kecil. Kelompok besar dikenal dengan variates kali gasing yang mana memiliki ciri-ciri antara lain panjang daun lebih besar dari 20 cm,

lebar daun lebih besar dari 10 cm, ketebalan kulit buah lebih besar dari 9 mm, diameter buah lebih besar dari 6.5 cm, berat buah mencapai lebih dari 140 gram, dan dalam satu tandan terdapat satu buah. Kelompok sedang dikenal dengan variates ratu kemang yang mana memiliki ciri-ciri antara lain panjang daun 17-20 cm, lebar daun 8,5-10 cm, ketebalan kulit buah 6-9 mm, diameter buah 5,5-6,5 cm, berat buah 70-140 gram, dan setiap tandan terdapat 1-2 buah.

Ciri-ciri kelompok kecil antara lain: panjang daun lebih kecil dari 17 cm, lebar daun lebih kecil dari 8,5 cm, ketebalan kulit buah lebih kecil 6 mm, diameter buah lebih kecil 5,5 cm, berat buah lebih kecil 70 gram, dan satu tandan terdapat lebih dari dua buah. Penanganan panen dan pascapanen sangat penting, hal ini menentukan kualitas penjualan. Beberapa peralatan yang digunakan untuk memanen diantaranya keranjang bambu, gerobak dorong untuk memindahkan buah manggis dari kebun ke gudang penyimpanan timbangan untuk menentukan berat buah manggis sesuai kelasnya, selang air dan air bersih untuk mencuci buah manggis. Adapun penanganan pascapanen dilakukan beberapa tahap diantaranya pengumpulan buah di gudang, sortasi, grading untuk memisahkan sesuai kelasnya, pencucian, pengemasan, penyimpanan, dan distribusi (Lilis H.W et al, 2016).

2.2 Tataniaga

Dalam dunia usaha, pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya, pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Pasar tanpa pemasaran tidak ada artinya demikian pula sebaliknya. Pemasaran merupakan suatu masalah yang penting, tidak hanya dalam dunia usaha tetapi juga didalam lingkungan masyarakat kelas sosial tinggi maupun masyarakat kelas sosial rendah (Sudioyono, 2002).

Tataniaga merupakan salah satu aspek yang menekankan bagaimana suatu produksi dapat sampai ketangan konsumen. Rahardi, (1993) menyebutkan bahwa, tataniaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan tataniaga.

Kohls dan Uhl (1985) mendefinisikan bahwa, tataniaga pertanian merupakan keragaan dari semua aktivitas bisnis dalam aliran barang atau jasa komoditas pertanian mulai dari tingkat produksi (petani) sampai konsumen akhir, yang mencakup aspek input dan output pertanian. (Kohls dan Uhl, 1985) menggunakan beberapa pendekatan dalam menganalisis sistem tataniaga yaitu

1). Pendekatan Fungsi (*The Fungsional Approach*)

Merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengetahui fungsi tataniaga apa saja yang dijalankan oleh pelaku yang terlibat dalam tataniaga. Fungsi-fungsi tersebut adalah fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik

(penyimpanan, transportasi, dan pengolahan) dan fungsi fasilitas (standarisasi, resiko, pembiayaan, dan informasi pasar).

2). Pendekatan Kelembagaan (*The Institutional Approach*)

Merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengetahui berbagai macam lembaga atau pelaku yang terlibat dalam tataniaga. Pelaku-pelaku ini adalah pedagang perantara (merchant middleman) yang terdiri dari pedagang pengumpul, pedagang pengecer, pedagang spekulatif, agen, manufaktur, dan organisasi lainnya yang terlibat.

3). Pendekatan Sistem (*The Behavior System Approach*)

Merupakan pelengkap dari pendekatan fungsi kelembagaan untuk mengetahui aktivitas-aktivitas yang ada dalam proses tataniaga, seperti perilaku lembaga yang terlibat dalam tataniaga dan kombinasi dari fungsi tataniaga.

Untuk memperlancar arus pasar barang dari produsen ke konsumen salah satu faktor penting yang harus diperhatikan adalah memilih secara tepat saluran tataniaga yang akan digunakan. Saluran tataniaga yang terlalu panjang menyebabkan makin banyak rantai yang ikut dalam kegiatan pemasaran. Hal ini kemungkinan penyebaran barang produksi secara luas tetapi sebaliknya menimbulkan biaya yang lebih besar sehingga dapat menyebabkan harga yang mahal sampai kekonsumen. Sebaliknya saluran tataniaga yang terlalu pendek kurang efektif dalam menyebar luaskan hasil produksi, namun karena mata rantai yang lebih pendek maka biaya tata niaga dapat ditekan sehingga harga sampai kekonsumen dapat lebih murah.

2.3 Lembaga Tataniaga

Dalam mekanisme pasar pihak-pihak yang terlibat dalam tataniaga adalah produsen, pedagang atau lembaga-lembaga perantara dan konsumen yang masing-masing pihak berusaha untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam proses pertukaran sesuai dengan tujuan (syaedfuddin, 1982). Lembaga – lembaga yang terlibat adalah :

- 1) Produsen, yaitu petani yang menghasilkan suatu produk pertanian.
- 2) Pedagang pengumpul, yaitu pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari petani produsen, dan kemudian memasarkannya kembali dalam partai besar kepada pedagang lain.
- 3) Pedagang besar, yaitu pedagang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul atau langsung dari produsen, serta menjual kembali kepada pengecer dan pedagang lain.
- 4) Pedagang pengecer, yaitu pedagang yang menjual barang kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil.
- 5) Konsumen, yaitu pembeli atau pemakai akhir yang mengkonsumsi suatu hasil produksi pertanian.

Masing-masing lembaga tataniaga melakukan kegiatan sesuai dengan kemampuan pembiayaan yang dimiliki, serta melakukan fungsi tata niaga secara berbeda-beda, dicirikan oleh aktivitas dan skala usaha, misalnya pedagang pengumpul tugasnya membeli barang dan dikumpulkan baik dari produsen atau pedagang perantara dengan skala yang relatif besar dibandingkan dengan skala usaha pedagang perantara. Begitu pula halnya dengan pedagang besar,

mempunyai skala usaha yang lebih besar dari pada pedagang pengumpul (Malhotra, 2005).

2.4 Fungsi Tataniaga, Saluran Tataniaga

Saluran tataniaga dapat berbentuk secara sederhana dan yang rumit sekali. Hal demikian tergantung dari macam komoditi, lembaga – lembaga tata niaga dan sistem pasar. Komoditi pertanian yang lebih cepat sampai ketangan konsumen dan yang tidak mempunyai nilai tambah, biasanya mempunyai saluran tata niaga yang relatif pendek (sederhana).

Menurut Kotler fungsi saluran tata niaga adalah menjalankan pekerjaan, memindahkan barang dari produsen kekonsumen. Saluran tata niaga berfungsi sebagai alat untuk menyalurkan barang dari produsen sebagai penghasil barang ke konsumen sebagai pemakai akhir. Untuk menyampaikan barang, lembaga-lembaga yang terlibat yaitu produsen, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Lembaga-lembaga tersebut berfungsi untuk memasarkan barang.

Beberapa saluran tata niaga menurut Kotler (1993).

1. Saluran nol tingkat, produsen konsumen.
2. Saluran satu tingkat, produsen pengecer konsumen.
3. Saluran dua tingkat, produsen pedagang besar pengecer konsumen.
4. Saluran tiga tingkat, produsen pedagang besar pedagang perantara pedagang pengecer konsumen.

Menurut Kotler (2002) dalam Asmarantaka (2013) tataniaga adalah suatu proses sosial yang yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Saluran tataniaga dari suatu komoditas perlu diketahui untuk menentukan jalur mana yang lebih efisien dari semua kemungkinan jalur-jalur yang dapat ditempuh. Selain itu saluran tataniaga dapat mempermudah dalam mencari besarnya margin yang diterima tiap lembaga yang terlibat. Hal ini memberikan kebenaran bahwa proses penyaluran merupakan aktivitas tata niaga yang mampu menciptakan nilai tambah produk melalui fungsi-fungsi tata niaga menurut (Suhardi Sigit, 1992). dalam buku (Sunyoto , 2014). fungsi-fungsi pemasaran dapat digolongkan sebagai berikut:

2.5. Teori Tataniaga

2.5.1. Margin Tataniaga

Margin tataniaga adalah perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani produsen atau dapat pula dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen sampai ke titik konsumen akhir. Kegiatan untuk memindahkan barang dari titik produsen ke titik konsumen membutuhkan pengeluaran baik fisik maupun materi. Pengeluaran yang harus dilakukan untuk menyalurkan komoditi dari produsen ke konsumen disebut biaya tataniaga dibayar oleh konsumen (Daniel, 2002).

Margin tata niaga merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Komponen margin tata niaga ini terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga–lembaga tata niaga untuk melakukan fungsi-fungsi tata niaga yang disebut biaya tata niaga (Sudioyono, 2002).

Ramadhan (2009). Mengatakan bahwa, margin tataniaga dapat didefinisikan dengan dua cara yaitu: 1) margin tata niaga merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, 2) margin tata niaga merupakan biaya dari jasa-jasa tata niaga yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa-jasa penawaran.

Kamaluddin (2009) berpendapat bahwa, margin tata niaga dapat didefinisikan dengan dua cara, yaitu: (1) margin tata niaga merupakan selisih antara harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani. (2) margin tata niaga merupakan biaya dari balas jasa tata niaga.

Menurut Nasruddin (1999) dalam Fisriza (2012), saluran tataniaga adalah jalur yang dilalui komoditas dari titik produsen sampai titik konsumen akhir. Dengan mengikuti saluran tataniaga dapat diketahui jumlah produk yang dijual petani kepada pengepul atau langsung ke konsumen akhir atau ke pedagang besar, peranan dari pelaku tataniaga termasuk peranan petani dan tempat terjadinya informasi. Panjang pendeknya saluran tataniaga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain jarak produsen – konsumen, cepat lambatnya produk rusak, skala produksi, posisi keuangan, derajat standardisasi, kemewahan produk, nilai unit dari produk, bentuk pemakaian produk dan struktur pasar.

Glend (1982) dalam Surbakti (2018) menegaskan, mendefinisikan saluran tataniaga sebagai kelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu.

Fungsi utama dari saluran tataniaga ialah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Terdapat berbagai macam saluran tataniaga (Nasution, L. Z, 2017).

1. Produsen - Konsumen, bentuk saluran pemasaran ini merupakan yang paling pendek dan sederhana karena tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual produk langsung ke konsumen. Saluran biasa distribusi pemasaran langsung.
2. Produsen – Pengecer - Konsumen, dalam saluran ini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang pengecer. Pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.
3. Produsen – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer - Konsumen, saluran distribusi ini banyak digunakan, yang dinamakan saluran distribusi tradisional. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak kepada pedagang pengecer saja. Pembelian pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.
4. Produsen – Agen - Pedagang Pengecer - Konsumen, dalam saluran ini produsen memilih agen sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualnya ditujukan kepada pedagang pengecer besar.
5. Produsen – Agen - Pedagang Besar - Pedagang Pengecer - Konsumen, dalam saluran ini produsen menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya ke pedagang besar yang kemudian menjualnya ke toko kecil dan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang sama diterima petani.

Apabila semakin besar margin tataniaga ini akan menyebabkan harga yang diterima petani produsen menjadi semakin kecil dan semakin mengindikasikan sebagai system pemasaran yang tidak efisien (Mauludi, L. 1994).

2.5.2. Biaya Dan Margin Tataniaga

Istilah biaya tataniaga dalam tataniaga komoditi pertanian mencakup jumlah pengeluaran yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran oleh lembaga tataniaga (badan perantara). Dengan kata lain, biaya tataniaga adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam proses penyampaian komoditi pertanian mulai dari titik produsen hingga titik konsumen (Limbong dan Sitorus, 1987).

Penurunan biaya input dari pelaksanaan pekerjaan tertentu tanpa mengurangi kepuasan konsumen akan output barang dan jasa menunjukkan suatu kegiatan efisiensi. Setiap fungsi kegiatan tataniaga memerlukan biaya yang selanjutnya diperhitungkan kedalam harga produk, dengan demikian efisiensi tataniaga perlu dilakukan melalui penurunan biaya tataniag sehingga memperoleh keuntungan yang maksimal (sihombing, 2010).

2.5.3. Pasar

Pasar secara sempit didefinisikan sebagai lokasi geografis, dimana penjual dan pembeli bertemu untuk mengadakan transaksi faktor produksi, barang, dan jasa. Pasar dalam arti moderen berarti suatu proses aliran barang dari produsen ke konsumen yang disertai penambahan guna barang baik guna tempat, waktu, bentuk dan kepemilikan. Pada hakikatnya struktur pasar merupakan golongan produsen dari beberapa bentuk pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli pruduk baik berupa barang atau jasa. Dalam ilmu ekonomi ada empat struktur pasar yaitu persaingan sempurna, dan pasar persaingan tidak sempurna seperti monopoli, oligopoli, dan persaingan monopolitis. Pasar persaingan sempurna merupakan pasar dimana

banyak terdapat penjual dan pembeli, setiap penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan dipasar. Sedangkan pasar persaingan tidak sempurna merupakan pasar dimana sifat dan struktur pasar nya sangat bertentangan dengan pasar persaingan sempurna (Aliyah, 2014).

2.5.4. Pendapatan

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha. Ada beberapa pengertian yang perlu diperhatikan dalam menganalisis pendapatan antara lain

1. Penerimaan adalah jumlah produksi yang dihasilkan dalam suatu kegiatan usaha dikalikan dengan harga jual yang berlaku di pasar.
2. Pendapatan bersih adalah penerimaan kotor yang dikurangi dengan total biaya produksi atau penerimaan kotor di kurangi dengan biaya variabel dan biaya tetap. Sukartawi, 1995
3. Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dinyatakan dengan uang yang diperlukan untuk menghasilkan produksi.

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan (TR) dan semua biaya (TC). Jadi $Pd = TR - TC$. Penerimaan (TR) adalah perkalian antara produksi yang diperoleh (Y) dengan harga jual (P_y). Biaya biasanya diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap (fixed cost) dan biaya tidak tetap (variable cost). Biaya tetap (FC) adalah biaya yang relatif tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Biaya variabel (VC) adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh, contoh biaya untuk tenaga kerja. Total biaya (TC) adalah jumlah dari biaya tetap (FC) dan biaya variabel (VC), maka $TC = FC + VC$ (Soekartawi, 2002).

Menurut Sukirno (2006) pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan atau tahunan. Dan ada beberapa klasifikasi pendapatan, yaitu: Pertama, pendapatan pribadi yaitu, semua jenis pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun yang diterima penduduk suatu negara. Kedua, pendapatan disposibel yaitu pendapatan pribadi dikurangi pajak yang harus dibayarkan oleh para penerima pendapatan, sisa pendapatan yang siap dibelanjakan inilah yang dinamakan pendapatan disposibel. Ketiga, pendapatan nasional yaitu nilai seluruh barang-barang jadi dan jasa-jasa yang diproduksi oleh suatu negara dalam satu tahun.

Menurut Soekartawi, analisis pendapatan adalah penerimaan dikurangi dengan semua biaya yang dikeluarkan dalam produksi. Untuk menghitung pendapatan usahatani dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$Pd = TR - TC$$

Dimana :

Pd : Pendapatan petani

TR : Total Penerimaan (total revenue)

TC : Total biaya (total cost)

FC : Biaya tetap (fixed cost)

Pendapatan petani manggis yaitu penerimaan atau hasil yang diperoleh oleh petani maupun pedagang pengumpul yang berupa buah manggis yang diperoleh dari hasil panen dan dijual ke pasar atau ke distributor dikalikan dengan harga jual yang berlaku di pasar. Dan pendapatan bersih yang diterima oleh petani maupun pengumpul yaitu penerimaan kotor dikurangi dengan biaya produksi atau

penerimaan kotor dengan biaya variabel dan biaya tetap. Penerimaan kotor itu berupa jumlah hasil petani yang dijual ke pasar dikurangi modal petani yang berupa biaya pendistribusian dan kebutuhan lainnya pada selama pemanenan berlangsung. Hasil yang diperoleh dari penerimaan kotor dikurangi dengan modal itula yang didapatkan atau istilah pendapatan bersih (sokartawi, 2010).

2.5.5 Efisiensi

Efisiensi sistem tataniaga merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam suatu sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran/tataniaga dapat tercapai jika sistem tersebut dapat memberikan kepuasan pihak-pihak yang terlibat yaitu produsen, konsumen akhir dan lembaga-lembaga pemasaran. Sistem tataniaga yang efisien akan tercipta apabila seluruh lembaga tataniaga yang terlibat dalam kegiatan memperoleh kepuasan dengan aktivitas tataniaga tersebut (Anwar, 2011).

Asmarantaka (2009) mengungkapkan bahwa, efisiensi dari sebuah sistem tataniaga bisa didapatkan dari struktur pasar persaingan sempurna (*perfect competition market*) akan tetapi, struktur pasar ini tidak dapat ditemukan dalam keadaan nyata ataupun sangat susah untuk ditemukan. Limbong dan Sitorus (1985) mengungkapkan bahwa ukuran efisiensi suatu sistem tataniaga dapat dilihat melalui kepuasan konsumen, produsen, maupun lembaga-lembaga tataniaga yang terlibat dalam aliran barang maupun jasa.

Kohl dan Uhl (2002) mengungkapkan bahwa, efisiensi tataniaga dapat ditingkatkan melalui dua cara yaitu; pengurangan biaya tanpa mengurangi manfaat tataniaga dan peningkatan manfaat produk tanpa meningkatkan biaya tataniaga. Dari pengertian yang diungkapkan oleh para ahli mengenai efisiensi tataniaga, dapat disintesa bahwa efisiensi tataniaga merupakan suatu kondisi yang

dapat dicapai apabila suatu sistem tataniaga dapat menyampaikan komoditas dari konsumen ke produsen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga suatu komoditas, dimana hal ini dapat dicapai apabila sebuah sistem tataniaga semakin mendekati sistem pasar persaingan sempurna dan mampu memberikan kepuasan bagi semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga suatu komoditas yang terwujud melalui pengurangan biaya tanpa mengurangi manfaat tataniaga dan peningkatan manfaat tataniaga tanpa peningkatan biaya. Efisiensi tataniaga sendiri dapat dibedakan menjadi efisiensi operasional (teknik) dan efisiensi harga (Kohl dan Uhl, 2002).

Efisiensi operasional (teknik) menurut Kohl dan Uhl (2002) diukur sebagai rasio output terhadap input. Peningkatan efisiensi operasional ditunjukkan pada situasi dimana biaya tataniaga dikurangi tanpa mempengaruhi sisi output dari rasio efisiensi. Efisiensi harga merupakan bentuk kedua dari efisiensi tataniaga. Efisiensi harga berkaitan dengan kemampuan sistem pasar mengalokasikan sumberdaya secara efisien dan mengkoordinasikan produksi dan seluruh proses tataniaga menurut arahan konsumen. Efisiensi harga mengukur seberapa kuat harga pasar menggambarkan sistem produksi dan biaya pemasaran. Menurut Dahl dan Hammond (1997) efisiensi operasional menunjukkan keadaan dimana biaya input pemasaran dapat diturunkan tanpa mempengaruhi jumlah output barang dan jasa. Analisis yang digunakan untuk menentukan efisiensi operasional pada proses pemasaran suatu produk yaitu analisis margin pemasaran, *farmer's share* serta rasio keuntungan biaya. Efisiensi harga terdapat dalam

kegiatan pembelian, penjualan dan aspek harga dari proses pemasaran. Terdapat tiga kondisi untuk menentukan adanya efisiensi harga, yaitu tersedianya alternatif pilihan bagi konsumen, perbedaan harga pada beberapa alternatif pilihan dapat mencerminkan perbedaan biaya yang dikeluarkan dalam menyediakan pilihan-pilihan tersebut, produsen memiliki kebebasan untuk masuk dan keluar pasar yang dilakukan sebagai jawaban atas keuntungan maupun kerugian dari perbedaan harga tersebut (syam, 2020).

Asmarantaka menyatakan bahwa Ukuran untuk menentukan tingkat kepuasan terhadap sistem tataniaga sulit dan sangat relatif. Oleh sebab itu, efisiensi tataniaga pada umumnya diukur dengan mempergunakan indikator efisiensi operasional (teknik) dan efisiensi harga. Efisiensi operasional terkait dengan penanganan aktivitas-aktivitas yang dapat meningkatkan rasio dari output-input tataniaga. Rasio efisiensi tataniaga (operasional) dapat dilihat dari peningkatan dalam dua cara yaitu pada perubahan sistem tataniaga dengan mengurangi biaya perlakuan pada fungsi-fungsi tataniaga tanpa mengubah manfaat/kepuasan konsumen dan meningkatkan kegunaan output dari proses tataniaga tanpa meningkatkan biaya tataniaga (Asmarantaka, 2009).

Efisiensi harga adalah ukuran kedua dari efisiensi tataniaga. Efisiensi ini menekankan kepada kemampuan dari sistem tataniaga yang sesuai dengan keinginan konsumen. Sasaran dari efisiensi harga adalah efisiensi alokasi sumberdaya dan maksimum output (ekonomi). Efisiensi harga dapat tercapai apabila masing-masing pihak yang terlibat dengan kegiatan tataniaga memperoleh kepuasan atau memiliki sikap yang responsif terhadap harga yang berlaku.

Efisiensi harga dapat dianalisis melalui ada tidaknya keterpaduan antara pasar (integrasi) dan pasar acuan (Massie, 2018).

Efisiensi operasional menunjukkan keadaan dimana biaya input pemasaran dapat diturunkan tanpa mempengaruhi jumlah output barang dan jasa. Efisiensi operasional diukur sebagai rasio output terhadap input. Peningkatan efisiensi operasional ditunjukkan pada situasi dimana biaya tataniaga dikurangi margin keuntungan yang didapat tanpa mempengaruhi sisi output dari rasio efisiensi. Pada perubahan sistem tataniaga dengan mengurangi biaya perlakuan pada fungsi fungsi tataniaga tanpa mengubah manfaat/kepuasan konsumen meningkatkan kegunaan output dari proses tataniaga tanpa meningkatkan biaya tataniaga. Indikator yang digunakan untuk mengukur efisiensi operasional yaitu margin tataniaga, farmer's share dan rasio keuntungan terhadap biaya (Krisman, dan Rahmi Dewi, 2018).

Efisiensi tataniaga kedua yaitu efisiensi harga. Efisiensi harga berkaitan dengan kemampuan sistem pasar mengalokasikan sumberdaya secara efisien dan mengkoordinasikan produksi dan seluruh proses tataniaga menurut arahan konsumen. Efisiensi harga mengukur seberapa kuat harga pasar menggambarkan sistem produksi dan biaya pemasaran, Efisiensi harga terdapat dalam kegiatan pembelian, penjualan dan aspek harga dari proses pemasaran dimana terdapat tiga kondisi untuk menentukan adanya efisiensi harga, yaitu tersedianya alternatif pilihan bagi konsumen, perbedaan harga pada beberapa alternatif pilihan dapat mencerminkan perbedaan biaya yang dikeluarkan dalam menyediakan pilihan pilihan tersebut, produsen memiliki kebebasan untuk masuk dan keluar pasar yang dilakukan sebagai jawaban atas keuntungan maupun kerugian dari perbedaan

harga tersebut. Efisiensi harga dapat tercapai apabila masing-masing pihak yang terlibat dengan kegiatan tataniaga memperoleh kepuasan atau memiliki sikap yang responsif terhadap harga yang berlaku (Krisman, 2013).

2.5 6. *Farmer Share*

Untuk menilai efisiensi tataniaga tidak cukup hanya dengan menggunakan indikator margin tataniaga. Untuk menilai efisiensi tataniaga dapat juga dianalisis melalui indikator *Farmer's share*. *Farmer's share* merupakan alat analisis yang dapat digunakan untuk dapat menentukan efisiensi tataniaga yang dilihat dari sisi pendapatan petani. Kohls dan Uhls (2002) mendefinisikan *farmer's share* sebagai persentase harga yang diterima oleh petani sebagai imbalan dari kegiatan usahatani yang dilakukannya dalam menghasilkan suatu komoditas (Chairul, dan Darwi, 2017).

Menurut Kohls dan Uhls (2002), *farmer's share* dapat dipengaruhi oleh tingkat pengolahan, keawetan produk, ukuran produk, jumlah produk, dan biaya transportasi. Nilai *farmer's share* ditentukan oleh besarnya rasio harga yang diterima produsen (Pf) dan harga yang dibayarkan oleh konsumen (Pr). Semakin rendah persentase *margin* tataniaga, maka *farmer's share* akan semakin tinggi. Apabila *farmer's share* $< 50\%$ maka tataniaga belum efisien dan apabila *farmer's share* $> 50\%$ maka tataniaga dapat dikatakan efisien. Secara matematik dapat dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Fs = Pf/Pr \times 100\%$$

Keterangan:

Fs = *Farmer's share*

Pf = harga di tingkat petani

Pr = harga di tingkat konsumen

2.5.7. Penelitian Terdahulu.

Supriadi Surbakti (2018), dengan judul Analisis Tataniaga jambu biji (*Psidium guajava* L.) (Studi Kasus : Desa Tanjung Anom, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang). Penelitian ini untuk mengetahui saluran tataniaga, fungsi-fungsi tataniaga, biaya tataniaga, *price spread*, *share margin*, dan tingkat efisiensi tataniaga jambu biji yang terjadi di daerah penelitian. Hasil penelitian yang diperoleh adalah Saluran tataniaga jambu di Desa Tanjung Anom, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang terdiri dari 2 saluran, yaitu : Saluran I : Petani - Pedagang Pengumpul - Pedagang Besar - Pedagang Pengecer Konsumen. Saluran II : Petani - Pedagang Pengecer - Konsumen. Fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan pada setiap saluran tataniaga jambu biji di daerah penelitian adalah sebagai berikut : Dimana fungsi pembelian, penjualan, pembiayaan, dan informasi pasar dilakukan oleh petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Sedangkan fungsi pengangkutan, penyimpanan, *Standardisasi* dan *Grading*, penanggungan resiko dilakukan oleh pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Margin keuntungan paling besar tingkat petani adalah dengan harga jual Rp 2.500/kg sebesar Rp 1.375,53/kg. Margin keuntungan paling besar tingkat pedagang pengumpul adalah yang menjual ke daerah Jakarta Rp 3.932,33/kg. Margin

Dalam penelitian Awang Brahmantyo dan Andreas Sukanto yang berjudul Tata Niaga Bawang Merah di Desa Parangtritis, Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul, DIY, digunakan metode analisis deskriptif, analisis distribusi marjin dan *Farmer's Share*, sedangkan alat analisis integrasi pasar vertikal adalah model *Vector Error Correction Model (VECM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku tataniaga yang terlibat dalam rantai tataniaga yang diteliti meliputi petani, pedagang pengumpul, pedagang grosir dan pedagang pengecer. Masing-masing pelaku tataniaga memiliki kegiatan yang berbeda-beda dalam rangka melakukan fungsi tataniaga. Fungsi tata niaga yang dilakukan mempengaruhi keuntungan dan biaya tataniaga yang diterima oleh setiap pelaku tataniaga. Bagian keuntungan terbesar dinikmati oleh pedagang pengumpul pada rantai tataniaga II yakni sebesar 46,83% dari total marjin tata niaga. *Farmer's Share* terendah berada pada rantai tataniaga I yakni sebesar 57,14%. Marjin tataniaga pada rantai tataniaga 1 dan 2 relatif tersebar tidak merata. Integrasi pasar vertikal bawang merah pada model *VECM* terjadi dalam jangka panjang dan jangka pendek. Transmisi harga dalam jangka panjang terjadi antara harga di tingkat petani dengan harga di tingkat grosir, perubahan harga bawang merah di tingkat grosir direspon secara positif oleh harga di tingkat petani dengan koefisien sebesar 3,22. Transmisi harga bawang merah dalam jangka pendek terjadi pada harga di tingkat grosir yang dipengaruhi secara positif oleh harga di tingkat petani pada masa lampau (*lag 1*) dengan koefisien sebesar 2,43 (Awang dan Andreas, 2014).

Dalam penelitian Endang Lastinawati, Andy Mulyana, Imron Zahri, dan Sriati (2018) yang berjudul Analisis Transmisi Harga Beras di Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumatera Selatan, digunakan metode historis, data

sekunder berupa data runtut waktu harga beras mingguan sejak minggu kedua Maret 2016 hingga minggu kedua September 2018. Disimpulkan bahwa Transmisi harga beras premium dan medium antara konsumen terhadap petani maupun antara petani terhadap konsumen di Kabupaten OKI terjadi secara asimetri, karena nilai elastisitas transmisi harga yang tidak sama dengan satu ($E_t \neq 1$). Kondisi ini juga menjadi indikator bahwa sistem pemasaran beras di Kabupaten belum efisien.

Dalam penelitian Triana Vicky Nainggolan, Adi Suyatno, Josua Parulian Hutajulu (2017) yang berjudul Analisis Pemasaran Dan Transmisi Harga Cabai Rawit Di Kabupaten Kubu Raya, digunakan metode deskriptif dan teknik survei. Pada bagian analisis data dijelaskan mengenai rangkaian analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan transmisi harga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Saluran I: Petani → pedagang pengecer → konsumen akhir
2. Saluran II: Petani → Pedagang Pengumpul Desa → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir
3. Saluran III: Petani → Pedagang Pengumpul Luar Kota → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir

III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Anggoli Kecamatan Sibabangun, Kabupaten Tapanuli Tengah penentuan daerah penelitian dilakukan secara purposive (sengaja). Alasan memilih lokasi penelitian ini adalah karena Kabupaten Tapanuli Tengah memiliki potensi pengembangan tanaman buah manggis. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari- Agustus 2022

3.2. Metode pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode snowball sampling (bola salju) melibatkan pertemuan dengan seorang petani manggis dan memberi tahu mereka tentang responden/sampel yang akan dibutuhkan untuk penelitian ini. Karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah petani manggis, pedagang pengumpul manggis, pengecer manggis, dan konsumen akhir

Sampel dalam penelitian ini dibagi atas dua jenis yaitu sampel dari petani manggis (produsen) dan sampel dari pedagang perantara yang terdiri dari pedagang besar, pedagang pengumpul dan konsumen. Populasi yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat yang memiliki tanaman buah manggis diatas 5 pohon yaitu sebanyak 19 orang. Menurut Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Karena populasi penelitian ini dibawah 100 maka populasi diambil secara menyeluruh (Arikunto, Suharsimi, 2010)

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari wawancara melalui pengisian kuisioner . Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi/lembaga berkaitan dengan penelitian ini yaitu Badan Pusat Statistik sumatera utara Direktorat Jenderal Hortikultura, Kementerian Pertanian Indonesia, Badan Pusat Statistik dan Kementerian Pertanian. Serta instansi – instansi lain yang terkait dengan penelitian ini.

3.4. Metode analisis Data

Analisis dengan metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai analisis saluran pemasaran manggis dan analisis secara kuantitatif bertujuan untuk mengetahui biaya pemasaran manggis dengan menggunakan margin pemasaran. Menurut Sudiyono (2001) margin pemasaran dapat diartikan sebagai analisis perbedaan harga ditingkat produsen (harga beli) dengan harga ditingkat konsumen akhir (harga jual).

$$Mi = Psi - Pbi$$

Dimana:

Mi = Margin pemasaran pasar di tingkat ke-i

Psi = Harga jual pasar di tingkat ke-i

Pbi = Harga beli pasar di tingkat ke-i

Menurut Soekartawi (2002) menyatakan, mengukur efesiensi saluran tataniaga digunakan harga jual petani sebagai dasar dan dibandingkan dengan harga beli pedagang ditingkat konsumen akhir dikalikan dengan 100 persen.

Untuk mengetahui dan melihat saluran rantai tataniaga dari petani sampai konsumen efisien atau tidak dapat dilakukan dengan menggunakan *Farmer's share*. Suatu tataniaga dikatakan efisien apabila *farmer's share* >50%. *Farmer's share* dapat dihitung dengan menggunakan

$$Fs = Pf/Pr \times 100\%$$

Keterangan:

Fs = Farmer's share

Pf = harga di tingkat petani

Pr = harga di tingkat konsumen



3.5 Definisi Operasional

1. Prospek manggis adalah peluang yang terjadi karena adanya usaha seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya juga untuk mendapatkan profit atau keuntungan dengan satuan rupiah(Rp)
2. Prospek pemasaran manggis adalah suatu gambaran jelas terkait peluang dan juga ancaman dari suatu aktivitas pemasaran dan juga penjualan di masa yang akan datang.
3. Permintaan (*demand*) adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu, sedangkan penawaran (*supply*) adalah sejumlah barang yang dijual atau ditawarkan pada suatu harga (Rp) dan waktu tertentu.
4. Pemasaran manggis adalah proses penyaluran hasil produksi manggis dari produsen sampai ke konsumen yang dihitung dengan satuan Rp/kg
5. Produksi manggis adalah besarnya jumlah produksi manggis yang dihasilkan oleh petani dan dihitung dengan satuan kilogram kg/musim
6. Tataniaga manggis adalah kegiatan ekonomi yang berfungsi menyampaikan manggis dari petani manggis ke konsumen akhir melalui perantara atau lembaga tataniaga manggis yang dihitung dalam satuan (Rp/kg) permusim panen.
7. Saluran tataniaga manggis adalah kumpulan lembaga – lembaga yang secara langsung terlibat didalam kegiatan tataniaga manggis yang saling mempengaruhi dan memperoleh keuntungan sendiri (Rp)
8. Biaya total adalah jumlah biaya variabel dan biaya tetap selama berusaha petani manggis dan dihitung dalam satuan rupiah (Rp) permusim.

9. Fungsi tataniaga manggis adalah serangkaian kegiatan fungsional yang dilakukan oleh petani, lembaga-lembaga tataniaga, baik aktivitas proses fisik maupun aktivitas jasa yang ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen akhir.
10. Petani manggis adalah pelaku yang mengusahakan usahataniya dan menerima hasil dari penjualan produksi dihitung dalam satuan rupiah Rp/musim panen.
11. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli langsung dari beberapa petani dan menjualnya kepada pedagang pengecer dengan satuan Rp/kg permusim.
12. Konsumen adalah pelaku akhir yang membeli manggis dari berbagai pedagang perantara atau produsen dengan satuan Rp/kg permusim.
13. Biaya tataniaga manggis adalah biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga tataniaga dalam menyalurkan manggis dari petani manggis hingga ke konsumen akhir yang dinyatakan dalam rupiah (Rp/kg) permusim panen.
14. Margin tataniaga manggis adalah perbedaan antara jumlah harga yang dibayarkan oleh konsumen dan jumlah harga yang diterima oleh petani manggis dengan membandingkan harga mulai dari produsen sampai konsumen yang dinyatakan dalam rupiah (Rp/kg) permusim panen.
15. *Share* margin adalah salah satu indikator untuk mengetahui efisiensi pemasaran. *Share* margin diukur dengan membandingkan harga yang diterima petani atau pedagang perantara dengan harga yang harus dibayarkan oleh konsumen dikalikan 100%

16. pendapatan adalah hasil dari rangkaian kegiatan penjualan dalam periode tertentu yang dihitung dalam (Rp/kg) permusim.
17. Pendapatan (Y) adalah pendapatan yang diambil dalam penelitian ini yaitu jumlah pendapatan yang diperoleh petani mmanggis selama panen dan dikurangi dengan biaya dan dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp) yang dihitung selama musim panen dengan rumus perhitungan $TC = FC + VC$.
18. Harga merupakan satuan biaya (Rp) yang digunakan dalam mengukur produk yang akan dipakai, besarnya harga bergantung pada jenis barang, manfaat dan biaya produksi yang terjadi selama pendistribusian yang dihitung dalam Rupiah (Rp)
19. Pasar adalah lokasi geografis, dimana tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dan mengamati harga dari komoditi yang dihitung dalam satua rupiah (Rp).
20. Biaya tataniaga manggis adalah seluruh jenis biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga dalam kegiatan tataniaga manggis (Rp/kg). Seperti tingkat harga beli pedagang yang di hitung dari harga rata-rata pembelian manggis (Rp/kg) dan keuntungan lembaga tataniaga manggis yang dihitung dalam satuan (Rp/kg)
21. Umur ekonomis pada pengamatan penelitian ini adalah 5 tahun pertama dikarenakan keterbatasan waktu dan tenaga.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai Tataniaga Manggis Terhadap Pendapatan Petani Manggis yang terjadi di Desa Anggoli Kecamatan Sibabangun Kabupaten Tapanuli Tengah sebagai berikut:

1. Terdapat tiga Sistem pemasaran yang terjadi di Desa Anggoli Kecamatan Sibabangun Kabupaten Tapanuli Tengah, yang pertama petani-konsumen, kedua petani-pengumpul-konsumen, dan yang ke tiga petani-pengumpul-pedagang besar-konsumen.
2. Adapun pendapatan rata- rata petani manggis adalah sebesar Rp. 4.580.317 permusim panen.
3. Adapun biaya tataniaga yang dikeluarkan lembaga-lembaga tataniaga terbagi atas biaya tetap dan biaya variable yang jumlahnya sebesar Rp. 3.669.683

6.2. Saran.

Adapun beberapa saran yang ingin disampaikan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Sebaiknya pemerintah lebih memperhatikan kesejahteraan petani dengan memberikan akses transportasi yang mudah bagi para petani dalam menyalurkan hasil produktifitas sampai ketangan konsumen ataupun pedagang besar, sehingga harga yang diterima petani akan semakin tinggi .
2. Sebaiknya pemerintah daerah memberikan pelatihan khusus berupa pengembangan sumber daya manusia (*skil*) yang ada dilokasi penelitian, sehingga para masyarakat yang ada di lokasi penelitian mampu

menghasilkan nilai tambah dari hasil produktifitas yang dimiliki petani, misalnya dengan memberikan edukasi dalam pengolahan makanan berbahan dasar manggis.



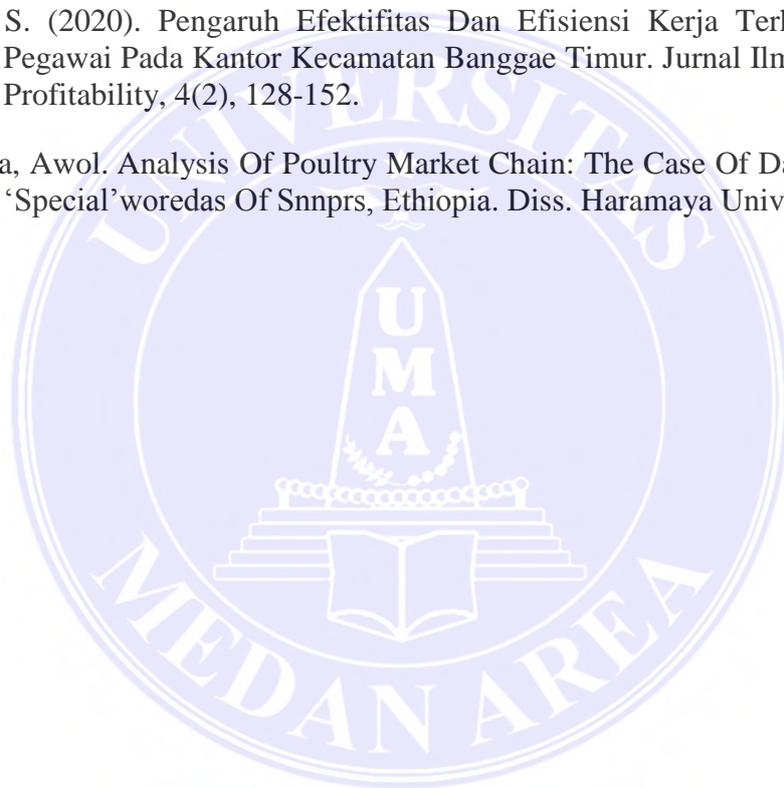
DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, I. (2014). Penguatan Sinergi Antara Pasar Tradisional Dan Modern Dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan. *Jurnal Arsitektur*, 4(2).
- Anwar, Sajid, And Sizhong Sun. "Financial Development, Foreign Investment And Economic Growth In Malaysia." *Journal Of Asian Economics* 22.4 (2011): 335-342.
- Arikunto, Suharsimi. "Metode Peneltian." Jakarta: Rineka Cipta 173 (2010).
- Asmarantaka, Ratna Winandi, Et Al. "Konsep Pemasaran Agribisnis: Pendekatan Ekonomi Dan Manajemen." *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal Of Indonesian Agribusiness)* 5.2 (2017): 151-172.
- Brahmantyo, Awang, And Andreas Sukamto. "Tata Niaga Bawang Merah." (2014).
- Chairul, And Valeriana Darwis. "Peningkatkan Kesejahteraan Petani Melalui Inovasi Teknologi Produk Turunan Kelapa Dalam di Sulawesi Barat." *Sepa: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 14.1 (2018): 18-27.
- Chekanov, S., Et Al. "Exclusive Photoproduction Of Υ Mesons At Hera." *Physics Letters B* 680.1 (2009): 4-12.
- Daniel, Elizabeth, Hugh Wilson, And Andrew Myers. "Adoption Of E-Commerce By Smes In The Uk: Towards A Stage Model." *International Small Business Journal* 20.3 (2002): 253-270.
- Dubash, C. J., Et Al. "Genetics Of Black, A Nonlethal, Dominant, Melanotic Mutant In The Mosquito, *Anopheles Culicifacies*." *Annals Of Tropical Medicine & Parasitology* 76.5 (1982): 569-574.
- Elpawati, Elpawati, Stephani Dwi Dara, And Dasumiati Dasumiati. "Optimalisasi Penggunaan Pupuk Kompos Dengan Penambahan Effective Microorganism 10 (Em10) Pada Produktivitas Tanaman Jagung (*Zea Mays L.*)." *Al-Kauniah* 8.2 (2016): 77-87.
- Hesti, Saffana Nurarsyika. "Perluasan Pasar Ekspor Produk Manggis Ke Korea Selatan Dengan Memanfaatkan Ik-Cepa Pada Cv A&H." *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2.8 (2023): 2510-2521.
- Hw, Ni Putu Lilis, Enny Adelina, And Sakka Samudin. "Penentuan Keragaman Karakter Tanaman Manggis Melalui Identifikasi Morfologi Dan Anatomi Daun Tanaman Manggis (*Gracinia Mangostana L.*) di Kabupaten Morowali Utara." *Agrotekbis: E-Jurnal Ilmu Pertanian* 4.3 (2016): 274-279.

- Karmudji, Karmudji. Pengembangan Produk Baru Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Produk Buku Agama Di Surabaya. Diss. Stie Perbanas Surabaya, 2017.
- Kholifatur, Rahmah. Analisis Pemasaran Pestisida Di Nusa Tenggara Barat (Studi Kasus: Pt. Syngenta Indonesia Perwakilan Nusa Tenggara Barat). Diss. Universitas Mataram, 2022.
- Kohls, Richard Louis, And Joseph N. Uhl. Marketing Of Agricultural Products. No. Ed. 9. Prentice-Hall Inc., 2002.
- Kohls, Richard Louis, And Joseph N. Uhl. Marketing Of Agricultural Products. No. Ed. 9. Prentice-Hall Inc., 2002.
- Kotler, Burt P., Joel S. Brown, And William A. Mitchell. "Environmental Factors Affecting Patch Use In Two Species Of Gerbilline Rodents." *Journal Of Mammalogy* 74.3 (1993): 614-620.
- Krisman, And Rahmi Dewi. "Menentukan Konstanta Dielektrik Lapisan Tipis (BaO. 6srO. 4tio3) Dengan Menggunakan Impedansi Kompleks." *Prosiding Semirata 2013* 1.1 (2013).
- Kurniasih, Vira, And Ika Febrilia. "Pengaruh Promosi Penjualan, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan di Jakarta." *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan* 3.3 (2022): 919-933.
- Lastinawati, Endang, Et Al. "Analisis Transmisi Harga Beras di Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumatera Selatan." *Jurnal Lahan Suboptimal: Journal Of Suboptimal Lands* 7.1 (2018): 43-49.
- Malhotra, Arvind, Sanjay Gosain, And Omar A. El Sawy. "Absorptive Capacity Configurations In Supply Chains: Gearing For Partner-Enabled Market Knowledge Creation." *Mis Quarterly* (2005): 145-187. Malhotra, Arvind, Sanjay Gosain, And Omar A. El Sawy. "Absorptive Capacity Configurations In Supply Chains: Gearing For Partner-Enabled Market Knowledge Creation." *Mis Quarterly* (2005): 145-187.
- Mardiana, Lina, And Juwita Ratnasari. *Ramuan Dan Khasiat Sirsak*. Penebar Swadaya Grup, 2011.
- Massie, N. I. K., Saerang, D. P., & Tirayoh, V. Z. (2018). Analisis Pengendalian Biaya Produksi Untuk Menilai Efisiensi Dan Efektivitas Biaya Produksi. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(03).
- Mauludi, Ludi. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efisiensi Pemasaran Panili di Propinsi Bali." (1994).
- Narakusuma, Mochamad Aji, Anas Miftah Fauzi, And Muhammad Firdaus 2013

- Nasaruddin, And U. S. Ishiaku. "White Rice Husk Ash Filled Natural Rubber Compounds: The Effect Of Multifunctional Additive And Silane Coupling Agents." *Polymer Testing* 18.4 (1999): 287-298.
- Nasution, Lokot Zein. "Reposisi Peran Dan Fungsi Bulog Dalam Tata Niaga Pangan." *Kajian* 21.1 (2017): 59-73.
- Nidyasari, Rr Syafira, Hilda Akmal, And Nunik Sri Ariyanti. "Karakterisasi Morfologi Dan Anatomi Tanaman Manggis Dan Kerabatnya (*Garcinia Spp.*) Di Taman Buah Mekarsari." *Jurnal Sumberdaya Hayati* 4.1 (2018): 12-20.
- Pangestika, Maria, And Tinjung Mary Prihtanti. "Perbandingan Nilai Tukar Petani (Ntp) Antarsubsektor Pertanian Di Indonesia." *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 4.1 (2020): 30-36.
- Puspitasari, Anisa, Rudi Priyadi, And Dedi Supyadi. "Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Cabai Rawit Merah di Kecamatan Cigalontang." *Agribusiness System Scientific Journal* 1.1 (2021).
- Raka, I. Gusti Ngurah. "Pengantar Ilmu Pertanian: Tata Niaga Pertanian." (2016).
- Ramadhan, Kurnia. "Aplikasi Pati Sagu Termodifikasi Heat Moisture Treatment Untuk Pembuatan Bihun Instan." Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian, Ipb. Bogor (2009).
- Rubiyanti, Rani. "Potensi Ekonomi Dan Manfaat Kandungan Alfa-Mangostin Serta Gartanin Dalam Kulit Buah Manggis (*Garcinia Mangostana* Linn)." *Farmaka* 15.1 (2017): 15-25. Rubiyanti, Rani. "Potensi Ekonomi Dan Manfaat Kandungan Alfa-Mangostin Serta Gartanin Dalam Kulit Buah Manggis (*Garcinia Mangostana* Linn)." *Farmaka* 15.1 (2017): 15-25.
- Sihombing, K. S., & Rahardjo, S. N. (2014). Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Financial Statement Fraud: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2010-2012 (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Sihombing, Kennedy Samuel, And Shiddiq Nur Rahardjo. Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Financial Statement Fraud: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2010-2012. Diss. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, 2014.
- Soekartawi, A. Haryono, And F. E. L. I. X. Librero. "Greater Learning Opportunities Through Distance Education: Experiences In Indonesia And The Philippines." *Journal Of Southeast Asian Education* 3.2 (2002): 283-320. Soekartawi, A. Haryono, And F. E. L. I. X. Librero. "Greater Learning Opportunities Through Distance Education: Experiences In Indonesia And The Philippines." *Journal Of Southeast Asian Education* 3.2 (2002): 283-320.

- Sukartawi. "Adopsi Teknologi Mukibat Pada Usahatani Ketela Pohon di Jawa Timur: Kasus Di Empat Desa." (1986).
- Sukirno, Sadono. "Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah Dan Dasar Kebijakan." (2006).
- Surbakti, Supriadi. Analisis Tataniaga Jambu Biji (*Psidium Guajava L.*)(Studi Kasus: Desa Tanjung Anom, Kec. Pancur Batu, Kab. Deli Serdang). Diss. Universitas Sumatera Utara, 2018.
- Syakir, Ahmad. "Peran Account Officer Dan Perkembangan Pembiayaan Pada Perbankan Syariah." *Madania: Jurnal Kajian Keislaman* 18.1 (2014): 87-96.
- Syam, S. (2020). Pengaruh Efektifitas Dan Efisiensi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Banggae Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 4(2), 128-152.
- Zeberga, Awol. Analysis Of Poultry Market Chain: The Case Of Dale And Alaba 'Special' woredas Of Snnprs, Ethiopia. Diss. Haramaya University, 2010.



A. Daftar Kuisioner Penelitian

Bapak/Ibu/Saudara/i yang terhormat, Saya mahasiswa Universitas Medan Area melaksanakan penelitian mengenai Analisis prospek Tataniaga Manggis Terhadap Pendapatan Petani Manggis yang saat ini sedang melakukan penelitian di desa Anggoli kecamatan Sibabangun Kabupaten Tapanuli Tengah. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk mengisih kuisioner penelitian ini. Partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berharga sebagai bahan masukan untuk proses pengambilan keputusan dari penelitian ini. Saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan perhatiannya.

Nomor kuisioner :

Penulis

Josua Riski Napitupulu

Petunjuk pengisian: isi dan berilah tanda silang (x) pada pilihan saudara.

A. Identitas Responden

1. Responden Petani

1. apakah anda seorang petani?

- a. Ya
- b. Tidak.

2.Sudah berapa lama saudara menjadi petani manggis : (tahun)

- a.<5 tahun
- b.>5tahun.

3.Apakah saudara memiliki jenis usaha lain :

a) Ya

b) Tidak

Jika ya, sebutkan :

4. Berapa jumlah pokok manggis yang saudara miliki :

a. >100 pokok

b. <100 pokok

5. Berapa jumlah produksi manggis yang dihasilkan dalam sekali panen (Kg)

a. >100 kg

b. <100 kg

6. Berapa jumlah pendapatan saudara dalam sekali panen (Rp)

a. <2 juta

b. >2 juta

7. Apakah manggis yang sudah di panen selalu habis terjual :

a. Ya

b. Tidak

Jika tidak, bagaimana cara penanggulangannya :

8. Bagaimana saudara menentukan harga jual manggis :

9. Bagaimana sistem upah/bayaran dalam menjual manggis?

a. Harian

b. Mingguan

c. Bulanan

d. Lainnya

10. manakah modal usaha yang anda miliki :

a. Modal Sendiri

b. Pinjaman Bank

c. Dll, sebutkan :

11. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :

a. Ya

b. Tidak

14. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan (orang)

a. <10 orang

b. >10 orang

15. Berapa upah tenaga kerja/hari (Rp)

a. <100.000.-

b. >100.000.-

16. Apa alasan saudara melakukan penjualan manggis ?

a. Keuntungan yang baik

b. Tataniaga yang sudah terjamin

c. Keturunan/ tradisi

d. Lainnya :

17. Apakah usaha manggis ini masih memiliki prospek ?

a. Ya, mengapa :

b. Tidak, mengapa

18. Sebelum melakukan penjualan, apakah saudara melakukan penyortiran

terlebih dahulu

a Ya

b Tidak

Jika ya, berdasarkan apa :

19. Menurut saudara manggis ini dijual kemanakah yang lebih menguntungkan dari pelaku tataniaga dibawah ini , berikan alasannya ?

- a. Pedagang Pengumpu
- b. Pedagang Besar
- c. Pedagang Pengecer
- d. Pasar

Alasan :.....

22. Biaya ptduksi.

No	Jenis biaya	Uraian	Jumlah(Rp)
1	Sarana produksi	Karung	
		Pestisida	
		Pupuk	
2	Tenaga kerja	Penanaman	
		Pemeliharaan	
		Panen	
		Persiapan	

21. Dengan siapa saudara melakukan penjualan manggis.

Lembaga Tataniaga	Alamat/Lokasi	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah penjualan (Rp)

B. Lembaga Tataniaga

2. Pedagang Pengumpul

1. Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai pedagang pengumpul manggis (tahun)

a.<5 tahun

b.>5tahun

2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain :

a.Ya

b.Tidak

Jika ya, sebutkan

3. Selain manggis, apa lagi yang di kumpulkan :

4. Diperoleh dari manakah manggis tersebut :

5. Berapa harga beli manggis dari pembudidaya : Rp

6. Dengan siapa saudara melakukan penjualan manggis :

Lembaga Tataniaga	Alamat/Lokasi	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah penjualan (Rp)

7.Berapa banyak manggis yang saudara beli dari petani (Kg/Sekali panen)

a.<1000 kg

b.>1000 kg.

8.Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi

manggis:.....

9. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :

a. Ya

b. Tidak

10. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan (orang)

a.<5orang

b.>5 orang.

11. Berapa upah tenaga kerja/orang : Rp

12. Biaya lainnya

No	Kegiatan	Jumlah
1	Pemanen	
2	Sortir	
3	Pembungkusan	
4	Transportasi	
5	Bongkar muat	

3.Pedagang Besar

1. Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai pedagang pengumpul manggis (tahun)

a.<5 tahun

b.>5 tahun

2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain :

a. Ya

b. Tidak

Jika ya, sebutkan

3. Selain manggis, apa lagi yang di kumpulkan :

4. Diperoleh dari manakah manggis tersebut :

5. Berapa harga beli manggis dari toke daerah (Rp)

a.<5.000

b.>5.000

6. Dengan siapa saudara melakukan penjualan

Lembaga Tataniaga	Alamat/Lokasi	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah penjualan (Rp)

7. Berapa banyak manggis

8. yang saudara beli dari petani :.....(Kg/Sekali panen)

9. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi manggis:.....

10. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :

- a. Ya
- b. Tidak

11. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan (orang)

11. Berapa upah tenaga kerja/orang (Rp).

a. <100.000.-

b. >100.000.-

12. Biaya lainnya

No	Kegiatan	Jumlah
1	Pemanen	
2	Sortir	
3	Pembungkusan	
4	Transportasi	
5	Bongkar muat	
7	Penyusutan	

A. Pedagang Pengecer

Sudah berapa lama saudar bekerja sebagai pedagang pengecer manggis
(tahun)

2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain :

- a. Ya
- b. Tidak

Jika ya, sebutkan

3. Diperoleh dari manakah manggis tersebut :

4. Berapa harga beli manggis Rp/Kg

5. Berapa pendapatan saudara/i satu kali pemasaran : Rp

6. Apa sajakah kendala yang di hadapin dilapangan saat transaksi manggis.....

7. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :

- a. Ada
- b. Tidak

8. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan : orang

9. Berapa upah tenaga kerja/orang :Rp

10. Dengan siapa saudara melakukan penjualan manggis :

Lembaga Tataniaga	Alamat/Lokasi	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah penjualan (Rp)

11 . Biaya lainnya.

No	Kegiatan	Jumlah
1	Pembungkusan	
2	Penyusutan	
3	Penyimpanan	

F. Konsumen

1. Apakah pekerjaan saudara saat ini :
2. Berapakah jumlah pembelian manggis.....Kg/Ons
3. berapa kali saudara/i membeli buah manggis dalam seminggu?
3. Dari mana anda memperoleh manggis :
 - a. Pedagang pengecer
 - b.Teman
 - c. Pedagang besar
 - d. Lainnya
4. Dibandingkan harga buah lain, apakah menurut saudara manggis ini cukup mahal:
 - a. Ya
 - b.Tidak

Jika tidak , berikan alasan anda
4. buah apa yang di bandingkan itu

Lampiran 1. Karakteristik Responden

Nama Sampel	Jenis Kelamin	Umur Sampel	Pendidikan Sampel	Jumlah Tanggungan	Pengalaman (Tahun)
Jonar siregar	P	60	SMA	5	3
Rony siagian	P	35	SMA	7	5
Sutarman	P	55	SMP	7	6
Supratman	P	40	SMP	6	2
Nazaro laoli	P	40	SMP	8	7
Herman pardede	P	35	SD	5	4
Daniel simanjuntak	P	40	SMP	6	7
Wagini	W	45	SD	6	1
Teti harefa	W	29	SMP	7	11
Sofian nainggolan	P	29	SMP	7	8
Doli pasaribu	P	30	SMP	5	7
Gusiani	W	30	SD	4	8
Fandi simbolon	P	28	SMP	5	9
Suradi	P	30	SD	4	9
Jono pasaribu	P	30	SMP	5	10
Kurniawan rambe	P	50	SMA	6	7
Kadirun siregar	P	60	SMP	5	9
Jumaidi tanjung	P	37	SD	5	9
Gunawan cahyo	P	30	SD	6	10

Lampiran 2. Biaya Alat

No sampel	Cangkul		Garpu		Parang		Jumlah
	Unit	Harga	Unit	Harga	Unit	Harga	
1	1	80000	1	120000	1	40000	240000
2	1	80000	1	130000	1	45000	255000
3	1	80000	1	135000	1	45000	260000
4	1	80000	1	100000	1	40000	220000
5	1	80000	1	150000	1	50000	280000
6	1	80000	1	140000	1	45000	265000
7	1	80000	1	120000	1	45000	245000
8	1	80000	1	145000	1	50000	275000
9	1	80000	1	100000	1	45000	225000
10	1	80000	1	125000	1	55000	260000
11	1	80000	1	130000	1	50000	260000
12	1	70000	1	145000	1	45000	260000
13	1	80000	1	140000	1	45000	265000
14	1	80000	1	130000	1	40000	250000
15	1	65000	1	120000	1	45000	230000
16	1	80000	1	125000	1	40000	165000
17	1	80000	1	130000	1	50000	260000
18	1	70000	1	130000	1	50000	250000
19	1	70000	1	140000	1	45000	255000
Jumlah		1.475.000		2.455.000		825.000	4.720.000
Rataan		77.631		130.000		43.421	248.461

Lampiran 3. Biaya penggunaan bibit manggis

No	Luas lahan	Kebutuhan bibit	Harga bibit (rp)	Total biaya bibit
1	1 ha	10	8000	80000
2	1 ha	8	8000	80000
3	1 ha	15	8500	127.500
4	1 ha	9	8000	90.000
5	2 ha	30	10.000	300000
6	1 ha	13	9000	117000
7	1 ha	5	8000	40000
8	1 ha	10	8000	80000
9	1 ha	11	8500	93500
10	1 ha	7	8000	70000
11	1 ha	9	8000	90000
12	1 ha	10	8000	80000
13	1 ha	12	8000	120000
14	2 ha	15	10.000	150000
15	1 ha	10	8000	80000
16	1 ha	10	8000	80000
17	1 ha	7	8000	70000
18	2 ha	19	11.000	209000
19	1 ha	20	10.000	200000
Jumlah		230	163.000	2.157.000
Rata- rata		12,105	8.578	113.526

Lampiran 4. Biaya penggunaan pupuk kandang.

No	Luas lahan	Kebutuhan pupuk (Kg)	Harga pupuk (rp)	Total biaya pupuk kandang
1	1 ha	50	1000	50000
2	1 ha	50	1000	50000
3	1 ha	65	1000	65000
4	1 ha	50	1000	50000
5	2 ha	90	1000	90000
6	1 ha	55	1000	55000
7	1 ha	20	1000	20000
8	1 ha	50	1000	50000
9	1 ha	52	1000	52000
10	1 ha	40	1000	40000
11	1 ha	45	1000	45000
12	1 ha	50	1000	50000
13	1 ha	57	1000	57000
14	2 ha	70	1000	70000
15	1 ha	50	1000	50000
16	1 ha	50	1000	50000
17	1 ha	40	1000	40000
18	2 ha	130	1000	130000
19	1 ha	200	1000	200000
Jumlah		1214	19.000	1.214.000
Rata-rata		63,894	1000	63.894

Lampiran 5. Biaya penggunaan pupuk NPK

No	Luas lahan	Kebutuhan pupuk NPK(Kg/pohon)	Harga pupuk NPK(Rp/Kg)	Total biaya pupuk NPK
1	1 ha	50	15000	750000
2	1 ha	40	15000	600000
3	1 ha	75	15000	1125000
4	1 ha	45	15000	675000
5	2 ha	150	15000	2250000
6	1 ha	65	15000	975000
7	1 ha	25	15000	375000
8	1 ha	50	15000	750
9	1 ha	55	15000	825000
10	1 ha	35	15000	525000
11	1 ha	45	15000	6750000
12	1 ha	50	15000	750000
13	1 ha	60	15000	900000
14	2 ha	75	15000	1125000
15	1 ha	50	15000	750000
16	1 ha	50	15000	750000
17	1 ha	35	15000	525000
18	2 ha	95	15000	1425000
19	1 ha	100	15000	1500000
Jumlah		1150	285.000	22.575.750
Rata-rata		60	15.000	1.188,197

Lampiran 6. Total biaya penggunaan pupuk.

No Sampel	Luas Lahan (Ha)	Total Biaya Pupuk Kandang (Rp)	Total Biaya Pupuk NPK (Rp)	Total Biaya Pupuk (Rp)
1	1 ha	50000	750000	800000
2	1 ha	50000	600000	650000
3	1 ha	50000	1125000	1190000
4	1 ha	65000	675000	740000
5	2 ha	50000	2250000	2302250
6	1 ha	90000	975000	1065000
7	1 ha	55000	375000	430000
8	1 ha	20000	750000	770000
9	1 ha	50000	825000	905000
10	1 ha	52000	525000	577000
11	1 ha	40000	6750000	715000
12	1 ha	45000	750000	795000
13	1 ha	50000	900000	950000
14	2 ha	57000	1125000	1182000
15	1 ha	70000	750000	820000
16	1 ha	50000	750000	800000
17	1 ha	50000	525000	575000
18	2 ha	40000	1425000	182500
19	1 ha	130000	1500000	1630000
Jumlah		1.064.000	23.325.000	17.078.750
Rata-rata		56.000	1.227.632	8.988.816

Lampiran 7. Biaya penggunaan pestisida.

No Sampel	Luas Lahan (Ha)	Penggunaan Pestisida (L)	Harga Pestisida (Rp)	Total Biaya Pestisida
1	1 ha	2 botol	20000	40000
2	1 ha	2 botol	20000	40000
3	1 ha	2 botol	20000	40000
4	1 ha	2 botol	20000	40000
5	2 ha	2 botol	20000	40000
6	1 ha	2 botol	20000	40000
7	1 ha	2 botol	20000	40000
8	1 ha	2 botol	20000	40000
9	1 ha	2 botol	20000	40000
10	1 ha	2 botol	20000	40000
11	1 ha	2 botol	20000	40000
12	1 ha	2 botol	20000	40000
13	1 ha	2 botol	20000	40000
14	2 ha	2 botol	20000	40000
15	1 ha	2 botol	20000	40000
16	1 ha	2 botol	20000	40000
17	1 ha	2 botol	20000	40000
18	2 ha	2 botol	20000	40000
19	1 ha	2 botol	20000	40000
Jumlah			380.000	760.000
Rata – rata			20.000	40.000

Lampiran 8. Biaya penyusutan parang/5 tahun

No Sampel	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Unit)	Harga awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Penyusutan Rp/tahun
1	1 ha	1	40000	4000	5	Rp.7200
2	1 ha	1	45000	4500	5	Rp.8100
3	1 ha	1	45000	4500	5	Rp.8100
4	1 ha	1	40000	4000	5	Rp.7200
5	2 ha	1	50000	5000	5	Rp.9000
6	1 ha	1	45000	4500	5	Rp.8100
7	1 ha	1	45000	4500	5	Rp.8100
8	1 ha	1	50000	5000	5	Rp.9000
9	1 ha	1	40000	4000	5	Rp.7200
10	1 ha	1	55000	5500	5	Rp.9900
11	1 ha	1	40000	4000	5	Rp.7200
12	1 ha	1	45000	4500	5	Rp.8100
13	1 ha	1	40000	4000	5	Rp.7200
14	2 ha	1	45000	4500	5	Rp.8100
15	1 ha	1	40000	4000	5	Rp.7200
16	1 ha	1	40000	4000	5	Rp.7200
17	1 ha	1	50000	5000	5	Rp.9000
18	2 ha	1	50000	5000	5	Rp.9000
19	1 ha	1	45000	4500	5	Rp.8.100
Jumlah			850.000	85.000	95	153.000
Rata- rata			4.473.684	447.368	5	8.052.632

Lampiran 9. Biaya penyusutan garpu/5 tahun

No Sampel	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Unit)	Harga awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Penyusutan rp/tahun
1	1 ha	1	120000	15000	5	21000
2	1 ha	1	130000	13000	5	23400
3	1 ha	1	135000	10000	5	25000
4	1 ha	1	100000	10000	5	18000
5	2 ha	1	150000	15000	5	27500
6	1 ha	1	140000	14000	5	25200
7	1 ha	1	120000	12000	5	21600
8	1 ha	1	145000	10000	5	27000
9	1 ha	1	100000	10000	5	18000
10	1 ha	1	125000	12000	5	22600
11	1 ha	1	130000	13000	5	23400
12	1 ha	1	145000	14000	5	26200
13	1 ha	1	140000	13000	5	25400
14	2 ha	1	130000	13000	5	23400
15	1 ha	1	120000	12000	5	21600
16	1 ha	1	125000	12000	5	22600
17	1 ha	1	130000	13000	5	23400
18	2 ha	1	130000	13000	5	23400
19	1 ha	1	140000	14000	5	25200
Jumlah		19	2.455.000	238.000	95	443.900
Rata-rata		1	129.210	12.526	5	23.363

Lampiran 10. Biaya penyusutan cangkul/5 Tahun

No Sampel	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Unit)	Harga awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Penyusutan Rp/tahun
1	1 ha	1	80000	8000	5	14400
2	1 ha	1	80000	8000	5	14400
3	1 ha	1	80000	8000	5	14400
4	1 ha	1	80000	8000	5	14400
5	2 ha	1	80000	8000	5	14400
6	1 ha	1	80000	8000	5	14400
7	1 ha	1	80000	8000	5	14400
8	1 ha	1	80000	8000	5	14400
9	1 ha	1	80000	8000	5	14400
10	1 ha	1	80000	8000	5	14400
11	1 ha	1	80000	8000	5	14400
12	1 ha	1	70000	7000	5	12600
13	1 ha	1	80000	8000	5	14400
14	2 ha	1	80000	8000	5	14400
15	1 ha	1	65000	6500	5	11700
16	1 ha	1	80000	8000	5	14400
17	1 ha	1	80000	8000	5	14400
18	2 ha	1	70000	7000	5	12600
19	1 ha	1	70000	7000	5	12600
Jumlah		19	1.475.000	147.500	95	265.500
Rata-rata		1	77.631	7.763	5	13.973

Lampiran 11. Total seluruh biaya Penyusutan Perlima Tahun.

No Sampel	Luas Lahan (Ha)	Biaya Penyusutan Parang	Biaya Penyusutan Garpu	Biaya Penyusutan cangkul	Tota Biaya Penyusutan
1	1 ha	7200	21000	14400	42200
2	1 ha	8100	23400	14400	45900
3	1 ha	8100	25000	14400	47500
4	1 ha	7200	18000	14400	39600
5	2 ha	9000	27500	14400	50900
6	1 ha	8100	25200	14400	47700
7	1 ha	8100	21600	14400	44100
8	1 ha	9000	27000	14400	50400
9	1 ha	7200	18000	14400	39600
10	1 ha	9900	22600	14400	46900
11	1 ha	7200	23400	14400	45000
12	1 ha	8100	26200	12600	46900
13	1 ha	7200	25400	14400	47000
14	2 ha	8100	23400	14400	45900
15	1 ha	7200	21600	11700	40500
16	1 ha	7200	22600	14400	44200
17	1 ha	9000	23400	14400	46800
18	2 ha	9000	23400	12600	45000
19	1 ha	8.100	25200	12600	45900

Lampiran 12. Total biaya produksi.

No	Luas Lahan (Ha)	Biaya Bibit (Rp)	Biaya Pupuk (Rp)	Biaya Pestisida (Rp)	Biaya Penyusutan (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	1 ha	80000	800000	40000	42200	962200
2	1 ha	80000	650000	40000	45900	815900
3	1 ha	127500	1190000	40000	47500	1405000
4	1 ha	90.000	740000	40000	39600	909.600
5	2 ha	300000	2302250	40000	50900	2693150
6	1 ha	117000	1065000	40000	47700	1269700
7	1 ha	40000	430000	40000	44100	554100
8	1 ha	80000	770000	40000	50400	940400
9	1 ha	93500	905000	40000	39600	1078100
10	1 ha	70000	577000	40000	46900	733900
11	1 ha	90000	715000	40000	45000	890000
12	1 ha	80000	795000	40000	46900	733900
13	1 ha	120000	950000	40000	47000	1157000
14	2 ha	150000	1182000	40000	45900	1267900
15	1 ha	80000	820000	40000	40500	980500
16	1 ha	80000	800000	40000	44200	964200
17	1 ha	70000	575000	40000	46800	980500
18	2 ha	209000	182500	40000	45000	476500
19	1 ha	200000	1630000	40000	45900	1915900
Jumah	2.157.000	17.848.4750	760.000	862.000	20.857.750	
Rata-rata	113.526	939.407	40.000	45.368	1.097.776	

Lampiran 13. Tabel penerimaan petani manggis

No Sampel	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	1 ha	500	5400	2700000	981933	1718067
2	1 ha	400	5400	2160000	827100	1332900
3	1 ha	850	5400	4590000	1419333	3170667
4	1 ha	770	5400	4158000	926933	3231067
5	2 ha	900	5400	4860000	2666250	2193750
6	1 ha	1000	5400	5400000	1287833	4112167
7	1 ha	1200	5400	6480000	566100	5913900
8	1 ha	1700	5400	9180000	909000	8271000
9	1 ha	900	5400	4860000	1095733	3764267
10	1 ha	1000	5400	5400000	760633	4639367
11	1 ha	1200	5400	6480000	905233	5574767
12	1 ha	850	5400	4590000	979866	3610134
13	1 ha	900	5400	4860000	1169933	3690067
14	2 ha	700	5400	3780000	1436833	2343167
15	1 ha	800	5400	4320000	1054333	3265667
16	1 ha	1000	5400	5400000	979233	4420767
17	1 ha	1500	5400	8100000	714733	7385267
18	2 ha	700	5400	3780000	460266	3319734
19	1 ha	1500	5400	8100000	1830000	6270000

Lampiran 13. Volume pembelian dan biaya tataniaga pedagang pengumpul

No Sampel	Sumber Pembelian	Tujuan Penjualan	Volume Pembelian (Kg)	Harga Pembelian (Rp)	Volume Penjualan (Kg)	Harga Penjualan (Rp)	Biaya Tataniaga (Rp)
1	Petani	Konsumen	3000	5400	3000	6000	1.0623,90
total			3000	5400	3000	6000	1.0623,90
Rataan			3000	5400	3000	6000	1.0623,90

Lampiran 14. Volume pembelian dan biaya tataniaga pedagang pengumpul 2.

No Sampel	Sumber Pembelian	Tujuan Penjualan	Volume Pembelian (Kg)	Harga Pembelian (Rp)	Volume Penjualan (Kg)	Harga Penjualan (Rp)	Biaya Tataniaga (Rp)
2	Petani	Konsumen	5.629,95	5400	5.629,95	6000	1.993,734
total			5.629,95	5400	5.629,95	6000	1.993,734
Rataan			5.629,95	5400	5.629,95	6000	1.993,734

Lampiran 15. Volume pembelian dan biaya tataniaga pedagang besar

No Sampel	Sumber Pembelian	Tujuan Penjualan	Volume Pembelian (Kg)	Harga Pembelian (Rp)	Volume Penjualan (Kg)	Harga Penjualan (Rp)	Biaya Tataniaga (Rp)
1	P.pengumpul	Konsumen	5.629,95	6000	5.629,95	8000	9.039,785
total			5.629,95	6000	5.629,95	8000	9.039,785
Rataan			5.629,95	6000	5.629,95	8000	9.039,785

Lampiran 15. Volume pembelian dan biaya tataniaga pedagang besar

No Sampel	Sumber Pembelian	Tujuan Penjualan	Volume Pembelian (Kg)	Harga Pembelian (Rp)	Volume Penjualan (Kg)	Harga Penjualan (Rp)	Biaya Tataniaga (Rp)
2	P.pengumpul	Konsumen	3000	6000	6000	8000	4.816,980
total			3000	5400	3000	6000	4.816,980
Rataan			3000	5400	3000	6000	4.816,980

Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Wawancara ke petani.



Gambar 2. Peninjauan ke lokasi tanaman.



Gambar 3. Wawancara terhadap pedagang.



Gambar 4. Manggis yang sudah dikumpul.



Gambar 5. Wawancara kepada petani.



Gambar 6. Dokumentasi Bersama pengumpul.