

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN JAMBU AIR (*Syzygium Aqueum*)  
VARIETAS WULUNG DI KABUPATEN SUKOHARJO**

**Umi Nur Solikah<sup>1)\*</sup>, Suwardi<sup>2)</sup>, Abdul Bashir<sup>3)</sup>, Mufida Diah Lestari<sup>4)</sup>**

1)\* Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Batik  
Surakarta, Email: [umi\\_solikah@yahoo.co.id](mailto:umi_solikah@yahoo.co.id)

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Batik  
Surakarta, Email: [swd.didi@gmail.com](mailto:swd.didi@gmail.com)

3) ASN BPP Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo, Email:  
[bashirchan123@gmail.com](mailto:bashirchan123@gmail.com)

4) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tulungagung,  
Email: [mufida.yeahhh@gmail.com](mailto:mufida.yeahhh@gmail.com)

\* Penulis Korespondensi: E-mail: [umi\\_solikah@yahoo.co.id](mailto:umi_solikah@yahoo.co.id)

**ABSTRAK**

Salah satu buah yang di budidayakan di Indonesia adalah jambu air. Jambu air merupakan tanaman yang dapat tumbuh di daerah tropis dan beriklim panas. Spesies ini juga tumbuh dengan baik di daerah basah dan lembab yang bercurah hujan tinggi setiap tahun. Selain mudah di budidayakan jambu air mampu beradaptasi karena dapat bertahan hidup pada semua jenis tanah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola pemasaran dan margin pemasaran jambu air (*Syzygium Aqueum*) varietas wulung di Kabupaten Sukoharjo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kasus. Penentuan lokasi penelitian di lakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Pranan Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo, dengan pertimbangan bahwa Desa Pranan merupakan daerah penghasil jambu air varietas wulung. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan melalui wawancara dengan responden, saluran pemasaran jambu air varietas wulung terdiri dari dua saluran, yaitu:

1. Petani → Konsumen
2. Petani → Pedagang pengecer → Konsumen

Margin pemasaran yang diperoleh dari kedua saluran pemasaran adalah Rp.0, berada pada saluran I dan Rp. 4.000, berada pada saluran II.

**Kata Kunci:** *Saluran Pemasaran, Jambu Air, Wulung*

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memberikan komitmen tinggi terhadap pembangunan ketahanan pangan sebagai komponen strategis dalam pembangunan nasional. Pertanian merupakan salah satu sektor kehidupan yang sangat penting di Indonesia. Setiap tahapan pembangunan yang ada pembangunan pertanian merupakan bagian yang diprioritaskan. Pembangunan pertanian bertujuan untuk meningkatkan hasil dan mutu produksi serta meningkatkan pendapatan dan taraf hidup petani. Keragaman hayati merupakan nilai sentral dari pembangunan pertanian dimasa yang akan datang, maka harus dikembangkan sistem pertanian di daerah setempat untuk menghasilkan produk pertanian yang memiliki nilai dan daya saing (Kurniawati, 2011).

Bertambahnya jumlah penduduk dan meningkatnya

kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi makanan berserat menyebabkan komoditas buah-buahan perlu dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan gizi harian. *World Health Organization* (WHO) pada tahun 2003 bersama *Food Agriculture Organization* (FAO) merekomendasikan konsumsi buah minimal sebesar 400 gram per hari. Kementerian Kesehatan Republik Indo-nesia juga menganjurkan konsumsi buah setiap hari 3-5 porsi buah sesuai dalam Pedoman Gizi Seimbang (Az Zahra, 2020).

Salah satu buah yang di budidayakan di Indonesia adalah jambu air. Jambu air merupakan tanaman yang dapat tumbuh di daerah tropis dan beriklim panas. Spesies ini juga tumbuh dengan baik di daerah basah dan lembab yang bercurah hujan tinggi setiap tahun. Selain mudah di budidayakan jambu air mampu beradaptasi karena dapat bertahan

hidup pada semua jenis tanah (Anonim, 2020).

Jambu wulung merupakan keluarga jambu air. Kandungan airnya cukup banyak, lantaran itulah bisa mendatangkan kesegaran. Daging buahnya tebal, namun bijinya kecil. Yang membedakan jambu wulung dengan jambu air jenis lain adalah warnanya. Kulit buahnya berwarna merah marun, hingga mengarah agak biru kehitaman. Sesuai dengan namanya Wulung yang berarti biru kehitaman atau hitam (Hamdani, 2018).

Desa Pranan Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo merupakan salah satu penghasil jambu wulung. Jambu wulung menjadi salah satu produk andalan dan penyokong perekonomian di Desa Pranan. Warga mengembangkan budidaya jambu air sejak sepuluh tahun lalu. Diperkirakan sebanyak 2.000 pohon jambu wulung tumbuh subur di desa setempat (Anonim, 2021).

Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam sistem agribisnis. Jika mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Oleh karena itu peran lembaga pemasaran menjadi sangat penting. Proses pemasaran harus berlangsung efisien, untuk mengukur prestasi kerja dari proses pemasaran digunakan efisiensi pemasaran. Faktor-faktor yang dapat sebagai ukuran efisiensi pemasaran diantaranya adalah keuntungan pemasaran, harga yang diterima konsumen, tersedianya fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk melancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan, transportasi, dan kompetisi pasar, persaingan diantara pelaku pemasaran (Soekartawi, 1993).

Berdasarkan latar belakang Peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang “Analisis Margin dan Efisiensi Saluran Pemasaran Jambu Air (*Syzygium Aqueum*) Wulung Di Desa Pranan

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kasus. Menurut Daniel (2003), metode kasus lebih mirip dengan metode survey.

Penentuan lokasi penelitian di lakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Pranan Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo, dengan pertimbangan bahwa Desa Pranan merupakan daerah penghasil jambu air varietas wulung.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan pengisian kuesioner, wawancara dan pengamatan dilapangan. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi/lembaga berkaitan dengan penelitian.

Simple random sampling yaitu suatu metode semua anggota sampel dianggap memiliki karakteristik yang sama sehingga

siapapun yang diambil dapat mewakili populasinya (Mardikanto, 2006).

Pengambilan sample dilakukan dengan menggunakan metode metode *snowball Sampling* (*bola salju*), yaitu teknik pengambilan sampel dengan bantuan *key-informan*. Key-informan ini membantu atau akan dapat berkembang berdasarkan petunjuk yang diberikan olehnya. Dalam hal ini, peneliti hanya mengungkapkan kriteria sebagai persyaratan untuk dijadikan sampel.

Menurut Sudiyono (2004) Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran pada tingkat petani yaitu:  $Mp = Hk - Hp$

Dimana:

$Mp$  = Margin pemasaran

$Hk$  = Harga ditingkat konsumen

$Hp$  = Harga ditingkat petani

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Pemasaran Jambu Air (*Syzygium Aqueum*) Varietas Wulung

Saluran pemasaran merupakan saluran dari lembaga pemasaran yang dilalui dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran jambu air (*Syzygium Aqueum*) varietas wulung Desa Pranan melalui berbagai saluran pemasaran yang dimulai dari petani, pedagang pengecer sampai ke konsumen.

Petani dalam pemasaran jambu air varietas wulung bertindak sebagai produsen dan merupakan pihak pertama dalam menyalurkan jambu air varietas wulung. Dalam memasarkan jambu air varietas wulung petani menjual jambu air varietas wulung lewat pedagang pengecer. Pedagang pengecer merupakan perantara yang membeli dan mengumpulkan jambu air dari petani kemudian menjualnya ke konsumen.

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan melalui wawancara dengan responden, saluran pemasaran

jambu air varietas wulung terdiri dari dua saluran, yaitu:

1. Petani → Konsumen
2. Petani → Pedagang  
pengecer → Konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong (1997), saluran distribusi dapat digambarkan oleh jumlah tingkat saluran yang terlibat. Setiap lapisan perantara pemasaran yang melaksanakan tugas dalam membawa produk lebih dekat kepada pembeli akhir. Adapun tingkat perantara untuk menyatakan panjang suatu saluran. Adapun tingkat saluran distribusi tersebut yaitu :

- a. Saluran 1 disebut saluran pemasaran langsung, tidak mempunyai saluran perantara. Dikatakan saluran langsung karena produsen/ petani langsung menjual komoditasnya ke konsumen.
- b. Saluran 2 terdiri dari satu tingkat perantara. Dalam pasar konsumen tingkat ini biasanya adalah pedagang pengecer

**Margin Pemasaran Jambu Air (*Syzygium Aqueum*) Varietas Wulung**

Margin merupakan selisih harga antara suatu barang yang diterima produsen dengan harga yang diterima oleh konsumen. Besar kecilnya margin pemasaran sangat berhubungan dengan

panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui (Sudiyono, 2004). Margin pemasaran jambu air varietas wulung Desa Pranan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Harga Jual, Beli dan Margin Pemasaran Jambu Air Varietas Wulung

Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin
Saluran I			
Petani		Rp. 12.000,-	Rp. 0,-
Konsumen	Rp. 12.000,-		
Saluran II			
Petani		Rp. 8.000,-	
Pengecer	Rp. 8.000,-	Rp.12.000,-	
Konsumen	Rp. 12.000,-		Rp.4.000,-

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Kedua saluran pemasaran yang ada pada Tabel yaitu total margin saluran ke dua lebih besar daripada margin saluran pertama. Hal ini menyebabkan margin pemasaran pada saluran pemasaran kedua lbh besar dari pada margin saluran pemasaran pertama.

Secara keseluruhan pihak-pihak yang terlibat dalam saluran pemasaran jambu air varietas wulung adalah

a. Petani Jambu Air Varietas Wulung

Petani merupakan orang memproduksi jambu air sekaligus orang pertama yang melakukan penjualan jambu air dalam saluran pemasaran. Petani jambu air di Desa Pranan menjual jambu air kepada

pedagang pengecer. Harga jambu air rata-rata berkisar Rp.8000,- per kilogram baik ke konsumen langsung atau ke pedagang pengecer.

#### b. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan seseorang yang melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen akhir dan dalam partai kecil. Rata-rata harga jual jambu air varietas wulung yaitu Rp. 10.000/Kg pada saluran I dan saluran II.

#### c. Konsumen akhir

Konsumen akhir merupakan orang yang membeli barang untuk digunakan sendiri atau tidak untuk dijual lagi. Konsumen akhir jambu air varietas wulung membeli dari petani langsung terdapat pada saluran I dengan harga Rp.8.000,-/Kg dan Rp.12.000,-/Kg pada saluran II

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan

dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat dua pola saluran pemasaran jambu air varietas wulung, yaitu
  - a. Saluran Pemasaran I: Petani – Konsumen
  - b. Saluran Pemasaran II: Petani – Pedagang pengecer – Konsumen
2. margin pemasaran yang diperoleh dari kedua saluran pemasaran adalah Rp.0,. berada pada saluran I dan Rp. 4.000,. berada pada saluran II.

### DAFTAR PUSTAKA

Amstrong, Kottler. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.

Anonim. 2020. Buah jambu air, Penyembuh berbagai penyakit. <https://www.greeners.co/flora-fauna/buah-jambu-air-penyembuh-berbagai-penyakit/>. Diakses tanggal 5 Juni 2020.

\_\_\_\_\_. 2021. Jambu Wulung Sudah Panen, Yang Mengkilap dan Besar Lebih Mahal. <https://radarsolo.jawapos.com/>

[daerah/sukoharjo/27/06/2021/jambu-wulung-sudah-panen-yang-mengkilap-dan-besar-lebih-mahal/](https://daerah/sukoharjo/27/06/2021/jambu-wulung-sudah-panen-yang-mengkilap-dan-besar-lebih-mahal/). Diakses Tanggal 5 Juli 2022.

Az Zahra, Fatimah, dan Dahlia Nauliy. 2021. *Analisis Saluran Pemasaran Belimbing Dewa Di Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok*. Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness) Vol 9 No 1, Juni 2021.

Daniel, Moehar. 2003. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Bumi Aksara. Jakarta.

Hamdani. 2018. Mau yang Seger-seger?Coba Ini, Jambu Wulung Dari Pranan Sukoharjo. <https://joglosemarnews.com/2018/07/mau-yang-seger-segercoba-ini-jambu-wulung-dari-pranan-sukoharjo/>. Diakses Tanggal 5 Juli 2022.

Kurniawati, Yusni. 2011. *Pemanfaatan Lahan Perbukitan Untuk Usaha Tani Tanaman Jambu Mete (Anacardium Occidentale) Di Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul Yogyakarta*. UNY. Yogyakarta.

Mardikanto, T. 2006. *Prosedur Penelitian untuk Kegiatan Penyuluhan Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Prima Theresia Pressindo. Surakarta

Mulyani, Andi Sri. 2017. *Saluran Pemasaran Karet Di Desa Dumpu Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba*. Universitas Muhammadiyah Makasar.

Risnandar, Cecep. 2018. *Jambu Air*. <https://jurnalbumi.com/KNOL/jambu-air/>. Diakses Tanggal 5 Juli 2022.

Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasinya*. Bogor: Raja Grafindo Persada.

Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.