

# ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BELIMBING (*A VERRHOA CARAMBOLA L.*) (Studi Kasus di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro)

Yy. Putry Enggy Asprylla<sup>1</sup>, Noor Djohar.<sup>2</sup>, Deviana Diah P.<sup>3</sup>

(Agribisnis/Pertanian, Universitas Bojonegoro)

Email : [yypetryenggy45@gmail.com](mailto:yypetryenggy45@gmail.com)

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan saluran pemasaran belimbing di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro dan untuk menganalisis besarnya margin, efisiensi pemasaran dan *farmer's share* petani belimbing Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro. Metode penelitian ini yaitu menggunakan survey, wawancara dan observasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran belimbing dan analisis kuantitatif digunakan untuk mengukur efisiensi operasional melalui margin pemasaran dan *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro adalah sebagai berikut. 1. Saluran pemasaran yang ada di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro terdapat 3 jenis saluran pemasaran yaitu : 1) petani - pedagang besar - konsumen, 2) petani - pedagang pengecer – konsumen, 3) petani - konsumen. 2. Ketiga saluran pemasaran di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro telah efisien, dengan hasil margin dari ketiga saluran pemasaran I sebesar Rp 1.000 dengan tingkat efisiensi Grade A sebesar 2,86% dan *farmer's share* 85,71% , Grade B sebesar 4% dan *farmer's share* 80%, Grade C sebesar 5% dan *farmer's share* 75%. Dari ketiga margin pada saluran pemasaran II sebesar Rp 3.000 dengan tingkat efisiensi Grade A sebesar 1% dan *farmer's share* 70% , Grade B sebesar 1,25% dan *farmer's share* 62,5%, Grade C sebesar 1,43% dan *farmer's share* 57,1%. Dan pada saluran pemasaran III tingkat efisiensi Grade A sebesar 0% dan *farmer's share* 100%, Grade B sebesar 0% dan *farmer's share* 100%, Grade C sebesar 0% dan *farmer's share* 100%.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Farmers Share, Belimbing

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam pembangunan perekonomian nasional, khususnya pada pembangunan perekonomian daerah. Pembangunan pertanian di Indonesia dipandang cukup penting dibanding pembangunan nasional lainnya, ini karena potensi sumber daya alam yang besar. Salah satu sektor pertanian yang memiliki potensi dalam pembangunan perekonomian daerah yaitu hortikultura seperti buah-buahan.

Petani biasanya mendistribusikan dan memasarkan belimbing dalam bentuk segar melalui perantara pemasaran seperti pengepul dan pedagang pengecer. Dalam pasar terdapat banyak pihak yang mencari

keuntungan sebagai lembaga pemasaran. Tetapi banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran belimbing, akan mempengaruhi panjang pendeknya saluran pemasaran dan besarnya biaya pemasaran sehingga berpengaruh pada semakin besarnya perbedaan harga antara tingkat petani (produsen) dengan tingkat konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan saluran pemasaran belimbing di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro dan untuk menganalisis besarnya margin, efisiensi pemasaran dan *farmer's share* petani belimbing Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro.

## METODE PENELITIAN

### 1. Metode Pengambilan Sampel

Adapun acuan yang digunakan yaitu pendapat Suhartini Arikunto (2010:180) yang mengatakan bahwa untuk populasi yang subjeknya kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya adalah peneliti populasi. Selanjutnya jika subjek lebih dari 100 dapat diambil antara 10% - 15% atau 15% -25%. Petani belimbing di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu berjumlah 104 petani, jadi untuk menetapkan besar kecilnya jumlah sampel diambil sebanyak 25% dari jumlah keseluruhan yaitu 26 petani.

### 2. Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melalui observasi dan wawancara langsung dengan petani dan pedagang belimbing. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur atau instansi terkait.

### 3. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran belimbing dan analisis kuantitatif digunakan untuk mengukur efisiensi operasional melalui margin pemasaran dan *farmer's share*.

#### 2.1 Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran digunakan untuk menganalisis sistem pemasaran dalam perspektif makro, yaitu menganalisis pemasaran produk mulai dari petani produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Dari perspektif mikro, margin pemasaran merupakan selisih harga jual dengan harga beli. Margin pemasaran yang meningkat, tetapi banyak perlakuan (fungsi-fungsi) yang terjadi dan konsumen puas terhadap produk akhir,

menunjukkan kecenderungan sistem pemasaran produk tersebut efisien.

Secara sistematis, model yang digunakan untuk mengukur margin pemasaran adalah :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan : M = Margin pemasaran

Pr = Harga ditingkat  
konsumen akhir

Pf = Harga ditingkat

petani

#### 2.2 Analisis Efisiensi Pemasaran

Tingkat efisiensi pemasaran adalah rasio hasil total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan dapat dihitung dengan rumus (Soekartawi,2002) :

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Dimana :

EP = Efisiensi pemasaran

TNP = Total nilai produk

TB = Total biaya

Dengan kaidah keputusan :

d. 0 – 33% = Efisien

e. 34 – 67% = Kurang efisien

f. 68 – 100% = Tidak efisien

#### 2.3 Analisis *Farmer's Share*

*Farmer's share* merupakan porsi dari harga yang dibayarkan konsumen akhir terhadap petani dalam bentuk persentase. Besarnya *farmer's share* dipengaruhi oleh tingkat pemrosesan, biaya transportasi, keawetan produk dan jumlah produk (Kohls & Uhl, 2002). Semakin tinggi *farmer's share* menyebabkan semakin tinggi pula bagian harga yang diterima petani.

Rumus yang digunakan dalam menghitung *farmer's share* adalah :

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Dimana :

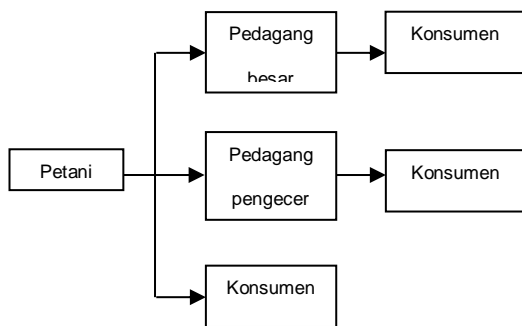
FS : *Farmer's share*

Pf : Harga ditingkat produsen  
Pr : Harga ditingkat retail (tingkat konsumen akhir)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Saluran Pemasaran Belimbing

Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang saling tercakup dalam membuat produk dan jasa yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Untuk melihat kondisi saluran pemasaran di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro, struktur saluran pemasaran belimbing pada garis besarnya terdapat 3 saluran. Alur pemasaran belimbing dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1 Saluran Pemasaran Belimbing di Desa Ngringinrejo

Kecamatan Kalitidu  
Kabupaten  
Bojonegoro

Pada gambar 1 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran yang ada di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro terdapat 3 saluran pemasaran yaitu :

1. Petani - pedagang besar – konsumen
2. Petani – pedagang pengecer – konsumen
3. Petani – konsumen

Saluran pemasaran yang ada, yaitu (1) saluran pemasaran pertama petani menjual belimbing kepada pedagang besar, kemudian pedagang besar akan menjual ke konsumen. (2) saluran

pemasaran kedua, petani menjual belimbing kepada pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer akan menjual ke konsumen tanpa ada perlakuan lagi. (3) saluran pemasaran ketiga, petani menjual belimbing langsung kepada konsumen.

Belimbing mempunyai 3 Grade, yaitu Grade A memiliki ciri-ciri ukuran buah yang besar, mulus, lurus (tidak melengkung), 1kg berisi <5 buah. Grade B memiliki ciri-ciri ukuran buah yang agak besar, mulus, lurus (tidak melengkung), 1kg berisi <7 buah. Grade C memiliki ciri-ciri ukuran yang lebih kecil, tidak mulus, tidak lurus (melengkung), 1kg berisi >7 buah.

### 2. Komponen Biaya dan Margin Pemasaran

Biaya pemasaran meliputi semua rangkaian biaya dalam pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang atau jasa perusahaan kepada pembeli. Dalam melakukan kegiatan-kegiatan pemasaran terdapat biaya dan margin pemasaran yang meliputi harga beli dari produsen dan harga jual untuk konsumen, baik konsumen langsung maupun konsumen pedagang dari luar daerah.

#### 2.1 saluran pemasaran I

Adapun harga jual dari tiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran I di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2 saluran pemasaran I

Pada gambar 3 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran I, pedagang besar membeli belimbing langsung kepada pihak petani, yang kemudian pedagang besar menjual atau memasarkannya kepada konsumen.

Adapun komponen biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada

saluran pemasaran I di Desa Ngringinrejo tahun 2020.

Tabel 1 Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran I

No	Lembaga pemasaran	Grade A (Rp/Kg)	Grade B (Rp/Kg)	Grade C (Rp/Kg)
1.	Petani/ Produsen	6.000	4.000	3.000
	- Harga jual	0	0	0
	- Biaya kemasan	0	0	0
	- Biaya transportasi	0	0	0
	- Total biaya			
	- Keuntungan			
	- Margin pemasaran			
2.	Pedagang besar	6.000	4.000	3.000
	- Harga beli	100	100	100
	- Biaya kemasan	100	100	100
	- Biaya transportasi	7.000	5.000	4.000
	- Harga jual	200	200	200
	- Total biaya	800	800	800
	- Keuntungan	1.000	1.000	1.000
	- Margin Pemasaran			
3.	Konsumen			
	- Harga beli	7.000	5.000	4.000

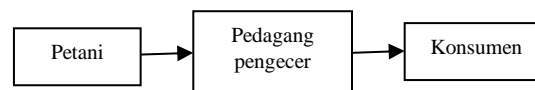
Sumber : data primer diolah, 2020

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran I Grade A petani menjual belimbing dengan harga Rp 6.000. Pedagang besar membeli belimbing dari petani dengan harga Rp 6.000, dengan biaya kemasan Rp 100 dan biaya transportasi Rp 100, kemudian menjual kepada konsumen dengan harga Rp 7.000. maka  $M = Rp\ 7.000 - Rp\ 6.000 = Rp\ 1.000$ . Maka margin pemasaran yang dihasilkan pada saluran pemasaran I Grade A yaitu Rp 1.000/kg. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga dari produsen hingga tangan konsumen yaitu sebesar Rp 1.000. Pada saluran pemasaran I Grade B petani menjual belimbing dengan harga Rp 4.000. Pedagang besar membeli belimbing dari petani dengan harga Rp 4.000 dengan biaya kemasan Rp 100 dan biaya transportasi Rp 100, kemudian menjual

kepada konsumen dengan harga Rp 5.000. maka  $M = Rp\ 5.000 - Rp\ 4.000 = Rp\ 1.000$ . Maka margin pemasaran yang dihasilkan pada saluran pemasaran I Grade B yaitu Rp 1.000/kg. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga dari produsen hingga tangan konsumen yaitu sebesar Rp 1.000. Pada saluran pemasaran I Grade C petani menjual belimbing dengan harga Rp 3.000. Pedagang besar membeli belimbing dari petani dengan harga Rp 3.000 dengan biaya kemasan Rp 100 dan biaya transportasi Rp 100, kemudian menjual kepada konsumen dengan harga Rp 4.000. maka  $M = Rp\ 4.000 - Rp\ 3.000 = Rp\ 1.000$ . Maka margin pemasaran yang dihasilkan pada saluran pemasaran I Grade C yaitu Rp 1.000/kg. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga dari produsen hingga tangan konsumen yaitu sebesar Rp 1.000.

## 2.2 saluran pemasaran II

Adapun harga jual dari tiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran II di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro dapat dilihat pada gambar 4



Gambar 4 saluran pemasaran II

Pada saluran pemasaran II, pedagang pengecer membeli belimbing langsung kepada pihak petani, yang kemudian pedagang pengecer menjual atau memasarkannya di agrowisata belimbing dan di wilayah sekitar Desa Ngringinrejo. Pedagang pengecer menjualnya kepada konsumen, yaitu kepada konsumen yang mengkonsumsi buah belimbing atau konsumen yang tidak menjual kembali buah belimbing tersebut. Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran II Grade A petani menjual belimbing dengan harga Rp 7.000. Pedagang pengecer membeli

belimbing dari petani dengan harga Rp 7.000, dengan biaya kemasan Rp 100 dan kemudian menjual kepada konsumen dengan harga Rp 10.000. maka  $M = Rp\ 10.000 - Rp\ 7.000 = Rp\ 3.000$ . Maka margin pemasaran yang dihasilkan pada saluran pemasaran II Grade A yaitu Rp 3.000/kg. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga dari produsen hingga tangan konsumen yaitu sebesar Rp 3.000. Pada saluran pemasaran II Grade B petani menjual belimbing dengan harga Rp 5.000. Pedagang pengecer membeli belimbing dari petani dengan harga Rp 5.000 dengan biaya kemasan Rp 100 dan kemudian menjual kepada konsumen dengan harga Rp 8.000. maka  $M = Rp\ 8.000 - Rp\ 5.000 = Rp\ 3.000$ . maka margin pemasaran yang dihasilkan pada saluran pemasaran II Grade B yaitu Rp 3.000/kg. hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga dari produsen hingga tangan konsumen yaitu sebesar Rp 3.000. Pada saluran pemasaran II Grade C petani menjual belimbing dengan harga Rp 4.000. Pedagang pengecer membeli belimbing dari petani dengan harga Rp 4.000 dengan biaya kemasan Rp 100 dan kemudian menjual kepada konsumen dengan harga Rp 7.000. maka  $M = Rp\ 7.000 - Rp\ 4.000 = Rp\ 3.000$ . maka margin pemasaran yang dihasilkan pada saluran pemasaran II Grade A yaitu Rp 3.000/kg. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga dari produsen hingga tangan konsumen yaitu sebesar Rp 3.000.

Tabel 2 Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran II di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro Tahun 2020.

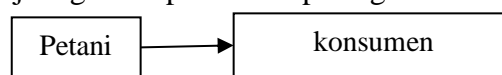
No.	Lembaga pemasaran	Grade A (Rp/Kg)	Grade B (Rp/Kg)	Grade C (Rp/Kg)
1.	Petani/ Produsen - Harga jual	7.000 0	5.000 0	4.000 0

	- Biaya kemasan	0	0	0
	- Total biaya	0	0	0
	- Keuntungan			
	- Margin pemasaran			
2.	Pedagang pengecer	7.000	5.000	4.000
	- Harga beli	100	100	100
	- Biaya kemasan	10.000	8.000	7.000
	- Harga jual	100	100	100
	- Total biaya	2.900	2.900	2.900
	- Keuntungan	3.000	3.000	3.000
	- Margin pemasaran			
3.	Konsumen			
	- Harga beli	10.000	8.000	7.000

Sumber : data primer diolah, 2020

### 2.3 saluran pemasaran III

Adapun harga jual dari tiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran III di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4 saluran pemasaran III

Adapun komponen biaya keuntungan dan margin pemasaran pada saluran pemasaran III Grade A di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3 Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran III di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro Tahun 2020.

No	Lembaga pemasaran	Grade A (Rp/Kg)	Grade B (Rp/Kg)	Grade C (Rp/Kg)
1.	Petani/ Produsen - Harga jual	10.000	8.000	7.000
2.	Konsumen - Harga beli	10.000	8.000	7.000

Sumber : data primer diolah, 2020

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran yang paling sederhana karena petani langsung

menjual belimbing kepada konsumen tanpa menggunakan perantara atau lembaga-lembaga pemasaran. Pada saluran pemasaran III Grade A petani langsung menjual belimbing kepada konsumen dengan harga Rp 10.000. Pada saluran pemasaran III Grade B petani langsung menjual belimbing kepada konsumen dengan harga Rp 8.000. Pada saluran pemasaran III Grade C petani langsung menjual belimbing kepada konsumen dengan harga Rp 7.000.

### 3. Efisiensi Pemasaran

Semakin kecil presentasi yang diperoleh maka kegiatan pemasaran semakin efisien. Kegiatan pemasaran akan efisien apabila  $TB < NP$ , sebaliknya, apabila  $TB > NP$  maka kegiatan pemasaran tersebut tidak efisien. Adapun tingkat efisiensi pada 3 saluran pemasaran belimbing yang ada di Desa dapat dilihat pada tabel 4.

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa ketiga saluran pemasaran telah efisien karena sudah sesuai kaidah efisiensi pemasaran yaitu 0-33% menunjukkan bahwa pemasaran tersebut efisien. Dimana pada saluran pemasaran I tingkat efisiensi Grade A sebesar 2,86%, Grade B sebesar 4% dan Grade C sebesar 5%, saluran pemasaran II tingkat efisiensi Grade A sebesar 1%, Grade B sebesar 1,25%, dan Grade C sebesar 1,43%. Pada saluran pemasaran III tingkat efisiensi Grade A sebesar 0%, Grade B sebesar 0%, dan Grade C sebesar 0%.

Tabel 4 Efisiensi saluran pemasaran belimbing di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro tahun 2020.

N o.	Saluran Pemasaran	Grade	Total Biaya (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi (%)	Total Margin
1.	I	A	200	7.000	2,8	1.000
		B	200	5.000	6	1.000

		C	200	4.000	4 5	1.000
2.	II	A	100	10.00	1	3.000
		B	100	0	1,2	3.000
		C	100	8.000 7.000	5 1,4 3	3.000
3.	III	A	0	10.00	0	0
		B	0	0	0	0
		C	0	8.000 7.000	0	0

Sumber : data primer diolah, 2020

### 4. Farmer's Share

*Farmer's share* merupakan porsi dari harga yang dibayarkan konsumen akhir terhadap petani dalam bentuk persentase. Besarnya *farmer's share* dipengaruhi oleh tingkat pemrosesan, biaya transportasi, keawetan produk, dan jumlah produk (Kohls & Uhl, 2002). Semakin tinggi *farmer's share* menyebabkan semakin tinggi pula bagian harga yang diterima petani.

Adapun *farmer's share* pada 3 saluran pemasaran belimbing yang ada di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro tahun 2020.

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa ketiga saluran pemasaran tersebut mempunyai nilai *farmer's share* yang tinggi. Diantaranya pada saluran pemasaran I *farmer's share* yang didapatkan pada Grade A sebesar 85,71%, artinya bagian harga yang diterima petani adalah 85,71 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen, pada Grade B 80%, artinya bagian harga yang diterima petani adalah 80 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen, dan pada Grade C 75%, artinya bagian harga yang diterima petani adalah 75 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Pada saluran pemasaran II *farmer's share* yang didapatkan pada Grade A sebesar 70%, artinya bagian harga yang diterima petani adalah 70 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen, pada Grade B 62,5%, artinya bagian harga yang diterima petani adalah 62,5 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen,

dan pada Grade C 57,1%, artinya bagian harga yang diterima petani adalah 57,1 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Pada saluran pemasaran III *farmer's share* yang didapatkan pada Grade A, B dan C sebesar 100%, artinya bagian harga yang diterima petani adalah 100 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen.

Tabel 5 *Farmer's share* saluran pemasaran

No	Saluran Pemasaran	Grade	Pf (Rp/Kg)	Pr (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1.	I	A	6.000	7.000	85,7
		B	4.000	5.000	1
		C	3.000	4.000	80
2.	II	A	7.000	10.00	70
		B	5.000	0	62,5
		C	4.000	8.000	57,1
3.	III	A	10.00	10.00	100
		B	0	0	100
		C	8.000	8.000	100
			7.000	7.000	

Sumber : data primer diolah, 2020

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro adalah sebagai berikut.

1. Saluran pemasaran yang ada di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro terdapat 3 jenis saluran pemasaran yaitu : 1) petani - pedagang besar – konsumen, 2) petani - pedagang pengecer – konsumen, 3) petani - konsumen.
2. Ketiga saluran pemasaran di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro telah efisien, dengan hasil margin dari ketiga saluran pemasaran I sebesar Rp 1.000 dengan tingkat efisiensi Grade A sebesar 2,86% dan *farmer's share* 85,71% , Grade B sebesar 4% dan *farmer's share* 80%, Grade C sebesar 5% dan *farmer's share* 75%. Dari ketiga margin pada saluran

pemasaran II sebesar Rp 3000 dengan tingkat efisiensi Grade A sebesar 1% dan *farmer's share* 70% , Grade B sebesar 1,25% dan *farmer's share* 62,5%, Grade C sebesar 1,43% dan *farmer's share* 57,1%. Dan pada saluran pemasaran III tingkat efisiensi Grade A sebesar 0% dan *farmer's share* 100%, Grade B sebesar 0% dan *farmer's share* 100%, Grade C sebesar 0% dan *farmer's share* 100%.

### 2. Saran

1. Disarankan kepada penelitian selanjutnya untuk dapat memperluas cakupan penelitiannya. Sehingga nantinya juga bisa mendapatkan hasil yang maksimal.
2. Dalam penelitian selanjutnya dapat ditambah alat uji yang lainnya yang ada dalam penelitian ini. Sehingga penelitian selanjutnya akan lebih bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]Arikunto, S. 2013. **Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik**. Rineka Cipta. Jakarta.
- [2]Asmawati, 2018. **Analisis Efisiensi Pemasaran Beras di Kelurahan Apala Kecamatan Barebbo Kabupaten Bone Sulawesi Selatan**. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin : Makassar.
- [3]Chaerani,Dang Sri. 2016. **Margin dan Efisiensi Pemasaran Kopra di Desa Simalegi Kecamatan Siberut Barat Kabupaten Kepulauan Mentawai**. Jurnal Bibiet 1(2) Hal. 81-94. ISSN: 2502-0951. Universitas Ekasakti Padang. Padang. diakses 19 Maret 2020.
- [4]Estiyati, Indra. 2010. **Analisis Pemasaran Belimbing Manis**

- (*Averrhoa Carambola L.*) di Kabupaten Jepara. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret : Surakarta.
- [5]Firdaus, Muhammad. 2010. **Manajemen Agribisnis**. Jakarta : PT Bumi Aksara
- [6]Husnarti, Gustia Ranti. 2018. **Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Siam Gunung Omeh (Jesigo) di Nagari Koto Tinggi Kecamatan Gunung Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota**. Jurnal Pertanian UMSB. Vol.2 No.1. ISSN : 2527-3663. Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Padang. diakses 25 Maret 2020.
- [7]Kohls RL dan JN. Uhl. 2002. **Marketing Of Agriculture Products**. Macmillan Publishing C. New York.
- [8]Nalurita, Sari. 2008. **Analisis Efisiensi Pemasaran Belimbing Dewa di Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok Jawa Barat**. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor : Bogor.
- [9]Putri, Rizka Karlina, Rita Nurmalina dan Burhanuddin. 2018. **Analisis Efisiensi dan Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran**. Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol.8 No.1, Hal. 109-135. ISSN: 2088-1231. Institut Pertanian Bogor. Bogor. diakses 21 Maret 2020.
- [10]Rukmana, R. 2006. **Belimbing Manis**. CV Aneka Ilmu. Semarang.
- [11]Sazmi, Ramon Musikal, Dwi Haryono dan Ani Suryani. 2018. **Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Ikan Patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah**. Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis. Vol.6 No.2, Hal. 110-221. ISSN : 2337-7070. Universitas Lampung. Lampung. diakses 25 Maret 2020.
- [12]Sengkey Vega C, Tinneke M. Tumbel dan Lucky F. Tamangkel. 2018. **Analisis Saluran Pemasaran Kelapa di Desa Pinilih Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara**. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol.6 No.4. ISSN : 2338-9605. Universitas Sam Ratulangi. Manado. diakses tanggal 25 Maret 2020.
- [13]Soekartawi. 2002. **Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian**. Rajawali Pess. Jakarta
- [14]Sutarno, Suswadi. 2018. **Analisis Saluran Pemasaran dan Tingkatan Petani Organik di Kabupaten Boyolali**. Jurnal Agrineca. Vol.18 No.2. ISSN : 0854-2813. diakses Juli 2018
- [15]Syahril, Ahmad. 2018. **Efisiensi Pemasaran Nanas (*Ananas Comosus L. Merr.*)**. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara : Medan.
- [16]T Pakpahan, Helena, Yoan Casika putri Damanik. 2018. **Analisis Pemasaran Komoditi Belimbing (*Averrhoa Carambola L.*)**. Jurnal Agribest Vol.02, No.01. ISSN : 2581-1339. Universitas Methodist Indonesia. Medan. diakses tanggal 24 Februari 2020.

[17]Wulandari Dita, Rommy Qurniati dan Susni Herwanti. 2018. **Efisiensi Pemasaran Durian (Durio Zibethinus) di Desa Wisata Durian Kelurahan**

**Sumber Agung.** Jurnal Sylva Lestari. Vol.6 No.2, Hal. (68-76). ISSN : 2549-574. Universitas Lampung. Lampung. diakses tanggal 16 Maret 2020.