



UNIVERSITAS INDONESIA

**DISTRIBUSI PEMASARAN HASIL BUDIDAYA BELIMBING
(*Averrhoa carambola L.*) KOTA DEPOK**

SKRIPSI

**YULIARINI ANDRIKAS
030506082Y**

**FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
DEPARTEMEN GEOGRAFI
UNIVERSITAS INDONESIA
DESEMBER 2009**



UNIVERSITAS INDONESIA

**DISTRIBUSI PEMASARAN HASIL BUDIDAYA BELIMBING
(*Averrhoa carambola L.*) KOTA DEPOK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains

**YULIARINI ANDRIKAS
030506082Y**

**FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
DEPARTEMEN GEOGRAFI
UNIVERSITAS INDONESIA
DESEMBER 2009**

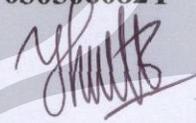
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Yuliarini Andrikas

NPM : 030506082Y

Tanda Tangan :



Tanggal : 30 Desember 2009

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Yuliarini Andrikas
NPM : 030506082Y
Departemen : Geografi
Judul Skripsi : Distribusi Pemasaran Hasil Budidaya Belimbing
(*Averrhoa carambola L.*) Kota Depok

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sains pada Program Studi Geografi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dra. Tuty Handayani, MS (.....)

Pembimbing II : Dewi Susiloningtyas, S.Si, M.Si (.....)

Ketua Sidang : Dr.Ir.Tarsoen Waryono, MS (.....)

Penguji I : Dra. Ratna Saraswati, MS (.....)

Penguji II : Hafid Setiadi, S.Si, M.T (.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 30 Desember 2009

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Distribusi Pemasaran Hasil Budidaya Belimbing (*Averrhoa Carambola Sp.*) Kota Depok dengan baik sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains pada Departemen Geografi FMIPA UI.

Penulis menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Tuty Handayani, MS selaku Pembimbing I yang telah memberikan ide dan masukan kepada penulis dan dengan sabar menantikan revisi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan Dewi Susiloningtyas, Ssi, Msi selaku Pembimbing II sekaligus sebagai pembimbing akademik, yang telah memberikan masukan dan bimbingan selama masa perkuliahan hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Hafid Setiadi, S.Si, M.T dan Ratna Saraswati, S.Si, M.Si selaku Penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi penguji baik pada saat seminar proposal dan draft maupun saat sidang sarjana beserta berbagai diskusi dan masukan yang telah diberikan kepada penulis sehingga penelitian ini menjadi lebih baik dan bermakna.
3. Dr.Ir.Tarsoen Waryono, MS selaku ketua sidang yang telah bersedia meluangkan waktunya pada saat pelaksanaan sidang sarjana beserta seluruh masukan dan perbaikan sehingga penelitian ini menjadi lebih baik.
4. Drs. Supriatna, M.S untuk diskusi, pengalaman dan bantuannya untuk penulis selama menyelesaikan penelitian ini.
5. Para dosen dan seluruh jajaran staf Departemen Geografi UI yang telah memberikan sumbangsih ilmu kepada penulis selama perkuliahan.

6. Dinas Pertanian Kota Depok (Mba Thio, para penyuluh dan petani belimbing Kota Depok) yang telah memberikan kemudahan dalam pencarian data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Mama tercinta yang telah memberikan dukungan moril dan materil hingga terselesaikannya penelitian ini dengan segala nasihat dan kesabarannya.
8. Kakak-kakakku yang setia menjadi pendukung dan motivator, Ka Ori dan Ka Fahmi beserta dua keponakan tercintaku Nailah dan Naura yang menjadi penghibur tetap dan setia di saat penat. *Luv u all.*
9. Dul, yang telah banyak membantu, baik secara moril dan materil, dengan dukungan dan bantuan yang diberikan berupa waktu dan tenaga untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik melalui diskusi-diskusi kita.
10. Teman-teman Geografi angkatan 2005 untuk kerja samanya dari awal masa perkuliahan hingga kini. Khususnya untuk teman-teman yang menuntaskan perjuangan menginjak semester 9 (Wenny untuk diskusi, curahan hati, saling bantu secara moril dan materil, dan persahabatan yang berarti, Fizil yang telah menjadi teman diskusi berbagai topik, Rahma untuk segala informasi dan diskusi dari awal penulisan hingga penelitian ini terselesaikan dengan baik, serta Amir, Firdus, Toni, Sidik, Arin, Wina, Dilla, May, Indra, Depta, Arum, Alif, Haryo, Wandy, dan Rizal untuk masukan dan semangatnya.. ”*yeah..we did it, bro..sis.*” dan Oki..tetap semangat, *bro.*)
11. Lisa, Hayu, Anin, Dydy, Tika, Asma, Dona, Aisy, Hanif, Tiqoh, untuk kerjasama, diskusi dan informasinya untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. *NoGank sold out.*
12. BEM MIPA 2008 (Keluarga Berseriku) dan BEM UI 2009 (Tiko dan para BPH serta teman-teman Kesma), untuk wawasan, pengalaman, dan kerja sama yang bermanfaat bagi penulis saat ini dan di masa datang.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 30 Desember 2009

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuliarini Andrikas
NPM : 030506082Y
Departemen : Geografi
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**DISTRIBUSI PEMASARAN HASIL BUDIDAYA BELIMBING
(*Averrhoa carambola L.*) KOTA DEPOK**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada tanggal : 30 Desember 2009

Yang Menyatakan



(Yuliarini Andrikas)

ABSTRAK

Nama : Yuliarini Andrikas
Program Studi : Geografi
Judul : Distribusi Pemasaran Hasil Budidaya Belimbing (*Averrhoa Carambola Sp.*) Kota Depok

Depok sebagai salah satu kota penghasil belimbing. Permintaan yang besar untuk daerah Jabodetabek dan Bandung, menunjukkan pangsa pasar untuk belimbing sangat besar. Pemilihan saluran distribusi pemasaran adalah faktor akhir yang menentukan keberhasilan budidaya dalam memberikan omzet yang besar bagi petani penghasil. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alur distribusi pemasaran belimbing Kota Depok. Unit analisis adalah kelompok tani belimbing Kota Depok. Variabel yang digunakan adalah produktivitas kebun, arah dan jarak antara lokasi kebun dan lokasi lembaga distribusi, dan omzet kelompok tani penghasil belimbing. Metode yang digunakan adalah pendekatan keruangan melalui korelasi peta dan data yang disajikan secara deskriptif. Dari hasil analisis diketahui bahwa dalam distribusi pemasaran belimbing Kota Depok menunjukkan bahwa faktor jarak tidak mempengaruhi pemilihan saluran distribusi dan volume buah yang didistribusikan. Faktor lain yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi adalah arah pemasaran yang akan mempengaruhi omzet petani penghasil terkait dengan kondisi pasar tujuan. Saluran distribusi pemasaran belimbing Kota Depok terdiri dari 3 saluran distribusi yang dapat ditempuh hingga buah sampai kepada pasar pengecer dan konsumen. Saluran distribusi 1 adalah saluran distribusi langsung dari petani ke pasar tujuan, saluran distribusi 2 adalah saluran distribusi melalui tengkulak dan saluran distribusi 3 melalui koperasi. Saluran distribusi 3 dengan lembaga distribusi koperasi yang memiliki arah pemasaran ke DKI Jakarta dengan pedagang besar yang telah memiliki konsumen masyarakat kelas menengah ke atas, akan memberikan harga beli belimbing yang lebih tinggi, sehingga akan memberi omzet yang lebih besar bagi petani penghasil.

Kata Kunci : Pemasaran, Belimbing (*Averrhoa carambola L.*), Kota Depok

ABSTRACT

Name : Yuliarini Andrikas
Study Program : Geography
Title : Starfruit's (*Averrhoa Carambola Sp.*) Marketing Distribution in Depok City.

Depok is one of star fruit-producing city. A large demand of Jabodetabek and Bandung area, showing the market share is still very large for star fruit. The selection of marketing channels is the final factor that determines the success of cultivation in providing large earnings for farmers producing. This research's aim is to determine the marketing distribution channel starfruit of Depok city. The analysis' unit is farm groups of starfruit in Depok city. The variable used are the productivity of the garden, the direction and distance between the location of the garden and the location of the distribution agencies, and turnover-producing farmer groups starfruit. This research is using a spatial approach method through the correlation map and the data presented descriptively. From the results of the analysis note that the distribution of marketing starfruit Depok, the distance factor does not affect the distribution channel selection and volume of fruit that is distributed. Other factors that influence the selection of distribution channels is a marketing direction that will affect the earnings of farmers producing related to the goals of market characteristics. Starfruit marketing distribution channel consists of Depok three distribution channels that can be applied to fruit up to the retailer and consumer markets. The first distribution channel is a distribution channel directly from farmers to the market destination, the second distribution channel is the distribution channel through brokers and the third distribution channels through cooperatives. The third channel with distribution agencies that have cooperative marketing direction to the DKI Jakarta with wholesalers who have the market consumer upper middle class, will provide a purchase price higher starfruit, which will provide greater earnings for farmers producing.

Keywords: Marketing, Starfruit (*Averrhoa carambola L.*), Depok City

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR PETA.....	xiv
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Operasional	3
2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Produktivitas	5
2.2 Pemasaran	6
2.3 Saluran Distribusi.....	8
2.4 Rantai Nilai	10
2.5 Lembaga Distribusi Pemasaran.....	11
2.6 Budidaya Belimbing	13
2.7 Analisis Ekonomi Budidaya Belimbing.....	17
3. METODE PENELITIAN	19
3.1 Pengumpulan Data	19
3.1.1 Data Sebaran lokasi kebun dan kelompok tani belimbing	19
3.1.2 Data Luasan Lahan Belimbing.....	20
3.1.3 Data Produktivitas Belimbing	20
3.2.4 Data Harga Jual Belimbing	20
3.2.5 Data Volume Distribusi Belimbing.....	20
3.2.5 Data-Data Lain	21
3.2 Pengolahan Data.....	21
3.2.1 Pengolahan Data Luas Lahan.....	21
3.2.2 Pengolahan Data Produktivitas	22
3.2.3 Pengolahan Data Distribusi Produk	22
3.2.4 Pengolahan Data Omzet Petani Belimbing	23
3.2.5 Hasil-Hasil yang Diperoleh dari Pengolahan Data	24
3.3 Analisa Data	25

4. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN	26
4.1 Letak Geografis dan Administrasi Kota Depok	26
4.2 Profil Masyarakat Kota Depok.....	27
4.3 Komoditas Belimbing Kota Depok	31
4.3.1 Lokasi Kebun dan Pertanaman Belimbing di Kota Depok	31
4.3.2 Budidaya Belimbing Kota Depok	32
4.3.3 Kualitas Belimbing Kota Depok	33
4.3.4 Waktu Panen Belimbing di Kota Depok.....	34
4.3.5 Dukungan Sarana dan Prasarana di Wilayah Sentra Kebun Belimbing Kota Depok	34
4.3.6 Kepemilikan Kebun Belimbing Kota Depok	34
5. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
5.1 Kelompok Tani.....	36
5.1.1 Lokasi Kelompok Tani Belimbing Kota Depok	36
5.1.2 Kelompok Tani berdasarkan Produktivitas	37
5.1.3 Kelompok Tani berdasarkan Volume Distribusi	38
5.2 Lembaga Distribusi Pemasaran Hasil Budidaya Belimbing	40
5.2.1 Petani.....	41
5.2.2 Tengkulak.....	41
5.2.3 Koperasi	42
5.2.4 Pedagang Pengecer	42
5.3 Saluran Distribusi	43
5.3.1 Produsen – Pedagang Pengecer Dalam Kota (Saluran Distribusi 1)	44
5.3.2 Produsen – Tengkulak – Pedagang Pengecer Luar Kota (Saluran Distribusi 2).....	47
5.3.3 Produsen – Koperasi – Pedagang Besar Luar Kota (Saluran Distribusi 3).....	50
5.4 Omzet Petani	50
5.5 Distribusi Pemasaran.....	52
6 KESIMPULAN.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Teori Losch	11
Gambar 5.1	Grafik Volume Produksi (Ton/Ha/Tahun)	37
Gambar 5.2	Grafik Volume Distribusi (Ton)	38
Gambar 5.3	Saluran Distribusi Belimbing Kota Depok	42
Gambar 5.4	Grafik Hubungan Volume Distribusi dengan Jarak dari Pasar	45
Gambar 5.5	Grafik Hubungan Volume Distribusi dengan Jarak dari Tengkulak	47
Gambar 5.4	Grafik Hubungan Volume Distribusi dengan Jarak dari Koperasi	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Persyaratan Mutu Buah Belimbing	15
Tabel 3.1	Kelas Luas Lahan Kebun Belimbing Kota Depok	21
Tabel 3.2	Kelas Produktivitas Belimbing Kota Depok	22
Tabel 3.3	Kelas Volume Distribusi Belimbing Kota Depok	23
Tabel 3.4	Kelas Nilai Distribusi Belimbing Kota Depok	23
Tabel 3.5	Kelas Omzet Petani Belimbing Kota Depok	24
Tabel 4.1	Administrasi Kota Depok	26
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk Kota Depok Tahun 2004-2008	28
Tabel 4.3	Jumlah Penduduk berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2004-2008	29
Tabel 4.4	Luas dan Kepadatan Penduduk Kota Depok Tahun 2004-2008	30
Tabel 4.5	Jumlah Rumah Tangga yang Bekerja di Bidang Pertanian di Kota Depok Tahun 2007	31
Tabel 4.6	Luas Areal dan Populasi Tanaman Belimbing Kota Depok	32
Tabel 4.7	Profil Usaha Budidaya Tanaman Belimbing Kota Depok	32
Tabel 4.8	Biaya Budidaya Belimbing per tanaman per tahun	33
Tabel 4.9	Kelas Kualitas Belimbing Kota Depok	33
Tabel 5.1	Kelompok Tani Belimbing Kota Depok	37
Tabel 5.2	Volume Distribusi Belimbing Kota Depok	40

Tabel 5.3	Volume Distribusi Saluran 1	45
Tabel 5.4	Volume Distribusi Saluran 2	47
Tabel 5.5	Volume Distribusi Saluran 3	49
Tabel 5.7	Harga yang Terbentuk di setiap Saluran Distribusi	51
Tabel 5.8	Nilai Distribusi Belimbing Kota Depok	52

DAFTAR PETA

Peta 1	Administrasi Kota Depok
Peta 2	Lokasi Kelompok Tani Belimbing Kota Depok
Peta 3	Luas Lahan Kebun Belimbing Kota Depok
Peta 4	Produktivitas Belimbing Kota Depok
Peta 5	Saluran Distribusi 1
Peta 6	Saluran Distribusi 2
Peta 7	Saluran Distribusi 3
Peta 8	Volume Distribusi Belimbing Kota Depok
Peta 9	Nilai Distribusi Belimbing Kota Depok
Peta 10	Omzet Petani Belimbing Kota Depok

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan ekonomi di Indonesia sampai saat ini secara *real* masih bertumpu pada pembangunan pertanian. Pada kenyataannya harus diakui bahwa agribisnis memiliki peran yang sangat dominan dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data tahun 1997, sekitar 70% PDB Indonesia disumbang oleh sektor agribisnis. Sebagai penghasil devisa, sektor agribisnis secara konsisten mampu menyumbang net eksport mencapai sekitar US \$ 13 miliar. Disamping itu, sektor agribisnis merupakan sektor yang mampu menyerap 73 persen angkatan kerja nasional dan menampung sekitar 90 persen usaha kecil-menengah (Pambudy 2001 : 1).

Agribisnis di Indonesia mempunyai karakteristik yang sangat spesifik, sebab selain mempunyai pola yang berbeda antara satu komoditi dengan komoditi lainnya, juga didalamnya banyak melibatkan usaha kecil dan menengah, dimana pada umumnya diusahakan pada lahan yang terbatas luasnya, kecilnya permodalan serta terbatasnya sumber daya manusia yang memiliki keterampilan yang dapat diandalkan (Gumbira 2001 : 19).

Di sisi lain bersamaan dengan perkembangan sektor industri dan perumahan terjadi penyusutan lahan sebagai akibat pertambahan penduduk dan pengalihan peruntukan serta naiknya nilai lahan, merupakan kendala dalam pengembangan agribisnis di kota-kota besar termasuk Jakarta dan sekitarnya. Untuk itu dalam pengembangannya harus diperlukan adanya penyesuaian terhadap pemilihan komoditi yang memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yang dapat diandalkan. Disamping itu, juga perlu adanya kejelian pemilihan komoditi agribisnis yang tidak begitu luas dalam penggunaan lahan.

Potensi besar komoditas pertanian yang dieksploitasi secara maksimal, dapat meningkatkan posisi tawar petani dengan peningkatan pendapatan petani dan secara tidak langsung akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD),

karena setiap potensi sumber daya dioptimalkan. Arahannya pembangunan pertanian perkotaan adalah pengembangan agribisnis perkotaan yang memiliki daya saing dan memiliki nilai tambah yang didukung oleh sumber daya daerah dan pemanfaatan teknologi

Daya saing dan nilai tambah menjadi syarat dalam pemilihan komoditas potensial Kota Depok. Pembangunan pertanian Kota Depok diarahkan untuk memelihara dan mengupayakan peningkatan ketersediaan dan keamanan pangan khususnya mengantisipasi kompetitif dan diversifikasi permintaan pasar yang selalu menuntut persyaratan mutu dan keamanan produk.

Buah-buahan merupakan salah satu komoditas pertanian yang cukup potensial dan prospektif untuk dikembangkan dan diandalkan. Kebutuhan masyarakat akan buah merupakan kebutuhan yang tidak terbatas yang menyebabkan permintaan pasar terhadap buah-buahan akan konsisten. Dengan dasar ini Kota Depok menjadikan buah belimbing sebagai komoditas utama yang dikembangkan menjadi *ikon* Kota Depok, disamping keberhasilan Kota Depok dalam melakukan budidaya belimbing varietas dewi yang dikawinkan dengan varietas Bangkok sehingga menghasilkan jenis belimbing varietas Dewa yang memiliki kualitas serat buah yang lebih baik dari kelas varietas belimbing lainnya. Belimbing Depok, dapat dilihat dari warnanya yang kuning kemerahan, ukurannya cukup besar yaitu 150 gram – 350 gram per buah, serta rasanya yang manis dan segar.

Sebaran kebun belimbing di wilayah Kota Depok, dari enam kecamatan yang ada, tersebar di empat wilayah kecamatan se-Kota Depok yaitu Kecamatan Sawangan, Kecamatan Pancoran Mas, Kecamatan Cimanggis dan Kecamatan Beji. Kebun belimbing di empat kecamatan tersebut pada umumnya yang terdapat di areal lahan pekarangan, kebun-kebun dekat pekarangan rumah atau lahan-lahan pertanian teknis yang semula untuk bertanam padi sawah dan sayuran, kini mulai banyak ditanami dengan jenis komoditas belimbing. Adapun pengembangan agribisnis belimbing tersebut saat ini dilakukan oleh 483 petani belimbing, yang dihimpun dalam 22 kelompok tani dengan 26.906 pohon di lahan 116,6 hektar dengan total populasi tanaman sebanyak 26.906 pohon (Profil Belimbing Kota Depok, 2005).

Jumlah permintaan belimbing untuk daerah Depok dan Jakarta dalam setahun sebanyak 3.914.974 ton/tahun. Sementara total permintaan total untuk daerah Depok, Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi dan Bandung adalah sebanyak 6.119.178 ton dalam setahun (Dinas Pertanian Kota Depok tahun 2007). Hal ini memperlihatkan bahwa potensi pasar untuk buah belimbing masih sangat besar.

Dengan demikian, keberhasilan petani dalam melakukan budidaya tidak hanya selesai saat buah dapat dihasilkan secara maksimal kualitas maupun kuantitasnya, tetapi dipengaruhi pula oleh sistem pemasaran yang ditempuh petani penghasil. Dalam sistem pemasaran, faktor yang paling menentukan untuk menilai omzet yang diperoleh petani adalah melalui saluran distribusi pemasaran yang efektif dan memberikan omzet paling besar untuk petani penghasil.

1.2 Masalah

- Bagaimanakah saluran distribusi pemasaran belimbing di Kota Depok?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui saluran distribusi belimbing di Kota Depok dilihat dari arah dan jarak lokasi produksi ke lokasi distribusi pemasaran dan identifikasi saluran distribusi yang memberikan omzet paling besar bagi petani.

1.4 Batasan Operasional

1. Volume produksi yang dimaksud adalah kemampuan kebun budidaya dalam menghasilkan buah dalam satuan ton/Ha/tahun.
2. Volume distribusi adalah nilai buah yang didistribusikan dalam satuan ton.
3. Nilai produksi yang dimaksud adalah kemampuan kebun dalam menghasilkan buah dalam satuan Rp/Ha/tahun.
4. Distribusi pemasaran (*marketing chain*) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi kepada konsumen akhir.
5. Lembaga distribusi adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi distribusi.

6. Pedagang besar (*Wholesaler*) adalah perorangan atau badan usaha yang bertindak atas namanya sendiri dan atau atas nama pihak lain yang menunjuknya untuk menjalankan kegiatan dengan cara membeli, menyimpan dan menjual barang dalam partai besar kepada konsumen
7. Pedagang perantara adalah perorangan atau badan usaha yang kegiatan pokoknya menjual barang kepada sesama pedagang. Pedagang perantara menghubungkan produsen dengan pedagang besar dan pedagang pengecer.
8. Pedagang pengecer (*Retailer*) adalah perorangan atau badan usaha yang kegiatan pokoknya melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen akhir dalam partai kecil.
9. Jarak yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jarak mutlak dari lokasi produksi ke lokasi pemasaran
10. Arah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tujuan pemasaran dari masing-masing saluran distribusi.
11. Omzet dalam penelitian ini adalah nilai rupiah yang diperoleh petani dari distribusi pemasaran belimbing tanpa dikurangi biaya-biaya (laba kotor) dalam satuan Rp.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Produktivitas

Menurut Teken (1977), produktivitas adalah proses memadu menjadi barang barang atau zat dan tenaga yang sudah ada. Dalam pengertian ekonomi berarti pekerjaan yang menimbulkan guna dan memperbesar guna yang ada akan membagikan guna diantara orang banyak. Djamali (2000) mengatakan produktivitas adalah ratio jumlah produksi yang dihasilkan (output) dengan jumlah penggunaan input.

Menurut L.Greenberg produktivitas dipandang sebagai perbandingan antara totalitas pengeluaran pada waktu tertentu dibagi totalitas masukan selama periode tersebut. Produktivitas juga didefinisikan sebagai:

- a. Perbandingan ukuran harga bagi masukan dan hasil,
- b. Perbedaan antara kumpulan jumlah pengeluaran dan masukan yang dinyatakan dalam satu-satuan (unit) umum (Sinungan, 1999).

Dalam doktrin pada Konferensi Oslo tahun 1984, tercantum definisi umum produktivitas semesta, yaitu, produktivitas adalah suatu konsep yang bersifat universal yang bertujuan untuk menyediakan lebih banyak barang dan jasa untuk lebih banyak manusia, dengan menggunakan sumber-sumber riil yang makin sedikit (Sinungan, 1999).

Berbeda lagi pengertian produktivitas menurut Dewan Produktivitas Nasional RI pada tahun 1983 (Pribadiyono, 2006), yaitu:

- a. Produktivitas secara terpadu melibatkan semua usaha manusia dengan produktivitas mengandung pengertian sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwa kehidupan hari ini harus lebih baik dari kemarin dan hari esok lebih baik dari hari ini.
- b. Produksi dan produktivitas merupakan dua pengertian yang berbeda. Peningkatan produksi menunjukkan pertambahan jumlah hasil yang dicapai, sedangkan peningkatan produktivitas mengandung pengertian pertambahan hasil dan perbaikan cara produksi.

- c. Peningkatan produksi tidak selalu disebabkan oleh peningkatan produktivitas, karena produksi dapat meningkat walaupun produktivitas tetap atau menurun. Peningkatan produktivitas dapat dilihat dalam tiga bentuk :
- (i) Jumlah keluaran (*output*) dalam mencapai tujuan meningkat dengan menggunakan sumber daya (*input*) yang sama.
 - (ii) Jumlah keluaran (*output*) dalam mencapai tujuan sama atau meningkat dicapai dengan menggunakan sumber daya (*input*) yang lebih sedikit.
 - (iii) Jumlah keluaran (*output*) dalam mencapai tujuan yang jauh lebih besar diperoleh dengan penambahan sumber daya (*input*) yang relatif lebih kecil.
- d. Sumber daya manusia memegang peranan yang utama dalam proses peningkatan produktivitas, karena alat produksi dan teknologi pada hakekatnya merupakan hasil karya manusia.

Produktivitas merupakan suatu istilah yang seringkali disamaartikan dengan kata produksi. Dalam kenyataannya, antara produktivitas dan produksi mempunyai arti yang berbeda. Karena pada saat produksi tinggi belum tentu produktivitasnya juga tinggi, bisa jadi produktivitasnya malah semakin rendah. Tinggi rendahnya suatu produktivitas berkaitan dengan efisiensi.

Dengan demikian pengertian produktivitas dalam penelitian ini adalah besarnya produksi belimbing yang dihasilkan dalam satuan luas. Besaran yang digunakan adalah Rp/hektar/tahun.

2.2 Pemasaran

Pemasaran adalah sebuah proses dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Jadi, segala kegiatan dalam hubungannya dalam pemuasan kebutuhan dan keinginan manusia merupakan bagian dari konsep pemasaran. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan

produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*).

Menurut McDaniel (1987), pemasaran adalah suatu kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui program pertukaran. Sedangkan menurut Anindita (2004) pemasaran merupakan suatu runtutan kegiatan atau jasa yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk dari titik produsen ke konsumen.

Anindita (2004) menyatakan bahwa ada tiga hal yang perlu menjadi perhatian dalam pemasaran. Pertama merupakan kegiatan yang disebut sebagai jasa adalah suatu fungsi yang dilakukan dalam kegiatan pemasaran. Fungsi ini bertujuan untuk mengubah produk berdasarkan bentuk (*form*), waktu (*time*), tempat (*place*) atau kepemilikan (*possession*). Jasa menambah nilai suatu produk dan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Yang kedua adalah titik produsen. Titik produsen merupakan asal dari produk itu dijual pertama oleh produsen (petani belimbing). Sedangkan yang ketiga adalah titik konsumen. Tujuan akhir pemasaran adalah menyampaikan ke konsumen akhir sebagai transaksi terakhir. Yang menjadi titik berat dalam pembahasan pada kegiatan pemasaran adalah faktor jasa.

Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan akhir dari pemasaran adalah menempatkan barang-barang ke tangan konsumen akhir. Agar tujuan tersebut tercapai maka perlu dilaksanakan kegiatan-kegiatan pemasaran yang dibangun berdasarkan arus barang yang meliputi proses pengumpulan (konsentrasi), proses pengimbangan (*equalisasi*), dan proses penyebaran (*dispersi*) (Firdaus 2008).

Aspek pertama aliran produk adalah proses konsentrasi. Menurut Firdaus (2008), produk yang dihasilkan oleh produsen dalam jumlah kecil, dikumpulkan menjadi jumlah yang lebih besar pada titik-titik sentral agar dapat disalurkan ke pasar secara lebih efisien. Konsentrasi sangat penting dalam pemasaran, khususnya bagi produk-produk yang dijual sebagai bahan mentah untuk produksi seperti wol atau kapas, atau produk yang dikonsumsi dalam keadaan alamiah (*natural state*), seperti buah-buahan dan sayuran.

Ekualisasi adalah tindakan penyesuaian permintaan dan penawaran berdasarkan waktu, jumlah dan kualitas. Ekualisasi merupakan proses dengan apa penawaran produk yang siap untuk dijual disesuaikan dengan permintaannya.

Aspek terakhir adalah dispersi produk yang telah terkonsentrasi pada titik-titik sentral ke arah konsumen (pihak yang menggunakan). Produk yang dikumpulkan dalam jumlah besar harus dipecah-pecah kembali menjadi jumlah yang lebih kecil dalam rangka untuk memenuhi permintaan konsumen.

Fungsi dasar kegiatan pemasaran bertujuan untuk mengubah produk berdasarkan bentuk (*form*), waktu (*time*), tempat (*place*), atau kepemilikan (*possession*). Kemudian kegiatan tersebut terdiri dari proses pengumpulan, pengimbangan, dan penyebaran, sehingga menjadikan suatu kegiatan pemasaran sebagai kegiatan yang rumit dan kompleks. Untuk menyederhanakan kompleksitas tersebut, maka dibutuhkannya pengetahuan tentang lokasi (Davies, 1976)

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, faktor lokasi sangatlah berpengaruh. Menurut Davies (1976) lokasi dapat mempengaruhi bentuk dan persebaran dari masing-masing pelaku pemasaran. Dengan menerapkan konsep lokasi dalam kegiatan pemasaran, seperti mendefinisikan dan mengoptimalkan wilayah penjualan, memilih saluran distribusi untuk produk, dan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, maka kegiatan pemasaran dapat berlangsung secara efektif.

2.3 Saluran Distribusi

Jika pemasaran merupakan suatu runtutan kegiatan atau jasa yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk dari titik produsen ke titik konsumen. Maka, distribusi produk pemasaran merupakan kegiatan utama dalam pemasaran. Kegiatan distribusi diciptakan agar produk yang disediakan oleh produsen dapat dinikmati oleh konsumen kapan dan dimanapun konsumen membutuhkannya.

Paradigma pemasaran saat ini, yang dikemukakan oleh Indrajit dan Djokopranoto (2002), mengatakan bahwa pelaku kegiatan pemasaran tidak lagi dapat terpisah dan berdiri sendiri. Pada saat ini, pelaku kegiatan pemasaran harus saling bekerjasama untuk menyampaikan barang ke konsumen. Integrasi antara

pelaku pemasaran di hulu hingga di hilir haruslah tercipta agar suatu kegiatan distribusi yang efektif untuk mengantarkan produk ke konsumen dapat terwujud.

Istilah rantai pemasaran, saluran distribusi atau saluran pemasaran memiliki arti yang relatif sama, tetapi untuk memudahkan, istilah pada penelitian ini adalah saluran distribusi. Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2002), distribusi pemasaran merupakan suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi kepada konsumen akhir

Saluran distribusi merupakan suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi kepada konsumen akhir. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu dilaksanakan kegiatan-kegiatan tataniaga yang dibangun berdasarkan arus produk.

Proses dalam saluran distribusi meliputi proses pengumpulan produk dari produsen yang menghasilkan produk tersebut untuk dijual ke pasar atau pusat pasar. Dari pusat pasar barang didistribusikan ke daerah-daerah dan masyarakat sekitar. Dalam pelaksanaannya, pasar pengumpul utama mungkin mengirimkan produk kepada lebih dari satu pasar sehingga menunjukkan keadaan yang overlapping.

Dalam menetapkan saluran distribusi yang sesuai, produsen dan distributor harus mengetahui sifat produk yang dimilikinya. Pada produk yang memiliki potensi kerusakan fisik besar, tidak bisa diterapkan pendistribusian dengan rantai pemasaran yang panjang. Produk jenis kadaluwarsa pendek atau yang rentan terhadap kerusakan fisik sebaiknya didistribusikan langsung kepada pedagang eceran atau retail yang langsung menjual produk kepada konsumen. Atau dijual langsung kepada konsumen.

Barang yang mudah rusak membutuhkan informasi mengenai “kondisi” barang tersebut sebagai perubahan nilai barang tersebut saat berada di dalam sebuah saluran distribusi. Buah belimbing jenis buah-buahan yang bersifat mudah rusak. Dalam pemasarannya, buah belimbing membutuhkan penanganan khusus agar saat buah belimbing ini sampai ke tangan konsumen tidak mengalami penurunan kualitas.

Bagaimanapun juga, sangatlah penting untuk memahami perpindahan barang dalam sebuah rantai penediaan barang secara alamiah. Mengetahui

kondisi barang yang diantarkan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kualitas sebuah rantai pemasaran.

Mata Rantai Pemasaran (dalam Royan, 2004):

1. Produsen – Konsumen

Merupakan mata rantai yang paling pendek dan paling sederhana. Saluran distribusi ini tidak melibatkan pedagang besar. Dalam rantai ini, produsen bertindak pula sebagai pedagang.

2. Produsen – Pengecer – Konsumen

Pada rantai ini, terdapat pengecer yang dibekali produk langsung oleh produsen. Atau produsen yang membuka toko eceran yang menjual produknya ke konsumen.

3. Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

Rantai pemasaran ini merupakan rantai yang biasa dilakukan oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar, yang diteruskan oleh pedagang besar pada rantai pemasaran di bawahnya. Dalam rantai pemasaran jenis ini, produsen menyerahkan urusan distribusi kepada mata rantai dibawahnya.

4. Produsen – *Broker* (Tengkulak) – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

Dalam rantai pemasaran ini, terdapat peran agen atau tengkulak yang menghubungkan antara produsen dengan pedagang besar dan mata rantai dibawahnya. Kehadiran tengkulak, biasanya hadir karena keterbatasan produsen dalam mendistribusikan barang.

2.4 Rantai Nilai

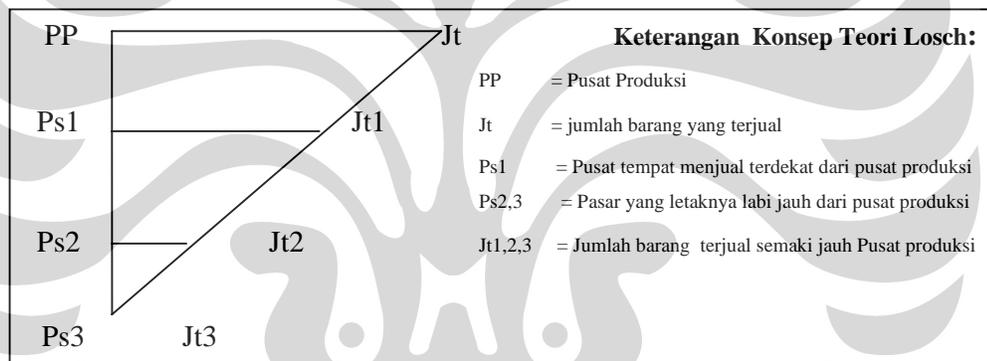
Menurut konsep sederhana, rantai nilai menampilkan sebuah proses dan sebuah struktur untuk merespon keinginan pasar dan keinginan konsumen. Nilai yang ditambahkan dalam sebuah rantai pemasaran umumnya akan menaikkan biaya pemasaran, yang selanjutnya akan meningkatkan harga penjualan. Tetapi tidak selamanya nilai tersebut dapat direfleksikan dengan biaya pemasaran. Nilai-nilai yang ditambahkan dalam sebuah rantai pemasaran haruslah sesuai dengan nilai

yang diinginkan oleh konsumen. Sehingga pelaku pemasaran mendapatkan margin yang positif (laba) saat memasarkan produknya ke konsumen.

Penambahan nilai yang dilakukan oleh pelaku pemasaran akan mengakibatkan adanya biaya pemasaran. Menurut Anindita (2004) biaya pemasaran ini terdiri dari biaya persiapan dan pengepakan, biaya penanganan, biaya transportasi, biaya produk yang hilang, biaya penyimpanan, biaya pengolahan, modal, dan pungutan-pungutan, komisi, dan pembayaran tidak resmi.

Usaha pemasaran menurut Losch (dalam Berry, 1967) makin jauh letak pasar dari tempat produksi makin tinggi harga satuan produksi tersebut karena meningkatnya ongkos angkutan dan pada akhirnya jumlah barang yang akan jual mencapai nol karena ongkos angkut terlalu tinggi.

Gambar 2.1 Teori Losch



Sumber : Berry, 1967

Tujuan akhir dari pengusaha adalah membuat keuntungan. Sehingga mereka harus mampu menjual barang dengan harga yang lebih tinggi dari pada dengan biaya yang dikeluarkan. Biaya merupakan dasar dari penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya apabila tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun non operasi, akan menghasilkan keuntungan.

2.5 Lembaga Distribusi Pemasaran

Lembaga distribusi adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi distribusi dengan mana barang-barang bergerak dari pihak produsen

ke pihak konsumen (Royan, 2004). Istilah distribusi ini termasuk di dalamnya adalah:

1. Produsen sebagai penjual
2. Pedagang perantara
3. Lembaga pengumpul (contohnya koperasi)
4. Pedagang besar
5. Pedagang pengecer

Desain jalur dapat dilakukan oleh pabrik, grosir atau pedagang pengecer. Kadar kebebasan yang akan dimiliki sebuah perusahaan tertentu bergantung pada kekuatan pasar yang relatif, kekuatan finansial, dan ketersediaan mitra-mitra jalur yang dikehendaki.

a. Perspektif pabrik

Pada pabrik, kekuasaan pasar diperoleh dari kesukaan kepada suatu merek oleh pelanggan. Sebuah pabrik kecil dari suatu produk baru mungkin mendapat kesulitan untuk menarik mitra-mitra jalur potensial karena pabrik tidak dapat memberikan kekuasaan pasar sebagai suatu intensif dalam negosiasi jalur. Pabrik-pabrik kecil biasanya harus bergantung pada grosir-grosir untuk mendistribusikan produk. Faktor lain yang membatasi desain jalur adalah bahwa perantara yang dapat diterima mungkin tidak terdapat dalam setiap wilayah geografi atau jalur perdagangan.

b. Perspektif grosir

Grosir-grosir muncul dalam distribusi karena mereka menawarkan cara yang efisien untuk mengumpulkan produk-produk untuk didistribusikan diantara para produsen dan pengecer. Keuntungan para grosir adalah kemampuan mereka untuk memperbaiki efisiensi distribusi. Mereka mengurangi perbedaan barang dengan melakukan pemborongan dan pengumpulan barang bagi para pengecer atau konsumen.

c. Perspektif pedagang pengecer

Para pedagang pengecer ada dalam susunan jalur karena mereka memberikan campuran produk yang menyenangkan bagi para pelanggan mereka. Kekuatan pedagang pengecer diperoleh dari lokasi, bauran

barang, harga dan citra di dalam wilayah pasar yang dilayani. Tingkat kesukaan pelanggan yang dimiliki pedagang pengecer dalam wilayah tertentu akan berpengaruh langsung dalam negosiasi jalur

2.6 Budidaya Belimbing (Profil Belimbing Kota Depok, Dinas Pertanian Kota Depok Tahun 2008)

Dalam taksonomi tumbuhan, belimbing diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1) Kingdom : *Plantae* (tumbuh-tumbuhan)
- 2) Divisi : *Spermatophyta* (tumbuhan berbiji)
- 3) Sub-divisi : *Angiospermae* (berbiji tertutup)
- 4) Kelas : *Dicotyledonae* (biji berkeping dua)
- 5) Ordo : *Oxalidales*
- 6) Famili : *Oxalidaceae*
- 7) Genus : *Averrhoa*
- 8) Spesies : *Averrhoa carambola L.* (belimbing manis)

Di Indonesia dikenal cukup banyak ragam varietas belimbing, diantaranya varietas Sembiring, Siwalan, Dewi, Demak Kapur, Demak Kunir, Demak Jingga, Pasar Minggu, Wijaya, Paris, Filipina, Taiwan, Bangkok, dan varietas Malaysia.

Syarat Tumbuh

1. Untuk pertumbuhan dibutuhkan keadaan angin yang tidak terlalu kencang, karena dapat menyebabkan gugurnya bunga atau buah.
2. Curah hujan sedang, di daerah yang curah hujannya tinggi seringkali menyebabkan gugurnya bunga dan buah, sehingga produksinya akan rendah.
3. Tempat tanamnya terbuka dan mendapat sinar matahari secara memadai dengan intensitas penyinaran 50%, namun juga toleran terhadap naungan (tempat terlindung).
4. Suhu dan kelembaban ataupun iklimnya termasuk tipe A (amat basah), B (agak basah), C (basah), dengan 12 bulan basah dan 6 bulan keing, namun paling baik di daerah yang mempunyai 7,5 bulan basah dan 4,5 bulan kering.

Media Tanam

1. Hampir semua jenis tanah yang digunakan untuk pertanian cocok pula untuk tanaman belimbing. Tanahnya subur, gembur, banyak mengandung bahan organik, aerasi dan drainasenya baik.
2. Derajat keasaman tanah untuk tanaman belimbing yaitu memiliki pH 5,5 - 7,5.
3. Kandungan air dalam tanah atau kedalaman air tanah antara 50 - 200 cm dibawah permukaan tanah.

Ketinggian Tempat

Ketinggian tempat yang cocok untuk tanaman belimbing yaitu di dataran rendah sampai ketinggian 500 m dpl.

Pengairan Kebun Budidaya

Faktor pengairan menjadi sangat penting di lokasi penanaman dengan air tanah dalam. Tanaman belimbing yang sudah berumur di atas 5 tahun, perakarannya memang bisa mencapai lapisan tanah yang masih cukup mengandung air pada musim kemarau. Namun produktivitas tanaman akan menurun pada musim kemarau ini. Beda dengan belimbing yang ditanam di areal dengan air tanah dangkal. Misalnya di kawasan Kab. Demak, Jateng. Meskipun kawasan ini tanahnya berpasir, namun air tanahnya sangat dangkal. Pada musim kemarau yang sangat panjang sekalipun, kedalaman air tanah hanya sekitar 1,5 sd. 2 meter. Di kawasan seperti ini, tanaman belimbing tidak memerlukan pengairan secara khusus. Kecuali pada tanaman dengan umur di bawah 5 tahun. Pada tahun-tahun awal ini tanaman muda mutlak memerlukan pengairan. Sumber air paling murah adalah dari sumur dangkal (sumur pantek) yang dinaikkan dengan pompa sedot *portable*. Biaya investasi dan modal kerja untuk pengairan ini mengeluarkan biaya antara Rp 3.000.000,- sd. Rp 4.000.000,- per hektar sampai dengan tanaman cukup kuat tanpa perlu pengairan khusus.

Belimbing menghendaki cukup air untuk berbunga. Hingga pengaturan saat berbunga, lebih mudah dilaksanakan di kawasan kering daripada di kawasan

basah. Itulas sebabnya sentra penghasil belimbing rata-rata berada di kawasan kering. Misalnya di Demak, Tuban dan Madiun. Idealnya pengairan dilakukan dengan sistem tetes (drip). Tetapi sistem ini relatif mahal. Hingga untuk kondisi Indonesia, pengairan dengan sistem siram maupun genangan masih tetap lebih murah. Sistem siram digunakan apabila debit air kecil, sementara tenaga kerja murah. Sistem genangan dilakukan apabila debit air besar tetapi tenaga kerja mahal. Satu individu tanaman, pada musim kemarau yang berlangsung antara 7 sampai 9 bulan (sesuai kondisi agroklimat yang dikehendaki belimbing), memerlukan air sekitar 10.000 sd. 15.000 liter atau 10 sd. 15 m³ (2 X 2 X 2,5 m. atau 3 X 2 X 2,5 m). Sebab untuk bisa tetap produktif, satu tanaman belimbing dewasa memerlukan 50 liter air per hari selama musim kemarau. Keperluan air ini menjadi mutlak untuk kawasan dengan air tanah lebih dalam dari 3 m. Tetapi menjadi tidak perlu apabila air tanah kurang dari 2 m.

Mutu Buah Hasil Budidaya

Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI 01-4491-1998), buah belimbing manis segar adalah buah dari tanaman belimbing (*Averrhoa carambola L*) dalam tingkat ketuaan optimal, utuh, segar, aman bagi manusia dan bebas OPT (Organisme Pengganggu Tanaman).

Syarat mutu buah belimbing segar untuk masing-masing varietas digolongkan dalam 2 jenis mutu, berdasarkan kriteria, yaitu mutu I dan mutu II.

Tabel 2.1 Persyaratan Mutu Buah Belimbing

Jenis Uji/komponen mutu	Stn/unit	Persyaratan	
		Mutu I	Mutu II
Keseragaman varietas *)		Seragam	Seragam
Keseragaman Bobot *)	%	100	75-90
Keseragaman tkt kesegaran	%	100	75-90
Keseragaman tkt ketuaan buah *)	%	100	75-90
Cacat dan busuk	%	0	0-5
Kadar kotoran	%	0	2
Serangga hidup atau mati		Ada atau tidak ada	Ada atau tidak ada
Organisme pengganggu tumbuhan (OPT)		0	0

*) sesuai varietasnya

Sumber : Profil Belimbing Kota Depok, Dinas Pertanian Kota Depok Tahun 2008

Keterangan

Kesegaran varietas adalah keseragaman kenampakan buah belimbing manis segar dari varietas tertentu yang ditandai dengan :

1. Tingkat kesegaran

Keadaan fisik buah, yang ditandai dengan tingkat kemilap (glossy) pada permukaan buah dan bentuk rusuk (lingir) buah masih penuh.

2. Tingkat ketuaan

Keadaan fisik buah yang berkaitan dengan tingkat perkembangan buah, yang ditandai dengan warna permukaan buah dan kekerasan daging pada rusuk buah.

3. Buah cacat atau busuk

Buah dengan kerusakan pada permukaan buah oleh sebab mekanis, penyimpanan hama dan penyakit serta pembusukan, yang ditandai dengan warna cacat (luka) pada buah, yang tampak secara visual maupun dengan membelah buah.

4. Kotoran

Semua benda yang bukan buah belimbing bentuk dan warna buah, manis segar seperti tanah, bahan tanaman dan lain-lain yang menempel pada buah belimbing atau berada dalam kemasan, yang tampak secara visual. Bahan penyekat/pembungkus tidak dianggap sebagai kotoran.

5. Keseragaman berat

Keseragaman berat buah dari varietas tertentu.

6. Serangga hidup atau mati

Serangga hidup atau mati yang tampak secara visual pada buah belimbing manis segar dan atau kemasan.

7. Bebas OPT (Organisme Pengganggu Tanaman)

Semua organisme yang dapat merusak, mengganggu kehidupan atau menyebabkan kematian tumbuhan.

Pasca Panen

Pengemasan

Dibungkus dengan bahan kertas, plastik atau bahan lain yang sesuai lalu dikemas dengan kotak karton/kayu atau bahan lain yang sesuai serta memperhatikan ventilasi dengan atau tanpa penyangga, dengan berat bersih maksimum 10 kg. Kemasan dapat juga yang sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli

Pembungkusan

Lokal : keranjang plastik dengan berat bersih 10 kg

Ekspor : kotak karton dengan berat 4-5 kg/kotak

Suhu penyimpanan : 5 – 10 °C

Kelembaban (Rh) : 95 %

Ketahanan : 3-5 minggu

2.7 Analisis Ekonomi Budidaya Belimbing (Profil Belimbing Kota Depok, Dinas Pertanian Kota Depok Tahun 2008)

Analisis Usaha Budidaya

Potensi produksi buah belimbing yang ditanam di kebun secara permanen dan dipelihara intensif, dengan jarak tanam antara 5x5 m atau 6x6 m, bila populasi tanaman belimbing per hektar antara 250 - 400 pohon dengan potensi produktivitas 150 - 300 buah/pohon/tahun, dan berat per buah rata-rata 160 gram, maka dapat dihasilkan/tingkat produksi per hektar mencapai 6 - 19 ton buah belimbing. Pada panen raya belimbing, harga belimbing rata-rata mencapai Rp. 750,- sampai Rp. 5.000,- per kg.

Prospek Pasar

Prospek pemasaran belimbing di dalam negeri diperkirakan makin baik. Hal ini antara lain disebabkan oleh penambahan jumlah penduduk dan semakin banyaknya konsumen menyadari pentingnya kecukupan gizi dari buah-buahan. Pada tahun 1993 Indonesia baru andil 0,4 % dari total nilai impor dunia buah tropis. Bila pada tahun 1989 tingkat konsumsi buah-buahan per kapita penduduk Indonesia hanya mencapai 22,92 kg/tahun, maka untuk mencapai kecukupan gizi yang sesuai dengan anjuran FAO menargetkan rata-rata 60 Kg per kapita per

tahun. Salah satu jenis buah potensial yang mudah dibudidayakan untuk mendukung pencapaian target tersebut adalah belimbing. Perkiraan permintaan setiap tahun semakin meningkat, peningkatan permintaan tersebut adalah sebesar 6,1 %/tahun (1995 - 2000), 6,5%/tahun (2000 - 2005), 6,8%/tahun (2005 - 2010), dan mencapai 8,9 %/tahun (2010 - 2015). Jelaslah bahwa prospek usahatani (agribisnis) belimbing amat cerah bila dikelola secara intensif dan komersial, baik dalam bentuk kultur perkebunan dan pekarangan



BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Pengumpulan Data

Daerah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Kota Depok, unit analisis yang digunakan adalah titik lokasi kelompok tani budidaya belimbing. Populasi adalah individu atau obyek yang banyaknya terbatas atau tidak terbatas. Kelompok tani yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini adalah himpunan individu atau obyek yang dapat diketahui atau diukur dengan jelas jumlah maupun batasnya. Kelompok tani yang diteliti dalam penelitian ini adalah 12 kelompok tani di Kota Depok.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan melakukan survey langsung kelapangan, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh orang atau kelompok lain.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan beberapa teknik, yaitu teknik kuisisioner semi tertutup dan observasi ke lapangan. Teknik kuisisioner semi tertutup dilakukan dengan cara memberikan alternatif jawaban untuk dipilih oleh responden namun terdapat pertanyaan terbuka yang diajukan oleh peneliti. Teknik kuisisioner atau angket adalah usaha pengumpulan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden. Sedangkan teknik observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian (Tika, 1996). Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah petani yang tergabung dalam ke 12 kelompok tani yang menjadi objek penelitian.

3.1.1 Data sebaran lokasi kebun dan kelompok tani belimbing Kota Depok

Data sebaran lokasi kebun belimbing diperoleh dari dinas pertanian kota Depok sebagai dasar acuan dalam melakukan survey lapang. Survey lapang dilakukan untuk memvalidasi data dengan melakukan wawancara kepada petani yang menjadi responden. Kelompok tani dianggap mampu mewakili dan

menjelaskan saluran distribusi pemasaran belimbing yang cenderung homogen di masing-masing unit kebun dalam kelompok tani yang sama. Data yang digunakan dalam analisis merupakan data kelompok petani belimbing yang memiliki data-data luasan lahan, produksi, dan distribusi pemasaran.

3.1.2 Data luasan lahan kebun belimbing

Data luasan lahan diperoleh melalui survey lapang dengan cara melakukan wawancara dan pengisian kuisioner semi tertutup kepada petani belimbing. Pertanyaan yang disampaikan adalah luasan lahan atau data jumlah pohon dan jarak tanamnya.

3.1.3 Data produktivitas belimbing

Data produktivitas belimbing diperoleh melalui survey lapang dengan cara melakukan wawancara dan pengisian kuisioner semi tertutup kepada petani belimbing. Pertanyaan yang disampaikan adalah jumlah produksi dalam satuan ton belimbing per satu kali panen, kemudian dikalikan dengan jumlah panen belimbing dalam satu tahun dalam satuan luas hektar.

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{produksi} \times \text{jumlah panen 1 tahun}}{\text{Hektar}}$$

3.1.4 Data Harga Jual belimbing

Data harga jual belimbing hasil budidaya diperoleh melalui survey lapang dengan cara melakukan wawancara dan pengisian kuisioner semi tertutup kepada petani belimbing, tengkulak dan koperasi. Pertanyaan yang disampaikan adalah harga jual dari petani ke lembaga distribusi dan dari lembaga distribusi ke lembaga distribusi selanjutnya dalam saluran distribusi yang ditempuh petani belimbing.

3.1.5 Data volume distribusi belimbing

Data distribusi belimbing diperoleh melalui survey lapang dengan cara melakukan wawancara dan pengisian kuisioner semi tertutup kepada petani belimbing. Perihal yang ditanyakan adalah arah, tujuan dan volume distribusi belimbing dari lokasi produksi atau kebun.

3.1.6 Data –data lain yang diperlukan

3.1.6.1 Data Penggunaan Tanah Kota Depok

Data penggunaan tanah di Kota Depok bersumber dari Peta Penggunaan Tanah Kota Depok yang didapatkan dari Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kota Depok dalam bentuk shp dengan skala 1: 100.000.

3.1.6.2 Data Administrasi Kota Depok

Data Administrasi Kota Depok didapatkan dari Dinas Tata Ruang Kota Depok dalam bentuk shp dengan skala 1: 100.000.

3.2 Pengolahan Data

Data dan tabel yang telah terkumpul akan diolah dan diproses dengan menggunakan software Arc view 3.3, dimana semua data tersebut akan diinfomasikan melalui visualisasi peta yang memiliki informasi database spasial.

3.2.1 Pengolahan Data Luas Lahan

Dilakukan dengan membagi luas lahan menjadi 3 kelas setelah dilakukan penjumlahan total dari seluruh luas lahan kebun belimbing di masing-masing kelompok tani.

Tabel 3.1 Kelas Luas Lahan Kebun Belimbing Kota Depok

No	Luas Lahan (ha)
1	1 – 6
2	6,01 – 12
3	> 12

Sumber : Pengolahan data tahun 2009

3.2.2 Pengolahan Data Produktivitas

Dihitung dengan membagi nilai produksi dengan luas lahan. Data nilai produksi yang telah dihitung dikelompokkan menjadi 3 kelas, yaitu tingkat produksi tinggi, sedang dan rendah. Pengkelasan tersebut berdasarkan rumus statistik dengan memperhatikan distribusi data, dilakukan dengan menghitung nilai modus atau nilai yang paling banyak muncul pada data yang diperoleh, kemudian dikelaskan sehingga terdapat distribusi data yang mendekati normal :

Tabel 3.2 Kelas Produktivitas Belimbing Kota Depok

No	Kelas	Nilai Produktivitas (ton/ha/thn)
1	Tinggi	> 140
2	Sedang	70 – 140
3	Rendah	< 70

Sumber : Pengolahan data tahun 2009

3.2.3 Pengolahan Data Distribusi Produk

Pengolahan distribusi produk terbagi menjadi 3 pengolahan data yaitu:

1. Pengolahan data saluran distribusi.

Dari hasil survey dan wawancara, diketahui bahwa terdapat 3 saluran distribusi yang ditempuh petani belimbing Kota Depok.

- a. Petani penghasil – Pedagang pengecer (Saluran 1)
- b. Petani penghasil – Pedagang perantara (tengkulak) – pedagang pengecer (Saluran 2)
- c. Petani penghasil – Pengumpul (koperasi) – Pedagang besar. (Saluran 3)

2. Pengolahan data volume distribusi

Dilakukan dengan membuat empat kelas volume buah yang didistribusikan di setiap mata rantai berdasarkan sebaran data dengan memperhatikan nilai modus, yaitu nilai yang paling banyak muncul, sehingga diperoleh distribusi data yang mendekati normal.

Pengelasannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3 Kelas Volume Distribusi Belimbing Kota Depok

No	Volume Distribusi (ton)
1	0 – 100
2	101 – 500
3	501 – 1500
4	1501 – 2500

Sumber : Pengolahan data tahun 2009

3. Pengolahan data nilai distribusi

Dilakukan dengan membuat 4 kelas nilai buah yang didistribusikan di setiap mata rantai. Dilakukan dengan mengalikan volume distribusi dengan harga yang berlaku di setiap mata rantai. Kemudian dikelaskan berdasarkan sebaran data dengan memperhatikan nilai modus, yaitu nilai yang paling banyak muncul, sehingga diperoleh distribusi data yang mendekati normal. Pengkelasannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4 Kelas Nilai Distribusi Belimbing Kota Depok

No	Nilai Distribusi (Juta)
1	0 – 500
2	501 – 1000
3	1001 – 5000
4	5001 - 10000

Sumber : Pengolahan data tahun 2009

3.2.4 Pengolahan Data Omzet Petani Belimbing

Dihitung dengan mengalikan antara harga jual yang berlaku di masing-masing saluran distribusi dengan volume buah yang didistribusikan.

$$\text{Omzet} = \text{Harga Jual} \times \text{Volume Distribusi}$$

Total omzet diperoleh dari jumlah seluruh omzet di setiap saluran distribusi yang ditempuh masing-masing kelompok tani.

$$\text{Total Omzet} = \text{Omzet saluran 1} + \text{Omzet saluran 2} + \text{Omzet saluran 3}$$

Total omzet yang diperoleh, kemudian diklasifikasi berdasarkan nilai modus yaitu nilai yang paling banyak muncul dengan memperhatikan sebaran data.

Tabel 3.5 Omzet Petani Belimbing Kota Depok

No	Kelas	Omzet Petani (Juta Rp)
1	Tinggi	> 1000
2	Sedang	1000 – 5000
3	Rendah	< 5000

Sumber : Pengolahan data tahun 2009

3.2.5 Hasil – Hasil yang Diperoleh dari Pengolahan Data

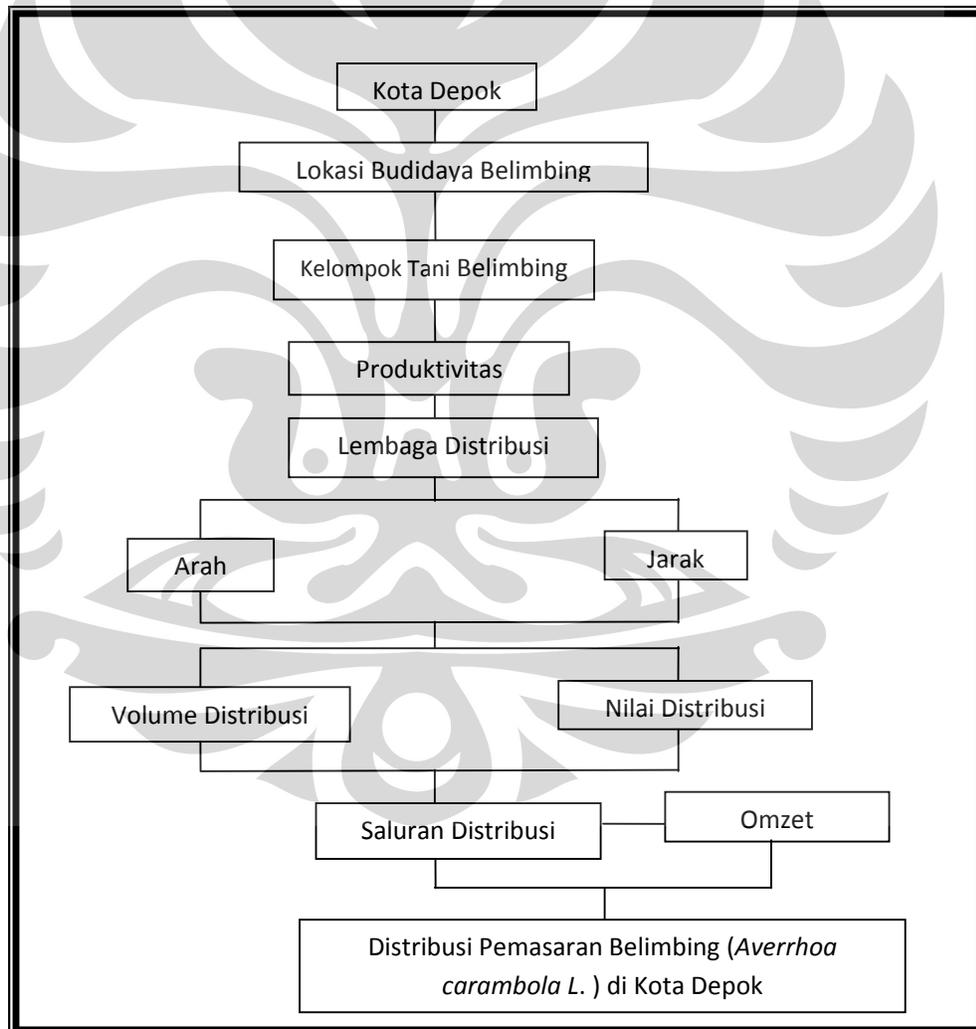
Peta dan grafik yang akan dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

- a. Peta Administrasi Kota Depok yang diperoleh dari Dinas Tata Ruang Kota Depok tahun 2008.
- b. Peta Lokasi Kelompok tani di Kota Depok yang diperoleh dari survey lapang tahun 2009.
- c. Peta Luas Lahan Kebun Belimbing Kota Depok yang diperoleh dari Dinas Pertanian Kota Depok dan Survey Lapang tahun 2009
- d. Peta Produktivitas Belimbing Kota Depok hasil pengolahan data tahun 2009
- e. Peta Saluran Distribusi berdasarkan hasil pengolahan data tahun 2009.
- f. Peta Volume Distribusi di Kota Depok hasil pengolahan data tahun 2009.
- g. Peta Nilai distribusi berdasarkan hasil pengolahan data tahun 2009.
- h. Peta Omzet kelompok tani belimbing Kota Depok tahun 2009

3.3 Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah analisis secara deskriptif dimana metode yang digunakan adalah pendekatan keruangan yaitu melalui korelasi peta dan data. Tahapan analisa dilakukan dengan melakukan identifikasi proses saluran distribusi belimbing yang dipilih petani penghasil dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, yaitu jarak antara lokasi produksi dengan lokasi pasar atau lembaga distribusi dan arah pemasaran. Kemudian dilihat saluran distribusi yang memberikan omzet paling besar untuk petani.

Kerangka Penelitian



BAB 4
GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Letak Geografis dan Administrasi Kota Depok

Letak geografis Kota Depok berada pada 6,19°-6,28° LS dan 106,43° BT, yang merupakan daerah bentangan dengan dataran rendah perbukitan bergelombang lemah, dengan elevasi antara 50 – 140 m diatas permukaan laut dan kemiringan lerengnya kurang dari 15%.

Letak wilayah Kota Depok memiliki batas-batas:

- Sebelah Utara: Kecamatan Ciputat, Kabupaten Tangerang dan wilayah Kecamatan Pasar Minggu, Pasar Rebo, Cilandak, Propinsi DKI Jakarta
- Sebelah Timur: Kecamatan Pondok Gede Kabupaten Bekasi dan Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor
- Sebelah Selatan: Kecamatan Cibinong dan Kecamatan Bojonggede Kabupaten Bogor.
- Sebelah Barat: Kecamatan Parung dan Kecamatan Gunung Sindur Kabupaten Bogor.

Kota Depok beribukota di Kecamatan Pancoran Mas. Memiliki luas wilayah 200,29 km² yang mencakup 6 kecamatan yaitu; Beji, Limo, Cimanggis, Sawangan, Sukmajaya dan Pancoran Mas.

Tabel 4.1 Administrasi Kota Depok

No	Kecamatan	Kelurahan	Jumlah Kelurahan
1	Sawangan	Duren Mekar, Duren Seribu, Pengasinan, Bedahan, Pasir Putih, Sawangan Baru, Sawangan, Bojongsari, Bojongsari Baru, Curug, Pondok Petir, Serua,	14 kelurahan

		Kedaung, dan Cinangka	
2	Pancoran Mas	Cipayung Jaya Bojong Pondok Terong, Pondok Jaya, Ratu Jaya, Cipayung, Rangkapan Jaya Baru, Rangkapan Jaya, Mampang, Pancoran Mas, Depok Jaya, dan Depok.	11 kelurahan
3	Limo	Meruyung, Grogol, Krukut, Limo, Cinere, Gandul, Pangkalanjati Baru, dan Pangkalanjati Lama	8 kelurahan
4	Beji	Beji, Beji Timur, Kemiri Muka, Pondok Cina, Kukusan, dan Tanah Baru.	6 kelurahan
5	Sukmajaya	Kalimulya, Jatimulya, Kalibaru, Cilodong, Sukmajaya, Sukamaju, Tirtajaya, Mekarjaya, Abadijaya, Baktijaya, dan Cisalak.	11 kelurahan
6	Cimanggis	Cilangkap, Cimpaeun, Tapos Leuwinanggung, Jatijajar, Sukamaju Baru, Curug, Sukatani, Harjamukti, Cisalak Pasar, Mekarsari, Tugu, Pasirgunung, dan Selatan.	13 kelurahan

Sumber: Kota Depok dalam angka 2008

4.2 Profil Masyarakat Kota Depok

Kota Depok memiliki lokasi yang strategis karena diapit oleh Kota Jakarta dan Bogor. Hal tersebut menyebabkan Kota Depok semakin tumbuh dengan pesat, baik dari segi penduduk maupun kegiatan ekonomi

masyarakatnya. Jumlah penduduk Kota Depok terus bertambah dari tahun 2004 hingga 2008, walaupun ada penurunan di tahun 2006 dan 2007.

Pada tahun 2008 jumlah penduduk Kota Depok telah mencapai 1.503.947 jiwa, naik sebesar 19,6 % dari tahun 2004 dimana jumlah penduduknya masih 1.208.963 jiwa. Pada tahun 2008 jumlah penduduk terbanyak terdapat di Kecamatan Cimanggis, kemudian diurutkan kedua adalah Kecamatan Sukmajaya, dan secara berurutan diikuti oleh Kecamatan Pancoran Mas, Sawangan, Limo, dan Beji. Kecamatan Pancoran Mas memiliki kenaikan jumlah penduduk yang tertinggi antara tahun 2004 hingga 2008, yaitu 57 % dan yang mterendah adalah Kecamatan Beji, sebesar 8 %. Sedangkan untuk Kecamatan Sukmajaya, Cimanggis, Limo, dan Sawangan kenaikannya secara berurutan sebesar 13 %, 11 % , 10 % dan 9 %.

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Kota Depok Tahun 2004 hingga 2008

Kecamatan	Jumlah Penduduk				
	2004	2005	2006	2007	2008
Sawangan	153.245	159.543	166.276	166.076	169.727
Pancoran Mas	118.308	337.622	254.797	269.144	275.103
Sukmajaya	301.809	307.753	314.147	167.414	350.601
Cimanggis	367.283	379.487	392.512	194.018	412.388
Beji	130.656	136.899	143.592	139.888	143.190
Limo	137.662	143.228	149.156	149.410	152.938
Kota Depok	1.208.963	1.464.532	1.420.480	1.085.950	1.503.947

Sumber: Kota Depok dalam Angka 2008

Pada tahun 2008 jumlah penduduk Kota Depok telah mencapai 1.503.677 jiwa. Jumlah penduduk wanita lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah penduduk pria, yaitu jumlah penduduk wanita sebanyak 723.585 jiwa sedangkan jumlah penduduk pria sebanyak 780.092 jiwa. Jumlah penduduk pria terbanyak berada di Kecamatan Cimanggis, kemudian diikuti secara berurutan oleh Kecamatan Sukmajaya, Pancoran Mas, Sawangan

Limo dan Beji. Sedangkan jumlah penduduk wanita terbanyak berada di Kecamatan Cimanggis , kemudian diikuti secara berurutan oleh Kecamatan Sukmajaya, Pancoran Mas, Sawangan Limo dan Beji.

Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2008

Kecamatan	Jumlah Penduduk (jiwa)		
	Pria	Wanita	Total
Sawangan	88.692	81.035	169.727
Pancoran Mas	143.153	131.950	131.950
Sukmajaya	179.361	170.970	170.970
Cimanggis	214.221	198.167	198.167
Beji	75.303	67.887	67.887
Limo	79.362	73.576	73.576
Kota Depok	780.092	723.585	1.503.677

Sumber: Kota Depok dalam Angka 2008

Jumlah penduduk yang relatif bertambah, namun luas daerah yang tetap menyebabkan kepadatan penduduk yang terus meningkat. Luas daerah Kota Depok adalah 200,29 km². Kecamatan dengan wilayah terluas hingga tersempit adalah Kecamatan Cimanggis (53.54 km²), Sawangan (45.67 km²), Kecamatan Sukmajaya (34.13 km²), Kecamatan Pancoran Mas (29.83 km²), Kecamatan Limo (22.80 km²), dan Kecamatan Beji (14.30 km²).

Kepadatan penduduk Kota Depok terus bertambah dari tahun 2004 hingga 2008, kecuali tahun 2006 dan 2007, dimana kepadatan penduduknya menurun. Kenaikan kepadatan penduduk dari tahun 2004 ke 2008 sebesar 19,6 %, yaitu dari 6037,81 jiwa/km² menjadi 7508,85 jiwa/km². Kenaikan kepadatan penduduk tertinggi antara tahun 2004 hingga 2008 terdapat di Kecamatan Pancoran Mas 57 %, kemudian secara berurutan diikuti oleh Kecamatan Sukmajaya 14 %, Cimanggis 11 %, Limo 10 % , Sawangan 9,7 %, dan Beji 8,7 %. Pada tahun 2008 kepadatan penduduk tertinggi berada di

Kecamatan Sukmajaya yaitu mencapai 10272.52 jiwa/km², sedangkan yang terendah adalah Kecamatan Sawangan sebesar 3716.38 jiwa/km².

**Tabel 4.4 Luas dan Kepadatan Penduduk Kota Depok
Tahun 2004 hingga 2008**

Kecamatan	Kepadatan penduduk (jiwa/km ²)					Luas Wilayah (km ²)
	2004	2005	2006	2007	2008	
Sawangan	3.355,49	3.493,39	3.640,81	3.636,44	3.716,38	45,67
Pancoran Mas	3.966,07	11.318,20	8.541,64	9.022,59	9.222,36	29,83
Sukmajaya	8.842,92	9.017,08	9.204,42	4.905,19	10.272,52	34,13
Cimanggis	6.859,97	7.087,92	7.331,19	3.623,80	7.702,43	53,54
Beji	9.136,78	9.573,36	10.041,40	9.782,38	10.013,29	14,30
Limo	6.037,81	6.281,93	6.541,93	6.553,07	6.707,81	22,80
Kota Depok	6.036,06	7.312,06	7.092,12	5.421,89	7.508,85	200,29

Sumber: Pengolahan data tahun 2008

Walaupun Depok telah disebut kota namun kehidupan masyarakatnya masih banyak yang berkecimpung dalam bidang pertanian. Jumlah rumah tangga yang bekerja di Bidang Pertanian (Tabel. 4.5) paling banyak terdapat di Kecamatan Sawangan, kemudian diikuti secara berturut-turut oleh Kecamatan Limo, Pancoran Mas, Sukmajaya, dan Beji. Untuk Kecamatan Cimanggis tidak diketahui jumlah rumah tangga yang bekerja di bidang pertanian karena tidak tercantum dalam sumber data yang diambil.

Tabel 4.5 Jumlah Rumah Tangga yang Bekerja di Bidang Pertanian di Depok Tahun 2007

No	Kecamatan	Jumlah Rumah Tangga	Jumlah Kelompok Tani Belimbing
1	Sawangan	16047	4
2	Pancoran Mas	1038	9
3	Sukmajaya	377	Tidak ada data
4	Cimanggis	tidak ada data	7
5	Beji	232	3
6	Limo	4889	Tidak ada data

Sumber: Kecamatan dalam angka tahun 2007, Kota Depok

4.3 Komoditas Belimbing di Kota Depok

4.3.1 Lokasi Kebun dan Pertanaman Belimbing di Kota Depok

Lokasi kebun belimbing di wilayah Kota Depok, yang tersebar di enam wilayah kecamatan se Kota Depok pada umumnya yang terdapat di areal lahan pekarangan, kebun-kebun dekat pekarangan rumah atau lahan-lahan pertanian teknis yang semula untuk bertanam padi sawah dan sayuran, kini mulai banyak ditanami dengan jenis komoditas belimbing.

Hasil pendataan belimbing tahun 2005, didapat areal potensi tanaman belimbing adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Luas Areal dan Populasi Tanaman Belimbing Kota Depok

No	Kecamatan	Jumlah Kelompok Tani Belimbing	Potensi Tanaman Belimbing			
			Luas Areal		Populasi	
			Ha	%	Pohon	%
1	Sawangan	4	14,30	12,59	3.263	12,27
2	Pancoran Mas	9	74,00	65,14	17.785	66,86
3	Sukmajaya	-	-	-	-	-
4	Cimanggis	7	20,30	17,87	4.553	17,12
5	Limo	-	-	-	-	-
6	Beji	3	5,00	4,4	1.000	3,75
	Jumlah	23	113,60	100	26.601	100

Sumber : Dinas Pertanian Kota Depok tahun 2005

4.3.2 Budidaya Belimbing Kota Depok

Departemen Pertanian dan Perikanan Kota Depok telah mengeluarkan Standar Operasional Prosedur (SOP) budidaya belimbing, yang telah diikuti oleh petani belimbing di Kota Depok. Penyuluhan tentang SOP sudah rutin dilaksanakan melalui pengenalan, kuliah lapang untuk petani dan kunjungan penyuluh pertanian secara rutin dan berkala ke lokasi-lokasi budidaya.

Tabel 4.7 Profil Usaha Budidaya Tanaman Belimbing Kota Depok

Uraian	Keterangan
Bibit - Asal Bibit - Sumber Bibit	Penangkar sekitar dari varietas Dewa Dewi Sumber bibit dari kebun sendiri yang sudah berumur 10 tahun lebih dan produktivitas tinggi.
Pemupukan - Jenis Pupuk - Dosis Pupuk	NPK, Gandasil D/B, pupuk kandang 1-2 kg NPK per tanaman yang sudah > 4 tahun, pupuk semprot sesuai dosis, 35 kg pupuk kandang.
Pengendalian OPT - Hama Penyakit Utama - Cara Pengendalian	Penyemprotan dengan insektisida Sanitasi Kebun dan pemangkasan
Pengairan - Sumber Pengairan - Penyiraman	Air irigasi, air permukaan Pengaliran/torakan, Power spray
- Pemeliharaan - Sanitasi - Pemangkasan	Pembersihan lahan dari gulma/ buah rontok
Panen - Cara Panen - Waktu Panen - Bentuk Produk	Dengan pemetikan buah, menggunakan keranjang. 40 hari setelah pembungkusan buah. Bentuk produk adalah buah segar.

Sumber : Rincian Teknis Budidaya Lengkap dalam buku SOP Belimbing Dewa

Berdasarkan tahapan budidaya di atas, biaya produksi atau budidaya yang dikeluarkan petani penghasil adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8 Biaya Budidaya Belimbing per tanaman (500 buah) per tahun

No	Kegiatan	Biaya yang dikeluarkan (Rp)
1	Pemupukan (Pupuk Kandang, NPK, Gandasil)	70.000
2	Pestisida (Decis, Curacron, Supracide)	100.000
3	Pembungkus	20.000
4	Upah Pembungkusan	100.000
Total		290.000/pohon 580/buah

Sumber : Profil Usaha Tani Belimbing Kota Depok

4.3.3 Kualitas Belimbing Kota Depok

Petani Kota Depok telah mampu melakukan sortir buah berdasarkan kualitas secara mandiri. Pembagian kualitas buah merupakan tuntutan dari pasar, sehingga pensortiran perlu dilakukan. Kualitas buah dibagi dalam 3 kelas, yaitu grade A, grade B dan grade C. Pembagian berdasarkan bobot buah, kesegaran dan lincer.

Tabel 4.9 Kelas Kualitas Belimbing Kota Depok

Uraian	Kualitas Buah		
	A	B	C
Bobot Buah (gr)	250 – 350	200 - 250	< 200
Kesegaran	Kuning tua – orange muda cerah. Bentuk buah sempurna	Hijau-kuning muda. Bentuk buah sempurna	Hijau muda, buah sisa sortir grade A dan B
Lincer	Tebal	Tebal	Tipis

Sumber : Pengolahan data tahun 2009

4.3.4 Waktu Panen Belimbing Kota Depok

Waktu panen komoditas belimbing di Kota Depok dalam setahun 3 kali. Yaitu pada bulan Januari-Februari, Mei-Juni, September-Oktober. Biasanya panen raya jatuh pada bulan Februari. Pada bulan Februari, harga belimbing sangat jatuh dapat mencapai harga terendah sekitar Rp. 500,- per buah. Sementara pada bulan Mei-Juni pada musim kemarau, belimbing agak kurang, karena bunga dan buah banyak yang rontok, sehingga per buah bisa mencapai Rp. 2500,-. Akan tetapi dengan beberapa teknologi produksi, dapat diupayakan tidak terjadi panen secara serentak di beberapa kelompok tani sehingga buah dapat tersedia sepanjang tahun dan harga dapat diupayakan stabil.

4.3.5 Dukungan Sarana dan Prasarana di Wilayah Sentra Kebun Belimbing Kota Depok

Belimbing Depok dengan varietas Dewa Dewi sudah cukup dikenal masyarakat. Dengan warna buah yang kuning kemerahan, buah yang besar dan rasa manis nampaknya cukup banyak diminati pasar.

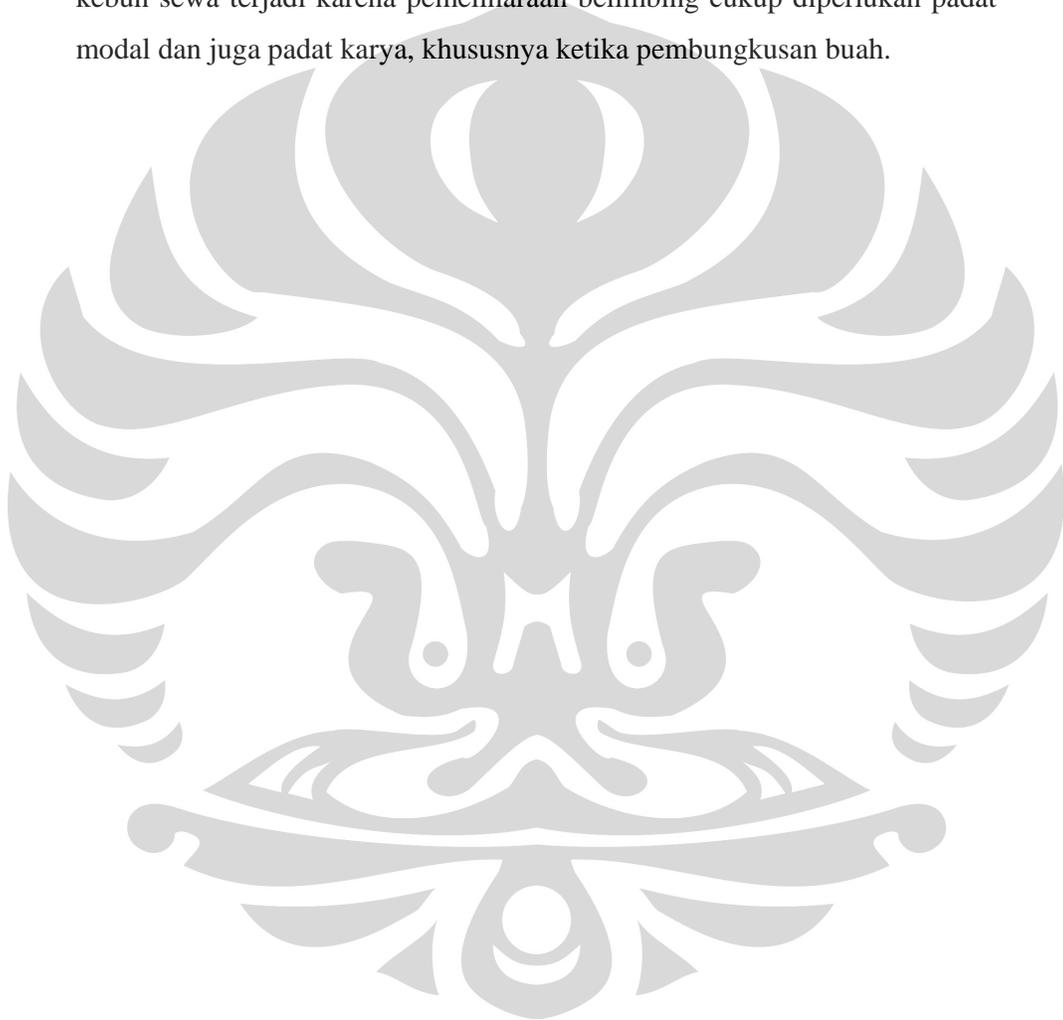
Kota Depok yang berdekatan dengan Jakarta dan perkembangan Kota Depok cukup pesat dengan hadirnya supermarket dan supermal di wilayah ini seperti Carefour, Hipermarket, Alfa, Super Indo, Tip Top, Matahari, Ramayana, dan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa potensi pemasaran belimbing di Kota Depok dan Jakarta dapat lebih dikembangkan.

Industri pengolahan buah ini belum banyak terdapat di Kota Depok. Penjualan buah segar nampaknya masih lebih besar menyedot produksi ini, walaupun tetap arahan kedepan, unit pengolahan untuk komoditas ini menjadi sari buah atau minuman penyegar menjadi sesuatu yang cukup prospektif.

4.3.6 Kepemilikan Kebun Belimbing Kota Depok

Kepemilikan kebun rata-rata milik pribadi dan kebun sewa. Kebun sewa adalah tanaman belimbing milik petani penggarap tanah atau pemilik

tanah tetapi disewakan/ dikontrakkan kepada petani yang lebih profesional dalam pemeliharaan kebun dan hasilnya. Lokasi petani dengan kebun sewa, pada umumnya terdapat di Kecamatan Pancoran Mas. Oleh karena itu, di Kecamatan Pancoran Mas banyak ditemukan kebun dengan luasan yang lebih kecil dibandingkan dengan Kecamatan Sawangan dan Cimanggis yang pada umumnya merupakan petani yang memiliki kebun pribadi. Adanya kebun sewa terjadi karena pemeliharaan belimbing cukup diperlukan padat modal dan juga padat karya, khususnya ketika pembungkusan buah.



BAB 5

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Kelompok Tani

5.1.1 Lokasi Kelompok Tani Belimbing Kota Depok

Kelompok tani belimbing Kota Depok dibentuk dalam rangka menguatkan buah belimbing sebagai *ikon* Kota Depok, baik dari sisi budidaya ataupun pemasarannya. Kelompok-kelompok tani tersebut dikelompokkan di beberapa kelurahan yang menjadi lokasi sentra kebun belimbing. Dilakukan pengelompokkan dengan tujuan agar sentra lokasi kebun belimbing yang merupakan *ikon* Kota Depok dapat maksimal dibudidayakan dengan terdistribusinya bantuan secara merata di lokasi sentra untuk budidaya dari Dinas Pertanian Kota Depok.

Sebaran kelompoknya berada di 4 kecamatan yaitu, Kecamatan Pancoran Mas, Kecamatan Sawangan, Kecamatan Beji dan Kecamatan Cimanggis. Dengan konsentrasi sebaran kebun terpusat di Kecamatan Pancoran Mas dengan jumlah kelompok tani yang diteliti sebanyak 6 kelompok yang menggarap lahan seluas 70 hektar (Lihat Peta 2). Sementara, kecamatan dengan luas lahan terkecil berada di Kecamatan Beji dengan kelompok tani yang diteliti berjumlah 1 kelompok dengan luas areal 1 hektar (Lihat Peta 3).

Pada umumnya, dalam mendistribusikan buah hasil budidaya, petani yang tergabung dalam kelompok tani akan bekerja sama dalam memasarkan produknya. Pasca panen, buah yang telah dipetik akan disortir secara mandiri menurut tingkat kualitas buah, kemudian dengan dikoordinir ketua kelompok tani yang juga berperan sebagai koordinator wilayah, buah yang akan didistribusi dibagi menurut mutu dan saluran distribusi. Pembagian atau pensortiran buah untuk dipasarkan tidak selalu dilakukan petani secara berkelompok dalam satu lokasi, tapi pada umumnya telah terbentuk saluran distribusi yang sama untuk setiap kelompok yang disepakati dalam kelompok.

Tabel 5.1 Kelompok Tani Belimbing Kota Depok

No	Nama Kelompok	Kelurahan	Kecamatan	Luas Lahan (ha)	Produktivitas Rata-rata (Ton/ha/Thn)	Nilai Produksi Rata-rata (Rp)
1	Bedahan	Bedahan	Sawangan	1,5	165,13	695.020.000
2	Makmur Sejahtera	Pasir Putih	Sawangan	11	67,35	268.118.500
3	Layungsari	Cipayung	Pancoran Mas	15	75,67	297.424.500
4	Makmur Jaya	Ratu Jaya	Pancoran Mas	20	35,00	138.720.000
5	RJB Rawa Denok	Rangkapan Jaya Baru	Pancoran Mas	13	51,00	165.750.000
6	Sarijaya	Rangkapan Jaya	Pancoran Mas	2	68,00	282.200.000
7	Kali Licin	Pancoran Mas	Pancoran Mas	18	80,00	257.125.000
8	Laris Jaya	Mampang	Pancoran Mas	12	54,33	223.975.000
9	Mekar Sari	Tanah Baru	Beji	1	133,75	516.120.000
10	Maju Bersama	Tugu	Cimanggis	6,5	91,43	380.091.500
11	Kelapa Dua	Palsi Gunung Selatan	Cimanggis	2	142,00	593.229.000
12	Banjar Sari	Cilangkap	Cimanggis	8	82,00	240.720.000

Sumber : Pengolahan Data Tahun 2009

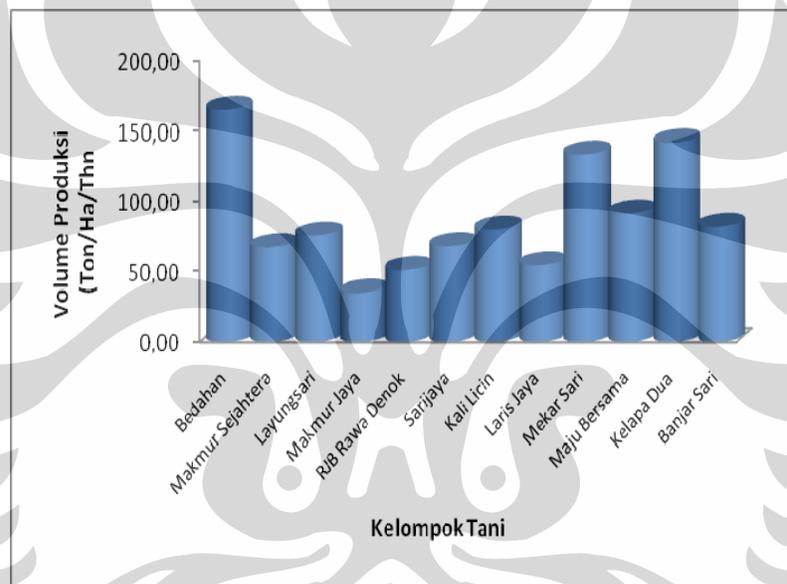
5.1.2 Kelompok Tani berdasarkan Produktivitas

Berdasarkan produktivitas, kelompok tani dengan nilai produktivitas paling tinggi adalah Kelompok Tani Bedahan di Kecamatan Sawangan. Memiliki nilai produktivitas sebanyak 165,13 ton/ha/tahun dengan luas lahan 1,5 hektar. Sementara produktivitas terendah berada di Kelompok tani Makmur Jaya dengan nilai produksi sebesar 35 ton/ha/thn dengan luas lahan 20 hektar (Lihat Gambar 5.1).

Kelompok tani dengan nilai produktivitas rendah dengan produktivitas kurang dari 70 ton/ha/tahun berjumlah 5 kelompok atau 42% dari total kelompok tani di Kota Depok. Kelompok tani dengan produktivitas sedang antara 70 – 140 ton/ha/tahun berjumlah 5 kelompok atau sebanyak 41 % dari total kelompok tani yang ada di Kota Depok. Produktivitas tinggi dengan nilai > 140 ton/ha/tahun sebanyak 2 kelompok atau berjumlah 17% dari total kelompok tani di Kota Depok.

Kelompok tani dengan produktivitas rendah banyak terdapat di Kecamatan Pancoran Mas berjumlah 4 kelompok, yaitu Kelompok Tani Makmur Jaya, RJB Rawa Denok, Sari Jaya, dan Kali Jaya dan 1 Kelompok

berada di Kecamatan Sawangan yaitu Kelompok Makmur Sejahtera. Kelompok tani dengan produktivitas sedang tersebar hampir merata di 3 kecamatan di Kota Depok, di Kecamatan Cimanggis terdapat 2 kelompok dengan volume produksi sedang yaitu Kelompok Maju Bersama dan Banjar Sari, di Kecamatan Pancoran Mas yaitu Kelompok Layungsari dan Kalilicin, dan di Kecamatan Beji 1 kelompok yaitu Kelompok Mekar Sari. Kelompok tani dengan nilai produksi tinggi terdapat 2 kelompok di Kecamatan Sawangan yaitu Kelompok Tani Bedahan dan di Kecamatan Cimanggis yaitu Kelompok Tani Kelapa Dua (Lihat Peta 4).

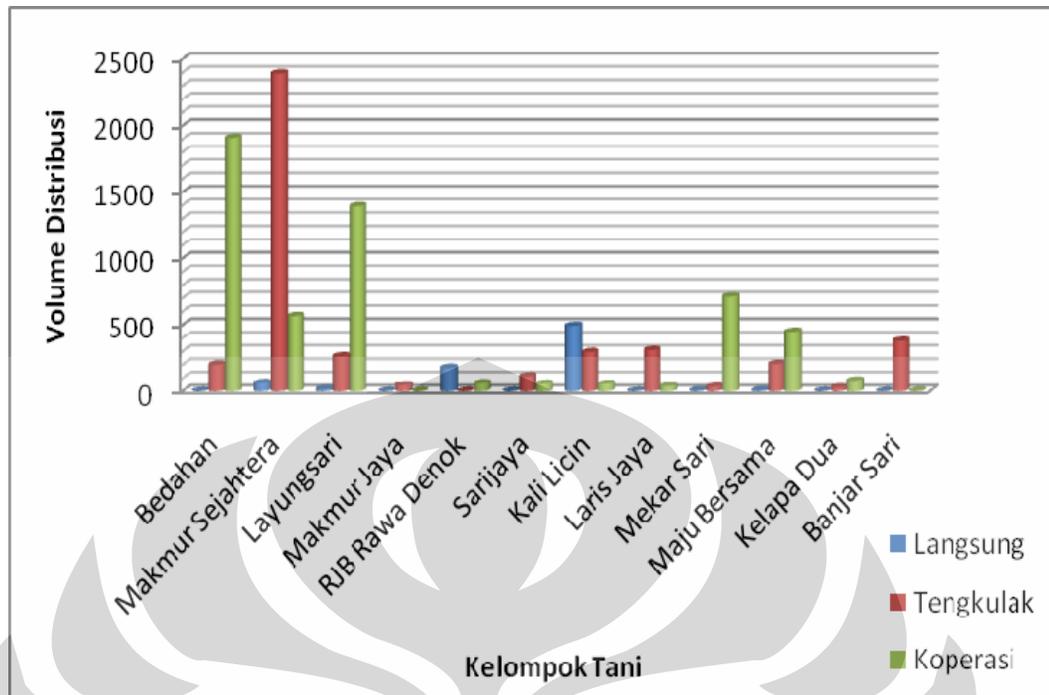


Gambar 5.1 Produktivitas (Ton/Ha/Tahun)

Sumber : Pengolahan data Tahun 2009

5.1.3 Kelompok Tani berdasarkan Volume Distribusi

Dari penelitian di lapangan, diketahui bahwa dalam mendistribusi dan memasarkan buah hasil budidayanya, kelompok tani belimbing di Kota Depok selain memasarkan secara langsung hasil budidayanya, dapat pula mendistribusikan melalui lembaga distribusi yaitu tengkulak dan koperasi.



Gambar 5.2 Volume Distribusi (Ton)

Sumber : Pengolahan Data Tahun 2009

Kelompok tani belimbing yang ada di Kota Depok, sebagian besar mendistribusikan buah hasil budidayanya melalui lembaga distribusi seperti koperasi dan tengkulak. Kelompok yang dominan mendistribusi buah melalui tengkulak adalah Kelompok Makmur Sejahtera, sementara Kelompok yang dominasi distribusi melalui lembaga Koperasi adalah Kelompok Bedahan, Layungsari, Mekar Sari dan Maju Bersama. Sementara, kelompok dengan volume distribusi tinggi dalam mendistribusi buah secara langsung kepada konsumen terdapat di Kelompok Kalilicin (Lihat Gambar 5.2).

Secara keseluruhan, volume distribusi buah belimbing yang paling dominan adalah melalui lembaga distribusi koperasi dengan volume 5.340,768 ton atau sekitar 51,40% buah dari total seluruh hasil budidaya belimbing Kota Depok. Sementara buah yang didistribusi melalui tengkulak masih tinggi dengan jumlah 4.283,772 ton atau sekitar 41,22% dari total hasil budidaya belimbing Kota Depok. Dan sebagian kecil petani masih mendistribusi buah hasil budidaya kepada konsumen dengan jumlah

767,029 ton atau 7,38% dari total buah hasil budidaya belimbing Kota Depok.

Tabel 5.2 Volume Distribusi Belimbing Kota Depok

Nama Kelompok	Volume Distribusi (Ton)		
	Konsumen (Langsung)	Tengkulak	Koperasi
Bedahan	0	202,486	1911,507
Makmur Sejahtera	64,362	2394,207	568,424
Layungsari	16,477	264,001	1394,468
Makmur Jaya	0	48,167	0
RJB Rawa Denok	178,5	0	62,475
Sarijaya	0	116,772	58,414
Kali Licin	495,195	296,827	57,233
Laris Jaya	0	311,483	38,25
Mekar Sari	5,355	34	713,592
Maju Bersama	7,14	207,068	450,075
Kelapa Dua	0	27,961	83,882
Banjar Sari	0	380,8	2,448
Total	767,029	4283,772	5340,768
		10391,57	
Persentase (%)	7,38	41,22	51,40

Sumber : Pengolahan data Tahun 2009

5.2 Lembaga Distribusi Pemasaran Hasil Budidaya Belimbing

Lembaga distribusi adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi distribusi dalam menyampaikan barang dari produsen kepada konsumen, Lembaga Distribusi yang terdapat dalam sistem pemasaran belimbing diantaranya adalah :

1. Petani
2. Tengkulak
3. Koperasi
4. Pedagang Pengecer

5.2.1 Petani

Di lokasi penelitian, ditemukan adanya petani yang bertindak sebagai lembaga distribusi untuk pedagang pengecer. Kondisi ini terdapat di

6 lokasi dengan persentase buah yang dipasarkan berbeda. Pada umumnya, setiap kelompok tidak memasarkan seluruh buah hasil budidayanya secara langsung. Buah yang dipasarkan sendiri pada umumnya merupakan buah yang tidak masuk kualitas A atau B. Aktivitas yang dilakukan relatif sederhana, yakni hanya mensortir buah untuk memisahkan buah yang jelek atau rusak kemudian mengangkut buah menggunakan keranjang untuk dibawa ke lokasi pasar dengan menggunakan pick up atau motor.

5.2.2 Tengkulak

Dalam memasarkan buah hasil budidaya, seringkali petani memerlukan bantuan tengkulak, agar jangkauan pemasaran buah menjadi lebih luas. Hal ini dilakukan petani penghasil karena keterbatasannya dalam mendistribusikan buah hasil budidaya. Aktivitas yang dilakukan tengkulak, pada umumnya hanya membeli buah dari petani penghasil, kemudian mengangkut dan membawanya dengan menggunakan keranjang yang bermuatan 20 kg/keranjang. Aktivitas yang dilakukan tengkulak, tidak hanya pada saat pasca panen, di beberapa lokasi, tengkulak turut serta dalam proses budidaya dengan memberikan modal budidaya bagi petani belimbing, sehingga terbangun hubungan secara tidak langsung kepada petani penghasil. Dengan demikian, pada saat pasca panen, tengkulak akan langsung menjemput buah hasil budidaya untuk disalurkan dan dipasarkan kepada pedagang pengecer. Dari hasil penelitian, terdapat 3 lokasi tengkulak dalam mengumpulkan barang yaitu di Kelurahan Ratu Jaya Kecamatan Pancoran Mas, Kelurahan Pasir Putih Kecamatan Sawangan dan Kelurahan Tugu Kecamatan Cimanggis. Harga yang ditawarkan kepada petani, pada umumnya sama dan sedikit lebih tinggi dengan bila petani bertindak sebagai pedagang yaitu antara Rp 1000 – Rp. 2000,- per buah tanpa memperhatikan pengkelasan mutu buah.

5.2.3 Koperasi

Dalam sistem pemasaran buah belimbing Kota Depok, koperasi bertindak sebagai pedagang besar. Aktivitas yang dilakukan oleh Koperasi

diantaranya adalah menjemput buah, mengemas dan menyalurkan serta memasarkan buah hasil budidaya kepada pedagang besar lain dan pengecer. Koperasi Kota Depok telah memiliki hubungan dengan pedagang besar modern, seperti Carrefour pusat Jakarta dan Makro Cempaka Putih, outlet buah seperti Fresh E dan Fruiterie di Depok dan Jakarta, pedagang pengecer di pasar tradisional dan industri pengolahan belimbing.

Di koperasi berlaku harga buah dengan ditentukan oleh kelas kualitas buah. Semakin bagus kualitas buah, maka semakin tinggi harga yang ditawarkan. Harga yang berlaku di Koperasi untuk kualitas buah kelas A Rp 5000,-/kg, kelas B Rp. 3000 – Rp. 3500,-, dan kelas C Rp. 1000 – Rp. 1500,-. Permintaan belimbing dewa untuk koperasi belimbing di Kota Depok tidak pernah sepi, hal ini berpotensi memberikan keuntungan yang besar bagi petani. Selain itu, harga akan meningkat di musim kemarau. Dari hasil survey, ditemukan di Kelompok Tani Kali Licin, Kecamatan Pancoran Mas, petani yang telah mampu mengatur waktu panen, sehingga pada saat kebun lain minim produksi, kebunnya justru mengalami limpahan produksi dengan kualitas terbaik. Sehingga penawaran harga semakin tinggi di kondisi buah dengan kualitas maksimal jarang ditemukan sementara permintaan pasar tidak pernah surut.

Dalam melakukan pengemasan buah, koperasi membedakan antara buah yang akan didistribusi ke pedagang besar seperti Carrefour dan Makro dengan dus 12 rafing dengan muatan 7 kg. Untuk outlet dan toko buah dikemas dalam container dengan muatan antara 30-35 kg. Sementara, untuk buah yang dibawa ke pasar tradisional dikemas dalam keranjang bermuatan 20 kg.

5.2.4 Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer buah hasil budidaya belimbing ditemukan di pasar tradisional Kota Depok seperti Pasar Depok Jaya, Pasar Induk Depok, Pasar Palsigunung dan Pasar Kemiri, pasar tradisional Jakarta seperti Pasar Minggu dan Pasar Induk Kramat Jati, serta Pasar Citayam di Kota Bogor. Selain itu, pedagang pengecer terdapat pula dalam bentuk outlet dan toko

buah di Jalan Margonda Depok. Pedagang pengecer melayani pembelian dalam jumlah kecil untuk konsumen.

5.3 Saluran Distribusi

Dari hasil pengamatan, ditemukan beberapa saluran distribusi yang dipergunakan dalam distribusi pemasaran belimbing hasil budidaya Kota Depok. Saluran distribusi yang digunakan diantaranya adalah (Lihat Gambar 5.3):

1. Produsen – Pedagang Pengecer (Pasar Tradisional Dalam Kota) (Saluran 1)
2. Produsen – Tengkulak – Pedagang Pengecer (Pasar Buah/Pasar Induk Luar Kota) (Saluran 2)
3. Produsen – Koperasi – Pedagang Besar Luar Kota (Saluran 3)

Gambar 5.3 Saluran Distribusi Belimbing Kota Depok



Sumber : Pengolahan data Tahun 2009

5.3.1 Petani Produsen – Pedagang Pengecer Dalam Kota (Saluran Distribusi 1)

Saluran distribusi ini adalah saluran distribusi yang paling pendek, dimana petani penghasil langsung menjual barang kepada konsumen. Petani sebagai pedagang pengecer ditemukan di 6 lokasi kelompok tani di Kota Depok, yakni di Kelurahan Pasir Putih Kecamatan Sawangan, Kelurahan Rangkapan Jaya Baru, Kelurahan Pancoran Mas, Kelurahan Cipayang Kecamatan Pancoran Mas, Kelurahan Tanah Baru Kecamatan Beji, dan Kelurahan Pasirgunung Selatan Kecamatan Cimanggis. Volume buah yang didistribusi pada umumnya relatif kecil dengan nilai kurang dari 500 ton per kelompok tani. Terdapat 4 lokasi yang bertindak langsung sebagai pengecer mendistribusi buah hasil budidaya dengan nilai kurang dari 100 ton, dan 2 lokasi terletak di Kecamatan Pancoran Mas mendistribusi buah dengan volume antara 100 – 500 ton. Arah distribusi pemasarannya menuju pasar-pasar tradisional di Kota Depok dan sekitarnya (Lihat Peta 5).

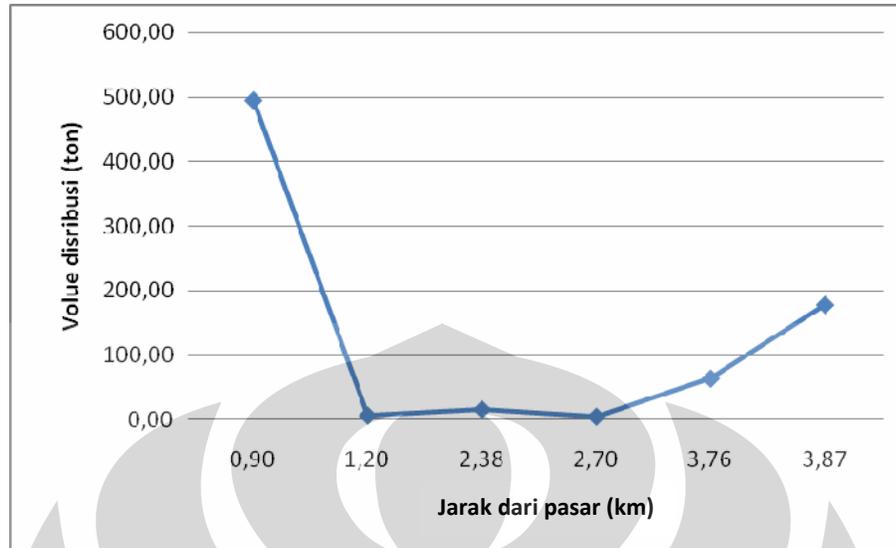
Petani yang menjual hasil budidayanya secara mandiri, pada umumnya dilakukan oleh petani yang memiliki umur tanaman muda di bawah 5 tahun. Hal ini disebabkan karena buah yang dihasilkan, secara kualitas, belum dapat menyaingi buah dari hasil produksi tanaman dengan umur yang lebih tua. Namun, ada pula petani yang secara mandiri membawa barang dagangan ke pasar untuk disalurkan kepada para pengecer, tanpa ada pengkelasan harga dan mutu buah. Keadaan ini, dilakukan karena faktor tradisi keluarga yang telah melakukan hal ini dan berhubungan baik dengan para pengecer di pasar tradisional tujuannya. Karena tidak berlaku pengkelasan buah sehingga seluruh kualitas buah dihargai sama untuk tiap buahnya. Harga yang berlaku untuk seluruh buah relatif sama dengan kisaran antara Rp. 1000 – Rp. 1500,- per buah.

Tabel 5.3 Volume Distribusi Saluran 1

Nama Kelompok	Jarak dari Pasar Terdekat (Km)	Arah Pasar Tujuan	Volume Distribusi (Ton)	Nilai Distribusi (Rp)
Bedahan	5,37	-	0	0.00
Makmur Sejahtera	3,76	Induk Depok	64.362	96,543,000.00
Layungsari	2,38	Induk Depok	16.477	24,715,000.00
Makmur Jaya	0,9	-	0	0.00
RJB Rawa Denok	3,87	Depok Jaya	178.5	267,750,000.00
Sarijaya	2,6	-	0	0.00
Kali Licin	0,9	Induk Depok	495.195	742,793,000.00
Laris Jaya	2,01	-	0	0.00
Mekar Sari	2,7	Depok Jaya	5.355	8,032,500.00
Maju Bersama	1,2	Palsigunung	7.14	10,710,000.00
Kelapa Dua	0,76	-	0	0.00
Banjar Sari	6,65	-	0	0.00
Total			767.029	1,150,543,500.00

Sumber : Pengolahan Data Tahun 2009

Berdasarkan jarak dari lokasi produksi ke konsumen, kelompok-kelompok yang mendistribusi buah secara langsung dengan lokasi terdekat adalah kelompok tani Kalilicin dengan lokasi terdekat dari pasar sejauh 0,9 km. Volume distribusi kelompok tani Kalilicin untuk distribusi langsung adalah senilai 495,195 ton atau 64.65% dari seluruh volume buah belimbing yang didistribusi secara langsung kepada pengecer melalui pasar tradisional dalam kota dengan nilai Rp. 742.739.000,-. Arah pemasaran dari kelompok tani Kalilicin adalah pasar induk depok, yang merupakan pasar dalam kota dengan pemasaran buah yang cukup besar bila dibandingkan dengan pasar dalam kota lain yang diteliti dalam penelitian ini.



Gambar 5.4. Grafik Hubungan Volume Distribusi dengan Jarak dari Pasar

Sumber : Pengolahan data tahun 2009

Secara keseluruhan, pada grafik saluran 1 (Lihat Gambar 5.4) diketahui, bahwa petani yang langsung mendistribusikan buah kepada pengecer dipengaruhi oleh faktor jarak dari lokasi pasar dan arah distribusi pemasaran. Pada lokasi kelompok yang dekat dengan lokasi pasar, volume buah yang didistribusikan relatif lebih besar dari kelompok lain yang mendistribusi buah ke pedagang pengecer di pasar dalam kota. Namun demikian, faktor jarak tidak terlalu kuat mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari grafik volume distribusi yang tidak selalu turun pada jarak kelompok yang semakin jauh dari pasar. Faktor lain yang mempengaruhi pemilihan arah atau tujuan pemasaran adalah arah distribusi terkait kondisi pasar. Pasar dengan wilayah pemasaran yang luas dan konsumen kelas menengah ke atas, mempengaruhi besaran volume buah yang didistribusikan ke pasar tujuan. Volume distribusi buah mulai meningkat pada jarak dari lokasi ke pasar lebih dari 3 km, dan signifikan naik pada kelompok dengan lokasi terjauh dari pasar, yaitu 3,87 km sebesar 178,5 ton dengan arah pasar tujuan adalah Pasar Depok Jaya yang merupakan pasar tradisional yang terletak dekat dengan perumahan teratur dengan konsumen kelas menengah ke atas.

5.3.2 Produsen – Tengkulak – Pedagang Pengecer Luar Kota (Saluran Distribusi 2)

Saluran distribusi ini masih banyak ditempuh kelompok tani di Kota Depok. 11 kelompok dari 12 kelompok tani yang diteliti dalam penelitian ini masih mendistribusi buah melalui tengkulak. Hal ini dikarenakan adanya hubungan yang telah berlangsung lama diantara petani penghasil dan tengkulak. Tengkulak telah mendistribusi buah sebelum adanya lembaga distribusi lain seperti koperasi.

Tabel 5.4 Volume Distribusi Saluran 2

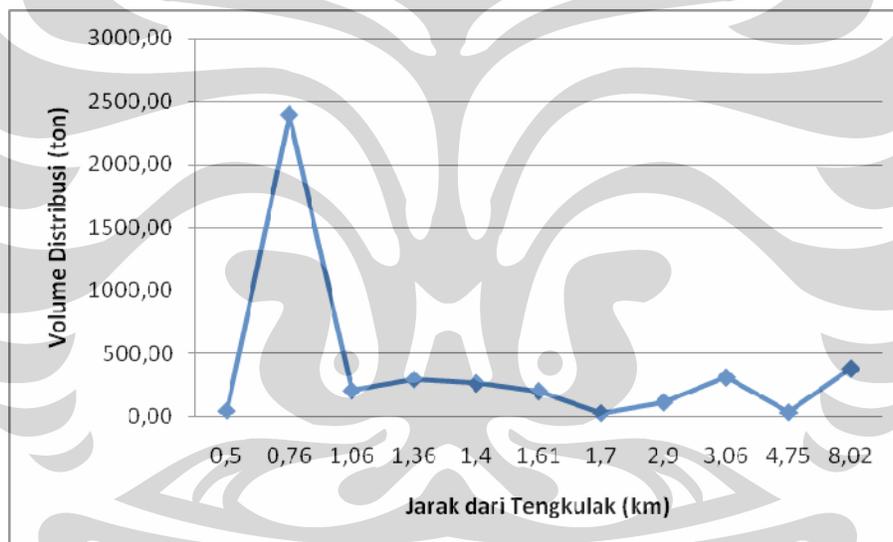
Nama Kelompok	Jarak dari Tengkulak (Km)	Arah Pemasaran	Volume Distribusi (Ton)	Nilai Distribusi (Rp)
Bedahan	1,61	Bogor	202,49	809,946,000.00
Makmur Sejahtera	0,76	Bogor	2394,21	9,576,825,000.00
Layungsari	1,4	Bogor dan DKI Jakarta	264,00	1,056,003,000.00
Makmur Jaya	0,5	Bogor dan DKI Jakarta	48,17	192,666,500.00
RJB Rawa Denok	3,57	-	0,00	0.00
Sarijaya	2,9	Bogor dan DKI Jakarta	116,77	467,089,500.00
Kali Licin	1,36	Bogor dan DKI Jakarta	296,83	1,187,304,000.00
Laris Jaya	3,06	Bogor dan DKI Jakarta	311,48	1,245,930,000.00
Mekar Sari	4,75	Bogor dan DKI Jakarta	34,00	136,000,000.00
Maju Bersama	1,06	DKI Jakarta	207,07	828,270,000.00
Kelapa Dua	1,7	DKI Jakarta	27,96	111,842,100.00
Banjar Sari	8,02	DKI Jakarta	380,80	1.523.200.000,00
Total			4283,77	17,135,076,100.00

Sumber : Pengolahan Data Tahun 2009

Berdasarkan jarak lokasi produksi dengan tengkulak, kelompok dengan lokasi paling dekat dari tengkulak adalah Kelompok Makmur Jaya dan Makmur Sejahtera dengan jarak kurang dari 1 km, namun kelompok yang mendistribusi buah dengan volume yang paling besar adalah Kelompok Tani Makmur Sejahtera dengan volume 2394,207 ton atau sebesar 55,89% dari keseluruhan buah yang didistribusi melalui saluran 2. Arah pemasaran tengkulak yang dituju oleh Kelompok Tani Makmur Sejahtera terpusat di pasar Citayam Bogor. Sementara, untuk kelompok tani

Makmur Jaya, volume distribusi lebih kecil dengan nilai 48,17 ton dengan arah pemasaran tengkulak yang dituju adalah pasar Citayam Bogor dan pasar Kramat Jati di DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa tengkulak yang menjadi tujuan kelompok tani Makmur Jaya belum memiliki fokus pasar tujuan, dimana buah yang dikumpulkan akan didistribusikan. (Lihat Peta 6)

Untuk lokasi terjauh dari tengkulak terdapat di kelompok tani Banjar Sari dengan jarak 8,02 km. Namun volume yang didistribusikan adalah 380,80 ton. Bila dikaitkan dengan arah pemasaran tengkulak yang dituju, maka diketahui bahwa tengkulak terfokus pada pasar tujuan DKI Jakarta yaitu Pasar Minggu. Sehingga jarak yang jauh tidak mempengaruhi besaran volume distribusi buah. (Lihat Tabel 5.4).



Gambar 5.5 Grafik Hubungan Jarak dari Tengkulak dengan Volume Distribusi

Sumber : Pengolahan data tahun 2009

Secara keseluruhan, dari grafik dapat diketahui, bahwa faktor jarak tidak mempengaruhi volume buah yang didistribusikan. Nilai volume distribusi buah tertinggi terdapat di kelompok tani dengan jarak 0,76 km dari tengkulak tujuan distribusi, kemudian nilai volume terus turun dan kembali meningkat pada jarak 2,9 km. Dengan demikian terdapat faktor lain

yang mempengaruhi volume buah yang didistribusikan yaitu arah distribusi pemasaran dari tengkulak yang menjadi tujuan pemasaran petani.

5.3.3 Produsen – Koperasi – Pedagang Besar Luar Kota (Saluran Distribusi 3)

Saluran distribusi 3 ditempuh oleh 11 kelompok tani dari 12 kelompok yang ada di Kota Depok. Volume distribusi buah yang melalui jalur distribusi 3 atau melalui lembaga distribusi koperasi memiliki volume 5340,768 ton dengan nilai Rp. 22.823.074.800,-. Kelompok yang paling besar mendistribusi barang melalui koperasi adalah Kelompok Tani Layungsari dengan volume distribusi 1911,5 ton atau 35,79% dari keseluruhan buah yang didistribusi melalui lembaga koperasi dengan nilai Rp. 8.123.904.000,- (Lihat Tabel 5.5)

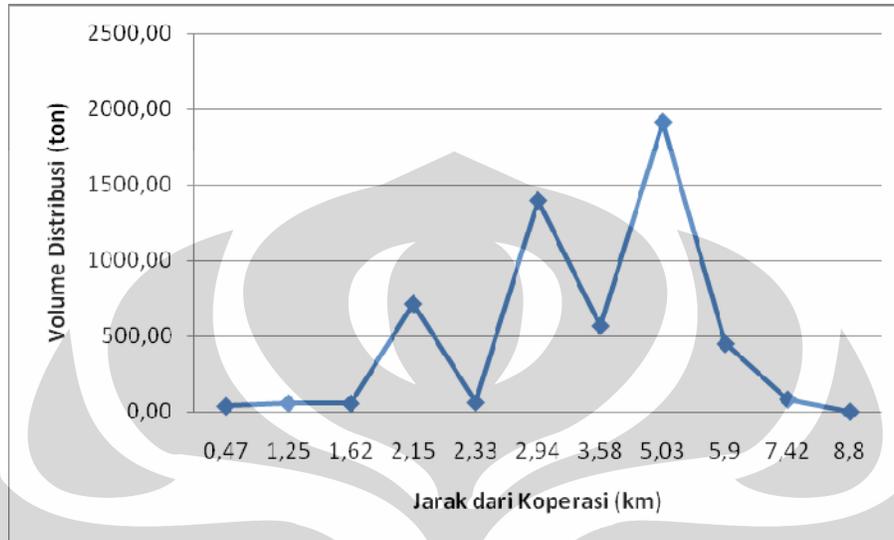
Tabel 5.5 Volume Distribusi Saluran 3

Nama Kelompok	Jarak Dari Koperasi (Km)	Arah Pemasaran	Volume Distribusi (Ton)	Nilai Distribusi (Rp)
Bedahan	5,03	DKI Jakarta	1911,51	8,123,904,000.00
Makmur Sejahtera	3,58	DKI Jakarta	568,42	2,415,802,100.00
Layungsari	2,94	DKI Jakarta	1394,47	5,926,489,200.00
Makmur Jaya	2,86		0,00	0.00
RJB Rawa Denok	2,33	DKI Jakarta	62,48	312,375,000.00
Sarijaya	1,25	DKI Jakarta	58,41	248,261,500.00
Kali Licin	1,62	DKI Jakarta	57,23	243,240,000.00
Laris Jaya	0,47	DKI Jakarta	38,25	172,125,000.00
Mekar Sari	2,15	DKI Jakarta	713,59	3,032,766,000.00
Maju Bersama	5,9	DKI Jakarta	450,08	1,979,376,000.00
Kelapa Dua	7,42	DKI Jakarta	83,88	356,496,000.00
Banjar Sari	8,8	DKI Jakarta	2,45	12.240.000.00
Total			5340,77	22,823,074,800.00

Sumber : Pengolahan Data Tahun 2009

Berdasarkan jarak lokasi produksi dengan koperasi, kelompok tani dengan lokasi terjauh dengan jarak 8,8 km adalah kelompok tani Banjar Sari

dengan volume distribusi 2,45 ton. Dan lokasi terdekat, adalah kelompok tani Laris Jaya dengan jarak 0,47 km dan volume distribusi 38,25 ton. (Lihat Peta 7)



Gambar 5.6 Grafik Hubungan Jarak dari Koperasi dengan Volume Distribusi

Sumber : Pengolahan data tahun 2009

Secara keseluruhan, dari grafik, dapat diketahui bahwa faktor jarak lokasi kelompok tani dengan tengkulak tidak mempengaruhi volume buah yang didistribusikan. Kondisi ini, dari hasil suvey diketahui, lebih disebabkan karena kondisi beberapa kelompok tani yang belum sesuai dengan sistem koperasi sebagai pengumpul. Dengan diberlakukan sistem pembayaran faktur dan adanya retur buah, tidak sesuai bagi petani yang bermata pencarian hanya sebagai petani dan bergantung pada hasil panen yang lebih cepat menghasilkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

5.4 Omzet Petani

Saluran distribusi yang ditawarkan kepada petani, pada umumnya menawarkan harga yang berbeda untuk masing-masing lembaga distribusi. Pada distribusi langsung, petani bertindak pula sebagai distributor kepada para pengecer di pasar tradisional dalam kota. Harga yang ditawarkan relatif lebih rendah, karena tidak ada pengemasan buah, yang dilakukan petani

hanya mengangkut buah dari lokasi produksi ke lokasi pasar dengan menggunakan keranjang buah. Perlakuan buah yang sama dilakukan pula oleh tengkulak, distribusi dilakukan dengan mengangkut buah menggunakan keranjang buah. Namun, harga yang ditawarkan lebih tinggi, karena tengkulak membawa buah ke pasar luar kota, yang menyebabkan harga jual menjadi lebih tinggi, karena lokasi pemasaran relatif lebih jauh dari lokasi produksi. Sedangkan, untuk jalur distribusi koperasi, adanya perbedaan harga dipengaruhi oleh mutu buah dan sasaran pasar yang umumnya adalah pasar modern dengan sasaran konsumen kelas menengah ke atas.

Tabel 5.7 Harga yang terbentuk di setiap Saluran Distribusi

Saluran Distribusi	Biaya Produksi	Petani	Tengkulak	Koperasi	Pedagang Besar	Pengecer Dalam Kota	Pengecer Luar Kota
Saluran 1	1740	3000				4500 (Keranjang Buah-Pasar Tradisional)	
Saluran 2	1740	4000	5000 (Keranjang Buah)				6000 (Pasar Tradisional)
Saluran 3	1740	A: 5000 B: 3500		8500 (kemasan Raffing)	10.000 (kemasan Raffing)		11.500 (Outlet/Toko Buah)

Sumber : Pengolahan data tahun 2009

Secara umum, nilai distribusi yang lebih tinggi, diperoleh melalui saluran distribusi 3 yaitu melalui lembaga distribusi koperasi, dengan nilai Rp. 22.823.074.800,- per tahun. atau sebesar 51.4 % dari keseluruhan jumlah nilai distribusi belimbing di Kota Depok (Lihat Peta 9). Namun demikian, dari tabel 5.7, diketahui bahwa petani sebagai penghasil belimbing menikmati keuntungan yang lebih rendah bila dibandingkan dengan distributor dan pedagang belimbing baik di tingkat pengecer maupun di tingkat pedagang besar

Tabel 5.8 Nilai Distribusi Belimbing Kota Depok

Nama Kelompok	Produktivitas	Saluran Distribusi			Total Omzet
		Saluran 1	Saluran 2	Saluran 3	
Bedahan	165,13	0	809.946.000	8.123.904.000	8.933.850.000
Makmur Sejahtera	67,35	96.543.000	9.576.825.000	2.415.802.100	12.089.170.100
Layungsari	75,67	24.715.000	1.056.003.000	5.926.489.200	7.007.207.200
Makmur Jaya	35,00	0	192.666.500	0	192.666.500
RJB Rawa Denok	51,00	267.750.000	0	312.375.000	580.125.000
Sarijaya	68,00	0	467.089.500	248.261.500	715.351.000
Kali Licin	80,00	742.793.000	1.187.304.000	243.240.000	2.173.337.000
Laris Jaya	54,33	0	1.245.930.000	172.125.000	1.418.055.000
Mekar Sari	133,75	8.032.500	136.000.000	3.032.766.000	3.176.798.500
Maju Bersama	91,43	10.710.000	828.270.000	1.979.376.000	2.818.356.000
Kelapa Dua	142,00	0	111.842.100	356.496.000	468.338.100
Banjar Sari	82,00	0	1.523.200.000	12.240.000	1.535.440.000
Total		1.150.543.500	17.135.076.100	22.823.074.800	41.108.694.400

Sumber : Pengolahan data tahun 2009

Pada umumnya, kelompok tani dengan omzet tertinggi adalah kelompok tani yang menempuh komposisi dari ketiga saluran distribusi. Selain dapat memenuhi kebutuhan hidup dari bertani belimbing dengan menempuh saluran 1 melalui jalur langsung ke pedagang pengecer dan saluran 2 melalui tengkulak, nilai keuntungan dan omzet yang tinggi dapat diperoleh dari saluran distribusi 3 yakni melalui koperasi. (Lihat Peta 10)

5.4 Distribusi Pemasaran

Hubungan antara pemilihan saluran distribusi antara jarak dari lokasi produksi ke lokasi distribusi tidak sesuai dengan teori Losch, yang mengatakan bahwa semakin jauh lokasi pasar, semakin kecil volume yang produk yang didistribusikan, karena resiko kerusakan menjadi lebih besar. Untuk buah belimbing yang merupakan jenis produk mudah rusak, seharusnya faktor jarak menjadi penting dalam melakukan pendistribusian buah. Namun demikian, dari hasil survey, terdapat faktor lain yang menyebabkan terjadinya penyimpangan teori Losch di beberapa lokasi, yaitu disebabkan karena faktor arah dan kondisi pasar yang dianggap lebih

menguntungkan dan kondisi petani terkait dengan sistem pembayaran yang diberlakukan oleh masing-masing lembaga distribusi pemasaran.

Dalam penelitian ini diketahui, bahwa omzet petani dipengaruhi oleh arah pasar dan kondisi pasar yang dituju. Bagi petani belimbing Kota Depok, lembaga distribusi koperasi lebih memberikan keuntungan bagi petani penghasil. Hal ini disebabkan karena koperasi memiliki arah pemasaran yang jelas yakni menuju pedagang besar di DKI Jakarta (Carrefour pusat) untuk didistribusikan ke Carrefour di seluruh Jabodetabek. Selain itu kondisi Carrefour dan Makro sebagai pasar grosir yang menjual produk lebih dari satu macam sehingga dapat menekan biaya resiko dari kerusakan buah yang mungkin terjadi. Didukung pula dengan jenis Carrefour dan Makro sebagai pasar modern dengan konsumen kelas menengah ke atas. Dengan demikian, faktor-faktor lokasi pemasaran dan distribusi setelah koperasi, menyebabkan adanya kepastian harga dan keberanian koperasi dalam memberikan harga yang lebih tinggi kepada petani penghasil dibandingkan bila petani mendistribusi buah ke pedagang pengecer atau melalui tengkulak.

Besarnya jumlah kelompok tani yang masih mendistribusi buah melalui tengkulak, setelah adanya koperasi, disebabkan karena kondisi petani yang belum siap dengan sistem yang diberlakukan koperasi dalam bentuk sistem faktur dan retur.

BAB 6

KESIMPULAN

Distribusi pemasaran belimbing Kota Depok menunjukkan bahwa pemilihan saluran distribusi cenderung kepada arah pemasaran yang akan mempengaruhi omzet petani penghasil terkait dengan kondisi pasar tujuan. Saluran distribusi pemasaran belimbing Kota Depok terdiri dari 3 saluran distribusi yang dapat ditempuh hingga buah sampai kepada pasar pengecer dan konsumen. Saluran distribusi 1 adalah saluran distribusi langsung dari petani ke pasar tujuan, saluran distribusi 2 adalah saluran distribusi melalui tengkulak dan saluran distribusi 3 melalui koperasi. Saluran distribusi 3 dengan lembaga distribusi koperasi yang memiliki arah pemasaran ke DKI Jakarta dengan pedagang besar yang telah memiliki konsumen masyarakat kelas menengah ke atas, akan memberikan harga beli belimbing yang lebih tinggi, sehingga akan memberi omzet yang lebih besar bagi petani penghasil.

Daftar Pustaka

- Alfandi, Widoyo. *Epistemologi Geografi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2001.
- Anief, Moh. *Prinsip dan Dasar Manajemen: Pemasaran Umum dan Farmasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2000.
- Anindita, Ratya. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Jakarta: Papyrus, 2004.
- Ashari, Semeru. *Meningkatkan Keunggulan Bebuahan Tropis Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2006.
- Berry, L.J., Brian. *Geography of market center and retail distribution*. New Jersey: Orentice hall Inc. Englewood Cliffs, 1967.
- Cahyono, Bambang. *Tomat usaha tani dan penanganan pasca panen (edisi revisi)*. Yogyakarta: Kanisius, 2008.
- Daldjoeni, N. *Geografi Baru: Organisasi Keruangan dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Alumni, 1992.
- Daldjoeni, N. *Geografi Kota dan Desa*. Salatiga: PT. Alumni Bandung, 1998.
- Daniel, Moehar. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Medan: PT. Bumi Aksara, 2001.
- Davies Ross. *Marketing Geography*. London: Mathew & Co Ltd, 1976.
- Dinas Pertanian Kota Depok. *Profil Belimbing, Potensi investasi hortikultural Kota Depok*. Depok: Dinas Pertanian Kota Depok, 2007.
- Dinas Pertanian Kota Depok. *Riset Pemasaran Pengembangan Belimbing Depok Sebagai Ikon Kota Depok*. Depok: Dinas Pertanian Kota Depok, 2007.
- Djamali, R Abdoel. *Manajemen Usahatani*. Jember: Departemen Pendidikan Nasional, politeknik pertanian Negeri Jember, Jurusan manajemen agribisnis, 2000.
- Djojodipuro M. *Teori Lokasi*. Jakarta. Fakultas Ekonomi UI, 1992.
- Firdaus, M. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara, 1994.
- Gumbira, Sa'id. E dan A. Harizt Intan. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta, 2001.
- Imelia dan Emilia. *Modul Ekonomi Regional*. Jambi: Jurusan Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi Universitas Jambi, 2006

- Indrajit, Richardus Eko dan Richardus Djokopranoto. *Konsep manajemen supply chain : Cara baru memandang mata rantai penyediaan barang*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Kartasapoetra, A.G. *Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian*. Jakarta: PT. Bina Aksara, 1988.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall, 2001.
- McDaniel, Carl D and William M, Darden. *Marketing*. Boston: Prentice Hall International Edition, 1987.
- Montgomery, M. *Cities Transformed Demographic Change and Its Implications in The Developing World Panel on Urban Population Dynamics*. Washington DC: National Academic Press, 2003.
- Pambudy, Rachmat dkk. *Bisnis dan Kewirausahaan dalam sistem Agribisnis*. Jakarta. 2001.
- Pribadiyono. *Aplikasi Sistem Produktivitas Kaitannya dengan Pengupahan*. Jurnal Teknik Industri Vol.8 No.2 :117, 1996.
- Royan, F. M. *Winning in The Battle With Distribution Strategy*. Jakarta: Andi, 2004.
- Rustiani, Frida. *Peluang Pasar dan Posisi Petani. Pengalaman Petani Sayur di Kabupaten Bandung*. Bandung: Yayasan AKATIGA, 1994.
- Sinungan, Muchdarsyah. *Produktivitas Apa dan Bagaimana*. Jakarta: Bumi Aksara, 1999.
- Teken I.B dan Sjoefjan, A. *Teori ekonomi mikro*.Bogor: Faperta IPB, 1977.
- Tika, Pabundu. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Tim Penulis Penebar Swadaya. *Agribisnis Tanaman Buah*. Depok: Penebar Swadaya, 2007.

Lampiran Tabel

Kelompok Tani	Volume Produksi (Ton)	Saluran Distribusi (%)			Volume Distribusi (Ton)			Nilai Distribusi (Rp)		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3
Bedahan	163.00			100%	0	0	672000	0	0	2856000000
Bedahan	115.00			100%	0	0	27977	0	0	118902857
Bedahan	105.00			100%	0	0	489600	0	0	2080800000
Bedahan	204.00			100%	0	0	255000	0	0	1083750000
Bedahan	204.00		40%	60%	0	122400	183600	0	489600000	780300000
Bedahan	163.00		40%	60%	0	16846	25270	0	67385806	107396129
Bedahan	204.00		40%	60%	0	63240	94860	0	252960000	403155000
Bedahan	163.00			100%	0	0	163200	0	0	693600000
Makmur Sejahtera	63.00	20%	80%		11322	45288	0	16983000	181152000	0
Makmur Sejahtera	43.00		100%		0	110160	0	0	440640000	0
Makmur Sejahtera	20.00	80%	20%		20400	5100	0	30600000	20400000	0
Makmur Sejahtera	57.00		100%		0	17136	0	0	68544000	0
Makmur Sejahtera	163.00		100%		0	343579	0	0	1374315789	0
Makmur Sejahtera	24.00		20%	80%	0	976	3903	0	3902609	16586087
Makmur Sejahtera	143.00		100%		0	1010585	0	0	4042338462	0
Makmur	41.00		100%		0	9644	0	0	38574545	0

Sejahtera										
Makmur Sejahtera	65.00		100%		0	170000	0	0	680000000	0
Makmur Sejahtera	33.00	100%			32640	0	0	48960000	0	0
Makmur Sejahtera	82.00		100%		0	4284	0	0	17136000	0
Makmur Sejahtera	26.00		100%		0	25500	0	0	102000000	0
Makmur Sejahtera	20.00			100%	0	0	2720	0	0	11560000
Makmur Sejahtera	41.00		100%		0	48960	0	0	195840000	0
Makmur Sejahtera	16.00		40%	60%	0	6528	9792	0	26112000	41616000
Makmur Sejahtera	41.00		40%	60%	0	13600	20400	0	54400000	86700000
Makmur Sejahtera	102.00		40%	60%	0	61200	91800	0	244800000	390150000
Makmur Sejahtera	106.00		40%	60%	0	169728	254592	0	678912000	1082016000
Makmur Sejahtera	204.00		40%	60%	0	8160	12240	0	32640000	52020000
Makmur Sejahtera	82.00		40%	60%	0	23314	34971	0	93257143	148628571
Makmur Sejahtera	41.00		40%	60%	0	8704	13056	0	34816000	55488000
Makmur Sejahtera	86.00		100%		0	160650	0	0	642600000	0
Makmur Sejahtera	102.00		100%		0	151111	0	0	604444444	0

Makmur Sejahtera	41.00			100%	0	0	13770	0	0	58522500
Makmur Sejahtera	56.00			100%	0	0	44880	0	0	190740000
Makmur Sejahtera	53.00			100%	0	0	66300	0	0	281775000
Layungsari	53.00			100%	0	0	202057	0	0	858742857
Layungsari	51.00	100%			16477	0	0	24715385	0	0
Layungsari	190.00			100%	0	0	1125091	0	0	4781636364
Layungsari	61.00			100%	0	0	67320	0	0	286110000
Layungsari	51.00		100%		0	25500	0	0	102000000	0
Layungsari	71.00		100%		0	142800	0	0	571200000	0
Layungsari	51.00		100%		0	25500	0	0	102000000	0
Layungsari	71.00		100%		0	43273	0	0	173090909	0
Layungsari	82.00		100%		0	26928	0	0	107712000	0
Makmur Jaya	35.00		100%		0	48167	0	0	192666667	0
RJB Rawa Denok	51.00	100%			178500	0	62475	267750043	0	312375050
Sarijaya	51.00			100%	0	0	6800	0	0	28900000
Sarijaya	71.00			100%	0	0	51614	0	0	219361446
Sarijaya	82.00		100%		0	116772	0	0	467089655	0
Kali Licin	82.00	100%			489600	0	0	734400000	0	0
Kali Licin	51.00		100%		0	87429	0	0	349714286	0
Kali Licin	51.00		50%	50%	0	35700	35700	0	142800000	151725000
Kali Licin	51.00		50%	50%	0	15938	15938	0	63750000	67734375
Kali Licin	82.00		100%		0	157760	0	0	631040000	0
Kali Licin	163.00	50%		50%	5595	0	5595	8393143	0	23780571
Laris Jaya	61.00		100%		0	46920	0	0	187680000	0
Laris Jaya	51.00		75%	25%	0	239063	12750	0	956250000	63750000

Laris Jaya	51.00		50 %	50 %	0	25500	25500	0	102000016	108375017
Mekar Sari	184.00			100%	0	0	172992	0	0	735216000
Mekar Sari	144.00		40%	60%	0	34000	51000	0	136000000	216750000
Mekar Sari	136.00			100%	0	0	489600	0	0	2080800000
Mekar Sari	71.00	100%			5355	0	0	8032500	0	0
Maju Bersama	41.00			100%	0	0	55371	0	0	235328571
Maju Bersama	82.00	25%		75%	7140	0	21420	10710000	0	91035000
Maju Bersama	82.00			100%	0	0	217600	0	0	924800000
Maju Bersama	39.00		25%	75%	0	11555	32353	0	46218240	137499264
Maju Bersama	153.00		60%	40%	0	153000	61200	0	612000000	306000000
Maju Bersama	110.00		75%	25%	0	30983	27540	0	123930000	137700000
Maju Bersama	133.00		25%	75%	0	11530	34591	0	46121739	147013043
Kelapa Dua	142.00		25%	75%	0	27961	83882	0	111842105	356496711
Banjar Sari	82.00		70%	30%	0	380800	2448	0	1523200000	12240000

Lampiran 2. Foto Lokasi Sampel



**Foto 1. Kebun Belimbing Kecamatan Sawangan
(Dok. Pribadi. Tanggal 14 Mei 2009. Pk. 10.57)**



**Foto 2. Kebun Belimbing di Pekarangan Rumah,
Kec. Pancoran Mas
(Dok. Pribadi. Tanggal 30 April 2009. Pk. 15.58)**



**Foto 3. Kebun Belimbing di Tanah Kosong sekitar
pemukiman, Kec. Pancoran Mas
(Dok. Pribadi. Tanggal 1 Mei 2009. Pk. 16.50)**



**Foto 4. Bak Penampungan Air, Kec. Pancoran Mas
(Dok. Pribadi. Tanggal 3 Mei 2009. Pk. 16.04)**



**Foto 5. Panen dan Sortasi Buah, Kec. Pancoran Mas
(Dok. Pribadi. Tanggal 29 April 2009. Pk. 14.17)**



**Foto 6. Pemetikan Buah, Kec. Pancoran Mas
(Dok. Pribadi. Tanggal 3 Mei 2009. Pk. 16.24)**



Foto 7. Sortasi Buah oleh petani (atas: grade B, bwh kiri: grade A, bwh kanan : grade C), Kec. Pancoran Mas (Dok. Pribadi. Tanggal 29 April 2009. Pk. 15.06)



Foto 8. Belimbing Grade A, Koperasi Belimbing Kota Depok (Dok. Pribadi. Tanggal 30 April 2009. Pk. 17.41)



Foto 9. Pengemasan untuk Pasar Tradisional, Koperasi Belimbing Kota Depok (Dok. Pribadi. Tanggal 30 April 2009. Pk. 17.39)



Foto 10. Pengemasan buah untuk Pasar Modern, Koperasi Belimbing Kota Depok (Dok. Pribadi. Tanggal 30 April 2009. Pk. 17.41)



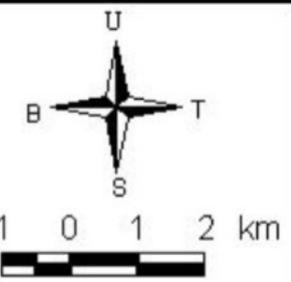
Foto 11. Belimbing Kota Depok, Koperasi Belimbing Kota Depok (Dok. Pribadi. Tanggal 30 April 2009. Pk. 17.36)



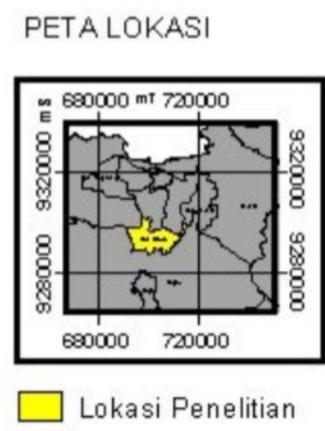
Foto12. Hasil Industri Pengolahan Belimbing, Koperasi Belimbing Kota Depok (Dok. Pribadi. Tanggal 30 April 2009. Pk. 17.36)

ADMINISTRASI KOTA DEPOK

PETA 1

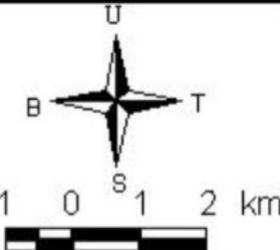
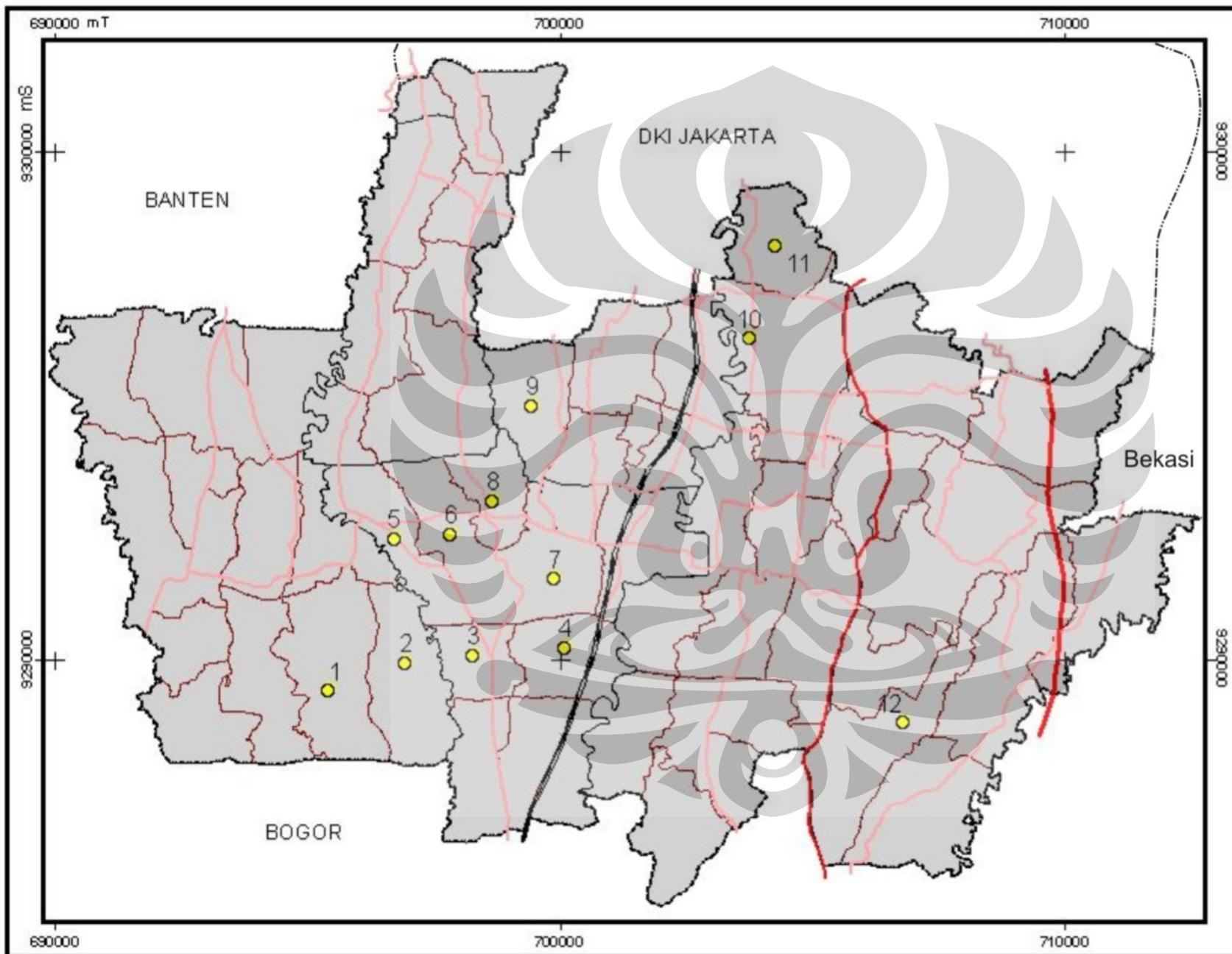


KETERANGAN
----- Batas Kota
----- Batas Kecamatan
----- Batas Kelurahan



Sumber : Dinas Tata Ruang Kota Depok Tahun 2004

LOKASI KELOMPOK TANI BELIMBING KOTA DEPOK PETA 2



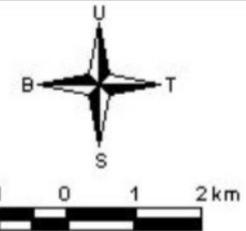
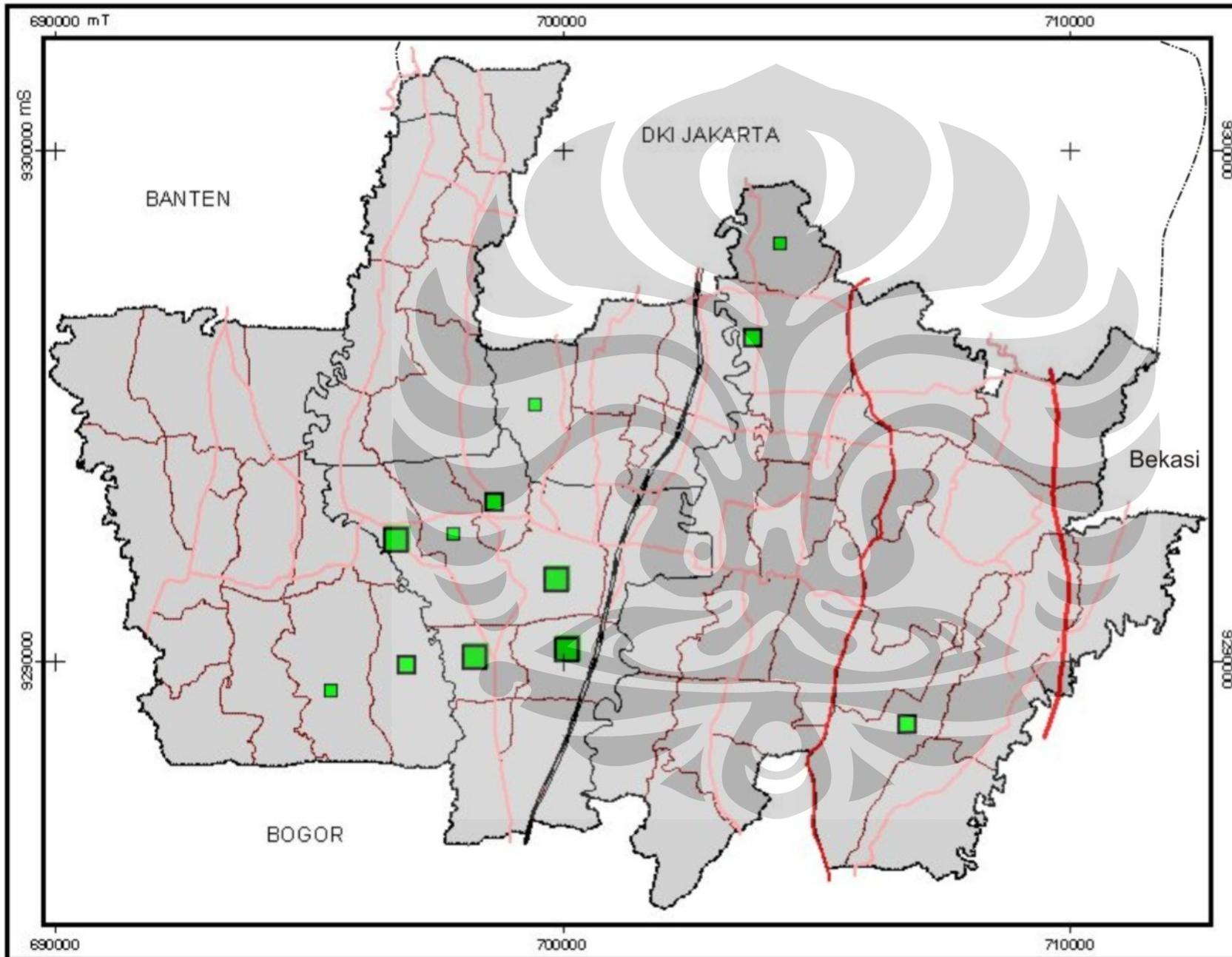
- KETERANGAN**
- Kelompok Tani
 - 1 Nomor Kelompok
 - Batas Kota
 - - - Batas Kecamatan
 - Batas Kelurahan
 - Rel KRL
 - Jalan Tol
 - Jalan Arteri
 - Jalan Kolektor



Sumber : Dinas Tata Ruang Kota Depok Tahun 2004 dan Pengolahan Data Tahun 2009

LUAS LAHAN KEBUN BUDIDAYA BELIMBING KOTA DEPOK

PETA 3



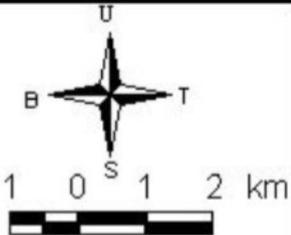
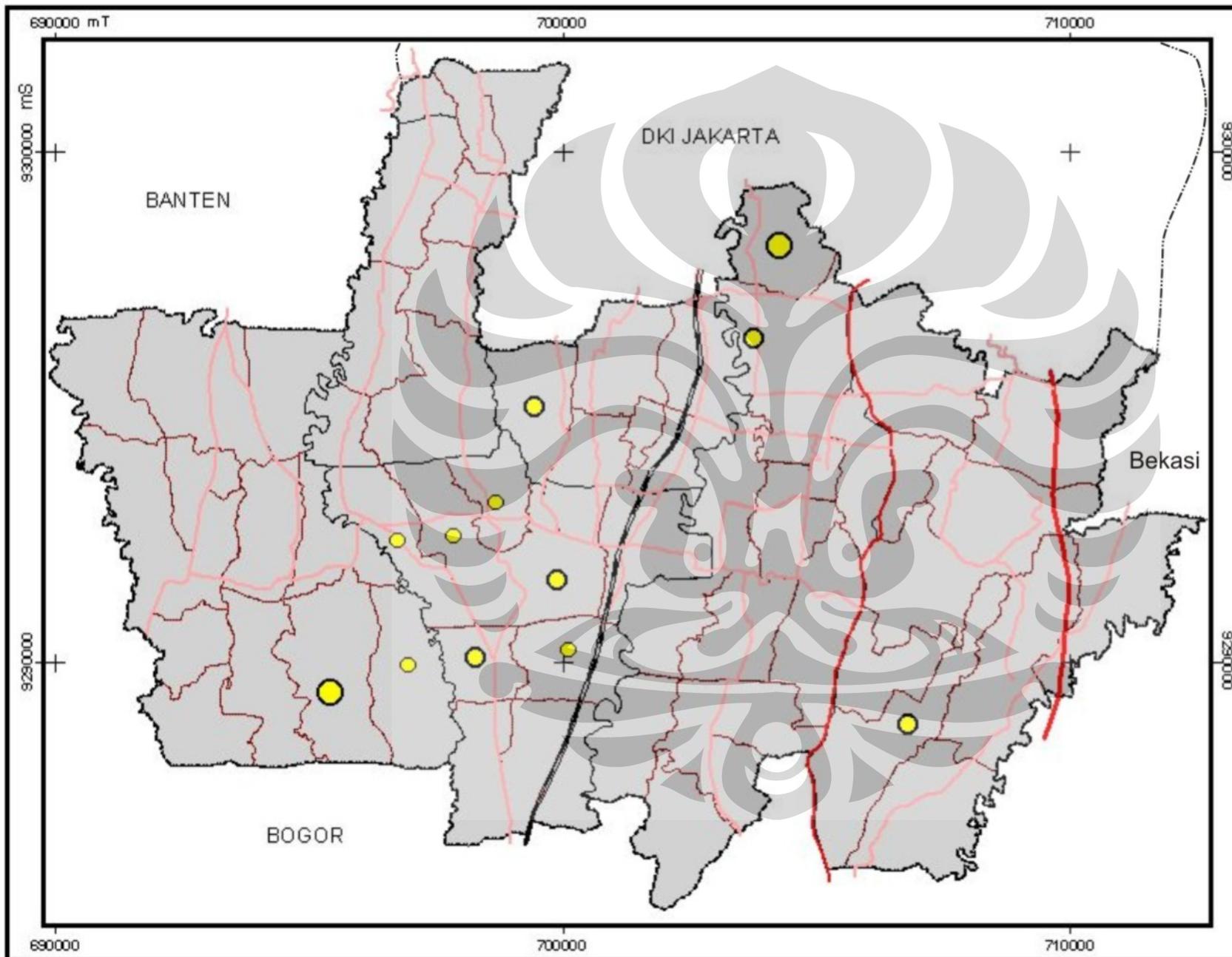
- KETERANGAN**
- Kelompok Tani
 - - - Batas Kota
 - - - Batas Kecamatan
 - - - Batas Kelurahan
 - Rel KRL
 - Jalan Tol
 - Jalan Arteri
 - Jalan Kolektor
- Luas Lahan**
- 1 - 6 ha
 - 6.01 - 12 ha
 - > 12 ha



Sumber : Dinas Tata Ruang Kota Depok Tahun 2004 dan Pengolahan Data Tahun 2009

PRODUKTIVITAS BELIMBING KOTA DEPOK

PETA 4

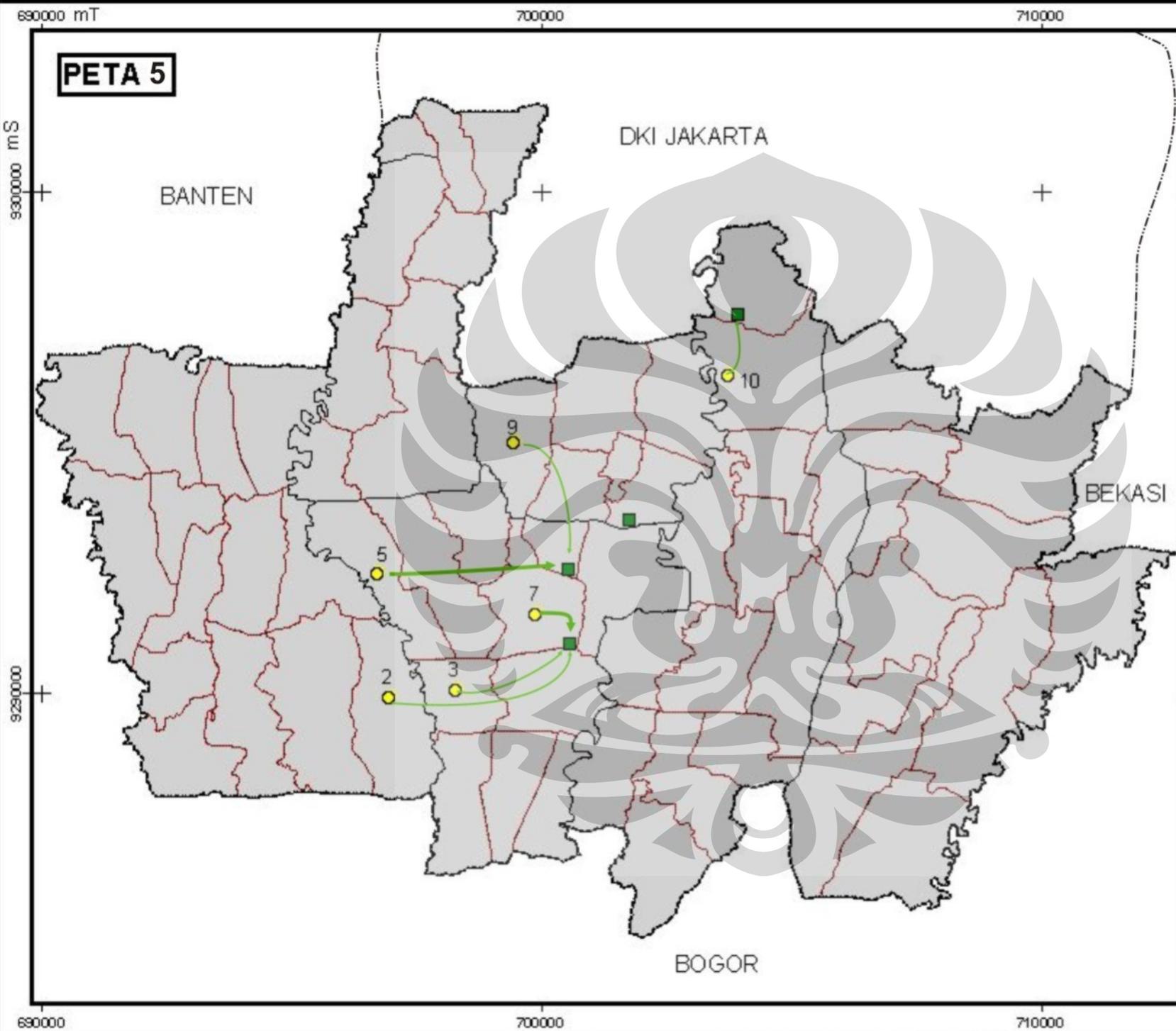


- KETERANGAN**
- Kelompok Tani
 - Batas Kota
 - Batas Kecamatan
 - Batas Kelurahan
 - Rel KRL
 - Jalan Tol
 - Jalan Arteri
 - Jalan Kolektor
- Produktivitas**
- < 7 ton/Ha/thn
 - 70-140 ton/Ha/thn
 - > 140 ton/Ha/thn

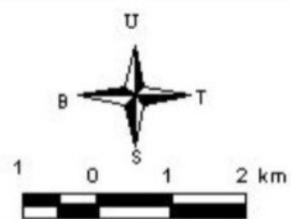


Sumber : Dinas Tata Ruang Kota Depok Tahun 2004 dan Pengolahan Data Tahun 2009

PETA 5



**SALURAN DISTRIBUSI 1
(Pemasaran Belimbing Kota Depok)**



KETERANGAN

- Batas Kota
- Batas Kecamatan
- Batas Kelurahan
- Kelompok Tani
- Pasar Dalam Kota

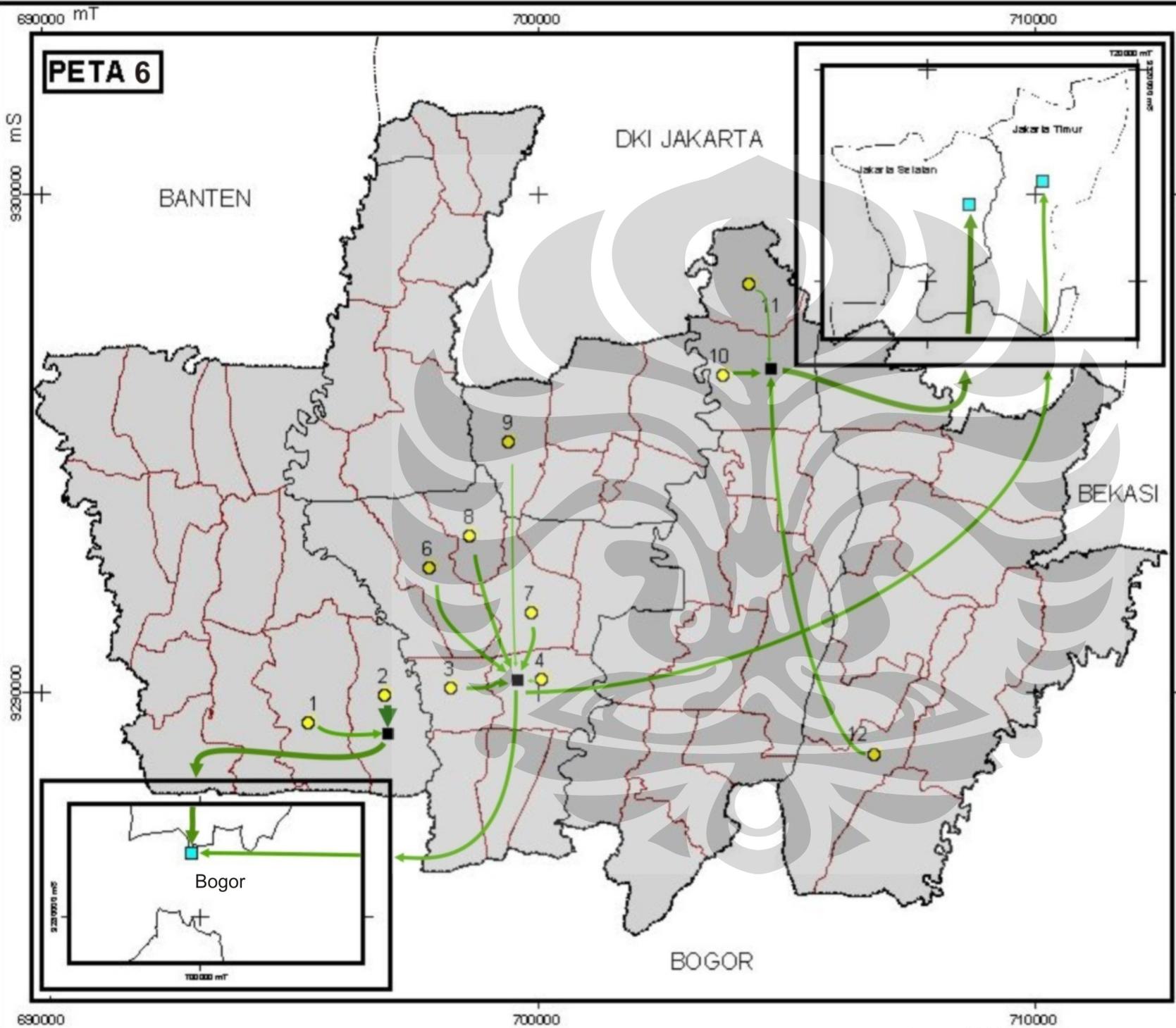
100 500 1500 2500 ton

Saluran Distribusi 1
Petani
↓
Pasar Dalam Kota

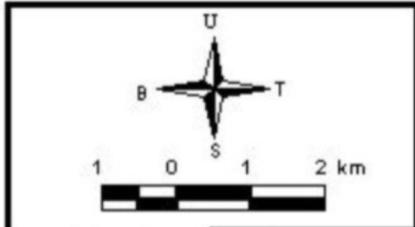


Sumber : Dinas Tata Ruang Kota Depok Tahun 2004 dan Pengolahan Data Tahun 2009

PETA 6



SALURAN DISTRIBUSI 2 (PEMASARAN BELIMBING KOTA DEPOK)



KETERANGAN

- Batas Kota
- Batas Kecamatan
- Batas Kelurahan
- Kelompok Tani
- Tengkulak
- Pasar Luar Kota

100 500 1500 2500 ton

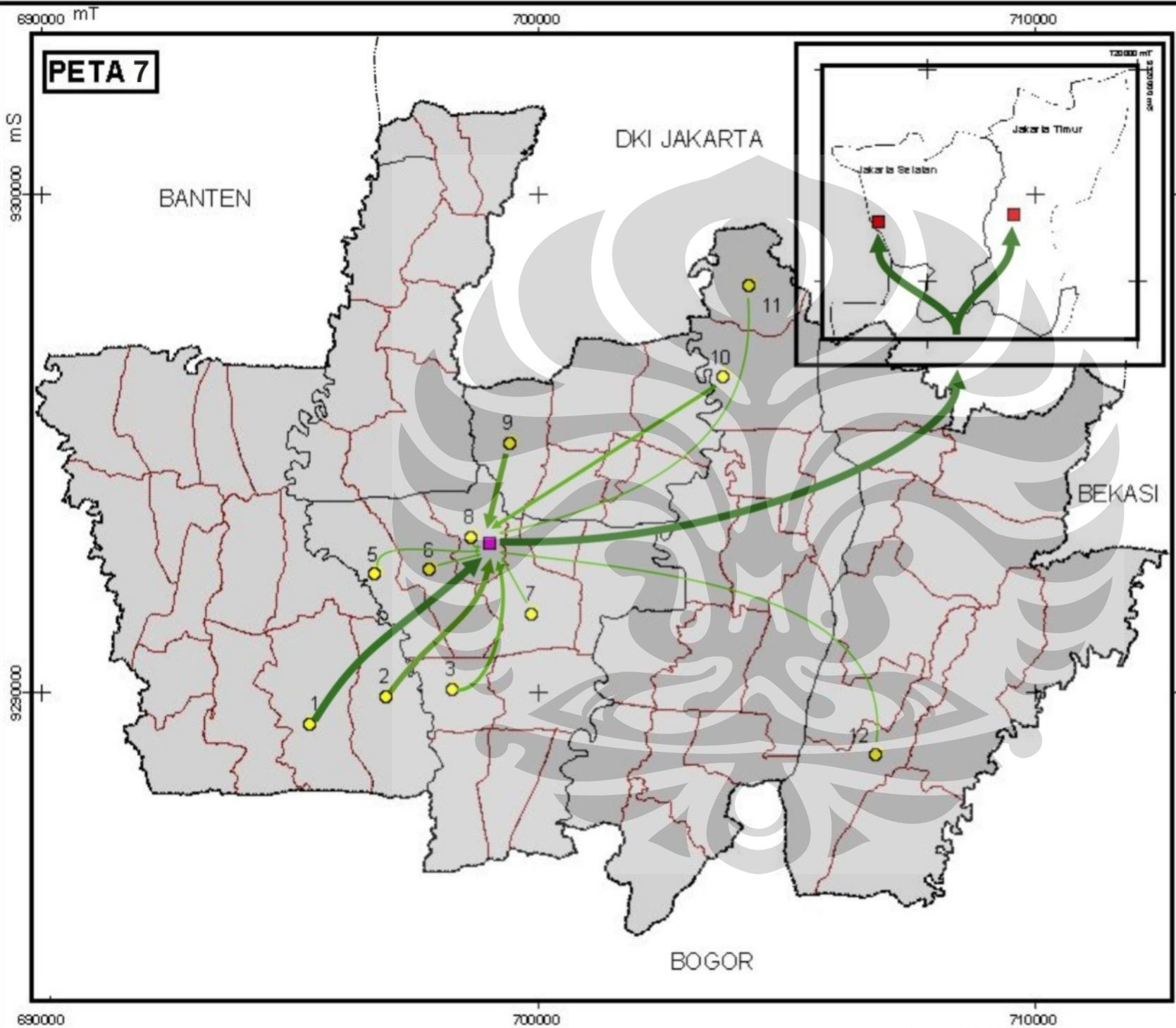
Saluran Distribusi 2

Petani
↓
Tengkulak
↓
Pasar Luar Kota

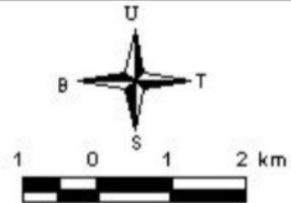


Sumber : Dinas Tata Ruang Kota Depok Tahun 2004 dan Pengolahan Data Tahun 2009

PETA 7



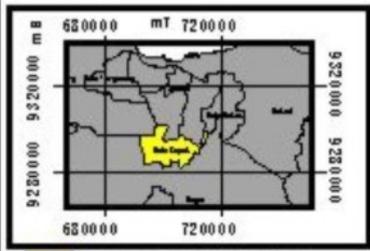
SALURAN DISTRIBUSI 3 (Pemasaran Belimbing Kota Depok)



- ### KETERANGAN
- Batas Kota
 - Batas Kecamatan
 - Batas Kelurahan
 - Kelompok Tani
 - Koperasi
 - Pedagang Besar Luar Kota



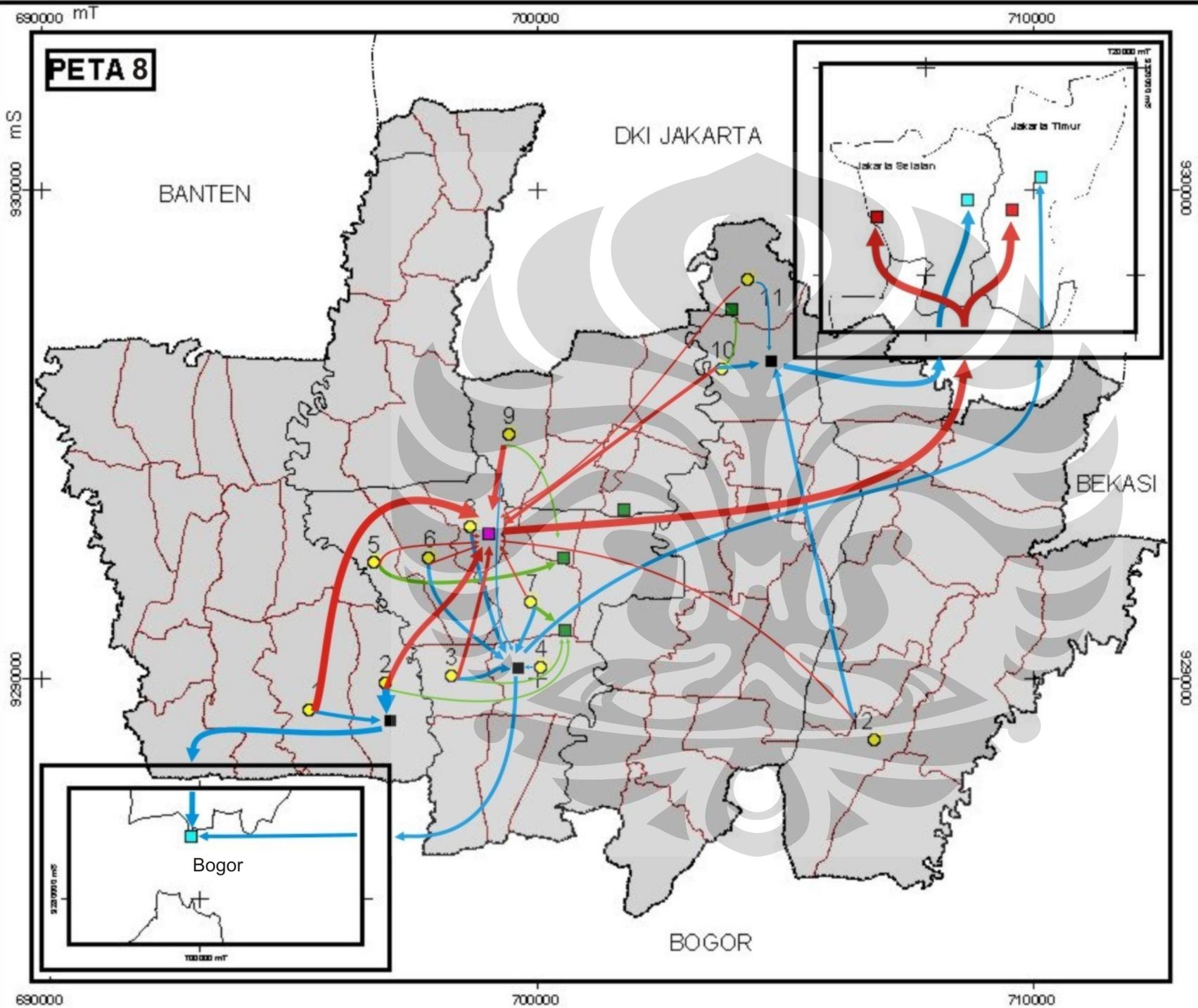
PETA LOKASI



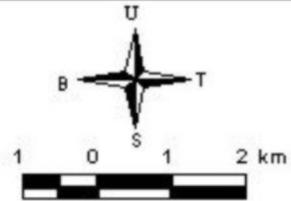
■ Lokasi Penelitian

Sumber : Dinas Tata Ruang Kota Depok Tahun 2004 dan Pengolahan Data Tahun 2009

PETA 8



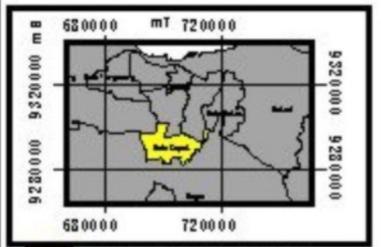
VOLUME DISTRIBUSI PEMASARAN BELIMBING KOTA DEPOK



KETERANGAN

- Batas Kota
 - Batas Kecamatan
 - Batas Kelurahan
 - Kelompok Tani
 - Tengkulak
 - Koperasi
 - Pasar Dalam Kota
 - Pasar Luar Kota
 - Pedagang Besar Luar Kota
- 100 500 1500 2500 ton
- Saluran Distribusi 1
 - Saluran Distribusi 2
 - Saluran Distribusi 3

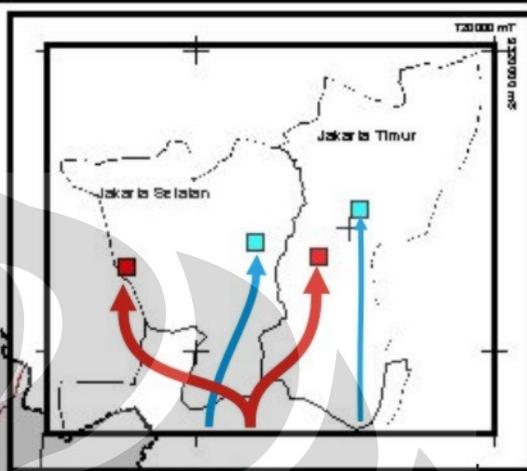
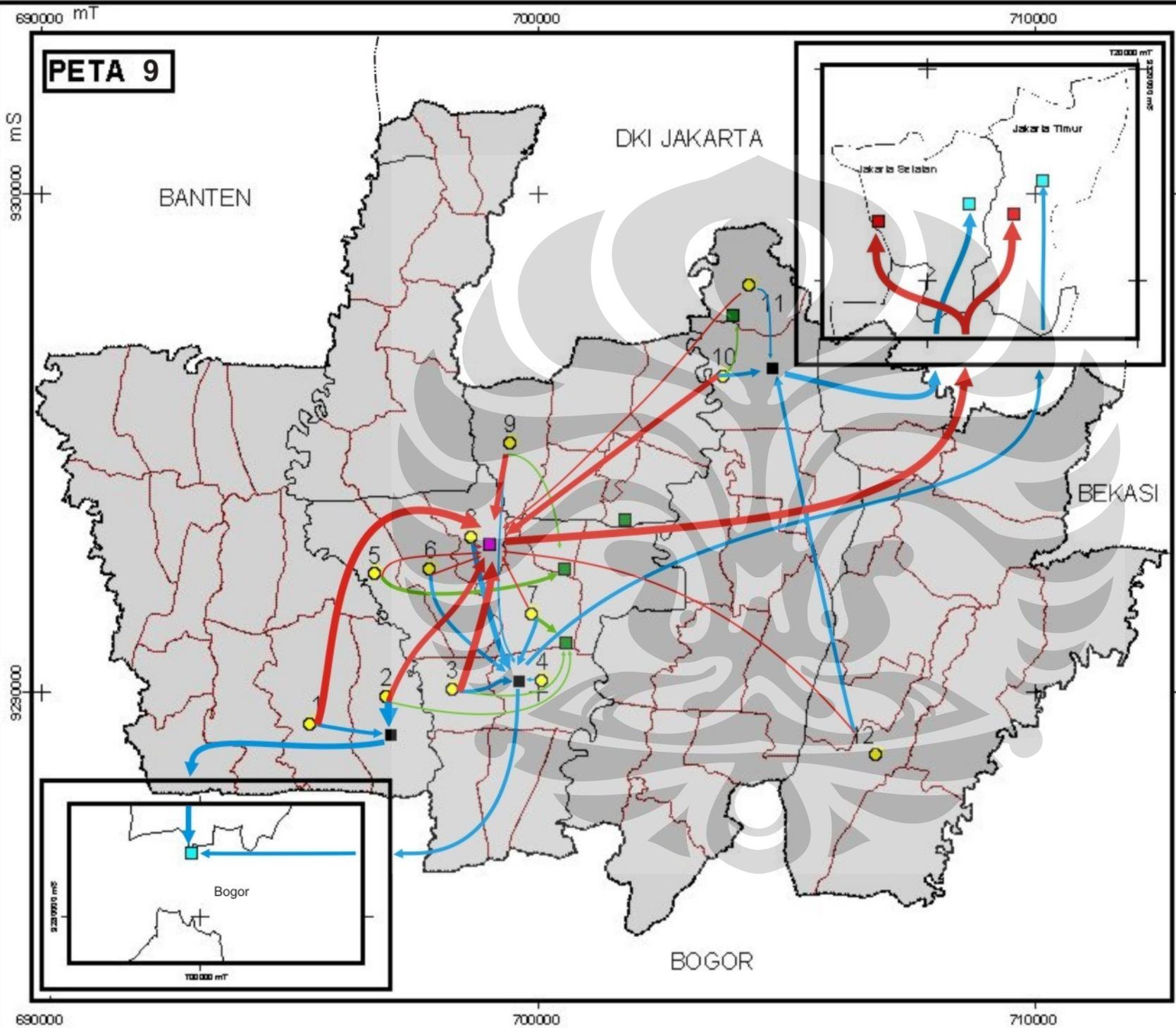
PETA LOKASI



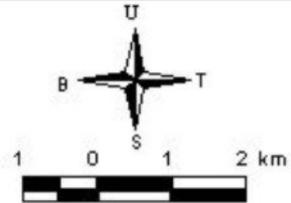
■ Lokasi Penelitian

Sumber : Dinas Tata Ruang Kota Depok Tahun 2004 dan Pengolahan Data Tahun 2009

PETA 9



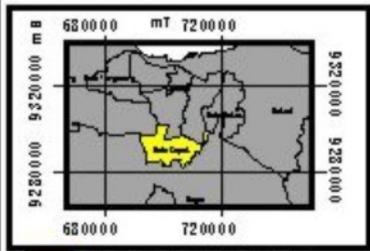
NILAI DISTRIBUSI PEMASARAN BELIMBING KOTA DEPOK



KETERANGAN

- Batas Kota
 - Batas Kecamatan
 - Batas Kelurahan
 - Kelompok Tani
 - Tengkulak
 - Koperasi
 - Pasar Dalam Kota
 - Pasar Luar Kota
 - Pedagang Besar Luar Kota
- 500 1000 5000 10000 juta
- Saluran Distribusi 1
 - Saluran Distribusi 2
 - Saluran Distribusi 3

PETA LOKASI

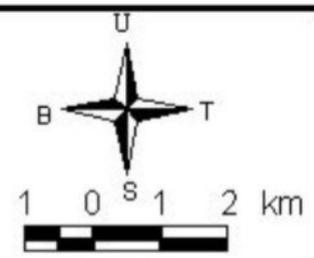
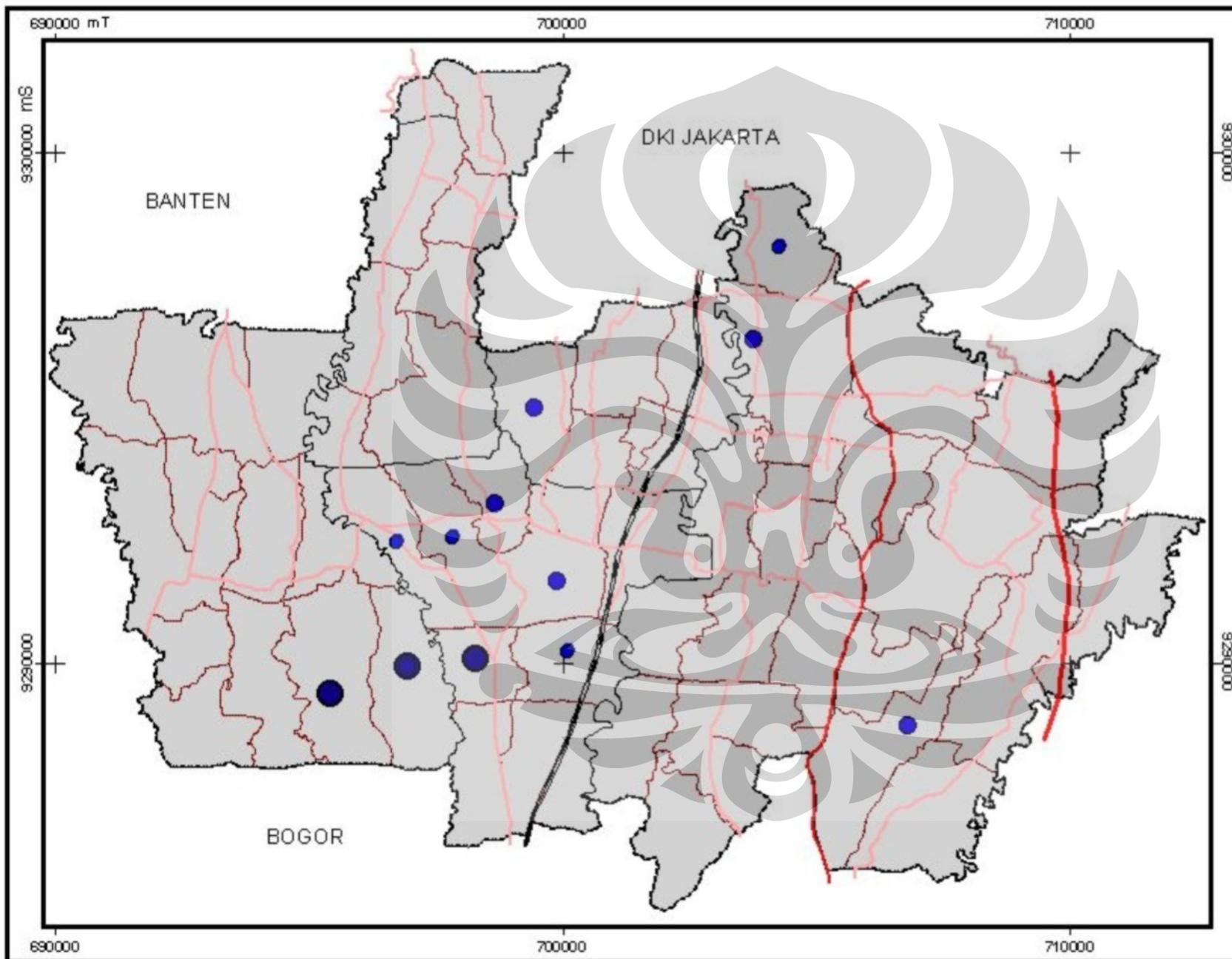


■ Lokasi Penelitian

Sumber : Dinas Tata Ruang Kota Depok Tahun 2004 dan Pengolahan Data Tahun 2009

OMZET PETANI BELIMBING KOTA DEPOK

PETA 10



- KETERANGAN**
- Batas Kota
 - Batas Kecamatan
 - Batas Kelurahan
 - +—+—+ Rel KRL
 - Jalan Tol
 - Jalan Arteri
 - Jalan Kolektor
 - Omzet Petani**
 - Rendah
 - Sedang
 - Tinggi



Sumber : Dinas Tata Ruang Kota Depok Tahun 2004 dan Pengolahan Data Tahun 2009