

**ANALISIS PEMASARAN BUAH NAGA DI DESA SIDERA
KECAMATAN SIGI BIROMARU KABUPATEN SIGI**

**COOKING ANALYSIS OF DRAGON FRUIT IN SIDERA VILLAGE
SUB DISTRICT OF SIGI BIROMARU SIGI**

¹Eka Lestari, ²Muh. Syaifuddin Nasrun, ³Irmawaty

^{1, 2}Bagian Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palu

(Email : eka.lestari@gmail.com)

(Email : Irmawati449@yahoo.com)

²Bagian Budidaya Tanaman, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palu

(Email : uppingnasrun@gmail.com)

Permasalahan yang ada pada pertanian buah naga di Desa Sidera ini adalah kurang luasnya jaringan pemasaran dan tidak stabilnya saluran pemasaran dari beberapa saluran mulai dari petani hingga ketangan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bentuk saluran pemasaran buah naga, besarnya margin yang diterima masing-masing saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran buah naga di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Penelitian dilaksanakan di Desa Sidera dengan mengambil responden 29 orang yaitu 15 petani, 4 pedagang pengumpul, 6 pedagang pengecer di Kota Palu dan 4 pedagang pengecer di Desa Sidera. Metode analisis yang digunakan adalah rumus : Margin : $NP - NB$, Margin Total $MT = M_1 + M_2 + \dots + M_n$ dan rumus efisiensi : $Eps = (TB/TNP) \times 100\%$. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Ada 2 (dua) saluran pemasaran buah naga yang terjadi di Desa Sidera yaitu, Saluran pertama : Petani-----Pedagang Pengumpul-----Pedagang Pengecer-----Konsumen dan Saluran Kedua : Petani-----Pedagang Pengecer----- Konsumen. Margin yang diperoleh dalam saluran pertama yaitu sebesar Rp. 10.000,-dan margin yang diperoleh dalam saluran kedua yaitu sebesar Rp. 5.000,-/Kg. Dari kedua saluran pemasaran yang ada nilai efisiensi yang diperoleh untuk saluran pemasaran pertama yaitu sebesar 7,9 % dan untuk saluran kedua nilai efisiensi sebesar 6,9 % sehingga saluran yang efisien dari kedua saluran yang ada yaitu saluran kedua.

Kata Kunci :Saluran Pemasaran, Margin, Efisiensi

The problem in the Dragon Fruit Farm in Sidera village is the less widespread marketing network and the marketing channel is not stable from several channels ranging from farmers to consumers. The purpose of this research is to know the form of the fruit marketing channel Nsaga, the amount of margin received by each marketing channel and marketing efficiency of the dragon fruit in the village Sidera Sigi Biromaru District Sigi. The research was conducted in Sidera village by taking the respondents 29 people, 15 farmers, 4 collector merchants, 6 retailer vendors in Palu City and 4 merchant retailers in Sidera village. The method of analysis used is the formula: margin: $NP - NB$, Total margin of $MT = M_1 + M_2 + \dots + M_n$ and efficiency formula: $Eps = (TB/TNP) \times 100\%$. Based on the results of the study concluded that there are 2 (two) Dragon fruit marketing channels that occur in Sidera, namely, the first channel: farmers-----gatherers-----Reseller Merchants-----Consumer and second channel: farmers-----retailers-----consumers. Margin obtained in the first channel is Rp. 10,000.0-and the margin obtained in the second channel is Rp. 5,000,-/Kg. from the two marketing channels that there is the value of

efficiency gained for the first marketing channel of 7.9% and for the second channel of efficiency value of 6.9% so that the efficient channel of both channels are the second channel.

Keywords: *marketing channels, margin, efficiency*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, hubungan antara sektor pertanian dengan pembangunan nasional pada dasarnya merupakan hubungan yang saling berkaitan. Pembangunan nasional bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Sedangkan di lain pihak, diketahui pula bahwa masyarakat terbanyak negeri ini hidup di pedesaan, dengan jumlah terbesar bermata pencaharian di sektor pertanian (Saragih, 2011).

Tujuan utama dari pengembangan pertanian yaitu meningkatkan taraf hidup petani dan mempertinggi nilai kegunaan setiap hasil pertanian, untuk mencapainya dibuatlah beberapa kebijakan oleh pemerintah antara lain meliputi arah pembangunan pertanian, juga menumbuh kembangkan pertanian hortikultura dalam kegiatan agribisnis untuk memanfaatkan peluang dan keunggulan komparatif berupa iklim yang bervariasi, tanah yang subur, tenaga kerja yang banyak serta lahan yang tersedia (Rahardi, 2003)

Hortikultura merupakan produk pertanian yang amat penting dalam pemenuhan pangan masyarakat, masalah pangan selalu dianggap penting Karena menyangkut kebutuhan manusia yang paling mendasar. Sehubungan dengan itu, penyediaan pangan bagi masyarakat harus selalu ditempatkan pada posisi yang tepat karena mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia maupun dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah.

Tanaman buah naga yang awalnya dikenal sebagai tanaman hias ini sudah cukup dikenal masyarakat Taiwan, Vietnam maupun Thailand. Terlebih saat diketahui bahwa buahnya dapat dikonsumsi, semakin banyak yang mengenal dan membudidayakannya (Kristanto, 2008). Usaha budidaya buah naga pun terus dilakukan karena sangat menguntungkan. Prospek buah naga di pasar cukup baik karena penikmatnya berangsur meningkat. Buah yang sering disebut sebagai *dragon fruit* ini juga dapat tumbuh di Indonesia dan jenis yang paling digemari adalah buah naga merah. Salah satu tempat penghasil buah naga adalah Provinsi Sulawesi Tengah.

Kabupaten Sigi tepatnya di Desa Sidera merupakan salah satu daerah produksi buah naga yang ada di Provinsi Sulawesi Tengah, dalam hal ini untuk luas panen, produksi dan produktivitas

tanaman buah naga di Kabupaten Sigi belum ada data yang valid di BPS karena merupakan tanaman yang baru dibudidayakan.

Permasalahan yang ada pada pertanian buah naga di Desa Sidera ini adalah kurang luasnya jaringan pemasaran dan tidak stabilnya saluran pemasaran dari beberapa lembaga mulai dari petani hingga ke tangan konsumen. Permasalahan lain juga tidak adanya tindak lanjut pemerintah daerah terkait perluasan saluran pemasaran. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk menyusun dan melakukan penelitian skripsi dengan judul : "Analisis Pemasaran Buah Naga di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi". Penelitian dengan judul tersebut akan menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran serta efisiensi pemasaran buah naga di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu : 1). Bagaimana bentuk saluran pemasaran Buah Naga di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi? 2). Berapa besar margin yang diterima masing-masing lembaga pemasaran Buah Naga di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi? 3). Bagaimana efisiensi pemasaran Buah Naga di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Penentuan responden atau sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 29 orang yaitu terdiri dari petani yang menanam buah naga sebanyak 15 responden, pedagang pengumpul sebanyak 4 orang dan pedagang pengecer di Kota Palu sebanyak 6 orang, pedagang pengecer di desa Sidera sebanyak 4 orang. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan respondendengan menggunakan daftar pertanyaan. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait dan literatur yang relevan dengan tujuan penelitian ini.

Analisis data yang digunakan ntuk menghitung besarnya margin pemasaran, dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$M = Hp - Hb$$

Dimana : M : Margin pemasaran

Hp : HargaPenjualan

Hb : Harga pembelian

Margin total pemasaran (MT) adalah jumlah margin dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran buah naga. Margin total (MT) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$MT = M_1 + M_2 + M_3 \dots \dots \dots M_n$$

Dimana :MT : Margin total pemasaran

$M_1 + M_2 \dots \dots \dots M_n$: Margin dari setiap lembaga pemasaran

Untuk menghitung efisiensi pemasaran komoditi buah naga dari produsen ke pedagang pengumpul atau dari produsen ke pedagang pengecer digunakan rumus perhitungan efisiensi pemasaran sebagai berikut :

$$Eps = (TB/TNP) \times 100\%$$

Dimana : Eps : Efisiensi pemasaran

TB : Total biaya

TNP : Total nilai produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengalaman berusahatani umumnya sangat erat berhubungan dengan tingkat umur petani, semakin tua petani semakin lama pengalaman usahatannya, dengan demikian tindakan yang diambil biasanya terencana sehingga resiko yang didapatkan dalam berusaha tani akan lebih kecil. Pengalaman merupakan suatu pelajaran yang berharga bila dimanfaatkan dengan baik khususnya dalam pengelolaan usahatani petani yang mempunyai pengalaman lebih banyak akan lebih berhati-hati dalam bertindak dan mengantisipasi perubahan yang terjadi dalam kegiatan usahatannya.

Pengalaman usahatani atau berdagang pada suatu tingkat tertentu berbanding terbalik dengan tingkat umur, artinya petani pada tingkat umur tidak produktif bisa saja mempunyai pengalaman lebih baik meskipun tingkat produktifnya rendah bila dibandingkan dengan petani atau pedagang pada tingkat umur produktif.

Pada Tabel 9 menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pengalaman 17-18 tahun adalah jumlah yang terkecil yaitu 1 orang (3,44%), 3-4 tahun berjumlah 6 orang (20,7%), 5-6

tahun berjumlah 15 orang (51,7%) , 7-8 tahun berjumlah 5 orang (17,24%), 9-10 tahun berjumlah 1 orang (3,44%), 13-14 tahun berjumlah 1 orang (3,44%).

Pemasaran Buah Naga

Tujuan dari pemasaran adalah untuk memperlancar arus barang dari tangan produsen ke tangan konsumen. Pada prinsipnya, pemasaran dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Makin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran suatu barang, makin rendah bagian harga yang diterima petani.

Selanjutnya buah naga yang telah dibeli pedagang pengumpul kembali dijual ke pedagang pengecer yang ada di Kota Palu dengan volume penjualan sebesar 161 kg. Buah naga yang dibeli pedagang pengumpul sebanyak 169 kg dari petani kemudian dijual lagi ke pedagang pengecer sebanyak 161 kg karena sebagian buah yang dibeli pedagang pengumpul selain dikonsumsi juga ada yang rusak atau busuk.

Penjualan Buah Naga oleh petani

Petani buah naga di Desa Sidera umumnya menyalurkan hasil produksinya melalui saluran pemasaran dan akhirnya sampai ke tangan konsumen untuk lebih jelasnya terlihat pada lampiran 2 dan 3.

Petani buah naga biasanya menjual langsung ke pedagang pengecer yang bertempat tinggal di Desa Sidera, para pedagang pengecer di Desa Sidera langsung datang ke lokasi petani untuk membeli buah naga.

Penjualan dan Pembelian pedagang pengumpul (di Desa Sidera)

Pedagang pengumpul, membeli atau menerima buah naga untuk dijual kembali ke pedagang pengecer yang berada di Kota Palu. Jumlah penjualan yang dilakukan oleh petani responden ke pedagang pengumpul yang ada di Desa Sidera biasanya sebesar 100-300 Kg, dengan cara pembayaran tunai. Harga dari petani ke pedagang pengumpul adalah Rp. 10.000,- dan buah naga yang telah dibeli diangkut menggunakan mobil dan biaya pengepakan, pedagang pengumpul menjual hasil produksinya ke pedagang pengecer dengan harga Rp. 13.000,-/Kg. Untuk lebih jelasnya terlihat pada lampiran 4.

Penjualan dan Pembelian Pedagang Pengecer (Kota Palu)

Pedagang pengecer yang ada di Kota Palu tidak datang langsung ke lokasi petani, melainkan buah naga diantar langsung oleh pedagang pengumpul ke pedagang pengecer lalu dijual

langsung ke konsumen. Harga dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer adalah Rp. 13.000,-/Kg berdasarkan lampiran 4.

Penjualan dan Pembelian Pedagang Pengecer (di Desa Sidera)

Pedagang pengecer yang ada di Desa Sidera memberi buah naga langsung dari petani. Pedagang pengecer menjual buah naga langsung ke konsumen yang berada di Desa Sidera dengan harga per kg Rp. 15.000,-. Buah naga yang dibeli dari petani diajakan di pinggir jalan untuk melayani permintaan konsumen. Pedagang pengecer membeli buah naga dari petani dengan jumlah 10-20 Kg dengan harga Rp. 15.000,-/Kg dan terlihat pada lampiran 5.

Analisis Biaya Pemasaran Buah Naga

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan barang dari tangan produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Proses pengaliran produksi buah naga dari petani produsen sampai ke konsumen memerlukan biaya dan waktu. Biaya yang dikeluarkan meliputi biaya transportasi, biaya pengepakan dan biaya retribusi. Biaya pemasaran ini berbeda tiap saluran yang terlibat dalam pemasaran buah naga.

Margin Pemasaran Buah naga

Margin pemasaran adalah selisih antar harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Biaya-biaya yang dikeluarkan meliputi biaya transportasi, biaya pengepakan dan retribusi merupakan selisih harga tersebut, besarnya keuntungan yang diterima saluran-saluran dari setiap rantai saluran pemasaran. Sehingga diketahui bahwa tingkat margin yang diterima setiap saluran berbeda-beda.

Pada saluran pertama yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Margin total yang diperoleh sebesar Rp. 10.000,-/Kg dalam proses penyaluran buah naga dari Desa Sidera ke Kota Palu.

Pada saluran pertama mempunyai saluran pemasaran yang panjang, dan melibatkan dua lembaga yang terlibat maka margin totalnya semakin banyak yaitu Rp. 10.000,-/Kg.

Efisiensi Pemasaran Buah naga

Efisiensi pemasaran adalah tujuan akhir dari pemasaran dari suatu produk atau nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan. Antara pedagang dan konsumen mempunyai pengertian yang berbeda tentang efisiensi pemasaran. Ini disebabkan karena adanya perbedaan kepentingan, dimana pedagang menganggap suatu sistem pemasaran efisiensi apabila penjualan produknya mendapatkan keuntungan yang tinggi, sebaliknya konsumen menganggap

sistem pemasaran efisiensi apabila mudah mendapatkan barang yang diinginkan dan harga terjangkau. Sehingga usaha untuk menaikkan efisiensi ekonomi yang dimaksudkan sebagai suatu usaha perbaikan yang ditujukan kepada tata cara pembelian dan penjualan serta aspek penetapan harga dalam proses pemasaran, dan konsumen tetap bersedia membayar sesuai dengan harga pasar dan petani memperoleh pembayaran dengan harga yang wajar sesuai jerih payahnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun Kesimpulan yang ditarik dari hasil analisis data dan pembahasan, ini adalah : a. Ada 2 (dua) saluran yang terjadi pada pemasaran buah naga di Desa Sidera : 1). Saluran pertama; Petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen. 2). Saluran kedua; Petani, pedagang pengecer, konsumen. b). Margin yang diperoleh dari kedua saluran tersebut : 1). Saluran pertama, Margin yang diperoleh dalam saluran ini yaitu sebesar Rp. 10.000,-/Kg, 2). Saluran kedua, Margin yang diperoleh dalam saluran ini yaitu sebesar Rp. 5.000,-/Kg. c). Dari kedua yang ada menghasilkan nilai efisiensi sebagai berikut: 1). Saluran pertama, Nilai efisiensi yang diperoleh sebesar 7,9 %. 2). Saluran kedua, Nilai efisiensi yang diperoleh sebesar 6,9%

Saran yang direkomendasikan peneliti untuk perbaikan kualitas buah nagayang dihasilkan petani, agar bisa dan mampu bersaing dengan buah naga dari daerah lain termasuk buah naga impor dari luar negeri. Diharapkan bagi pihak yang berwenang dalam hal ini dinas yang terkait setempat memberikan bimbingan dan penyuluhan lebih intensif lagi kepada petani tentang cara bercocok tanam buah naga yang baik termasuk pemakaian bibit unggul yang selama ini menurut informasi dari petani di Desa Sidera hanya menggunakan bibit lokal secara turun temurun.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M.P, 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. PT. Raja Grofindo Persada, Jakarta.
- Abdullah, ThamrindanTantri, Francis. 2013. ManajemenPemasaran. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada
- Anindita, R. 2004. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus,Surabaya
- Assauri,S,2005. Manajemen Pemasaran .Rajawali Press Jakarta.
- Cahyono, J.B. 2009. Sukses Bertanam Buah Naga. Jakarta: Pustaka Mina.
- Daniel, M, 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian, Bumi Aksara Jakarta.

Idawati, Nurul. 2012. Budidaya Buah Naga Hitam. Yogyakarta : Pustaka Baru.

Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran. Jilid 2 Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.

Oentoro. 2010. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Laksbang Pressindo

Rukmana, R. 2003. Usaha Tani Markisa. Yogyakarta: Kanisius.

Soekartawi. 2006. Analisis Usaha Tani. Jakarta: Universitas Indonesia.

Sudiyono A, 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Identitas Responden Petani Buah Naga di Desa Sidera					
No.	Umur (tahun)	Tingkat Pendidikan	Pengalamam Berusahatani (tahun)	Jumlah Tanggungan (Orang)	Luas Lahan (ha)
1	52	SD	5	2	2
2	50	SD	5	2	2
3	58	SD	7	3	1
4	48	SMP	6	3	1
5	42	SMA	5	2	1
6	54	SD	5	2	0,5
7	58	SMA	6	3	0,5
8	48	SP	5	1	0,5
9	49	SMP	5	2	0,5
10	47	SMA	6	1	1
11	45	SMA	4	1	0,25
12	50	SD	4	3	0,5
13	55	SD	3	2	1
14	56	SD	5	2	1
15	54	SMP	6	1	0,25
<i>Jumlah</i>			<i>77</i>	<i>30</i>	<i>13</i>
<i>Rata-rata</i>			<i>5,133333333</i>	<i>2</i>	<i>0,86667</i>

Lampiran 2, Identitas Responden Pedagang Pengumpul Buah Naga di Desa Sidera

No.	Umur (tahun)	Tingkat Pendidikan	Pengalamam Berdagang (tahun)	Jumlah Tanggungan (Orang)
1	42	SMA	7	2
2	50	SMP	13	2
3	54	SMP	10	3
4	58	SD	18	1
<i>Jumlah</i>			48	8
<i>Rata-rata</i>			12	2

Lampiran 3. Identitas Responden Pedagang Pengecer Buah Naga (Kota Palu)

No .	Umur (tahun)	Tingkat Pendidikan	Pengalamam Berdagang (tahun)	Jumlah Tanggungan (Orang)
1	37	SMP	5	2
2	45	SD	8	3
3	38	SMA	5	2
4	40	SMA	7	1
5	35	SMP	6	1
6	35	SD	7	2
<i>Jumlah</i>			38	11
<i>Rata-rata</i>			6,3333333333	1,8333333333

Lampiran 4. Responden Petani yang Menjual Produksinya melalui pedagang pengumpul

No.	Umur (tahun)	Luas Lahan (ha)	Total Produksi (Kg)	Volume Penjualan (Kg)	Harga Penjualan (Rp)	Penerimaan
1	52	2	125	124	10.000	1.240.000
2	50	2	150	149	10.000	1.490.000
3	58	1	60	58	10.000	580.000
4	48	1	65	64	10.000	640.000

5	42	1	75	73	10.000	730.000
6	47	1	70	69	10.000	690.000
7	55	1	75	74	10.000	740.000
8	56	1	65	64	10.000	640.000
<i>Jumlah</i>		<i>10</i>	<i>685</i>	<i>675</i>	<i>80.000</i>	<i>6.750.000</i>
<i>Rata-rata</i>		<i>1,25</i>	<i>86</i>	<i>84</i>	<i>10.000</i>	<i>843.750</i>

Lampiran 5. Responden Petani yang Menjual Produksinya melalui pedagang pengecer

No.	Umur (tahun)	Luas Lahan (ha)	Total Produksi (Kg)	Volume Penjualan (Kg)	Harga Penjualan (Rp)	Penerimaan
1	54	0,5	35	29	15.000	435.000
2	58	0,5	37	24	15.000	360.000
3	48	0,5	35	27	15.000	405.000
4	49	0,5	30	29	15.000	435.000
5	45	0,25	15	34	15.000	510.000
6	50	0,5	30	23	15.000	345.000
7	54	0,25	17	25	15.000	375.000
<i>Jumlah</i>		<i>3</i>	<i>199</i>	<i>191</i>	<i>105.000</i>	<i>2.865.000</i>
<i>Rata-rata</i>		<i>0,43</i>	<i>28,43</i>	<i>27,29</i>	<i>15.000</i>	<i>409.286</i>

Lampiran 6. Identitas dan Keadaan Usaha Pedagang Pengumpul di Desa Sidera

Nomor Responden	Umur (tahun)	Volume Penjualan (Kg)	Nilai Pembelian (Rp)	Biaya Transortasi (Rp)	Biaya Pengepakan (Rp)
1	42	300	3.000.000	250.000	100.000
2	50	150	1.500.000	200.000	80.000
3	54	100	1.000.000	200.000	110.000
4	58	125	1.250.000	225.000	100.000

			00		
<i>Jumlah</i>		675	6.750.000	875.000	390.000
<i>Rata-rata</i>		169	1.687.500	218.750	97.500

Lampiran 7. Identitas dan Keadaan Usaha Pedagang Pengecer (di Kota Palu)

Nomor Responden	Umur (tahun)	Volume Penjualan (Kg)	Nilai Pembelian (Rp)	Biaya Pengepakan (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)
1	37	180	2.340.000	30.000	3.600.000
2	45	135	1.755.000	30.000	2.700.000
3	38	175	2.275.000	25.000	3.500.000
4	40	150	1.950.000	35.000	3.000.000
5	35	150	1.950.000	20.000	3.000.000
6	35	175	2.275.000	40.000	3.500.000
<i>Jumlah</i>		965	12.545.000	180.000	19.300.000
<i>Rata-rata</i>		161	2.090.833	30.000	3.216.667

Lampiran 8. Identitas dan Keadaan Usaha Pedagang Pengecer di desa sidera

Nomor Responden	Umur (tahun)	Volume Penjualan (Kg)	Nilai Pembelian (Rp)	Biaya Pengepakan (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)
1	40	10	100.000	10.000	150.000
2	37	17	170.000	17.000	255.000
3	38	20	200.000	20.000	300.000
4	29	15	150.000	15.000	225.000
<i>Jumlah</i>		62	620.000	62.000	930.000
<i>Rata-rata</i>		16	155.000	15.500	232.500

Lampiran 9. Rata - rata harga volume penjualan dan biaya yang di keluarkan saluran pemasaran pada saluran pertama

No	Lembaga	Volume Penjualan (Kg)	Nilai Pembelian (Rp)	Harga Jual (Rp)	Pengepakan (Rp)	Transportasi (Rp)	Retribusi (Rp)	Total Biaya (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)
1	Pedagang pengumpul	169	10.000	13.000	97.500	218.750	-	316.250	1.880.750
2	Pedagang pengecer (di palu)	161	10.000	20.000	30.000	-	50.000	80.000	3.140.000
<i>Jumlah</i>		330	20.000	33.000	127.500	218.750	50.000	396.250	5.020.750

Lampiran 10. Rata - rata harga volume penjualan dan biaya yang di keluarkan saluran pemasaran pada saluran kedua

No	Lembaga	Volume Penjualan (Kg)	Nilai Pembelian (Rp)	Harga Jual (Rp)	Pengepakan (Rp)	Transportasi (Rp)	Retribusi (Rp)	Total Biaya (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)
1	Pedagang pengecer (di sidera)	16	10.000	15.000	15.500	-	-	15.500	224.500
<i>Jumlah</i>		16	10.000	15.000	15.500	-	-	15.500	224.500