

ANALISIS PEMASARAN BUAH STRAWBERRY DI KECAMATAN DANAU MAS HARUN BASTARI KECAMATAN SELUPU REJANG KABUPATEN REJANG LEBONG

Riski Ageng Cahyomi¹, Dwita Prisdinawati², Mira Yanuarti³

^a Pertanian / Agribisnis, riskiagengcahyomi0115@gmail.com, Universitas Pat Petulai Rejang Lebong

^b Pertanian / Agribisnis, Dwita.Frisdinawati@gmail.com, Universitas Pat Petulai Rejang Lebong

^c Pertanian / Agribisnis, mira.yanuarti22@gmail.com, Universitas Pat Petulai Rejang Lebong

ABSTRACT

The research analysis of Strawberry Fruit Marketing in the Lake Mas Harun Bastari area, Selupu Rejang District, Rejang Lebong Regency aims to find out marketing channels, marketing margins, and to find out how efficient the Strawberry marketing is in the Danau Mas Harun Bastari tourism area.

This research was conducted in June 2022 in the area of Danau Mas Harun Bastari, Selupu Rejang District, Rejang Lebong Regency with farmers and traders in the Mas Harun Bastari Lake area. The data analysis used in this research is Marketing Channel Analysis, Marketing Margin Analysis, and Marketing Efficiency Analysis. This data analysis was used for Farmers and the 11 Retailers Respondents in the Danau Mas Harun Bastari District, Selupu Rejang District, Rejang Lebong Regency.

Based on this research, it is known that the Strawberry Marketing Channel in Selupu Rejang District, Rejang Lebong Regency has one Marketing Channel. Where farmers (producers) sell directly to retailers, then retailers sell to consumers at a price of Rp. 60,000 with a 0.5 kg mica box at a price of Rp. 35,000 and 0.25 kg at a price of Rp. 25,000 where the cost of Rp. 60,000/Kg will get profit of IDR 30,000/kg. This value explains that the retailer receives a higher price than the price received by the consumer, which means that the retailer is not disadvantaged in the marketing channel because the profits obtained by the retailer are greater than the marketing institutions in the marketing channel. The costs incurred by Retailers are in the form of transportation costs, packaging costs, equipment depreciation costs. because the strawberries are well sorted to suit the wishes of consumers. The advantage of marketing institutions is in the form of remuneration received by each marketing agency that participates in marketing strawberries starting from the Farmer level to the Consumer level.

In this study with the title "Marketing Analysis of Strawberry Fruit in Selupu Rejang District, Rejang Lebong Regency" it is known that the Strawberry Marketing Channel in Selupu Rejang District can be said to be Efficient. Because we can see from the table above that the farmer's share or the share received by farmers is more than 50%, therefore the marketing of Strawberry Fruit is said to be efficient.

Keyword : *Strawberry Fruit, Marketing Channels, Marketing Margin, Marketing Efficiency.*

ABSTRAK

Penelitian analisis Pemasaran Buah Strawberry Dikawasan Danau Mas Harun Bastari Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong bertujuan untuk mengetahui Saluran pemasaran, Margin pemasaran, serta untuk mengetahui Bagaimana efisien pemasaran Strawberry yang ada dikawasan Wisata Danau Mas Harun Bastari.

Penelitian ini dilakukan Pada Bulan Juni Tahun 2022 dikawasan Danau Mas Harun Bastari Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong dengan Petani dan Pedagang yang ada di Kawasan Danau Mas Harun Bastari. Analisis data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah Analisis Saluran Pemasaran, Analisis Margin Pemasaran, dan Analisis Efisiensi Pemasaran. Analisis data ini digunakan kepada Petani dan ke-11 Responden Pedagang Pengecer yang ada di Kawasan Danau Mas Harun Bastari Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong.

Berdasarkan Penelitian ini diketahui bahwa Saluran Pemasaran Buah strawberry di Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong memiliki satu Saluran Pemasaran. Dimana Petani (Produsen) menjual langsung kepada Pedagang Pengecer. Kemudian Pedagang Pengecer menjual kepada Konsumen dengan harga Rp 60.000 dengan farian Box mica 0,5 kg dengan harga Rp 35.000 Dan 0,25 kg dengan harga Rp 25.000 dimana biaya Rp 60.000/Kg akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 30.000/kg. Nilai tersebut

menjelaskan bahwa Pedagang pengecer menerima harga yang tinggi dari harga yang diterima konsumen, yang artinya Pedagang Pengecer tidak dirugikan dalam Saluran Pemasaran tersebut karena keuntungan yang didapatkan oleh Pedagang Pengecer lebih besar dari lembaga pemasaran yang ada pada Saluran Pemasaran tersebut. Biaya yang dikeluarkan oleh Pedagang Pengecer berupa biaya transportasi, biaya kemasan, biaya penyusutan alat. karena buah strawberry disortir dengan baik agar sesuai dengan keinginan konsumen. Keuntungan lembaga pemasaran ialah berupa balas jasa yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran yang turut serta memasarkan buah strawberry mulai dari tingkat Petani sampai tingkat Konsumen.

Pada penelitian ini dengan judul “Analisis Pemasaran Buah Strawberry Di Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong” diketahui bahwa Saluran Pemasaran Buah Strawberry di Kecamatan Selupu Rejang dapat dikatakan Efisien. Karena kita bisa lihat dari tabel diatas bahwa farmer’s share atau bagian yang diterima oleh Petani lebih dari 50%, oleh sebab itu pemasaran Buah Strawberry dikatakan Efisien.

Kata Kunci : Buah Strawberry, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu Negara yang sebagian besar penduduknya masih bergantung pada sector pertanian, sehingga Indonesia di kenal sebagai Negara ageraris. Data Statistik yang dimiliki badan pusat statistic menyatakan bahwa perbulan agustus tahun 2016 sebanyak 31,90% dari Penduduk Indonesia bekerja pada bidang Pertanian, Kehutanan, Perkebunan, dan Perikanan (badan pusat statistik,2016).

Strawberry (*Fragaria virginiana*) merupakan tanaman buah yang dapat tumbuh baik di daerah pegunungan yang berhawa sejuk. Buah strawberry mempunyai nilai ekonomis yang tinggi, disertai dengan permintaan yang terus meningkat, sehingga budidaya tanaman strawberry mempunyai prospek yang baik untuk di kembangkan di Indonesia. Di Kabupaten Rejang Lebong tanaman strawberry yang ditanam oleh petani di kawasan Danau Mas Harun Bastari Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong, Kawan ini merupakan penghasil strawberry dengan usahatani Individu yang dilakukan berskala kecil. Iklim yang belum tentu menghasilkan produksi yang baik, harga yang dapat berubah-ubah sewaktu-waktu, Dan Biaya Produksi yang tidak stabil dapat mempengaruhi Pendapatan Petani.

Pada umumnya petani yang melakukan usahatani strawberry di Kawasan Danau Mas Harun Bastari ini tidak langsung memasarkan hasil produksinya, Petani strawberry biasanya menjual hasil produksinya kepada pengecer yang berada di Kawasan Danau Mas Harun Bastari, Sehingga Petani sering terkendala dengan Besaran Keuntungan yang diterima. Berdasarkan hal tersebut, Perlu dilakukan adanya Analisis Pemasaran Buah Strawberry di Kawasan Danau Mas Harun Bastari Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Lokasi Penelitian ini di lakukan pada usaha dagang buah stroberi Di Kawasan Wisata Danau Mas Harun Bastari ,Kecamatan Selupu Rejang,Kabupaten Rejang Lebong.Pemilihan lokasi ini di lakukan secara sengaja (purposive) karena pada lokasi ini merupakan lokasi pariwisata dan buah stroberi identik dengan buah tangan atau oleh oleh khas daerah curup dan pada daerah inilah banyak di jumpai pedagang buah stroberi dan juga di daerah inilah budidaya stroberi di lakukan maka dari itulah di pilihnya lokasi tersebut oleh peneliti.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan suatu pendekatan dari penelitian yang bersifat kasus,yang di lakukan berusaha menguji secara mendalam terhadap suatu permasalahan (soekartawi,1995:17) yaitu Studi Kasus pada pedagang buah stroberi di kawasan Wisata Danau Mas Harun Bastari .Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong

Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah digunakan analisis deskriptif. Sedangkan untuk mengetahui marjin dan efisiensi pemasaran ditingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis marjin pemasaran, yaitu dengan menghitung marjin pemasaran pada tiap lembaga pemasaran pada berbagai saluran.

Margin Pemasaran.

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Untuk menganalisis pemasaran data harga yang digunakan adalah harga di tingkat petani (produsen) dan harga di tingkat konsumen, secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

- MP = Margin Pemasaran (Rp/Kg)
Pr = Harga buah Strawberry di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)
Pf = Harga buah Strawberry di Tingkat Produsen (Rp/Kg)

Efisiensi Pemasaran

Nilai tersebut diperoleh dari nilai harga petani dibagi dengan penjumlahan dari biaya pemasaran dan margin pemasaran yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 2001):

$$Eps = \frac{BP}{HE} \times 100\%$$

Dimana:

Eps = Efisiensi pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

HE = Harga Eceran

1. Apabila nilai EP < 50%, maka dikatakan efisien
2. Apabila nilai EP ≥ 50%, maka dikatakan tidak efisien (Soekartawi, 2002)

Konsep dan Pengukuran Variabel

1. Responden dalam penelitian analisis saluran pemasaran usaha dagang buah strawberry studi kasus di Kawasan Danau Mas Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong adalah Pedagang Buah strawberry di Kawasan Wisata Danau Mas sebanyak 11 orang responden
2. Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa.
3. Pemasaran adalah berpindahnya hak milik atas barang serta jasa dari Produsen ke Konsumen.
4. Saluran pemasaran adalah lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan buah strawberry dari Petani ke Konsumen.

Konsep dan Pengukuran Variabel

1. Responden dalam penelitian ini adalah petani yang melakukan kegiatan budidaya jamur tiram putih dan pedagang pengecer yang memasarkan jamur tiram putih.
2. Petani jamur tiram adalah orang memiliki usaha budidaya jamur tiram atau orang yang menghasilkan jamur tiram.
3. Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan yang dinyatakan dalam Kilogram (Kg).
4. Saluran pemasaran adalah tata urutan atau jalur pemasaran jamur tiram yang dimulai dari petani hingga sampai ketangan konsumen.
5. Pedagang pengecer adalah orang yang membeli barang atau produk dari petani/produsen untuk dijual kembali kepada konsumen.
6. Harga jamur tiram ditingkat petani adalah harga jual jamur tiram yang diterima petani yang dinyatakan dalam Rupiah per Kilogram (Rp/Kg).
7. Harga jamur tiram ditingkat pedagang pengecer adalah harga jual jamur tiram yang diterima pedagang pengecer dari hasil penjualan ke konsumen akhir yang dinyatakan dalam Rupiah per Kilogram (Rp/Kg).
8. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran jamur tiram, yang meliputi : biaya transportasi, biaya pengemasan, dan biaya lainnya yang dinyatakan dalam Rupiah (Rp).
9. Keuntungan pemasaran adalah penjumlahan dari semua keuntungan yang didapat tiap lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam Rupiah (Rp).
10. Margin pemasaran adalah selisih harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan dinyatakan dalam satuan Rupiah (Rp).
11. Efisiensi pemasaran jamur tiram secara teknis diukur dengan membandingkan biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan dan dinyatakan dalam persen (%).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pedagang Pengecer Buah Strawberry

Pedagang Pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhubungan langsung dengan Konsumen. Dalam Pemasaran Strawberry di Kawasan Danau Mas Bastari pada umumnya Pedagang hanya menunggu Konsumen yang mampir untuk membeli produk di lokasi. Hasil penelitian diketahui bahwa terdapat 11 orang Pedagang Pengecer. Adapun identitas Pedagang Pengecer di Kawasan Danau Mas Harun Bastari disajikan dalam Tabel 1 berikut :

Tabel 1. Identitas Pedagang Pengecer

No	Uraian	Jumlah	Persentase
1.	Umur		
	21-30	5	45,45%
	31-40	2	18,18%
	41	4	36,36%
	Jumlah		100%
2	Tanggungjawab Keluarga		
	0-2	7	63,64%
	3-5	3	27,27%
	6	1	9,09%
	Jumlah		100%
3	Tingkat Pendidikan		
	SD	3	27,27%
	SMP	4	36,36%
	SMA	4	36,36%
	Jumlah		100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jumlah Responden Pedagang Pengecer Strawberry berjumlah 11 orang. Dari 11 Responden tersebut berada pada usia produktif, yang dimana lima orang Pedagang Pengecer berada pada usia antara 21– 30 Tahun (45,45%), dua orang Pedagang Pengecer berada pada usia antara 31 – 40 tahun (18,18%), dan empat orang Pedagang Pengecer lainnya berada pada usia 41 tahun (36,36%). Usia Responden Pedagang Pengecer Strawberry termasuk dalam kata usia yang produktif, sehingga mampu berkerja dengan lebih baik lagi dengan didukung oleh mental yang telah terbentuk sehingga Pedagang Pengecer dapat melaksanakan penyaluran produk pertanian hingga ketangan konsumen akhir.

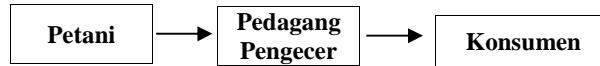
Tanggungjawab keluarga Responden berjumlah 0 -2 yaitu sebesar (63,64%) atau sebanyak 7 orang, 3- 5 Orang yaitu sebesar (27,27%) atau sebanyak 3 orang. dan 6 yaitu sebesar (9,09%) atau sebanyak 1 orang. Berdasarkan data table diatas tanggungjawab keluarga Pedagang Pengecer Strawberry tidak lebih dari 3 orang.

Tingkat pendidikan Responden Pedagang Pengecer Strawberry terdiri dari tiga orang tamatan SD (27,27%), empat orang tamatan SMP (36,36%), dan empat orang tamatan SMA/SMK (36,36%). Pendidikan formal para Responden Pedagang Pengecer Strawberry dirasa cukup baik hal ini terlihat pada jumlah Pedagang Pengecer yang memiliki pendidikan paling tinggi yaitu SMA/SMK sebanyak empat orang dan empat orang tamatan SMP. Pendidikan formal yng ditempuh para Responden Pedagang Pengecer mempengaruhi para pelaku pemasaran dalam melakukan analisis proses pemasaran.

Saluran Pemasaran

Saluran Pemasaran merupakan jalur yang dilalui buah Strawberry dari Petani sampai ke Konsumen akhir. Sistem saluran yang dilakukan pedagang pengecer yaitu secara langsung dan tidak langsung. Yang dimana saluran pemasaran langsung itu tidak menggunakan perantara sedangkan sistem saluran tidak langsung itu menggunakan perantara dalam salurannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasaran Strawberry dikawasan wisata Danau Mas Kecamatan selupu rejang Kabupaten Rejang Lebong terdapat satu Saluran Pemasaran Secara Tidak Langsung, yaitu sebagai berikut :



Pada saluran pemasaran tersebut, petani menjual Strawberry kepada Pedagang Pengecer dikarenakan akses pemasarannya lebih mudah karena adanya keterkaitan seperti pelanggan tetap, jadi Petani tidak susah mencari pelanggan untuk menjual hasil panen strawberry, karena Pedagang Pengecer datang sendiri membeli hasil dari panen petani. Pedagang Pengecer langsung mengemas menggunakan wadah berupa mika dengan ukuran dan berat yang telah di sesuaikan. Kemudian Pedagang Pengecer menjual di lapak-lapak pinggir jalan di Kawasan wisata Danau Mas Harun Bastari.

Margin Pemasaran

Margin Pemasaran merupakan selisih antara harga jual dengan harga beli dari suatu produk pada setiap lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam suatu kegiatan pemasaran. Di Kawasan Danau Mas Harun bastari terdapat satu Saluran Pemasaran. Saluran Pemasaran ini melibatkan pedagang pengecer, yang dimana petani (produsen) menjual Strawberry ke pedagang pengecer. dari Pedagang Pengecer kemudian di jual dengan farian kemasan 0,5 dan 0,25 Kg ke tangan Konsumen. Harga beli dan harga jual serta margin pemasaran pada saluran satu dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Margin Pemasaran Buah Strawberry

Uraian	Saluran
Harga Jual Petani	30.000
Harga Pedagang Pengecer	60.000
Share Petani (%)	50.00%
Margin (Rp)	30.000

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa Margin Pemasaran Pedagang Pengecer tidak sama dengan petani. Hal ini dikarenakan pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran lebih banyak dibandingkan petani, karena petani menjual Strawberry langsung ke pedagang pengecer dan juga Strawberry tersebut dijemput oleh Pedagang Pengecer. karena itu Margin Pemasaran Pedagang Pengecer sebesar Rp 30.000, karena adanya biaya tambahan yang harus pedagang pengecer keluarkan untuk memasarkan Stroberi tersebut. Berdasarkan Tabel 6, nilai margin pemasaran pada pemasaran buah Stroberi Pedagang Pengecer yang dijual oleh Petani (Produsen) ke konsumen di Kawasan Danau Mas Harun bastari Kecamatan selupu rejang Kabupaten rejang Lebong adalah sebesar Rp 30.000. Nilai margin pemasaran ini didapatkan dari selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen sebesar Rp30.000/kg dengan harga di tingkat produsen sebesar Rp 30.000/kg. Saluran pemasaran satu tingkat hanya melibatkan satu lembaga pemasaran, sehingga saluran pemasaran ini disebut sebagai saluran pemasaran satu tingkat.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran Buah Strawberry di Kawasan Danau Mas Harun Bastari Kecamatan selupu Rejang Kabupaten Rejang lebong dapat diketahui table dibawah ini:

Tabel 3. Efisiensi Pemasaran Buah Strawberry

No	Uraian	Saluran (Rp)
A.	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	
	1. biaya transportasi	1.398
	2. biaya kemasan	1.771
	3. biaya tenaga kerja	5.376
	3. biaya penyusutan alat	3
Jumlah		2.849
B.	Nilai Produk Yang Dipasarkan (Rp/Kg)	60.000
C.	Harga Jual Di Tingkat Petani (Rp/Kg)	30.000
D.	Harga Beli Di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	60.000
	Efisiensi Pemasaran (%)	4,7
	Margin Pemasaran (%)	50,00
	Farmer's Share (%)	50,00

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2022

Efisiensi pemasaran terdiri dari efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis. Efisiensi teknis pemasaran dipengaruhi oleh biaya pemasaran dan nilai produk yang dipasarkan. Sedangkan efisiensi ekonomis yaitu perbandingan antara persentase margin pemasaran dengan persentase Farmer's Share.

Berdasarkan hasil dari penelitian dapat diketahui bahwa efisiensi teknis untuk penjualan Stroberi yang ada di Kecamatan selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong itu efisien secara teknis. Efisiensi pemasaran secara ekonomis merupakan salah satu cara untuk mengetahui efisien saluran pemasaran yaitu dengan menggunakan indicator yang diterima petani atau bisa disebut sebagai farmer's share. Besar kecilnya farmer's share dipengaruhi oleh besar kecilnya margin pemasaran. semakin pendek saluran pemasaran semakin pendek pula saluran pemasaran tersebut. Semakin panjang saluran pemasaran maka menyebabkan semakin banyak lembaga yang terlibat dan diikuti semakin tingginya biaya pemasaran yang dikeluarkan, hal ini menyebabkan margin pemasaran yang tinggi. Kondisi seperti ini menjelaskan bahwa bila bagian yang diterima petani kurang dari 50% berarti belum efisien, dan sebaliknya bila bagian yang diterima petani lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan efisien. Semakin rendah margin pemasaran berarti bagian yang diterima akan semakin besar dan semakin tinggi margin pemasaran berarti bagian yang akan diterima petani akan semakin kecil. (Darmawati,2005).

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa Saluran Pemasaran Buah strawberry di Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong memiliki satu Saluran Pemasaran. Dimana Petani (Produsen) menjual langsung kepada Pedagang Pengecer, Kemudian Pedagang Pengecer menjual kepada Konsumen dengan harga Rp 60.000 dengan farian Box mika 0,5 dengan harga Rp 35.000 Dan 0,25 dengan harga Rp 25.000 dimana biaya Rp 60.000/Kg akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 30.000/kg. Nilai tersebut menjelaskan bahwa Pedagang pengecer menerima harga yang tinggi dari harga yang diterima konsumen, yang artinya Pedagang Pengecer tidak dirugikan dalam Saluran Pemasaran tersebut karena keuntungan yang didapatkan oleh Pedagang Pengecer lebih besar dari lembaga pemasaran yang ada pada Saluran Pemasaran tersebut. Biaya yang dikeluarkan oleh Pedagang Pengecer berupa biaya transportasi, biaya kemasan, biaya penyusutan alat. karena buah strawberry disortir dengan baik agar sesuai dengan keinginan konsumen. Keuntungan lembaga pemasaran ialah berupa balas jasa yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran yang turut serta memasarkan buah strawberry mulai dari tingkat Petani sampai tingkat Konsumen.

Pada penelitian ini dengan judul "Analisis Pemasaran Buah Strawberry Di Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong" diketahui bahwa Saluran Pemasaran Buah Strawberry di Kecamatan Selupu Rejang dapat dikatakan Efisien. Karena kita bisa lihat dari tabel diatas bahwa farmer's share atau

bagian yang diterima oleh Petani lebih dari 50%, oleh sebab itu pemasaran Buah Strawberry dikatakan Efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan

1. Hasil penelitian Saluran pemasaran Buah Stroberi yang ada dikawasan Danau Mas Harun Bastari Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten rejang Lebong diketahui bahwa hanya terdapat 1 saluran pemasaran yaitu :

Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir.

2. Margin pemasaran Buah Stroberi tidak memiliki perbedaan harga yang diterima oleh petani dari saluran pemasaran tersebut. Hal ini disebabkan petani merupakan orang yang menentukan harga atau orang yang menetapkan harga baik kepada konsumen maupun kepada pedagang pengecer. Sedangkan margin pemasaran pedagang pengecer ke konsumen sebesar Rp 30.000/Kg.

Pemasaran Buah stroberi dikawasan Danau Mas Harun Bastari Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong sudah dikatakan efisien karena saluran pemasarannya hanya sedikit lembaga pemasaran yang ikut terlibat didalamnya. Sehingga farmer's share yang diterima oleh petani lebih dari 50%.

Saran

1. Pada Petani Buah Stroberi

Di harapkan agar petani dapat terus meningkatkan produksi Buah Strawberry, agar dapat meningkatkan pendapatan, memperluas jaringan pemasaran tentunya agar lebih merata sehingga masyarakat yang belum mengetahui akan lebih mengenal Buah strawberry. Serta akan lebih Baik dan efisien lagi jika petani dapat inovasi membuat bibit unggul sendiri. Dan Petani dapat menentukan sesuai harga pasaran.

2. Pada Pemerintah

Diharapkan Hasil penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi Pemerintah untuk menjadi bahan informasi dalam membuat kebijakan- kebijakan dengan program kerja yang mampu meningkatkan pendapatan usaha UMKM dikawasan Wisata Danau Mas Harun Bastari. kepada masyarakat luas dengan cara di ikut sertakan dalam kegiatan tingkat lokal dan kabupaten agar Buah Strawberry dapat dikenal produk hortikultura yang ba dan dapat dikembangkan menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Rahman, Bambang Siswandi, Masyhuri Mahfudz. 2018. *Analisis Efisiensi Pemasaran Buah Stroberi Di Desa Pandanrejo Kecamatan Bumi Aji Kota Batu*
- Aphrodita, 2013. *Terapi Jus Buah dan Sayur*. Jogjakarta.
- Aphrodita, 2013. *Terapi Jus Buah dan Sayur*. Jogjakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2017. Statistik Tanaman Sayur Sayuran Dan Buah Buahan di Indonesia Tahun 2016.
- Darmawati, 2005. *Analisis Pemasaran Mendong Di Kabupaten Sleman*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Downey, W. David dan Erickson, Steven P. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta. Erlangga. 516 hal.
- Firdaus, Rachmat H. 2009. *Manajemen Perkreditan Bank Umum-Teori, Masalah, Kebijakan, dan Aplikasinya-Lengkap dengan Analisis Kredit*. Alfabeta, Bandung
- Gunawan, Livy Winata. 1996. *Stroberi. Penebar Swadaya. Jakarta*.
- Kotler, Amstrong (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Lipsey, et al. *Teori Mikroekonomi: Prinsip dasar dan Perluasan*. Bina Rupa Angkasa, Jakarta. 1995
- Nuraeni. 2018. *Efisiensi Dan Margin Pemasaran Buah Naga Didesa Bontoramba Kecamatan Palanggakabupaten Gowa*
- Prasetio, B. 2015. *Budidaya Tanaman Buah Dalam Pot*. Lily Publisher. Yogyakarta
- Rochmani., A.N., 2006. *Kajian Strategi Pemasaran Buah-Buahan*. Skripsi. Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Rahim, ABD dan Hastuti, Diah Retno Dwi. 2007. *Ekonomika Pertanian*. Jakarta. Penebar Swadaya.
- Rosmawati, H, 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. Jurnal AgronomiS, Vol. 3, No. 5, Maret 2011 ISSN: 1979 – 8245X.
- Rukmana. 1998. *Stroberi Budidaya dan Pascapanen*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta
- Soekartawi, 2001. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sukirno, S. 2006. *Makro Ekonomi Modern*. PT. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta
- Suratayah, Ken. 2009. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Trisari B.Dj. Kodobik Agnes E. Loho Joachim N. K. Dumais. 2017. *Pemasaran Buah Stroberi Dari Kelurahan Rurukan Dan Rurukan Satu Kecamatan Tomohon Timur, Kota Tomohon*
- Yohan Dica Manurung, I Nyoman Gede Ustriyana, Ria Puspa Yusuf. 2015. *Analisis Sistem Pemasaran Stroberi Pada Koptan Bali. Buyan Berry di Desa Pancasari Kabupaten Buleleng*. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata ISSN: 2301-6523 Vol. 4, No. 3, Juli 2015.