

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Zulkarnain (2009) kata hortikultura berasal dari bahasa latin yaitu *hortus* yang berarti tanaman kebun dan *colore* yang berarti menumbuhkan, sehingga dapat diartikan sebagai budidaya tanaman kebun. Hortikultura memfokuskan pada budidaya tanaman buah, tanaman bunga, tanaman sayuran, obat-obatan dan tanaman lansekap. Salah satu ciri khas produk hortikultura adalah mudah rusak karena dipanen dalam bentuk segar. Tanaman hortikultura memiliki peranan yang sangat besar dalam pertumbuhan manusia. Salah satunya adalah sebagai sumber gizi pelengkap makanan pokok yang dibutuhkan untuk menunjang pertumbuhan jasmani manusia, mengatur metabolisme tubuh, memelihara dan mengganti jaringan tubuh, serta berperan aktif dalam mekanisme pertahanan terhadap pengaruh lingkungan sekitar. Sehingga pemenuhan terhadap gizi bagi tubuh menjadi hal yang harus diperhatikan, karena kurangnya gizi pada tubuh akan berpengaruh pada kesehatan.

Diantara berbagai usaha pertanian, subsektor hortikultura tampaknya masih menjadi primadona dikalangan para pengusaha pertanian. Keadaan ini disebabkan perputaran modal di subsektor hortikultura cenderung lebih cepat memperoleh keuntungan daripada subsektor kehutanan. Komoditas buah-buahan merupakan penyumbang cukup besar terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani, keanekaragaman dan kecukupan gizi rakyat, serta perluasan lapangan kerja. Salah satu jenis buah potensial yang diharapkan menjadi buah unggulan nasional adalah duku. Duku merupakan tanaman hutan yang pohonnya menjulang tinggi hingga lebih dari 30 meter. Tanaman ini tidak terlalu besar dan berkayu keras. Getah duku lebih sedikit daripada getah langsung, sedangkan getah langsung lebih sedikit daripada pisitan (Hendro Sunarjono, 2006). Potensi yang mendukung bagi pengembangan usahatani duku antara lain tersedianya sumber daya lahan yang memadai, serta kondisi agroekologi yang sesuai untuk pertumbuhan dan produksi duku (Rakhmat Rukmana, 2010).

Badan Pusat Statistik Kabupaten Ciamis (2018) Produksi buah duku di Kabupaten Ciamis dapat ditunjukkan oleh Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1 Produksi Buah Duku Menurut Kecamatan di Provinsi Ciamis 2018

<b>Nama Kecamatan</b>	<b>Tanaman Menghasilkan (Pohon)</b>	<b>Produksi per tahun (Kuintal)</b>
Pamarican	3.658	4.390
Cimaragas	3.000	1.150
Cijeungjing	16.000	8.000
Cisaga	7.170	3.585
Rancah	3.427	1.370
Rajadesa	5.980	5.382
Sukadana	6.981	3.490
Ciamis	1.571	1.142
<b>Baregbeg</b>	<b>21.931</b>	<b>6.200</b>
Cipaku	1.973	1.138
Panawangan	1.117	1.138

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Ciamis, 2018

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi duku di Kabupaten Ciamis cukup besar. Pada tahun 2018 Kecamatan Baregbeg merupakan salah satu penyumbang duku terbesar di Kabupaten Ciamis dengan jumlah produksi sebesar 6.200 kwintal. Jumlah Produksi duku ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen duku. Produksi duku di Kecamatan Baregbeg tersebar di 9 desa (Desa Baregbeg, Sukamaju, Saguling, Mekarjaya, Jelat, Pusakanagara, Karangampel, Sukamulya, dan Petir Hilir). Desa Karangampel merupakan salah satu desa di Kecamatan Baregbeg yang menjadi sentra produksi duku dengan jumlah produksi rata-rata mencapai 2.720 kuintal per tahun.

Pemasaran buah duku yang dilakukan di Desa Karangampel adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen buah duku. Pelaku pemasaran buah duku Desa Karangampel umumnya terdiri dari berbagai lembaga pemasaran yaitu pengumpul, pedagang besar, dan pengecer. Setiap pelaku pemasaran memiliki kepentingan dan cara tersendiri dalam menyalurkan buah duku kepada pihak konsumen. Pemasaran buah duku dari Desa Karangampel dilakukan dengan beberapa pilihan saluran pemasaran.

Selama ini, para petani buah duku Desa Karangampel sudah terbiasa untuk menjual hasil produksi buah duku kepada pengumpul yang berada di Desa Karangampel yang mana harga penjualan dari para petani buah duku kepada

pengumpul dijual dengan harga yang sama. Pengumpul buah duku Desa Karangampel memiliki peranan besar untuk menyalurkan hasil produksi buah duku dengan beberapa alternatif saluran pemasaran yang dapat dipilih oleh pengumpul buah duku dengan melibatkan beberapa pelaku pemasaran yang dapat membantu menyalurkan buah duku hingga sampai kepada konsumen. Pengumpul buah duku Desa Karangampel belum mengetahui saluran pemasaran yang efisien hingga ke tangan konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran buah duku Desa Karangampel, menghitung margin, dan efisiensi pemasaran sehingga dapat ditentukan saluran pemasaran mana yang paling efisien. Hal ini penulis tertarik untuk dilakukan kajian tentang Efisiensi Saluran Pemasaran Duku Desa Karangampel Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis, sehingga dapat membantu menentukan saluran pemasaran buah duku yang efisien.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana saluran dan fungsi pemasaran duku Desa Karangampel Kabupaten Ciamis?
2. Bagaimana biaya, keuntungan dan margin pemasaran buah duku Desa Karangampel Kecamatan Baregbeg ?
3. Bagaimana efisiensi saluran pemasaran duku Desa Karangampel Kabupaten Ciamis?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis saluran dan fungsi pemasaran duku Desa Karangampel Kabupaten Ciamis.
2. Menganalisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran buah duku Desa Karangampel Kecamatan Baregbeg
3. Menganalisis efisiensi saluran pemasaran duku Desa Karangampel Kabupaten Ciamis.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan efisiensi saluran pemasaran serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi.
2. Bagi produsen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berkaitan dengan efisiensi saluran pemasaran guna meningkatkan keuntungan yang diperoleh petani duku.
3. Bagi akademisi dan peminat masalah pemasaran, penelitian ini dapat memberikan sumber informasi dan referensi yang berkaitan dengan efisiensi saluran pemasaran.