

Model Pemasaran Durian (*Durio zibethinus*) Terhadap Peningkatan Pendapatan Produsen Pengecer Durian Pada Kawasan Metropolitan Kota Medan

Syahbudin Hasibuan⁽¹⁾, Gustami Harahap⁽²⁾

Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area

hasibuansyahbudin@gmail.com⁽¹⁾, gustamiharahap05@gmail.com⁽²⁾

ABSTRAK

Kota Medan sangat padat penduduknya, terutama pada pusat jajanan yang namanya kuliner. Berbagai macam kuliner sangat murah meriah dan paling gampang dijumpai di kota Medan. Salah satu pusat jajanan yang terkenal salah satunya adalah buah durian yang rasanya ada yang manis, pahit dan manis pahit dan merupakan buah dari hutan yang sangat digemari masyarakat medan dan juga dari luar kota. Dengan sistem pemasaran yang efisiensi dan rantai pemasaran yang bagus dapat memudahkan masyarakat untuk membeli dan menjual buah durian. Adanya rantai pemasaran sangat membantu para pedagang untuk melaksanakan perniagaan dan sebagai centra pemasok buah durian yang besar di Kota Medan Penelitian ini adalah untuk menghasilkan tentang model pemasaran durian (*Duriozibethinus*) Terhadap Peningkatan Pendapatan Produsen Pengecer Duarian Pada Kawasan Metropolitan Kota Medan. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan *Structural Equetion Model* (SEM). Permasalahan utama yang diteliti dan dikaji dalam penelitian ini berkaitan dengan “Sistem Pemasaran durian terhadap peningkatan pendapatan produsen pengecer durian pada kawasan metropolitan Kota Medan.

Kata Kunci : Efisiensi pemasaran, rantai pemasaran, pendapatan produsen pengecer

ABSTRACT

Medan city is very densely populated, especially in the hawker center whose name is culinary. Various kinds of culinary are very cheap and most easily found in the city of Medan. One of the famous hawker centers, one of which is durian fruit which tastes sweet, bitter and bitter sweet and is a fruit from the forest which is very popular with Medan people and also from outside the city. With an efficient marketing system and a good marketing chain, it can make it easier for people to buy and sell durian fruit. The existence of a marketing chain is very helpful for traders to carry out commerce and as a center for large suppliers of durian fruit in the city of Medan. This research is to produce a marketing model for durian (*Duriozibethinus*) towards increasing income of duarian retail producers in the metropolitan area of Medan. The approach method used in this research is the *Structural Equetion Model* (SEM) approach. The main problem researched and studied in this study is related to “Durian Marketing System to increase the income of durian retailers in the metropolitan area of Medan City.

Keywords : Marketing efficiency, marketing chain, retailer producer revenue

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pertumbuhan kawasan metropolitan dapat di lihat dari perkembangan sistem agribisnis yang dilakukan *stakeholders*. Khususnya perubahan produk dari hulu (*on farm*) ke hilir (*off farm*) merupakan tuntutan konsumen yang harus dilakukan oleh produsen, sehingga dapat bersaing dan memberikan selera yang spesifik dibutuhkan konsumen dan pelanggan. Teknologi proses pengolahan produk dari hulu (*on farm*) ke hilir (*off farm*) merupakan faktor yang utama yang harus diperhatikan. Sebab secara teknis produsen agribisnis harus memahami dan mengetahui secara tuntas. Oleh karena dengan penguasaan pengetahuan secara teknis akan dapat mengalokasikan anggaran (*budgeting*) usaha serta sekaligus dapat mengetahui komposisi biaya yang dikeluarkan dan berikut penerimaan (*revenue*) dan keuntungan (*profit*) yang diperoleh produsen. Di lain pihak, kadang kala tidak diperlukan proses pengolahan produk hulu menjadi produk hilir. Melainkan produk hulu disajikan hanya dibuka kulitnya kemudian sudah siap disajikan untuk dikonsumsi oleh si pembeli. Demikian yang terjadi dengan komoditas durian di Kota Medan Para pedagang berusaha membeli dari agen-agen yang membawa durian dalam satu truk, bernegosiasi mengenai harga keseluruhan, tanpa dilakukan penyortiran akan durian, tetapi diambil dari harga rata-rata berdasarkan kesepakatan dengan pedagang yang bertindak sebagai pengecer di Kota Medan.

2. Perumusan Masalah

Di samping itu, penguasaan tempat usaha, produk durian yang berkelanjutan dari berbagai sumber akan dapat menentukan harga durian yang di jual. Di lain pihak para pedagang durian yang terdapat di Kota Medan sesungguhnya cukup banyak, ketika musim durian terjadi. Bentuk dagangan durian di Kota Medan adalah sebagai pengecer (*retailor*) yang umumnya terdapat di pinggir jalan raya (*halte*) di Kota Medan. Sudah barang tentu selisih dari harga jual dengan harga beli durian merupakan margin keuntungan pedagang durian yang bertindak sebagai pengecer durian. Kadang-kala margin keuntungan ini tergantung dari panjang dan pendeknya mata rantai tata niaga durian yang sekaligus memberikan dampak terhadap pedagang durian dalam mengelola usaha dagangan duriannya. Sebaliknya, ketiga pedagang durian yang terbesar (Ucok Duarian, Pelawi Durian dan Boang Durian) mampu menyediakan produk durian selalu tersedia, baik saat musim durian maupun tanpa musim dengan alokasi tempat yang dimodifikasi lebih baik, sangat terkenal di Kota Medan Ketiga pedagang durian terbesar ini menyajikan durian dalam bentuk produk hulu (*on farm*) dengan ukuran yang hampir homogen dengan harga yang spesifik sampai ke harga Rp 250.000.- per sebuah durian. Ketiga pedagang durian ini lebih mendominasi dalam penjualan durian dengan skala yang lebih besar, jumlah (*Quantitas*) kualitas (*Qualitas*) dan keberlanjutan (*Qontinuitas*) durian yang tetap tersedia dengan sumber durian yang berbeda satu sama lainnya. Sebaliknya pedagang durian lainnya dalam skala kecil yang kualitas beraneka ragam dan tidak dapat dipertahankan, apa lagi dari keberadaan durian yang terus menerus (*kontinuitas*) tersedia, kecuali pada musim durian tiba. Di samping itu, ketiga pedagang durian ini mempunyai konsumen tertentu yang membutuhkan durian, tanpa musim durian untuk dikonsumsi langsung atau pun tak langsung dengan membawa durian yang siap saji dengan pembungkusan plastik tertentu untuk dilanjutkan/ dikirim ke salah daerah yang merupakan salah satu buah tangan/oleh-oleh yang dilakukan oleh konsumen tertentu dimaksud. Di lain pihak ketiga produsen pengecer durian terbesar dimaksud juga menyediakan makanan sampingan durian yang khas Kota Medan, berupa pulut/beras ketam yang dibungkus dengan daun, minuman botol dan minuman kopi, teh manis, teh susu bandrek susu serta makanan ringan lainnya. Bahkan, sering digunakan tempat pedagang ini digunakan sebagai tempat nongkrong bagi pengusaha-pengusaha yang ingin melakukan kontrak bisnis, janji bisnis dan bahkan sebagai tempat wisata malam bagi masyarakat yang

mempunyai tingkat pendapatan yang tinggi. Bahkan durian yang tidak dikonsumsi di tempat tersebut pun disediakan oleh ketiga pedagang ini, untuk dijadikan sebagai buah tangan/ oleh-oleh khas dari Kota Medan. Misalnya untuk dikirim dengan pesawat terbang ke Jawa dan Kalimantan maupun pulau lainnya. Mekanisme kerjanya adalah durian yang telah dibuka dimasukkan dalam tempat plastik (*tapper ware*) disusun dengan baik kemudian ditutup, setelah itu di atas tempat plastik tersebut diberi kopi bubuk untuk peredaman durian tidak menguap sehingga tidak mengganggu mesin pesawat ketika di bawah durian tersebut secara lokal, domestik bahkan ke luar pulau Sumatera Utara. Kota ini merupakan ibu Kota Provinsi Sumatera Utara mempunyai luas wilayah 26.510 hektar dengan 21 kecamatan dan terdiri dari 151 kelurahan. Dengan jumlah suku yang sangat beraneka ragam dalam menghuni Kota ini mulai suku Tionghoa, India Tamil, Pakistan, Arab, Melayu, Batak, Mandailing, Minang dengan rukun, damai dalam kehidupan sehari-hari. Untuk itu diperlukan dukungan dari semua sub sistem agribisnis yang ada berikut dengan *stakeholders* terintegrasi dan berkelanjutan.

3. Tujuan Penelitian

Penyediaan kebutuhan durian sejalan dengan kebutuhan penduduk akan konsumsi durian yang tersedia. Kadang kala kondisi yang terjadi bahwa persediaan permintaan durian di salah satu pedagang telah habis persediaan durian (stok durian), maka pembeli akan pindah yang ulang alik di ketiga tempat pedagang durian tanpa terkecuali untuk dijumpai pembeli di Kota Medan. Kota Medan merupakan salah satu Kota metropolitan di Indonesia. Berdasarkan uraian tersebut maka adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bentuk mata rantai pemasaran komoditas durian yang dilakukan pedagang durian di kawasan metropolitan Kota Medan ?
2. Untuk mengetahui model pemasaran durian (*Durio zibethinus*) berpengaruh Terhadap Peningkatan Pendapatan Produsen Pengecer Durian Pada Kawasan Metropolitan Kota Medan

4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini sangat urgen sekali dalam pengembangan prospek komoditas durian sebagai komoditas yang mempunyai tata niaga dalam pengembangan usaha kecil mikro mandiri dan strategi terhadap peningkatan pendapatan pedagang durian yang ada di kawasan metropolitan Kota Medan yang perlu mendapat perhatian khusus oleh pemerintah setempat. Mengingat begitu pentingnya untuk mempertahankan khususnya keberlanjutan ketiga pedagang durian yang sekaligus mencirikan bahwa Kota Medan merupakan Kota khas komoditas durian, meskipun sumber duriannya adalah dari *hinterland*, sekaligus mempertahankan kondisi penduduk yang berkelanjutan, maka diperlukan untuk melakukan penelitian dengan topik Model Pemasaran Durian (*Durio zibethinus*) Terhadap Peningkatan Pendapatan Produsen Pengecer Durian Pada Kawasan Metropolitan Kota Medan.

II. METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan pada produsen pengecer durian yang terbesar di metropolitan Kota Medan (Ucok durian, Boang durian, dan Pelawi durian) yang terdapat di Kota Medan. Produsen pengecer durian ini diambil secara proporsional yang tergolong sebagai produsen pengecer yang terbesar di Kota Medan.

Populasi dan Sampel

Populasi untuk penelitian adalah produsen pengecer durian yang berada di Kota Medan. Secara representatif kriteria dalam pemilihan sampel antara lain : . Produsen pengecer skala besar dan kecil, mempunyai tempat usaha sebagai pengecer, keberadaan durian yang selalu

ada. Melihat kriteria di atas, maka metode pengambilan sampel yang dapat mewakili (representatif) yang digunakan adalah systematic random sampling dengan cara sensus. Artinya semua produsen pengecer durian diambil sebagai sampel dalam mewakili dari kriteria sampel sebanyak 30 orang pedagang pengecer yang telah ditetapkan di atas.

Metode Penelitian

Hasil pengujian dengan model persamaan structural (structural equation modelling) dengan program AMOS. Model dikatakan baik bilamana memenuhi persyaratan. Kebaikan suatu model yang diukur dengan beberapa statistik secara teoritik. Hasil analisis SEM dalam bentuk diagram jalur Tahap awal dapat dilihat pada jalur (path analysis) di bawah ini :

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data yang dikumpulkan dengan cara diantaranya:

1. Wawancara (Interview), yaitu berupa wawancara tidak terstruktur dengan mengajukan pertanyaan kepada mahasiswa yang telah dipilih, sehingga informasi awal tentang berbagai isu atau permasalahan yang ada pada objek (Sugiyono, 2014:228)
2. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis dalam bentuk angket kepada responden untuk dijawab dengan menggunakan skala likert dengan bentuk checklist. Sebelum angket disebar kepada responden, maka angket terlebih dahulu akan divalidkan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem pemasaran durian di Kota Medan diperoleh dari petani durian yang berasal dalam dan luar daerah seperti, Dairi, Labuhan Batu, Sibayak, Binjai, Bahorok, Aceh, Padang dan Jambi. Kemudian dijual melalui agen, dan selanjutnya ke pedagang pengumpul atau besar untuk disimpan sementara, seterusnya ke pedagang-pedagang pengecer baik yang dekat maupun yang jauh. Konsumen di Kota Medan sangat senang sekali menikmati buah durian atau rajanya buah, yang dikenal dengan rasanya yang sangat lezat dan nikmat.

Model Pemasaran Durian Terhadap Peningkatan Pedagang Pengecer

Uji Validitas

Uji validitas dimaksud untuk menilai sejauh mana alat ukur tersebut diyakini dapat dipakai sebagai alat untuk mengukur item-item dalam penelitian. Dalam penelitian ini mengukur validitas dan realibilitas menggunakan koefisien *cronbach alpha* untuk mengestimasi realibilitas dan validitas setiap skala (indikator observarian). Pengujian validitas menggunakan teknik *product moment correlation*, yaitu dengan cara mengkorelasi skor tiap item dengan skor totalnya. Kriteria valid atau tidak valid adalah bila korelasi r kurang dari nilai r tabel dengan tingkat signifikansi $\geq 5\%$, berarti butir pertanyaan tidak valid. Untuk perhitungan validitas instrumen ini digunakan bantuan program SPSS versi 20.0, seperti disajikan pada table berikut

Tabel Uji Validitas Variabel Faktor Rantai Pemasaran (X₁)

	r-hitung	Sig-2 tailed	Keterangan
X1.1 Butir1	1.000	0.000	Valid
X1.2 Butir2	.410*	0.028	Valid
X1.3 Butir3	.802**	0.000	Valid
X1.4 Butir1	.623*	0.000	Valid
X1.5 Butir1	.446*	0.021	Valid

Sumber : Data Diolah, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa dari 5 butir pertanyaan dari variabel rantai pemasaran dinyatakan valid karena nilai Sig-2 tailed < 0,05 selanjutnya seluruh butir pertanyaan variabel tersebut akan digunakan dalam pengujian berikutnya.

Tabel Uji Validitas Variabel Faktor Efisiensi Pemasaran (X₂)

	r-hitung	Sig-2 tailed	Keterangan
X2.1 Butir1	1.000**	0.000	Valid
X2.2 Butir2	.424*	0.019	Valid
X2.3 Butir3	.617**	0.000	Valid
X2.4 Butir4	.381*	0.038	Valid

Sumber : Data Diolah, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa dari 4 butir pertanyaan dari variabel efisiensi pemasaran dinyatakan valid karena nilai Sig-2 tailed < 0,05 selanjutnya seluruh butir pertanyaan variabel tersebut akan digunakan dalam pengujian berikutnya.

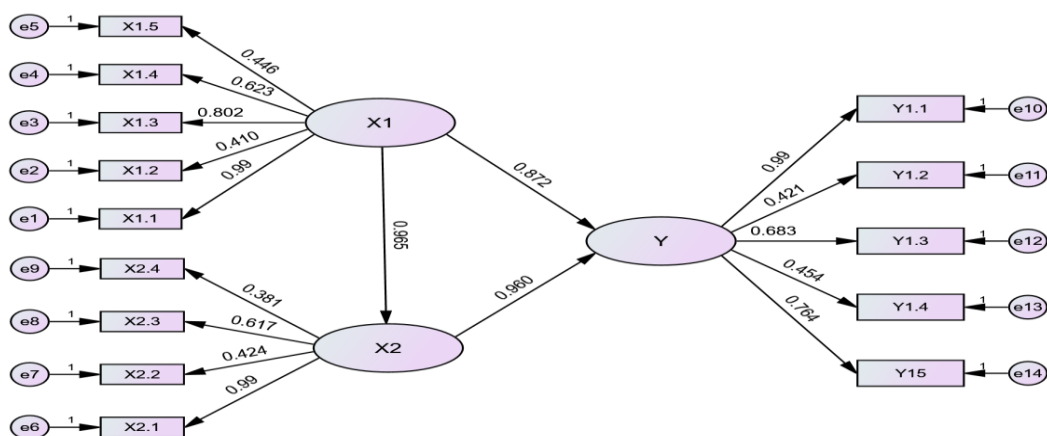
Tabel Uji Validitas Variabel Faktor Pendapatan Pedagang Pengecer (Y)

	r-hitung	Sig-2 tailed	Keterangan
Y1.1 Butir1	1.000**	0.000	Valid
Y1.2 Butir2	.421*	0.034	Valid
Y1.3 Butir3	.683**	0.000	Valid
Y1.4 Butir4	.454*	0.026	Valid
Y1.5 Butir5	.764**	0.000	Valid

Sumber : Data Diolah, Tahun 2019

Hasil Analisis SEM Tahap Akhir

Analisis keberadaan bangunan bersejarah kaitannya dengan perencanaan wilayah terhadap wisata budaya di Kota Medan. Hasil pengujian dengan model persamaan struktural (*structural equation modeling*) dengan program AMOS 21 pada tahap akhir yakni tahap setelah dilakukan modifikasi model memberikan hasil kebaikan model (*goodness of fit model*) yang lebih baik, seperti yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Struktural dengan Sub Konstruk Variabel Endogen Pada Pendapatan Pedagang Durian di Kota Medan

Keterangan :

Y = Pendapatan Pedagang Durian; X₁ = Rantai Pemasaran; X₂ = Efisiensi Pemasaran

Tabel Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian Pendapatan Pedagang Durian

Pengaruh antar Variabel Unobserved Variable	Pengaruh Langsung
X ₁ → Y	0,872
X ₂ → Y	0,965
X ₁ → X ₂	0,960

IV. KESIMPULAN

Dapat dijelaskan besar pengaruh langsung (direct effects) dari variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Efek langsung rantai pemasaran (X₁) terhadap Pendapatan Pedagang Durian (Y) sebesar 0,872. Efek langsung efisiensi pemasaran (X₂) terhadap Pendapatan Pedagang Durian (Y) sebesar 0,965, sedangkan Efek langsung rantai pemasaran (X₁) terhadap efisiensi pemasaran (X₂) sebesar 0,960

DAFTAR PUSTAKA

- Azis Hasan, 1992. *Marketing dan Strategy*, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, Medan
- Azzaino Zulkifli, 1982. Pengantar Tataniaga Pertanian, Departemen Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, Bogor
- Hanafie Rita, 2010 Pengantar Ekonomi Pertanian, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Hengky Laten, 2012. *Structural Equation Modeling* Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program Lisrel 8.80. Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Iwan Setiawan, 2012 Agribisnis Kreatif Pilar Wirausaha Masa Depan Kekuatan Dunia Baru Menuju Kemakmuran Hijau, Penerbit Penebar Swadaya, Depok Jakarta
- Lamarto Yohanes (William J. Stanton), 1991 Prinsip Pemasaran Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Saragih Bungaran, dkk, 1994, Metode Penelitian Sosial Ekonomi, Penerbit Direktorat Perguruan Tinggi Swasta, Jakarta
- Santoso Singih, 2012 Analisis SEM Menggunakan AMOS, Penerbit PT. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia
- Setiadi, 1990 Bertanam Durian, Penerbit Penebar Swadaya, Seri Pertanian : XXVIII/88/87
- Soekartawi, 1991, Agribisnis Teori dan Aplikasi, Penerbit Manajemen PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta

Accepted Date	Revised Date	Decided Date	Accepted to Publish
06 Agustus 2020	08 Agustus 2020	13 Agustus 2020	Ya