

## **SISTEM PEMASARAN SALAK DI TIGA JUHAR FARM DESA RUMAH SUMBUL KECAMATAN TIGA JUHAR KABUPATEN DELI SERDANG SUMATERA UTARA**

**Siska Yulianita Lubis, Hambali Saputra**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Alwashliyah (UNIVA) Medan

### **ABSTRAK**

Budidaya salak yang efektif, akan berimbas kepada hasil panen yang jauh lebih berkualitas dan juga lebih banyak. Pemilihan bibit yang tepat akan mempengaruhi hasil salak yang didapatkan. Bibit dapat diperoleh dengan memakai biji dan cangkok tunas.

Manajemen pemasaran adalah proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran di dalam organisasi. Hal ini mencakup juga segala aktivitasnya bagaimana memenuhi tujuan tersebut disamping melakukan pengukuran kemajuan sudah mencapai level mana dengan mempertimbangkan peluang pasar dan sumber daya internal.

Identifikasi faktor internal yaitu struktur permodalan, luas lahan, kualitas buah, kemampuan inovasi produk jenis perencanaan, kapasitas produksi, kemampuan perencanaan, kualitas sumber daya manusia, sarana angkutan, dan promosi.

**Kata Kunci** : Sistem Pemasaran, Tanaman Salak

### **PENDAHULUAN**

Sektor pertanian merupakan sektor yang mendapatkan perhatian cukup besar dari pemerintah dikarenakan peranannya yang sangat penting dalam rangka pembangunan ekonomi jangka panjang maupun dalam rangka pemulihan ekonomi bangsa. Peranan sektor pertanian adalah sebagai sumber penghasil bahan kebutuhan pokok, sandang dan papan, menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk, memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional yang tinggi, memberikan devisa bagi negara dan mempunyai efek pengganda ekonomi yang tinggi dengan rendahnya ketergantungan terhadap impor (multiplier

effect), yaitu keterkaitan input-output antar industri, konsumsi dan investasi.

Istilah hortikultura sendiri asalnya dari bahasa latin yaitu dari kata Hortus artinya Kebun, dan kata Culture artinya Bercocok Tanam. Jadi secara umum hortikultura adalah segala kegiatan bercocok tanam seperti sayur-sayuan, buah-buahan, ataupun tanaman hias dimana lahan (kebun atau pekarangan rumah) sebagai tempatnya. Tanaman pada hortikultura berguna sebagai sumber daya untuk dikonsumsi, tapi ada juga untuk hal keindahan. Ilmu hortikultura berkaitan juga dengan ilmu budidaya tanaman, pemupukan, agronomi, kehutanan, ilmu cuaca, dan lain-lain. Biasanya hasil yang diperoleh dari budidaya secara hortikultura selalu upayakan lebih tinggi daripada cara budidaya tanaman lainnya, karena hortikultura menggunakan lahan atau area yang lebih luas untuk bercocok tanam. Saat ini tanaman hortikultura menjadi tanaman budidaya di kebun dengan skala yang besar, tapi bisa juga tanaman hortikultura dibudidayakan di area bersekala kecil misalnya di pekarangan rumah sehingga tanamannya dapat memberi manfaat secara langsung kepada yang membudidayakan.

Budidaya salak madu kian marak. Banyak petani melirik varietas baru dari salak pondoh ini karena harganya yang mahal. Tanpa rasa sepet, salak ini memiliki rasanya yang manis. Omzet petani pun berasa manis di kantong, yakni berkisar antara Rp 15 juta hingga Rp 50 juta sekali panen. Harga buah salak ini jauh lebih mahal dari salak biasa. Jika harga salak biasa di tingkat petani hanya Rp 2.000 per kilogram (kg), dan salak pondoh Rp 7.000 per kg, maka harga salak madu mencapai Rp 15.000 per kg. Sementara harga di pasaran sekitar Rp 25.000 per kg- Rp 30.000 per kg.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah sebuah rangkaian proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran dimana tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien.

Dapat juga diartikan sebagai alat untuk analisis, perencanaan, penerapan serta pengendalian suatu program dalam perusahaan yang sudah dirancang untuk menciptakan, membangun dan juga mempertahankan pertukaran agar bisa memberikan keuntungan. Keuntungan ini nantinya digunakan sebagai jalan untuk mencapai tujuan utama sebuah bisnis atau perusahaan.

Pelaku manajemen di bidang pemasaran adalah seorang manajer pemasaran yang akan mempelajari struktur pembiayaan, sumber keuntungan, sumber daya serta kompetensi. Hal lainnya yang tak luput dipelajari oleh manajer pemasaran adalah diferensiasi produk dan posisi kompetitif, tingkat integrasi vertikal, riwayat respon perkembangan industri serta faktor lainnya yang masih berkaitan dengan kompetitor.

Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Secara sederhana, definisi pemasaran lebih diidentikan dengan proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen yang potensial. Aspek-aspek untuk pemasaran ini meliputi periklanan, public relation, promosi dan penjualan.

Dalam perusahaan, tujuan utama pemasaran adalah untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan. Di perusahaan atau bisnis, *marketing executives* harus mampu melihat banyak aspek dalam beriklan, termasuk juga memprediksi *lifespan* sebuah produk.

### 2.2 Saluran Pemasaran

Pemasaran hasil pertanian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan pemasaran suatu produk, kita harus mempertimbangkan saluran pemasaran yang dapat dipakai untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Menurut Philip Khotler (1996) mengemukakan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau di konsumsi.

Sedangkan menurut Basu Swastha (1999) saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai kekonsumen atau pemakai industry.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangka proses penyaluran barang dari produsen kepada konsumen.

Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai kepada konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada.

Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran produk-produk pertanian yaitu:

- Tengkulak, lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani dan, Tengkulak ini melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijon, maupun kontrak pembelian
- Pedagang besar, untuk meningkatkan pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran, maka jumlah komoditi yang ada pada pedagang pengumpul ini harus dikonsentrasikan lagi oleh lembaga pemasaran yang disebut dengan pedagang besar.
- Agen penjual, produk pertanian yang belum ataupun sudah mengalami proses pengolahan di tingkat pedagang besar, Harus didistribusikan kepada agen

penjual maupun pengecer. Agen penjualan ini biasanya membeli komoditi yang memiliki pedagang dan jumlah yang banyak dengan harga yang relatif murah dibanding dengan pedagang pengecer.

- Pengecer, merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen. pengecer ini sebenarnya merupakan ujung tombak dari suatu proses produksi yang bersifat komersial. artinya kelanjutan proses produksi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran sangat tergantung dari aktivitas pengecer dalam menjual produknya kepada konsumen. Jadi keberhasilan pengecer menjual produk kepada konsumen sangat menekankan keberhasilan lembaga-lembaga pemasaran pada rantai pemasaran sebenarnya.

yang beralamat di Jl. Bintang Asi Dusun I Desa Rumah Subul Kecamatan Sinembah Tanjung Muda (STM) Hulu Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Dengan luas lahan lebih kurang 150 Ha.

Tiga Juhar Farm (CV. Sinar Ponti) bergerak di bidang usaha perkebunan dan pertanian hortikultura antara lain :

- Pengadaan bibit dan buah-buahan.
- Perdagangan Export dan Import.
- Perdagangan alat-alat pertanian, perikanan, obat-obatan, buah-buahan, bibit, pupuk, dan lain-lain.

Tanaman yang kini sudah di tanam di Tiga Juhar Farm (CV. Sinar Ponti) antara lain adalah :

- Salak : 20 Ha.
- Kelengekeng : 5 Ha.
- Kurma kultur jaringan : 4 Ha.
- Sawit : 120 Ha.
- Alpukat : 2 Ha.

## KEADAAN UMUM TEMPAT

### 3.1 Profil Tempat

Tiga Juhar Farm (CV. Sinar Ponti) didirikan pada tanggal 2 november 2016

### 3.2 Gambaran Lokasi Tiga Juhar Farm (CV. Sinar Ponti)



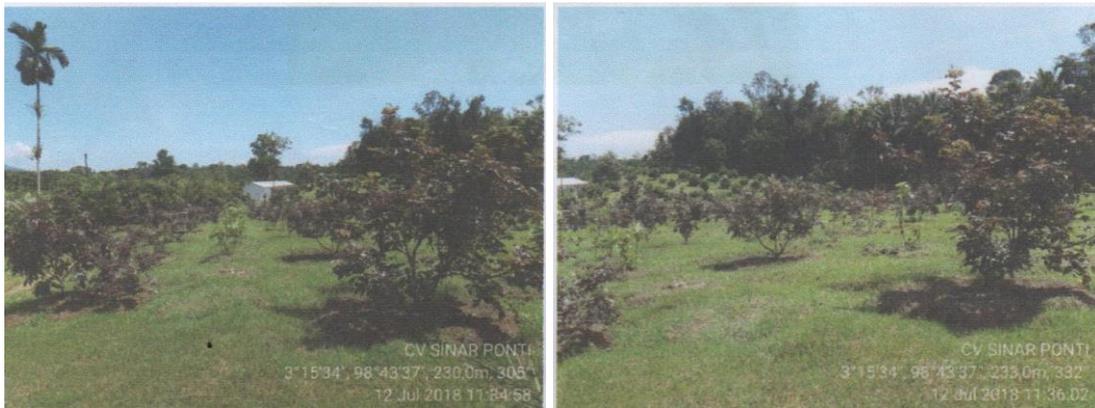
Gambar 1. Kolam budidaya ikan air tawar.



Gambar 2. Tanaman Salak di Tiga Juhar Farm.



Gambar 3. Tanaman Kurma di Tiga Juhar Farm.



Gambar 4. Tanaman Kelengkeng di Tiga Juhar Farm.



Gambar 5. Tanaman Tin di Tiga Juhar Farm.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran yang paling sederhana terdiri dari dua unsur yang saling berkaitan, yaitu organisasi pemasaran dan target pasarnya. Unsur-unsur dalam sebuah sistem pemasaran serupa dengan unsur-unsur yang ada pada sistem radio stereo. Bekerja secara terpisah, tetapi pada waktu dipertemukan secara tepat.

Macam – Macam Sistem Pemasaran:

- a. Sistem pemasaran dengan saluran vertikal.

Pada sistem ini produsen, grosir, dan pengecer bertindak dalam satu keterpaduan.

Tujuan :

- Mengendalikan perilaku saluran.
- Mencegah perselisihan antara anggota saluran.

- b. Sistem pemasaran dengan saluran horizontal

Pada sistem ini, ada suatu kerjasama antara dua atau lebih

perusahaan yang bergabung untuk memanfaatkan peluang pemasaran yang muncul.

- c. Sistem pemasaran dengan saluran ganda

Pada sistem ini beberapa gaya pengeceran dengan pengaturan fungsi distribusi dan manajemen digabungkan, kemudian dari belakang dipimpin secara sentral.

Tiga Juhar Farm menggunakan sistem pemasaran dengan saluran ganda untuk memenuhi kebutuhan permintaan yang terkadang tidak mampu di penuhi oleh perusahaan. Oleh karena itu perusahaan melakukan kerja sama dengan petani untuk memenuhi kebutuhan permintaan dari mitra kerjanya dan pasar.

### 4.2 Kendala Pemasaran

#### 4.2.1 Musim Trek Buah

Kendala dalam pemasaran buah salak di tiga juhar adalah saat terjadinya masa trek buah maka perusahaan akan sangat sulit untuk memenuhi permintaan dari perusahaan mitra. Sedangkan musim

trek sendiri memiliki arti sebuah musim ketika tanaman salak tidak menghasilkan banyak hasil panen seperti biasanya. Hasil buah menurun drastis, bahkan tidak menghasilkan buah sama sekali.

Di daerah Tiga Juhar sendiri musim trek buah salak terjadi dari akhir tahun – awal tahun (November – Maret) dengan hasil Produksi yang tidak mencapai 20.000 Kg perbulan. Dan panen raya nya terjadi pada pertengahan tahun (April – Oktober) dengan hasil produksi bisa mencapai 83.000 Kg perbulanya.

#### 4.2.2 Hama Pada Tanaman Salak

##### a. Uret (Larva kumbang).

Uret atau larva kumbang merupakan hama yang paling banyak menyerang tanaman salak terutama pada tanaman yang masih muda. Hama ini biasanya menyebar melalui telur yang terbawa oleh pupuk kandang. Uret atau larva kumbang yang baru menetas akan segera mengerek batang dan sebagian akar tanaman salak hingga berlubang. Serangan terparah dari hama ini biasanya terjadi pada pergantian dari musim hujan ke musim kemarau.

Hama ini dapat dikendalikan dengan cara memberikan insektisida seperti Furadan 3G. Biasanya Furadan 3G yang berupa butiran ini diberikan bersama dengan pemberian pupuk baik itu pupuk kimia atau pupuk kandang. Pemberian Furadan ini disesuaikan dengan dosis yang ada pada kemasannya atau bisa dibilang sesuai anjuran.

##### b. Tikus.

Hama tikus ini menyerang bagian buah, tikus ini memakan dan menggerogoti buah salak yang berakibat buah salak rusak bahkan habis dan akan gagal panen karena buah tidak dapat dikonsumsi ataupun dijual. Petani salak dapat mengatasi masalah serangan hama ini dengan memberikan rodentisida atau racun tikus di sekeliling tanaman salak atau bisa juga dengan membuat perangkap.

##### c. Rayap.

Hama yang satu ini dapat menyerang seluruh bagian tanaman salak mulai dari daun, batang, buah hingga akar tanaman. Serangan hama ini pada bagian akar dan juga batang utama tanaman salak dapat menyebabkan tanaman mati. Serangan hama rayap ini dapat diketahui dari adanya rumah rayap dan

juga jalan bekas rayap yang terbuat dari tanah disekitar tanaman salak. Hama rayap ini dapat ditangani dengan cara menyemprotkan insektisida di bagian tanaman salak atau di sekeliling media tumbuh tanaman salak.

##### d. Kutu Putih.

Hama kutu putih ini biasanya banyak ditemukan di permukaan daun bagian bawah. Hama ini menyerang bagian daun dengan mengisap cairan daun tanaman yang berakibat daun akan mengalami perubahan warna menjadi kekuningan dan akhirnya layu.

Pengendalian hama ini dapat dilakukan dengan cara menyemprotkan insektisida sistemik. Namun dengan perhitungan ekonomis, penengdalian hama ini dilakukan dengan cara memotong daun yang terserang kemudian memusnahkannya agar tanaman yang lain tidak terserang.

#### 4.2.3 Penyakit pada Tanaman Salak.

##### a. Busuk Buah.

Penyakit busuk buah ini menyerang tanaman salak karena disebabkan oleh cendawan putih. Buah yang terserang penyakit ini akan menjadi busuk berair sehingga buah memiliki tampilan yang tidak menarik dan tidak dapat dikonsumsi.

Penyebab tanaman salak terserang penyakit ini yaitu karena dipicu oleh kelembapan yang terlalu tinggi. Biasanya penyakit ini dapat dikendalikan dengan cara membuang buah yang busuk agar buah lainnya tidak tertular. Bisa juga penanggulangan serangan hama ini dapat dilakukan dengan cara mengurangi daun tanaman salak dan juga daun tanaman pelindung.

##### b. Bercak Hitam.

Penyakit bercak hitam disebabkan oleh infeksi cendawan *Pestalotia* sp. Tanaman salak yang terserang penyakit ini memiliki gejala diantaranya terdapat bercak hitam pada bagian daun tanaman salak baik itu di daun muda atau tua. Faktor utama penyebab munculnya jamur ini yaitu kondisi lingkungan yang lembab.

Pencegahan terjadinya serangan hama ini dapat dilakukan dengan cara melakukan pemangkasan secara rutin, melakukan pengaturan jarak tanam, serta pengendalian gulma. Tanaman yang terlanjur terserang, bagian daun yang terinfeksi segera dipangkas dan

dimusnahkan. Bisa juga dengan cara melakukan penyemprotan fungisida apabila penyakit ini sudah menyerang melebihi batas normal.

c. Busuk Batang dan Buah.

Penyakit busuk batang ini disebabkan oleh cendawan *Corticium salmonicolor*, serangan cendawan ini ditandai dengan adanya pembusukan pada bagian batang dan juga buah tanaman salak. Penyakit ini biasanya disebut dengan penyakit merah atau busuk pink, karena pada bagian tanaman yang terserang penyakit ini akan ditemukan cendawan yang berwarna merah. Pencegahan dan pengendalian penyakit ini dapat dilakukan dengan cara yang sama yang dilakukan terhadap penyakit bercak hitam.

### 4.3 Kelemahan

#### 4.3.1. Jarak Distribusi Hasil Produksi

Jarak distribusi hasil produksi merupakan salah satu kelemahan yang terdapat di Desa Rumah Sumbul. Karena jauhnya jarak antara lahan dan pasar, maka banyak petani yang memberikan hasil produksinya kepada pengumpul sehingga terkadang harga menjadi turun dari sebelumnya. Alhasil petani kesulitan untuk memenuhi permintaan pasar lainnya. Karena jarak tempuh yang jauh dari pasar menyebabkan buah yang dibawa bisa rusak sehingga para pembeli ke petani meminta buah lebih untuk menutupi kerugian tersebut.

#### 4.3.2. Kemampuan Menjual Produk di Pasar

Kemampuan menjual produk di pasar juga menjadi kelemahan bagi petani. Skor yang didapat adalah 2 dengan parameter jumlah pasar sedikit yang dapat di penuhi petani (2 pasar). Kurangnya produksi salak pondoh yang dihasilkan petani tidak dapat memenuhi lebih dari dua pasar, sehingga petani hanya dapat bergantung pada pengumpul dan pelanggan tetapnya saja.

#### 4.3.3. Luas lahan yang digunakan

Dalam upaya meningkatkan produksi salak pondoh, diperlukan lahan untuk pertanaman salak dengan luasan yang cukup. Namun di daerah penelitian, lahan petani untuk menanam salak cenderung sempit. Selain karena lahan yang dimiliki memang sempit, masih ada petani yang membagi lahan dengan tanaman lain seperti sawit, karet dan

tanaman hortikultura lain. Hal ini menyebabkan lahan yang diusahakan untuk tanaman salak pondoh masih di bawah dua hektar. Hal ini menyebabkan produksi salak pondoh di daerah penelitian masih rendah.

#### 4.3.4. Ketersediaan Alat

Khusus Para petani kesulitan untuk menemukan alat khusus untuk tanaman salak, pasalnya alat yang digunakan tidak langsung tersedia atau dijual di sini ataupun di Medan, mereka harus memesan ke Jawa atau menempah alatnya terlebih dahulu ke tukang besi tapi tidak langsung jadi. Sehingga terkadang mereka kesulitan jika membutuhkan alat tersebut. Rata-rata rating yang didapat dari kuisisioner ini adalah 3 dengan indikator bahwa 3 dari 6 alat khusus masih bisa dipenuhi oleh petani. Contoh alat-alat khusus yang digunakan untuk tanaman salak pondoh adalah egrek untuk pelepah dan buah salak, sarung tangan dengan kualitas yang baik, pahat untuk menyangkok salak, cengklong untuk isi tanah cangkakan.

## KESIMPULAN

Dari hasil pengamatan yang dilakukan di Tiga Juhar Farm (CV. Sinar Ponti) diketahui bahwasanya hasil produksi salak yang bisa mencapai 83.00 Kg perbulan tidak dapat memenuhi permintaan pasar. Oleh karena itu usaha pertanian dalam budidaya salak sangat menjanjikan bagi petani.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim.2012. Salak madu menjadi favorit petani.  
<https://peluangusaha.kontan.co.id/news/salak-madu-menjadi-favorit-petani-1>.
- Anonim.2019. Pengertian Pemasaran: Ruang Lingkup, Fungsi, Tugas, dan Jenis-Jenisnya.  
<https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-pemasaran.html>.
- Anonim.2019. Pengertian Pemasaran: Ruang Lingkup, Fungsi, Tugas, dan Jenis-Jenisnya.  
<https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-manajemen-pemasaran.html>.

- Muqtadir Malik.2018. Pengertian Saluran Pemasaran, Fungsi, Bentuk, Contoh, Menurut Para Ahli.  
<https://www.galinesia.com/2018/04/pengertian-saluran-pemasaran-fungsi.html>.
- Nixon MT. 2009. Buku Pintar Budi Daya Tanaman Buah Unggul Indonesia. Jakarta:Agromedia Pustaka.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian [PDSIP]. 2014. Ekspor Komoditi Pertanian Berdasarkan Negara Tujuan. Jakarta (ID): Kementrian Pertanian.
- Purnomo, H. 2001. Budidaya Salak Pondoh. Aneka Ilmu. Semarang. 70 hal.
- Soekartawi. 2000. Pengantar Agroindustri. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Soekartawi. 2005. Agroindustri Dalam Perspektif Sosial Ekonomi. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Tim Karya Tani Mandiri. 2010. Pedoman Budidaya Buah Salak. CV. Nuansa Aulia, Bandung