

# KAJIAN KELAYAKAN USAHATANI DAN MARJIN TATANIAGA MANGGA (*Mangifera indica*) (Studi kasus di Kabupaten Majalengka, Jawa Barat)

Ade Supriatna

Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian  
Jl. Tentara Pelajar No.10, Bogor (16114), Jawa Barat

## ABSTRACT

This study was conducted in 2005 and took place in Majalengka District, West Java. The objectives of study were (a) to identify the characteristics of farmers and mango cultivation, (b) to analyze the economical visibility of mango farm, (c) to describe the marketing channels and marketing margin. The study used a survey method. Primary data were collected from 25 mango farmers selected by random sampling and some traders selected by snowball method with the farmers as the entry point, consist of 6 collecting traders, 3 whole trader (agents), 2 central markets, 2 supplier and 4 retail traders spread in traditional markets, fruits shops and super markets. Secondary data were collected from the Agriculture Office, the Central Agency of Statistics and the Research Institutions. The results showed that mango farm was economically suitable with benefit of Rp.23.641.230,-/ha/year and R/C of 4.64. In marketing, mango fruits were classified into two groups, namely grade A/B as main grade that was marketed in four marketing channels and grade C (non grade) that was marketed in one marketing channel to local traditional market. In the marketing grade AB, the third channel gave a highest value of marketing margin because some marketing actors implemented post-harvest handling to increase the quality of mango according to supermarket's class. The agents reached a highest margin (Rp.2.500,-/kg) because they spent a highest cost of marketing and took a highest risk caused by price fluctuation. For developing mango production, a pattern of cooperative with agribusiness actors, especially exporter is needed. The farmers are helped in capital formation and guided in good farming practices while the exporter should get a mango fruits with higher quality, looking for a new marketing channel and building the unit of mango processing industry to bridge the problem in case the mango is in peak season.

**Keywords:** *mango, farms, marketing*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan tahun 2005 di Kabupaten Majalengka, Propinsi Jawa Barat dengan tujuan; (a) mengidentifikasi karakteristik petani dan budidaya mangga, (b) menganalisis kelayakan usahatani, dan (c) mempelajari saluran pemasaran serta margin pemasaran. Penelitian menggunakan metoda survey. Data primer dikumpulkan dari 25 petani yang diambil secara acak (random sampling) dan beberapa pedagang yang diambil dengan metode snowball, yaitu mengikuti aliran penjualan mangga dengan petani sebagai titik awal, terdiri atas 6 pedagang pengumpul, 3 pedagang pengepul (agen), 2 pedagang pasar induk, 2 suplayer dan 4 pedagang pengecer di pasar tradisional, toko/kios buah dan super market. Data sekunder dikumpulkan dari Dinas Pertanian Tanaman Pangan, Badan Pusat Statistik (BPS) dan Lembaga Penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani mangga termasuk layak secara ekonomi dengan nilai pendapatan bersih Rp.23.641.230,-/ha/tahun dan nilai R/C 4,64. Dalam pemasaran, buah mangga dikelompokkan kedalam dua grade, yaitu grade AB merupakan grade utama, dipasarkan secara luas melalui empat saluran dan grade C (*non grade*) disalurkan ke pasar-pasar tradisional lokal melalui satu saluran pemasaran. Margin pemasaran paling besar terjadi pada saluran pemasaran yang pelaku-pelaku pasarnya melakukan penanganan hasil lebih intensif seperti suplayer dan supermarket dengan sasaran konsumen kelas ekonomi menengah ke atas. Pada seluruh saluran pemasaran grade AB, pedagang agen selalu mendapatkan margin keuntungan paling besar, yaitu Rp.2.500,-/kg karena mereka merupakan pihak yang paling besar dalam pengeluaran biaya pemasaran dan juga resiko diakibatkan oleh fluktuasi harga jual mangga. Pengembangan produksi mangga masih perlu kerjasama

dengan pelaku agribisnis, petani mendapatkan bantuan permodalan dan bimbingan praktek budidaya yang benar sementara pelaku agribisnis dapat memperoleh hasil mangga yang berkualitas, menciptakan peluang pasar baru dan mendirikan industri pengolah mangga segar untuk menjembatani kelebihan produksi pada waktu panen raya.

**Kata kunci:** mangga, usahatani, pemasaran

## PENDAHULUAN

Mangga (*Mangifera indica*) termasuk komoditas unggulan nasional yang mampu berperan sebagai sumber vitamin dan mineral, meningkatkan pendapatan petani, serta mendukung perkembangan industri dan ekspor. Pada tahun 2003, volume ekspor mangga Indonesia mencapai 559.000 ton atau setara dengan 461.000 US\$ sedangkan volume impor mencapai 348.000 ton atau setara dengan 329.000 US\$. Volume ekspor mangga Indonesia masih lebih tinggi dibandingkan volume impor sebanyak 211.000 ton atau setara dengan 132 US\$ (Ditjen Bina Produksi Hortikultura, 2004).

Propinsi Jawa Barat merupakan salah satu sentra produksi mangga nasional, luas tanam mangga di Jawa Barat tahun 2001 mencapai 1.347.000 pohon (11,3% dari luas tanam nasional) dengan produksi 113.000 ton (12,3% dari produksi nasional). Selama sembilan tahun (1993-2001) laju pertumbuhan luas panen meningkat sebanyak 0,20%, sedangkan laju produktivitas dan produksi menurun masing-masing 2,01% dan 1,79% per tahun (BPS, 2002).

Sejalan dengan era perdagangan bebas, produk mangga Indonesia dituntut bersaing dengan mangga dari negara lain seperti Thailand, Philipina, India, Meksiko, Brazil dan Australia. Arena persaingan tidak saja terjadi di pasar ekspor/luar negeri tetapi juga terjadi di pasar dalam negeri, terutama pasar moderen seperti *supermarket*, *hypermarket*, *fruitshop*, hotel berbintang, dan usaha catering (Sumarno, 2003).

Selama ini upaya pengembangan produksi mangga Indonesia menjumpai beberapa permasalahan; yaitu produk tidak seragam ukurannya, penampilan kurang menarik, tingkat kematangan tidak menentu, kehilangan hasil

sekitar 5-15% dan belum ada karakterisasi patologi untuk menentukan perlakuan pasca panen/pestisida (Kusumo, 1989).

Sebagian besar mangga di Jawa Barat diusahakan melalui pola pekarangan dan masih sedikit diusahakan dengan pola kebun. Dalam pola pekarangan, dicirikan dengan perlakuan budidaya masih sederhana, umumnya mangga sudah berumur lebih dari 25 tahun dan berasal dari bibit biji. Dengan kondisi demikian, maka produktivitas mangga umumnya rendah (Iswariyadi, dkk., 1993).

Ciri khas dari kehidupan petani adalah perbedaan pola penerimaan/pendapatan dengan pengeluarannya. Hasil produksi hanya diterima petani setiap musim, sedangkan pengeluaran harus diadakan setiap hari, setiap minggu atau kadang-kadang dalam waktu yang sangat mendesak seperti kematian, pesta perkawinan dan selamatan lain (Mubiyarto, 1973). Perbedaan pola penerimaan dan pengeluaran tersebut menyebabkan petani (terutama petani burem) terjerumus kepada pelepas uang dan atau melakukan penjualan mangga sebelum panen baik melalui sistem ijon maupun kontrak.

Kajian ini bertujuan untuk: (a) mengidentifikasi karakteristik petani dan budidaya mangga, (b) menganalisis kelayakan ekonomi dan (c) mempelajari saluran pemasaran serta margin pemasaran. Hasil kajian diharapkan dapat memberikan informasi penting sebagai masukan dalam usaha pengembangan komoditas mangga agar mampu bersaing baik di pasar domestik maupun internasional.

## METODOLOGI

Penelitian dilaksanakan pada tahun 2005 di Kabupaten Majalengka, Propinsi Jawa Barat. Metode penelitian menggunakan metoda survei terstruktur. Data primer dikumpulkan dari 25 petani yang diambil secara acak (*random sampling method*) dan beberapa pedagang yang diambil dengan metode *snowball*, yaitu mengikuti aliran penjualan mangga dengan petani sebagai titik awal. Terdiri atas 6 pedagang pengumpul, 3 pedagang pengepul (agen), 2 pedagang pasar induk, 2 suplayer dan 4 pedagang pengecer di pasar tradisional, toko/kios buah dan super market. Data sekunder dikumpulkan dari Dinas/Instansi terkait yaitu Dinas Pertanian Tanaman Pangan, Badan Pusat Statistik (BPS) serta Lembaga Penelitian.

Sesuai dengan tujuan pengkajian, data dianalisis dengan metode sebagai berikut:

1. Karakteristik petani dan keragaan budidaya diuraikan secara deskriptif berdasarkan interpretasi data tabulasi dengan menggunakan satuan persentase dan rata-rata (Dayan, A., 1989).

$$X = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$$

Dimana:

X = Nilai rata-rata

n = Jumlah contoh

X = Nilai parameter contoh ke i

2. Pendapatan dan kelayakan usahatani (Malian, H., 2004)

- a. Pendapatan usahatani:

$$\pi = Y \cdot Py - \sum_{i=1}^n X_i \cdot P_{xi} - BL$$

Dimana:

$\pi$  = Pendapatan bersih usahatani (Rp/ha/tahun)

Y = Total produksi (Kg/ha/tahun)

Py = Harga jual mangga (Rp/kg)

Xi = Tingkat penggunaan input usahatani ke-i (Rp/ha/tahun)

Pxi = Harga input usahatani ke-i (Rp/kg)

BL = Harga input ke-i (Rp/kg)

- b. Kelayakan usahatani (R/C)

$$R/C = NPT/BL$$

Dimana:

R/C = Nisbah penerimaan dan biaya

NPT = Nilai produksi total (Rp/ha/tahun)

BL = Nilai biaya total (Rp/ha/tahun)

Dengan keputusan:

R/C > 1, usahatani secara ekonomi menguntungkan

R/C = 1, usahatani secara ekonomi berada pada titik impas (BEP)

R/C < 1, usahatani secara ekonomi tidak menguntungkan (rugi)

3. Marjin pemasaran (Limbong dan Sitorus, 1985)

$$Mm = Pe - Pf$$

Dimana:

Mm = Marjin pemasaran di tingkat petani

Pe = Harga produk di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)

Pf = Harga produk ditingkat petani (Rp/kg)

Marjin pada setiap tingkat lembaga pemasaran dapat diperoleh dengan menghitung selisih antara harga jual dengan harga beli pada setiap lembaga pemasaran

$$Mm = Ps - Pb$$

Dimana:

Mm = Marjin pemasaran pada setiap tingkat lembaga pemasaran

Ps = Harga jual pada setiap lembaga pemasaran (Rp/kg)

Pb = Harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)

Dalam margin pemasaran terdapat dua komponen, yaitu komponen biaya dan keuntungan lembaga pemasaran, maka:

$$Mm = c + \pi$$

$$Pr - Pf = c + \pi$$

$$Pf = Pr - c - \pi$$

Dimana:

c = Biaya pemasaran Lembaga pemasaran (Rp/kg)

$\pi$  = Keuntungan lembaga pemasaran (Rp/kg)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Petani Mangga.

Keberhasilan usahatani mangga sangat ditentukan oleh karakteristik petaninya sebagai pelaku usahatani, pembuat dan pengambil keputusan dalam menjalankan kegiatan usahatani. Karakteristik petani mangga relatif cukup baik, mayoritas petani termasuk usia produktif (84%), berpendidikan (96%) dan mempunyai pekerjaan utama dibidang budidaya mangga (80%). Sedangkan kelemahannya yaitu masih ditemukan buta huruf (4%), berlahan sempit (66%) dan berstatus lahan sews (12%) serta petani miskin sehingga melakukan pinjaman modal (28%) (Tabel 1).

Petani usia produktif, berpendidikan dan pekerjaan utama di usahatani mangga diharapkan mereka lebih respon terhadap inovasi baru dan terlibat langsung dalam setiap kegiatan usahatani di kebun. Tabel 3 menyatakan, bahwa dari total nilai tenaga kerja usahatani mangga Rp.2,66 juta, tenaga kerja keluarga memberikan kontribusi cukup besar yaitu 38,1%. Penggunaan tenaga keluarga tidak perlu mengeluarkan uang tunai sehingga petani dapat menghemat biaya untuk digunakan pada kebutuhan lainnya.

Mayoritas petani mangga berlahan sempit (66%), mereka umumnya lemah dalam membangun modal (capital formation) dan terpaksa harus berhutang ke para pelepas uang.

Ditemukan 28% petani melakukan pinjaman modal yang umumnya dilakukan oleh para petani miskin dengan kepemilikan lahan di bawah 1,0 hektar.

Tabel 1. Persentase Petani Mangga Menurut Karakteristiknya, 2005.

No	Karakteristik petani	Persentase (%)
1.	Kelompok umur kepala keluarga (KK)	
	a. 26 - 40 th	64,0
	b. 41 - 51 th	20,0
	c. 56 - 69 th	16,0
2.	Tingkat pendidikan KK	
	a. Buta huruf	4,0
	b. 1 - 9 th	76,0
	c. 10 - 17 th	16,0
3.	Pekerjaan utama KK	
	a. Usahatani mangga	80,0
	b. Usahatani pangan	8,0
	c. Lainnya <sup>1)</sup>	12,0
4.	Luas penguasaan kebun	
	a. 0,10 - 0,50 Ha	66,0
	b. 0,51 - 2,06 Ha	22,0
	c. 2,07 - 3,09 Ha	12,0
5.	Status penguasaan kebun	
	a. Milik	44,0
	b. Bukan milik (sewa/kontrak)	12,0
	c. Campuran (a dan b)	44,0
6.	Melakukan pinjaman	
	a. Ya	28,0
	b. Tidak	72,0

<sup>1)</sup> Lainnya: pedagang, PNS, pertukangan, dll

Sumber pinjaman paling besar yang diakses oleh petani adalah pedagang (60%) sisanya ke Bank dan saudara/famili. Penomena ini sesuai dengan pendapat Syukur, M.,dkk (1990) bahwa, petani kecil sulit akses ke lembaga formal meskipun menyediakan bunga rendah dikarenakan (a) petani tidak memiliki jenis agunan yang diminta oleh lembaga terutama sertifikat tanah dan bangunan, (b) pembayaran secara bulanan tidak sesuai dengan tipe usahatani tanaman yang memberikan siklus produksi musiman dan (c) petani kecil umumnya belum

familier dengan prosedur administrasi yang rumit.

Perbedaan yang jelas dalam persoalan-persoalan antara ekonomi pertanian dan ekonomi di luar bidang pertanian adalah adanya jarak waktu (gap) antara pengeluaran yang harus dilakukan para pengusaha pertanian dengan penerimaan hasil penjualan. Jarak waktu ini juga sering disebut "*gestation period*", dimana dalam bidang pertanian jauh lebih besar dibandingkan industri (Mubyarto, 1972).

Adanya kebutuhan yang mendesak dengan jumlah besar seperti biaya sekolah, pesta perkawinan dan kebutuhan sosial lainnya sedangkan musim panen belum tiba akan mendorong petani untuk menyewakan kebun mangganya atau melakukan penjualan dengan sistem ijon. Tabel 1 menginformasikan, bahwa ada 12% petani berstatus sewa dan 44% berstatus campuran antara milik dan sewa. Mereka pada umumnya merupakan pedagang atau petani berlahan luas.

Pengaruh buruk dari petani penyewa/kontrak adalah mereka akan mencari keuntungan sebesar mungkin dari lahan yang dikontraknya, mereka akan mengeksploitasi tanaman mangga supaya menghasilkan banyak dengan menggunakan zat perangsang bunga "goldstar" tetapi tidak diikuti dengan upaya pemupukan yang memadai. Akibatnya pertumbuhan tanaman pada musim berikutnya akan merana bahkan produksinya turun drastis (Diperta Kabupaten Majalengka, 2004).

Dampak negatif penjualan sistem ijon adalah terjadinya pemetikan (panen) mangga sebelum waktunya sehingga kualitas mangga menjadi rendah. Alasan pengijon melakukan pemetikan buah lebih cepat adalah untuk mengejar harga jual tinggi (produksi masih kurang), merasa kesulitan mengawasi dan perlu mengeluarkan biaya pengawasan (Iswariyadi, dkk., 1993).

## Karagaan Budidaya Mangga

Di kebun petani banyak ditemukan berbagai jenis tanaman mangga, tetapi mangga utama yang diusahakan petani ada tiga yaitu jenis Arumanis, Gedong dan Dermayu (*Cengkir*) sedangkan varietas lainnya dimasukkan sebagai mangga sampingan dikenal dengan nama lokal "mangga rucahan" seperti varietas Golek, Manalagi, Bapang dan Kidang.

Mangga pertama kali diusahakan oleh petani di pekarangan terus ke lahan kebun, sedangkan penanaman mangga di lahan sawah mulai berkembang sekitar tahun 1980-an. Populasi tanaman mangga mencapai 94 pohon per hektar terdiri atas tanaman menghasilkan (86,2%), tanaman belum menghasilkan (13,8%) sedang tanaman rusak tidak ditemukan karena petani selalu melakukan rehabilitasi tanaman. Asal bibit tanaman paling banyak berasal dari biji (53,2%), sisanya dari hasil okulasi/tempelan (42,5%) dan cangkokan (4,3%) (Tabel 2).

Tabel 2. Rata-rata Populasi Tanaman dan Asal Bibit Mangga, 2005

No	Karakteristik kebun mangga	Nilai
1.	Populasi tanaman (phn/ha)	
	a. Tanaman belum menghasilkan (TBM) <sup>1)</sup>	13,8
	b. Tanaman menghasilkan (TM) <sup>1)</sup>	86,2
	c. Tanaman rusak (TR)	-
	Total (1):	94,0
2.	Asal bibit tanaman mangga (%)	
	a. Biji	53,2
	b. Okulasi/tempelan	42,5
	c. Cangkokan	4,3
	Total (2):	100,0

<sup>1)</sup>TBM = 1 - 4 tahun; TM = 5 - 70 tahun

Mangga asal biji sebagian besar merupakan tanaman warisan orang tua, waktu itu peranan Balai Benih belum cukup baik. Bibit yang berasal dari biji didominasi oleh varietas Dermayu sedangkan Arumanis dan Gedong (pertanaman baru) mayoritas sudah menggunakan bibit okulasi dan cangkokan.

Keunggulan tanaman asal cangkokan yaitu cepat menghasilkan dan mempunyai sifat seperti induknya baik dalam ketahanan hama penyakit maupun produktivitas dan kualitas buah. Untuk varietas Dermayu, petani lebih menyukai menanam bibit asal biji karena jenis ini tidak mengalami perubahan berarti dari induknya, baik dari segi cita rasa maupun bentuk mangga (Kusumo, dkk.,1989)

Di lahan pekarangan dan kebun banyak ditemukan varietas Dermayu dan Gedong yang sudah berumur tua (70 tahunan) dengan tinggi tanaman di atas 25 meter. Tanaman yang tua dan tinggi tersebut merupakan salah satu kendala petani dalam meningkatkan kualitas hasil maupun efisiensi produksi, menyulitkan petani dalam kegiatan pemeliharaan, terutama pengendalian HPT dan panen sehingga membutuhkan tenaga kerja lebih banyak dan lebih terampil.

Tanaman mangga pada umumnya sudah memasuki usia produktif, kegiatan pemeliharaan terdiri atas penyulaman, penyiangan, pemupukan, pengendalian HPT, pemangkasan dan panen/angkut hasil. Rata-rata curahan tenaga kerja untuk masing masing kegiatan adalah penyulaman (2,0 HOK), penyiangan (13,5 HOK), pemupukan (21,1 HOK), pengendalian HPT (17,2 HOK), pemangkasan (3,7 HOK) dan panen/angkut (23,0 HOK)/ha/tahun (Tabel 3).

**Pemupukan.** Jenis pupuk yang banyak diaplikasikan oleh petani adalah pupuk kandang (100%), NPK (80%) dan Zat Perangsang Bunga "goldstar" (80%). Mereka beralasan, bahwa pupuk kandang dapat memberikan manfaat ganda, yaitu disamping menyediakan hara tanaman juga dapat memperbaiki kondisi fisik dan mikro-organisme tanah. Pupuk NPK dapat menyediakan tiga unsur hara (N, P dan K) dalam satu kali aplikasi sedangkan zat perangsang bunga dapat meningkatkan jumlah produksi dan mempercepat masa pembungaan antara 1 - 2 bulan.

Keberadaan zat perangsang bunga sering disalahgunakan oleh para petani penyewa. Mereka berorientasi kepada keuntungan besar,

sehingga mengeksploitasi pemakaiin zat perangsang dengan tidak diikuti oleh pemupukan yang memadai. Apabila

upaya eksploitasi ini berlanjut terus maka pertumbuhan tanaman menjadi merana, produksinya turun bahkan tidak mau berproduksi (Diperta Kabupaten Majalengka, 2004).

Tabel 3. Rata-rata Masukan Fisik Usahatani Mangga, 2005.

No	Uraian	Jumlah (Satuan/ha/tahun)
1.	Bibit (pohon) <sup>1)</sup>	0,4 ( 20,0) <sup>2)</sup>
2.	Pupuk	
	a. Urea (kg)	7,6 ( 44,0)
	b. SP-36 (kg)	16,7 ( 12,0)
	c. KCL (kg)	43,7 ( 18,0)
	d. ZA (kg)	42,2 ( 30,0)
	e. NPK (kg)	136,4 ( 80,0)
	f. Pupuk kandang (kg)	4.757,0 (100,0)
	g. Lainnya (lt) <sup>3)</sup>	2,6 ( 80,0)
3.	Pestisida kimia	
	a. Cair (lt)	5,2 (100,0)
	b. Tepung/padat (kg)	2,7 ( 80,0)
4.	Tenaga Kerja (HOK) <sup>4)</sup>	
	a. Rehab. tanaman	2,0 ( 20,0)
	b. Penyiangan	13,5 (100,0)
	c. Pemupukan	21,1 (100,0)
	d. Pengendalian HPT	17,2 (100,0)
	e. Pemangkasan	3,7 (100,0)
	f. Panen/angkut	23,0 (100,0)

<sup>1)</sup> Bibit Penyulaman

<sup>2)</sup> Angka dalam tanda ( ) menyatakan persentase petani yang melaksanakan

<sup>3)</sup> Zat perangsang bunga "Golstar"

<sup>4)</sup> HOK = Hari Orang Kerja (4 jam/hari)

Menurut petani, mereka bersedia meningkatkan pemberian pupuk apabila harga jual mangga sudah pasti dan menguntungkan. Sesuai dengan pendapat Agustian, A. *et al.*, (2005) bahwa ketidakpastian harga jual mangga hasil panen menyebabkan para petani ragu-ragu menerapkan budidaya mangga secara intensif melalui peningkatan masukan input usahatani sesuai anjuran.

### **Pengendalian hama pengakit tanaman.**

Jenis hama penyakit tanaman mangga yang sering menimbulkan kerugian usahatani mangga ada empat jenis, yaitu lalat buah (*Bactrocera sp.*), penggerek ranting (*Stemochetus sp.*), kelelawar dan benalu (*Lauranthaceae sp.*).

Dalam mengendalikan hama penyakit, petani kurang menerapkan prinsip-prinsip Pengendalian Hama Terpadu (PHT). Mereka masih melakukan penyemprotan secara terjadwal, tanpa melihat populasi hama dan dimulai pada waktu tanaman akan berbunga sampai selesai dipanen. Rata-rata frekuensi penyemprotan antara empat sampai tujuh kali per musim dengan menggunakan pestisida kimia seperti sevin, tetrin, furadan, blimer dan lainnya. Rata-rata jumlah pestisida yang digunakan mencapai 5,2 liter pestisida cair dan 2,7 kg pestisida padat/tepung (Tabel 3).

Sesuai dengan prinsip PHT, penggunaan pestisida kimia boleh digunakan apabila terlebih dahulu sudah dilaksanakan tindakan pencegahan (*preventive controls*) seperti penanaman tanaman sehat, cara biologis, fisik dan mekanis tetapi masih belum memberikan hasil optimal atau populasi hama masih diatas ambang ekonomi. Penggunaan pestisida kimia harus bijaksana, yaitu pemilihan jenis pestisida yang sesuai dengan hamanya, mudah terurai dan berspektrum sempit dengan konsentrasi yang tidak berlebihan (Oka, I. B., 1995).

Selain itu, Sevin dan Furadan termasuk jenis pestisida terlarang menurut Inpres N0.3 tahun 1986 karena mempunyai sifat berspektrum luas (*wide spectrum*) dan sulit terurai (*undegradable*) sehingga tidak saja membunuh hama sasaran (*targeted pests*) tetapi juga dapat membunuh organisme lain yang bermanfaat seperti predator hama, cacing tanah dan serangga penyerbuk.

Khusus untuk hama kalong dan kelelawar petani menggunakan obat temik (nama daerah "*tali kambing*"), dengan cara dimasukan kedalam buah mangga matang dan diumpankan di pohon mangga. Sedangkan benalu cukup dengan dipangkas pada waktu kegiatan pemangkasan,

sebagian petani sudah menggunakan obat Petrogenol, yaitu obat perangkap lalat buah jantan.

**Panen/angkut.** Petani menjual mangga ke pedagang pengumpul dalam bentuk hasil panen seadanya yang dikenal dengan nama daerah "bentuk rucahan" merupakan campuran berbagai varietas mangga, ukuran dan tingkat kematangan buah. Transaksi jual beli dilakukan waktu mangga belum dipanen dan apabila sudah dicapai kesepakatan harga baru dilakukan kegiatan panen oleh petani. Frekuensi panen mangga antara 1 sampai 2 kali per musim dan ongkos angkut ke pedagang sudah termasuk ke dalam ongkos panen.

Mangga hasil panen disortir oleh pedagang berdasarkan jenis varietas, ukuran dan tingkat kematangan buah. Pertama kali pemisahan mangga utama (Arumanis, Dermayu dan Gedong) dari mangga sampingan (nama daerah mangga "*rucah*") seperti Golek, Manalagi, Bapang dan Kidang. Selanjutnya khusus untuk mangga utama dilakukan klasifikasi berdasarkan besar ukuran buah dan dihasilkan grade A, B dan C (*non grade* atau mangga "*rucah*").

Tabel 4. Pengelompokan Kelas Mangga Utama<sup>1)</sup> Menurut Ukuran, 2005.

Kelas	Nama	Ukuran biji (Butir/ku)	Komposisi (%)
I	VIP (Grade A)	210	40
II	Super (Grade B)	280	30
III	Rucah (Grade C)	300	30

<sup>1)</sup> Mangga utama: Arumanis, Dermayu dan Gedong.

Pada prakteknya mangga grade A dan B disatukan menjadi grade A/B. Dari hasil sortasi, dapat dihitung jumlah pembayaran ke petani dengan cara mengkalikan jumlah berat setiap grade dengan harganya sesuai kesepakatan waktu transaksi. Mangga yang dijual ke luar daerah adalah jenis jenis mangga utama kualitas grade A/B sedangkan grade C dan mangga sampingan

umumnya dijual ke pasar-pasar tradisional disekitar Kabupaten Majalengka dan sekitarnya.

### Kelayakan Usahatani Mangga

Usahatani mangga membutuhkan biaya Rp.6.488.000,-/ha/tahun, dialokasikan paling banyak untuk biaya sarana produksi (48,9%), upah tenaga kerja (41,0%), pengadaan pestisida (8,9%) dan biaya lainnya (1,1%).

Tabel 5. Analisis Kelayakan Usahatani Mangga, 2005

No	Jenis masukan dan pengeluaran	Nilai
1	Masukan (Produksi)	
	1. Fisik (kg)	11.500
	2. Harga (Rp/kg)	2.623
	3. Nilai (Rp)	30.130.000
11	Pengeluaran	
	1. Bibit (Rp)	6.000 (0.1) <sup>1)</sup>
	2. Pupuk (Rp)	
	Urea/ZA	8.360
	TSP/SP-36	23.380
	ZA	44.940
	KCL	54.630
	NPK	346.730
	Lainnya <sup>2)</sup>	1.509.380
	Pupuk kandang	1.189.250
	Total (2):	3.176.670 (48,9)
	3. Pestisida (Rp)	569.770 (8,9)
	4. Tenaga kerja (Rp):	
	Dalam keluarga (DK)	1.013.440
	Luar keluarga (LK)	1.646.890
	Total (4):	2.660.330 (41,0)
	5. Biaya lainnya (Rp) <sup>3)</sup>	76.000 (1,1)
	Total pengeluaran (1+2+3+4+5):	6.488.770
111	Keuntungan bersih (A) <sup>4)</sup>	23.641.230
	(B)	24.654.670
IV	R/C	4,64

<sup>1)</sup> Angka dalam kurung menyatakan persentase terhadap total pengeluaran

<sup>2)</sup> Zat perangsang buah "Goldstar"

<sup>3)</sup> Biaya sewa kebun dan alat pertanian, bunga Bank dan pajak.

<sup>4)</sup> A = Ongkos tenaga kerja keluarga diperhitungkan  
B = Ongkos tenaga kerja keluarga tidak diperhitungkan

Nilai penerimaan kotor usahatani mangga Rp.30.130.000,-/ha/tahun dan pendapatan bersih A (ongkos tenaga kerja keluarga diperhitungkan) Rp.23.641.000,-/ha/tahun sedangkan pendapatan bersih B (ongkos tenaga kerja keluarga tidak diperhitungkan)Rp.24.654.000,-/ha/tahun. Usahatani mangga layak secara ekonomi dengan nilai R/C sebanyak 4,64 artinya setiap pengeluaran sebanyak Rp.1,- memberikan penerimaan sebanyak Rp.4,64,- (Tabel 5).

Pendapatan usahatani sangat tergantung kepada harga jual mangga yang fluktuatif dan ditemukan oleh pasar induk sebagai pasar acuan (*Referee market*). Contoh mangga Arumanis grade A/B, harga rendah terjadi pada panen raya (mulai pertengahan bulan Oktober sampai Desember), yaitu Rp.1.500,-/kg sedangkan harga tertinggi terjadi pada waktu awal dan akhir musim panen (jumlah produk sedikit), yaitu mencapai Rp.5.000,/kg. Rata-rata harga jual petani adalah Rp. 2.500,- /kg

### Rantai Pemasaran Mangga.

Dalam pemasaran mangga dari produsen (petani) sampai ke konsumen, banyak ditemukan pelaku pasar (lembaga pemasaran) terdiri atas pedagang pengumpul, pengepul (agen), pedagang pasar induk, suplayer, pengecer pasar tradisional, toko/kios buah, pasar moderen (*supermarket*) dan eksportir. Ada lima saluran dalam memasakan mangga dari petani ke konsumen, yaitu:

#### a. Mangga grade A/B

1. Petani → Pengumpul → Agen → Pasar induk → Pasar tradisional → Konsumen
2. Petani → Pengumpul → Agen → Pasar induk → Toko/Kios buah → Konsumen
3. Petani → Pengumpul → Agen → Pasar induk → Suplayer → Pasar modern → Konsumen
4. Petani → Pengumpul → Agen → Pasar induk → Suplayer → Eksportir → Konsumen luar negeri

b. Mangga grade C (*non-grade* atau “*rucah*”)

5. Petani → Pengumpul → Agen → Pasar tradisional lokal → Konsumen

Pembahasan saluran dan marjin pemasaran pada kajian ini disederhanakan, diwakili oleh jenis mangga dominan (Arumanis) dan tidak termasuk pasar ekspor (saluran pemasaran ke empat). Dengan demikian, untuk mangga Arumanis grade A/B dipelajari saluran pemasaran pertama, kedua dan ketiga sedangkan untuk grade C dipelajari saluran pemasaran kelima.

**Petani mangga.** Petani menjual mangga ke pengumpul dalam bentuk hasil panen seadanya. Alasan petani dalam memilih pembeli adalah paling banyak karena sudah langganan (52%), terikat pinjaman (28%) dan alasan pemasaran harga lebih tinggi (20%). Cara transaksi yaitu mangga diterima di lokasi pengumpul (92%) dan sisanya (8%) diambil di rumah petani atau di kebun. Pembayaran paling banyak secara tunai atau menunggu antara 1-2 hari (72%) sisanya dibayar kemudian (28%) (Tabel 6).

Pembayaran tunai biasanya untuk petani berlahan sempit sedangkan petani kaya meminta agar pembayaran dilakukan kemudian bersamaan dengan penjualan panen terakhir supaya uang pembayaran dapat terkumpul. Pada waktu harga mangga tinggi (pada awal dan akhir musim panen), pedagang bersedia mengambil mangga di rumah/kebun petani bahkan sampai melakukan panen sendiri sebaliknya pada waktu harga rendah (panen raya), petani harus memanen sendiri dan mengantarkan hasil ke pedagang.

**Pedagang pengumpul.** Pedagang ini merupakan kaki tangan pedagang pengepul (agen), satu agen mempunyai 10 sampai 15 pengumpul yang tersebar sampai ke luar kecamatan dan mereka mendapatkan pinjaman modal dari agennya untuk kebutuhan operasi. Pedagang ini yang berhubungan langsung dengan petani baik dalam pembelian mangga maupun dalam pemberian pinjaman modal ke para petani.

Tabel 6. Persentase Petani Menurut Cara Penjualan Mangga, 2005.

No	Uraian	Persentase (%)
1.	Alasan petani dalam memilih pembeli	
	a. Langganan	52,0
	b. Ikatan pinjaman <sup>1)</sup>	28,0
	c. Harga lebih tinggi	20,0
2.	Cara transaksi	
	a. Di tempat pengumpul (depot)	92,0
	b. Di tempat petani/kebun	8,0
3.	Cara pembayaran	
	a. Tunai	72,0
	b. Kemudian	28,0

<sup>1)</sup> Pinjaman modal usahatani dan kebutuhan hidup.

Selama satu musim panen (4 sampai 5 bulan), rata-rata volume pembelian mangga sekitar 10 sampai 20 ton/pengumpul. Peranan pengumpul adalah mencari petani yang akan menjual mangga, melakukan transaksi jual beli, sortasi dan pengiriman mangga ke pedagang agen. Rata-rata biaya pemasaran Rp.65,-/kg mangga digunakan untuk ongkos pembelian dan pengiriman ke agen.

**Pedagang pengepul (agen).** Pedagang mendapat kiriman mangga dari pengumpul, mangga dibeli dengan harga lebih tinggi sekitar Rp.250,-/kg dari harga petani, merupakan marjin pemasaran pedagang pengumpul dan dibayar secara tunai. Rata-rata volume pembelian pedagang agen antara 100 sampai 150 ton/musim.

Di tingkat pedagang agen, dilakukan sortasi ulang terutama menyeleksi mangga rusak akibat pengiriman dari pengumpul dan penyesuaian dengan permintaan pembeli. Mangga grade A/B dipacking menggunakan peti kayu dengan kapasitas 40 sampai 50 kg/peti yang dilapisi kertas koran sedangkan mangga grade C tidak dipacking hanya pakai keranjang bambu dengan kapasitas 60 sampai 70 kg/keranjang.

Pedagang agen merupakan titik awal pendistribusian mangga, mereka mengirim mangga grade A/B ke beberapa pasar induk

propinsi terutama DKI. Jakarta dan Jawa Barat, sedangkan mangga grade C dijual ke pasar pasar tradisional lokal yang tersebar di Majalengka, Sumedang, Cirebon dan Indramayu. Rata-rata biaya pemasaran pedagang agen Rp.334,-/kg grade A/B dan Rp.320,-/kg grade C digunakan untuk biaya pengiriman, tenaga sortasi, paking dan muat barang.

**Pedagang pasar induk.** Pedagang ini menerima kiriman mangga dari agen dalam kemasan peti kayu, rata-rata volume pembelian antara 100 sampai 160 ton/musim. Cara pembayaran ke agen menggunakan sistem nota 1 : 5, yaitu seluruh pembayaran dilakukan sekaligus setelah pengiriman ke lima terjual. Pedagang pasar induk menjual mangga sesuai harga harian yang berlaku dan mereka memperoleh keuntungan dengan sistem komisi 10% dari total nilai penjualan mangga.

Pedagang pasar induk tidak melakukan penanganan apapun terhadap mangga, hanya menyediakan tempat penjualan dan melaksanakan transaksi jual beli mangga dalam bentuk kemasan dari pedagang agen. Pekerjaan berat mereka adalah melakukan penagihan terhadap setiap pembeli yang nunggak (pedagang pasar tradisional, toko/kios buah dan suplayer). Biaya pemasaran pedagang pasar induk Rp.88,-/kg mangga digunakan untuk biaya bongkar kiriman mangga, iuran pasar dan penimbangan.

Pasar induk merupakan pasar acuan, harga beli yang ditawarkan mereka dijadikan pedoman dalam perhitungan menetapkan harga beli oleh pedagang sebelumnya sampai ke tingkat petani. Pada masa panen raya, harga jual mangga di pasar induk menjadi rendah sampai mencapai titik terendah dikarenakan suplai mangga melebihi permintaan pasar dan ada kiriman panen dari daerah lain terutama berasal dari Jawa Timur dan Jawa Tengah. Sebaliknya pada musim paceklik harga jual mangga mahal dan mencapai harga tertinggi dikarenakan permintaan mangga melebihi suplai.

**Pengecer pasar tradisional dan kios/toko buah.** Pedagang ini mendapatkan mangga dengan cara mengambil dari pasar induk dalam bentuk

kemasan peti kayu dan pembayaran menggunakan sistem Masuk Keluar Masuk (MKM), yaitu pengambilan pertama dibayar pada pengambilan kedua. Rata-rata volume pembelian kedua pedagang hampir sama antara 2 sampai 3 ton/musim.

Pedagang pengecer melakukan sortasi terutama untuk membuang mangga rusak atau busuk serta mengelompokkan berdasarkan ukuran dan kualitas mangga untuk membedakan harga jual sesuai kondisi konsumennya. Biaya pemasaran pengecer pasar tradisional Rp.40,-/kg dan toko/kios buah Rp.100,-/kg digunakan untuk ongkos pembelian, iuran pasar/toko dan wadah kantong plastik.

**Pengecer pasar tradisional lokal.** Pedagang ini memperoleh mangga dengan cara mengambil dari agen dalam kemasan keranjang kayu dan pembayarannya menggunakan sistem MKM Rata-rata volume pembelian 20 sampai 30 ton/musim. Mereka melakukan terutama untuk mengelompokkan berdasarkan kualitas mangga menurut cacat fisik untuk membedakan harga jual sesuai kondisi konsumennya. Biaya pemasaran pengecer pasar tradisional Rp.40,-/kg digunakan untuk ongkos pembelian, iuran pasar dan wadah kantong plastik.

**Suplayer.** Suplayer memperoleh mangga dengan cara mengambil dari pasar induk dalam kemasan peti kayu dan pembayarannya menerapkan sistem nota 1 : 5 artinya seluruh pembayaran dilakukan pada waktu pengiriman ke lima terjual. Rata-rata volume pembelian 20 sampai 40 ton/musim.

supermarket dan sisanya non grade (20%) dijual ke pasar tradisional. Pengiriman ke supermarket menggunakan kemasan plastik berkapasitas 50 kg/kemasan. Rata-rata biaya pemasaran suplayer Rp.145,-/kg digunakan untuk ongkos pembelian, pengiriman ke supermarket dan upah karyawan.

Supermarket. Supermarket memperoleh mangga hasil kiriman dari suplayer, rata-rata pembelian 2,5 sampai 3 ton/musim dan pembayaran dilakukan dengan sistem nota 1 : 5,

yaitu seluruh pembayaran dilakukan pada waktu pengiriman kelima terjual. Di tingkat supermarket, mangga disortasi lagi umumnya dihasilkan mangga grade (95%) yang akan dijual ke konsumen dan sisanya mangga non grade (5%) dikembalikan ke suplayer. Biaya pemasaran supermarket Rp.300,-/kg digunakan untuk fasilitas gedung dan karyawan.

### Marjin Tataniaga Mangga

Dari seluruh rantai pemasaran mangga grade A/B, saluran pemasaran ketiga merupakan saluran paling panjang dengan marjin pemasaran paling besar, yaitu Rp.5.588,-/kg terdiri atas biaya pemasaran Rp.932,-/kg dan marjin keuntungan Rp.4.656, /kg. Sedangkan rantai pemasaran kesatu dan kedua lebih pendek dengan marjin pemasaran masing-masing Rp.3.588,-/kg dan Rp.3.838,-/kg (Lampiran 1).

Saluran pemasaran ke tiga (supermarket) memberikan marjin pemasaran paling besar dikarenakan paling banyak para pelaku pasar melakukan penanganan hasil untuk mendapatkan mangga berkualitas tinggi sesuai permintaan super market yang konsumennya termasuk kelompok ekonomi menengah ke atas sehingga mau membeli mangga dengan harga tinggi.

Pada seluruh rantai pemasaran grade A/B, pedagang agen mendapatkan marjin keuntungan paling tinggi dibandingkan pelaku lainnya, yaitu sebanyak Rp.1.504,-/kg. Hal ini dikarenakan agen merupakan pihak yang paling banyak mengeluarkan biaya pemasaran dan juga mereka paling besar menanggung resiko kerugian diakibatkan oleh fluktuasi harga.

Marjin keuntungan pedagang pasar induk termasuk kecil Rp.412,-/kg namun demikian mereka tidak pernah rugi karena mangga dijual sesuai harga harian yang berlaku sedangkan pembayaran untuk mereka dilakukan secara sistem komisi 10 % dari total nilai mangga yang terjual.

Untuk pemasaran mangga grade C, marjin pemasaran hanya Rp.2.250,-/kg, paling rendah dibandingkan seluruh saluran pemasaran grade

A/B. Hal ini dikarenakan kualitas mangga paling jelek (mangga "*rucah*"), baik ukurannya maupun kerusakan diakibatkan benturan dan gangguan hama penyakit. Grade mangga ini dijual di pasar-pasar tradisional lokal dengan sasaran konsumen kelas ekonomi menengah kebawah.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Usahatani tanaman mangga termasuk layak secara ekonomi dengan nilai pendapatan bersih Rp.23 juta/ha/tahun dan nilai R/C sebanyak 4,64. Permasalahan utama dalam pengembangan produksi mangga, yaitu: (a) produktivitas mangga sangat tergantung kepada iklim, apabila terjadi tiga kali hujan besar pada waktu musim berbunga dapat menurunkan hasil sampai 40%, (b) fluktuasi harga mangga sangat tinggi dan sulit diprediksi menurunkan semangat petani untuk menerapkan budidaya secara intensif dan (c) mayoritas petani berlahan sempit dan kemampuan membentuk modal (*capital formation*) lemah sehingga mereka sering terjerumus kepada pelepas uang, melakukan penjualan sistem ijon dan bahkan menyewakan kebunnya.
2. Pada seluruh rantai pemasaran mangga, pedagang agen selalu mendapatkan marjin keuntungan paling tinggi dibandingkan pelaku pasar lainnya karena merupakan pihak yang paling besar dalain mengeluarkan biaya pemasaran juga paling tinggi menerima resiko kerugian akibat fluktuasi harga jual mangga.

### Saran

1. Pengembangan produksi mangga perlu melibatkan pelaku agribisnis terutama pihak pedagang, petani mendapatkan bantuan permodalan dan bimbingan praktek budidaya yang benar sementara pelaku agribisnis dapat memperoleh hasil mangga yang berkualitas, mencari peluang pasar baru atau mendirikan

industri pengolah mangga segar untuk menjembatani kelebihan produksi pada waktu panen raya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian A, Armen, Z., Syahyuti, A. Supriatna., Herlina Tarigan, Yana, S. dan Tjetjep Nurasa. 2005. Laporan Akhir: Analisis berbagai bentuk kelembagaan pemasaran dan dampaknya terhadap kinerja usaha komoditas sayuran dan buah. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- BPS. 2002. Statistik Perkebunan Indonesia Tahun 1999 - 2001. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Dajan Anto. 1989. Pengantar metode statistik. Jilid 1. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial. Jakarta. hlm.112-119.
- Diperta Kabupaten Majalengka. 2004. Laporan Tahunan Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Majalengka. 207 hal.
- Ditjen Bina Produksi Hortikultura. 2004. Buku Tahunan Hortikultura Tahun 2003. (Horticulture Year Book). Seri Tanaman Buah. Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura. Departemen Pertanian. Jakarta. hlm.75-321.
- Iswariyadi, A., Supriati, Victor, T. Manurung., Muhyidin Rachmat dan Achmad D. 1993. Penelitian agribisnis. Buku V: Mangga. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Litbang Pertanian. Departemen Pertanian. hlm.3-31
- Kusumo Surachmat, Ismiyati, Hendro Sunarjono dan Ria. 1989. Produksi mangga di Indonesia. Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura. Jakarta. 122 hal.
- Limbong, W.H. dan P. Sitorus. 1985. Pengantar tataniaga pertanian Edisi I. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Malian, A.H. 2004. Analisis ekonomi usahatani dan kelayakan finansial Teknologi pada Skala Pengkajian. Bahan Pelatihan "Analisis Finansial dan Ekonomi Bagi Pengembangan Sistem dan Usaha Agribisnis Wilayah". Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian dan Proyek Pengkajian Teknologi Pertanian Partisipatif. 28 hal.
- Mubyarto. 1972. Pengantar ekonomi pertanian. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES). Jakarta. hal.29-41
- Oka, I.N. 1995. Pengendalian hama terpadu dan implementasinya di Indonesia. Gajah Mada University Press. Yogyakarta. 255 hal.
- Syukur, M., Sumaryanto, Chaerul, M dan Chairil A. Rasahan. 1990. Pola pelayanan kredit untuk masyarakat berpenghasilan rendah di pedesaan Jawa Barat. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Departemen Pertanian. hlm.56-66.
- Sumarno. 2003. Potensi dan peluang usaha agribisnis buah tropika dalam era pasar bebas. Dalam Prosiding Seminar Prospek Sub-Sektor Pertanian Menghadapi Era AFTA Tahun 2003. Ed. Roesmijanto. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.

Lampiran 1. Marjin Pemasaran Mangga Menurut Saluran dan Lembaga Pemasaran, 2005.

No	Marjin/ Saluran pemasaran	Jenis lembaga pemasaran										Total marjin
		Pedagang pengumpul	Pedagang agen	Pedagang Pasar induk	Pengecer Pasar tradisional	Pengecer toko/kios buah	Pengecer Pasar lokal	Suplayer	Pengecer supermarket			
<b>A. Mangga grade A/B</b>												
1. Saluran pertama												
a.	Harga beli	2.500	2.750	5.000	5.000	-	-	-	-	-	-	-
b.	Marjin pemasaran:	250	1.838	500	1.000	-	-	-	-	-	-	-
	- Biaya pemasaran	65	334	88	40	-	-	-	-	-	-	-
	- Keuntungan	185	1.504 <sup>1)</sup>	412 <sup>1)</sup>	960	-	-	-	-	-	-	-
c.	Harga jual	2.750	5.000	5.000	6.000	-	-	-	-	-	-	-
2. Saluran kedua												
a.	Harga beli	2.500	2.750	5.000	-	5.000	-	-	-	-	-	-
b.	Marjin pemasaran:	250	1.838	500	-	1.250	-	-	-	-	-	-
	- Biaya pemasaran	65	334	88	-	100	-	-	-	-	-	-
	- Keuntungan	185	1.504	412 <sup>2)</sup>	-	1.150	-	-	-	-	-	-
c.	Harga jual	2.750	5.000	5.000	-	6.250	-	-	-	-	-	-
3. Saluran ketiga												
a.	Harga beli	2.500	2.750	5.000	-	-	-	-	5.000	-	6.500	-
b.	Marjin pemasaran:	250	1.838	500	-	-	-	-	1.500	-	1.500	-
	- Biaya pemasaran	65	334	88	-	-	-	-	145	-	300	-
	- Keuntungan	185	1.504 <sup>1)</sup>	412 <sup>2)</sup>	-	-	-	-	1.355	-	1.200	-
c.	Harga jual	2.750	5.000	5.000	-	-	-	-	6.500	-	8.000	-
<b>B. Mangga grade C</b>												
1. Saluran kelima												
a.	Harga beli	1.250	1.500	-	-	-	-	-	-	2.500	-	-
b.	Marjin pemasaran:	250	1.000	-	-	-	-	-	-	1.000	-	-
	- Biaya pemasaran	65	320	-	-	-	-	-	-	40	-	-
	- Keuntungan	185	680	-	-	-	-	-	-	960	-	-
c.	Harga jual	1.500	2.500	-	-	-	-	-	-	3.500	-	-

<sup>1)</sup> Keuntungan agen setelah dikurangi komisi pedagang pasar induk (Rp.412,-/kg)

<sup>2)</sup> Sistem komisi 10% dari total nilai jual