

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Usahatani Tanaman Melinjo

Tanaman melinjo yang berada di Desa Plumbon Kecamatan Karagsambung ditanam di lahan kering daerah pengunungan. Umur tanaman melinjo di desa ini rata-rata sudah hidup mencapai 20 tahun dan mampu menghasilkan buah melinjo sebanyak 10-300 kilogram untuk setiap panennya. Berdasarkan bentuk tajuk pohon yang ditanam merupakan jenis tajuk piramida.



Gambar 2. Bentuk Tanjuk Tanaman Melinjo

Tanaman melinjo di Desa Plumbon diperbanyak dengan cara generatif (biji) dan dengan cara vegetatif (cangkokan), namun kebanyakan para petani memilih menggunakan cara vegetatif karena melinjo yang akan di jadikan bibit memiliki sifat yang sama dengan induknya dan tanaman bisa cepat berproduksi sekitar 3-4 tahun. Pemeliharaan yang dilakukan oleh petani yaitu memberikan pupuk organik dan anorganik 2-3 kali setelah tanaman selesai masa panennya. Peralatan yang digunakan untuk kegiatan budidaya yaitu cangkul dan *Gretel*. Cangkul digunakan untuk menggemburkan tanah dan membantu dalam pemupukkan, sedangkan *gretel* merupakan alat yang dibuat sendiri oleh para petani dengan

menggabungkan kawat dan bambu yang digunakan untuk memanen buah melinjo. Walaupun adanya alat bantu untuk memanen buah melinjo, petani tetap melakukan pemetikan dengan cara memanjat pohon melinjo.

B. Identitas Pelaku Saluran Pemasaran Melinjo di Desa Plumbon

Pelaku saluran pemasaran melinjo merupakan pelaku yang terlibat dalam memasarkan melinjo dari petani hingga sampai ke tangan konsumen. Identitas pelaku merupakan gambaran secara umum mengenai umur, tingkat pendidikan, dan pengalaman berdagang. Pelaku pemasaran dalam penelitian ini adalah petani melinjo di Desa Plumbon, tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang besar luar daerah, pedagang pengecer, dan pedagang pengecer luar daerah.

1. Petani Melinjo di Desa Plumbon

Petani melinjo adalah seseorang yang melakukan kegiatan budidaya tanaman melinjo dan memproduksi biji melinjo. Dalam kegiatan pemasaran, petani merupakan pelaku utama dalam menyediakan bahan baku yang dibutuhkan oleh konsumen (pengrajin emping).

Petani melinjo rata-rata memiliki 2-50 pohon yang ditanam di tanah kering atau tegalan, selain itu tanaman melinjo dapat dipanen selama 2-3 kali setahun yang produksinya bisa mencapai 10-300 kilogram untuk setiap kali panen.

Berdasarkan tabel 9, dapat dilihat bahwa 80% petani memiliki umur yang produktif. Petani tersebut memiliki kemampuan untuk memaksimalkan produksi melinjo. Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh petani didominasi oleh sekolah

dasar, hal ini menunjukkan bahwa petani memiliki tingkat pendidikan yang rendah. Meskipun demikian petani di Desa Plumbon tetap mendapatkan informasi cara budidaya melinjo dari pemerintah dan orangtua, sehingga petani dapat memaksimalkan hasil produksinya. Selain bekerja sebagai petani, mereka memiliki pekerjaan lain seperti perangkat desa, pedagang, wirausaha, dan buruh tani. Pekerjaan tersebut dilakukan karena dapat menambah pendapatan dan juga untuk mengisi waktu luang.

Tabel 9. Identitas Petani Melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung

No.	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)		
	a. 25-40	13	43,33
	b. 41-56	11	36,67
	c. >=57	6	20
	Jumlah	30	100
2	Pendidikan		
	Tidak Tamat SD	7	23,33
	SD	22	73,33
	SMP	0	0
	SMA	1	3,33
	Jumlah	30	100
3	Pekerjaan Lain		
	Perangkat Desa	1	3,33
	Pedagang	1	3,33
	Wirausaha	2	6,67
	Buruh Tani	1	3,33
	Tidak Memiliki Pekerjaan	25	83,33
	Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer yang diolah

2. Tengkulak

Tengkulak merupakan pedagang melinjo yang membeli langsung kepada petani dengan sistem penjualan tebasan yaitu membeli hasil produksi melinjo yang masih berada di pohon. Tengkulak yang berhubungan langsung oleh petani merupakan tetangga dari petani melinjo sehingga jika tanaman melinjo sudah

berbuah, tengkulak akan datang langsung menghampiri petani dan kapasitas pembelian bisa mencapai 100 kilogram.

Tengkulak yang ada di Desa Plumbon berjumlah dua orang, dengan kisaran umur antara 45-47 tahun. Pendidikan yang ditempuh oleh tengkulak hanya sampai tingkat sekolah dasar, namun tingkat pendidikan ini tidak menjadi halangan untuk menjalankan aktivitas berdagang. Dengan pengalaman 10-15 tahun sudah bisa menjadi dasar untuk mengatasi berbagai masalah. Selain menjadi pedagang, mereka juga melakukan pekerjaan lain yaitu sebagai petani melinjo.

3. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan pedagang yang membeli melinjo dari tengkulak atau petani. Pedagang pengumpul biasanya membeli melinjo dari beberapa pedagang atau petani dengan jumlah pembelian melebihi 100 kilogram. Dalam saluran pemasaran melinjo, ada tiga pedagang pengumpul, dua diantaranya bertempat di Pasar Krakal Kecamatan Alian dan satu orang lainnya membeli langsung kepada petani. Dalam pembelian melinjo, pedagang ini memiliki jadwal pembelian yaitu hari selasa dan sabtu, dan dijual kembali di Pasar Kebumen pada hari rabu dan minggu. Di Pasar Kebumen tersebut, pedagang pengumpul bertemu dengan konsumennya yaitu pedagang besar, pedagang pengecer, dan pengrajin emping.

Berdasarkan tabel 10, dapat dilihat bahwa umur yang dimiliki masih dalam kriteria produktif, dan umur tidak menjadi halangan mereka untuk mencari nafkah dan mencukupi kebutuhan keluarga. Tingkat pendidikan yang dimiliki pedagang pengumpul adalah tamat sekolah dasar dan memiliki pengalaman berdagang 5-36

tahun, dengan pengalaman berdagang tersebut pedagang dapat melewati berbagai masalah dan membuat strategi dalam mengembangkan usaha dagang.

Tabel 10. Identitas Pedagang Pengumpul Melinjo Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung

No.	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)		
	a. 30-45	0	0
	b. 46-61	3	100
	c. 61-71	0	0
	Jumlah	3	100
2	Pendidikan		
	Tidak Tamat SD	0	0
	SD	3	100
	SMP	0	0
	SMA	0	0
	Jumlah	3	100
3	Pengalaman Berdagang		
	5-20	1	33,33
	21-36	2	66,67
	37-52	0	0
	>=53	0	0
	Jumlah	3	100

Sumber: Data Primer yang diolah

4. Pedagang Besar

Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli melinjo dari pedagang pengumpul, dengan jumlah pembelian melebihi 1.000 kilogram. Dalam saluran pemasaran melinjo terdapat dua pedagang besar yang lokasi berjualan di Pasar Ambal Kecamatan Ambal yang juga mengrangkup menjadi pedagang pengecer di pasar.

Berdasarkan tabel 11, dapat dilihat bahwa dua pedagang besar memiliki umur produktif dan satu pedagang lain berada pada umur tidak produktif, namun dengan pengalaman berdagang selama 5-52 tahun, umur tidak berpengaruh terhadap kinerja pedagang dalam kegiatannya. Tingkat pendidikan yang dimiliki

oleh pedagang besar yaitu SD dan SMA yang tiap tingkatan tersebut memiliki persentase sebesar 50%.

Tabel 11. Identitas Pedagang Besar Melinjo Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung

No.	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)		
	a. 30-45	1	50
	b. 46-61	1	50
	c. 61-71	0	0
	Jumlah	2	100
2	Pendidikan		
	Tidak Tamat SD	0	0
	SD	1	50
	SMP	0	0
	SMA	1	50
	Jumlah	2	100
3	Pengalaman Berdagang		
	5-20	1	50
	21-36	1	50
	37-52	0	0
	Jumlah	2	100

Sumber: Data Primer yang diolah

5. Pedagang Besar Luar Daerah

Pedagang besar luar daerah merupakan pedagang yang membeli klatak dalam jumlah yang besar yaitu minimal sekali pembelian sebesar 1000 kilogram. pedagang ini membeli langsung klatak dari pedagang besar yang berada di Kabupaten Kebumen dan di bawa ke Yogyakarta untuk dijual kembali ke pedagang pengecer luar daerah. Dalam penelitian ini, pedagang besar luar daerah berjumlah satu orang, dengan tingkat pendidikan tidak tamat sekolah dasar, namun dengan pengalaman selama 42 tahun, pedagang ini bisa menghasilkan keuntungan dan merambah bisnis lain menjadi pengrajin emping melinjo.

6. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan orang yang membeli melinjo dalam jumlah kecil minimal 100 kilogram dan berhubungan langsung dengan konsumen atau pengrajin emping melinjo. Pedagang pengecer dalam penelitian ini berjumlah delapan orang. Pengecer tersebut melakukan aktivitas jual beli di Pasar Ambal Kecamatan Ambal pada hari Kamis dan Minggu di waktu pagi hari sekitar pukul 06.00 sampai 08.00 WIB.

Tabel 12. Identitas Pengecer Melinjo Desa Plumbon Kecamatan Karangasambung

No.	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)		
	a. 30-45	3	37,5
	b. 46-61	5	62,5
	Jumlah	8	100
2	Pendidikan		
	Tidak Tamat SD	3	37,5
	SD	5	62,5
	Jumlah	8	100
3	Pengalaman Berdagang		
	5-20	2	25
	21-36	6	75
	Jumlah	8	100

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 12, dapat dilihat bahwa umur yang dimiliki masih dalam kriteria produktif, namun umur tidak menjadi halangan mereka untuk mencari nafkah dan mencukupi kebutuhan keluarga. Dilihat dari tingkat pendidikan 62,5% merupakan lulusan dari sekolah dasar dan 37,5% tidak tamat sekolah dasar, namun dengan pengalaman berdagang selama 5-36 tahun mereka sudah mendapatkan ilmu berdagang yang biasanya tidak didapatkan pada pendidikan formal.

7. Pedagang Pengecer Luar Daerah

Pedagang pengecer luar daerah merupakan pedagang yang membeli klatak dari pedagang besar luar daerah dan menjual kembali kepada pengrajin emping yang ada di Kecamatan Pajangan. Dalam penelitian ini pedagang pengecer luar daerah hanya berjumlah satu orang, dengan tingkat pendidikan yang dimiliki adalah lulusan sekolah menengah pertama. Pedagang ini sudah memulai berdagang sekitar 20 tahun lalu, dan sudah menghadapi berbagai masalah sehingga pedagang tersebut memiliki pengalaman jika masalah tersebut terulang kembali.

C. Aktivitas Petani dan Lembaga Pemasaran Melinjo di Desa Plumbon

Kecamatan Karangsembung

Setiap pelaku lembaga pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung melakukan aktivitas pemasaran seperti aktivitas pertukaran, fisik, dan fasilitas. Aktivitas pertukaran berupa pembelian dan penjualan melinjo, semua pelaku melakukan aktivitas tersebut, namun untuk petani tidak melakukan aktivitas pembelian karena petani yang menghasilkan melinjo itu sendiri. Aktivitas fisik berupa kegiatan pengupasan, pengemasan, pengepakan, penyimpanan, pengangkutan, dan bongkar muat. Sedangkan aktivitas fasilitas meliputi kegiatan sortasi dan grading.

Tabel 13. Aktivitas Lembaga Pemasaran Melinjo Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung

Lembaga Pemasaran	Aktivitas Pelaku									
	Pertukaran				Fisik			Fasilitas		
	Pembelian	Penjualan	Pengupasan	Pengemasan	Pengepakan	Penyimpanan	Pengangkutan	B.mu at	Sortasi	Grading
Petani	x	√	x	83,33%	x	x	3,3%	x	x	x
Tengkulak	x	√	x	√	√	√	√	x	x	x
P.Pengumpul	√	√	x	√	√	x	√	33,33%	x	x
P. Besar	√	√	√	√	√	√	50%	50%	√	√
P. Besar LD	√	√	√	√	x	√	√	√	x	√
P.Pengecer	√	√	√	√	√	√	75%	75%	√	87,5%
P.Pengecer LD	√	√	x	√	x	x	x	√	x	x

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 13, dapat dilihat bahwa setiap pelaku lembaga pemasaran memiliki perbedaan dalam aktivitasnya. Identifikasi aktivitas pemasaran melinjo dapat dilihat dalam penjelasan di bawah ini.

1. Petani Melinjo

Petani di Desa Plumbon menanam melinjo di tanah tegalan, dan rata-rata umur melinjo yang ditanam sudah berusia sekitar 20 tahun. Petani melinjo di Desa Plumbon tidak mengetahui jenis melinjo yang mereka tanam, mereka hanya mengetahui bagaimana bentuk dari buah melinjo yang dihasilkan, selain itu tanaman melinjo yang dimiliki berasal dari pemberian pemerintah, warisan orangtua dan nanam sendiri. Dalam kegiatan budidaya melinjo, petani mengeluarkan biaya tambahan untuk membeli pupuk organik dan anorganik dengan rata-rata biaya Rp 21.934 per pohon dan per tahunnya. Tanaman melinjo dapat dipanen 2-3 kali dalam setahun, untuk melakukan kegiatan pemanenan petani memetik langsung dengan cara memanjat pohon melinjo dan dibantu dengan peralatan yang ada. Selain itu petani juga dapat memperkerjakan buruh

panen yang diberi upah sebesar Rp 50.000 untuk setiap harinya. Petani melinjo di Desa Plumbon tidak melakukan aktivitas fasilitas, hal ini dikarenakan mereka langsung menjual melinjo kepada pedagang, selain itu petani juga sudah memperhatikan kualitas dari melinjo yang mereka punya yaitu dengan memanen melinjo yang sudah matang atau tua dengan ciri-ciri kulit melinjo berwarna merah.

Aktivitas pertukaran yang dilakukan oleh petani melinjo yaitu menjual melinjonya kepada pedagang pengumpul sebanyak 83,33% dan tengkulak 16,67%. Petani yang menjual ke pedagang pengumpul biasanya berkumpul di gardu dusun pada hari selasa dan sabtu pada pukul 7.00-09.00 WIB, pedagang pengumpul dari beberapa wilayah akan berkumpul pada waktu ini.

Aktivitas fisik yang dilakukan oleh petani yaitu pengemasan dan pengangkutan. Pengemasan yang dilakukan sebesar 83,3% karena mereka mengeluarkan biaya kemasan yaitu bagor, sedangkan 16,67% tidak melakukan kegiatan pengemasan karena hasil panenanya dibeli oleh tengkulak. Kegiatan pengangkutan yang dilakukan petani sebesar 3,3% karena hanya satu petani saja yang menjual langsung ke pasar.

2. Tengkulak

Aktivitas pertukaran yang dilakukan oleh tengkulak yaitu melakukan pembelian dan penjualan melinjo. Pembelian melinjo berasal dari petani dengan sistem pembelian tebasan, harga yang dibayarkan ke petani bergantung pada jumlah buah melinjo semakin banyak buah semakin banyak pula yang diterima petani. Penjualan yang dilakukan tengkulak yaitu menjual melinjo yang

didapatkan kepada pedagang pengumpul yang berada di Pasar Krakal Kecamatan Alian.

Aktivitas fisik yang dilakukan oleh tengkulak yaitu pengemasan, pengepakan, penyimpanan, dan pengangkutan. Pengemasan yang digunakan adalah bagor plastik yang dapat menampung melinjo hingga 70 kilogram, dan biaya pengemasan sebesar Rp 2.000. Pengepakan yang dilakukan tengkulak yaitu memasukkan melinjo ke dalam bagor kemudian ditimbang dan dibawa ke pasar dengan kendaraan umum. Aktivitas pengangkutan merupakan kegiatan tengkulak untuk menjual melinjo ke pasar dengan kendaraan umum yang biayanya sekitar Rp 7.000. Penyimpanan melinjo juga dilakukan oleh tengkulak yaitu hanya menyimpan di dalam bagor plastik untuk beberapa hari hingga hari pasaran.

3. Pedagang Pengumpul

Aktivitas pertukaran yang dilakukan pedagang pengumpul yaitu pembelian melinjo dari petani atau dari para tengkulak yang datang langsung di pasar, selain itu penjualan melinjo dilakukan di Pasar Kebumen dan di pasar ini pedagang pengumpul dapat bertemu dengan pedagang besar, pedagang pengecer, dan pengrajin emping melinjo.

Aktivitas fisik yang dilakukan oleh pedagang pengumpul yaitu pengemasan, pengepakan, pengangkutan, dan bongkar muat. Pengemasan yang digunakan adalah bagor plastik yang dapat menampung melinjo hingga 40 kilogram, dan biaya pengemasan sebesar Rp 1.000. Pengepakan yang dilakukan tengkulak yaitu memasukkan melinjo ke dalam bagor kemudian ditimbang dan dibawa ke pasar dengan kendaraan umum atau dengan kendaraan milik sendiri.

Sebanyak 33,33% melakukan kegiatan bongkar muat, karena pedagang pengumpul ini menurunkan melinjo dari truk dengan memperkerjakan jasa bongkar muat.

4. Pedagang Besar

Aktivitas pertukaran yang dilakukan oleh pedagang besar adalah pembelian melinjo yang berasal dari pedagang pengumpul pada hari rabu dan minggu di Pasar Kebumen dan kemudian di jual kepada pengrajin yang berada di Pasar Ambal, Kecamatan Ambal.

Aktivitas fisik yang dilakukan oleh pedagang besar meliputi pengupasan, pengemasan, pengepakan, penyimpanan, pengangkutan, dan bongkar muat. Pengupasan yaitu melepas kulit melinjo dari bijinya (*klatak*), cara melakukan pengupasan yaitu menggunakan pisau dan dikuliti dengan arah melingkar, untuk aktivitas ini pedagang besar bekerjasama dengan ibu rumah tangga untuk melakukan pengupasan, sortasi dan grading dengan upah sebesar Rp 500 per kilogram. Pengemasan yang digunakan adalah bagor plastik yang dapat menampung melinjo hingga 70 kilogram, dan kisaran biaya pengemasan sebesar 2.000-3.000 rupiah. Pengepakan yang dilakukan pedagang besar yaitu memasukkan melinjo ke dalam bagor lalu ditimbang. Aktivitas penyimpanan yang dilakukan pedagang besar bertujuan agar tersedianya stok barang dan akan dijual kembali pada saat harga tergolong menguntungkan. Penyimpanan dilakukan pada area gudang dengan cara di letakkan diatas tanah, setelah *klatak* itu kering kemudian dimasukkan ke keranjang bambu yang bisa menampung sampai 25 kilogram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang besar melakukan pengangkutan dan bongkar muat dengan tiap aktivitas memiliki persentase sebesar 50%. Alat yang dipakai untuk pengangkutan yaitu mobil pribadi yang dimiliki sendiri oleh pedagang besar. Aktivitas bongkar muat yaitu aktivitas pedagang besar untuk menurunkan *klatak* dan memerlukan biaya tambahan untuk membayar kuli bongkar.

Aktivitas fasilitas yang dilakukan pedagang besar meliputi sortasi dan grading. Kegiatan sortasi yaitu memisahkan melinjo yang busuk dengan yang tidak, sedangkan grading yaitu memisahkan warna biji klatak dan biji yang berlubang dengan yang tidak.

5. Pedagang Besar Luar Daerah

Aktivitas pertukaran yang dilakukan oleh pedagang besar luar daerah adalah membeli langsung *klatak* dari pedagang besar yang berada di Kabupaten Kebumen dan dibawa ke Yogyakarta untuk dijual kembali ke pedagang pengecer luar daerah.

Aktivitas fisik yang dilakukan oleh pedagang besar luar daerah meliputi pengupasan, pengemasan, penyimpanan, pengangkutan, dan bongkar muat. Pengupasan yaitu melepas kulit melinjo dari bijinya (*klatak*), cara melakukan pengupasan yaitu menggunakan pisau dan dikuliti dengan arah melingkar. Pengemasan yang digunakan adalah bagor plastik yang dapat menampung melinjo hingga 70 kilogram, dan kisaran biaya pengemasan sebesar 2.000-3.000 rupiah. Aktivitas penyimpanan yang dilakukan pedagang besar bertujuan agar tersedianya stok barang dan akan dijual kembali pada saat harga tergolong menguntungkan.

Penyimpanan dilakukan pada area gudang dengan cara dimasukkan ke keranjang bambu yang bisa menampung sampai 25 kilogram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang besar luar daerah melakukan pengangkutan dan bongkar muat. Alat transportasi yang dipakai untuk pengangkutan yaitu mobil pribadi yang dimiliki sendiri, sedangkan aktivitas bongkar muat yaitu aktivitas pedagang untuk menurunkan *klatak* dan memerlukan biaya tambahan untuk membayar kuli bongkar.

Aktivitas fasilitas yang dilakukan pedagang besar meliputi grading. Kegiatan grading yaitu memisahkan ukuran dari *klatak* yang terbagi atas tiga kategori yaitu besar, sedang, dan kecil.

6. Pedagang Pengecer

Aktivitas pertukaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer yaitu membeli melinjo dari pedagang pengumpul pada hari rabu dan minggu di Pasar Kebumen, dan akan dijual kembali dalam bentuk *klatak* kepada pengrajin emping yang ada di Kecamatan Ambal.

Aktivitas fisik yang dilakukan oleh pedagang pengecer yaitu pengupasan, pengemasan, pengepakan, penyimpanan, pengangkutan dan bongkar muat. Pengupasan yaitu melepas kulit melinjo dari bijinya (*klatak*), cara melakukan pengupasan yaitu menggunakan pisau dan dikuliti dengan arah melingkar, untuk aktivitas ini pedagang besar bekerjasama dengan ibu rumah tangga sebanyak 20-30 orang untuk melakukan pengupasan, sortasi dan grading dengan upah sebesar 500 rupiah per kilogram. Pengemasan yang digunakan adalah bagor plastik, dan kisaran biaya pengemasan sebesar Rp 2.000. Pengepakan yang dilakukan

pedagang pengecer yaitu memasukkan melinjo ke dalam bagor lalu ditimbang. Aktivitas penyimpanan yang dilakukan pedagang pengecer bertujuan agar tersedianya stok barang dan akan dijual kembali pada saat harga tergolong menguntungkan. Penyimpanan dilakukan pada dengan cara di letakkan diatas tanah, setelah *klatak* itu kering kemudian dimasukkan ke keranjang bambu yang bisa menampung sampai 25 kilogram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang pengecer melakukan pengangkutan dan bongkar muat dengan tiap aktivitas memiliki persentase sebesar 75%. Alat yang dipakai untuk pengangkutan yaitu mobil milik pribadi dan milik salah satu pedagang dimana pedagang lainnya dikenakan biaya sebesar Rp 10.000. Aktivitas bongkar muat yaitu aktivitas pedagang pengecer untuk menurunkan *klatak* dan memerlukan biaya tambahan untuk membayar kuli bongkar sebesar Rp 1.000 untuk satu bagor.

Aktivitas fasilitas yang dilakukan pedagang pengecer meliputi sortasi dan grading. Kegiatan sortasi yaitu memisahkan melinjo yang busuk dengan yang tidak, sedangkan kegiatan grading yang dilakukan pedagang pengecer sebesar 87,5% yaitu memisahkan warna biji klatak dan biji yang berlubang dengan yang tidak.

7. Pengecer Luar Daerah

Aktivitas pertukaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer luar daerah yaitu membeli *klatak* dari pedagang besar luar daerah dan dijual kembali ke pengrajin yang berlokasi di Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul.

Aktivitas fisik yang dilakukan oleh pedagang ini yaitu pengemasan, dan bongkar muat. Pengemasan yang digunakan adalah bagor plastik, dan kisaran biaya pengemasan sebesar Rp 2.000. Dalam aktivitas bongkar muat, pedagang pengecer luar daerah tidak mengeluarkan biaya bongkar karena kegiatan tersebut dilakukan sendiri.

D. Identifikasi Pola Saluran Pemasaran Melinjo

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat tujuh pola saluran pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung. Saluran pemasaran merupakan saluran yang dilakukan oleh petani melinjo dan para pedagang untuk memindahtangankan kepemilikan kepada konsumen atau pengrajin emping melinjo. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan berpengaruh terhadap biaya-biaya pemasaran, untuk mengetahui pola saluran pemasaran yaitu dengan mengikuti arus pergerakan melinjo dari petani sampai ke tangan konsumen. Tujuh pola saluran pemasaran meliputi:

1. Petani – Tengkulak – P. Pengumpul – P. Besar – P. Besar Luar Daerah – P. Pengecer Luar Daerah – Konsumen
2. Petani – Tengkulak – P. Pengumpul – P. Pengecer – Konsumen
3. Petani – Tengkulak – P. Pengumpul – P. Besar – Konsumen
4. Petani – P. Pengumpul – P. Besar – P. Besar Luar Daerah – Pengecer Luar Daerah – Konsumen
5. Petani – P. Pengumpul – P. Pengecer – Konsumen
6. Petani – P. Pengumpul – Konsumen

7. Petani – P. Pengumpul – P. Besar – Konsumen

Dari tujuh pola saluran pemasaran tersebut, saluran I, III, IV mendistribusikan *klatak* hingga ke Yogyakarta. Pedagang besar luar daerah membeli *klatak* dari pedagang besar yang ada di Kebumen. Pedagang besar luar daerah juga beprofesi sebagai pengrajin emping sehingga *klatak* yang didapatkan bisa untuk diolah sendiri atau dijual kembali ke pengecer yang ada di Kecamatan Pajangan. Saluran yang melibatkan sedikitnya lembaga pemasaran yaitu Saluran VI dengan melibatkan dua lembaga, selanjutnya saluran V dan VII melibatkan tiga lembaga, saluran II dan III melibatkan lima lembaga, dan saluran I dan IV melibatkan enam lembaga.

Dalam menganalisis masing-masing ketujuh saluran pemasaran melinjo menggunakan analisis biaya, keuntungan, margin pemasaran, dan untuk mengukur efisiensi pemasaran menggunakan analisis *farmer share* serta rasio biaya dengan nilai produk.

1. Harga Jual Lembaga Pemasaran Disetiap Saluran Pemasaran Melinjo

Harga jual merupakan jumlah nilai uang yang diterima petani atau pedagang dari hasil penjualan melinjo dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg). Harga jual yang dipatok oleh masing-masing lembaga pemasaran bergantung pada keadaan melinjo yang ada dipasar. Harga melinjo sering mengalami fluktuatif, jika melinjo langka atau bukan waktu musim panen harga bisa melambung tinggi, sedangkan jika saat musim panen harga melinjo cenderung rendah.

Tabel 14. Harga Jual Lembaga Pemasaran Di Setiap Saluran Pemasaran Melinjo (Rp/kg)

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran						
	I	II	III	IV	V	VI	VII
Petani	3.217	3.217	3.217	3.500	3.500	3.500	3.500
Tengkulak	3.500	3.500	3.500				
P.Pengumpul	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500
P.Besar	7.000		7.000	7.000			7.000
P.Besar LD	8.400			8.400			
P. Pengecer		6.895			6.847		
P.Pengecer LD	9.100			9.100			

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 14, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan tetapi juga ada persamaan dalam tiap saluran pemasaran. Harga jual petani saluran I, II, dan III merupakan harga jual terendah, karena petani menjual hasil produksinya kepada tengkulak dengan sistem tebasan. Harga jual di tengkulak dari ketiga saluran yang dilewati yaitu Rp 3.500 per kilogramnya, harga jual ini ditentukan oleh pedagang pengumpul yang ada di Pasar Krakal. Harga jual di pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang besar luar daerah, dan pengecer luar daerah cenderung sama untuk tiap saluran hal ini dikarenakan mereka menjual melinjo tersebut pada lokasi yang sama. Sedangkan harga di pedagang pengecer memiliki perbedaan sekitar Rp 48 per kilogram karena bergantung pada jumlah melinjo yang mereka jual, selain itu juga adanya persaingan pasar yang ketat sehingga pedagang menurunkan harga jual agar bisa bersaing dengan pedagang lainnya.

2. Biaya Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Melinjo

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam kegiatan memasarkan melinjo hingga ke tangan konsumen,

yang meliputi biaya pengemasan, pengangkutan, bongkar muat, grading, sortasi, dan pungutan retribusi dalam satuan rupiah (Rp/kg).

Tabel 15. Biaya Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Melinjo (Rp/kg)

Keterangan	Saluran Pemasaran						
	I	II	III	IV	V	VI	VII
Tengkulak							
a. Pengemasan	40	40	40				
b. Angkut/ transportasi	78	78	78				
Jumlah	118	118	118				
P. Pengumpul							
a. Pengemasan	40	40	40	40	40	40	40
b. Bongkar Muat	0	0	0	20	20	20	0
c. Angkut/ transportasi	24	24	24	54	54	50	24
d. Retribusi	12	12	12	0	0	0	12
Jumlah	76	76	76	114	114	110	76
P. Besar							
a. Pengemasan	36		36	36			29
b. Sortasi	175		175	175			175
c. Grading	175		175	175			175
d. Bongkar Muat	29		29	29			29
e. Angkut/ transportasi	179		179	179			179
f. Retribusi	20		20	20			20
g. Parkir	2		2	2			2
Jumlah	616		616	616			609
P. Besar LD							
a. Pengemasan	40			40			
b. Sortasi	0			0			
c. Grading	100			100			
d. Bongkar Muat	100			100			
e. Angkut/ transportasi	286			286			
Jumlah	526			526			
P. Pengecer							
a. Pengemasan		40			40		
b. Sortasi		175			175		
c. Grading		175			175		
d. Bongkar Muat		20			20		
e. Angkut/ transportasi		238			129		
f. Retribusi		20			20		
g. Parkir		40			0		
Jumlah		708			559		
P. Pengecer LD							
a. Pengemasan	40			40			
Jumlah	40			40			
Total Biaya	1.376	902	810	1.296	673	110	685

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 15, dapat dilihat bahwa terdapat persamaan dan perbedaan biaya pemasaran untuk tiap saluran pemasaran. Persamaan biaya pemasaran tersebut terjadi karena pedagang tersebut berjualan pada lokasi yang sama yaitu pada saluran I dan IV di Yogyakarta, saluran II, III, V, dan VI ada di Pasar Ambal, dan saluran VI berada di Pasar Kebumen. Biaya pemasaran tertinggi pada saluran I dan IV, hal ini disebabkan karena saluran ini memasarkan *klatak* hingga ke Yogyakarta sehingga melibatkan pedagang besar luar daerah yang membutuhkan biaya transportasi sebesar Rp 286 per kilogram.

Pada saluran II, III, V, VII memiliki lokasi penjualan yang sama yaitu di Pasar Ambal namun biaya yang dikeluarkan oleh tiap saluran tersebut berbeda-beda. Apabila dilihat pada saluran II dan V memiliki perbedaan biaya di tingkat pengecer yaitu biaya pengangkutan. Hal ini dikarenakan alat transportasi yang digunakan berbeda yaitu kendaraan pribadi dengan kendaraan umum. Biaya pemasaran terendah adalah saluran VI sebesar Rp 110 per kilogram karena hanya melewati satu lembaga pemasaran, dimana pedagang pengumpul tersebut menjual langsung ke pengrajin.

3. Margin Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Melinjo

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga jual dan harga beli di lembaga pemasaran melinjo dengan satuan rupiah per kilogramnya. Besarnya margin pada setiap saluran dipengaruhi oleh banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat, biaya yang dikeluarkan setiap saluran dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran.

Berdasarkan tabel 16, dapat dilihat bahwa margin tertinggi dalam pemasaran melinjo yaitu saluran I dengan margin sebesar Rp 5.883. Jika dibandingkan dengan saluran IV yang memiliki lokasi sama dengan saluran I, tidak ada perbedaan harga jual untuk kedua saluran ini, hanya saja saluran IV tidak melewati tengkulak dan memiliki selisih biaya sebesar Rp 283.

Tabel 16. Margin Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Melinjo (Rp/kg).

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran						
	I	II	III	IV	V	VI	VII
Tengkulak	283	283	283				
P.Pengumpul	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
P.Besar	2.500		2.500	2.500			2.500
P.Besar LD	1.400			1.400			
P. Pengecer		2.395			2.347		
P.Pengecer LD	700			700			
Jumlah	5.883	3.678	3.783	5.600	3.395	1.000	3.500

Sumber: Data Primer yang diolah

Selain itu pada saluran II, III, V dan VII terdapat perbedaan margin pada lembaga yang dilewati misalnya saluran II dan V tidak melewati pedagang besar namun langsung berhubungan dengan pedagang pengecer yang juga memiliki selisih sebesar Rp 48. Jika dilihat pada saluran III dan VII perbedaannya terletak pada saluran III yang melewati tengkulak dan terdapat selisih margin sebesar Rp 283. Saluran yang margin pemasaran terendah yaitu saluran VI, karena saluran ini hanya melewati satu lembaga saja sehingga margin yang dikeluarkan tidak sebesar saluran lainnya. Perbedaan margin tersebut berkaitan dengan jumlah lembaga yang dilalui, semakin banyak lembaga semakin banyak margin yang digunakan.

4. Keuntungan Pada Setiap Saluran Pemasaran Melinjo

Keuntungan merupakan perbedaan antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam satuan rupiah per kilogram, semakin banyak lembaga yang dilewati maka semakin banyak keuntungan pemasaran yang diambil untuk setiap saluran tersebut.

Tabel 17. Keuntungan pada Setiap Saluran Pemasaran Melinjo (Rp/kg).

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran						
	I	II	III	IV	V	VI	VII
Tengkulak	165	165	165				
P.Pengumpul	924	924	924	886	886	890	924
P.Besar	1.884		1.884	1.884			1.891
P.Besar LD	874			874			
P. Pengecer		1.687			1.836		
P.Pengecer LD	660			660			
Jumlah	4.507	2.776	2.973	4.304	2.722	890	2.815

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 17, dapat dilihat bahwa keuntungan tertinggi dalam pemasaran melinjo yaitu saluran I dengan keuntungan sebesar Rp 4.507. Jika dibandingkan dengan saluran IV yang memiliki lokasi sama dengan saluran I, ada perbedaan keuntungan pada tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp 38. Hal ini disebabkan karena pengumpul yang ada di saluran I merupakan pengumpul yang ada di Pasar Krakal, sedangkan pengumpul saluran IV merupakan pengumpul yang datang langsung ke desa.

Selain itu pada saluran II, III, V dan VII terdapat perbedaan keuntungan. Pada saluran II dan V yaitu pada tingkat pedagang pengumpul dan pedagang pengecer juga memiliki selisih sebesar Rp 38 dan Rp 149, sedangkan saluran III dan VII perbedaannya keuntungan pada tingkat pedagang besar sebesar Rp 7. Hal

ini disebabkan karena perbedaan biaya yang dikeluarkan oleh tiap saluran. Saluran yang margin pemasaran terendah yaitu saluran VI, karena saluran ini hanya melewati satu lembaga sehingga keuntungan yang didapatkan tidak sebanyak saluran lainnya. Perbedaan keuntungan tersebut berkaitan dengan biaya dan margin yang dikeluarkan oleh setiap salurannya, semakin banyak biaya dan margin pemasaran maka semakin tinggi keuntungan yang diperoleh setiap saluran tersebut.

5. Efisiensi Pemasaran Melinjo

Efisiensi saluran pemasaran merupakan kondisi dimana saluran pemasaran yang digunakan dapat meminimalisir biaya pemasaran. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran dalam penelitian ini menggunakan analisis *farmer's share* serta rasio biaya dengan nilai produk.

- d. Bagian Harga yang Diterima oleh Petani Pada Setiap Saluran Pemasaran Melinjo (*farmer's share*).

Farmer's share merupakan bagian yang diterima oleh petani dari harga ditingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen. Semakin besar nilai persentase *farmer's share*, maka semakin besar bagian harga dan keadilan yang diterima petani yang ada di Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung.

Berdasarkan tabel 18, menunjukkan bahwa *farmer's share* yang memiliki nilai paling tinggi yaitu pada saluran VI dengan persentase 77,8 %, hal ini dikarenakan selisih harga konsumen dengan harga jual melinjo tidak terpaut jauh. Nilai *farmer's share* yang paling kecil terdapat pada saluran I dengan persentase 35,4%, hal ini dikarenakan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat selain itu

melinjo dijual di luar daerah Kebumen sehingga mengeluarkan margin yang tinggi untuk menutupi biaya biaya yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 5.883. Semakin sedikit lembaga pemasaran yang terlibat maka jumlah atau bagian harga yang diterima oleh petani melinjo semakin besar dan begitu juga untuk sebaliknya.

Tabel 18. Bagian Harga yang Diterima oleh Petani Pada Setiap Saluran Pemasaran Melinjo (%)

Saluran	Harga Jual Petani Melinjo (Rp/kg)	Harga Beli Konsumen (Rp/kg)	Bagian Harga yang diterima (%)
Saluran I	3.217	9.100	35,4
Saluran II	3.217	6.895	46,7
Saluran III	3.217	7.000	46
Saluran IV	3.500	9.100	38,5
Saluran V	3.500	6.847	51,1
Saluran VI	3.500	4.500	77,8
Saluran VII	3.500	7.000	50

Sumber: Data Primer yang diolah

Dilihat dari hasil analisis ini saluran yang paling efisien terdapat pada saluran pemasaran emping melinjo VI yaitu produsen menjual kepada pedagang pengumpul dan langsung dijual ke konsumen, sedangkan untuk saluran II, III, V, dan VII memberikan bagian harga diterima untuk petani sekitar 46% - 51,1%. Jika dibandingkan dengan saluran IV hanya memberikan *farmer's share* sebesar 38.5%.

e. Rasio Biaya dengan Nilai Produk

Dalam menganalisis efisiensi pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung, dapat diketahui dengan perbandingan antara total biaya dengan nilai produk untuk tiap saluran pemasaran. Jika nilai rasio yang didapatkan lebih kecil dari saluran lainnya, maka saluran tersebut dikatakan efisien.

Tabel 19. Rasio Biaya Pemasaran Dengan Nilai Produk Pada Setiap Saluran Pemasaran (%)

Uraian	Saluran Pemasaran						
	I	II	III	IV	V	VI	VII
Total Biaya Pemasaran	1.376	902	810	1.296	673	110	685
Total Nilai Produk	9.100	6.895	7.000	9.100	6.847	4.500	7.000
EP	15,1	13,1	11,6	14,2	9,8	2,4	9,8

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 19, dapat dilihat bahwa saluran yang memiliki nilai indeks efisiensi ekonomi terendah yaitu saluran VI dengan nilai rasio sebesar 2,4%. Hal ini membuktikan bahwa saluran VI lebih efisien jika di bandingkan dengan saluran lainnya. Dengan kata lain pergerakan melinjo dari petani sampai ke konsumen melalui saluran pemasaran VI adalah efisien karena biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam saluran tersebut rendah, dan hanya melewati satu lembaga saja. Jika dibandingkan dengan saluran I dan IV memiliki nilai rasio tertinggi dari saluran lainnya. Hal ini disebabkan karena saluran ini mengeluarkan biaya pemasaran yang tinggi untuk mendistribusikan *klatak* sampai ke Yogyakarta.

Ditinjau dari kedua analisis efisiensi pemasaran dengan menggunakan indikator *farmer's share* dan rasio biaya dengan nilai produk, saluran VI dikatakan lebih efisien jika dibandingkan dengan saluran lainnya. Hal ini dikarenakan saluran tersebut hanya melibatkan satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul. Biaya yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 110 dengan *farmer's share* sebesar 77,8% dan rasio biaya dengan nilai produk sebesar 2,4%.