

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN MELINJO DI DESA PLUMBON
KECAMATAN KARANGSAMBUNG KABUPATEN KEBUMEN**

*The Efficiency Analysis of Melinjo Marketing in the Plumbon Village
Karangsambung District Kebumen*

Wahyuni Dwi Lestari/ 2012 022 0023/Ir. Eni Istiyanti, MP/ Dr. Sriyadi. SP,.MP

Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the marketing channels, costs, profits, margin, and the level of marketing efficiency melinjo in Plumbon village. This research was conducted in the Plumbon village Karangsambung district from May until June 2016. The respondent is done by simple random sampling as many as 30 farmers. Beside the snowball method is used to get two brokers, three traders, two wholesalers, one outside area wholesalers, seven retailers and one retailer outside the region. Analysis of marketing channels melinjo in Plumbon Village District of Karangsambung is descriptive. Melinjo marketing efficiency using the farmer's share and the the value of product rasio. There are seven patterns melinjo marketing channels. The actors perform activities of sales, purchases, stripping, packaging, packing, storage, loading and unloading, transporting, sorting, and grading. The highest marketing costs on the channel I and channel IV , it is because through many marketing agencies. While the lowest marketing cost is a VI channel because just past the sole marketing agents. Margin and the biggest advantage marketing in the channel I and the smallest is the channel VI, it relates to the number of institutions that passed, more and more institutions are used more and more margin, as well as benefits. As for the marketing efficiency, VI channel is a channel that has the highest level of efficiency in terms of indicators of famer's share and the ratio of costs to the value of the product.

Keywords: Melinjo Marketing Channels, Marketing Margin, Farmer's Share, and economic efficiency.

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berbagai wilayah di Indonesia memiliki kontribusi besar dalam memenuhi permintaan melinjo sebagai bahan baku industri rumah tangga. Pulau Jawa juga menjadi kontribusi besar di bandingkan pulau lainnya sekitar 75 % dari jumlah produksi se Indonesia. Provinsi Jawa Tengah menduduki peringkat produksi terbanyak di Pulau Jawa sekitar 20% dari total produksi se Indonesia, selanjutnya diikuti Jawa Barat 19.4%, Jawa Timur 12,1%, DIY 12%, dan Banten 11,6%.

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu pemasok melinjo terbanyak di Jawa Tengah, hal ini didukung dengan penyebaran tanaman melinjo yang hampir dimiliki oleh tiap kecamatan. Selain itu, kabupaten ini terkenal menjadi tempat penjualan melinjo di Jawa Tengah, sehingga para pengrajin emping melinjo dari luar daerah rela datang langsung untuk membeli bahan baku emping.

Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung merupakan salah satu sentra usahatani tanaman melinjo. Sebagaimana besar petani melinjo di desa ini mengalami masalah dalam memasarkan hasil produksinya. Hasil produksi tersebut dijual kepada pedagang pengumpul di pasar yang jaraknya cukup jauh dari pemukiman warga, sehingga petani mengeluarkan biaya tambahan untuk kendaraan umum. Selain itu, sistem penjualan dengan cara tebasan juga masih ada digunakan oleh petani karena dinilai lebih mudah dalam penjualan hasil produksinya. Harga jual biji melinjo yang dipatok oleh pedagang cenderung rendah, bahkan jika pada saat panen raya harga melinjo dapat dihargai sekitar 1.000-2.500 rupiah per kilogramnya. Jumlah uang yang diterima petani dari hasil penjualan belum bisa menutupi biaya-biaya yang telah dikeluarkan.

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah bagaimana saluran pemasaran melinjo Di Desa Plumbon. Berapakah besar biaya, keuntungan, margin pemasaran serta apakah saluran yang diterapkan tergolong efisien.

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui saluran pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung Kabupaten Kebumen.
2. Menganalisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung Kabupaten Kebumen.
3. Menganalisis efisiensi pemasaran di Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung Kabupaten Kebumen.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Penelitian ini bersifat kuantitatif, yang bertujuan untuk menganalisis *farmer share*, saluran dan margin pemasaran.

A. Teknik Penentuan Sampel

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Dusun Slepi, Desa Plumbon, Kecamatan Karangsembung. Penentuan lokasi penelitian berdasarkan jawaban dari para pedagang melinjo dan merupakan sentra usatani tanaman melinjo, setiap kepala keluarga di dusun ini memiliki tanaman melinjo dan hasil produksi melinjo tersedia walaupun bukan waktu musim saja, sehingga dusun ini dapat mewakili dari dusun lainnya.

Penentuan sampel petani menggunakan teknik *simple random sampling* dengan cara undian, dimana jumlah responden yang diteliti sebanyak 30 orang, sedangkan responden lembaga pemasaran menggunakan teknik *snowball sampling* yaitu mengikuti arus pergerakan penjualan melinjo dari petani hingga ke tangan konsumen (pengrajin).

B. Teknik Pengumpulan Data

Data primer digunakan adalah data yang diperoleh langsung dengan teknik wawancara dari petani dan para lembaga pemasaran seperti tengkulak, pengumpul, pedagang besar serta pedagang pengecer. Data primer yang meliputi identitas responden, produk penjualan melinjo, biaya-biaya pemasaran, dan aktivitas jual beli.

Data sekunder merupakan data yang telah dipublikasikan dan diresmikan oleh lembaga terkait. Data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Daerah Kebumen, UPT Kecamatan Karangsembung, dan pemerintah Kecamatan Karangsembung.

C. Asumsi dan Pembatasan Masalah

1. Asumsi
 - a. Dusun yang berada di Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung memiliki sifat yang homogen atau satu dusun tersebut dapat mewakili dari seluruh dusun lainnya.
 - b. Berat satu kilogram melinjo sama dengan berat tujuh ons biji melinjo (*klatak*).
2. Pembatasan Masalah
 - a. Melinjo yang dipasarkan merupakan hasil produksi dari Dusun Slepi.
 - b. Pedagang yang dijadikan sampel penelitian merupakan pedagang yang membeli melinjo dari Dusun Slepi.
 - c. Harga melinjo yang berlaku merupakan harga pada saat penelitian.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Saluran pemasaran melinjo merupakan saluran yang dilakukan oleh petani melinjo dan para pedagang untuk memindahtangankan kepemilikan kepada konsumen atau pengrajin emping melinjo.
2. Lembaga pemasaran adalah pelaku yang melakukan pemasaran dengan menyalurkan atau mendistribusikan melinjo dari Desa Plumbon hingga berpindah ketangan konsumen (pengrajin emping melinjo).
3. Petani melinjo adalah seseorang yang melakukan kegiatan budidaya tanaman melinjo dan memproduksi biji melinjo.
4. Tengkulak merupakan pedagang yang membeli hasil melinjo dari petani dan melakukan transaksi penjualan dengan sistem tebasan.
5. Pedagang pengumpul merupakan pedagang yang membeli melinjo dari beberapa tengkulak atau dari petani yang akan dijual kembali ke pedagang besar.

6. Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli melinjo dengan jumlah yang banyak dan dijual kembali ke pedagang pengecer atau langsung pada pengrajin emping melinjo.
7. Pedagang pengecer merupakan pedagang yang membeli melinjo dalam jumlah kecil dan berhubungan langsung dengan konsumen.
8. Konsumen merupakan orang yang membeli melinjo dan mengolahnya biji melinjo tersebut menjadi produk emping melinjo.
9. Sistem tebasan yaitu sistem penjualan melinjo yang dilakukan tengkulak kepada petani dengan mematok harga untuk tiap pohon melinjo yang akan dipanen (Rp/pohon).
10. Sistem kiloan yaitu sistem penjualan melinjo yang dilakukan petani untuk menjual hasil produksinya dengan jumlah berat melinjo yang dihasilkan kepada pedagang pengumpul dengan satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
11. Harga jual merupakan jumlah nilai uang yang diterima petani atau pedagang dari hasil penjualan melinjo dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
12. Harga beli merupakan jumlah nilai uang yang diberikan oleh pedagang atau konsumen atas pembelian melinjo dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
13. Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga jual dan harga beli yang dimiliki oleh lembaga pemasaran melinjo dengan satuan rupiah (Rp/kg).
14. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pelaku lembaga pemasaran dalam kegiatan memasarkan melinjo hingga ketangan konsumen, yang meliputi biaya pengupasan, penyimpanan, pengemasan, pengangkutan, bongkar muat, penyusutan dan pungutan retribusi dalam satuan rupiah (Rp/kg).
15. Keuntungan merupakan perbedaan antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran yang dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
16. Biaya pengepakan merupakan biaya pengemasan melinjo yang telah dikeluarkan oleh pelaku lembaga pemasaran dalam satuan rupiah (Rp).

17. Biaya angkut merupakan biaya yang dilakukan oleh pelaku lembaga pemasaran dalam mengangkut melinjo untuk dijual sampai ketangan konsumen dalam satuan rupiah (Rp/kg)
18. Biaya bongkar muat merupakan biaya yang dilakukan oleh pelaku lembaga pemasaran dalam menaikkan dan menurunkan melinjo dalam satuan rupiah (Rp/kg).
19. Biaya retribusi merupakan pungutan wajib pasar yang dibebankan kepada pelaku lembaga pemasaran dalam satuan rupiah (Rp/kg)
20. *Farmer share* merupakan bagian yang diterima oleh petani dari harga ditingkat konsumen dengan satuan persentase.
21. Efisiensi saluran pemasaran merupakan kondisi dimana saluran pemasaran yang digunakan dapat menimalisir biaya pemasaran.

E. Teknik Analisis

1. Analisis saluran pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung
 Analisis saluran pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan analisis data identitas responden, aktivitas responden, dan saluran pemasaran. analisis ini dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipresentasikan berdasarkan jumlah responden.
2. Analisis besar biaya, keuntungan dan margin pemasaran

Biaya Pemasaran

Besarnya biaya pemasaran melinjo dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan:

$$B_p = \text{Biaya pemasaran melinjo (Rp/kg)}$$

$$B_{p1}, B_{p2}, \dots, B_{pn} = \text{Biaya pemasaran melinjo tiap lembaga pemasaran}$$

(Rp/kg)

Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$K_p = M_p - B_p$$

Keterangan:

K_p = Keuntungan pemasaran melinjo (Rp/kg)

M_p = Margin pemasaran melinjo (Rp/kg)

B_p = Biaya pemasaran melinjo (Rp/kg)

Margin Pemasaran

Dalam menganalisis margin pemasaran dalam penelitian ini, indicator yang digunakan adalah harga di tingkat petani dan harga di tingkat lembaga pemasaran sehingga menggunakan rumus:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

M_p = Margin pemasaran melinjo

P_r = Harga di tingkat konsumen (pengrajin emping melinjo)

P_f = Harga ditingkat petani

3. Analisis efisiensi pemasaran

Efisiensi pemasaran dalam saluran pemasaran dapat diketahui dengan menggunakan *farmer's share* dengan rumus sebagai berikut:

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

F_s = *Farmer's share*

P_r = Harga di tingkat konsumen (pengrajin emping melinjo)

P_f = Harga ditingkat petani

Menurut Soekartawi (1989) untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$EP = TB/TNP \times 100\%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi pemasaran (%)

BP = Biaya pemasaran (Rp/kg)

NP = Nilai produk yang dipasarkan (Rp/kg)

III. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Keadaan Fisik

Desa Plumbon merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Karangsambung, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Desa ini memiliki luas daerah sebesar 837,813 ha yang meliputi tanah sawah 145,6 ha, tanah kering 616,063 ha, tanah perkebunan 14,324 ha, tanah untuk fasilitas umum 0,826 ha, dan tanah hutan sebesar 61 ha. Batas-batas wilayah Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung yaitu sebagai berikut:

Sebelah utara	: Desa Wadasmalang, Kecamatan Sadang
Sebelah selatan	: Desa Krakal, Kecamatan Alian
Sebelah timur	: Desa Pujotirto, Kecamatan Wadaslintang
Sebelah barat	: Desa Kaligending, Kecamatan Karanggayam

B. Keadaan Penduduk

Jumlah kepala keluarga berdasarkan data pemerintahan desa terdiri dari 1.733 KK, dengan jumlah jiwa 7.285 orang dan digolongkan berdasarkan jenis kelamin, tingkatan umur serta tingkat pendidikan.

1. Struktur Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Tabel 1. Struktur Penduduk Desa Plumbon Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2015

Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
Laki-laki	3.667	50,34
Perempuan	3.618	49,66
Jumlah	7.285	100

Sumber: Data Pemerintahan Desa Plumbon tahun 2015

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa penduduk di Desa Plumbon paling banyak berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 50,34% sedangkan penduduk yang berjenis kelamin perempuan sebesar 49,66%. Dari kedua persentase tersebut memiliki selisih yaitu sekitar 0.67% atau sejumlah 49 orang, dengan kata lain bahwa jenis kelamin laki-laki atau perempuan di Desa Plumbon tersebar merata.

2. Struktur Penduduk Menurut Tingkatan Umur

Tabel 2. Struktur Penduduk Desa Plumbon Menurut Tingkatan Umur Tahun 2015

Golongan Umur	Jumlah (jiwa)	Persentase
0-14	1.658	22,76
15-59	5.179	71,09
>60	448	6,15
Jumlah	7.285	100

Sumber: Data Pemerintahan Desa Plumbon tahun 2015

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa masyarakat di Desa Plumbon masih tergolong usia produktif yaitu dengan persentase sebesar 71,09%, dimana masyarakat memiliki kemampuan dan peluang untuk melakukan suatu pekerjaan. Selain itu golongan umur 0-14 tahun belum bisa dikatakan produktif dikarenakan masih dalam jenjang pendidikan, sedangkan umur lebih 60 tahun dikatakan tidak produktif namun mereka tetap menjalankan aktivitas yang sehari-hari mereka lakukan.

3. Struktur Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Tabel 3. Struktur Penduduk Desa Plumbon Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2015

Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Belum Sekolah	260	3,57
Buta Huruf	893	12,26
Tidak Tamat SD	1.158	15,90
SD	3.280	45,02
SLTP	989	13,58
SLTA	552	7,58
D1	32	0,44
D2	46	0,63
D3	20	0,27
S1	41	0,56
S2	8	0,11
S3	6	0,08
Jumlah	7.285	100

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan yang banyak dimiliki oleh penduduk Desa Plumbon adalah tamat SD dengan presentase sebesar 45,02 %, selain itu terdapat penduduk yang tidak tamat SD sebesar 15,9 % dan buta huruf 12,26%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan yang dimiliki oleh penduduk di Desa Plumbon tergolong rendah.

C. Keadaan Perekonomian

Sarana perekonomian merupakan salah satu pendukung keberhasilan dalam pembangunan perekonomian daerah. Adanya sarana tersebut dapat membantu kelancaran transaksi dan aktivitas perekonomian.

Tabel 4. Lembaga Perekonomian Desa Plumbon Tahun 2015

Lembaga Perekonomian	Jumlah (unit)	Persentase (%)
Koperasi Unit Desa	1	1,04
Kelompok Simpan Pinjam	19	19,79
Warung	74	77,08
Gilingan Padi	2	2,08
Jumlah	96	100

Sumber: Data Pemerintahan Desa Plumbon Tahun 2015

Berdasarkan tabel 4, dapat dilihat bahwa ada empat lembaga perekomian yaitu koperasi, kelompok simpan pinjam, warung, dan gilingan padi. Adanya koperasi dan kelompok simpan pinjam dapat membantu para penduduk yang mengalami permasalahan permodalan. Lembaga perekonomian yang terbanyak adalah warung sebesar 77,08 %, hal ini membuktikan bahwa penduduk di Desa Plumbon memiliki aktivitas atau kegiatan jual beli. Selain itu, gilingan padi juga memiliki peran penting yaitu dapat mengolah hasil produksi yang semula dari bahan baku menjadi bahan siap diolah.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Pelaku Saluran Pemasaran Melinjo di Desa Plumbon

1. Petani Melinjo di Desa Plumbon

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 kg untuk setiap kali panen. Cara budidaya yang dilakukan petani melinjo yaitu bibit yang digunakan berasal dari biji yang tumbuh atau dengan cara pencangkakan, tentunya juga ada pemberian pupuk organik dan pupuk anorganik 2-3 kali setelah tanaman selesai masa panen.

Tabel 5. 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

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa 80% petani memiliki umur yang produktif dimana petani tersebut memiliki kemampuan untuk memaksimalkan produksi melinjo. Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh petani didominasi oleh sekolah dasar, hal ini menjelaskan bahwa petani memiliki tingkat pendidikan yang rendah, namun 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.

2. Tengkulak

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 pondasi untuk mengatasi berbagai masalah. Selain menjadi pedagang, mereka juga melakukan pekerjaan lain yaitu sebagai petani melinjo.

3. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul biasanya membeli melinjo dari beberapa pedagang atau petani dengan jumlah pembelian melebihi 50 kg. Dalam saluran pemasaran

melinjo, ada tiga pedagang pengumpul, dimana dua diantaranya bertempat di Pasar Krakal Kecamatan Alian dan satu orang lainnya membeli langsung kepada petani.

Tabel 6. Identitas Pedagang Pengumpul Melinjo Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung

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

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa umur yang dimiliki masih dalam kriteria produktif, namun umur tidak menjadi halangan mereka untuk mencari nafkah dan mencukupi kebutuhan keluarga. Tingkat pendidikan yang dimiliki pedagang penumpul adalah tamat sekolah dasar dan memiliki pengalaman berdagang 5-36 tahun, dengan pengalaman berdagang tersebut pedagang dapat melewati berbagai masalah.

4. Pedagang Besar

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

Tabel 7. Identitas Pedagang Besar Melinjo Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung

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

Berdasarkan tabel 7, 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%.

5. Pedagang Besar Luar Daerah

Pedagang besar luar daerah merupakan pedagang yang membeli klatak dalam jumlah yang besar yaitu minimal sekali pembelian sebesar 1000 kg. 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.

6. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan orang yang membeli melinjo dalam jumlah kecil minimal 100 kg dan berhubungan langsung dengan konsumen atau pengrajin emping melinjo.

Tabel 8. Identitas Pengecer Melinjo Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung

No.	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)		
	a. 30-45	2	28,57

	b. 46-61	5	71,43
	Jumlah	7	100
2	Pendidikan		
	Tidak Tamat SD	2	28,57
	SD	5	71,43
	Jumlah	7	100
3	Pengalaman Berdagang		
	5-20	2	28,57
	21-36	5	71,43
	Jumlah	7	100

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 8, 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.

B. Aktivitas Petani dan Lembaga Pemasaran Melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung

Setiap pelaku lembaga pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung melakukan aktivitas pemasaran seperti aktivitas pertukaran, fisik, dan fasilitas.

Tabel 9. Aktivitas Lembaga Pemasaran Melinjo Desa Plumbon Kecamatan Karangsambung

Lembaga Pemasaran	Aktivitas Pelaku									
	Pertukaran		Fisik						Fasilitas	
	Pembelian	Penjualan	Pengupasan	Pengeemasan	Pengepakan	Penyimpanan	Pengangkutan	B.muat	Sortasi	Grading
Petani	x	√	x	83,33%	x	x	3,3%	x	x	x
Tengkulak	√	√	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

Berdasarkan tabel 9, 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 21.934 rupiah 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 50.000 rupiah untuk setiap harinya.

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, pedagang pengumpul dari beberapa wilayah akan berkumpul pada waktu ini.

Aktivitas fisik yang dilakukan oleh petani yaitu pengemasan dan pengangkutan, dimana 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 kg, dan biaya pengemasan sebesar 2.000 rupiah. 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 7.000 rupiah. Sedangkan 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 kg, dan biaya pengemasan sebesar 1.000 rupiah. 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 500 rupiah per kilogram. Pengemasan yang digunakan adalah bagor plastik yang dapat menampung melinjo hingga 70 kg, 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 kg.

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 di bawa 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 kg, 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 kg.

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 2.000 rupiah. 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 kg.

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 10.000 rupiah. Aktivitas bongkar muat yaitu aktivitas pedagang pengecer untuk menurunkan *klatak* dan memerlukan biaya tambahan untuk membayar kuli bongkar sebesar 1.000 rupiah 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 2.000 rupiah. Aktivitas bongkar muat yaitu aktivitas pedagang besar untuk menurunkan *klatak*, dalam kegiatan ini pedagang pengecer luar daerah tidak mengeluarkan biaya bongkar karena kegiatan tersebut dilakukan sendiri.

C. Identifikasi Pola Saluran Pemasaran Melinjo

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat tujuh pola saluran pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung. Saluran pemasaran merupakan saluran yang dilakukan oleh petani melinjo dan para pedagang untuk memindahtangankan kepemilikan kepada konsumen atau pengrajin emping melinjo.. 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, dua diantaranya mendistribusikan *klatak* hingga ke luar daerah, dimana pedagang besar luar daerah ini membeli *klatak* dari pedagang besar yang ada di Kebumen, dan akan dijual kembali ke pengecer yang ada di Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Saluran yang melibatkan sedikitnya lembaga pemasaran yaitu Saluran VI dengan melibatkan satu lembaga, selanjutnya saluran V dan VII

melibatkan dua lembaga, saluran II dan III melibatkan tiga lembaga, dan saluran I dan IV melibatkan lima 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 indeks efisiensi ekonomis (IEE).

1. Harga Jual Lembaga Pemasaran Di Setiap Saluran Pemasaran Melinjo

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 10. 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 10, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan dan persamaan dalam tiap saluran pemasaran. Harga jual di 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 3.500 rupiah 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 48 rupiah/kg karena bergantung pada jumlah melinjo yang mereka jual.

2. Biaya Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Emping Melinjo

Tabel 11. 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 11, 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 dan memiliki biaya pemasaran yang sama pula. Biaya pemasaran tertinggi pada saluran I dan IV, hal ini disebabkan karena banyak lembaga pemasaran yang dilewati. Sedangkan biaya pemasaran terendah adalah saluran VI karena hanya melewati satu lembaga pemasaran saja.

3. Margin Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Melinjo

Besarnya margin pada setiap saluran dipengaruhi oleh banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat, biaya yang dikeluarkan setiap saluran dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran.

Tabel 12. 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

Berdasarkan tabel 12, dapat dilihat bahwa margin tertinggi dalam pemasaran melinjo yaitu saluran I, jika dibandingkan dengan saluran IV terdapat selisih margin sebesar 283 rupiah, karena saluran ini tidak melewati tengkulak. Sedangkan saluran yang margin pemasaran terendah yaitu saluran VI, kemudian saluran V, VII, II, serta III. 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.

Tabel 13. 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 13, dapat dilihat bahwa keuntungan yang paling besar terdapat pada saluran I dan saluran IV, jika dibandingkan dengan saluran lainnya. Hal ini dikarenakan adanya pedagang perantara seperti pedagang besar yang mengambil keuntungan cukup tinggi sebesar Rp 1.884 per kilogramnya. Jika dibandingkan dengan saluran II, III, V, VII terdapat perbedaan pada keuntungan diperoleh, hal ini disebabkan karena biaya pemasaran untuk tiap saluran berbeda-beda.

5. Efisiensi Pemasaran Melinjo

Efisiensi saluran pemasaran merupakan kondisi dimana saluran pemasaran yang digunakan dapat meminimalisir biaya pemasaran, untuk menganalisis efisiensi maka menggunakan analisis *farmer's share* serta rasio biaya dengan nilai produk

a. 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, sehingga semakin besar nilai persentase *farmer's share*, maka semakin besar bagian harga yang diterima petani yang ada di Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung.

Tabel 14. 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

Berdasarkan tabel 14, 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 dan merupakan saluran yang menguntungkan petani. Sedangkan nilai *farmer's share* yang paling kecil terdapat pada saluran I dengan persentase 35,4%, hal ini dikarenakan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat, semakin sedikit lembaga pemasaran yang terlibat maka jumlah atau bagian harga yang diterima oleh petani melinjo semakin besar dan begitu juga untuk sebaliknya.

Dilihat dari hasil analisis ini saluran yang paling efisien terdapat pada saluran pemasaran emping melinjo VI yaitu produsen menjual langsung kepada pengumpul dan langsung dijual ke konsumen, sedangkan untuk saluran II, III, V, dan VII memberikan bagian harga diterima untuk petani sekitar 46% - 51,1%.

a. 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 1. 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.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Terdapat tujuh pola saluran pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung yaitu Saluran I (Petani – Tengkulak – P. Pengumpul – P. Besar – P. Besar Luar Daerah – P. Pengecer Luar Daerah), Saluran II (Petani – Tengkulak – P. Pengumpul – P. Pengecer – Konsumen) , Saluran III (Petani – Tengkulak – P. Pengumpul – P. Besar – Konsumen), Saluran IV (Petani – P. Pengumpul – P. Besar – P. Besar Luar Daerah – Pengecer Luar Daerah), Saluran V (Petani – P. Pengumpul – P. Pengecer – Konsumen), Saluran VI (Petani – P. Pengumpul – Konsumen), dan Saluran VII (Petani – P. Pengumpul – P. Besar – Konsumen).
2. Biaya pemasaran tertinggi pada saluran I dan saluran IV, hal ini disebabkan karena banyak lembaga pemasaran yang dilwati. Sedangkan biaya pemasaran terendah adalah saluran VI karena hanya melewati satu lembaga pemasaran saja. Margin dan keuntungan terbesar pada saluran I dan terkecil adalah saluran VI, hal berkaitan dengan jumlah lembaga yang dilalui, semakin banyak lembaga semakin banyak margin yang digunakan, begitu juga dengan keuntungannya. Sedangkan untuk
3. Saluran VI merupakan saluran yang memiliki tingkat efisiensi tertinggi ditinjau dari indikator *farmer's share* sebesar 77,8 % dan rasio biaya dengan nilai produk sebesar 2,4%.

D. Saran

Saran dalam penelitian ini adalah petani diharapkan memilih saluran yang efisien yaitu menjual ke pedagang pengumpul yang datang langsung ke desa sehingga selisih harga yang diterima petani dengan yang diterima konsumen tidak terpaut jauh.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2013. *Kecamatan Karangsembung dalam Angka 2013*. Diakses tanggal 13 Maret 2016
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2014. *Produksi Tanaman Melinjo 2014* (online). <http://www.bps.go.id/site/resultTab> diakses 14 Maret 2016.
- Cahyono, Ir. Bambang. 2003. *Kacang Buncis Teknik Budidaya dan Analisis Usaha Tani* (online). https://books.google.co.id/books?id=-7kLSVBV61sC&pg=PA111&dq=lembaga+pemasaran+buncis&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwiDna_R_5XOAhVLqY8KHVVKA-QQ6AEIHDAA#v=onepage&q=lembaga%20pemasaran%20buncis&f=false diakses 25 April 2016
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Satu Nusa, Bandung.
- Jumiati, E., Darwanto, D. H., & Hartono, S. (2013). Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *AGRIFOR*, 12(1), 1-10.
- Kementerian Pertanian. 2015. *Statistik Produksi Holtikultura Tahun 2014*. <http://hortikultura.pertanian.go.id/wp-content/uploads/2016/02/Statistik-Produksi-2014.pdf> diakses 16 Maret 2016.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid II*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Mahatama, E & Miftah Farid. 2013. Daya Saing dan Saluran Pemasaran Rumput Laut: Kasus Kabupaten Jenepunto, Sulawesi Selatan. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 7(1), 1-18
- Masyuhiri. 2011. Manajemen Pemasaran Pertanian dan Perdagangan Internasional, hlm 92-163. Dalam Triwibowo, dkk. *Pembangunan Pertanian: Membangun Kedaulatan Pangan*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Mubyarto. 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*, LP3ES, Jakarta.
- Nugroho, A. Z. (2015). Analisis Saluran Pemasaran Produk Susu Bubuk Kedelai (Studi Kasus: Industri Sumber Gizi Nabati, Pekanbaru). *PEKBIS (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis)*, 6(3), 208-217.

- Sa'id, E. G. dan A. H. Intan. 2004. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Rajawali, Jakarta.
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian : Teori dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada, Jakarta Utara.
- Sudiyono, Armand. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang Press, Malang.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, Bandung.
- Sunanto, Ir. Hatta. 1991. *Budidaya Melinjo dan Usaha Produksi Emping*. Kanisius, Yogyakarta.
- Sustiyana, S., Syafrial, S., & Purnomo, M. (2013). Analisis *Supply Chain* dan Efisiensi Pemasaran Gula Siwalan (Studi Kasus Di Kecamatan Dungkek, Kabupaten Sumenep). *Habitat*, 24(2), 110-119

