

**ANALISIS PEMASARAN GULA MERAH TEBU  
DI KABUPATEN BENER MERIAH  
(Studi Kasus Agroindustri Bapak Edi)**

**Salamatul Fatayat<sup>1</sup>, T. M. Nur<sup>2</sup>, Elfiana<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

<sup>2</sup>Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

Email: [fatayat.20071994@gmail.com](mailto:fatayat.20071994@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah pada agroindustri gula merah milik Bapak Edi, yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, keuntungan, Marjin dan efisiensi pemasaran gula merah tebu Bapak Edi di Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, Marjin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa proses pemasaran gula merah tebu Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah dilakukan melalui 2 (dua) saluran pemasaran yaitu Saluran I = produsen → pedagang pengecer → konsumen akhir, Saluran II = produsen → agen distributor → pedagang pengecer → konsumen akhir. Dari kedua saluran pemasaran tersebut yang paling efisien dalam memasarkan gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah adalah menggunakan saluran I, hal ini dikarenakan nilai persentase Marjin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran bernilai rendah yaitu 25%, dan nilai persentase bagian yang diterima pemilik agroindustri gula merah tebu bernilai tinggi yaitu sebesar 75%.

Kata kunci : Analisis Pemasaran, Gula Merah Tebu

**PENDAHULUAN**

Pembangunan ekonomi di dalam pembangunan nasional jangka panjang di Indonesia mempunyai sasaran utama mencapai keseimbangan antara sektor pertanian dan industri. Keseimbangan tersebut dapat tercapai apabila kondisi perekonomian atau industri yang maju didukung oleh sektor pertanian yang tangguh. Sebagai penggerak pembangunan pertanian, agroindustri diharapkan dapat memainkan peranan penting kegiatan pembangunan daerah dalam sasaran pemerataan pembangunan ekonomi. Keberadaan agroindustri di pedesaan diharapkan dapat meningkatkan permintaan terhadap komoditas pertanian, karena sektor agroindustri berperan dalam mengubah produk pertanian menjadi barang yang lebih berguna bagi kebutuhan

masyarakat. Oleh karena itu pembangunan pertanian yang dikaitkan dengan pengembangan industri pertanian perlu diarahkan ke wilayah pedesaan. Industri pengolahan komoditas pertanian selain mengolah hasil pertanian juga mempunyai tujuan yaitu untuk memperoleh keuntungan guna mempertahankan kelangsungan usahanya. Suatu usaha akan melakukan kegiatannya secara terus menerus agar dapat mempertahankan atau bahkan untuk mengembangkan keberadaan perusahaan, maka kegiatan yang dilakukan perusahaan haruslah memperoleh keuntungan.

Salah satu hasil pertanian yang dapat dipergunakan dalam industri pengolahan adalah dari tanaman tebu. Tanaman tebu dapat digunakan sebagai bahan baku gula merah. Untuk

memperoleh gula merah dari tebu, terlebih dahulu tebu tersebut harus dipress untuk menghasilkan nira yang kemudian dipanaskan. Perkembangan sentra-sentra produksi gula merah tebu tentu sangat positif dilihat dari segi pemanfaatan bahan baku tebu yang biasanya karena adanya kelebihan produksi tebu yang tidak terserap oleh pabrik gula besar yang memproduksi gula putih. Secara nasional sentra-sentra produksi gula merah tersebut di atas mencakup lebih dari 70 persen dari total produksi gula merah nasional. Dari perspektif pengembangan usaha pedesaan, produksi gula merah tebu mampu memberikan harapan keuntungan yang memadai.

Terbukanya peluang ekspor untuk produk gula merah tebu juga semakin

menguntungkan industri gula merah tebu. Di Kabupaten Bener Meriah, produksi gula merah tebu merupakan aktivitas yang sudah lama dikenal oleh para petani tebu. Pada umumnya gula merah tebu diproduksi oleh industri-industri rumah tangga yang biasanya dilakukan secara turun-temurun dan dengan menggunakan peralatan yang sederhana. Gula merah tebu di Kabupaten Bener Meriah juga berpotensi untuk dikembangkan dengan melihat ketersediaan lahan, iklim yang sesuai dan juga teknik budidaya tebu yang telah dikenal dengan baik oleh masyarakat. Hal ini terlihat dari luas tanam, produksi dan produktivitas tebu di Kabupaten Bener Meriah dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1. Luas Tanam, Produksi dan Produktivitas Tebu di Kabupaten Bener Meriah, Tahun 2011-2015

Tahun	Luas Tanam (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Kw/ Ha)	Pertumbuhan (%)
2011	1.441,20	4.528,10	31,42	-
2012	1.441,20	4.528,10	31,42	0,00
2013	2.140,08	5.600,55	26,17	23,68
2014	2.361,00	4.291,00	18,17	-23,38
2015	2.361,00	4.291,00	18,17	0,00

Sumber: Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bener Meriah, 2016

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa luas tanam, produksi dan produktivitas tebu di Kabupaten Bener Meriah selama lima tahun terakhir cenderung fluktuatif. Produksi tebu terbesar terjadi pada tahun 2013 sebesar 5.600,55 ton dari luas tanam 2.140,08 Ha, dengan persentase pertumbuhan sebesar 23,68% dari tahun sebelumnya. Sedangkan produksi tebu terendah terjadi pada tahun 2014 dan 2015 sebesar 4.291,00 ton dari luas tanam 2.361,00 Ha, dengan persentase penurunan sebesar 23,38% dari tahun sebelumnya. Hal ini erat kaitannya dengan keadaan cuaca, dan juga dikarenakan pengaruh adanya alih fungsi lahan pertanian.

Budidaya tanaman tebu di Kabupaten Bener Meriah hanya tersebar

ditiga Kecamatan saja yaitu di Kecamatan Timang Gajah seluas 156 hektar dengan kontribusi 6,61%, di Kecamatan Pinto Rime Gayo seluas 827 hektar dengan kontribusi 35,03%, di Kecamatan Wih Pesam seluas 1.378 hektar dengan kontribusi 58,37%. Adapun jumlah agroindustri pengolahan gula merah di Kabupaten Bener Meriah yaitu sebanyak 18 unit, dengan kapasitas produksi rata-rata 1.200 kg gula merah (Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bener Meriah, 2016).

Di Kabupaten Bener Meriah khususnya di Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam terdapat salah satu agroindustri yang memproduksi gula merah tebu dalam skala yang besar yaitu agroindustri milik Bapak Edi, yang

didirikan sejak tahun 1997. Meskipun harga bahan baku tebu cenderung fluktuatif, namun agroindustri gula merah milik Bapak Edi ini semakin lama semakin berkembang dan terus melakukan perbaikan. Potensi tersebut didukung oleh permintaan gula merah tebu oleh pihak industri sangat tinggi, misalnya dari kebutuhan sebesar 30-40 ribu ton per tahun, petani hanya bisa memenuhi kebutuhan produksi sekitar 5 ribu ton (Badan Standarisasi Nasional, 2012).

Produksi gula merah tebu Bapak Edi dilakukan setiap hari kecuali hari minggu dan hari-hari libur lainnya. Jumlah produksi yang dihasilkan tergantung dari ketersediaan bahan bakunya. Rata-rata bahan baku tebu yang diperlukan dalam sekali produksi sekitar 4 ton/hari atau 104 ton/bulan, dengan jumlah produksinya rata-rata 16,64 ton gula/bulan. Adapun rincian jumlah produksi Gula Merah Tebu Bapak Edi dalam lima tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 2. Rata-rata Produksi Gula Merah Tebu Bapak Edi 5 Tahun Terakhir

Tahun	Bahan Baku Tebu (Ton)	Produksi Gula (Ton)	Pertumbuhan (%)
2012	3,50	174,72	-
2013	3,80	189,70	8,57
2014	3,80	189,70	0,00
2015	3,90	194,69	2,63
2016	4,00	199,68	2,56
<b>Rata-rata</b>	<b>3,80</b>	<b>189,70</b>	<b>3,44</b>

Sumber: Pengelola Usaha Gula Merah Tebu (2017)

Berdasarkan data produksi gula merah tebu Bapak Edi setiap tahunnya menunjukkan adanya peningkatan, dengan rata-rata peningkatan sebesar 3,44%, sehingga prospeknya cukup mendukung untuk terus dikembangkan serta memperluas wilayah pemasarannya. Pemasaran merupakan faktor penting dalam dunia usaha, maka pemilik usaha harus memahami benar tentang masalah pemasaran diantaranya tentang pola saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran. Proses pemasaran gula merah tebu pada agroindustri milik Bapak Edi ini dilakukan secara langsung dengan konsumen yang datang ke tempat pengolahan tanpa perantara agen, dan ada juga melalui lembaga pemasaran atau para agen untuk dipasarkan ke luar daerah. Harga gula merah tebu yang dijual pada agen berbeda dengan harga yang dijual langsung pada konsumen, harga yang dijual untuk agen lebih murah dibandingkan dengan harga yang dijual ke

konsumen yang datang langsung ke tempat pengolahan gula merah tebu tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa pemasaran merupakan salah satu komponen pasca produksi yang perlu mendapatkan perhatian lebih karena pemasaran merupakan salah satu kunci untuk mempertahankan maupun melakukan pengembangan usaha. Pemasaran juga merupakan suatu parameter untuk menilai berhasil tidaknya suatu usaha. Karena hasil akhir dari proses produksi yaitu penjualan (pemasaran) dengan harapan mendapatkan keuntungan. Dari keuntungan tersebut, maka dapat dinilai efisien tidaknya saluran pemasaran yang dilakukan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “Analisis Pemasaran Gula Merah Tebu di Kabupaten Bener Meriah (*Studi Kasus Agroindustri Bapak Edi*)”.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada agroindustri gula merah tebu milik Bapak Edi di Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada masalah pemasaran gula merah tebu Bapak Edi di Kabupaten Bener Meriah. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2017.

Data yang dikumpulkan dianalisis dengan metode kombinasi kualitatif dan kuantitatif yang merupakan pendekatan dalam penelitian yang mengkombinasikan dan menghubungkan antara metode penelitian kuantitatif dengan kualitatif (Sugiyono, 2006). Data yang dianalisis meliputi saluran pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, Marjin pemasaran, dan efisiensi pemasaran.

Analisis biaya pemasaran dan Marjin pemasaran dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya dan Marjin pemasaran (*cost Marjin analysis*) yaitu dengan menghitung besarnya biaya, keuntungan, Marjin dan efisiensi pemasaran pada tiap perantara pada berbagai saluran pemasaran.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pemasaran Produk**

Pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik aktual maupun yang potensial. Pemasaran produk barang, manajemen pemasaran akan dipecah atas empat kebijakan pemasaran yang lazim disebut sebagai bauran pemasaran (*marketing mix*) atau 4P dalam pemasaran yang terdiri dari empat komponen yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*).

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan Bapak Edi selaku pemilik agroindustri gula merah tebu diketahui bahwa pangsa pemasaran tidak hanya di Kabupaten Bener Meriah saja bahkan sampai ke wilayah Takengon, Banda Aceh, Bener Meriah, Aceh Utara, Langsa, bahkan sampai ke Sumatera Utara. Untuk wilayah Bener Meriah umumnya pemilik usaha melakukan pemasaran secara langsung dengan mengantar gula sesuai pesanan ke para penjual eceran tanpa melalui perantara/agen. Sedangkan untuk luar daerah biasanya yang memesan adalah para agen, harga jual untuk agen berbeda dengan harga yang dijual yang ditawarkan langsung oleh produsen tanpa perantara. Hal ini dikarenakan mereka menjadi perantara antara produsen dengan konsumen akhir yang berada diluar daerah, sehingga terjadinya rantai pemasaran dan meluasnya wilayah pemasaran gula merah tebu Milik Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah.

### **2. Analisis Pemasaran**

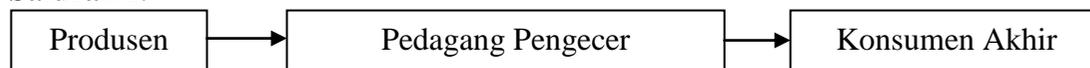
#### **a) Saluran Pemasaran**

Pemasaran yang digunakan pada agroindustri gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah ada dua saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung (Agen). Saluran pemasaran langsung merupakan saluran pemasaran dimana konsumen membeli gula merah tebu secara langsung ketempat produksi gula tersebut. Saluran tidak langsung merupakan pembelian gula merah tebu oleh konsumen yang telah didistribusikan oleh lembaga pemasaran. Dalam proses pemasaran tidak langsung akan dijumpai adanya rantai pemasaran yang panjang yang melibatkan terlalu besarnya keuntungan pemasaran (*marketing Marjin*) yang diambil oleh para pelaku pemasaran tersebut.

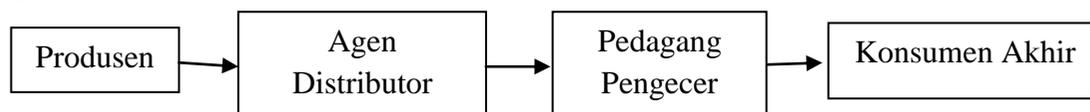
Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran tidak langsung yang ada pada agroindustri gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur

Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah yaitu melalui 2 (dua) saluran pemasaran yaitu:

**Saluran I:**



**Saluran II:**



**Gambar 2. Skema Saluran Pemasaran**

**b) Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses perpindahan barang dari produsen ke konsumen akhir. Proses mengalirnya barang dari produsen ke konsumen memerlukan biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan lebih tinggi harganya. Semakin panjang rantai pemasaran maka biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran akan semakin meningkat. Besar kecilnya biaya pemasaran tergantung dari banyaknya kegiatan kelembagaan pemasaran dan jumlah fasilitas yang diperlukan dalam proses pemasaran tersebut. Khususnya dalam pemasaran gula merah tebu Milik Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener

Meriah, biaya pemasaran mencakup sejumlah pengeluaran yang dilakukan untuk keperluan yang berhubungan dengan penjualan gula merah tebu dari tempat pengolahan sampai kepada konsumen akhir. Besarnya biaya pemasaran akan mempengaruhi harga gula yang dipasarkan serta keuntungan yang diperoleh.

Adapun rincian biaya pemasaran gula merah tebu Bapak Edi terbagi 2 (dua) yaitu biaya pemasaran pada saluran I dan biaya pemasaran pada saluran II.

**1) Biaya Pemasaran Pada Saluran I**

Untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran gula merah tebu Bapak Edi pada saluran I dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

**Tabel 3. Biaya Pemasaran Gula Merah Tebu Bapak Edi Saluran I**

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
<b>Produsen</b>		
1. Harga Jual	6.000	75,00
2. Biaya Pemasaran	500	6,25
<b>Pedagang Pengecer</b>		
1. Harga Beli	6.000	75,00
2. Biaya Pemasaran	500	6,25
3. Harga Jual	8.000	100,00
<b>Harga Beli Konsumen</b>	<b>8.000</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa biaya pemasaran gula merah tebu Bapak Edi pada saluran I mengeluarkan 2

(dua) kali biaya pemasaran. Biaya pemasaran pertama dikeluarkan oleh produsen karena pada saluran pertama ini

pihak produsen turut melakukan kegiatan pemasaran untuk pedagang pengecer yang ada disekitar wilayah Kabupaten Bener Meriah. Adapun biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh produsen pada saluran I ini yaitu untuk biaya transportasi sebesar Rp. 500,-/kg.

Selanjutnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh badan pemasaran kedua (pedagang pengecer) yaitu biaya untuk menggaji para pekerja yang memasarkan gula merah tebu di tokonya tersebut sebesar Rp. 500,-/kg. Untuk lebih jelasnya tentang total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran I ini yaitu dengan menggunakan rumus berikut :

$$Bp = Bp1 + Bp2$$

Tabel 4. Biaya Pemasaran Gula merah tebu Bapak Edi Saluran II

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
<b>Produsen</b>		
1. Harga Jual	5.500	61,11
<b>Agen Distributor</b>		
1. Harga Beli	5.500	61,11
2. Biaya Pemasaran	1.000	11,11
3. Harga Jual	7.000	77,78
<b>Pedagang Pengecer</b>		
1. Harga Beli	7.000	77,78
2. Biaya Pemasaran	500	5,56
3. Harga Jual	9.000	100,00
<b>Harga Beli Konsumen</b>	<b>9.000</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa biaya pemasaran gula merah tebu Bapak Edi pada saluran II ini juga mengeluarkan 2 (dua) kali biaya pemasaran. Pada saluran kedua ini pihak produsen tidak termasuk dalam badan pemasaran dikarenakan para agen memesan dan mengambil langsung ketempat produksi gula merah tebu Bapak Edi. Jadi biaya pemasaran pertama dikeluarkan oleh agen distributor yaitu untuk biaya transportasi sebesar Rp. 1.000,-/kg.

Selanjutnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran

$$Bp = Rp. 500,- + Rp.500,-$$

$$Bp = Rp.1000,-/kg$$

Jadi total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada sistem pemasaran saluran I untuk memasarkan gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah hingga tersalur sampai pada konsumen terakhir yaitu sebesar Rp.1000,-/kg, atau sebesar 12,50% dari total harga beli konsumen.

## 2) Biaya Pemasaran Pada Saluran II

Untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran gula merah tebu Bapak Edi pada saluran II dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

kedua (pedagang pengecer) yaitu biaya untuk menggaji para pekerja yang memasarkan gula merah tebu di tokonya tersebut sebesar Rp. 500,-/kg. Untuk lebih jelasnya tentang total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran II ini yaitu dengan menggunakan rumus berikut :

$$Bp = Bp1 + Bp2$$

$$Bp = Rp. 1.000,- + Rp.500,-$$

$$Bp = Rp.1.500,-/kg$$

Jadi total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada sistem pemasaran saluran II untuk memasarkan gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener

Meriah hingga tersalur sampai pada konsumen terakhir yaitu sebesar Rp.1.500,-/kg, atau sebesar 16,67% dari total harga beli konsumen.

### c) Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran yaitu selisih harga jual dengan harga beli dan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran. Adapun

rincian Marjin pemasaran gula merah tebu Bapak Edi dari masing-masing saluran dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1) Marjin Pemasaran Pada Saluran I

Untuk mengetahui besarnya Marjin pemasaran dari tiap lembaga pemasaran gula merah tebu Bapak Edi pada saluran I dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Marjin Pemasaran Gula Merah Tebu Bapak Edi Saluran I

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
<b>Produsen</b>		
1. Harga Jual	6.000	75,00
2. Biaya Pemasaran	500	6,25
<b>Pedagang Pengecer</b>		
1. Harga Beli	6.000	75,00
2. Biaya Pemasaran	500	6,25
3. Harga Jual	8.000	100,00
4. Marjin Pemasaran	2.000	25,00
<b>Harga Beli Konsumen</b>	<b>8.000</b>	<b>100,00</b>

Dari Tabel di atas diketahui bahwa biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk membeli gula merah tebu dari produsen yaitu sebesar Rp. 6.000,-/kg. Adapun harga jual pedagang pengecer untuk konsumen akhir yaitu Rp. 8.000,-/kg, maka besarnya Marjin pemasaran pada saluran I ini diperoleh dengan menggunakan rumus berikut.

$$M_p = P_r - P_f$$

$$M_p = \text{Rp.}8.000 - \text{Rp.}6.000,-$$

$$M_p = \text{Rp.}2.000,-/\text{kg}$$

Jadi total Marjin pemasaran (perbedaan harga beli dari produsen dengan harga jual untuk konsumen) pada sistem pemasaran saluran I dalam memasarkan gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah hingga tersalur sampai pada konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 2.000,-

/kg atau sebesar 25% dari total harga beli konsumen.

#### 2) Marjin Pemasaran Pada Saluran II

Dari Tabel 6 diketahui bahwa biaya yang dikeluarkan oleh agen distributor untuk membeli gula merah tebu dari produsen yaitu sebesar Rp. 5.500,-/kg. Adapun harga jual pedagang pengecer untuk konsumen akhir yaitu Rp. 9.000,-/kg, maka besarnya Marjin pemasaran pada saluran II ini diperoleh dengan menggunakan rumus berikut.

$$M_p = P_r - P_f$$

$$M_p = \text{Rp.}9.000 - \text{Rp.}5.500,-$$

$$M_p = \text{Rp.}3.500,-/\text{kg}$$

Untuk mengetahui besarnya Marjin pemasaran dari tiap lembaga pemasaran gula merah tebu Bapak Edi pada saluran II dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Marjin Pemasaran Gula merah tebu Bapak Edi Saluran II

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
<b>Produsen</b>		
1. Harga Jual	5.500	61,11
<b>Agen Distributor</b>		
1. Harga Beli	5.500	61,11
2. Biaya Pemasaran	1.000	11,11
3. Harga Jual	7.000	77,78
4. Marjin Pemasaran	1.500	16,67
<b>Pedagang Pengecer</b>		
1. Harga Beli	7.000	77,78
2. Biaya Pemasaran	500	5,56
3. Harga Jual	9.000	100,00
4. Marjin Pemasaran	2.000	22,22
<b>Harga Beli Konsumen</b>	<b>9.000</b>	<b>100,00</b>

Jadi total Marjin pemasaran (perbedaan harga beli dari produsen dengan harga jual untuk konsumen) pada sistem pemasaran saluran II dalam memasarkan gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah hingga tersalur sampai pada konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 3.500,-/kg atau sebesar 38,89% dari total harga beli konsumen.

#### d) Keuntungan Lembaga Pemasaran

Keuntungan lembaga pemasaran adalah balas jasa yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran yang

turut serta memasarkan gula merah tebu mulai dari tingkat produsen sampai tingkat konsumen. Adapun rincian keuntungan lembaga pemasaran gula merah tebu Bapak Edi dari masing-masing saluran dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1) Keuntungan Lembaga Pemasaran Pada Saluran I

Untuk mengetahui besarnya keuntungan dari tiap lembaga pemasaran gula merah tebu Bapak Edi pada saluran I dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Keuntungan Lembaga Pemasaran Gula merah tebu Bapak Edi Saluran I

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
<b>Produsen</b>		
1. Harga Jual	6.000	75,00
2. Biaya Pemasaran	500	6,25
<b>Pedagang Pengecer</b>		
1. Harga Beli	6.000	75,00
2. Biaya Pemasaran	500	6,25
3. Harga Jual	8.000	100,00
4. Marjin Pemasaran	2.000	25,00
5. Keuntungan Pemasaran	1.500	18,75
<b>Harga Beli Konsumen</b>	<b>8.000</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa pada saluran I ini yang menjadi lembaga pemasaran hanya pedagang pengecer selaku perantara antara produsen dengan konsumen akhir. Pedagang pengecer membutuhkan biaya untuk membeli gula merah tebu dari produsen Rp. 6.000,-/kg, dan biaya pemasaran Rp. 500,-/kg, dengan harga jual Rp. 8.000,-/kg oleh pedagang pengecer, maka pedagang pengecer tersebut mendapatkan keuntungan pemasaran sebesar Rp.1.500,-/kg

Adapun total keuntungan lembaga pemasaran pada saluran I ini diperoleh dengan menggunakan rumus berikut.  
 $Kp = Kp1 + Kp2 + Kp3 + \dots + Kpn$

$Kp = Rp.1.500,-/kg$

Jadi total keuntungan pemasaran gula merah tebu pada sistem pemasaran saluran I dalam memasarkan gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah hingga tersalur sampai pada konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 1.500,-/kg atau sebesar 18,75% dari total harga beli konsumen.

## 2) Keuntungan Lembaga Pemasaran Pada Saluran II

Untuk mengetahui besarnya keuntungan dari tiap lembaga pemasaran gula merah tebu Bapak Edi pada saluran II dapat dilihat pada Tabel 8 berikut.

Tabel 8. Keuntungan Lembaga Pemasaran Gula merah tebu Bapak Edi Saluran II

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
<b>Produsen</b>		
1. Harga Jual	5.500	61,11
<b>Agen Distributor</b>		
1. Harga Beli	5.500	61,11
2. Biaya Pemasaran	1.000	11,11
3. Harga Jual	7.000	77,78
4. Marjin Pemasaran	1.500	16,67
5. Keuntungan Pemasaran	500	5,56
<b>Pedagang Pengecer</b>		
1. Harga Beli	7.000	77,78
2. Biaya Pemasaran	500	5,56
3. Harga Jual	9.000	100,00
4. Marjin Pemasaran	2.000	22,22
5. Keuntungan Pemasaran	1.500	16,67
<b>Harga Beli Konsumen</b>	<b>9.000</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa pada saluran II ini yang menjadi lembaga pemasaran yaitu agen distributor dan pedagang pengecer selaku perantara antara produsen dengan konsumen akhir. Agen distributor membutuhkan biaya untuk membeli gula merah tebu dari produsen Rp. 5.500,-/kg, dan biaya pemasaran Rp. 1.000,-/kg, dengan harga jual Rp. 7.000,-/kg oleh agen distributor,

maka lembaga tersebut mendapatkan keuntungan pemasaran sebesar Rp.500,-/kg.

Selanjutnya pedagang pengecer juga membutuhkan biaya untuk membeli gula merah tebu dari agen distributor Rp. 7.000,-/kg, dan biaya pemasaran Rp. 500,-/kg, dengan harga jual Rp. 9.000,-/kg oleh pedagang pengecer, maka lembaga tersebut mendapatkan

keuntungan pemasaran sebesar Rp.1.500,-/kg. Adapun total keuntungan lembaga pemasaran pada saluran II ini diperoleh dengan menggunakan rumus berikut.

$$Kp = Kp1 + Kp2 + Kp3 + \dots + Kpn$$

$$Kp = Rp.500,- + Rp.1.500,-$$

$$Kp = Rp.2.000,-/kg$$

Jadi total keuntungan pemasaran gula merah tebu pada sistem pemasaran saluran II dalam memasarkan gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah hingga tersalur sampai pada konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 2.000,-/kg atau sebesar 22,22% dari total harga beli konsumen.

### 3. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran secara ekonomi dapat diketahui dari besarnya bagian yang diterima produsen (*farmer's share*) dan persentase Marjin pemasaran, yang dinyatakan dalam persen (%). Besar kecilnya *farmer's share* dipengaruhi oleh besar kecilnya Marjin pemasaran. Semakin rendah Marjin pemasaran dan semakin besar bagian yang diterima produsen maka sistem pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien.

#### 1) Efisiensi Pemasaran Pada Saluran I

Pemasaran gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah pada saluran I dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran mempunyai nilai persentase Marjin pemasaran rendah dan mempunyai nilai persentase tinggi yang diterima produsen.

a. Persentase Marjin pemasaran gula merah tebu pada saluran I

$$Mp = \left( \frac{Pr - Pf}{Pr} \right) \times 100\%$$

$$Mp = \left( \frac{Rp.8.000 - Rp.6.000}{Rp.8.000} \right) \times 100\%$$

$$Mp = 25\%$$

Dari nilai persentase tersebut dapat dipahami bahwa selisih harga beli pedagang pengecer dengan harga jual kepada konsumen adalah 25 % yaitu pedagang pengecer membeli gula merah tebu dari Bapak Edi dengan harga Rp. 6.000,-/kg, dengan harga jual Rp. 8.000,-/kg, maka besarnya selisih harga jual dengan harga beli (Marjin) adalah Rp. 2.000,-/kg.

b. Presentase bagian yang diterima oleh pengusaha pada saluran I

$$F = \left( 1 - \frac{Mp}{Pr} \right) \times 100\%$$

$$F = \left( 1 - \frac{Rp.2.000}{Rp.8.000} \right) \times 100\%$$

$$F = 75\%$$

Dari harga jual pedagang pengecer kepada konsumen akhir. Ini bermakna bahwa dengan harga jual pedagang pengecer kepada konsumen sebesar Rp. 8.000,-/kg, maka besarnya bagian yang diterima pemilik usaha adalah Rp. 6.000,-/kg.

#### 2) Efisiensi Pemasaran Saluran II

Seperti halnya pemasaran pada saluran I, pemasaran gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah pada saluran II juga dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran mempunyai nilai persentase Marjin pemasaran rendah dan mempunyai nilai persentase tinggi yang diterima produsen.

a. Persentase Marjin pemasaran gula merah tebu pada saluran II

$$Mp = \left( \frac{Pr - Pf}{Pr} \right) \times 100\%$$

$$Mp = \left( \frac{Rp.9.000 - Rp.5.500}{Rp.9.000} \right) \times 100\%$$

$$Mp = 38,89\%$$

Dari nilai persentase tersebut dapat dipahami bahwa selisih harga beli pedagang pengecer dengan harga jual

kepada konsumen adalah 38,89% yaitu agen distributor membeli gula merah tebu dari Bapak Edi dengan harga Rp. 5.500,-/kg, dengan harga jual oleh pedagang pengecer untuk konsumen akhir Rp. 9.000,-/kg, maka besarnya selisih harga jual dengan harga beli (Marjin) adalah Rp. 3.500,-/kg.

b) Presentase bagian yang diterima oleh pengusaha pada saluran II

$$F = \left(1 - \frac{Mp}{Pr}\right) \times 100\%$$

$$F = \left(1 - \frac{Rp.3.500}{Rp.9.000}\right) \times 100\%$$

$$F = 61,11\%$$

Dari harga jual pedagang pengecer kepada konsumen akhir. Ini bermakna bahwa dengan harga jual pedagang pengecer kepada konsumen sebesar Rp. 9.000,-/kg, maka besarnya bagian yang diterima pemilik usaha adalah Rp. 5.500,-/kg.

Pemasaran yang efisien berarti mampu mengalirkan produk dengan biaya seminimal mungkin, tingkat harga dan keuntungan yang wajar dan adil serta penjualannya dapat dilakukan dengan tepat. Efisiensi pemasaran secara keseluruhan tergantung pada efisiensi tiap saluran pemasaran yang terlibat didalamnya. Suatu saluran pemasaran dianggap efisien secara ekonomis apabila masing-masing saluran pemasaran mempunyai nilai persentase Marjin pemasaran yang rendah dan nilai *farmer's share* yang tinggi. Nilai persentase Marjin pemasaran secara tidak langsung tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran, sedangkan panjang pendeknya saluran pemasaran dipengaruhi oleh banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam suatu saluran pemasaran. Hal ini dikarenakan adanya biaya yang harus dikeluarkan dan keuntungan yang diharapkan. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran

suatu produk atau semakin panjang saluran pemasaran, maka nilai persentase Marjin pemasarannya semakin besar.

Berdasarkan hasil penelitian, kedua saluran pemasaran gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah telah efisien secara ekonomi. Pada saluran I ini lembaga pemasaran yang terlibat lebih sedikit yaitu produsen → pedagang pengecer → konsumen akhir, sehingga nilai persentase Marjin pemasarannya rendah. Adapun nilai persentase Marjin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran pada saluran I yaitu 25%, maksudnya dengan harga beli gula merah tebu dari Bapak Edi Rp. 6.000,-/kg, dan dijual dengan harga Rp. 8.000,-/kg, maka besarnya selisih harga jual dengan harga beli (Marjin) adalah Rp. 2.000,-/kg. Sedangkan nilai persentase bagian yang diterima pemilik agroindustri gula merah tebu adalah 75%, maksudnya dengan harga jual pedagang pengecer kepada konsumen akhir sebesar Rp. 8.000,-/kg, maka besarnya bagian yang diterima pemilik usaha adalah Rp. 6.000,-/kg

Adapun pada saluran II lembaga pemasaran yang terlibat lebih banyak dibandingkan saluran I yaitu produsen → agen distributor → pedagang pengecer → konsumen akhir, sehingga nilai persentase Marjin pemasarannya juga lebih tinggi. Adapun nilai persentase Marjin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran pada saluran II yaitu 38,89%, maksudnya dengan harga beli gula merah tebu dari Bapak Edi Rp. 5.500,-/kg, dan dijual dengan harga Rp. 9.000,-/kg, maka besarnya selisih harga jual dengan harga beli (Marjin) adalah Rp. 3.500,-/kg. Sedangkan nilai persentase bagian yang diterima pemilik agroindustri gula merah tebu adalah 61,11%, maksudnya dengan harga jual pedagang pengecer kepada konsumen akhir sebesar Rp. 9.000,-/kg,

maka besarnya bagian yang diterima pemilik usaha adalah Rp. 5.500,-/kg.

Berdasarkan tinggi rendahnya Marjin pemasaran dan *farmer's share* maka saluran pemasaran I lebih efisien secara ekonomis dibandingkan saluran pemasaran II. Hal ini dikarenakan nilai persentase Marjin pemasaran yang diterima lembaga pemasaran pada saluran I bernilai lebih rendah dibandingkan dengan saluran II yaitu  $25\% < 38,89\%$ , sedangkan *farmer's share* dari saluran pemasaran I lebih tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran II yaitu  $75\% > 61,11\%$ . Dengan kata lain nilai persentase Marjin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran pada saluran pemasaran I bernilai rendah yaitu  $25\%$ , dan nilai persentase bagian yang diterima pemilik agroindustri gula merah tebu bernilai lebih tinggi yaitu sebesar  $75\%$  .

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Proses pemasaran gula merah tebu Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah dilakukan melalui 2 (dua) saluran pemasaran yaitu  
Saluran I = produsen → pedagang pengecer → konsumen akhir.  
Saluran II = produsen → agen distributor → pedagang pengecer → konsumen akhir
- 2) Dari kedua saluran pemasaran tersebut yang paling efisien dalam memasarkan gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah adalah menggunakan saluran I yaitu produsen → pedagang pengecer → konsumen akhir. Hal ini dikarenakan nilai persentase Marjin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran bernilai rendah yaitu  $25\%$ , dan nilai persentase

bagian yang diterima pemilik agroindustri gula merah tebu bernilai tinggi yaitu sebesar  $75\%$ .

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rahman, Arinong. 2010. Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Kakao di Desa Timbuseng, Kecamatan Pattalassang, Kabupaten Gowa. *Jurnal Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian (STPP) Gowa*. (Vol. 4 No. 2 ISSN 1858-4330)
- Badan Standarisasi Nasional. 2012. SNI 01-6237-2000. Gula Merah Tebu. Badan Standarisasi Nasional, Jakarta.
- Darmawanti. 2006. Teori dan Praktik Riset Pemasaran dengan SPSS. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bener Meriah, 2016. Luas Areal dan Produksi Tanaman Tebu.
- Doni, Andreas, Natalis. 2010. Analisis Pemasaran Beras di Kabupaten Klaten. *Jurnal Program Studi Agrobisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret*.
- Hankey, G.J, 2012. *Your Question Answered Stroke*. Harcourt Publisher Limited, Perth. Australia
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Penerbit PT. Indeks. Jakarta.
- Lestari, AP. 2006. Pengaruh Waktu Tunda Giling Tebu Dan Penambahan Natrium Metabisulfit Terhadap Mutu Gula Merah Tebu. *Jurnal Fakultas Teknologi Pertanian, IPB*.
- Rahim. Abd. dan. Hastuti. DRW. 2007. Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Santoso, H. B. 2007. Pembuatan Gula Tebu. Kanisius, Jakarta.
- Soekartawi, 2006. Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern. Pustaka Harapan, Jakarta.

- Stanton, William J. 2011. Prinsip Pemasaran. Jakarta: Edisi ke Tujuh, Alih Bahasa Y. Lamarto, Erlangga.
- Sudiyono. 2006. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang.
- Swastha, Basu DH, 2006. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Yunita Situmorang, 2015. Analisis Keuntungan, Rantai Distribusi dan Efisiensi Usaha Perajin Gula Aren di Desa Tlogopucang Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung. *Jurnal Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret.* (Vol. 9 (1), Maret 2015: 41-52)