

**ANALISIS HARGA DAN PEMASARAN KAYU PALAPI BERDASARKAN
UKURAN DAN KUALITAS DI DESA BLANG COT TUNONG KECAMATAN
JEUMPA KABUPATEN BIREUEN**

NANDA BRIDIA

Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Pemasaran Kayu Palapi di Gampong Blang Cot Tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen pada tanggal bulan April 2018 sampai dengan selesai penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Harga dan pemasaran kayu palapi berdasarkan Ukuran dan Kualitas serta mengetahui efisiensi pemasaran kayu palapi di desa Blang Cot tunong kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Rumus analisis Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, Margin pemasaran dan Efisiensi Pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Agroindustri kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen memiliki tingkat efisien pemasaran yang baik, dapat dilihat dari hasil perhitungan margin pemasaran pada saluran tidak langsung dan persentase bagian yang diterima produsen kayu palapi. Dianggap efisien secara ekonomis dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh adalah 4,6% sedangkan bagian yang diterima produsen kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen lebih besar dari 50% yaitu 95% bagian yang diterima oleh produsen, maka dengan demikian pemasaran kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen adalah efisien.

Kata Kunci : Analisis harga, Pemasaran, Kayu Palapi dan Margin Pemasaran.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini kebutuhan akan kayu semakin meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan bertambahnya penduduk, kemajuan teknologi, perindustrian dan ilmu pengetahuan. Dalam bidang konstruksi misalnya, kayu masih memiliki arti penting dalam penggunaannya meskipun mendapat saingan dari bahan-bahan lain. Kayu memiliki beberapa kelebihan yaitu mudah dibentuk dan dikerjakan, sebagai isolator panas yang baik, dan memiliki sifat dekoratif yang baik. Kayu merupakan salah satu material yang banyak digunakan dalam membangun

rumah, sebagai material bangunan kayu dapat diolah menjadi kusen pintu dan jendela. Hal ini juga memberikan peluang bagi pengusaha yang inginterjun dalam usaha pengolahan produk berbahan dasar kayu melihat perkembangan pasar properti terus bergerak naik, sehingga kebutuhan akan kayu menjadi terus meningkat.

Karena langkanya bahan baku kayu, pemerintah melakukan perubahan kebijakan yaitu kebijakan larangan ekspor kayu bulat sejak tanggal 8 Oktober 2001 sampai dengan sekarang ini. Perubahan kebijakan ini tentunya berdampak pada peningkatan harga pasar kayu olahan yang kian meningkat

tajam sejak tahun 2009 (*International Green Investment System-I GIST*). Kebijakan ini dibuat untuk lebih menjamin ketersediaan pasokan bahan baku untuk memenuhi kebutuhan industri pengolahan kayu dalam negeri. Nilai tambah yang dihasilkan menurut subsektor barang dari kayu juga mengalami peningkatan pada tahun 2008 sebesar 177,401 m³ dan pada tahun 2009 meningkat menjadi 236.527 m³ (Badan Pusat Statistik, 2012). Sehingga peluang bisnis industri pengolahan kayu memiliki prospek yang cerah dan menjanjikan value yang tinggi. Sektor industri pengolahan kayu yang memproduksi perabot maupun komponen kayu untuk pasar ekspor mempunyai prospek bisnis yang sangat baik, dan cukup meningkat dari tahun ke tahun. Karena bahan baku, tenaga kerja maupun sebagian besar dari faktor produksi lain berasal dari dalam negeri.

Salah satu usaha yang bergerak di bidang penjualan kayu adalah industri kayu di desa Blang Cot Tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen. Usaha tersebut dikelola oleh bapak H.Suryafar AB yang didirikan pada tahun 1997. Bahan baku kayu yang digunakan oleh perusahaan dibeli dari Aceh Tengah, Meulaboh dan Aceh tamiang alasannya karena memiliki kualitas yang bagus. Kendala yang dihadapi adalah kesulitan bahan baku yang biasanya terjadi ketika musim hujan.

Salah satu jenis kayu yang dikelola pada usaha tersebut adalah kayu palapi. Kayu Palapi terdapat banyak di pasaran lokal dan merupakan jenis kayu yang masuk kategori kayu yang berkualitas baik namun kayu Palapi yang dijual di pasaran lokal tidak semua memiliki kualitas kayu keras, ini disebabkan dari umur kayu yang masih tergolong muda. Pada industri kayu di desa Blang Cot tunong kecamatan Jeumpa

Kabupaten Bireuen terdapat kayu Palapi dengan ukuran yang berbeda-beda. Hal ini dimaksudkan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Kualitas dan ukuran kayu yang dihasilkan berpengaruh terhadap harga jual kayu. Dalam hal ini sumber daya manusia dalam pengelolaan dan pengembangan usaha memberi dampak bagi kelangsungan usaha kayu tersebut. Baik itu dari segi pemasaran maupun di segi pengelolaan.

Kebutuhan kayu pada dasarnya bervariasi baik dari segi jenis kayu maupun ukuran kayu dikarenakan penggunaan kayu-kayu tersebut tidak untuk satu kebutuhan yang sama. Kondisi ini mengharuskan usaha kayu palapi untuk menyediakan kayu yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Perbedaan kondisi kayu tersebut menyebabkan timbulnya perbedaan harga untuk setiap kayu yang dipasarkan. Harga kayu yang dipasarkan pada usaha kayu disesuaikan dengan masing-masing spesifikasi kayu. Oleh karena itu, pengusaha kayu palapi harus memasarkan kayu tersebut dengan penetapan harga yang tepat sehingga dapat memberi dampak yang baik bagi kelangsungan usaha tersebut.

Dari uraian singkat di atas, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian terkait tentang “Analisis Harga dan Pemasaran kayu Palapi Berdasarkan Ukuran dan Kualitas di desa Blang Cot tunong kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen”.

Tujuan

- 1) Untuk mengetahui harga dan pemasaran kayu palapi berdasarkan Ukuran dan Kualitas di desa Blang Cot tunong kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen?
- 2) Untuk mengetahui efisiensi pemasaran kayu palapi di desa Blang Cot tunong kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen?

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Pemasaran Kayu Palapi di Gampong Blang Cot Tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada masalah analisis pemasaran Pemasaran Kayu Palapi di Gampong Blang Cot Tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen. Penelitian direncanakan akan dilaksanakan pada tanggal bulan April 2018 sampai dengan selesai penelitian.

Jenis Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, dengan jenis data sebagai berikut :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara dengan responden secara langsung dan pengamatan (observasi) langsung di lapangan.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari instansi-instansi terkait dengan masalah dan obyek yang diteliti, Studi kepustakaan, jurnal dan Media online.

Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan untuk melihat gambaran umum dan khusus dari lokasi, saluran pemasaran dan struktur pasar. Data-data tersebut diperoleh dari hasil wawancara menggunakan angket kuesioner untuk responden dalam penelitian ini.

Saluran pemasaran terdiri atas :

1. Saluran langsung
2. Saluran tidak langsung.

Sementara analisis kuantitatif dilakukan untuk melihat harga kayu yang tergantung pada volume kayu dan jumlah

kayu. Data harga kayu palapi diperoleh dari hasil wawancara dengan responden melalui angket kuesioner. Data-data tersebut dipaparkan dalam hasil penelitian dalam bentuk deskriptif.

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 (Sugiono 2006). Data yang dianalisis secara kuantitatif meliputi biaya pemasaran, keuntungan, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran.

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

A. Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran

1. Biaya Pemasaran

Besarnya biaya pemasaran kayu palapi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan :

B_p : Biaya pemasaran kayu palapi

$B_{p1}, B_{p2}, B_{p3}, \dots, B_{pn}$: Biaya pemasaran kayu palapi tiap-tiap lembaga/agen pemasaran kayu palapi.

1,2,3,...,n: Jumlah Lembaga

(Soekartawi, 2002)

2. Keuntungan Pemasaran

Besarnya keuntungan pemasaran kayu palapi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + K_{p3} + \dots + K_{pn}$$

Keterangan :

K_p : Keuntungan pemasaran

kayu palapi.

Kp1, Kp2, Kp3,.....Kpn:
keuntungan pemasaran tiap
lembaga pemasaran kayu palapi
(Soekartawi, 2002).

3. Margin pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat produsen dan tingkat konsumen. Secara sistematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut :

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

M_p : Margin pemasaran kayu palapi (Rp/m³)

P_r : Harga kayu palapi ditingkat konsumen (Rp/ m³)

P_f : Harga kayu palapi yang diterima produsen/agen (Rp/ m³), (Sudiyono, 2002).

B. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran dalam saluran pemasaran dapat dihitung dengan nilai persentase dari persentase margin pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran digunakan rumus sebagai berikut:

a. Persentase Margin Pemasaran

$$M_p = \left(\frac{P_r - P_f}{P_r} \right) \times 100 \%$$

Keterangan :

M_p = Margin pemasaran

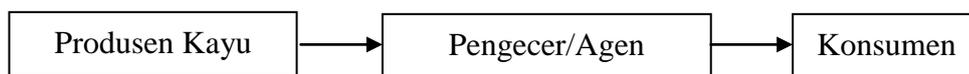
P_f = Harga ditingkat produsen (agen)

P_r = Harga ditingkat konsumen (Soekartawi, 2003)

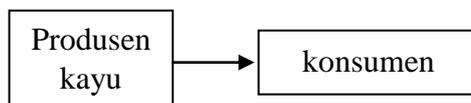
b. Bagian yang diterima Usaha

$$F = \left[1 - \frac{M_p}{P_r} \right] \times 100 \%$$

1. Saluran pemasaran tidak langsung



2. Saluran pemasaran langsung



Keterangan :

F = Bagian yang diterima usaha kayu palapi

M_p = Margin pemasaran

P_r = Harga ditingkat konsumen

Adapun kriteria Efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut (Darmawati, 2009):

- Jika margin pemasaran \geq persentase bagian yang diterima produsen kayu palapi, maka dikatakan menguntungkan pada sisi pedagang besar.
- Jika persentase bagian yang diterima produsen kayu palapi \geq margin pemasaran, maka dikatakan menguntungkan pada sisi produsen kayu palapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Kayu Palapi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran Pemasaran Kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen. Pengumpulan data untuk mengetahui saluran pemasaran kayu palapi diperoleh dengan cara penelusuran jalur pemasaran kayu palapi mulai dari produsen kayu palapi sampai pada konsumen. Hasil penelitian yang telah dilakukan pada Pemasaran Kayu palapi di desa Blang Cot Tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen menunjukkan ada dua saluran pemasaran yaitu:

Berdasarkan saluran diatas, saluran Pemasaran Kayu palapi di desa Blang Cot Tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen melalui beberapa saluran yaitu:

a. Saluran Pemasaran tidak langsung

Pada saluran pemasaran tidak langsung, agen mendatangi pihak produsen Kayu palapi di desa Blang Cot Tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen untuk membeli kayu palapi. Sedangkan untuk biaya dari tempat produksi ke konsumen ditanggung oleh agen. Agen berfungsi sebagai perantara untuk penyaluran kayu palapi hingga sampai ke konsumen.

b. Saluran Pemasaran langsung

Pada saluran pemasaran langsung, produsen menjual kayu palapi langsung ke konsumen. Harga yang diterima konsumen sama seperti harga Tabel 1. Biaya Penyusutan

yang diterima agen pada saluran tidak langsung, sehingga kondisi pada saluran pemasaran langsung ini menguntungkan dari segi konsumen. Hal ini dikarenakan, harga yang diterima konsumen pada saluran tidak langsung lebih besar dari harga yang diterima pada saluran langsung.

Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan atau mendistribusikan produk dari produsen ke konsumen akhir. Besarnya biaya pemasaran berbeda antar lembaga pemasaran. Biaya pemasaran Kayu palapi di desa Blang Cot Tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen meliputi biaya penyusutan, biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya telepon, retribusi.

No	Uraian	Jumlah (Unit)	Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)	Umur ekonomis (Tahun)	Nilai Penyusutan (Rp/Tahun)	Nilai Penyusutan (Rp/bulan)
1	Gudang	1	15.000.000	5.000.000	10	1.000.000	83.333

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2018

Tabel 1. Menunjukkan bahwa biaya penyusutan yang harus dikeluarkan untuk kebutuhan gudang penyimpanan kayu yaitu sebanyak 1 unit pada kegiatan pemasaran Kayu palapi di desa Blang Cot Tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen adalah sebesar Rp.83.333/bulan.

Tabel 2 menunjukkan bahwa penjualan kayu palapi dari produsen ke agen pada saluran pertama adalah 255 batang kayu/minggu dengan harga satuan kayu palapi besar adalah seperti yang disebutkan pada tabel 2. Sedangkan total biaya yang dikeluarkan oleh produsen sebesar Rp 28.000/bulan

dimana biaya pemasaran mencakup biaya telepon Rp 7.000/minggu. Agen langsung menjual kayu palapi ke konsumen dengan harga kayu palapi seperti yang disebutkan pada tabel 2 s, dimana biaya pemasaran yang ditanggung oleh agen adalah sebesar Rp.4.136.000/bulan mencakup biaya transportasi Rp.1.200.000/bulan, biaya telepon Rp 28.000/bulan dan biaya tenaga kerja Rp.2.880.000/bulan. Adapun biaya pemasaran Kayu palapi di desa Blang Cot Tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen saluran I dapat dilihat pada tabel 2 berikut;

Tabel 2. Biaya pemasaran kayu palapi saluran tidak langsung

No	Lembaga Pemasaran	volume/ Minggu	Harga satuan (Rp)	Jumlah harga/ Minggu (Rp)	Jumlah Harga (Rp)
A Produsen					
1	Penjualan Kayu Pallapi				
	- Kayu Lat (1x2x16)	70 Btg	20.000	1.400.000	5.600.000
	- Kayu Borti (11x2x16)	50 Btg	35.000	1.750.000	7.000.000
	- Kayu Barang (2x2x16)	50 Btg	45.000	2.250.000	9.000.000
	- Kayu Besar (21/5x6x16)	25 Btg	230.000	5.750.000	23.000.000
	- Kayu Besar (11/2x9x16)	15 Btg	190.000	2.850.000	11.400.000
	- Kayu Papan (3/4x8x16)	45 Btg	65.000	2.925.000	11.700.000
	Total penerimaan	255 Btg		16.925.000	67.700.000
2	Biaya Pemasaran				
	- Biaya pulsa Hp	1 Minggu	7.000	7.000	28.000
	Total Biaya		7.000	7.000	28.000
B Pedagang Pengecer					
1	Penjualan Tempe				
	- Kayu Lat (1x2x16)	70 Btg	22.000	1.540.000	6.160.000
	- Kayu Borti (11x2x16)	50 Btg	37.000	1.850.000	7.400.000
	- Kayu Barang (2x2x16)	50 Btg	47.000	2.350.000	9.400.000
	- Kayu Besar (21/5x6x16)	25 Btg	245.000	6.125.000	24.500.000
	- Kayu Besar (11/2x9x16)	15 Btg	195.000	2.925.000	11.700.000
	- Kayu Papan (3/4x8x16)	45 Btg	67.000	3.015.000	12.060.000
	Total penerimaan	255 Btg		17.805.000	71.220.000
2	Biaya Pemasaran				
	- Transportasi	1 /minggu	300.000	300.000	1.200.000
	- Biaya pulsa Hp	1 /minggu	7.000	7.000	28.000
	- Bongkar Muat	6 Orang	120.000	720.000	2.880.000
	Total Biaya			1.027.000	4.108.000
	Biaya Pemasaran Saluran I				4.136.000

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2018

Tenaga kerja yang digunakan pada saluran tidak langsung adalah untuk kegiatan bongkar muat kayu palapi. Sementara itu, biaya pemasaran kayu palapi pada saluran langsung dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa penjualan kayu palapi dari produsen ke konsumen pada saluran kedua adalah 255 batang/minggu dengan harga satuan kayu palapi tergantung ukuran seperti yang telah

disebutkan pada tabel 3 di atas, dimana biaya pemasaran ditanggung oleh produsen adalah sebesar Rp.4.191.333/bulan mencakup biaya telepon Rp.28.000/bulan, biaya transportasi Rp.1.200.000/bulan, biaya tenaga kerja Rp. 2.880.000/bulan dan biaya penyusutan Rp.83.333/bulan. Berdasarkan uraian tabel 2 dan tabel 3 bahwa harga jual kayu palapi dari produsen ke agen dan dari produsen ke konsumen memiliki harga jual kayu palapi yang sama.

Tabel 3. Biaya pemasaran kayu palapi pada saluran langsung

No	Lembaga Pemasaran	volume/ Minggu	Harga satuan (Rp)	Jumlah harga/ Minggu (Rp)	Jumlah Harga (Rp)
A Produsen					
1	Penjualan Kayu Pallapi				
	- Kayu Lat (1x2x16)	70 Btg	20.000	1.400.000	5.600.000
	- Kayu Borti (11x2x16)	50 Btg	35.000	1.750.000	7.000.000
	- Kayu Barang (2x2x16)	50 Btg	45.000	2.250.000	9.000.000
	- Kayu Besar (21/5x6x16)	25 Btg	230.000	5.750.000	23.000.000
	- Kayu Besar (11/2x9x16)	15 Btg	190.000	2.850.000	11.400.000
	- Kayu Papan (3/4x8x16)	45 Btg	65.000	2.925.000	11.700.000
	Total penerimaan	255 Btg		16.925.000	67.700.000
2	Biaya Pemasaran				
	- Transportasi	1 /minggu	300.000	300.000	1.200.000
	- Biaya pulsa Hp	1 /minggu	7.000	7.000	28.000
	- Bongkar Muat	6 Orang	120.000	720.000	2.880.000
	Biaya Penyusutan	-	-	-	83.333
	Total Biaya			1.027.000	4.191.333

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2017

Sedangkan harga jual kayu palapi dari agen ke konsumen dan dari produsen ke konsumen memiliki harga yang berbeda. Dapat dilihat pada tabel 4. Jika ditotal biaya pemasaran kayu palapi pada saluran tidak langsung adalah:

$$Bp = Bp1 + Bp2$$

$$Bp = Rp. 28.000 + Rp. 4.108.000$$

$$= Rp. 4.136.000$$

Sedangkan biaya pemasaran kayu palapi pada saluran II adalah:

$$Bp = Bp1$$

$$Bp = Rp. 4.191.333$$

Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah Selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen dalam pembelian produk kayu

palapi. Besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung ke produsen, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien. Dalam hal ini margin pemasaran terdapat pada saluran tidak langsung. Pada analisis efisiensi pemasaran yang menggunakan konsep margin pemasaran yang sering dipandang dari segi harga. Agroindustri kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen mempunyai tingkat margin pemasaran yang berbeda-beda pada setiap lembaga pemasaran. Maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Harga Margin Kayu palapi Pada Saluran tidak langsung

No	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/m ³)	Harga Jual (Rp/m ³)	Margin (Rp/m ³)	Margin Total (Rp)
1	Produsen				
	- Kayu Lat (1x2x16)	-	20.000	-	
	- Kayu Borti (11x2x16)	-	35.000	-	
	- Kayu Barang (2x2x16)	-	45.000	-	
	- Kayu Besar (21/5x6x16)	-	230.000	-	
	- Kayu Besar (11/2x9x16)	-	190.000	-	
	- Kayu Papan (3/4x8x16)	-	65.000	-	
2	Pedagang pengecer				
	- Kayu Lat (1x2x16)	20.000	22.000	2.000	
	- Kayu Borti (11x2x16)	35.000	37.000	2.000	
	- Kayu Barang (2x2x16)	45.000	47.000	2.000	28.000
	- Kayu Besar (21/5x6x16)	230.000	245.000	15.000	
	- Kayu Besar (11/2x9x16)	190.000	195.000	5.000	
	- Kayu Papan (3/4x8x16)	65.000	67.000	2.000	
3	Konsumen				
	- Kayu Lat (1x2x16)	22.000	-	-	
	- Kayu Borti (11x2x16)	37.000	-	-	
	- Kayu Barang (2x2x16)	47.000	-	-	
	- Kayu Besar (21/5x6x16)	245.000	-	-	
	- Kayu Besar (11/2x9x16)	195.000	-	-	
	- Kayu Papan (3/4x8x16)	67.000	-	-	

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2016

Tabel 4 menunjukkan bahwa harga jual kayu palapi dari produsen kepada agen pada saluran tidak langsung yaitu dengan harga satuan kayu palapi yang sama seperti harga yang dijual langsung ke konsumen. Pada saluran ini agen melakukan penjualan kayu palapi kepada konsumen yaitu dengan harga satuan kayu palapi yang berbeda dengan harga yang beli dari produsen. Nilai margin total yang diperoleh agen ke konsumen pada pemasaran kayu palapi adalah Rp.28.000.

Tabel 5. Harga Margin Kayu palapi Melalui Saluran Pada saluran langsung

No	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/m ³)	Harga Jual (Rp/m ³)	Margin (Rp/m ³)	Margin Total (Rp)
1	Produsen				
	- Kayu Lat (1x2x16)	-	20.000	-	
	- Kayu Borti (11x2x16)	-	35.000	-	
	- Kayu Barang (2x2x16)	-	45.000	-	
	- Kayu Besar (21/5x6x16)	-	230.000	-	
	- Kayu Besar (11/2x9x16)	-	190.000	-	
	- Kayu Papan (3/4x8x16)	-	65.000	-	-
2	Konsumen				
	- Kayu Lat (1x2x16)	20.000	-	-	
	- Kayu Borti (11x2x16)	35.000	-	-	
	- Kayu Barang (2x2x16)	45.000	-	-	
	- Kayu Besar (21/5x6x16)	230.000	-	-	
	- Kayu Besar (11/2x9x16)	190.000	-	-	
	- Kayu Papan (3/4x8x16)	65.000	-	-	

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2017

Tabel 5 menunjukkan bahwa harga jual kayu palapi dari produsen kepada konsumen pada saluran II yaitu dengan harga satuan kayu palapi sebagaimana yang disebutkan pada tabel 5 di atas. Pada saluran ini produsen langsung mendistribusikan produk kayu palapi ke konsumen tanpa melalui lembaga pemasaran. Dengan demikian pada saluran langsung tidak terdapat margin pemasaran karena tidak ada selisih harga yang diterima oleh konsumen.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran secara ekonomi dapat diketahui dari besarnya bagian yang diterima produsen dan persentase margin pemasaran, yang dinyatakan dalam persen (%). Pemasaran kayu palapi dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran yang rendah, tetapi mempunyai nilai persentase bagian yang diterima produsen tinggi.

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa yaitu dengan melihat margin dan bagian yang diterima produsen kayu palapi. Dalam hal ini margin pemasaran hanya terdapat pada saluran pemasaran tidak langsung, sedangkan pada saluran langsung tidak terdapat margin pemasaran.

a. Presentase margin pemasaran saluran tidak langsung adalah sebagai berikut :

$$Mp = \frac{Pr - Pf}{Pr} \times 100 \%$$

$$Mp = \frac{613.000 - 585.000}{613.000} \times 100 \%$$

$$Mp = \frac{28.000}{613.000} \times 100 \%$$

$$Mp = 0,046 \times 100 \%$$

$$Mp = 4,6 \%$$

Kriteria:

- c. Jika margin pemasaran \geq persentase bagian yang diterima produsen kayu palapi, maka dikatakan menguntungkan pada sisi pedagang besar.
- d. Jika persentase bagian yang diterima produsen kayu palapi \geq margin pemasaran, maka dikatakan menguntungkan pada sisi produsen kayu palapi (Darmawati, 2009).

Hasil perhitungan persentase margin pemasaran pada saluran I adalah sebesar 4,6 % dan persentase bagian yang diterima produsen kayu palapi adalah sebesar 95%. Maka dengan demikian persentase bagian yang diterima produsen kayu palapi lebih besar dari persentase margin pemasaran, maka dapat dikatakan bahwa menguntungkan serta efisien pada sisi produsen kayu palapi.

Sedangkan persentase bagian yang diterima produsen kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen adalah sebagai berikut:

b. Persentase bagian yang diterima produsen kayu palapi.

$$F = 1 - \frac{Mp}{Pr} \times 100 \%$$

$$F = 1 - \frac{28.000}{613.000} \times 100 \%$$

$$F = 1 - 0,05 \times 100 \%$$

$$F = 0,95 \times 100 \%$$

$$F = 95\%$$

Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa pemasaran kayu palapi dianggap efisien secara ekonomis bila bagian yang diterima produsen kayu palapi kurang dari 50% berarti belum efisien, dan bila bagian yang diterima produsen kayu palapi lebih besar dari 50% maka pemasaran kayu palapi dikatakan efisien (Darmawati, 2009). Dari hasil

perhitungan persentase margin pemasaran saluran tidak langsung dan presentase bagian yang diterima produsen kayu palapi menunjukkan bahwa pemasaran kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen, dianggap efisien secara ekonomis dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh adalah 4,6% sedangkan bagian yang diterima produsen kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen lebih besar dari 50% yaitu 95% bagian yang diterima oleh produsen maka dengan demikian usaha kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen adalah efisien dan menguntungkan di segi produsen.

Adapun saluran pemasaran yang dianggap paling efisien dalam mendistribusikan kayu palapi terdapat pada saluran tidak langsung dikarenakan saluran pemasaran kayu palapi tidak langsung persentase bagian yang diterima oleh produsen lebih besar dari persentase margin pemasaran. Saluran langsung dianggap belum efisien dikarenakan biaya pemasaran yang ditanggung oleh produsen lebih besar dari saluran tidak langsung, maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran tidak langsung lebih efisien dari saluran pemasaran langsung.

Dilihat dari penggunaan modal diasumsikan bahwa pedagang pengecer lebih menguntungkan dari pada produsen kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen dikarenakan agen tidak mengeluarkan modal dalam produksi kayu palapi, agen hanya mengeluarkan modal pada saat memasarkan kayu palapi hal ini dapat terjadi apabila kayu palapi yang dipasarkan terjual habis. Disisi lain agen memiliki resiko dalam memasarkan kayu palapi apabila kayu palapi yang dipasarkan tidak terjual habis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Agroindustri kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen memiliki tingkat efisien pemasaran yang baik, dapat dilihat dari hasil perhitungan margin pemasaran pada saluran tidak langsung dan persentase bagian yang diterima produsen kayu palapi. Dianggap efisien secara ekonomis dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh adalah 4,6% sedangkan bagian yang diterima produsen kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen lebih besar dari 50% yaitu 95% bagian yang diterima oleh produsen, maka dengan demikian pemasaran kayu palapi di desa Blang cot tunong Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen adalah efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd.Rahim dan Diah Retno DwiHastuti 2011, *Ekonomika Pertanian, Pengantar. Teori dan Kasus*, Penebar Swadaya:Jakarta
- Agustina, 2013. Analisis efisiensi pemasaran kayu jati rakyat di Kabupaten Konawe Selatan.
- Badan Pusat Statistik. (2012). Nilai Tambah Menurut Subsektor 2001-2009. from <http://www.bps.go.id/tab> (diakses pada tanggal 02 Juli 2017)
- Basu Swastha. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Cristoporos Dan Sulaeman. 2014. Analisis biaya produksi dan saluran pemasaran jagung di Desa LabuanTopaso Kecamatan Tawaeli Kabupaten Donggala.
- Darmawanti, 2012. Hubungan corporate governance dan kinerja

- perusahaan.Simposium nasional akutanasi VII. Denpasar
- Darusman, dkk. 2010. Pemasaran Kayu Dari Lahan Petani Di Propinsi Lampung
- Dumanauw.J.F, 2010.Wood Treatment Skill.USA ; Word Science Library
- Mardianto, 2010.Dinamika Pola Pemasaran Gabah dan Beras.Jakarta : Erlangga.
- Maulida, 2014. Analisis Pemasaran Kayu Hutan Rakyat di Kecamatan Leuwisadeng, Cigudeg, dan Jasinga. Penelitian yang dilakukan di Kecamatan
- Nurhapy, 2011. Pemasaran Beras Ir 64 Dari Desa Tes Lebong Selatan Ke Pasar Tradisional modern (Ptm) Kota Bengkulu
- Rasyaf, M. 2013. Pemasaran Hasil Pertanian. Jakarta: Penebar Swadaya
- Soekartawi, 2010. Prinsip Ekonomi Pertanian. Rajawali Press. Jakarta.
- Soekartawi, 2012. Ilmu Usahatani. Gramedia : Jakarta
- Stanton. 2007. *Strategi dan Saluran Pemasaran*. Rajawali Press. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2010. Pemasaran Pertanian. UMM_Press. Malang.
- Sudiyono, A. 2013.Pemasaran Pertanian.Universitas Muhamadiyah.Malang.
- Sugiyono.2011. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2012, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Winaryo, 2014.Aktivitas pemasaran serta perilaku konsumen.Jakarta : Penebar Swadaya.