

**ANALISIS PEMASARAN KERUPUK RENGKAN DI DESA GAMPONG RAYA
DAGANG KECAMATAN PEUSANGAN KABUPATEN BIREUEN****Amiruddin**

Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Saluran Pemasaran dan keuntungan agen pada Pemasaran Kerupuk Rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Penelitian telah dilaksanakan pada tanggal bulan April 2017 sampai dengan selesai penelitian. 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. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Agroindustri kerupuk rengkan di desa Gampong Raya dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen memiliki tingkat efisien pemasaran yang baik, dapat dilihat dari hasil perhitungan margin pemasaran pada saluran I dan persentase bagian yang diterima produsen kerupuk rengkan. Dianggap efisien secara ekonomis dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh adalah 20% sedangkan bagian yang diterima produsen kerupuk rengkan di desa Gampong Raya dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen lebih besar dari 50% yaitu 80%, maka dengan demikian bagian yang diterima oleh produsen kerupuk rengkan di desa Gampong Raya dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah efisien.

Kata Kunci : Analisis, Pemasaran, Margin Pemasaran, Biaya Pemasaran.

PENDAHULUAN

Perkembangan disektor agribisnis khususnya agroindustri mempunyai peranan yang sangat penting bagi masyarakat. Agroindustri merupakan bagian dari kompleks industri pertanian sejak produksi bahan pertanian primer, industri pengolahan atau transformasi sampai penggunaannya oleh konsumen. Agroindustri merupakan kegiatan yang saling berhubungan (interlasi) produksi, pengolahan, pengang-kutan, penyimpanan, pendanaan, pemasaran dan distribusi produk pertanian.

Pada dasarnya semua perusahaan orientasi bisnis berkeinginan untuk mendapatkan keuntungan melalui

pencapaian kinerja penjualan yang tinggi. Pemasaran merupakan suatu parameter untuk menilai berhasil tidaknya suatu usaha dikarenakan hasil akhir dari proses produksi penjualan dengan harapan mendapatkan keuntungan. Proses pemasaran memerlukan pihak lain yang disebut lembaga pemasaran. Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Salah satu agroindustri yang ada di Kabupaten Bireuen adalah Usaha Kerupuk Rengkan. Usaha tersebut berada di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen yang dikelola oleh Bapak Abdul Gani. Pengembangan usaha kerupuk rengkan harus adanya keterpaduan antara kegiatan-kegiatan produksi yang selama ini dikaitkan dengan peningkatan pemasaran. Hal ini mengingatkan bahwa pemasaran merupakan faktor penting dalam dunia usaha, karena keberhasilan suatu usaha dapat ditentukan oleh kemampuan dalam menjalankan strategi dan kebijakan pemasaran yang sesuai dengan situasi dan kondisi dari suatu perusahaan baik dimasa kini ataupun dimasa yang akan datang. Penetapan strategi yang tepat mempengaruhi peranan dalam mewujudkan tujuan sesuai perkembangan dan lingkungan pasar yang dihadapi.

Usaha kerupuk rengkan memerlukan suatu kegiatan pemasaran untuk menyalurkan barang dan menghubungkan pihak produsen ke konsumen, agar produk yang dihasilkan dapat sampai ke masyarakat luas. Dalam pemasaran produk kerupuk rengkan terdapat perbedaan harga yang ditentukan pada tiap saluran pemasaran. Harga kerupuk rengkan yang dibeli oleh agen berbeda dengan konsumen akhir yang membelinya secara langsung ditempat tersebut, harga yang dijual untuk agen lebih murah dibandingkan dengan harga yang dijual ke konsumen yang datang langsung ke perusahaan tersebut, dalam kegiatan pemasaran tersebut sangat diperlukan untuk menyalurkan hasil produksi dan menilai berhasil tidaknya suatu usaha. Harga produk kerupuk yang diterima konsumen pada saluran I adalah Rp.6.000/bungkus, sementara pada saluran II adalah Rp.7.500/bungkus. Perbedaan harga antar agen menimbulkan selisih harga

yang akan dihadapi oleh konsumen Hal ini mengingatkan bahwa pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dalam dunia usaha.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pemasaran Kerupuk Rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen”.

1.2. Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah Saluran Pemasaran Kerupuk Rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen?
2. Berapakah keuntungan agen pada Pemasaran Kerupuk Rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Saluran Pemasaran Kerupuk Rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen.
2. Untuk mengetahui keuntungan agen pada Pemasaran Kerupuk Rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Kerupuk Rengkan di Desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada masalah analisis pemasaran Kerupuk Rengkan di Desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Penelitian direncanakan akan dilaksanakan pada tanggal bulan April 2017 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

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 kerupuk rangkan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Bp = Bp1 + Bp2 + Bp3 + \dots + Bpn$$

Keterangan :

Bp: Biaya pemasaran kerupuk rangkan

Bp1, Bp2, Bp3, ..., Bpn : Biaya pemasaran kerupuk rangkan tiap-tiap lembaga/agen pemasaran kerupuk

rangkan.

1,2,3,...,n: Jumlah Lembaga (Soekartawi, 2002)

2. Keuntungan Pemasaran

Besarnya keuntungan pemasaran kerupuk rangkan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kp: Keuntungan pemasaran kerupuk rangkan.

Kp1, Kp2, Kp3, ..., Kpn: keuntungan pemasaran tiap lembaga pemasaran kerupuk rangkan (Soekartawi, 2002).

3. Margin pemasaran

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

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan :

Mp : Margin pemasaran kerupuk rangkan (Rp/Bungkus)

Pr : Harga kerupuk rangkan ditingkat konsumen (Rp/Bungkus)

Pf : Harga kerupuk rangkan yang diterima produsen/agen (Rp/Bungkus), (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

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

Keterangan :

Mp = Margin pemasaran

Pf = Harga ditingkat produsen (agen)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Soekartawi, 2003)

- b. Bagian yang diterima Usaha

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

Keterangan :

- F = Bagian yang diterima usaha kerupuk
- Mp = Margin pemasaran
- Pr = Harga ditingkat konsumen

Efisiensi pemasaran secara ekonomi dapat diketahui dari besarnya bagian yang diterima produsen dan persentase margin pemasaran yang dinyatakan dalam persen (%). Pemasaran kerupuk dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran yang rendah, tetapi mempunyai nilai persentase bagian yang diterima Usaha kerupuk tinggi. (Rasyaf, 2007).

HASIL DAN PEMBAHASAN

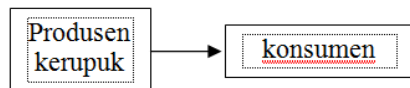
Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran Pemasaran Kerupuk Rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Pengumpulan data untuk mengetahui saluran pemasaran kerupuk rengkan diperoleh dengan cara penelusuran jalur pemasaran kerupuk rengkan mulai dari produsen kerupuk rengkan sampai pada konsumen. Hasil penelitian yang telah dilakukan pada Pemasaran Kerupuk Rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen menunjukkan ada dua saluran pemasaran yaitu:

1. Saluran pemasaran I



2. Saluran pemasaran II



Berdasarkan saluran diatas, saluran Pemasaran Kerupuk Rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen melalui beberapa saluran yaitu:

a. Saluran Pemasaran I

Pada saluran pemasaran I, pedagang pengecer mendatangi pihak produsen untuk membeli kerupuk kerupuk rengkan. Sedangkan untuk biaya dari tempat produksi ke pasar ditanggung oleh pedagang pengecer.

b. Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran II, produsen menjual kerupuk rengkan langsung ke konsumen.

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 Kerupuk Rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen meliputi biaya penyusutan, biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya telepon, retribusi. Untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran Kerupuk Rengkan pada kedua saluran pemasaran kerupuk Rengkan dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Biaya Penyusutan

No	Uraian	Jumlah (Unit)	Umur ekonomis (Tahun)	Harga (Rp/Unit)	Jumlah (Rp)	Nilai Penyusutan (Rp/Tahun)	Nilai Penyusutan (Rp/Bulan)
1	Keranjang Rotan	3	6	350.000	1.050.000	175.000	14.583

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2017

Tabel 1 menunjukkan bahwa biaya penyusutan yang harus dikeluarkan untuk keranjang rotan yaitu sebanyak 3 unit pada kegiatan pemasaran Kerupuk

Rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah sebesar Rp.14.583/bulan.

Tabel 2. Biaya pemasaran kerupuk rengkan saluran I

No	Lembaga Pemasaran	Jumlah	Harga (Rp/satuan)	Nilai (Rp/Satuan)	Harga (Rp/Bulan)
A	Produsen Penjualan Kerupuk				
1	Rengkan	100 Pack/hari	6.000	600.000	18.000.000
2	Biaya Pemasaran				
-	Biaya pulsa Hp	1 hari	7.000	7.000	210.000
	Total Biaya		7.000	7.000	210.000
B	Pedagang Pengecer				
1	Penjualan Kerupuk rengkan	100 Pack/hari	7.500	750.000	22.500.000
2	Biaya Pemasaran				
-	Transportasi	1 hari	30.000	30.000	900.000
-	Biaya pulsa Hp	1 hari	7.000	7.000	210.000
-	Tenaga Kerja	1 Orang	100.000	100.000	3.000.000
	Total Biaya		137.000	137.000	4.110.000

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2016

Tabel 2 menunjukkan bahwa penjualan kerupuk rengkan dari produsen ke pedagang pengecer pada saluran pertama adalah 100 Pack/hari dengan harga satuan kerupuk rengkan besar Rp.6.000/Pack. Sedangkan total biaya yang dikeluarkan oleh produsen sebesar Rp 210.000/bulan dimana biaya pemasaran mencakup biaya telepon Rp 7.000/hari. Pedagang pengecer langsung menjual kerupuk rengkan ke konsumen dengan harga kerupuk rengkan besar Rp. 7.500/Pack, dimana biaya pemasaran yang ditanggung oleh pedagang

pengecer adalah sebesar Rp. 4.110.000/bulan mencakup biaya transportasi Rp. 30.000/hari, biaya telepon Rp 7.000/hari dan biaya tenaga kerja Rp. 100.000/ hari. Tenaga kerja yang digunakan pada saluran II adalah 2 orang, masing-masing tenaga kerja tersebut digunakan untuk kegiatan pemasaran dan pengemasan produk kerupuk renkan. Hal ini berbeda dengan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan pada saluran I, yaitu sebagai tenaga pemasaran yang menjadi tanggung jawab agen pengecer.

Tabel 3. Biaya pemasaran kerupuk rengkan pada saluran II

No	Lembaga Pemasaran	Jumlah	Harga (Rp/ satuan)	Nilai (Rp/ satuan)	Jumlah (Rp/Bulan)
A Produsen					
1	Penjualan kerupuk				
	Total Penerimaan	100 Pack/ hari	6.000	600.000	18.000.000
2	Biaya Pemasaran				
	- Biaya Pulsa Hp	1 hari	12.000	12.000	360.000
	- Transportasi	1 hari	40.000	40.000	1.200.000
	- Biaya Tenaga Kerja	2 orang / Hari	100.000	200.000	6.000.000
3	Biaya penyusutan	1 bulan	-	-	14.583
Total Biaya					7.574.583

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2017

Tabel 3 menunjukkan bahwa penjualan kerupuk rengkan dari produsen ke konsumen pada saluran kedua adalah 100 pack/hari dengan harga satuan kerupuk rengkan besar Rp 6.000/bungkus, dimana biaya pemasaran ditanggung oleh produsen adalah sebesar Rp.7.574.583/bulan mencakup biaya telepon Rp. 360.000/bulan, biaya transportasi Rp. 1.200.000/bulan, biaya tenaga kerja Rp. 6.000.000/bulan dan biaya penyusutan Rp.175.000/bulan. Berdasarkan uraian tabel 2 dan tabel 3 bahwa harga jual kerupuk rengkan dari produsen ke pedagang pengecer dan dari produsen ke konsumen memiliki harga jual kerupuk rengkan yang sama. Sedangkan harga jual kerupuk rengkan dari pedagang pengecer ke konsumen dan dari produsen ke konsumen memiliki harga yang berbeda. Dapat dilihat pada tabel 4.

Jika ditotal biaya pemasaran kerupuk rengkan pada saluran I adalah:

$$\begin{aligned} B_p &= B_{p1} + B_{p2} \\ B_p &= \text{Rp. } 210.000 + \text{Rp. } 4.110.000 \\ &= \text{Rp. } 4.320.000 \end{aligned}$$

Sedangkan biaya pemasaran kerupuk rengkan pada saluran II adalah:

$$\begin{aligned} B_p &= B_{p1} \\ B_p &= \text{Rp. } 7.574.583 \end{aligned}$$

Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah Selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen dalam pembelian produk kerupuk rengkan. 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 I. Pada analisis efisiensi pemasaran yang menggunakan konsep margin pemasaran yang sering dipandang dari segi harga. Agroindustri kerupuk rengkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen mempunyai tingkat margin pemasaran yang berbeda-beda pada setiap lembaga pemasaran. Maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Harga Margin Kerupuk rangkan Pada Saluran I

No	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/ Bungkus)	Harga Jual (Rp/ Bungkus)	Margin (Rp/ Bungkus)	Margin Total (Rp)
1	Produsen	-	6.000	-	
2	Pedagang pengecer	6.000	7.500	1.500	1.500
3	Konsumen	7.500	-	-	

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2016

Tabel 4 menunjukkan bahwa harga jual kerupuk rangkan dari produsen kepada pedagang pengecer pada saluran I yaitu dengan harga satuan kerupuk rangkan Rp 6.000/Pack. Pada saluran ini pedagang pengecer melakukan penjualan

kerupuk rangkan kepada konsumen yaitu dengan harga satuan kerupuk rangkan besar Rp.7.500/pack. Nilai margin yang diperoleh pedagang pengecer ke konsumen pada pemasaran kerupuk rangkan adalah Rp.1.500/pack.

Tabel 5. Harga Margin Kerupuk rangkan Melalui Saluran Pada II

No	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Pack)	Harga Jual (Rp/Pack)	Margin (Rp/Pack)	Margin Total (Rp)
1	Produsen	-	6.000	-	-
2	Konsumen	6.000	-	-	-

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2017

Tabel 5 menunjukkan bahwa harga jual kerupuk rangkan dari produsen kepada konsumen pada saluran II yaitu dengan harga satuan kerupuk rangkan besar Rp 6.000/pack. Pada saluran ini produsen langsung mendistribusikan produk kerupuk rangkan ke konsumen tanpa melalui lembaga pemasaran. Dengan demikian pada saluran II 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 kerupuk rangkan 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 kerupuk rangkan di desa Gampong Raya Dagang Kecamatan Peusangan yaitu dengan melihat margin dan bagian yang diterima produsen kerupuk rangkan. Dalam hal ini margin pemasaran hanya terdapat pada saluran pemasaran I, sedangkan pada saluran II tidak terdapat margin pemasaran.

a. Presentase margin pemasaran saluran I adalah sebagai berikut :

$$M_p = \frac{Pr - P_f}{Pr} \times 100 \%$$

$$M_p = \frac{7.500 - 6.000}{7.500} \times 100 \%$$

$$M_p = \frac{1.500}{7.500} \times 100 \%$$

$$M_p = 0,20 \times 100 \%$$

$$M_p = 20 \%$$

Kriteria:

- Jika margin pemasaran \geq persentase bagian yang diterima produsen kerupuk rangkan, maka dikatakan

menguntungkan pada sisi pedagang besar.

- b. Jika persentase bagian yang diterima produsen kerupuk rangkan \geq margin pemasaran, maka dikatakan menguntungkan pada sisi produsen kerupuk rangkan.

Hasil perhitungan persentase margin pemasaran pada saluran I adalah sebesar 20 % dan persentase bagian yang diterima produsen kerupuk rangkan adalah sebesar 80 %. Maka dengan demikian persentase bagian yang diterima produsen kerupuk rangkan lebih besar dari persentase margin pemasaran, maka dapat dikatakan bahwa menguntungkan serta efisien pada sisi produsen kerupuk rangkan.

Sedangkan persentase bagian yang diterima produsen kerupuk rangkan di desa Gampong Raya dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah sebagai berikut:

- b. Persentase bagian yang diterima produsen kerupuk rangkan.

$$F = 1 - \frac{M_p}{P_r} \times 100 \%$$

$$F = 1 - \frac{1.500}{7.500} \times 100 \%$$

$$F = 1 - 0,20 \times 100 \%$$

$$F = 0,80 \times 100 \%$$

$$F = 80\%$$

Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa pemasaran kerupuk rangkan dianggap efisien secara ekonomis bila bagian yang diterima produsen kerupuk rangkan kurang dari 50% berarti belum efisien, dan bila bagian yang diterima produsen kerupuk rangkan lebih besar dari 50% maka pemasaran kerupuk rangkan dikatakan efisien (Darmawati, 2005). Dari hasil perhitungan persentase margin pemasaran saluran I dan presentase bagian yang diterima produsen kerupuk rangkan menunjukkan bahwa pemasaran kerupuk rangkan di desa Gampong Raya dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten

Bireuen, dianggap efisien secara ekonomis dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh adalah 20% sedangkan bagian yang diterima produsen kerupuk rangkan di desa Gampong Raya dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen lebih besar dari 50% yaitu 80%, maka dengan demikian bagian yang diterima oleh produsen kerupuk rangkan di desa Gampong Raya dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah efisien.

Adapun saluran pemasaran yang dianggap paling efisien dalam mendistribusikan kerupuk rangkan terdapat pada saluran I dikarenakan saluran pemasaran kerupuk rangkan I persentase bagian yang diterima oleh produsen lebih besar dari persentase margin pemasaran. Saluran II dianggap belum efisien dikarenakan biaya pemasaran yang ditanggung oleh produsen lebih besar dari saluran I, maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dari saluran pemasaran II.

Dilihat dari penggunaan modal diasumsikan bahwa pedagang pengecer lebih menguntungkan dari pada produsen kerupuk rangkan di desa Gampong Raya dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dikarenakan pedagang pengecer tidak mengeluarkan modal dalam produksi kerupuk rangkan, pedagang pengecer hanya mengeluarkan modal pada saat memasarkan kerupuk rangkan hal ini dapat terjadi apabila kerupuk rangkan yang dipasarkan terjual habis. Disisi lain pedagang pengecer memiliki resiko dalam memasarkan kerupuk rangkan apabila kerupuk rangkan yang dipasarkan tidak terjual habis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa

Agroindustri kerupuk rengkan di desa Gampong Raya dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen memiliki tingkat efisien pemasaran yang baik, dapat dilihat dari hasil perhitungan margin pemasaran pada saluran I dan persentase bagian yang diterima produsen kerupuk rengkan. Dianggap efisien secara ekonomis dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh adalah 20% sedangkan bagian yang diterima produsen kerupuk rengkan di desa Gampong Raya dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen lebih besar dari 50% yaitu 80%, maka dengan demikian bagian yang diterima oleh produsen kerupuk rengkan di desa Gampong Raya dagang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rahim dan Diah Retno Dwi Hastuti 2007, *Ekonomika Pertanian, Pengantar. Teori dan Kasus*, Penebar Swadaya: Jakarta
- Basu Swastha, dan Irawan, 2003, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Penerbit : Liberty
- Basu Swastha. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.*
- Cristoporos Dan Sulaeman. 2009. Analisis biaya produksi dan saluran pemasaran jagung di Desa LabuanTopaso Kecamatan Tawaeli Kabupaten Donggala.
- Darmawanti, 2009. Hubungan corporate governance dan kinerja perusahaan. Simposium nasional akutansi VII. Denpasar
- Intan Ayu Purnamasari, 2010, saluran pemasaran jeruk di Kabupaten Bangli. Fakultas pertanian. Universitas sebelas maret. Surakarta.
- Jermia Polak, dkk. 2013. Analisis margin pemasaran hasil Pertanian Cengkih di Desa Lalumpe Kecamatan Kombi.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi. Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.*
- Purnamasari, Intan Ayu. 2010. Saluran pemasaran jeruk di Kabupaten Bangli, mengkaji biaya, keuntungan dan marjin pemasaran jeruk di Kabupaten Bangli.
- Rasyaf, M. 2007. *Beternak Ayam Broiler. Jakarta: Penebar Swadaya.*
- Saragih, B. 2000. *Agribisnis Berbasis Peternakan. Bogor ; Pustaka Wirausaha.*
- Soekartawi (2005). *Ilmu usaha tani. Rajawali Press; Jakarta*
- Soekartawi, 2003. *Prinsip Ekonomi Pertanian. Rajawali Press. Jakarta.*
- Soekartawi (2006), *Ilmu Usahatani. Gramedia : Jakarta*
- Stanton, William J., 2005, *Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi ketujuh, terjemahan. Erlangga; Jakarta*
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian. UMM_Press. Malang.*
- Sudiyono, A. 2010. *Pemasaran Pertanian. Universitas Muhamadiyah. Malang.*
- Sudiyono, 2008. *Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.*
- Sugiyono. 2006. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". Bandung: Alfabeta.