

**ANALISIS RANTAI PEMASARAN DAN MARJIN PEMASARAN KERIPIK
PISANG UD. ALI MANDIRI DI DESA MEUNASAH JOK
KECAMATAN JULI KABUPATEN BIREUEN**

Rika Alfira

Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

Email: rika.12021997@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada UD. Ali Mandiri yang beralamat di Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen, yang dilakukan pada bulan Juli 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui rantai dan efisiensi pemasaran usaha keripik pisang. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan metode kombinasi kualitatif dan kuantitatif. Data yang dianalisis secara kualitatif berkaitan dengan saluran pemasaran dan yang dianalisis secara kuantitatif meliputi biaya pemasaran, keuntungan, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa proses pemasaran keripik pisang dilakukan melalui 2 (dua) saluran pemasaran. Dari kedua saluran pemasaran tersebut yang paling efisien dalam memasarkan keripik pisang adalah menggunakan saluran I yaitu produsen → pedagang pengecer → konsumen akhir. Hal ini dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran pada saluran I bernilai lebih rendah yaitu 12,50% dan nilai persentase bagian yang diterima pemilik usaha bernilai lebih tinggi yaitu 87,50%.

Kata kunci : Analisis Pemasaran, Keripik Pisang

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara agraris karena sebagian besar penduduk Indonesia mempunyai pencaharian di bidang pertanian atau bercocok tanam. Selain itu, Indonesia juga dikenal dengan hasil perkebunan dan hortikultura. Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang potensial dalam memberikan kontribusi yang besar terhadap pembangunan ekonomi dan memegang peranan penting dalam sumber pendapatan produsen, perdagangan, maupun penyerapan tenaga kerja. Komoditas tanaman hortikultura di Indonesia dapat dibagi menjadi empat kelompok besar, yaitu tanaman buah-buahan, tanaman sayuran, tanaman biofarmaka, dan tanaman hias (Lola, 2016).

Salah satu tanaman buah-buahan yang memiliki potensi yang baik adalah buah pisang. Potensi produksi buah pisang di Indonesia memiliki daerah sebaran buah pisang yang luas, hampir seluruh wilayah merupakan daerah penghasil pisang, yang ditanam di pekarangan maupun ladang, dan sebagian sudah ada dalam bentuk perkebunan. Jenis pisang yang ditanam mulai dari pisang untuk olahan sampai jenis pisang komersial yang bernilai ekonomi tinggi.

Di Aceh sendiri, pisang merupakan salah satu komoditas yang prospektif untuk dikembangkan, karena sesuai dengan kondisi agro-ekologinya yang merupakan dataran rendah basah. Adapun sentra produksi pisang yang utama di Provinsi Aceh adalah Kabupaten Pidie, Aceh Timur, Aceh Tengah dan

Aceh Besar (BPS Aceh, 2017). Adapun rincian luas lahan, produktivitas dan produksi pisang di Provinsi Aceh selama

lima tahun terakhir dapat di lihat pada Tabel berikut.

Tabel 1. Rincian Luas Lahan, Produktivitas dan Produksi Pisang di Provinsi Aceh, Tahun 2014 - 2018

Tahun	Luas (Ha)	Produktivitas (Kw/Ha)	Produksi (Kw)	Pertumbuhan produksi (%)
2014	842,01	656,11	552.448	-
2015	1.242,00	491,51	610.454	10,50
2016	1.042,79	695,50	725.260	18,81
2017	1.078,99	623,80	673.076	-7,20
2018	1.234,23	513,30	633.535	-5,87
Rata-rata	1.088,00	596,04	638.955	4,06

Sumber: Badan Pusat Statistik Aceh, 2015 – 2019

Dari Tabel 1 di atas, diketahui bahwa luas area tanam, produktivitas dan produksi pisang di Provinsi Aceh dari tahun 2014 sampai dengan 2018 cenderung fluktuatif. Jumlah produksi pisang tertinggi berada pada tahun 2016 sebanyak 725.260 kwintal, sedangkan jumlah produksi pisang terendah berada pada tahun 2014 sebanyak 552.448 kwintal. Namun secara keseluruhan dari tahun 2014 sampai dengan 2018 jumlah

produksi pisang mengalami pertumbuhan sebesar 4,06%. Adapun rata-rata luas area tanam pisang di Provinsi Aceh dari tahun 2014 sampai dengan 2018 seluas 1.088,00 hektar, produktivitas sebesar 596,04 kwintal/ hektar dan produksi sebanyak 638.955 kwintal.

Selanjutnya rincian luas lahan, produktivitas dan produksi pisang di Kabupaten Bireuen selama lima tahun terakhir dapat di lihat pada Tabel berikut.

Tabel 2. Rincian Luas Lahan, Produktivitas dan Produksi Pisang di Kabupaten Bireuen, Tahun 2014 - 2018

Tahun	Luas (Ha)	Produktivitas (Kw/Ha)	Produksi (Kw)	Pertumbuhan produksi (%)
2014	128,88	371,28	47.850	-
2015	128,88	420,33	54.172	13,21
2016	142,24	406,69	57.849	6,79
2017	143,11	356,16	50.970	-11,89
2018	143,06	457,64	65.470	28,45
Rata-rata	137,23	402,42	55.262	9,14

Sumber: Badan Pusat Statistik Bireuen, 2015 – 2019

Dari Tabel 2 di atas, diketahui bahwa luas area tanam, produktivitas dan produksi pisang di Kabupaten Bireuen dari tahun 2014 sampai dengan 2018 cenderung fluktuatif. Jumlah produksi pisang tertinggi berada pada tahun 2018 sebanyak 65.470 kwintal, sedangkan jumlah produksi pisang terendah berada

pada tahun 2014 sebanyak 47.850 kwintal. Namun secara keseluruhan dari tahun 2014 sampai dengan 2018 jumlah produksi pisang mengalami pertumbuhan sebesar 9,14%. Adapun rata-rata luas area tanam pisang di Kabupaten Bireuen dari tahun 2014 sampai dengan 2018 seluas 137,23 hektar, produktivitas sebesar

402,42 kwintal/ hektar dan produksi sebanyak 55.262 kwintal.

Potensi produksi buah pisang di Aceh, khususnya di Kabupaten Bireuen menjadi sebuah peluang usaha yang memanfaatkan pisang sebagai bahan baku produk olahan yang bernilai tinggi. Pisang dapat diolah menjadi berbagai produk makanan ringan, seperti keripik pisang, nugget pisang, sate pisang, dan berbagai olahan pisang lainnya. Salah satu bentuk agroindustri dari olahan pisang yaitu keripik pisang.

Kabupaten Bireuen merupakan salah satu daerah yang banyak terdapat kegiatan agribisnis, salah satunya adalah

usaha keripik, diantaranya, keripik pisang, keripik ubi dan keripik lain-lain yang bergerak di agribisnis yang berskala industri rumah tangga atau home industri. Usaha keripik pisang yang merupakan industri rumah tangga tersebar hampir seluruh Kecamatan di Kabupaten Bireuen, di antaranya Kecamatan Juli, Peusangan, Jeumpa, Kota Juang, Kecamatan Peudada, dan Batee Iliiek. Berdasarkan pendataan dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Bireuen diketahui perkembangan jumlah industri kecil menengah di Kabupaten Bireuen selama lima tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 3. Industri Skala Kecil Menengah di Kabupaten Bireuen Tahun 2014-2018

Tahun	Total UMKM (Unit)	Tenaga Kerja (Orang)	Pertumbuhan UMKM (%)
2014	1.274	3.836	-
2015	1.467	4.315	15,15
2016	1.664	4.773	13,43
2017	1.801	5.063	8,23
2018	1.987	5.490	10,33
Rata-rata	1.639	4.695	11,78

Sumber : Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Bireuen, 2019

Dari Tabel 3 di atas, diketahui bahwa jumlah industri kecil menengah di Kabupaten Bireuen dari tahun 2014 sampai dengan 2018 terus mengalami peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan unit usaha sebesar 11,78% pertahunnya. Salah satu industri yang memiliki potensi untuk dikembangkan di Kabupaten Bireuen adalah industri yang

bergerak di bidang produk makanan terutama industri skala rumah tangga.

Menurut pendataan dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Bireuen diketahui perkembangan jumlah industri kecil komoditi pangan berbasis kue di Kabupaten Bireuen selama lima tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4. Industri Kecil Pangan Berbasis Komoditi Lokal di Kabupaten Bireuen Tahun 2014-2018

Tahun	Total UMKM (Unit)	Tenaga Kerja (Orang)	Pertumbuhan UMKM (%)
2014	59	228	-
2015	73	269	23,73
2016	91	316	24,66
2017	116	378	27,47
2018	136	417	14,24
Rata-rata	95	322	23,28

Sumber : Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Bireuen (2019)

Berdasarkan data Tabel 4 di atas, diketahui bahwa jumlah industri kecil menengah komoditi pangan berbasis kue di Kabupaten Bireuen tahun 2014-2018 juga terus mengalami peningkatan, dengan rata-rata pertumbuhan unit usaha sebesar 23,28% pertahunnya. Adapun salah satu industri kecil menengah komoditi pangan yang ada di Kabupaten Bireuen yaitu usaha produksi keripik UD.

Ali Mandiri. Usaha ini tepatnya berada di Gampong Menasah Jok Kecamatan Juli yang telah dijalankan semenjak tahun 2008. Produk keripik UD. Ali Mandiri dipasarkan melalui penitipan ke kios-kios keripik di Kabupaten Bireuen maupun diluar Kabupaten, serta menunggu pesanan. Berikut rincian produksi keripik pisang UD. Ali Mandiri selama 5 tahun terakhir.

Tabel 5. Produksi Keripik Pisang UD. Ali Mandiri 5 Tahun Terakhir

Tahun	Jumlah Produksi (Kg)	Pertumbuhan Produksi (%)
2014	11.850	-
2015	13.500	13,92
2016	13.800	2,22
2017	15.000	8,70
2018	19.200	28,00
Rata-rata	14.670	13,21

Sumber : Pemilik Usaha Keripik Pisang UD. Ali Mandiri

Berdasarkan data jumlah produksi keripik pisang UD. Ali Mandiri terakhir terlihat bahwa hampir setiap tahunnya jumlah produksi selalu meningkat, dengan rata-rata persentase peningkatannya sebesar 13,21% pertahunnya. Dengan demikian, menunjukkan bahwa usaha keripik pisang UD. Ali Mandiri ini prospeknya cukup mendukung untuk terus dikembangkan.

Margin pemasaran dalam teori harga diasumsikan bahwa penjual dan pembeli bertemu langsung, sehingga harga hanya ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan secara agregat. Dengan demikian disimpulkan tidak ada perbedaan antara harga di tingkat produsen dengan harga ditingkat pengecer atau konsumen akhir. Pemasaran keripik pisang melalui saluran pemasaran yang relatif panjang akan mempengaruhi harga dan kualitas dari produk tersebut. Karena panjangnya saluran pemasaran akan menambahkan biaya produksi pada setiap pelaku atau lembaga pemasaran, Sehingga menimbulkan margin dan keuntungan pemasaran yang berada pada setiap

lembaga pemasaran. Perbedaan harga terlalu besar menyebabkan usaha keripik pisang sebagai produsen mengalami kerugian. Ini dapat dilihat berdasarkan margin dan keuntungan pemasaran yang berada pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran keripik pisang di UD. Ali Mandiri.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih mendalam tentang rantai, margin dan efisiensi pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri. Adapun yang menjadi judul penelitian yaitu “Analisis Rantai Pemasaran dan Margin Pemasaran Keripik Pisang UD. Ali Mandiri di Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini di UD. Ali Mandiri yang beralamat di desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penelitian ini direncanakan akan dilakukan pada bulan Juli 2020. Sampel dalam penelitian ini

yaitu pengelola keripik pisang UD. Ali Mandiri.

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.

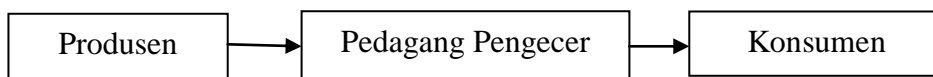
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Pemasaran

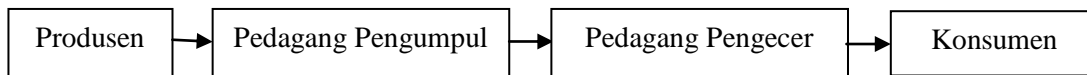
a) Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan suatu jalur dari lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Secara khusus saluran pemasaran keripik

Saluran I:



Saluran II:



Gambar 3. Skema Saluran Pemasaran

b) Biaya Pemasaran

Adapun rincian biaya pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen terbagi 2 (dua) yaitu biaya pemasaran pada saluran I dan biaya pemasaran pada saluran II.

pisang merupakan suatu jalur dalam memasarkan keripik pisang dari produsen kemudian melalui perantara sampai akhirnya sampai pada masyarakat (konsumen). Dalam proses pemasaran tidak langsung akan dijumpai adanya rantai pemasaran yang panjang yang melibatkan terlalu besarnya keuntungan pemasaran (*marketing margin*) yang diambil oleh para pelaku pemasaran tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran tidak langsung yang dilakukan oleh pemilik usaha keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen yaitu melalui 2 (dua) saluran pemasaran yaitu

1) Biaya Pemasaran Pada Saluran I

Untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen pada saluran I dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 6. Biaya Pemasaran Keripik Pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen Saluran I

Uraian	Rp/Kg	Persentase (%)
Produsen		
1. Harga Jual	35.000	87,50
Pedagang Pengecer		
1. Harga Beli	35.000	87,50
2. Biaya Pemasaran	1.000	2,50
Harga Beli Konsumen	40.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2020

Jadi total biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk memasarkan keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen pada saluran I hingga keripik pisang tersalur sampai ke konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 1.000,-/kg. Dengan kata lain total biaya pemasaran pada saluran I ini

adalah 2,50% dari total harga beli konsumen.

2) Biaya Pemasaran Pada Saluran II

Untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen pada saluran II dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 7. Biaya Pemasaran Keripik Pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen Saluran II

Uraian	Rp/kg	Persentase (%)
Produsen		
1. Harga Jual	32.000	71,11
Pedagang Pengumpul		
1. Harga Beli	32.000	71,11
2. Biaya Pemasaran	2.000	4,44
Pedagang Pengecer		
1. Harga Beli	38.000	84,44
2. Biaya Pemasaran	1.000	2,22
Harga Beli Konsumen	45.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2020

Jadi total biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk memasarkan keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen pada Saluran II hingga keripik pisang tersalur sampai ke konsumen akhir yaitu sebesar Rp.3.000,-/kg. Dengan kata lain total biaya pemasaran pada Saluran II ini adalah 6,67% 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 keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen dari masing-masing saluran dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Marjin Pemasaran Pada Saluran I

Untuk mengetahui besarnya marjin pemasaran dari tiap lembaga pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen pada saluran I dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 8. Marjin Pemasaran Keripik Pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen Saluran I

Uraian	Rp/Kg	Persentase (%)
Produsen		
1. Harga Jual	35.000	87,50
Pedagang Pengecer		
1. Harga Beli	35.000	87,50
2. Harga Jual	40.000	100,00
3. Marjin Pemasaran	5.000	12,50
Harga Beli Konsumen	40.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2020

Jadi total margin pemasaran pada sistem pemasaran saluran I dalam memasarkan keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen hingga tersalur sampai pada konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 5.000,-/kg. Dengan kata lain total margin pemasaran pada saluran I ini

adalah 12,50% dari total harga beli konsumen.

2) Margin Pemasaran Pada Saluran II

Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran dari tiap lembaga pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen pada Saluran II dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel. 9. Margin Pemasaran Keripik Pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen Saluran II

Uraian	Rp/Kg	Persentase (%)
Produsen		
1. Harga Jual	32.000	71,11
Pedagang Pengumpul		
1. Harga Beli	32.000	71,11
2. Harga Jual	38.000	84,44
3. Margin Pemasaran	6.000	13,33
Pedagang Pengecer		
1. Harga Beli	38.000	84,44
2. Harga Jual	45.000	100,00
3. Margin Pemasaran	7.000	15,56
Harga Beli Konsumen	45.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2020

Jadi total margin pemasaran pada sistem pemasaran Saluran II dalam memasarkan keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen hingga tersalur sampai pada konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 13.000,-/kg. Dengan kata lain total margin pemasaran pada Saluran II ini adalah 28,89% 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 keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok

Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen mulai dari tingkat produsen sampai tingkat konsumen. Adapun rincian keuntungan lembaga pemasaran keripik pisang dari masing-masing saluran dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Keuntungan Lembaga Pemasaran Pada Saluran I

Untuk mengetahui besarnya keuntungan dari tiap lembaga pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen pada saluran I dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel. 10. Keuntungan Lembaga Pemasaran Keripik Pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen Saluran I

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
Produsen		
1. Harga Jual	35.000	87,50
Pedagang Pengecer		
1. Harga Beli	35.000	87,50
2. Biaya Pemasaran	1.000	2,50
3. Marjin Pemasaran	5.000	12,50
4. Keuntungan Pemasaran	4.000	10,00
Harga Beli Konsumen	40.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2020

Jadi total keuntungan pemasaran keripik pisang pada sistem pemasaran saluran I dalam memasarkan keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen hingga tersalur sampai pada konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 4.000,-/kg. Dengan kata lain total keuntungan pemasaran pada saluran I ini adalah 10% dari total harga beli konsumen.

2) Keuntungan Lembaga Pemasaran Pada Saluran II

Untuk mengetahui besarnya keuntungan dari tiap lembaga pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen pada Saluran II dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 11. Keuntungan Lembaga Pemasaran Keripik Pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen Saluran II

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
Produsen		
1. Harga Jual	32.000	71,11
Pedagang Pengumpul		
1. Harga Beli	32.000	71,11
2. Biaya Pemasaran	2.000	4,44
3. Marjin Pemasaran	6.000	13,33
4. Keuntungan Pemasaran	4.000	8,89
Pedagang Pengecer		
1. Harga Beli	38.000	84,44
2. Biaya Pemasaran	1.000	2,22
3. Marjin Pemasaran	7.000	15,56
4. Keuntungan Pemasaran	6.000	13,33
Harga Beli Konsumen	45.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2020

Jadi total keuntungan pemasaran keripik pisang pada sistem pemasaran saluran II dalam memasarkan keripik

pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen hingga tersalur sampai pada konsumen

akhir yaitu sebesar Rp. 10.000,-/kg. Dengan kata lain total keuntungan pemasaran pada saluran II ini adalah 22,22% dari total harga beli konsumen.

2. Efisiensi Pemasaran

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

1) Efisiensi Pemasaran Pada Saluran I

Pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen pada saluran I dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran rendah dan mempunyai nilai persentase tinggi yang diterima produsen.

- a. Persentase margin pemasaran keripik pisang pada saluran I

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

$$Mp = \left(\frac{Rp.40.000 - Rp.35.000}{Rp.40.000} \right) \times 100\%$$

$$Mp = 12,50\%$$

Pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen yang dilakukan oleh pedagang pengecer selaku lembaga pemasaran pada saluran I diperoleh nilai persentase 12,50%.

- b. Presentase bagian yang diterima oleh pengusaha pada saluran I

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

$$F = \left(1 - \frac{Rp.5.000}{Rp.40.000} \right) \times 100\%$$

$$F = 87,5\%$$

Dari nilai persentase tersebut dapat dipahami bahwa besarnya bagian yang diterima oleh pemilik UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen selaku produsen keripik pisang adalah 87,5% dari harga jual kepada konsumen akhir.

2) Efisiensi Pemasaran Pada Saluran II

Seperti halnya pemasaran pada saluran I, pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen pada Saluran II juga dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran rendah dan mempunyai nilai persentase tinggi yang diterima produsen.

- a. Persentase margin pemasaran keripik pisang pada saluran II

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

$$Mp = \left(\frac{Rp.45.000 - Rp.32.000}{Rp.45.000} \right) \times 100\%$$

$$Mp = 28,89\%$$

Pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen yang dilakukan oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer selaku lembaga pemasaran pada saluran II diperoleh nilai persentase 28,89%.

- b) Presentase bagian yang diterima oleh pengusaha pada saluran II

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

$$F = \left(1 - \frac{Rp.13.000}{Rp.45.000} \right) \times 100\%$$

$$F = 71,11\%$$

Dari nilai persentase tersebut dapat dipahami bahwa besarnya bagian yang diterima oleh pemilik UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen selaku produsen

keripik pisang adalah 71,11% dari harga jual pedagang pengecer kepada konsumen akhir.

KESIMPULAN

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

- 1) Proses pemasaran keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen dilakukan melalui 2 (dua) saluran pemasaran yaitu
Saluran I = produsen → pedagang pengecer → konsumen akhir.
Saluran II = produsen → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen akhir
- 2) Dari kedua saluran pemasaran tersebut yang paling efisien dalam memasarkan keripik pisang UD. Ali Mandiri Desa Meunasah Jok Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen adalah menggunakan saluran I yaitu produsen → pedagang pengecer → konsumen akhir. Hal ini dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran pada saluran I bernilai lebih rendah yaitu 12,50% dan nilai persentase bagian yang diterima pemilik usaha bernilai lebih tinggi yaitu 87,50%

DAFTAR PUSTAKA

Azis, A. 2017. Analisis Nilai Tambah dan Margin Pemasaran Pisang Menjadi Olahan Pisang (*Studi Kasus Pada Industri Kecil "Srikandi"*) di Kelurahan Dangdeur Kecamatan Subang Kabupaten Subang Jawa Barat. Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Djuanda Bogor. *Jurnal AgribiSains* ISSN 2550-1151 Volume 3 Nomor 1.

Cahyaningsih Pamungkas. 2011. *Analisis Pemasaran Beras Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Petani*.

Universitas Barawijaya. Malang. Volume VIII nomor 1.

Cahyawati, N. 2020. Analisis Nilai Tambah Keripik Pisang Kepok dan Sistem Pemasaran Pisang Kepok (*Musa paradisiaca*) di Kabupaten Pesawaran. *Jurnal. Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung. JIAA, VOLUME 8 No. 1.*

Grewal, Dhruv and Levy, Michael. 2014. *Marketing, Fourth Edition*. New York: The McGraw-Hill

Gusti Prassojo. 2012. *Tataniaga Pertanian, Saluran Tataniaga, Margin Tataniaga, dan Pemasaran*. <http://shaylife.blogspot.com/2012/04/tataniaga-pertanian-saluran-tataniaga.html>.

Kohls, R.L. dan J.N.Uhl. 2004. *Marketing of Agricultural Product. Ninth Edition*. Newyork: Macmillan Company

Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2015. *Principles of Marketing, Fifteenth Edition*. England: Pearson Education

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Lamb, Hair dan McDaniel. 2001. *Pemasaran, Edisi pertama Jilid 2*. Jakarta : Salemba Empat

Lola, Amelia dkk. 2017. *Analisis Peta Industri Makanan dan Minuman di Indonesia*. Jakarta : The Indonesian Institute

Martin Ml Pasaribu. 2012. *Integrasi Pasar TSB (Tandan Buah Segar) Kelapa Sawit Pedesaan Asahan dengan Pasar Nasional*. Medan: Universitas Sumatera Utara

Putra Bisuk. 2009. *Analisis Tataniaga dan Elastisitas Transmisi Harga CPO Internasional terhadap Harga TBS (Tandan Buag Segar) Kelapa Sawit*. Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara.

- Rahim. A. 2016. Identifikasi Distribusi Saluran Pemasaran Keripik di Desa Pasir Agung Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu (*Studi Kasus Usaha Keripik Ibu Pur*). *Naskah Publikasi*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian Rokan Hulu.
- Sanjaya, 2015. Produksi Biogas dari Campuran Kotoran Sapi dengan Kotoran Ayam. *Jurnal teknik pertanian lampung*. 2: 127-136.
- Supriyadi, Ahmad dan Suyanti Satuhu. 2008. Pisang, Budidaya, Pengolahan dan. Prospek Pasar. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPPE-Yogyakarta