

**ANALISIS PEMASARAN USAHA SAGU RUMBIA DI GAMPONG PULO
REUDEUP KECAMATAN KUTABLANGKABUPATEN BIREUEN****Asmaul Husna, T. M. Nur**¹Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim²Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas AlmuslimEmail: asamaul.husna.06061993@gmail.com**ABSTRAK**

Penelitian dilakukan pada usaha sagu rumbia yang terletak di Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen. Pengambilan data lapangan dilaksanakan pada bulan Januari 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran serta mengetahui tingkat efisiensi pemasaran pada usaha sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen. Untuk mengetahui pola saluran pemasaran digunakan analisis kualitatif. Sedangkan untuk mengetahui biaya, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran digunakan analisis kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa proses pemasaran sugu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuendilakukan melalui 2 (dua) saluran pemasaran. Besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan pada sistem pemasaran saluran I adalah sebesar Rp.1.400,-/kg, dengan keuntungan lembaga pemasaran sebesar Rp.5.500,-/kg, sedangkan biaya pemasaran yang dikeluarkan pada sistem pemasaran saluran II adalah sebesar Rp.1.600,-/kg, dengan keuntungan lembaga pemasaran sebesar Rp. 6.300,-/kg. Dari kedua saluran pemasaran tersebut yang paling efisien dalam memasarkan sugu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen adalah menggunakan saluran I yaitu produsen → pedagang pengumpul → pedagang besar → konsumen akhir.

Kata kunci : Analisis Pemasaran, Sagu Rumbia

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara pertanian, artinya pertanian masih memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya pendidik atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian. Besarnya proporsi produk nasional yang berasal dari pertanian. Pertanian akan mampu menjadi penyelamat bila dilihat sebagai sebuah sistem yang terkait dengan industri dan jasa (Mubyarto, 2007).

Upaya peningkatan produksi hasil pertanian sangat erat kaitannya dengan aspek – aspek pemasaran. Hal ini karena usahatani produk pertanian pada umumnya adalah usahatani komersial yang sebagian besar hasil produksinya

dijual ke pasar. Produksi pertanian dan pemasaran mempunyai hubungan saling ketergantungan yang sangat erat. Hasil produksi pertanian yang meningkat tanpa didukung oleh sistem pemasaran pertanian hasil yang baik dengan tingkat harga yang layak tidak akan berlangsung lama. Sebaliknya pada akhirnya akan menurun karena pertimbangan untung rugi usahatani.

Keterkaitan usaha pertanian, menurut Rustiani (2009), dijabarkan dalam bentuk agroindustri dan agribisnis. Konsep agribisnis adalah suatu konsep utuh, mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran dan aktifitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian.

Kegiatan agribisnis ini sangat menunjang kemajuan sektor pertanian. Kegiatan agroindustri, juga sangat menunjang kemajuan sektor pertanian. Agroindustri mencakup segala kegiatan yang dilakukan dalam rangka mengolah hasil pertanian, yang bersifat banyak (*bulky*) dan mudah busuk (*perishable*) sehingga memberi nilai tambah bagi produk pertanian itu sendiri.

Salah satu produk pertanian yang mempunyai nilai tambah yaitu sagu. Sagu merupakan komoditas potensial sebagai bahan substitusi dan bahan baku untuk industri. Sebagai salah satu sumber karbohidrat, potensinya belum

dimanfaatkan secara maksimal. Berdasarkan data Perhimpunan Pendayagunaan Sagu Indonesia (PPSI), produksi sagu nasional saat ini mencapai 200.000 ton per hektar atau baru mencapai sekitar lima persen dari potensi sagu nasional (BPPT, 2008).

Di kabupaten Bireuen, tanaman sagu tumbuh secara liar, namun ada juga yang sengaja ditanam oleh petani meskipun tata ruangnya belum memenuhi syarat agronomis. Hal ini terlihat dari data luas panen, produktifitas dan produksi tanaman sagu di Kabupaten Bireuen selama 5 tahun terakhir.

Tabel 1. Luas Panen, Produktivitas dan Produksi Tanaman Sagu di Kabupaten Bireuen, tahun 2011-2015

No	Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Kg/Ha)	Pertumbuhan (%)
1	2011	98,00	61,84	631,00	-
2	2012	101,00	63,83	632,00	3,22
3	2013	93,50	59,48	636,15	-6,89
4	2014	95,00	59,91	630,67	0,73
5	2015	95,00	59,91	630,67	0,00

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bireuen (2016)

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa setiap tahunnya jumlah produksi tanaman sagu di Kabupaten Bireuen tidak menunjukkan adanya peningkatan, bahkan cenderung menurun. Hal ini dikarenakan tanaman sagu merupakan jenis tanaman liar yang biasanya tumbuh subur di daerah pesisir sungai atau daerah berawa. Tanaman ini tumbuh begitu saja dan masih belum banyak dibudidayakan. Tanaman rumbia tergolong dalam kelompok tanaman serbaguna (*multiple trees*); daunnya dapat dimanfaatkan untuk atap rumah, tangkai daun setelah dibelah dan dianyam dapat dibuat tikar maupun dinding rumah, isi batang dapat dimanfaatkan untuk makanan ternak atau dapat diolah menjadi sagu.

Pengolahan tanaman sagu rumbia menjadi tepung sagu merupakan salah

satu kegiatan agribisnis. Sagu sering dikonsumsi bagi yang sedang diet karena dapat memberikan efek mengenyangkan, tetapi tidak menyebabkan gemuk. Untuk mengimbangi kandungan gizinya yang tidak terlalu tinggi, ada baiknya olahan sagu ditambah bahan-bahan kaya protein dan sayur mayur

Pengembangan usaha sagu harus adanya keterpaduan antara kegiatan-kegiatan produksi yang selama ini dikaitkan dengan peningkatan pemasaran. Hal ini meningkatkan bahwa pemasaran merupakan faktor penting dalam usaha, karena keberhasilan suatu usaha dapat ditentukan oleh kemampuan dalam menjalankan usaha sagu rumbia tersebut.

Usaha sagu rumbia milik Bapak Sayuti Umar telah berdiri selama 6 tahun, dengan tenaga kerja tetap 6 orang.

Banyaknya produksi sagu di Kabupaten Bireuen menjadikan usaha sagu rumbia di Gampong Pulo Reudeup dipasarkan sampai ke Medan. Seluruh usaha memang tidak lepas dari persoalan biaya. Suatu usaha tidak akan terlaksana apabila tidak ada sumber biaya yang mencukupi. Demikian pula halnya dalam usaha pengolahan sagu. Dalam mengembangkan usaha ini ada banyak kendala yang dihadapi, terutama di segi biaya produksi, harga bahan baku yang terus meningkat, dikarenakan bahan baku rumbia dengan kualitas baik semakin susah didapatkan. Dengan terbatasnya biaya/modal yang dimiliki menjadikan hasil produksi usaha sagu rumbia yang dijalankan Bapak Sayuti Umar dipasarkan dalam bentuk sagu basah, sehingga dapat meminimalisir kebutuhan biaya terkait pemasaran produk sagu tersebut. Hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh Bapak Sayuti Umar karena produk yang dijual adalah produk setengah jadi.

Dari uraian di atas penulis tertarik untuk mengetahui lebih mendalam tentang masalah pemasaran sagu rumbia di Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen. Hal ini dikarenakan pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan produsen. Produksi yang baik akan sia-sia dengan harga pasar yang rendah, karena tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai dengan pemasaran yang baik dan efisien. Adapun judul penelitian ini adalah “Analisis Pemasaran Usaha Sagu Rumbia di Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen”.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada usaha sagu rumbia yang terletak di Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang

Kabupaten Bireuen. Lokasi penelitian diambil secara sengaja (*purposive*), dengan alasan bahwa pada usaha sagu rumbia yang melakukan proses pemasaran sampai keluar daerah. Pengambilan data di lapangan dilaksanakan bulan Januari 2017.

Untuk mengetahui pola saluran pemasaran pada usaha sagu rumbia di Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen digunakan analisis kualitatif. Sedangkan untuk mengetahui biaya, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran digunakan analisis kuantitatif

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 Sayuti Umarselaku pemilik agroindustri sagu rumbia di Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen diketahui bahwa sagu rumbia hasil produksinya dipasarkan ke Medan. Adapun cara memasarkan sagu rumbia yang dilakukan oleh Bapak Sayuti Umar adalah dengan melibatkan lembaga pemasaran, diantaranya melibatkan tengkulak (pedagang pengumpul), pedagang besar dan pedagang pengecer.

2. Analisis Pemasaran

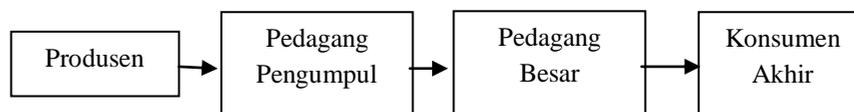
a) Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan suatu jalur dari lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Secara khusus saluran pemasaran sagu rumbia merupakan suatu jalur dalam memasarkan sagu rumbia dari produsen kemudian melalui perantara sampai akhirnya sampai pada masyarakat (konsumen). Dalam proses pemasaran tidak langsung akan dijumpai

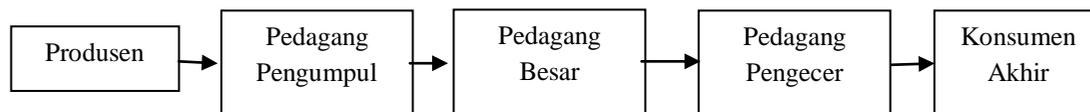
adanya rantai pemasaran yang panjang yang melibatkan terlalu besarnya keuntungan pemasaran (*marketing margin*) yang diambil oleh para pelaku pemasaran tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran tidak langsung yang dilakukan oleh pemilik agroindustri sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen 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 sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen, biaya pemasaran mencakup sejumlah pengeluaran yang

dilakukan untuk keperluan yang berhubungan dengan penjualan sagu rumbia dari produsen sampai kepada konsumen akhir. Besarnya biaya pemasaran akan mempengaruhi harga sagu rumbia yang dipasarkan serta keuntungan yang diperoleh.

Adapun rincian biaya pemasaran sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen 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 sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen pada saluran I dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 2. Biaya Pemasaran Sagu Rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen Saluran I

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
Produsen		
Harga Jual	2.100	23,33
Pedagang Pengumpul		
Biaya Pemasaran		
a) Biaya Transportasi	500	5,56
b) Biaya Bongkar Muat	100	1,11
c) Biaya Penjemuran	200	2,22
d) Biaya Pengemasan	100	1,11
Pedagang Besar		
Biaya Pemasaran		
a) Biaya Transportasi	300	3,33
b) Biaya Bongkar Muat	100	1,11
c) Biaya Pekerja Toko	100	1,11
Harga Beli Konsumen	9.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran I ini yaitu dengan menggunakan rumus berikut :

$$Bp = Bp1 + Bp2$$

$$Bp = Rp. 900,- + Rp.500,-$$

$$Bp = Rp.1.400,-/kg$$

Jadi total biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk memasarkan sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen pada saluran I hingga sagu rumbia tersalurkan sampai ke konsumen akhir yaitu sebesar

Rp.1.400,-/kg. Dengan kata lain total biaya pemasaran pada saluran I ini adalah 15,56% dari total harga beli konsumen.

2) Biaya Pemasaran Pada Saluran II

Untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen pada saluran II dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 3. Biaya Pemasaran Sagu Rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen Saluran II

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
Produsen		
Harga Jual	2.100	21,00
Pedagang Pengumpul		
Biaya Pemasaran		
a) Biaya Transportasi	500	5,00
b) Biaya Bongkar Muat	100	1,00
c) Biaya Penjemuran	200	2,00
d) Biaya Pengemasan	100	1,00
Pedagang Besar		
Biaya Pemasaran		
a) Biaya Transportasi	300	3,00
b) Biaya Bongkar Muat	100	1,00
c) Biaya Pekerja Toko	100	1,00
Pedagang Pengecer		
Biaya Pemasaran		
a) Biaya Transportasi	100	1,00
b) Biaya Pekerja Toko	100	1,00
Harga Beli Konsumen	10.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran II ini yaitu dengan menggunakan rumus berikut :

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3}$$

$$B_p = \text{Rp. } 900,- + \text{Rp. } 500,- + \text{Rp. } 200,-$$

$$B_p = \text{Rp. } 1.600,-/\text{kg}$$

Jadi total biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk memasarkan sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen pada saluran II hingga sagu rumbia tersalur sampai ke konsumen akhir yaitu sebesar Rp.1.600,-/kg. Dengan kata lain total biaya pemasaran pada saluran II ini adalah 16% dari total harga beli konsumen.

c) Margin Pemasaran

Margin pemasaran yaitu selisih harga jual dengan harga beli dan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran. Adapun rincian margin pemasaran sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen dari masing-masing saluran dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Margin Pemasaran Pada Saluran I

Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran dari tiap lembaga pemasaran sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen pada saluran I dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel. 4. Marjin Pemasaran Sagu Rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen Saluran I

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
Produsen		
1. Harga Jual	2.100	23,33
Pedagang Pengumpul		
1. Harga Beli	2.100	23,33
2. Harga Jual	6.500	72,22
3. Marjin Pemasaran	4.400	48,89
Pedagang Besar		
1. Harga Beli	6.500	72,22
2. Harga Jual	9.000	100,00
3. Marjin Pemasaran	2.500	27,78
Harga Beli Konsumen	9.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2017

Dari tabel di atas diketahui bahwa total margin pemasaransaluran I(perbedaan harga beli dari produsen dengan harga jual untuk konsumen)dapatjuga diperoleh dengan menggunakan rumus berikut:

$$Mp = Pr - Pf$$

$$Mp = Rp.9.000 - Rp.2.100,-$$

$$Mp = Rp. 6.900,-/kg$$

Jadi total margin pemasaran pada sistem pemasaran saluran I dalam memasarkan sagu rumbiaGampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang

Kabupaten Bireuenhingga tersalur sampai pada konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 6.900,-/kg.Dengan kata lain total margin pemasaran pada saluran I ini adalah 76,67%dari total harga beli konsumen.

2) Margin Pemasaran Pada Saluran II

Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran dari tiap lembaga pemasaran sagu rumbiaGampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen pada saluran II dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel. 5. Marjin Pemasaran Sagu Rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen Saluran II

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
Produsen		
1. Harga Jual	2.100	21,00
Pedagang Pengumpul		
1. Harga Beli	2.100	21,00
2. Harga Jual	6.500	65,00
3. Marjin Pemasaran	4.400	44,00
Pedagang Besar		
1. Harga Beli	6.500	65,00
2. Harga Jual	8.000	80,00
3. Marjin Pemasaran	1.500	15,00
Pedagang Pengecer		
1. Harga Beli	8.000	80,00
2. Harga Jual	10.000	100,00
3. Marjin Pemasaran	2.000	20,00
Harga Beli Konsumen	10.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2017

Dari tabel di atas diketahui bahwa total margin pemasaransaluran II(perbedaan harga beli dari produsen dengan harga jual untuk konsumen)dapatjuga diperoleh dengan menggunakan rumus berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

$$M_p = \text{Rp. } 10.000 - \text{Rp.}2.100,-$$

$$M_p = \text{Rp. } 7.900,-/\text{kg}$$

Jadi total margin pemasaran pada sistem pemasaran saluran II dalam memasarkan sagu rumbiaGampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen hingga tersalur sampai pada konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 7.900,-/kg. Dengan kata lain total margin pemasaran pada saluran II ini adalah 79%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 sagu rumbiaGampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuenmulai dari tingkat produsen sampai tingkat konsumen. Adapun rincian keuntungan lembaga pemasaran sagu rumbiadari masing-masing saluran dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Keuntungan Lembaga Pemasaran Pada Saluran I

Untuk mengetahui besarnya keuntungan dari tiap lembaga pemasaran sagu rumbiaGampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen pada saluran I dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel. 6. Keuntungan Lembaga Pemasaran Sagu Rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten BireuenSaluran I

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
Produsen		
1. Harga Jual	2.100	23,33
Pedagang Pengumpul		
1. Harga Beli	2.100	23,33
2. Biaya Pemasaran		
a) Biaya Transportasi	500	5,56
b) Biaya Bongkar Muat	100	1,11
c) Biaya Penjemuran	200	2,22
d) Biaya Pengemasan	100	1,11
3. Marjin Pemasaran	4.400	48,89
4. Keuntungan Pemasaran	3.500	38,89
Pedagang Besar		
1. Harga Beli	6.500	72,22
2. Biaya Pemasaran		
a) Biaya Transportasi	300	3,33
b) Biaya Bongkar Muat	100	1,11
c) Biaya Pekerja Toko	100	1,11
3. Marjin Pemasaran	2.500	27,78
4. Keuntungan Pemasaran	2.000	22,22
Harga Beli Konsumen	9.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa total keuntungan lembaga pemasaran pada saluran I ini diperoleh dengan menggunakan rumus berikut :

$$Kp = Kp1 + Kp2$$

$$Kp = Rp.3.500,-/kg + Rp.2.000,-/kg$$

$$Kp = Rp.5.500,-/kg$$

Jadi total keuntungan pemasaran sagu rumbia pada sistem pemasaran saluran I dalam memasarkan sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen hingga tersalur sampai pada

konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 5.500,-/kg. Dengan kata lain total keuntungan pemasaran pada saluran I ini adalah 61,11% dari total harga beli konsumen.

2) Keuntungan Lembaga Pemasaran Pada Saluran II

Untuk mengetahui besarnya keuntungan dari tiap lembaga pemasaran sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen pada saluran II dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 7. Keuntungan Lembaga Pemasaran Sagu Rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen Saluran II

Uraian	Rp/ Kg	Persentase (%)
Produsen		
1. Harga Jual	2.100	21,00
Pedagang Pengumpul		
1. Harga Beli	2.100	21,00
2. Biaya Pemasaran		
a) Biaya Transportasi	500	5,00
b) Biaya Bongkar Muat	100	1,00
c) Biaya Penjemuran	200	2,00
d) Biaya Pengemasan	100	1,00
3. Marjin Pemasaran	4.400	44,00
4. Keuntungan Pemasaran	3.500	35,00
Pedagang Besar		
1. Harga Beli	6.500	65,00
2. Biaya Pemasaran		
a) Biaya Transportasi	300	3,00
b) Biaya Bongkar Muat	100	1,00
c) Biaya Pekerja Toko	100	1,00
3. Marjin Pemasaran	1.500	15,00
4. Keuntungan Pemasaran	1.000	10,00
Pedagang Pengecer		
1. Harga Beli	8.000	80,00
2. Biaya Pemasaran		
a) Biaya Transportasi	100	1,00
b) Biaya Pekerja Toko	100	1,00
3. Marjin Pemasaran	2.000	20,00
4. Keuntungan Pemasaran	1.800	18,00
Harga Beli Konsumen	10.000	100,00

Sumber: Data primer (diolah), Tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa total keuntungan lembaga pemasaran pada saluran II ini diperoleh dengan menggunakan rumus berikut.

$$Kp = Kp1 + Kp2 + Kp3$$

$$Kp = Rp.3.500,- + Rp.1.000,- +$$

$$Rp.1.800,-$$

$$Kp = Rp.6.300,-/kg$$

Jadi total keuntungan pemasaran sagu rumbia pada sistem pemasaran saluran II dalam memasarkan sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen hingga tersalur sampai pada konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 6.300,-/kg. Dengan kata lain total keuntungan pemasaran pada saluran II ini adalah 63% 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 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 sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang 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 sagu rumbia pada saluran I

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

$$Mp = \left(\frac{Rp.9.000 - Rp.2.100}{Rp.9.000} \right) \times 100\%$$

$$Mp = 76,67\%$$

Pemasaran sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen yang dilakukan oleh pedagang pengumpul dan pedagang besar selaku lembaga pemasaran pada saluran I diperoleh nilai persentase 76,67%. Dari nilai persentase tersebut dapat dipahami bahwa selisih harga beli dari produsen dengan harga jual kepada konsumen akhir adalah 76,67% yaitu pedagang pengumpul membeli sagu rumbia dari pemilik agroindustri sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen dengan harga Rp. 2.100,-/kg, dan dijual oleh pedagang pengecer untuk konsumen akhir dengan harga Rp. 9.000,-/kg, maka besarnya selisih harga jual dengan harga beli (margin) adalah Rp.6.900,-/kg..

b. Presentase bagian yang diterima oleh pengusaha pada saluran I

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

$$F = \left(1 - \frac{Rp.6.900}{Rp.9.000} \right) \times 100\%$$

$$F = 23,33\%$$

Dari nilai persentase tersebut dapat dipahami bahwa besarnya bagian yang diterima oleh pemilik agroindustri sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen selaku produsen sagu rumbia adalah 23,33% 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.2.100,-/kg.

2) Efisiensi Pemasaran Pada Saluran II

Seperti halnya pemasaran pada saluran I, pemasaran sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup

Kecamatan Kutablang 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 sagu rumbia pada saluran II

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

$$Mp = \left(\frac{Rp.10.000 - Rp.2.100}{Rp.10.000} \right) \times 100\%$$

$$Mp = 79\%$$

Pemasaran sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen yang dilakukan oleh pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer selaku lembaga pemasaran pada saluran II diperoleh nilai persentase 79%. Dari nilai persentase tersebut dapat dipahami bahwa selisih harga beli dari produsen dengan harga jual kepada konsumen akhir adalah 79% yaitu pedagang pengumpul membeli sagu rumbia dari pemilik agroindustri sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen dengan harga Rp. 2.100,-/kg, dan dijual oleh pedagang pengecer untuk konsumen akhir dengan harga Rp. 10.000,-/kg, maka besarnya selisih harga jual dengan harga beli (margin) adalah Rp.7.900,-/kg.

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

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

$$F = \left(1 - \frac{Rp.7.900}{Rp.10.000} \right) \times 100\%$$

$$F = 21\%$$

Dari nilai persentase tersebut dapat dipahami bahwa besarnya bagian yang diterima oleh pemilik agroindustri sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup

Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen selaku produsen sagu rumbia adalah 21% dari harga jual pedagang pengecer kepada konsumen akhir. Ini bermakna bahwa dengan harga jual pedagang pengecer kepada konsumen akhir sebesar Rp. 10.000,-/kg, maka besarnya bagian yang diterima pemilik usaha adalah Rp.2.100,-/kg.

Berdasarkan hasil perhitungan persentase margin pemasaran dan persentase bagian yang diterima pemilik agroindustri sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen dapat disimpulkan bahwa kedua saluran pemasaran tergolong tidak efisien. Dari kedua saluran pemasaran tersebut yang paling efisien dalam memasarkan sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen adalah menggunakan saluran I yaitu produsen → pedagang pengumpul → pedagang besar → konsumen akhir. Hal ini dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran pada saluran I bernilai lebih rendah dibandingkan yang diperoleh lembaga pemasaran pada saluran II yaitu $76,67\% < 79,00\%$, dan nilai persentase bagian yang diterima pemilik agroindustri sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen pada saluran I bernilai lebih tinggi dibandingkan yang diperoleh bagian yang diterima pemilik agroindustri pada saluran II yaitu sebesar $23,33\% > 21,00\%$.

KESIMPULAN

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

- 1) Proses pemasaran sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen dilakukan melalui 2 (dua) saluran pemasaran yaitu Saluran I = produsen → pedagang pengumpul → pedagang

- besar → konsumen akhir.
 Saluran II = produsen → pedagang pengumpul → pedagang besar → pedagang pengecer → konsumen akhir
- 2) Dari kedua saluran pemasaran tersebut yang paling efisien dalam memasarkan sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen adalah menggunakan saluran I yaitu produsen → pedagang pengumpul → pedagang besar → konsumen akhir. Hal ini dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran pada saluran I bernilai lebih rendah dan nilai persentase bagian yang diterima pemilik agroindustri bernilai lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, Ratna, Winandi. 2009. Analisis Ekonomi Rumah Tangga Petani Tanaman Pangan di Provinsi Lampung. *Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian*, Vol 1, No 1.
- Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT). 2008. *Teknologi budidaya Tanaman Pangan*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2015. *Bireuen Dalam Angka 2015*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bireuen.
- Elly, Jumiati, 2013. Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal Agrisistem*, Desember 2013, Vol. 4 No. 2.
- Fitria, Dina Riana. 2006. *Teori Pemasaran, Aspek Pasar dan Strategi Pemasaran Perusahaan Agribisnis*. Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.
- Haryanto, B. dan P. Pangloli. 2006. *Potensi dan Pemanfaatan Sagu*. Kanisius. Yogyakarta.
- Heyne, K. 2012. *Tumbuhan Berguna Indonesia I*, Badan LitBang Dep. Kehutanan, Yayasan Sarana Wana Jaya, Jakarta.
- Ika Novita Sari, 2012. Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung Di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Agronobis*, Vol. 3, No. 5, Maret 2012.
- Indarto, Walujo Djoko, 2006, *Jalur Distribusi dan promosi Obligasi Retail*, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan*.
- Kotler, Phillip. 2008, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Mubyarto. 2007. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan ekonomi dan Sosial (LP3ES) Edisi ke-3.
- Rustiani, Frida, 2009. *Mengenal Usaha Pertanian Kontrak (Contract Farming)*. Bandung: Yayasan Akatiga
- Salam, W.A, 2008. *Sagu Tanaman Alternatif untuk Memanfaatkan Lahan Rawa Pasang Surut Sebagai Lumbung Pangan*. *Buletin Pertanian Th IV (19)*.
- Soekartawi, 2006. *Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern*, Pustaka Harapan, Jakarta.
- Sudiyono, 2010. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Swastha, 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama, UST Press, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT Andy Offset
- Zuraida, 2015. Efisiensi Pemasaran Kacang Tanah (*Arachis Hypogaea* L) Di Kelurahan Landasan Ulin Tengah Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal AGRIFOR Volume XII Nomor 1*, Maret 2015.

