

**ANALISIS PENDAPATAN DAN SALURAN PEMASARAN PRODUKSI
LIDI DI DESA DAPENDA KECAMATAN BATANG – BATANG
KABUPATEN SUMENEP**

*(Studi kasus pada Home Industri ibu Suriyah di Desa Dapenda Kecamatan
Batang-Batang Kabupaten Sumenep)*

Oleh: Meliatul Fitriyah

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) menganalisis nilai *return cost ratio* (R/C) pada produksi Lidi di daerah penelitian di daerah penelitian, (2) menganalisis margin, share biaya, share keuntungan, (3) mengetahui efisiensi pemasaran produksi lidi di daerah penelitian. Metode penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan dengan metode *purposive* yaitu di desa Dapenda Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) R/C ratio pada produksi Lidi menunjukkan nilai $1,2 > 1$ maka usaha produksi Lidi di daerah penelitian efisien dan layak diusahakan, (2) hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran pada produksi Lidi yaitu, I petani – pengepul/CV – pedagang desa – konsumen, II petani – pengepul/CV – pedagang besar luar kota. Pada saluran I untuk pengepul ke pedagang desa dengan nilai margin Rp. 500,00, share biaya pemasaran 32,00%, share keuntungan 68,00% dan untuk pedagang desa ke konsumen dengan nilai margin Rp. 500,00, share biaya pemasaran 20,00%, share keuntungan 80,00%. Sedangkan untuk jalur pemasaran II yaitu dari pengepul ke pedagang besar luar kota dengan nilai margin Rp. 1250, share biaya pemasaran 28%, share keuntungan 52,00%, (3) Saluran pemasaran I mempunyai nilai *farmer's share* yang paling rendah dan efisien dengan nilai 1,5% untuk pedagang desa, dan 2,7% untuk pengepul. Sedangkan saluran pemasaran II diperoleh nilai *farmer's share* teringgi 5,2% untuk pengepul.

Kata Kunci : produksi, lidi, efisiensi, margin, farmer's share

PENDAHULUAN

Latra Belakang

Tanaman Kelapa dapat digunakan dalam berbagai hal dalam memberikan kebutuhan bagi petani Indonesia. Di Indonesia sendiri tanaman Kelapa tumbuh subur dan merupakan negara dengan penghasil kelapa dengan tingkat penguasaan tanaman kelapa sebesar 98% yang merupakan perkebunan rakyat (Thantiyo, 2010).

Sebagai komoditas yang berpola agribisnis, maka tanaman kelapa tak cukup buahnya saja yang dipasarkan, tetapi lidi dari daun kelapa tersebut dapat dipasarkan dan diolah lebih lanjut dengan cara yang sederhana dalam kegiatan produksi lidi. Di Kabupaten sumenep terutama di lokasi penelitian terdapat industri produksi Lidi. Dari hasil interview peneliti dengan pemilik produksi Lidi,

dimana ibu Suriyah adalah nama pemilik dari usaha produksi Lidi tersebut menjelaskan bahwa usaha produksi Lidinya merupakan usaha produksi Lidi terbesar di Batang- Batang, pasalnya banyak pemilik usaha kecil rumahan dan para petani disana membeli dan menjual Lidinya pada ibu Suriyah.

Untuk penyediaan Lidi, usaha rumahan ini tidak mengalami kesulitan, mengingat di daerah Batang-Batang merupakan salah satu penghasil Kelapa terbaik yang ada di Sumenep dengan luas lahan 8.035,85 Ha, khususnya didaerah dekat pesisir yang mana mayoritas hampir semua tanahnya di tanami pohon Kelapa, (BPS 2017).

Beberapa hambatan menyangkut prospek pengembangan agroindustri produksi lidi yang ada yaitu (1) teknologi pengolahan yang masih sangat tradisional sehingga kegiatan produksinya belum dapat berlangsung secara optimal, (2) kegiatan usaha masih bersifat sederhana dan dalam skala rumah tangga sehingga belum memperhatikan berapa perincian biaya yang akan dikeluarkan, (3) penggunaan/pemilikan modal yang masih terbatas, (4) prasarana dan sarana yang minim, dan (5) perhatian pemerintah yang dianggap kurang.

Adapun permasalahan ditingkat pemasaran diantaranya terjadinya fluktuasi pada harga komoditi Lidi yang menyebabkan ketidakstabilan pendapatan pemasok atau produsen dan daya beli konsumen. Keadaan seperti ini akan memperbesar resiko pemasaran dengan bengkaknya biaya pemasaran dan tidak efisiennya pelaku usaha dalam dunia usaha. Permasalahan lainnya adalah masing-masing pelaku pasar masih ada yang tidak serius memperlakukan barang yang mereka pasarkan, umumnya hal ini disebabkan karena tidak pahamnya para pelaku pasar dalam mekanisme pemasaran.

Berdasarkan uraian di atas, usaha produksi Lidi merupakan kajian yang menarik untuk diteliti mengenai analisis pendapatan dan pemasaran pada agroindustri usaha produksi Lidi di desa Dapenda Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep. Adapun rumusan masalah, sebagai berikut : a. Berapa besar tingkat efisiensi usaha produksi Lidi di Desa Dapenda Kecamatan Batang-Batang?, b. Berapa besar Marjin, *Share* Biaya, dan *Share* Keuntungan yang diperoleh dari setiap saluran pemasaran pada produksi Lidi di Desa Dapenda Kecamatan Batang-Batang?, c. Apakah pemasaran pada usaha produksi Lidi di Desa Dapenda Kecamatan Batang-Batang efisien?

METODE PENELITIAN

Peneliti menetapkan objek penelitian ini secara *purposive*(sengaja) yaitu dengan alasan tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Selain itu juga berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sirangimbun dan Effendi, 1995).

Peneliti menetapkan penelitian ini bersifat deskriptif dan kuantitatif, yang dilaksanakan di Desa Dapenda Kec. Batang-batang Kab. Sumenep. Penetapan lokasi tersebut karena sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu salah satu sentra penghasil Produksi Lidi. Penelitian ini dilakukan dari bulan Februari 2018.

Sumber Data

Peneliti menetapkan sumber data dengan metode sebagai berikut :

1. Data primer, didapat dari hasil wawancara dengan para karyawan dan ibu Suriyah selaku pemilik usaha produksi Lidi yang dilakukan melalui tanya jawab secara tatap muka kepada pihak terkait penelitian yang diajukan di daftar pertanyaan.
2. Data sekunder, data pendukung yang berasal dari buku Kecamatan Dalam Angka 2017, BPS 2017, dan dari lembaga kantor Kecamatan Batang-Batang yang memiliki hubungan dengan penelitian (Suryana, 2010).

Metode Pengumpulan Data

Peneliti menetapkan metode pengumpulan data untuk memperoleh data yang diinginkan melalui :

1. Metode observasi

Peneliti mengamati fenomena yang terjadi pada usaha produksi Lidi milik ibu Suriyah, kemudian mengumpulkan data-data dengan terjun langsung berpartisipasi terhadap objek penelitian untuk memperoleh data yang diinginkan.

2. Metode interview

Peneliti melakukan wawancara secara langsung melalui tatap muka dengan ibu Suriyah selaku pemilik usaha produksi Lidi sesuai dengan pedoman peneliti dalam daftar pertanyaan yang kemudian dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dalam memperoleh informasi (Arikunto, 2006).

Analisi Data

1. Analisis Biaya

Analisis Biaya (*Cash Total*) yang digunakan maka terlebih dahulu harus mengetahui biaya tetap (*Fixed Cost*) dan Biaya Variable (*Variabel Cost*). Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Ket :

TC : *Total Cost* (biaya total)

TFC : *Total Fixed* (total biaya tetap)

TVC : *Total Variable Cost* (total biaya variable)

2. Analisis Penerimaan

Peneliti menetapkan teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa kuantitatif, seperti biaya, penerimaan, laba usaha produksi Lidi. Sedangkan analisa penerimaan adalah suatu teknik analisa yang menghitung elemen dari biaya produksi, hasil produksi yang diperoleh, dan harga jual saat penelitian dilakukan. Adapun analisis penerimaan yang digunakan, sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Ket:

TR : Jumlah penerimaan

P : Tingkat harga jual

Q : Jumlah produksi

3. Analisis Pendapatan

Pendapatan ditentukan oleh dua hal, yaitu penerimaan dan biaya. Pendapatan diperoleh dengan mengurangi penerimaan total dengan biaya total. Pendapatan usaha produksi Lidi didapat dari selisih antara penerimaan dengan biaya total produksi. Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh maka dapat

dikatakan bahwa usaha produksi Lidi secara umum adalah mencari keuntungan yang maksimum dengan pengorbanan dan biaya serendah-rendahnya.

Sedangkan untuk menghitung pendapatan yang di peroleh dalam suatu usaha tani digunakan rumus (Soekartawi, 1995) :

$$Y = TR - TC$$

Ket :

Y : Pedapatan

TR : Jumlah penerimaan

TC : Total biaya yang digunakan.

4. Efisiensi Usaha Produksi Lidi

Untuk menganalisis tingkat keuntungan usaha produksi Lidi digunakan rumus sebagai berikut:

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{\text{penerimaan (revenue)}}{\text{Biaya (cost)}}$$

Rasio ini digunakan untuk melihat penerimaan setiap rupiah biaya yang direalisasikan dalam proses produksi. Berikut kriteria pengambilan keputusan dalam analisis ini :

- Usaha produksi Lidi yang dilakukan memperoleh keuntungan dan layak untuk diusahakan, jika $R/C \text{ Ratio} > 1$.
- Usaha produksi Lidi yang dilakukan mengalami kerugian dan tidak layak untuk diusahakan, jika $R/C \text{ Ratio} < 1$.
- Usaha produksi Lidi tidak memperoleh keuntungan atau tidak mengalami kerugian (impas), jika $R/C \text{ Ratio} = 1$.

5. Analisis Pemasaran

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini dalah analisis secara kuantitatif seperti perhitungan margin, *share* biaya, *share* keuntungan dan efesiensi pemasaran

- Untuk melihat efesiensi subsistem distribusi adalah dengan melihat besarnya margin yang terjadi dalam suatu rangkaian rantai tata niaga yang ada dengan melihat *share* dari biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran yaitu dengan rumus :

$$M = BP + K \text{ atau } M = P_r - P_f$$

Ket :

M : Marjin Pemasaran

BP: Biaya Pemasaran

K : Keuntungan

P_r : Harga di tingkat Konsumen

P_f : Harga di tingkat Produsen

Sedangkan *share* biaya lembaga pemasran ke i adalah :

$$SB = \frac{Bi}{P_r - P_f} \times 100\%$$

Sedangkan untuk *share* keuntungan lembaga pemasaran ke i yaitu :

$$Ski = \frac{K}{P_r - P_r} \times 100\%$$

$$K = P_{ji} - P_{bi} - B_{ji}$$

Ket :

Ski : *share* keuntungan lembaga pemasaran ke I ($i = 1$ adalah petani, $i = 2$ adalah tengkulak, dan $i = 3$ adalah pengepul)

Ki : keuntungan lembaga pemasran ke i

- P_{ji} : Harga jual lembaga ke i
 P_{bi} : Harga beli lembaga ke i
 B_{ji} : Biaya pemasaran lembaga ke I dengan berbagai jenis biaya ke 1 sampai ke n
2. Perhitungan Efisiensi Pemasaran
 Menurut soekartawi (2002) untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat digunakan rumus sebagai berikut :
- $$EP = TB/TNP \times 100\%$$
- Jika Ep yang nilainya terkecil = efisien
 Dimana :
 TB : Total Biaya
 TNP : Total Nilai Produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Usaha Produksi Lidi

Analisis Biaya

a. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada jumlah produksi. Biaya tetap misalnya biaya penyusutan alat-alat produksi dan biaya sewa tanah.

No	Jenis biaya	Jumlah (Rp)	Presentase (%)
1	Biaya penyusutan alat-alat produksi	247.119	83,2
2	Biaya sewa lahan	50.000	16,83
Jumlah		297.119	100

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel menunjukkan bahwa rata-rata jumlah biaya tetap sebesar Rp. 297.119 dari jumlah tersebut, yang paling banyak adalah biaya sewa lahan yaitu sebesar Rp. 50.000 dengan nilai persentase 16,83%.

b. Biaya Variabel

Biaya variabel yang dikeluarkan pada usaha produksi lidi di Desa Dapenda Kecamatan Batang – Batang Kabupaten Sumenep

No	Jenis biaya	Biaya Variabel (Rp)	Presentase (%)
1.	Bahan baku (kg) KW 1	144.000.000	68,76
2.	Bahan baku (kg) KW 2	60.000.000	28,65
3.	Tali rafia (kg)	313.000	0,15
4.	Upah karyawan laki-laki	1.500.000	0,72
5.	Upah karyawan perempuan	3.600.000	1,72
Jumlah		209.413.600	100

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel maka rata-rata biaya untuk bahan baku kw 1 merupakan biaya yang paling banyak digunakan yaitu sebesar Rp. 144.000.000 dengan nilai persentase 68,78% sedangkan penggunaan bahan baku Kw 2 hanya sebesar Rp. 60.000.000 dengan nilai persentase 28,65%.

Biaya tenaga kerja yang digunakan dalam produksi Lidi di sini meliputi karyawan laki-laki dengan biaya Rp. 1.500.000 dengan persentase 0,17%, sedangkan untuk karyawan perempuan sebesar Rp. 3.600.000 dengan persentase 1,72%. Biaya tali rafia merupakan biaya terkecil dengan sebesar Rp. 313.000 yang memiliki nilai persentase 0,15%.

c. Biaya Total

Total biaya yang dikeluarkan pada usaha produksi lidi di Desa Dapenda kecamatan Batang – Batang

No	Jenis biaya	Jumlah biaya	Presentase (%)
1	Biaya tetap	247.119	83,2
2	Biaya variabel	209.415.600	16,83
Jumlah		209.710.719	100

Sumber : Data Primer Diolah 2018

d. Penerimaan

Total Jumlah Penerimaan Produksi Lidi Di Desa Dapenda Kecamatan Batang – Batang

No	Uraian	Jumlah (Rp)
1.	Jumlah Lidi Kw 1	24.000 x 7.500
2.	Jumlah Lidi Kw 2	12.000 x 6000
Jumlah Penerimaan		252.000.000

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel bahwa total jumlah produksi yang dihasilkan pendapatan usaha produksi Lidi pada Kw 1 yaitu sebesar 24.000 Kg sedangkan pada Kw 2 sebesar 12.000 Kg, dan untuk harga jual pada waktu penelitian adalah Rp. 7500/Kg pada Kw 1 sedangkan pada Kw 2 Rp. 6000/Kg sehingga total jumlah penerimaan produksi Lidi sebesar Rp. 252.000.000.

e. Pendapatan

Pendapatan suatu usaha produksi Lidi adalah merupakan selisih antara jumlah penerimaan setelah dikurangi dengan biaya total. Tabel dibawah ini adalah jumlah pendapatan produksi lidi.

Pendapatan Produksi Lidi Desa Dapenda Kecamatan Batang – Batang

Uraian	Jumlah
Penerimaan - Biaya total	252.000.000 – 209.160.600
Pendapatan	42.586.400

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Dari Tabel dapat dilihat bahwa pendapatan produksi Lidi adalah Rp. 42.586.400, artinya usaha Produksi Lidi di Desa Dapenda Kecamatan Batang –Batang menguntungkan.

f. Efisiensi

Suatu usaha produksi Lidi untuk mengetahui efisien atau tidak efisiennya maka diperlukan R/C ratio dimana R/C ratio merupakan perbandingan antara jumlah penerimaan dengan jumlah biaya total. Seperti tampak pada Tabel dibawah ini.

Uraian	Jumlah (Rp)
Penerimaan	252.000.000
Biaya total	209.710.719
R/C Ratio	1,2

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel menunjukkan bahwa hasil R/C ratio sebesar 1,2 artinya setiap satu satuan pengorbanan akan mendapatkan tambahan sebesar 0,2 satuan sehingga usaha produksi Lidi yang dilakukan di Desa Dapenda Kecamatan Batang –Batang sudah efisien dan layak untuk diusahakan.

Analisis pemasaran

1. Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah dengan cara menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang diinginkan per unit, atau harga jual ditingkat konsumen (*preve retailer*) dikurangi harga tingkat produsen (*preve farmer*) untuk lebih jelasnya pada tabel dibawah ini di sajikan marjin pemasaran produksi Lidi di Desa Dapenda Kecamatan Batang-Batang Kabupten Sumenep pada setiap saluran distribusi atau lembaga pemasaran.

Dari hasil penelitian diperoleh hasil marjin pemasaran yang dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

Data Marjin Pemasaran Produksi Lidi

SP	Lembaga pemasaran	Tujuan Pemasaran	Harga jual (Rp/Kg)	Harga beli (Rp/Kg)	Margin pemasaran
I	Petani	Pengepul	5.500	-	-
	Pengepul	P. Desa	6.000	5.500	500
	P. Desa	Konsumen	6.500	5.500	500
	Konsumen	-	-	-	-
II	Petani	Pengepul	5.500	-	-
	Pengepul	P.Besar (luar kota)	6.750	5.500	1.250

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Rumus yang digunakan : $M = P_r - P_f$

Dimana :

M : Marjin Pemasaran

P_r : Harga di tingkat Konsumen

P_f : Harga di tingkat Produsen

Dari Tabel diatas diketahui bahwa marjin pemasaran untuk saluran pemasaran I untuk pengepul adalah sebesar Rp 500,- per Kg dan P. Desa adalah sebesar Rp 500,- per Kg. Sedangkan marjin pemasaran saluran II untuk pengepul adalah sebesar Rp 1.250,- per Kg, dengan demikian bahwa marjin pemasaran setiap saluran pemasaran berbeda ditingkat pengepul dan Pedagang Desa.

2. Analisis *Share* Biaya Pemasaran Produksi Lidi

Pada analisis *share* biaya yang akan dianalisis adalah biaya pemasaran yang dikeluarkan dibagi selisih harga ditingkat konsumen dengan harga jual ditingkat produsen dikalikan seratus persen. Berikut ini tabel yang menyajikan hasil *share* biaya pemasaran produksi Lidi di Desa Dapenda Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep.

SP	Lembaga pemasaran	Tujuan pemasaran	Margin (Rp)	Total biaya	Share (%)
I	Petani	Pengepul	-	-	-
	Pengepul	P. Desa	500	160	32,00%
	P. Desa	Konsumen	500	100	20,00%
	Konsumen	-	-	-	-
II	Petani	Pengepul	-	-	-
	Pengepul Pedang besar (luar kota)	Pedagang besar (luar kota)	1.250 -	350 -	28,00% -

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Rumus yang digunakan :

$$SB = \frac{Bi}{P_r - P_f} \times 100$$

Dimana :

SB : *Share* Biaya

P_r : Harga di tingkat Konsumen

P_f : Harga di tingkat Produsen

Pembahasan :

Saluran Pemasaran I

$$\text{Pengepul} : \frac{160}{500} \times 100\% = 32,00\%$$

$$\text{Pedagang desa} : \frac{100}{500} \times 100\% = 20,00\%$$

Saluran Pemasaran II

$$\text{Pengepul} : \frac{350}{1250} \times 100\% = 28,00\%$$

Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa besarnya biaya pemasaran produksi Lidi tidak sama pada setiap saluran pemasaran. Jika dilihat *share* biaya pemasaran paling rendah adalah saluran pemasaran I yakni 20,00% untuk pedagang desa, untuk pengepul 32,00% merupakan paling tinggi, dan untuk saluran pemasaran II diperoleh 28,00%.

Share biaya yang paling rendah menunjukkan bahwa saluran pemasaran tersebut efisien atau menguntungkan yaitu pada saluran pemasaran I untuk pedagang desa yaitu sebesar 20,00%, sedangkan yang menunjukkan biaya yang paling besar terdapat pada saluran pemasaran untuk pengepul yaitu sebesar 32,00% yang artinya mendapatkan keuntungan rendah.

3. Analisis *Share* Keuntungan Pemasaran Produksi Lidi

Share keuntungan adalah hasil perolehan keuntungan dibagi selisih harga jual ditingkat konsumen dengan harga beli ditingkat produsen dikalikan seratus persen. Pada tabel di bawah ini disajikan *share* keuntungan pada tiap-tiap saluran (lembaga) pemasaran produksi Lidi secara rinci di Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep.

SP	Lembaga Pemasaran	Tujuan Pemasaran	Margin (Rp)	Total Biaya	Keuntungan (Rp)	<i>Share</i> (%)
I	Petani	Pengepul	-	-	-	-
	Pengepul	P. Desa	500	160	340	68,00%
	P. Desa	Konsumen	500	100	400	80,00%
	Konsumen	-	-	-	-	-
II	Petani	Pengepul	-	-	-	-
	Pengepul	Pedagang besar (luar kota)	1.250	350	650	52,00%
	Pedagang besar (luar kota)	-	-	-	-	-

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Rumus yang digunakan :

$$Ski = \frac{K}{P_r - P_f} \times 100\%$$

Ket :

Ski : *share* keuntungan lembaga pemasaran ke I (i = 1 adalah produsen, dan i = 2 adalah pedagang desa)

P_r : Harga di tingkat Konsumen

P_f : Harga di tingkat Produsen

Pembahasan :
Saluran pemasaran I

$$\text{Pengepul} : \frac{340}{500} \times 100\% = 68,00\%$$

$$\text{Pedagang desa} : \frac{400}{500} \times 100\% = 80,00\%$$

Saluran pemasaran II

$$\text{Pengepul} : \frac{650}{1250} \times 100\% = 52,00\%$$

Dari *share* keuntungan yang diperoleh setiap saluran pemasaran produksi Lidi adalah saluran pemasaran I sebesar 68,00% untuk pengepul dan 80,00% untuk pedagang desa. Sedangkan saluran pemasaran II 52,00% untuk pengepul.

4. Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran diperoleh dari hasil total biaya pemasaran dibagi total dengan total nilai produk yang dijual dikali seratus persen. Maka diketahui nilainya sebagai berikut ini. Dari Tabel dibawah ini menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran berbeda-beda menurut jalur distribusi pemasarannya.

SP	Lembaga pemasaran	Tujuan Pemasaran	Harga jual (Rp/Kg)	Harga beli (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)	EP (%)
I	Petani	Pengepul	5.500	-	-	-
	Pengepul	P. Desa	6.000	5.500	160	2,7
	P. Desa	Konsumen	6.750	6.000	100	1,5
	Konsumen	-	-	-	-	-
II	Petani	Pengepul	5.500	-	-	-
	Pengepul	P. Besar	6.750	6.000	350	5,2

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Rumus yang digunakan :

$$EP = TB/TNP \times 100\%$$

Dimana :

TB : Total Biaya

TNP : Total Nilai Produk

Pembahasan :

Efisiensi pemasaran untuk saluran pemasrana I

$$\text{EP Pengepul} : \frac{160}{6000} \times 100\% = 2,7$$

$$\text{EP pedagang desa} : \frac{100}{6750} \times 100\% = 1,5$$

Efisiensi pemasaran untuk saluran pemasaran II

$$\text{EP Pengepul} : \frac{350}{6750} \times 100\% = 5,2$$

KESIMPULAN

- a. Bahwa hasil R/C Ratio pada produksi Lidi di Desa Dapenda Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep menunjukkan nilai yang efisien yaitu 1,2 yang berarti bahwa penggunaan biaya sebesar Rp 1,0 akan memperoleh Rp 0,2 satuan nilai pada usaha produksi Lidi.
- b. Pada saluran pemasaran I diperoleh margin pemasaran yaitu dari pengepul ke pedagang desa sebesar Rp 500, *share* biaya pemasaran 32,00%, maka untuk *share* keuntungan yang diperoleh adalah 68,00% dan pada pedagang desa ke konsumen diperoleh margin Rp 500, *share* biaya pemasaran 20,00%, maka untuk *share* keuntungan diperoleh 80,00%. Sedangkan untuk jalur pemasaran II yaitu dari pengepul ke pedagang besar luar kota diperoleh margin sebesar Rp1250, *share* biaya pemasaran 28%, maka untuk *share* keuntungan diperoleh 52,00%. Dari analisis diatas menunjukkan bahwa margin pemasaran terbesar ada pada saluran pemasaran II, untuk *share* biaya pemasaran terbesar ada pada jalur pemasaran I, dan untuk *share* keuntungan pada jalur pemasaran I dan II memiliki perbedaan.
- c. Bahwa jalur pemasaran produksi Lidi di Desa Dapenda Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep terdapat dua jalur pemasaran dimana berdasarkan hasil analisis efisiensi dengan tingkat efisien terendah atau yang paling efisien yaitu pada jalur pemasaran I diperoleh nilai 1,5% untuk pedagang desa dan 2,7% untuk pengepul. Sedangkan pada saluran pemasaran II diperoleh 5,2% untuk pengepul merupakan tingkat efisien tertinggi.

SARAN

- a. Pengepul disini harusnya mampu menaikkan tingkat jumlah lidi dari petani dengan cara memperluas jaringan agar banyak mendapatkan lidi yang tak hanya berpaku pada satu wilayah. Sehingga dengan adanya penjualan lidi tersebut dapat membantu para petani dari segi ekonomi.
- b. Perlu adanya peningkatan produksi baik secara kualitas maupun kuantitas pada usaha produksi Lidi di Desa Dapenda Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep.
- c. Perlunya pelatihan tentang manajemen pemasaran dengan adanya campur tangan pemerintah secara umum khususnya untuk komoditas Lidi Kelapa.
- d.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I.G.N.,N.H.A. Pasay, Sugiharto. 2008. *Teori Ekonomi Mikro, Suatu Analisis Produksi Terapan*. PT. raja Grafindo. Jakarta.
- Angreni Merita. 2014. *Analss Efisiensi Pemasaran Beras Organik Di Kabupaten Karang Anyar*. Skripsi : UNS
- Anonymous. 2003. *Strategi Pembangunan Pertanian Sebuah Pemikiran Bar*.

Yogyakarta : LAPPERA Pustaka Utama

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.

Badan Pusat Statistik (BPS). *Statistika Indonesia*. Tahun 2007-2011

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep 2017. *Kecamatan Batang-Batang Dalam Angka 2017*. Badan Pusat Staistik Jawa Timur.

Christin, H, Fuad, M, Nurlela, Paulus, Sugiarto, YEF. 2006. *Pengantar Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Daniel, M. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.

Hanafi, M. M. 2004. *Manajemen Keuangan*. Fakultas Ekonomi. UGM. Yogyakarta.

Hayami, Y. et al. 1987. *Agricultural marketing and processing in upland Java. A perspective from a Sunda village*. Bogor: CGPRT Centre.

Hasyim, A. I. 2012. *Tataniaga pertanian*. Penerbit Universitas Lampung. Banadar Lampung.

Husain A. 2004. *Ekonomi Islam: Prinsip, Dasar dan Tujuan*. Yogyakarta: Magistra Insania Press.

Ismail Hermina, 2015. *Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Pembuatan Garam Di Kelurahan Talise Kecamatan Mantikulore Kota Palu*. Skripsi : Universitas Tadulako.

Khotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. PT. Indeks. Jakarata.

Parman. 2009. *Analisis Kontribusi Pendapatan Wanita Nelayan di Kelurahan Pasie Nan Tigo Kecamatan Koto Tangah Kota Padang*. Skripsi : UNS.

Rahmawati, Dwi. 2003. *Pembangunan Agribisnis Dan Agroindustri Di Indonesia*. Departemen Pertanian. Jakarta.

Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Jakarta : Universitas Indonesia.

Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Supardi, S. 2000. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. UNS. Surakarta.

- Surakhmad, W. 1994. *Metode Ilmiah Penelitian. Metode dan Teknik Penelitian*. Tarsito. Bandung.
- Suwarto dan Yuke Oktaviany. 2010. *Budi daya tanaman perkebunan unggulan*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Syafril. 2000. *Estimasi Jumlah Armada Keseimbangan Berdasarkan Potensi Permintaan (Study Kasus Angkutan Kota Trayek Panorama – Sungai Hitam, Kotamadaya Bengkulu)*, Thesis Program Study Transportasi, ITB. Bandung
- Untung, P. 2009. *Kontribusi Pendapatan Petani Karet Terhadap Pendapatan Petani Di Kampung Mencimai*. Skripsi : Universitas Mulawarman Samarinda.
- Wijayanti, T. 2005. *Analisis Finansial Tanaman Kapuk di Kecamatan Gembong Kabupaten Pati*. Skripsi : Universitas Mulawarman Sumatra.