

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN GULA SEMUT DI KECAMATAN LINGSAR KABUPATEN LOMBOK BARAT

Hayati Zuhda*, Herdiana, Sari Novida

Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian Universitas Islam Al-Azhar

Jl. Unizar No.20 Turida, Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia. 83237.

*E-mail: zuhdahayati37@gmail.com

Abstrak: Sektor pertanian memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, disebabkan usaha di sektor pertanian merupakan usaha yang sangat menjanjikan seperti bisnis gula semut yang semakin menjanjikan. Kini usaha-usaha skala kecil sudah mulai merambah ke bisnis gula semut ini karena setiap orang membutuhkan produk gula semut untuk memenuhi gizi harian. Bisnis gula semut yang dilakukan oleh kelompok usaha kecil belum memahami manajemen usaha sehingga usaha mereka tidak bisa berjalan dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran gula semut dan menganalisis efisiensi pemasaran di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat (KTH Emas Hijau dan KTH Giri Madia). Metode penelitian dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran gula semut di Kecamatan Lingsar terdapat dua pola pemasaran yang terjadi yaitu saluran pemasaran 1 dimana pengrajin langsung menjual gula semut ke konsumen dan pola pemasaran 2 dimana pengrajin menjual gula semut pada pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer melakukan penjualan kepada konsumen. Efisiensi pengrajin gula semut di KTH Emas Hijau dan KTH Girimadia Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat di tingkat pengrajin ke pengecer untuk gula semut original sebesar 53.45, gula semut jahe sebesar 54.86 sedangkan di tingkat Pengrajin ke konsumen sebesar 47.51 sedangkan gula semut jahe sebesar 49.37 Dimana semakin rendah nilai efisiensi pemasaran (EP) dari saluran pemasaran maka semakin efisien dan apabila nilai efisiensi pemasaran (EP) <50% maka semakin efisienlah saluran pemasaran tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran 1 merupakan saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomi. Pada saluran pemasaran 2 gula semut di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat belum efisien secara ekonomi, yang ditunjukkan dengan nilai efisiensi pemasaran dari tiap-tiap saluran pemasaran gula semut lebih dari 50 %.

Kata Kunci: efisiensi pemasaran; gula semut; pola saluran pemasaran

Abstract: The agricultural sector has an important role in the national economy, because the business in the agricultural sector is a very promising business such as the ant sugar business which is increasingly promising. Now small scale businesses have started to penetrate the ant sugar business because everyone needs ant sugar products to fulfill their nutritional needs. daily. The ant sugar business carried out by small business groups does not understand business management so that their business cannot run well. This study aims to determine the marketing channel for ant sugar and to analyze marketing

efficiency in Lingsar District, West Lombok Regency (KTH Emas Hijau and KTH Giri Madia). The research method was carried out in a quantitative descriptive manner with a purposive sampling method. The results of this study indicate that the marketing of ant sugar in Lingsar District has two marketing patterns that occur, namely marketing pattern 1 where the craftsmen sell the ant sugar directly to consumers, and marketing pattern 2 where the craftsmen sell the ant sugar to retailers and then the retailers sell it to consumers. The efficiency of ant sugar craftsmen in KTH Emas Hijau and KTH Girimadia, Lingsar District, West Lombok Regency at the craftsman to retailer level for original ant sugar was 53.45, ginger ant sugar was 54.86 while at the craftsman level to consumers was 47.51 while ginger ant sugar was 49.37 which is getting lower the marketing efficiency (EP) value of the marketing pattern is more efficient and if the marketing efficiency (EP) value is $<50\%$, the marketing channel is more efficient. This shows that the pattern of marketing pattern 1 is the most efficient marketing channel economically. in the marketing pattern 2 of ant sugar in Lingsar District, West Lombok Regency, it is not yet economically efficient, as indicated by the marketing efficiency value of each marketing channel of more than 50% of ant sugar marketing.

Keywords: ant sugar; marketing patterns; marketing efficiency

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional. Hal tersebut dapat dilihat dari pembangunan pertanian yang diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Soekartawi, 2005). Salah satu bentuk usaha yang dilakukan oleh masyarakat yaitu bisnis gula semut. Bisnis ini semakin hari semakin menjanjikan, usaha-usaha skala kecilpun sudah mulai merambah ke bisnis gula semut ini karena setiap orang membutuhkan produk gula semut dalam sehari-hari. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, kebutuhan akan gula semut pun meningkat. Hingga kini bisnis gula semut kian menjanjikan karena tingkat konsumsi masyarakat meningkat. Hal ini menimbulkan tingkat persaingan yang tinggi antar sesama industri gula semut.

Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat memiliki beberapa pengusaha gula semut yang tergabung dalam Kelompok Usaha Tani Hutan (KTH), dua diantaranya yaitu KTH Emas Hijau dan KTH Giri Madia. Saat ini, kedua KTH yang mewakili pengusaha gula semut di Kecamatan Lingsar memasarkan produknya dengan dua pola pemasaran yang berbeda. Menurut Hertini et al. (2016), usaha agroindustri gula semut saat ini banyak mengalami kendala diantaranya yang disebabkan oleh tataniaga yang kurang efisien, begitu juga sebaliknya dimana produksi yang tinggi belum tentu secara mutlak akan memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai saluran tataniaga yang baik dan efisien. Berdasarkan uraian latar belakang, maka dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui efisiensi pemasaran gula semut yang dilakukan oleh pengusaha gula semut di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Usaha pengolahan gula

semut memiliki nilai ekonomi nasional yang tinggi, sehingga penelitian ini berkontribusi langsung terhadap hal tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2021-April 2022 di KTH Emas Hijau dan KTH Giri Mada. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu metode yang bertujuan untuk memecahkan masalah pada waktu sekarang dengan cara mengumpulkan, menyusun dan menganalisa serta menginterpretasikan data kemudian menarik kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik survei, yaitu cara pengumpulan data dari sejumlah individu (unit populasi atau sampel) pada kurun waktu bersamaan dengan berpedoman dengan daftar pertanyaan yang dibahas sebelumnya (Singarimbun & Efendi, 2008). Metode analisis data disesuaikan dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pola saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran gula semut di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Analisis saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen kekonsumen. Tingkat saluran pemasaran menurut Abdullah & Tantri (2012), yaitu antara lain: (1) Saluran tingkat nol (saluran langsung), yaitu perajin – konsumen; dan (2) Saluran tingkat satu, yaitu perajin – pengecer – konsumen.

Analisis fungsi pemasaran, yaitu fungsi–fungsi pemasaran akan dianalisis secara deskriptif dengan menggambarkan fungsi–fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran gula semut di KTH Girimadia dan KTH Emas Hijau Kabupaten Lombok Barat. Sedangkan analisis margin pemasaran, yaitu margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai selisih harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya sebuah saluran pemasaran dapat mempengaruhi marginnya, semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasarannya, sebab lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (Sudiyono, 2001).

Secara matematik besarnya margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M : Margin

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf : Harga di tingkat produsen (Rp)

Farmerq's Share Margin, yaitu persentase harga yang diterima petani terhadap harga yang dibayar oleh konsumen. Rumus analisis yang digunakan berdasarkan Sudiyono (2004), yaitu:

$$Sm = \frac{Pp}{Pk} \times 100\%$$

Keterangan :

Sm : *Share Margin* (100%)

Pp : harga yang diterima petani dari pedagang (Rp/Kg)

Pk : harga yang dibayar oleh konsumen (Rp/Kg)

Efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (2002) adalah persentase antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan. Pemasaran tidak akan efisien jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar. Untuk mengukur efisiensi pemasaran digunakan rumus, yaitu:

$$Ep = \frac{TC}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan :

Ep : Efisiensi Pemasaran (%)

TC : Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

TNP : Total Nilai Produk (Rp/Kg)

Bila nilai Ep < 50 %, artinya pemasaran di daerah penelitian sudah efisien.

Bila nilai Ep > 50 %, artinya pemasaran yang terjadi di daerah penelitian belum efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola distribusi gula semut merupakan suatu hal yang perlu dikaji dalam melihat efisiensi pemasaran (Herdiana, 2019). Saluran pemasaran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran gula semut di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Berdasarkan bagan saluran pemasaran gula semut melalui beberapa saluran pemasaran, yaitu:

- a. Pola saluran pemasaran 1 (tingkat 0). Pada saluran pemasaran 1, pengrajin menjual gula semut langsung kepada konsumen. Penjualan dilakukan dengan cara pengrajin gula semut menawarkan gula semut yang diproduksi di pinggir jalan atau dijual di lokasi pasar setempat, yaitu di pasar Karang Bayan setiap hari. Pada saluran 1 pemasaran gula semut juga bertujuan untuk memenuhi permintaan gula semut di Desa Langko dan Desa Girimadia. KTH Giri Madia dan KTH Emas Hijau memiliki 2 varian gula semut di antaranya gula semut original, gula semut rasa jahe, dimana kemasan perbungkus 200 gram. Harga gula semut original Rp 18.000/ bungkus dan harga gula semut rasa jahe dengan harga Rp 20.000/bungkus.
- b. Saluran pemasaran 2 (tingkat I). Pada saluran pemasaran 2, pengrajin menjual gula semut kepada pedagang pengecer kemudian dari pedagang pengecer dijual ke konsumen. Penjualan dilakukan dengan cara pedagang pengecer mendatangi pengrajin, membeli gula semut dengan skala yang sedang. KTH Giri Madia dan KTH Emas Hijau memiliki 2 varian gula semut di antaranya gula semut original, gula semut rasa jahe, dimana kemasan perbungkus 200 gram, pengrajin menjual ke pengecer dengan harga gula semut original Rp 16.000/ bungkus dan harga gula semut rasa jahe dengan harga Rp 18.000/bungkus.

Biaya Produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pengrajin gula semut untuk kegiatan produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap, untuk lebih jelasnya biaya produksi gula semut rata-rata di Kecamatan Lingsar yaitu biaya variabel gula semut original sebesar Rp 92,640,000, sedangkan gula semut rasa jahe memiliki nilai variabel sebesar Rp 107,880,000, sedangkan nilai biaya tetap gula semut rasa jahe sebesar Rp 5,874,000. Total biaya keseluruhan untuk gula semut original sebesar Rp8,514,000, total biaya keseluruham untuk gula semut jahe sebesar Rp. 113,754,000.

Pendapatan merupakan penerimaan yang diterima oleh pengrajin gula semut berdasarkan hasil produksi yang dihasilkan, dimana pendapatan pengrajin gula semut ke konsumen dan pengrajin ke pedagang pengecer langsung. Pendapatan gula semut di KTH Emas Hijau dan KTH Girimadia Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat pertahun menunjukkan bahwa total pendapatan yang di peroleh untuk gula semut original sebesar Rp 391,680,000,-, sedangkan total pendapatan untuk gula semut jahe sebesar Rp 426,240,000.

Keuntungan merupakan penerimaan bersih yang diterima oleh pengusaha gula semut. Keuntungan diperoleh dari pendapatan dikurangi dengan total biaya yang

dikeluarkan keuntungan yang diperoleh dari pengrajin ke konsumen sebesar Rp 108,846,000 untuk gula semut original, untuk gula semut rasa jahe sebesar Rp 116,646,000 sedangkan keuntungan pengecer ke konsumen sebesar Rp 85,806,000 untuk gula semut original dan untuk keuntungan tingkat konsumen gula semut rasa jahe sebesar Rp 93,606,000.

Marjin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (Sudiyono, 2001). Nilai *share margin* diperoleh dengan total biaya dibagi dengan jumlah pendapatan, diperoleh nilai *share margin* untuk gula semut original sebesar 25.15, sedangkan *share margin* gula semut rasa jahe dengan nilai sebesar 25.99. Hal ini menunjukkan bahwa peluang bisnis gula semut layak untuk dikembangkan 98,514,000, total biaya keseluruhan untuk gula semut jahe sebesar Rp 113,754,000.

Pendapatan merupakan penerimaan yang diterima oleh pengrajin gula semut berdasarkan hasil produksi yang dihasilkan. Pendapatan pengrajin gula semut ke konsumen dan pengrajin ke pedagang pengecer langsung. pendapatan gula semut di KTH Emas Hijau dan KTH Girimadia Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat pertahun menunjukkan bahwa total pendapatan yang di peroleh untuk gula semut original sebesar Rp 391,680,000,-, sedangkan total pendapatan untuk gula semut jahe sebesar Rp 426,240,000.

Efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (2002) adalah persentase antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan. Pemasaran tidak akan efisien jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar. Pemasaran proses mengalirnya barang/produk dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Nilai efisiensi pengecer ke konsumen gula semut original sebesar 53.45, sedangkan gula semut rasa jahe sebesar 54.86, efisiensi pengrajin ke konsumen gula semut original sebesar 47.51 sedangkan gula semut jahe sebesar 49.37, bahwa nilai efisiensi yang dimiliki <50, artinya bahwa pengusaha gula semut di Kecamatan Lingsar layak untuk dikembangkan (Tabel 1).

Tabel 1. Perhitungan efisiensi pemasaran gula semut di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat

No.	Uraian Biaya Produksi	Produk Gula Semut	
		Original (Rp)	Rasa Jahe (Rp)
1.	Biaya Variabel	92,640,000	107,880,000
2.	Biaya Tetap	5,874,000	5,874,000
	Total Biaya	98,514,000	113,754,000
3.	Pendapatan pengrajin ke konsumen	207,360,000	230,400,000
4.	Pendapatan pengrajin ke pengecer	184,320,000	195,840,000
	Total Pendapatan	391,680,000	426,240,000
	Keuntungan pengrajin ke konsumen	108,846,000	116,646,000
	Keuntungan pengrajin ke pengecer	85,806,000	93,606,000
	Share margin	25.15	25.99
	Efisiensi pengrajin ke konsumen	47.51	49.37
	Efisiensi pengecer ke konsumen	53.45	54.86

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan yaitu pola pemasaran gula semut di Kecamatan Lingsar terdapat dua pola pemasaran yang terjadi yaitu saluran pemasaran 1 yaitu pengrajin langsung menjual gula semut ke konsumen dan pola pemasaran 2 yaitu pengrajin menjual gula semut pada pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer melakukan penjualan kepada konsumen. Efisiensi pengrajin gula

semut di KTH Emas Hijau dan KTH Girimadia Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat di tingkat pengrajin ke pengecer untuk gula semut original sebesar 53.45 dan gula semut jahe sebesar 54.86 sedangkan di tingkat pengrajin ke konsumen sebesar 47.51 untuk gula semut original dan gula semut jahe sebesar 49.37. Semakin rendah nilai efisiensi pemasaran (EP) dari saluran pemasaran maka semakin efisien dan apabila nilai EP <50% maka semakin efisienlah saluran pemasaran tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran 1 merupakan saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliudin, N., Sariyoga, S., & Anggraeni, D. (2011). Efisiensi dan pendapatan usaha gula aren cetak (Kasus pada perajin gula aren cetak di Desa Cimenga, Kecamatan Cijaku, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten). *Jurnal Agro Ekonomi*, 29(1), 71-85.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Butar, B. B. (2018). Analisis Tingkat Pendapatan dan Pengembangan Usahatani Kakao di Kecamatan Mandailing Kabupaten Karo. Universitas HKBP Nommensen.
- Dinas Pertanian dan Perkebunan Pemprov NTB. (2020). *Luas Panen Aren di NTB Tahun 2016-2020*. Mataram: Dinas Pertanian dan Perkebunan Pemprov NTB.
- Febrianto. (2011). *Manajemen Proyek Penjadwalan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Harifuddin. (2011). Analisis margin dan efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkep. *Agribisnis*, 10(September), 38-48.
- Hasyim, A. I (2012). *Tataniaga Pertanian. Diklat Kuliah*. Lampung: Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
- Herdiana. (2019). Analisis pola distribusi usaha telur ikan terbang di Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar. *Ganec Swara*, 13(1), 23-29.
- Hertini, E. S., Hermantoro, H., & Manumono, D. (2016). *Jurnal Agroteknose*, 7(2), 61-65.
- Heryani, H. (2016). *Kegunaan Gula dan Strategi Pengembangan Produk*. Banjarmasin: Lambung Mangkurat University Press.
- Jannah, M. (2018). Analisis pengaruh biaya produksi dan tingkat penjualan terhadap laba kotor. *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syari'ah*, 4(1), 87-112.
- Kotler, A. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- La Jauda, R., Laoh, O. E. H., & Timban, J. F. (2016). Analisis pendapatan usahatani kakao di Desa Tikong, Kematan Talibu Utara, Kabupaten Kepulauan Sula. *Agri-Sosioekonomi*, 12(2), 33- 40.
- Lubis, R. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Gula Aren (Studi Kasus: Desa Ranjo Batu Kecamatan Muara Sipongi Kabupaten Mandailing Natal). Universitas Medan Area.
- Mustaufik, M., Tobari, T., & Nurul, H. (2014). Peningkatan mutu produksi dan pemasaran gula semut beriodium di Koperasi Serba Usaha (KSU) Ligasirem Sumbang-Banyumas. *Jurnal Performance*, 19(1): 68-84.
- Rahim, A., & Hastuti, D. R. D. (2007). *Ekonomika Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Saragih, B. (2001). *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Shafira, K., Fauzia, L., & Iskandarini. (2015). Analisis kelayakan usaha gula aren (Studi kasus Desa Mancang Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat. *Jurnal on Social Economic of Agriculture and Agribusiness*, 4(9), 1-13.
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- (2005). *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Soleh, E. D. (2010). Prospek pengembangan tanaman aren (*Arenga pinnata* Merr) mendukung kebutuhan bioetanol di Indonesia. *Perspektif*, 9(1), 36-46.
- Sudiyono. (2001). *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sugiyowati, L., Karno, K., & Ekowati, T. (2015). Strategi pengembangan agroindustri gula aren di Kabupaten Kendal. *Agromedia: Berkala Ilmiah Ilmu-ilmu Pertanian*, 33(1), 1-12.
- Zonneveld, N., Huisman, E. A., & Boon, J.H. (1991). *Prinsip-Prinsip Budidaya Ikan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.