

Efisiensi Saluran Pemasaran Produk Olahan Lanting di Desa Lemah Duwur Kecamatan Kuwarasan Kabupaten Kebumen

Siti Ma'fiah¹, Pujiati Utami¹, Watemin¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Perikanan,
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ARTICLE INFO

Article history:

DOI:

[10.30595/pspfs.v8i.1466](https://doi.org/10.30595/pspfs.v8i.1466)

Submitted:

12 February, 2025

Accepted:

28 February, 2025

Published:

13 March, 2025

Keywords:

Efisiensi; Saluran Pemasaran;
Lanting

ABSTRACT

Lanting merupakan makanan khas Kebumen yang terbuat dari singkong dan diolah hingga menjadi camilan yang renyah dan gurih. Penelitian dilakukan di Desa Lemah Duwur Kecamatan Kuwarasan Kabupaten Kebumen. Tujuan penelitian untuk mengetahui pola saluran pemasaran lanting dan efisiensi saluran pemasaran lanting di Desa Lemah Duwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen. Responden dalam penelitian ini yaitu produsen serta pedagang yang jumlahnya ditentukan dengan metode snowball sampling. Jumlah produsen lanting 27 orang, 10 pedagang pengepul, 4 pedagang besar, dan 9 pedagang pengecer. Hasil penelitian menyebutkan bahwa terdapat 5 pola saluran pemasaran, yaitu: Produsen - Konsumen, Produsen - Pedagang Pengecer - Konsumen, Produsen - Pedagang Besar - Pedagang Pengecer - Konsumen, Produsen - Pedagang Pengepul - Pedagang Besar - Pedagang Pengecer - Konsumen, Produsen - Pedagang Pengepul - Pedagang Pengecer - Konsumen. Saluran pemasaran lanting yang paling efisien adalah pola saluran pemasaran pertama karena memiliki nilai persentase efisiensi pemasaran terendah dibandingkan dengan pola saluran pemasaran lainnya.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Corresponding Author:

Siti Ma'fiah

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Jl. KH. Ahmad Dahlan, Dukuwaluh, Po. Box 202 Purwokerto 53182, Indonesia

Email: viasitimavia@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia mempunyai tanah yang subur dengan kekayaan alam yang berlimpah. Sebagian besar penduduknya bergantung kepada pertanian sebagai sumber pendapatannya. Sektor pertanian adalah salah satu bidang yang memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi Indonesia. Agroindustri merupakan suatu rangkaian aktivitas bisnis yang mencakup proses produksi, pengolahan, distribusi, penyimpanannya, pendanaan, pemasaran, dan transportasi yang berfokus pada produk-produk pertanian (Nurhalisa dkk., 2023). Salah satu bentuk usaha dibidang agroindustri yang sangat potensial di Indonesia adalah industri camilan.

Indonesia merupakan salah satu negara yang menghasilkan singkong atau ubi kayu terbesar di dunia. Berdasarkan data pada BPS Kabupaten Kebumen (2023) jumlah keseluruhan industri di Kabupaten Kebumen yaitu sebanyak 56.402 unit industri kecil dan 63 unit industri menengah. Industri kecil mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 120.780 pekerja. Lanting merupakan makanan khas Kebumen yang terbuat dari singkong dan diolah hingga menjadi camilan yang renyah dan lezat. Pengolahan komoditas pertanian dapat menghasilkan produk yang memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi, karena melalui proses tersebut, singkong dapat diubah menjadi produk olahan yang lebih bernilai dan diminati masyarakat (Rahmalia, dkk., 2023). Jumlah industri kecil

produk olahan lanting di Kabupaten Kebumen yang paling banyak terletak di Kecamatan Kuwarasan, dengan jumlah yaitu 135 industri kecil lanting. Oleh karena itu, peneliti menetapkan bahwa Kecamatan Kuwarasan akan menjadi subjek penelitian pada penelitian ini. Daftar industri lanting kecil yang menjadi lokasi pusatnya jajanan lanting, yaitu ada di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan. Sebagai makanan tradisional yang sudah ada sejak lama, lanting juga menjadi sumber peluang ekonomi yang menguntungkan bagi daerah sekitarnya. Bisnis lanting dapat memberikan dampak positif kepada masyarakat karena mampu membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan warga setempat.

Salah satu usaha untuk menaikkan pemasaran lanting adalah dengan mengoptimalkan efisiensi pemasaran yang telah ada, sehingga perlu ditinjau untuk mengetahui apakah pola saluran pemasaran yang terbentuk sudah efisien atau belum agar biaya yang dikeluarkan tidak lebih dari penghasilan yang didapatkan. Berdasarkan penjabaran yang telah dipaparkan, penulis menyusun permasalahan utama penelitian sebagai berikut: "Efisiensi Saluran Pemasaran Produk Olahan Lanting Di Desa Lemahduwur Kecamatan Kuwarasan Kabupaten Kebumen."

Perumusan Masalah

1. Bagaimana pola saluran pemasaran produk lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen?
2. Bagaimana fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku pemasaran yang terlibat dalam memasarkan produk lanting?
3. Berapa jumlah harga margin pemasaran dan *farmer share* dari setiap saluran pemasaran Lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen?
4. Bagaimana efisiensi saluran pemasaran produk lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen.

2. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan September 2024.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh langsung dari sumber utamanya disebut data primer (Sugiyono, 2016). Data primer yang dikumpulkan meliputi kuesioner dan wawancara yang diambil dari produsen, pedagang pengepul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Data yang dikumpulkan oleh peneliti atau pengumpul data secara tidak langsung disebut sebagai data sekunder (Sugiyono 2016). Pada kegiatan penelitian data sekunder diperoleh dari Desa Lemahduwur yaitu data yang digunakan untuk melengkapi profil desa berupa topografi desa dan data keadaan penduduk. Sumber data lainnya yaitu seperti data Badan Pusat Statistik, data Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Kebumen, jurnal, buku dan beberapa literatur lain yang absah untuk dijadikan bahan penelitian.

Metode Penelitian

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode studi lapangan. Menurut Sunyoto (2013) metode studi lapangan peneliti mengamati langsung aktivitas yang dilakukan oleh objek yang sedang diteliti. Adapun metode pendekatan lain dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Menurut Sugiyono (2016) data kuantitatif adalah metode penelitian yang mengandalkan data yang bersifat konkret, berisi angka yang akan dianalisis dengan menggunakan statistik sebagai alat untuk menghitung dan menguji, sehubungan dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh kesimpulan. Sedangkan menurut Sugiyono (2018) metode kualitatif, yang berasal dari filosofi postpositivisme, biasanya digunakan untuk menyelidiki kondisi alamiah suatu fenomena, dengan peneliti berfungsi sebagai instrumen utama yang menggambarkan atau menguraikan situasi secara objektif berdasarkan fakta yang dapat diamati.

Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara merupakan suatu kegiatan yang melibatkan dua orang untuk saling bertukar informasi atau ide dengan menggunakan teknik tanya jawab, yang hasilnya dapat disimpulkan atau diartikan dalam konteks topik tertentu (Sugiyono, 2015). Wawancara dilakukan guna mempermudah mendapatkan informasi dari produsen lanting dan pedagang lanting. Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala objek penelitian (Widoyoko, 2014). Adanya observasi peneliti dapat mengetahui kegiatan-kegiatan dalam proses pengolahan serta pemasaran produk olahan lanting. Menurut Sugiyono (2017) dokumen merujuk pada catatan peristiwa yang telah berlalu. Metode dokumentasi ini digunakan untuk

mengumpulkan informasi sekunder yang bersumber pada literatur atas sumber data lainnya seperti monografi Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen.

Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *simple random sampling* untuk mengidentifikasi responden penelitian. Menurut Sugiyono (2017), teknik *simple random sampling* adalah metode pengambilan sampel secara acak dari populasi tidak perlu mempedulikan adanya klasifikasi dalam populasi tersebut. Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan metode *slovin* dengan toleransi kesalahan 15% dan diperoleh hasil 27 produsen. Dalam menentukan sampel pedagang, peneliti menggunakan metode bola salju. *Snowball sampling* adalah teknik mengidentifikasi sampel awal yang kecil dan kemudian memperluas sampelnya (Sugiyono, 2017). Jumlah pedagang yang membeli dari 27 produsen masing – masing terdapat 10 pedagang pengepul, 4 pedagang besar, dan 9 pedagang pengecer.

Teknik Analisis Data

1. Analisis deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan dengan cara mewawancarai produsen dan lembaga pemasaran produk olahan lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen untuk mengetahui metode pemasaran dan tindakan pemasaran yang dilakukan oleh produsen atau lembaga pemasaran.
2. Untuk mengetahui margin pada setiap pola saluran pemasaran Lanting di Desa Lemahduwur Kecamatan Kuwarasan digunakan analisis margin pemasaran dengan rumus (Tomek dan Robinson, 1990) :

$$M = Pr - Pf$$

Mp : Margin pemasaran

Pr : Harga di tingkat konsumen

Pf : Harga di tingkat produsen.

3. Menurut Kohls dan Uhl (2002), *Farmer's share* dirumuskan pada persamaan sebagai berikut :

$$Fs = \frac{Pf}{Pk} \times 100\%$$

Keterangan

Pk = harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

Pf = harga ditingkat produsen (Rp/kg)

Fs = persentase harga yang diterima produsen (%)

4. Menurut Soekartawi (2002) untuk mengetahui efisien atau tidaknya pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan dapat menggunakan rumus berikut :

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Dimana :

EP : Efisiensi Pemasaran (%)

BP : Biaya Pemasaran (Rp)

NP : Nilai Produk yang Dipasarkan (Rp/Kg)

Keterangan :

Jika $EP \leq 50\%$: Efisien

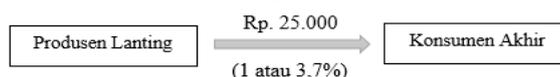
Jika $EP > 50\%$: Tidak Efisien

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Saluran Pemasaran Lanting

1. Pola Saluran I

Pola saluran pemasaran I produk lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen merupakan pola saluran terpendek yang ada, terdapat dua pelaku pemasaran yaitu produsen dan konsumen. Keterangan lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.



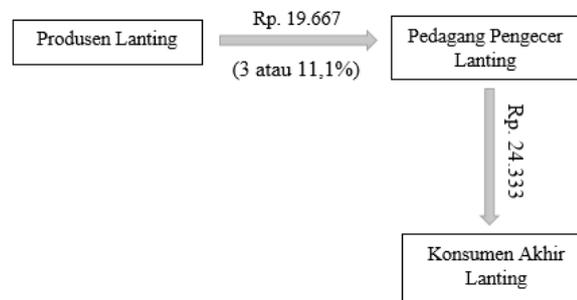
Gambar 1. Saluran Pemasaran Pertama Produk Olahan Lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen

Pada Gambar 1 dapat dilihat pada saluran pemasaran ini produsen menjual produk lanting langsung kepada konsumen akhir dengan harga Rp 25.000/Kg. Konsumen membeli langsung produk lanting kepada produsen dikarenakan adanya suatu acara seperti contohnya acara arisan, silaturahmi, dll di rumah konsumen. Pola pemasaran ini sangat menguntungkan dan efisien bagi produsen karena tidak melibatkan

perantara lembaga pemasaran, akan tetapi pola pemasaran ini tidak bisa di andalkan oleh produsen karena dalam pemasarannya tidak terus menerus tetapi hanya pada waktu tertentu saja.

2. Pola Saluran II

Pedagang pengecer merupakan satu-satunya lembaga pemasaran yang ada pada pola saluran pemasaran II produk lanting. Produsen yang terlibat pada pola saluran ini yaitu sebanyak 3 orang. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.

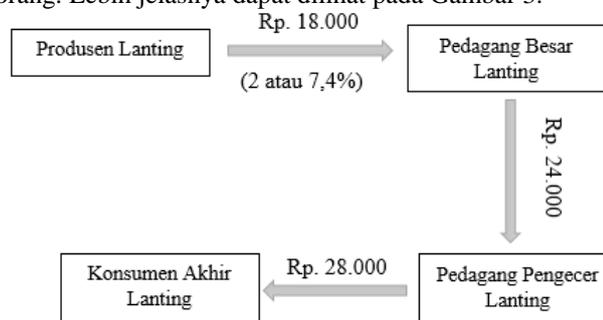


Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran Kedua Produk Olahan Lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen

Pada Gambar 2 Produsen menjual produk lanting kepada Pedagang Pengecer dengan harga Rp. 19.667/kg. Harga yang diterima Konsumen Akhir adalah sebesar Rp. 24.333/kg. Saluran Kedua pada pemasaran produk olahan lanting ini terjadi ketika pedagang pengecer langsung membeli lanting kepada produsen yang kemudian dijual kembali kepada konsumen akhir.

3. Pola Saluran III

Pada saluran pemasaran III produk lanting melalui dua lembaga pemasaran, yaitu melalui pedagang besar dan pedagang pengecer. Produsen lanting di Desa Lemahduwur yang menggunakan pola saluran pemasaran ini berjumlah 2 orang. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.



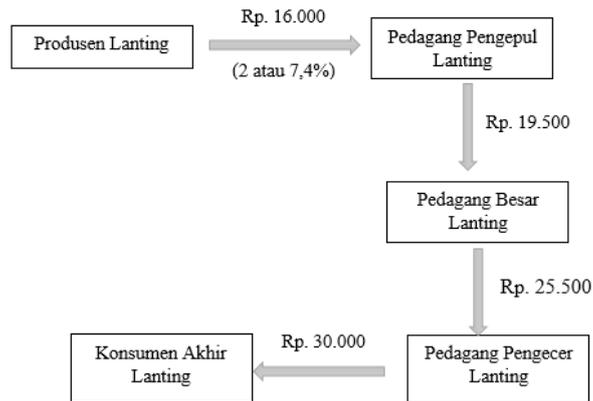
Gambar 3. Pola Saluran Pemasaran Ketiga Lanting Di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen

Pada Gambar 3 Produsen menjual lanting kepada Pedagang besar dengan harga Rp. 18.000/kg. Harga yang dipatok Pedagang besar adalah sebesar Rp. 24.000/kg. Harga yang dipatok Pedagang pengecer lanting yaitu sebesar Rp. 28.000. Pada saluran ketiga pemasaran lanting ini pedagang besar membeli produk olahan lanting secara langsung kepada produsen, kemudian pedagang besar menjualnya kepada pedagang pengecer lanting yang kemudian lanting dijual kembali kepada konsumen oleh pedagang pengecer.

4. Pola Saluran IV

Pada saluran pemasaran IV produk lanting melibatkan tiga lembaga pemasaran yaitu pedagang pengepul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.

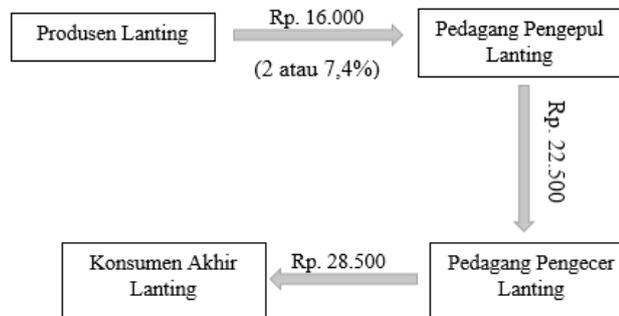
Pada Gambar 4 Produsen menjual lanting kepada Pedagang pengepul dengan harga Rp. 16.000/kg. Harga yang dipatok pedagang pengepul sebesar Rp. 19.500/kg. Harga yang dipatok Pedagang besar kepada pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 25.500/kg. Pedagang pengecer pada saluran ini menjual lanting dengan harga sebesar Rp. 30.000/kg. Pola saluran ini merupakan pola saluran terpanjang yang ada pada pemasaran produk olahan lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen.



Gambar 4. Pola Saluran Pemasaran Keempat Produk Olahan Lanting Di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen

5. Pola Saluran V

Pada saluran pemasaran V produk lanting melibatkan dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengepul, dan pedagang pengecer. Produsen lanting di Desa Lemahduwur yang menggunakan pola saluran pemasaran ini berjumlah 2 orang. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Pola Saluran Pemasaran Kelima Produk Olahan Lanting Di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen

Pada Gambar 5 Produsen menjual lanting kepada Pedagang pengepul dengan harga Rp. 16.000/kg. Pedagang pengepul menjual produk lanting kepada pedagang pengecer dengan harga sebesar Rp. 22.500/kg. Kemudian Pedagang pengecer menjual kepada konsumen akhir dengan harga sebesar Rp. 28.500/kg.

6. Pola Saluran VI

Pada saluran pemasaran VI produk lanting melalui pedagang pengepul, dan lembaga pemasaran lainnya yang terdapat di luar kota Kebumen serta Banyumas. Produsen lanting di Desa Lemahduwur yang terlibat pada pola saluran pemasaran ini berjumlah 19 orang. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 6



Gambar 6. Pola Saluran Pemasaran Keenam Produk Olahan Lanting Di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen

Pada Gambar 6 Produsen menjual lanting kepada Pedagang pengepul dengan harga Rp. 16.000/kg. Saluran ini terjadi ketika produsen menjual langsung produk olahan lanting kepada pedagang pengepul. Pedagang pengepul yang mengambil produk olahan lanting di produsen kemudian menyimpan di gudang masing-masing dan diambil oleh pembeli dari luar kota selain Kabupaten Kebumen dan Kabupaten Banyumas.

Fungsi Pemasaran Lanting

Fungsi pemasaran mencakup serangkaian aktivitas atau proses, baik yang bersifat fisik dan jasa, dengan tujuan untuk memuaskan konsumen. Pada produsen melibatkan 9 fungsi pemasaran yang memiliki persentase

100% atau 27 orang produsen yaitu fungsi perencanaan barang, pembelian, penjualan, standarisasi, penyimpanan, pembelanjaan, kemasan, komunikasi, dan pengurangan resiko. Pada fungsi pengangkutan hanya 1 orang produsen dengan persentase 3,7%. Terdapat 8 fungsi pemasaran pada pedagang pengepul yang memiliki persentase 100% atau 10 orang pedagang pengepul yaitu fungsi perencanaan barang, pembelian, penjualan, penyimpanan, pengangkutan, pembelanjaan, komunikasi, dan pengurangan resiko. Pada fungsi standarisasi hanya 2 orang pengepul dengan persentase 20% kemudian pada fungsi kemasan hanya 3 orang dengan persentase 30%.

Pada pedagang besar terdapat 7 fungsi pemasaran yang memiliki persentase 100% atau 4 orang pedagang besar yaitu fungsi perencanaan barang, pembelian, penjualan, pembelanjaan, kemasan, komunikasi, dan pengurangan resiko. Pada fungsi standarisasi terdapat 3 orang pedagang besar dengan persentase 75% kemudian pada fungsi pengangkutan terdapat 3 orang pedagang besar yang menerapkan dengan persentase 75%.

Margin Pemasaran Lanting

Margin pemasaran adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan oleh pembeli dan harga yang diterima produsen. Adapun margin pemasaran produk lanting dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Margin Pemasaran Produk Olahan Lanting Di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen.

| Saluran Pemasaran | Produsen | Lembaga Pemasaran | | | | Total Margin |
|-------------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|--------|--------------|
| | | Pedagang Pengepul | Pedagang Besar | Pedagang Pengecer | | |
| Saluran I | Harga (Rp/Kg) | 25.000 | - | - | - | - |
| | Margin (Rp/Kg) | 0 | - | - | - | |
| Saluran II | Harga (Rp/Kg) | 19.667 | - | - | 24.333 | 4.666 |
| | Margin (Rp/Kg) | - | - | - | 4.666 | |
| Saluran III | Harga (Rp/Kg) | 18.000 | - | 24.000 | 28.000 | 10.000 |
| | Margin (Rp/Kg) | - | - | 6000 | 4000 | |
| Saluran IV | Harga (Rp/Kg) | 16.000 | 19.500 | 25.500 | 30.000 | 14.000 |
| | Margin (Rp/Kg) | - | 3.500 | 6000 | 4500 | |
| Saluran V | Harga (Rp/Kg) | 16.000 | 22.500 | - | 28.500 | 12.500 |
| | Margin (Rp/Kg) | - | 6500 | - | 6000 | |

Sumber : Data Primer Diolah, 2024.

Dapat dilihat pada Tabel 1. Margin pada pola saluran pemasaran I produk yaitu Rp. 0/kg. Margin pada pola saluran pemasaran II memiliki jumlah yaitu sebesar Rp. 4.666/kg. Pada pola saluran pemasaran yang III sebesar 10.000/kg. Margin pada pola saluran pemasaran IV sebesar Rp. 14.000/kg, dan yang terakhir pada pola saluran pemasaran V sebesar Rp. 12.500/kg.

Total Biaya Pemasaran

Pada kegiatan pemasaran apabila rantai pemasaran semakin panjang maka biaya pemasaran akan meningkat. Pada Tabel 2 dapat dilihat biaya untuk pemasaran melalui saluran pemasaran lanting.

Dapat dilihat pada tabel 2 bahwa pada pola saluran I hanya ada produsen kemudian langsung konsumen akhir. Produsen tidak memiliki biaya pemasaran dikarenakan biaya termasuk pada biaya produksi. Pada pola saluran II total biaya pemasarannya yaitu sebesar Rp. 1.100/kg. Pada pola saluran III total biaya pemasaran produk olahan lanting yaitu sebesar Rp. 1.664/kg. Pola saluran pemasaran ketiga melibatkan pedagang besar dan pedagang pengecer sebagai lembaga pemasarannya. Pada pola saluran IV total biaya pemasaran produk olahan lanting yaitu sebesar Rp. 3.095/kg. Pada pola saluran V total biaya pemasaran produk olahan lanting yaitu sebesar Rp. 2.405/kg. Pada suatu pemasaran apabila rantai pemasaran semakin panjang maka biaya pemasaran yang dikeluarkan akan semakin besar pula.

Tabel 2. Total Biaya Pemasaran Produk Olahan Lanting Di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen

| Saluran Pemasaran | Saluran | | | | |
|-----------------------------|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Saluran I | Saluran II | Saluran III | Saluran IV | Saluran V |
| 1. Produsen | | | | | |
| Biaya Transportasi | - | - | - | - | - |
| Biaya Tenaga Kerja | - | - | - | - | - |
| Biaya Pengemasan | - | - | - | - | - |
| 2. Pedagang Pengpul | | | | | |
| Biaya Transportasi | - | - | - | 57 | 557 |
| Biaya Tenaga Kerja | - | - | - | 288 | 181 |
| Biaya Pengemasan | - | - | - | 250 | 1000 |
| 3. Pedagang Besar | | | | | |
| Biaya Transportasi | - | - | 250 | - | - |
| Biaya Tenaga Kerja | - | - | 380 | 600 | - |
| Biaya Pengemasan | - | - | 250 | 750 | - |
| 4. Pedagang Pengecer | | | | | |
| Biaya Transportasi | - | 433 | 534 | 900 | - |
| Biaya Tenaga Kerja | - | - | - | - | 167 |
| Biaya Pengemasan | - | 667 | 250 | 250 | 500 |
| Total Biaya | - | 1.100 | 1.664 | 3.095 | 2.405 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2024.

Keuntungan Pemasaran Lanting

Keuntungan merupakan kelebihan pendapatan yang berasal dari selisih jumlah biaya yang dikeluarkan dengan nilai harga jual pada konsumen dengan kata lain laba merupakan penghasilan bersih atau imbalan dari aktivitas pemasaran. Pada Tabel 3 dapat dilihat keuntungan pemasaran setiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran produk olahan lanting.

Tabel 3. Keuntungan Pemasaran Produk Olahan Lanting Di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen

| Saluran Pemasaran | | Biaya (Rp/Kg) | Margin (Rp/Kg) | Keuntungan (Rp/Kg) | Presentase |
|-------------------|-------------------|---------------|----------------|--------------------|------------|
| Saluran I | Produsen | - | - | - | - |
| Total | | - | - | - | - |
| Saluran II | Produsen | - | - | - | - |
| | Pedagang Pengecer | 1.100 | 4.666 | 3.566 | 100 |
| Total | | 1.100 | 4.666 | 3.566 | 100 |
| Saluran III | Produsen | - | - | - | - |
| | Pedagang Besar | 880 | 6.000 | 5.120 | 61,4 |
| | Pedagang Pengecer | 784 | 4000 | 3.216 | 38,6 |
| Total | | 1.664 | 10.000 | 8.336 | 100 |
| Saluran IV | Produsen | - | - | - | - |
| | Pedagang Pengpul | 595 | 3.500 | 2.905 | 26,6 |
| | Pedagang Besar | 1.350 | 6.000 | 4.650 | 42,7 |
| | Pedagang Pengecer | 1.150 | 4.500 | 3.350 | 30,7 |
| Total | | 3.095 | 14.000 | 10.905 | 100 |
| Saluran V | Produsen | - | - | - | - |
| | Pedagang Pengpul | 1.738 | 6.500 | 4.762 | 47,2 |
| | Pedagang Pengecer | 667 | 6.000 | 5.333 | 52,8 |
| Total | | 2.405 | 12.500 | 10.095 | 100 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2024.

Dapat dilihat pada tabel 3 bahwa Total keuntungan yang diperoleh pada Saluran I yaitu 0 rupiah karena tidak melibatkan lembaga pemasaran. Pola Saluran II memiliki total keuntungan yaitu Rp. 3.566/kg, Pola Saluran III memiliki total keuntungan yaitu Rp. 8.336/kg. Pada saluran ini lembaga pemasaran yang memiliki keuntungan paling besar yaitu pedagang besar yaitu 61,4%. Pola Saluran IV memiliki keuntungan total yang diperoleh yaitu Rp. 10.905/kg Pola Saluran V memiliki total keuntungan yang diperoleh yaitu Rp. 10.095/kg.

Farmer's Share pemasaran Lanting

Perbandingan antara harga yang dibayarkan oleh produsen dan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dikenal sebagai *farmer's share*.. Besarnya *farmer share* atau bagian produsen lanting dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. *Farmer Share* Pada Pola Saluran Pemasaran Produk Olahan Lanting Di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen

| No. | Pola Saluran Pemasaran | Harga Di Tingkat Produsen (Rp/Kg) | Harga Di Tingkat Konsumen Akhir (Rp/Kg) | <i>Farmer Share</i> (%) |
|-----|------------------------|-----------------------------------|---|-------------------------|
| 1. | Saluran Pemasaran I | 25.000 | 25.000 | 100 |
| 2. | Saluran Pemasaran II | 19.667 | 24.333 | 80,82 |
| 3. | Saluran Pemasaran III | 18.000 | 28.000 | 64,30 |
| 4. | Saluran Pemasaran IV | 16.000 | 30.000 | 53,33 |
| 5. | Saluran Pemasaran V | 16.000 | 28.500 | 56,14 |

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa pola saluran pemasaran I hingga pola saluran V produk olahan lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen memiliki nilai *farmer share* atau bagian yang diterima oleh produsen >50%. Bagian yang diterima produsen atau *farmer share* pada saluran pemasaran I memiliki nilai yaitu sebesar 100%. Saluran pemasaran II memiliki nilai *farmer share* sebesar 80,82%. Saluran pemasaran III memiliki nilai *farmer share* sebesar 64,30%. Kemudian, pada saluran IV memiliki nilai *farmer share* sebesar 53,33%. Kemudian yang terakhir saluran pemasaran lanting yang kelima memiliki nilai *farmer share* yaitu sebesar 56,14%. Seluruh saluran pemasaran di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen sudah dianggap efisien, karena memiliki nilai *farmer's share* lebih dari 50%.

Efisiensi Pemasaran Lanting

Dari hasil analisis efisiensi pemasaran dan *farmer share*, maka dapat ditentukan efisiensi pemasaran produk olahan lanting dari tiap masing-masing saluran pemasaran. Perbandingan efisiensi saluran pemasaran pada tiap saluran pemasaran dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Efisiensi Pemasaran Produk Olahan Lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen

| No. | Pola Saluran Pemasaran | Biaya Pemasaran (Rp/Kg) | Nilai Akhir Produk (Rp/Kg) | Nilai Efisiensi Pemasaran (%) |
|-----|------------------------|-------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 1. | Saluran Pemasaran I | 0 | 25.000 | 0 |
| 2. | Saluran Pemasaran II | 1.100 | 24.333 | 4,52 |
| 3. | Saluran Pemasaran III | 1.664 | 28.000 | 5,94 |
| 4. | Saluran Pemasaran IV | 3.095 | 30.000 | 10,32 |
| 5. | Saluran Pemasaran V | 2.405 | 28.500 | 8,44 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2024.

Berdasarkan keterangan pada Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa seluruh pola saluran pemasaran produk olahan lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen bisa dikatakan efisien, karena kelima nilai persentase efisiensi saluran pemasarannya <50% dan memiliki *farmer share* >50%. Dilihat dari persentasenya, saluran pemasaran I memiliki nilai efisiensi terendah yaitu sebesar 0%. Pada pola saluran II memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 4,52%. Pada pola saluran III memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 5,94%. Pada pola saluran IV memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 10,32%. Pada pola saluran terakhir atau kelima memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 8,44%.

4. SIMPULAN

- a. Pola pemasaran produk lanting di Desa Lemahduwur terdapat 6 saluran pemasaran, yaitu Saluran I produsen - konsumen, saluran II produsen – pedagang pengecer – konsumen, saluran III produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen, saluran IV produsen – pedagang pengepul – pedagang besar – pengecer – konsumen, saluran V produsen – pedagang pengepul – pengecer – konsumen, Saluran VI produsen – pedagang pengepul – pedagang diluar Kabupaten Kebumen dan Banyumas.
- b. Produsen serta lembaga pemasaran produk lanting di Desa Lemahduwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen telah menerapkan fungsi-fungsi pemasaran dalam pemasaran lanting
- c. Margin pada pola saluran pemasaran I produk Lanting tidak memiliki margin yaitu Rp. 0/kg. Pada pola saluran pemasaran II memiliki jumlah yaitu sebesar Rp. 4.666/kg. Pada pola saluran pemasaran yang III memiliki jumlah margin sebesar 10.000/kg. Margin pada pola saluran pemasaran IV memiliki jumlah yaitu sebesar Rp. 14.000/kg , dan yang terakhir pada pola saluran pemasaran V yaitu sebesar Rp. 12.500/kg. Nilai *farmer's share* pola saluran pemasaran I yaitu sebesar 100%, 80,82% untuk pola saluran pemasaran II 64,30% untuk pola saluran pemasaran III 53,33% untuk pola saluran IV dan yang terakhir pola saluran V yaitu sebesar 56,14%.
- d. Saluran pemasaran produk lanting yang paling efisien adalah pola saluran pemasaran I karena memiliki nilai persentase efisiensi pemasaran terendah yaitu 0% (<50%) dengan perolehan *farmer share* sebesar 100% (>50%), kemudian pola saluran pemasaran II , III, IV , dan V masing- masing memiliki nilai presentasem efisiensi pemasaran sebesar 4,52%, 5,94%, 10,32%, dan 8,44%.

SARAN

Pola saluran pemasaran yang sebaiknya lebih diprioritaskan oleh produsen adalah saluran pemasaran I karena tingkat keefisiensi pemasarannya lebih baik daripada saluran pemasaran yang lain. Pada pola saluran I hanya satu produsen yang menerapkan, maka dari itu untuk meningkatkan penjualan pada pola saluran I perlu dilakukan pengembangan sistem penjualan seperti melalui online yang dilakukan oleh produsen dengan memanfaatkan market place yang ada seperti Shopee, Tokopedia, TikTok , dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Nurhalisa, D., Noor, T. I., dan Aziz, S. 2023. Analisis Biaya, Pendapatan, dan R/C pada Agroindustri Emplod. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa: AGROINFO GALUH*. 10(1), 63–70.
- Rahmalia, K. K., Sri, M., Mei, T. S. (2023). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Singkong Jarak Towo Menjadi Gethuk Frozen Di Ukm Gethuk Take Tawangmangu. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. 7(2), 449–459.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet, Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV, Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama Anggota Ikapi, Bandung.
- Widoyoko, E. P. 2014. *Penilaian Hasil Pembelajaran di Sekolah*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.