

Analisis Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Kerajinan Kaligrafi Kulit Kambing di Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo

R. A Perdana, S. Emawati dan A. I. Sari*

Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret

Alamat: Jl. Ir. Sutami 36 A Ketigan Surakarta

E-mail: sariayu_uns@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola saluran pemasaran, harga, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan dan efisiensi pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo. Sampel yang digunakan adalah 30 produsen kerajinan kaligrafi kulit kambing, 3 pedagang pengumpul dan 6 pedagang pengecer. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan metode analisis data yang digunakan adalah analisis biaya, margin, keuntungan dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 3 saluran pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing yaitu, saluran I: Produsen ke konsumen, saluran II: Produsen ke pedagang pengecer ke konsumen, saluran III: Produsen ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen. Biaya pemasaran tertinggi terdapat pada saluran III sebesar Rp. 921,00 dan terendah adalah saluran I sebesar Rp0,00. Margin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran III sebesar Rp. 10.000,00 dan terendah adalah saluran I sebesar Rp. 0,00. Keuntungan pemasaran tertinggi terdapat pada saluran III Rp9.079,00 sedangkan terendah adalah saluran I sebesar Rp0,00. Nilai efisiensi pemasaran tertinggi terdapat pada saluran I sebesar 100%, diikuti saluran II sebesar 89%, saluran III sebesar 73%. Ketiga saluran pemasaran sudah efisien karena nilai efisiensi yang diperoleh >50%. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran I, namun yang paling banyak digunakan oleh produsen adalah saluran III.

Kata kunci: Efisiensi pemasaran, kaligrafi, kulit kambing, margin, saluran pemasaran

A Marketing Analysis on Micro-Small-Medium-Scale Enterprise of Goat Leather Calligraphy Handicraft in Sukoharjo Sub District Of Sukoharjo Regency

ABSTRACT

This research aimed to find out the marketing channel pattern, price, marketing cost, marketing margin, profit and marketing efficiency of goat calligraphy handicraft marketing in Sukoharjo Sub District of Sukoharjo Regency. The sample used is 30 goat leather calligraphy handicraft producers, 3 intermediaries and 6 retailers. This study was conducted using survey; the methods of analyzing data used were cost analysis, margin, profit, and marketing efficiency analyses. The result of research showed that there were 3 marketing channels for goat leather calligraphy handicraft: First Channel: Producer to Consumer, Second Channel: Producer to Retailer to Consumer, and Third Channel: Producer to Intermediary to Retailer to Consumer. The highest marketing cost in the third channel was IDR 921.00 and the lowest one was IDR 0.00. The highest marketing margin occurred in the third channel of IDR 10,000.00 and the lowest one in the first channel of IDR 0.00. The highest marketing profit occurred in the third channel of IDR 9,079.00, while the lowest one was IDR 0,00 occurring in the first channel. The Highest marketing efficiency occurred in the first channel was 100%, followed by second channel 89%, third channel 73%. The three marketing channels had been efficient because the efficiency value obtained was >50%. The most efficient marketing was the first channel but the most widely used by producer was the third channel.

Keywords: Calligraphy, goat Leather, margin, marketing channel, marketing efficiency

PENDAHULUAN

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia beberapa tahun yang lalu mengakibatkan banyak usaha yang mengalami stagnansi, tetapi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terbukti tangguh bertahan dan berkembang menghadapi krisis tersebut. UMKM mempunyai peran menyediakan barang dan jasa serta berkontribusi terhadap penyediaan lapangan pekerjaan dan pendapatan devisa negara. Produk-produk yang dihasilkan dapat menembus pasar nasional bahkan internasional. Kontribusi dan peran UMKM yang sangat besar tersebut membuat pemerintah harus mengembangkan UMKM, agar masyarakat dapat sejahtera dan terciptanya kemandirian ekonomi.

Pemerintah telah mencanangkan program “*One Village One Product*” (OVOP) atau “Satu Desa Satu Produk”. Program ini bertujuan agar setiap daerah atau desa dapat mengembangkan produk yang benar-benar unggul, baik dari sisi kualitas maupun kuantitas dengan mengandalkan khas dan kebudayaan lokal yang berpotensi agar terciptanya kemandirian ekonomi. Produk kebanggaan lokal yang mendominasi program ini adalah kerajinan dan makanan.

Sukoharjo merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki banyak UMKM. Jumlah industri menengah dan industri kecil di Sukoharjo lebih banyak dari industri besar, yaitu industri menengah sebanyak 187 unit, industri kecil sebanyak 16.296 unit, dan kategori industri besar adalah sebanyak 58 unit (Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Sukoharjo, 2009). Kabupaten Sukoharjo memiliki 14 komoditi unggulan, yaitu komoditi mebel kayu, mebel rotan, batik, tekstil, kaca grafit, kerajinan gitar, kerajinan gamelan, *stuttlecock*, jamu tradisional, emping mlinjo, sarung goyor, beras, alkohol dan kerajinan kulit kaligrafi/wayang (Dinas Perindustriaan dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo, 2014) Kecamatan Sukoharjo merupakan salah satu

daerah di Kabupaten Sukoharjo yang terkenal akan kerajinan kaligrafi. Kerajinan kaligrafi ini terbuat dari bahan kulit kambing, kulit kambing dipilih karena merupakan limbah dari penjalangan kambing yang dapat dibeli dengan harga ekonomis. Kerajinan kaligrafi kulit kambing diminati untuk hiasan dinding, baik di masjid, rumah, sekolah, maupun tempat lain.

Pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing tidak hanya di area Sukoharjo saja, tetapi sudah menjangkau area Solo raya, antar provinsi dan bahkan sudah diekspor ke Timur Tengah. Produsen sebagian besar tidak menjual produknya kepada konsumen secara langsung, tetapi terdapat perantara yang melaksanakan beragam fungsi. Perantara ini membentuk saluran pemasaran, berfungsi untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen dan mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari mereka yang memerlukan atau menginginkannya (Kotler dan Keller, 2008). Pemasaran merupakan hal terpenting dalam pengembangan didunia usaha. Tinggi rendahnya pendapatan produsen kerajinan kaligrafi kulit kambing ditentukan oleh sistem pemasaran yang efisien. Tingginya harga produk kerajinan kaligrafi kulit kambing ditingkat konsumen tidak menjamin bahwa bagian yang diterima produsen tinggi pula. Hal tersebut dikarenakan adanya pedagang perantara. Produsen perlu menentukan saluran pemasaran yang efisien agar dapat menekan biaya-biaya pemasaran dan agar pendapatan produsen kerajinan kaligrafi kulit kambing maksimal.

Permasalahan yang sering dihadapi dalam mewujudkan pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing adalah tinggi rendahnya tingkat harga yang diterima produsen kerajinan kaligrafi kulit kambing yang erat kaitannya dengan saluran pemasaran yang terbentuk dan besarnya margin pemasaran. Pemasaran dapat ditingkatkan apabila produsen menciptakan pemasaran yang efisien. Kegiatan pemasaran dikatakan efisien apabila mampu

menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen akhir dari semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi pemasaran barang tersebut (Mubyarto, 2006). Besar kecilnya bagian yang diterima produsen kerajinan kaligrafi kulit kambing akan menunjukkan apakah suatu sistem pemasaran berjalan efisien. Oleh karena itu, penelitian tentang analisis pemasaran pada UMKM kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo penting dilakukan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo pada tanggal 20 Desember 2014 sampai tanggal 25 Februari 2015. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* (sengaja), yaitu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Singarimbun, 1995). Kecamatan Sukoharjo telah dikenal masyarakat sebagai sentra kerajinan kaligrafi. Lokasi ini banyak terdapat UMKM yang membuat kerajinan kaligrafi yang terbuat dari bahan kulit kambing. Banyaknya UMKM yang membuat kerajinan kaligrafi yang terdapat di wilayah ini menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi penelitian.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian terhadap UMKM kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo menggunakan metode survei. Penelitian survei merupakan penelitian dengan menggunakan pertanyaan terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah dan dianalisa (Prasetyo dan Jannah, 2010). Data yang diperoleh dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari para responden dan bukan berasal dari pengumpulan data

yang pernah dilakukan sebelumnya. Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Data sekunder adalah data-data pendukung yang diperoleh dari buku-buku, maupun sumber lain yang diterbitkan oleh instansi terkait. Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai instansi yang terkait seperti kantor Kecamatan Sukoharjo.

Teknik Penentuan Sampel yang digunakan untuk sampel produsen ditentukan dengan metode sensus. Metode sensus merupakan teknik pengambilan data dimana data yang diambil merupakan seluruh populasi yang akan diteliti (Singarimbun, 2012). Sampel produsen kerajinan kaligrafi kulit kambing yang akan dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 30 pengrajin. Sampel lembaga pemasaran pada penelitian ini diperoleh dengan metode *purposive sampling*. Penggunaan sampel lembaga pemasaran dalam penelitian ini berfungsi untuk mengetahui aliran komoditi kerajinan kaligrafi kulit kambing dari produsen hingga konsumen sehingga rantai pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing yang terbentuk dapat diidentifikasi secara riil. Informasi adanya lembaga pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing dalam penelitian ini didapat dari informan kunci yaitu produsen kerajinan kaligrafi, pedagang besar dan pedagang pengecer.

Analisa Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dan masalah yang aktual. Data yang ada dikumpulkan, disusun, dijelaskan yang kemudian dianalisa (Surakhmad, 1998).

Analisis pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing dapat diketahui dengan analisis biaya pemasaran, margin pemasaran dan keuntungan pemasaran ditingkat lembaga dalam saluran pemasaran dengan cara menghitung besarnya biaya,

margin, keuntungan pemasaran pada tiap lembaga pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dan bagian yang diterima produsen untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran.

Biaya Pemasaran. Biaya pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing dapat dihitung dengan rumus:

$$Bp = Bp1 + Bp2 + Bp3 + \dots + Bpn$$

Keterangan : Bp: Biaya pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing; Bp1, Bp2, Bp3,...,Bpn: Biaya pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing tiap-tiap lembaga pemasaran

Margin Pemasaran. Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat produsen dan tingkat konsumen. Margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan: Mp: Margin pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing; Pr : Harga kerajinan kaligrafi kulit kambing ditingkat konsumen; Pf: Harga kerajinan kaligrafi kulit kambing ditingkat produsen.

Margin yang diperoleh pedagang perantara terdiri dari sejumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara dirumuskan sebagai berikut :

$$Mp = Bp + Kp$$

Keterangan: Mp: Margin pemasaran; Bp: Biaya pemasaran; Kp: Keuntungan pemasaran

Keuntungan Pemasaran. Keuntungan pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing dapat dihitung dengan rumus:

$$Kp = Kp1 + Kp2 + Kp3 + \dots + Kpn$$

Keterangan: Kp: Keuntungan pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing; Kp1, Kp2, Kp3,Kpn: Keuntungan pemasaran tiap lembaga pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing.

Efisiensi Pemasaran Kerajinan Kaligrafi Kulit Kambing. Mengetahui efisiensi pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing secara ekonomi digunakan margin pemasaran dan bagian yang diterima produsen. Presentase margin pemasaran dapat dapat dihitung dengan rumus:

$$Mp = (Pr - Pf) / Pr \times 100\%$$

Keterangan: Mp: Margin pemasaran; Pr: Harga kerajinan kaligrafi kulit kambing ditingkat konsumen; Pf : Harga kerajinan kaligrafi kulit kambing ditingkat produsen.

Bagian yang Diterima Produsen dapat dihitung dengan rumus:

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

Keterangan: F: Bagian yang diterima produsen; Pf: Harga ditingkat produsen; Pr: Harga ditingkat konsumen (Limbong, 2000).

Pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing dianggap efisien secara ekonomis apabila pada saluran pemasarannya bagian yang diterima produsen mempunyai nilai tinggi. Menurut Rahim dan Hastuti (2008) suatu pemasaran dikatakan efisien apabila bagian yang diterima produsen >50% dan bila bagian yang diterima produsen <50% maka pemasaran belum efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Sukoharjo merupakan wilayah di Kabupaten Sukoharjo yang diarahkan menjadi kawasan industri menengah dan kawasan industri kecil dan mikro. Hal ini terlihat dari penyumbang Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Sukoharjo pada tahun 2011

didominasi oleh tiga kecamatan, salah satunya adalah Kecamatan Sukoharjo sebesar 10,75% (Disperindag, 2012). PDRB merupakan nilai tambah yang dihasilkan oleh sektor-sektor ekonomi yang dihasilkan oleh sektor-sektor ekonomi di suatu daerah dalam kurun waktu tertentu, dengan melihat nilai PDRB akan diketahui banyak informasi mengenai perkembangan suatu daerah.

Dilihat dari komponen pembentuk PDRB pada tahun 2013, sektor penyumbang PDRB terbesar di Kecamatan Sukoharjo adalah sektor industri pengolahan sebesar 41,09% (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukoharjo, 2014). Sektor industri pengolahan tersebut diantaranya adalah pengolahan kulit kambing menjadi kerajinan kaligrafi. Pengolahan kulit tersebut menjadi komoditi unggulan di Kecamatan Sukoharjo.

Proses pembuatan kaligrafi dimulai dari penyediaan kulit kambing, kulit yang digunakan untuk membuat kerajinan kaligrafi yaitu kulit mentah. Kulit kambing mentah adalah kulit yang diperoleh dari hasil pemotongan ternak kambing, dimana kulit tersebut telah dipisahkan dari seluruh bagian dagingnya, baik segar maupun yang di garami (SNI, 1992). Kulit yang digunakan untuk membuat kerajinan kaligrafi berasal dari kulit kambing. Kulit diperoleh dari daerah Sukoharjo, Solo, Magetan. Tahapan selanjutnya adalah pengolahan kulit, yaitu dengan proses kulit direndam dengan air dan garam selama satu hari sampai lunak, kemudian direntangkan atau dipentangkan dengan menggunakan tali dan pigura kayu yang kuat. Kulit tersebut selanjutnya dijemur di bawah terik matahari sampai benar-benar kering. Kulit yang sudah kering masuk ketahap selanjutnya yaitu *fleshing*. Menurut Purnomo (1995) *fleshing* bertujuan untuk menghilangkan sisa-sisa daging dan lemak yang masih melekat. Kulit dikerok dengan menggunakan pisau atau *pethel* sedikit demi sedikit secara hati-hati. Kulit bagian dalam dikerok agar diperoleh kulit yang berkualitas. Pengerokan kulit bagian luar hanya dilakukan seperlunya, sesuai motif yang diinginkan. Torehan pisau pada proses pengerokan hanya dilakukan satu arah dari

atas ke bawah. Kulit setelah ditipiskan, sisa-sisa kerokan dibersihkan dengan air dan bagian yang dikerok dihaluskan dengan amplas. Kulit selanjutnya, dijemur di panas sinar matahari lagi hingga kering secara merata. Setelah kering kulit kambing dipotong sesuai ukuran yang diinginkan dan disablon menurut motif, kemudian menunggu hingga sablon kering. Kaligrafi selanjutnya ditali/dirajut pada bingkai/pigura, kemudian memberi gantungan pada bingkai, memasang plastik mika (plastik elastis) pada pigura, memasang kertas duplex pada bagian belakang bingkai, dan memasang kertas duplex pada bagian samping bingkai. Kerajinan kaligrafi kulit kambing siap dijual.

Karakteristik Lembaga Pemasaran

Kegiatan pemasaran barang terdapat perantara atau lembaga pemasaran. Menurut Soetriono *et al.* (2006) produsen memerlukan lembaga pemasaran dalam memasarkan produknya jika dalam pemasaran produknya produsen tidak dapat bekerja sendiri. Para pelaku lembaga pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing mempunyai cara yang berbeda-beda dalam memasarkan produknya, sehingga diperlukan cara yang tepat dalam memasarkan kerajinan kaligrafi kulit kambing untuk mendapatkan keuntungan yang optimal.

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo adalah pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul dalam penelitian ini adalah pedagang yang membeli dan mengumpulkan kerajinan kaligrafi kulit kambing dari beberapa produsen dengan cara mendatanginya untuk dijual kembali kepada pedagang pengecer. Pedagang pengecer dalam penelitian ini adalah pedagang yang membeli kerajinan kaligrafi kulit kambing dari produsen atau pedagang pengumpul dengan cara mendatanginya, kemudian menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing kepada konsumen

dengan cara diecer. Besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran akan mempengaruhi harga di masing-masing lembaga pemasaran dan menyebabkan perbedaan harga yang cukup jauh antara harga ditingkat produsen dan harga yang dibayarkan oleh konsumen.

Tugas dan fungsi yang dilaksanakan oleh lembaga pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo dapat dilihat pada Tabel 1.

Tugas dan fungsi lembaga pemasaran dilakukan oleh semua lembaga pemasaran, dari produsen, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Adapun tugas dan fungsi pemasaran yang dilakukan meliputi fungsi pertukaran, fisik dan fasilitas. Fungsi pertukaran meliputi kegiatan pembelian dan penjualan. Pedagang pengumpul melakukan pembelian kerajinan kaligrafi kulit kambing dari produsen, sedangkan pedagang pengecer melakukan pembelian kerajinan kaligrafi kulit kambing dari produsen atau pedagang pengumpul. Harga pembelian akan berpengaruh terhadap harga jual dan keuntungan. Semakin rendah harga beli dan semakin tinggi harga jual, maka keuntungan yang didapatkan akan semakin besar. Produsen melakukan penjualan kerajinan kaligrafi kulit kambing kepada konsumen, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul melakukan penjualan kerajinan kaligrafi kulit kambing kepada pedagang pengecer dan konsumen, sedangkan pedagang pengecer melakukan penjualan kerajinan kaligrafi kulit kambing hanya kepada konsumen dengan cara dijajakan di toko atau tempat penjualan.

Fungsi fisik terdiri dari penampungan, pengangkutan, pengemasan dan penyimpanan. Produsen melakukan fungsi penampungan dan penyimpanan, karena kerajinan kaligrafi kulit kambing yang sudah selesai diproses akan ditampung dan disimpan sebelum dijual serta produsen melakukan pengemasan berupa mengemas kerajinan kaligrafi kulit kambing ke dalam dus untuk proses pengiriman. Pedagang pengumpul melakukan fungsi penampungan,

pengangkutan dan penyimpanan kerajinan kaligrafi kulit kambing dari berbagai produsen, sehingga jika sudah terkumpul sesuai yang ingin dipasarkan, maka akan melakukan fungsi penjualan. Pedagang pengecer melakukan semua fungsi fisik, seperti penampungan, pengangkutan, pengemasan dan penyimpanan. Pedagang pengecer melakukan pengangkutan saat membeli dan melakukan penampungan kerajinan kaligrafi kulit kambing dari produsen atau pedagang pengumpul serta melakukan penyimpanan sementara kerajinan kaligrafi kulit kambing selama belum terjual. Pedagang pengecer melakukan pengemasan sebelum menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing.

Fungsi fasilitas meliputi penanggungan resiko, pembiayaan dan penyampaian informasi dilakukan oleh semua lembaga pemasaran. Produsen melakukan penanggungan resiko kerusakan barang selama kerajinan kaligrafi kulit kambing belum terjual dan solusi yang dapat dilakukan adalah dengan segera menjual atau merawat dan menyimpan agar tidak rusak. Penanggungan resiko pada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer adalah apabila kerajinan kaligrafi kulit kambing yang disimpan terlalu lama akan mengurangi kualitas dan nilai jual, sehingga keuntungan yang didapat akan menurun. Solusi yang dapat dilakukan adalah merawat dan menyimpan kerajinan kaligrafi yang belum terjual di tempat yang layak sehingga nilai jualnya tidak turun. Kerajinan kaligrafi kulit kambing apabila ada yang rusak/jamuran dalam jangka waktu kurang dari 2 minggu setelah barang diterima dari produsen akan diservis secara gratis, namun jika waktu lebih dari itu akan dikenakan biaya servis tergantung dari seberapa parah kerusakan barang. Fungsi pembiayaan dilakukan oleh produsen dan semua lembaga pemasaran tetapi dengan jumlah biaya yang berbeda, karena perbedaan kegiatan pemasaran yang dilakukan, seperti produsen yang melakukan pembiayaan berupa promosi seperti pembuatan kartu nama maupun spanduk. Penyampaian informasi berupa pemberian

Tabel 1. Fungsi-fungsi pemasaran pada lembaga pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo

Fungsi-fungsi pemasaran	Produsen	Pedagang pengumpul	Pedagang pengecer
Pertukaran			
a. Pembelian		✓	✓
b. Penjualan	✓	✓	✓
Fisik			
a. Penampungan	✓	✓	✓
b. Pengangkutan		✓	✓
c. Pengemasan	✓		✓
d. Penyimpanan	✓	✓	✓
Fasilitas			
a. Penanggungan resiko	✓	✓	✓
b. Pembiayaan	✓	✓	✓
c. Penyampaian informasi pasar	✓	✓	✓

informasi tentang kondisi kerajinan kaligrafi kulit kambing, harga dan jumlah barang yang tersedia, hal ini berfungsi untuk kegiatan pemasaran selanjutnya.

Saluran Pemasaran Kerajinan kaligrafi Kulit Kambing di Kecamatan Sukoharjo

Saluran pemasaran pada prinsipnya adalah melaksanakan pemindahan barang dari produsen ke konsumen. Hal ini untuk meminimalisir perbedaan waktu, tempat dan kepemilikan barang (Kotler, 2000). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa produsen kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing melalui 3 saluran. Saluran pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo dapat dilihat pada Gambar 1.

1. Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I merupakan saluran yang terpendek. Saluran ini menunjukkan bahwa produsen menjual langsung kerajinan kaligrafi kulit kambing kepada konsumen. Penjualan ini dilakukan dengan cara konsumen mendatangi produsen. Konsumen ini adalah warga masyarakat sekitar yang membutuhkan kerajinan kaligrafi kulit kambing untuk

digunakan sendiri. Produsen pada saluran ini tidak mengeluarkan biaya transportasi, parkir dan biaya tenaga kerja, karena kerajinan kaligrafi kulit kambing diambil sendiri oleh konsumen.

2. Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran II ini, produsen menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing kepada pedagang pengecer. Penjualan ini dilakukan dengan cara pedagang pengecer mendatangi produsen, kemudian pedagang pengecer menjualnya kepada konsumen.

3. Saluran Pemasaran III

Saluran pemasaran III, produsen menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing kepada pedagang pengecer, setelah itu pedagang pengecer menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing kepada konsumen dengan menjajakan di toko. Pedagang pengecer membeli kerajinan kaligrafi kulit kambing dengan mendatangi pedagang pengumpul.

Jenis saluran pemasaran dan jumlah produsen kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa saluran yang paling banyak digunakan oleh produsen kerajinan kaligrafi kulit kambing

Tabel 2. Jenis saluran pemasaran dan jumlah produsen kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo

No	Saluran pemasaran	Jumlah produsen (orang)	Persentase (%)
1	Saluran I	4	13,3
2	Saluran II	6	20
3	Saluran III	20	66,7
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer terolah, 2015

Tabel 3. Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo pada saluran I (n=4 orang)

No	Uraian biaya	Rp/unit
1	Harga jual kerajinan kaligrafi kulit kambing oleh produsen	36.667
2	Harga beli konsumen	36.667
3	<i>Producer's share</i>	100%

di Kecamatan Sukoharjo adalah saluran III yaitu sebanyak 20 produsen atau 66,7%. Pada saluran III pedagang pengumpul melakukan kegiatan pemasaran dengan membeli kerajinan kaligrafi kulit kambing dari produsen, selanjutnya kerajinan kaligrafi kulit kambing dibeli oleh pedagang pengecer untuk selanjutnya dijual kepada konsumen. Saluran III berarti produsen lebih condong untuk menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing kepada pedagang pengumpul, dikarenakan produsen lebih percaya kepada pengumpul dan lebih mudah dalam pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing dari pada menjualnya secara langsung kepada konsumen. Produsen tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi, parkir dan retribusi pasar.

Biaya Pemasaran, Margin, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran pada Pemasaran Kerajinan kaligrafi Kulit Kambing di Kecamatan Sukoharjo

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran, seperti biaya pengangkutan, retribusi dan lain-lain (Soetriono *et al.*, 2006). Biaya pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat tidak sama, hal ini karena jenis kegiatan dan

saluran pemasaran yang dilakukan berbeda. Semakin panjang saluran pemasaran yang digunakan, maka biaya pemasaran yang dikeluarkan akan semakin tinggi (Widitananto, 2012). Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo pada saluran I dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 3, harga yang diterima oleh produsen pada saluran I adalah Rp36.667,00. Produsen menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing langsung kepada konsumen dengan cara konsumen mendatangi produsen, sehingga produsen tidak mengeluarkan biaya untuk pemasaran seperti biaya transportasi, retribusi pasar dan parkir. Hal ini dikarenakan konsumen mencari informasi mengenai penyedia kerajinan kaligrafi kulit kambing dengan cara datang langsung ke rumah produsen. Rata-rata biaya, margin, keuntungan pemasaran dan efisiensi pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo pada saluran II dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa pada saluran II hanya terdapat satu lembaga pemasaran yang terlibat, yaitu pedagang pengecer. Produsen menerima harga sebesar Rp30.667,00 dan produsen tidak mengeluarkan biaya untuk pemasaran.

Tabel 4. Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo pada saluran II (n=6 orang)

No	Uraian biaya	Rp/unit
1	Harga jual kerajinan kaligrafi kulit kambing oleh produsen	30.667
2	Pedagang pengecer	
	a. Harga beli	30.667
	b. Biaya pemasaran	
	• Sewa kios	451
	• Tansportasi	208
	• Retribusi	125
	Jumlah biaya	784
	c. Harga jual	34.333
	d. Margin pemasaran	3.666
	e. Keuntungan	2.882
3	a. Total biaya pemasaran	784
	b. Total margin pemasaran	3.666
	c. Total keuntungan	2.882
	d. <i>Producer's share</i>	89%

Pedagang pengecer menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing dengan harga Rp34.333,00 kepada konsumen. Konsumen membeli kerajinan kaligrafi kulit kambing di kios pedagang. Kegiatan pemasaran pedagang pengecer dilakukan di kios pedagang. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer antara lain biaya sewa kios, pengangkutan dan retribusi. Rata-rata biaya, margin, keuntungan pemasaran dan efisiensi pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo pada saluran III dapat dilihat pada Tabel 5.

Efisiensi Pemasaran Kerajinan kaligrafi Kulit Kambing di Kecamatan Sukoharjo

Perbandingan total biaya, margin, keuntungan pemasaran dan efisiensi pemasaran dapat dilihat pada Tabel 6.

Hasil analisa biaya pemasaran, saluran I mengeluarkan biaya pemasaran terendah yaitu Rp0,00 sedangkan biaya pemasaran tertinggi ada pada saluran III sebesar Rp921,00. Biaya pemasaran pada saluran II dan III lebih besar karena melalui beberapa lembaga pemasaran dan lembaga

pemasaran mengeluarkan biaya seperti biaya transportasi, sewa kios dan retribusi. Soekartawi (1993), semakin efisien pemasaran yang dilakukan, maka akan semakin kecil biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa saluran yang paling efisien adalah saluran I karena produsen menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing langsung kepada konsumen dengan cara konsumen mendatangi produsen, sehingga produsen tidak mengeluarkan biaya pemasaran.

Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen (Sudiyono, 2002). Saluran yang memiliki total margin pemasaran terbesar adalah saluran III sebesar Rp10.000,00 dan saluran I memiliki margin pemasaran terendah sebesar Rp0,00. Saluran I merupakan saluran yang efisien karena memiliki margin pemasaran terendah. Semakin rendah margin pemasaran, semakin tinggi bagian yang diterima oleh produsen dan semakin pendek saluran pemasaran maka pemasaran semakin efisien (Estiyanti, 2010).

Saluran yang memiliki total keuntungan terbesar yaitu saluran III sebesar

Tabel 5. Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing pada saluran pemasaran III (n=20 orang)

No	Uraian biaya	Rp/unit
1	Harga jual kerajinan kaligrafi kulit kambing oleh produsen	26.667
2	Pedagang pengumpul	
	A Harga beli	26.667
	B Biaya pemasaran	
	- Sewa kios	167
	- Transportasi	78
	- Retribusi pasar	44
	Jumlah biaya	289
	C Harga jual	30.667
	D Margin pemasaran	4.000
	E Keuntungan	3.711
3	Pedagang pengecer	30.667
	a. Harga beli	
	b. Biaya pemasaran	
	- Sewa kios	367
	- Pengangkutan	168
	- Retribusi	97
	Jumlah biaya	632
	c. Harga jual	36.667
	d. Margin pemasaran	6.000
	e. Keuntungan	5.368
4	a. Total biaya pemasaran	921
	b. Total margin pemasaran	10.000
	c. Total keuntungan	9.079
	d. <i>Producer's share</i>	73%

Rp9.079,00 karena memiliki beberapa lembaga pemasaran. Saluran yang memiliki keuntungan terkecil adalah pada saluran I sebesar Rp0,00 karena pada saluran I tidak terdapat lembaga pemasaran. Keuntungan yang didapat dari pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing pada setiap lembaga pemasaran berbeda-beda, karena pada setiap lembaga pemasaran menetapkan harga yang berbeda-beda. Hal ini sesuai dengan Soetriono *et al.* (2006) bahwa perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran tergantung dari keuntungan yang ingin dicapai oleh masing-masing lembaga pemasaran.

Pemasaran dianggap efisien secara ekonomis apabila pada saluran pemasarannya bagian yang didapat produsen mempunyai nilai tinggi. Suatu pemasaran

dapat dikatakan efisien jika bagian yang diterima oleh produsen >50% dan apabila bagian yang diterima produsen <50% maka pemasaran belum efisien (Rahim dan Astuti, 2008). Berdasarkan Tabel 12 dapat diketahui bahwa saluran I merupakan saluran yang paling efisien karena mempunyai nilai efisiensi pemasaran tertinggi yaitu 100%. Hal ini terjadi karena produsen menjual kerajinan kaligrafi kulit kambing secara langsung kepada konsumen sehingga tidak mengeluarkan biaya pemasaran dan tidak melibatkan lembaga pemasaran, namun pada kenyataannya saluran yang banyak digunakan oleh produsen di Kecamatan Sukoharjo adalah saluran III. Saluran I efisien secara biaya tetapi belum menjangkau konsumen yang dari luar atau konsumen yang lebih luas. Produsen banyak

Tabel 6. Perbandingan total biaya, margin, keuntungan pemasaran dan *producer's share* pada setiap lembaga pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing

No	Saluran pemasaran	Total biaya (Rp/unit)	Total margin (Rp/unit)	Total keuntungan pemasaran (Rp/unit)	<i>Producer's share</i> (%)
1	Saluran I	0	0	0	100
2	Saluran II	784	3.666	2.882	89
3	Saluran III	921	10.000	9.079	73

Sumber : Data primer terolah, 2015

yang menggunakan saluran III karena lebih menekankan kepada alasan pertimbangan keuntungan dirinya, seperti kemudahan dalam proses penjualan, kebiasaan dan kepercayaan kepada pedagang pengumpul dianggap membantu produsen dalam memasarkan kerajinan kaligrafi kulit kambing.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian simpulan yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah

- Saluran pemasaran kaligrafi kulit kambing yang digunakan produsen di Kecamatan Sukoharjo terdapat tiga saluran sebagai berikut :
 - Saluran I : Produsen → Konsumen
 - Saluran II : Produsen → Pedagang pengecer → Konsumen
 - Saluran III : Produsen → Pedagang pengumpul → Pedagang pengecer → Konsumen
- Saluran I merupakan saluran yang paling efisien karena pada saluran ini biaya pemasaran yaitu Rp0,00 dan produsen memperoleh nilai efisiensi tertinggi sebesar 100%.
- Pola saluran pemasaran kerajinan kaligrafi kulit kambing di Kecamatan Sukoharjo yang banyak digunakan oleh produsen adalah saluran III sebanyak 20 responden atau 66,7% karena produsen lebih menekankan seperti kemudahan dalam proses penjualan, kebiasaan dan kepercayaan kepada pedagang pengumpul serta membantu pemasaran kerajinan

kaligrafi kulit kambing ke area yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukoharjo. 2014. Kecamatan Sukoharjo Dalam Angka 2014. Sukoharjo.
- Dinas Perindustriaan dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo. 2012. Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Kabupaten Sukoharjo. Disperindag. Sukoharjo.
- Dinas Perindustriaan dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo. 2014. Komoditi Unggulan Kabupaten Sukoharjo. Disperindag. Sukoharjo.
- Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Sukoharjo. 2009. Perencanaan Tenaga Kerja Daerah Kabupaten Sukoharjo. Sukoharjo.
- Estiyati, I. 2010. *Analisis Pemasaran Belimbing Manis (Aveerhoa Carambola L.) di Kabupaten Jepara*. Skripsi. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Kementerian Dalam Negeri. 2008. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi tiga belas*, Jilid dua. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo. Jakarta.
- Limbong. 2000. *Saluran Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mubyarto. 2006. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.

- Pawiroharsono, S. 2008. Penerapan Enzim Untuk Penyamakan Kulit Ramah Lingkungan. Jakarta.
- Prasetyo, B dan L. M. Jannah. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi). Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Purnomo, E. 1995. Pengetahuan Dasar Teknologi Penyamakan Kulit. Akademi Penyamakan Kulit. Departemen Perindustrian Republik Indonesia. Yogyakarta.
- Rahim dan D.R. Hastuti. 2008. Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Singarimbun, M. 1995. Metode Penelitian Survei. LP3ES. Jakarta.
- Singarimbun, M. 2012. Metode Penelitian Survei. LP3ES. Jakarta.
- Soekartawi. 1993. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. PT Grafindo. Jakarta.
- Soetriono, Suwandari, dan Rijanto. 2006. Pengantar Ilmu Pertanian. Bayumedia Jember
- Standar Nasional Indonesia. 1992. Kulit Kambing/Domba Mentah Kering. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.
- Surakhmad, W. 1998. Metode Penelitian. Graha Indonesia. Jakarta.
- Widitananto, A. 2012. Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kecamatan Playen Kabupaten gunung Kidul. Skripsi. Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret. Surakarta.