

ANALISIS PEMASARAN BREM DI KECAMATAN NGUNTORONADI KABUPATEN WONOGIRI

Adela Glassy Prandeta, Suprpti Supardi, Wiwit Rahayu

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta

Jl Ir Sutami No 36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp/Fax. (0271) 637457

Email: glassyprandeta@gmail.com Telp : 089673376554

Abstract: The research aims to determine the channel pattern, function and role of marketing institutions, the amount of costs, profits, and marketing margins and the level of economic efficiency of marketing brem in Nguntoronadi District, Wonogiri regency. This research was conducted in Nguntoronadi Subdistrict, Wonogiri Regency, which was determined *purposive*. The types of data used are primary data and secondary data. The method of sample producers using the census method, while the determination of the brem marketing agencies with *snowball sampling* method. Data analysis method uses cost and margin marketing analysis. The results of the study show that (1)there are four patterns of marketing channels, namely channel I(producer-trader in the city-consumer), II(producer-trader of cities in soloraya-consumer outside soloraya), III (producers of village-merchant collectors in cities-consumer), IV(producer-outside soloraya consumer), (2)There are three brem marketing channel institutions in Nguntoronadi Subdistrict, Wonogiri Regency, namely village collectors, inner-city traders and city traders in Soloraya where each agency has an exchange function and physical function,(3)Channel I has a total cost of IDR 4,054.36/kg, the total marketing profit is IDR 16257.39/kg, the marketing margin is IDR 8,333.33/kg. Channel II has a total cost of IDR 4,485.09/kg, total marketing profit of IDR 13,930.84/kg, marketing margin of IDR. 8,333.33/kg. Channel III has a total cost of IDR 2,599.87/kg, the total marketing profit is IDR 5,733.46/kg, the marketing margin is IDR 8,333.33/kg. Channel IV has a total cost of IDR 2,599.87/kg, the total marketing profit is IDR 5,733.46/kg, the marketing margin is IDR 8,333.33/kg, (4)Channel IV is the most economically efficient channel because the percentage is low margins and high percentage of Producer's share compared to other marketing channels.

Keywords: Brem, Marketing, Wonogiri Regency

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola saluran, fungsi dan peran lembaga pemasaran, besarnya biaya, keuntungan, marjin pemasaran, dan tingkat efisiensi ekonomi pemasaran brem di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri yang ditentukan secara *purposive* (sengaja). Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode penentuan produsen sampel dilakukan dengan metode sensus, sedangkan penentuan lembaga pemasaran brem dilakukan dengan metode *snowball sampling*. Analisis data menggunakan analisis biaya dan marjin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat empat pola saluran pemasaran yaitu saluran I (produsen-pedagang dalam kota-konsumen), II (produsen-pedagang kota dalam soloraya-konsumen luar soloraya), III (produsen-pedagang pengumpul desa-pedagang dalam kota-konsumen), IV (produsen-konsumen luar soloraya), (2) Terdapat tiga lembaga saluran pemasaran brem di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri yaitu pedagang pengumpul desa, pedagang dalam kota, dan pedagang kota dalam Soloraya dimana masing-masing lembaga memiliki fungsi pertukaran dan fungsi fisik, (3) Saluran I memiliki total biaya Rp4.054,36/kg, keuntungan total pemasaran Rp16.257,39/kg, marjin pemasaran Rp8.333,33/kg. Saluran II memiliki total biaya Rp4.485,09/kg, keuntungan total pemasaran Rp13.930,84/kg, marjin pemasaran Rp8.333,33/kg. Saluran III memiliki total biaya Rp2.599,87/kg, keuntungan total pemasaran Rp5.733,46/kg, marjin pemasaran Rp8.333,33/kg. Saluran IV memiliki total biaya Rp2.599,87/kg, keuntungan total pemasaran Rp5.733,46/kg, marjin pemasaran Rp8.333,33/kg, (4) Saluran IV adalah saluran yang paling efisien secara ekonomi karena persentase marjin rendah dan persentase *Producer's share* tinggi dibandingkan saluran pemasaran lainnya.

Kata Kunci: Brem, Kabupaten Wonogiri, Pemasaran

PENDAHULUAN

Berbagai industri pengolahan hasil pertanian terdapat di Negara Indonesia, salah satunya adalah industri pengolahan beras ketan. Salah satu produk makanan yang berbahan baku beras ketan dan diusahakan secara agroindustri di Kabupaten Wonogiri adalah *brem*. *Brem* padat merupakan salah satu jenis industri makanan olahan di Kabupaten Wonogiri yang mampu bersaing dengan jenis makanan olahan lainnya karena memiliki nilai produksi yang cukup besar. *Brem* yang dipasarkan adalah *brem* yang sudah kering dan berbentuk bulat.

Suatu proses pemasaran akan menyalurkan produk dari produsen ke tangan konsumen dengan melibatkan lembaga-lembaga pemasaran yang selanjutnya akan membentuk pola saluran pemasaran. Pola saluran pemasaran merupakan bentuk dari saluran pemasaran tiap produsen yang berbeda-beda. Perbedaan pola tersebut mengakibatkan harga yang diterapkan oleh produsen dan harga yang diterima konsumen akhir menjadi berbeda antara saluran pemasaran yang satu dengan yang lainnya. Para produsen atau perusahaan bisa mengetahui tingkat kompetisi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi pangan melalui analisis margin pemasaran, yaitu selisih antara harga yang

diterima produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen.

Adanya selisih harga yang relatif tinggi antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen, menunjukkan tingginya biaya dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran. Menurut Rahim (2016) besar keuntungan setiap lembaga tergantung pada struktur pasar di setiap tingkatan, posisi tawar, dan efisiensi usaha masing-masing lembaga pemasaran. Untuk mengurangi besarnya margin pemasaran diperlukan adanya sistem pemasaran yang efisien. Sistem pemasaran yang paling efisien dapat menyalurkan *brem* dari produsen kepada konsumen akhir dengan biaya yang rendah dan bukan semata-mata terletak pada panjang pendeknya saluran pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola saluran pemasaran *brem* di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri, untuk mengetahui fungsi dan peran lembaga pemasaran di kabupaten Wonogiri, untuk menganalisis besar biaya, keuntungan, dan margin pemasaran *brem* di Kabupaten Wonogiri dan untuk mengkaji saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomi di Kabupaten Wonogiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri yang ditentukan secara

purposive (sengaja). Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode penentuan produsen sampel dilakukan dengan metode sensus, sedangkan penentuan lembaga pemasaran brem dilakukan dengan metode *snowball sampling*.. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

METODE ANALISIS DATA

Untuk mengetahui pola, fungsi serta peran saluran pemasaran brem yang ada di Kabupaten Wonogiri menggunakan metode deskriptif.

Untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran dan margin pemasaran ditingkat lembaga dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya dan margin pemasaran yaitu dengan menghitung besar biaya keuntungan dan margin pemasaran pada tiap lembaga perantara pada berbagai saluran pemasaran.

Besarnya biaya pemasaran diperoleh dari persamaan berikut ini:

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn} \dots \dots \dots (1)$$

Dimana **B_p** adalah biaya pemasaran brem (Rp/kg), **B_{p1,2,3,...,n}** adalah biaya pemasaran brem tiap lembaga pemasaran (Rp/kg), dan **1,2,3,...,n** adalah jumlah lembaga pemasaran

Besarnya keuntungan pemasaran diperoleh dari persamaan berikut ini:

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + K_{p3} + \dots + K_{pn} \dots \dots \dots (2)$$

Dimana **K_p** adalah keuntungan pemasaran brem (Rp/kg), **K_{p1,2,3,...,n}** adalah keuntungan pemasaran brem tiap lembaga pemasaran (Rp/kg), dan **1,2,3,...,n** adalah jumlah lembaga pemasaran.

Besarnya margin pemasaran diperoleh dari persamaan berikut ini:

$$MP = P_r - P_f \dots \dots \dots (3)$$

Dimana **MP** adalah margin pemasaran brem (Rp/kg), **P_r** adalah harga brem di tingkat konsumen (Rp/kg), dan **P_f** adalah harga brem di tingkat produsen (Rp/kg).

Margin yang diperoleh dari sejumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima dirumuskan sebagai berikut:

$$MP = B_p + K_p \dots \dots \dots (4)$$

MP adalah margin pemasaran brem (Rp/kg), **B_p** adalah biaya pemasaran brem (Rp/kg), dan **K_p** adalah keuntungan pemasaran brem (Rp/kg).

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran dilakukan dengan memperhitungkan persentase margin pemasaran, dengan rumus:

Persentase Margin Pemasaran

$$Mp = \frac{P_r - P_f}{P_r} \times 100\% \dots \dots \dots (5)$$

M_p adalah margin pemasaran brem (%), **P_f** adalah harga brem di tingkat produsen (Rp/kg), dan **P_r** adalah harga brem di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

Hanafiah dan Saefudin (1983) menyatakan bahwa semakin rendah

nilai yang didapat memperlihatkan efisiensi yang semakin tinggi.

Efisiensi pemasaran secara ekonomis dapat diketahui dengan memperhitungkan bagian yang diterima oleh produsen (*Producer's share*). Semakin besar bagian yang diterima produsen, maka pemasaran semakin efisien dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PS = \frac{Pf}{Pe} \times 100\% \dots\dots\dots(6)$$

Dimana **PS** adalah bagian harga brem yang diterima produsen, **Pf** adalah harga brem di tingkat produsen (Rp/Kg), dan **PE** adalah harga brem di tingkat lembaga pemasaran (Rp/Kg).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang saling tergantung dalam proses mempermudah penyaluran produksi dari produsen ke konsumen untuk digunakan atau dikonsumsi. Perusahaan akan memilih mana yang paling efektif dan efisien yang dapat digunakan dalam pelaksanaan pemasarannya. Panjang pendeknya saluran pemasaran tergantung jarak antara produsen ke konsumen, skala produksi, kualitas barang yang dipindahkan serta permintaan pasar terhadap barang tersebut.

Pola saluran pemasaran brem ditentukan dengan cara penelusuran jalur pemasaran brem mulai dari produsen, lembaga pemasaran sampai ke konsumen yang berada di

lingkup soloraya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasaran brem di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri diketahui pola pemasaran brem sebagai berikut: Saluran pemasaran I: produsen ke pedagang dalam kabupaten ke konsumen akhir. Saluran Pemasaran II: Produsen ke pedagang kabupaten-kota dalam Soloraya ke konsumen luar Soloraya. Saluran pemasaran III: Produsen ke Pedagang pengumpul desa ke pedagang dalam kabupaten selanjutnya ke konsumen akhir. Saluran pemasaran IV: produsen ke konsumen luar Soloraya.

Fungsi dan Peran Lembaga Pemasaran

Sudiyono (2004) menyatakan bahwa pada prinsipnya terdapat tiga fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran terdiri dari fungsi penjualan dan fungsi pembelian, fungsi fisik terdiri dari fungsi penyimpanan dan fungsi pengangkutan, sedangkan fungsi fasilitas terdiri dari fungsi standardisasi dan grading. Terdapat tiga lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran brem di Kecamatan Nguntoronadi yaitu pedagang pengumpul desa, pedagang dalam kabupaten, pedagang kabupaten-kota dalam Soloraya.

Pedagang pengumpul desa merupakan pedagang yang membeli brem dari produsen yang berada di desa. Dalam pemasaran brem,

pedagang pengumpul desa memiliki fungsi fisik yaitu kegiatan dalam pemasaran baik pembelian dan penjualan. Pembelian dilakukan yaitu dengan pedagang pengumpul desa mengambil ke produsen. Setelah melakukan pembelian brem, maka pedagang pengumpul desa akan melakukan kegiatan penjualan brem. Brem yang sudah dikemas akan dijual oleh pedagang pengumpul desa ke pedagang lain yaitu dengan cara pedagang pengumpul desa mendatangi pedagang lain. Pedagang pengumpul desa juga memiliki fungsi fisik. Fungsi fisik adalah melakukan kegiatan penyimpanan dan pengangkutan brem yang dibeli produsen. Brem yang sudah dibeli dari produsen akan dilakukan pengemasan sesuai dengan permintaan konsumen, sehingga pengemasan brem membutuhkan waktu satu hari. Hal ini akan membuat para pedagang pengumpul desa menyimpan brem hingga siap dijual pada keesokan harinya. Fungsi fisik selanjutnya yang dilakukan oleh pedagang pengumpul desa adalah kegiatan pengangkutan. Pedagang pengumpul desa mengantarkan brem ke pedagang dalam kabupaten.

Pedagang dalam kabupaten adalah pedagang yang mengambil produk brem dari produsen langsung dan pedagang yang mengambil brem dari pedagang pengumpul. Pedagang dalam kabupaten melakukan fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Fungsi fisik yang dilakukan yaitu pedagang

membeli langsung dari produsen dan ada yang membeli dari pedagang pengumpul desa yang selanjutnya, brem akan dijual kembali kepada konsumen. Fungsi yang dimiliki oleh pedagang dalam kabupaten yang kedua adalah fungsi fisik yaitu melakukan penyimpanan dan pengangkutan. Penyimpanan yang dilakukan yaitu pedagang akan menyimpan brem sampai brem selesai dikemas dan biasanya cukup satu hari. Brem yang sudah dikemas akan dijual dengan diangkut menggunakan transportasi.

Pedagang kabupaten-kota dalam Soloraya adalah orang atau lembaga yang melakukan pembelian brem kepada produsen dan selanjutnya akan melakukan penjualan kepada pedagang lain diluar Soloraya. Fungsi pertukaran yang dilakukan yaitu melalui pembelian dan penjualan. Pedagang kabupaten-kota dalam Soloraya membeli langsung kepada produsen dengan mendatangi produsen. Selanjutnya pedagang kabupaten-kota dalam Soloraya akan menjual kembali brem kepada pedagang-pedagang lain. Setelah membeli dari produsen, mereka tidak langsung menjual ke pedagang lain melainkan harus mengemas ulang atau sesuai dengan permintaan konsumen. Media transportasi yang digunakan untuk pengangkutan yaitu menggunakan mobil pribadi dan ada juga yang menggunakan mobil box. Hal ini berarti pedagang kabupaten-kota

dalam Soloraya juga melakukan fungsi fisik.

Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran Brem

Supriatna (2010) berpendapat bahwa marjin pemasaran merupakan perbedaan harga diantara produsen dan konsumen. Huq (2004) menyatakan bahwa komponen dalam marjin pemasaran itu ada dua yaitu biaya pemasaran dan keuntungan. Lembaga pemasaran merupakan lembaga yang membantu dalam kegiatan pemasaran untuk menyalurkan produk sampai ke tangan konsumen. Barang atau produk yang membutuhkan proses dalam pemindahan tangan dari produsen hingga ke tangan konsumen akan memerlukan biaya. Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran akan berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan. Semakin tinggi biaya yang dikeluarkan maka akan berdampak pula terhadap harga suatu produk. Melalui lembaga pemasaran maka akan membuat harga di tingkat produsen berbeda dengan harga di tingkat konsumen.

Produsen pada saluran pemasaran I mengeluarkan biaya untuk bahan baku sebesar Rp25.964,72/kg, biaya produksi sebesar Rp4.705,53/kg. dan untuk biaya pemasaran sebesar Rp1.454,49/kg. Selanjutnya brem akan dijual ke pedagang dalam kabupaten kota dan akan dikemas. Setelah itu, pedagang dalam

kabupaten akan menjual kembali brem tersebut ke konsumen dengan harga jual Rp 51.000,00/kg. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan dari lembaga pemasaran yaitu Rp2.599,87/kg. Total biaya pemasaran pada saluran I adalah Rp4.054,36/kg, total keuntungan pemasaran sebesar Rp16.275,39/kg. Total marjin pemasaran yaitu sebesar Rp8,333,33/kg.

Saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran dengan alur yang dimulai dari produsen menjual brem kepada pedagang kabupaten-kota dalam Soloraya. Biaya yang dikeluarkan oleh produsen dalam kegiatan pemasaran yaitu biaya bahan baku dan biaya produksi. Total biaya bahan baku yang diperlukan produsen Rp33.296,37/kg, sedangkan total biaya produksi yang dikeluarkan produsen adalah sebesar Rp3.287,70/kg. Produsen akan menjual brem per 1 kilogram rata-rata sebesar Rp46.666,67/kg. Pedagang kabupaten-kota dalam Soloraya yang telah membeli brem dari produsen brem maka selanjutnya akan mengeluarkan biaya pemasaran yang terdiri dari biaya pengemasan, biaya transportasi dan biaya risiko yang masing-masing secara berurutan adalah Rp1.404,23/kg, Rp843,59/kg, Rp608,91/kg, sehingga total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang kabupaten-kota dalam Soloraya yaitu sebesar Rp2.856,73/kg. Brem yang

Adela Glassy : Analisis Pemasaran....

sudah dikemas oleh pedagang kabupaten-kota dalam Soloraya, selanjutnya akan dijual kepada pedagang yang berada di luar daerah Soloraya dengan rata-rata harga jual Rp55.000 per kilogram. Total biaya pemasaran, dan total keuntungan pemasaran, dan margin pemasaran pada saluran pemasaran II secara berturut-turut sebesar Rp4.485,09/kg, Rp13.930,84/kg, dan Rp8.333,33/kg.

Saluran pemasaran III yaitu dimulai dengan produsen menjual brem kepada pedagang pengumpul desa. Brem yang berasal dari pedagang pengumpul desa, dijual kepada pedagang dalam kabupaten dan selanjutnya dari pedagang dalam kabupaten akan dijual kepada konsumen. Produsen pada saluran pemasaran III akan mengeluarkan biaya bahan baku sebesar Rp28.542,66/kg dan biaya produksi sebesar Rp5.270,06/kg. Selanjutnya brem akan dijual kepada pedagang pengumpul desa dengan harga jual Rp44.750/kg. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa yaitu Rp1.441,94/kg. Selanjutnya pedagang pengumpul desa akan menjual brem kepada pedagang dalam kabupaten. Pedagang dalam kabupaten membeli brem dari pedagang pengumpul desa yaitu sebesar Rp52.000,00/kg dengan mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp1.682/kg. Kemudian pedagang dalam kabupaten akan menjual brem kepada konsumen.

Harga jual dari pedagang dalam kabupaten ke konsumen yaitu sebesar Rp62.000,00/kilogram. Keuntungan yang diperoleh dari pedagang dalam kabupaten yaitu Rp8.318,00/kg dengan margin pemasaran sebesar Rp10.000,00/kg.

Saluran pemasaran IV ini dimulai dengan produsen menjual langsung kepada konsumen yang berada diluar Soloraya. Produsen pada saluran pemasaran IV mengeluarkan biaya bahan baku sebesar Rp29.224,22/kg, biaya produksi sebesar Rp2.301,07/kg, dan biaya pemasaran sebesar Rp1.738,74/kg. Produsen menjual brem kepada pedagang kabupaten-kota dalam Soloraya luar Soloraya yaitu Rp44.909,09/kilogram dengan total keuntungan sebesar Rp9.451,12/kg. Margin pemasaran pada saluran pemasaran IV yaitu 0, karena produsen langsung menjual kepada pedagang kabupaten-kota dalam Soloraya luar soloraya tanpa perantara lembaga pemasaran lainnya.

Efisiensi Ekonomi Pemasaran Brem

Mubyarto (1995) menyatakan bahwa sistem pemasaran akan dianggap efisien apabila dianggap mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke tangan konsumen dengan biaya serendah mungkin dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat

Adela Glassy : Analisis Pemasaran....

dalam kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran. Perbandingan tingkat efisiensi saluran pemasaran brem di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri dapat diketahui dengan cara membandingkan besarnya total biaya pemasaran, total keuntungan pemasaran di setiap

lembaga pemasaran, total margin pemasaran dan besarnya *producer's share*. Tabel 1. menunjukkan total biaya, total keuntungan, margin pemasaran, dan *producer's share* dari ke empat pola saluran pemasaran brem di Kecamatan nguntoronadi Kabupaten Wonogiri.

Tabel 1. Rata-rata Biaya Pemasaran, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Brem pada Saluran Pemasaran IV di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri.

No	Uraian	Saluran Pemasaran I	Saluran Pemasaran II	Saluran Pemasaran III	Saluran Pemasaran IV
1	Total Biaya (Rp/kg)	4.054,36	4.485,09	4.013,25	1.738,74
2	Total Keuntungan (Rp/kg)	16.257,39	13.930,84	24.174,03	9.451,12
3	Total Margin Pemasaran (Rp/kg)	8.333,33	8.333,33	17.250	0
4	Persentase Margin Pemasaran (%)	16,34	15,15	27,82	0
5	<i>Producer's share</i> (%)	83,66	84,85	72,18	100

Sumber: Analisis Data Primer 2019

Tabel 1 menunjukkan bahwa total biaya pemasaran dan keuntungan yang di dapat setiap saluran pemasaran berbeda-beda. Salah satu faktor yang mempengaruhi hal tersebut adalah adanya keterlibatan lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran. Tingkat efisiensi pemasaran brem secara ekonomis dapat dilihat dari besarnya persentase margin pemasaran dan *producer's share*. Saluran pemasaran I memiliki total margin pemasaran sebesar Rp8.333,33/kg dengan persentase margin pemasaran sebesar 16,34%. Saluran pemasaran II memiliki total margin pemasaran sama dengan saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp8.333,33/kg dengan persentase margin pemasaran sebesar 15,15%. Total margin dan persentase margin pemasaran pada saluran III masing-masing sebesar Rp17.250, 00/kg dan 27,82%. Saluran IV memiliki total margin 0 sehingga persentase total margin pemasaran juga 0%. Nilai *producer's share* yang dimiliki oleh setiap saluran pemasaran juga berbeda-beda. Nilai *producer's share* saluran pemasaran I, II, III, dan IV secara berurutan adalah 83,66%, 84,85%, 72,18%, dan 100%. Saluran pemasaran yang memiliki nilai *producer's share* paling rendah adalah saluran pemasaran III, sedangkan yang memiliki nilai *producer's share* paling tinggi adalah saluran pemasaran IV.

Pemasaran brem dapat dikatakan efisien apabila nilai persentase margin pemasaran terendah dan nilai *producer's share* tertinggi dan di atas 50%. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran brem di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri yang paling efisien adalah saluran pemasaran IV. Hal ini disebabkan karena saluran pemasaran IV memiliki saluran pemasaran terpendek dengan nilai persentase margin pemasaran sebesar 0% dan nilai *producer's share* di atas 50% yaitu 100% dan tertinggi dibandingkan saluran pemasaran I, II, dan III.

SIMPULAN

Terdapat empat pola saluran pemasaran pada pemasaran brem di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri yaitu saluran I (produsen-pedagang dalam kabupaten-konsumen), II (produsen-pedagang kabupaten-kota dalam soloraya-konsumen luar soloraya), III (produsen-pedagang pengumpul desa-pedagang dalam kabupaten-konsumen), IV (produsen-konsumen luar soloraya). Terdapat tiga lembaga saluran pemasaran brem di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri yaitu pedagang pengumpul desa, pedagang dalam kota, dan pedagang kota dalam Soloraya dimana masing-masing lembaga memiliki fungsi pertukaran dan fungsi fisik.

Adela Glassy : Analisis Pemasaran....

Saluran I memiliki total biaya Rp4.054,36/kg, keuntungan total pemasaran Rp16.257,39/kg, margin pemasaran Rp8.333,33/kg. Saluran II memiliki total biaya Rp4.485,09/kg, keuntungan total pemasaran Rp13.930,84/kg, margin pemasaran Rp 8.333,33/kg. Saluran III memiliki total biaya Rp2.599,87/kg, keuntungan total pemasaran Rp5.733,46/kg, margin pemasaran Rp8.333,33/kg. Saluran IV memiliki total biaya Rp2.599,87/kg, keuntungan total pemasaran Rp5.733,46/kg, margin pemasaran Rp8.333,33/kg. Saluran pemasaran IV pada pemasaran brem di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri merupakan saluran terpendek serta memiliki efisiensi pemasaran secara ekonomi paling efisien apabila dibandingkan dengan saluran pemasaran I, saluran pemasaran II, dan saluran pemasaran III karena memiliki nilai *producer's share* paling tinggi yaitu 100 % dan nilai persentase margin pemasaran paling rendah yaitu 0 %.

Saran untuk produsen brem di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri adalah saluran pemasaran IV lebih digencarkan lagi karena memiliki tingkat efisiensi paling tinggi dan produsen sebaiknya lebih aktif dalam mencari informasi pasar sehingga produsen lebih cermat dalam memilih pola saluran yang lebih menguntungkan. Dari segi keuntungan sebaiknya produsen lebih cermat dalam menentukan dan

menekan biaya yang dikeluarkan mulai dari bahan baku, produksi, pemasaran dan lembaga pemasaran yang terlibat sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press
- Supriatna, Ade. 2010. Analisis Pemasaran Mangga "Gedong Gincu" (Studi kasus di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat). *Jurnal Agrin* Vol 14 (2): 97-113
- Huq, A., Shamsul A., dan Shaheen A. 2004. *Marketing Efficiency Of Different Channels for Potato in Selected Areas of Bangladesh*. *Bangladesh Journal Agricultural Economics* Vol 27 (1) : 67-79.
- Mubyarto. 1985. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES
- Soekartawi. 2002. *Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hanafiah, A. M., A. M Saefudin. 1983. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Jakarta: UI Press.