

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KACANG METE
DI KECAMATAN JATISRONO KABUPATEN WONOGIRI**

Mustafa Yanuar Bhima Sakti, Mohamad Harisudin, Putriesti Mandasari

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret

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

Email: mustafayanuar@student.uns.ac.id

ABSTRACT: *This study aims to (1) Identify the marketing channel pattern of cashews, (2) Identify the duties and functions of cashews marketing agency, (3) Identify the amount of costs, profits and margins of cashews, (4) Identify the level of marketing efficiency of cashews in Jatisrono District, Wonogiri Regency. The location was chosen purposively, namely in Sumberejo Village, jatisrono Subdistrict. The data was analyzed with analysis of costs, margins, and marketing benefits as well as marketing efficiency. The results of the study shows that : (1) There are three marketing channels for cashews. (2) Farmers and marketing institutions carry out marketing duties and functions, namely transaction, physical and facility functions. (3) The total cost of marketing channel I is IDR 5,961.73 / kg, profit is IDR 9,492.19 / kg, and marketing margin of IDR 14,800.00. The total marketing channel II cost is IDR 2,979.98 / kg, profit is IDR 7,082.86 / kg, marketing margin is IDR 8,833.33. The total cost of marketing channel III is IDR 2,270.00 / kg, profit is IDR 2,462.50 / kg, and the marketing margin is IDR 3,000. (4) Marketing channel III is the most efficient with a farmer's share value of 88.89%.*

Keywords: *Marketing Efficiency, Farmer 's share, Cashew Nut, Marketing Institute, Marketing Channels*

ABSTRAK : Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui pola saluran pemasaran kacang mete, (2) Mengetahui tugas dan fungsi lembaga-lembaga pemasaran kacang mete, (3) Mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran kacang mete, (4) Mengetahui tingkat efisiensi pemasaran kacang mete yang terdapat di Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri. Lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Sumberejo Kecamatan jatisrono. Analisis data menggunakan analisis biaya, margin, dan keuntungan pemasaran serta analisis efisiensi pemasaran secara ekonomis. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Terdapat tiga saluran pemasaran kacang mete. (2) Petani dan lembaga pemasaran melaksanakan tugas dan fungsi pemasaran yaitu fungsi transaksi, fisik, dan fasilitas. (3) Total biaya saluran pemasaran I adalah Rp 5.961,73 /kg, keuntungan Rp 9.492,19 /kg, dan margin pemasaran Rp 14.800,00. Total biaya saluran pemasaran II adalah Rp 2.979,98 /kg, keuntungan Rp 7.082,86 /kg, margin pemasaran Rp 8.833,33. Total biaya saluran pemasaran III adalah Rp 2.270,00 /kg, keuntungan Rp 2.462,50 /kg, dan margin pemasaran Rp 3.000,00. (4) Saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dengan nilai *farmer's share* sebesar 88,89%.

Kata kunci : Efisiensi Pemasaran, *Farmer's share*, Kacang mete, Lembaga Pemasaran, Saluran Pemasaran

PENDAHULUAN

Tanaman jambu mete dapat memberikan manfaat secara ekonomi yang sangat besar, baik bagi masyarakat maupun bagi negara. Bagi masyarakat, pengembangan jambu mete dapat meningkatkan pendapatan dan dapat memberi lapangan pekerjaan. Sedangkan bagi negara dapat memperoleh devisa dari ekspor jambu mete (Darsono, 1996). Jambu mete merupakan komoditas yang memiliki nilai jual yang cukup tinggi dan relatif stabil baik di pasar domestik maupun di pasar ekspor. Berikut merupakan data volume dan nilai kacang mete di pasar domestik dan di pasar ekspor pada tahun 2014-2018 yang disajikan pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa volume dan nilai kacang mete di pasar domestik dari tahun 2014 – 2018 mengalami penurunan. Tanaman jambu mete memiliki nilai jual yang cukup tinggi dan relatif stabil baik di pasar domestik maupun di pasar ekspor. Selain gelondong dan kacang mete, tanaman tersebut menghasilkan minyak laka dan produk lain yang diolah dari buah semu (Karmawati, 2008). Penurunan produksi kacang mete disebabkan oleh tingkat peremajaan tanaman jambu mete yang rendah. Sedangkan volume dan nilai kacang mete di pasar ekspor dari

tahun 2014-2018 mengalami fluktuatif, yaitu terjadi peningkatan volume yang cukup signifikan di tahun 2015 dari 22.037 ton menjadi 104.647 ton. Penurunan tingkat volume terjadi pada tahun 2016 yakni sebesar 70.326 ton. Namun pada tahun berikutnya mengalami peningkatan hingga pada tahun 2018 sebesar 107.765 ton. Hal ini menunjukkan bahwa produk kacang mete memiliki potensi untuk diusahakan (Dewi *et al*, 2011).

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi penghasil jambu mete di Indonesia. Berdasarkan Dirjen Perkebunan (2016), Kabupaten Wonogiri merupakan Kabupaten yang memiliki luas areal dan produksi jambu mete tertinggi di Provinsi Jawa Tengah. Hal ini dikarenakan Kabupaten Wonogiri memiliki areal lahan perkebunan yang cukup luas sebesar 88.178 ha, dan kondisi geografis berupa tanah kering yang sesuai untuk perkebunan jambu mete. Tingginya produksi jambu mete di Kabupaten Wonogiri tentunya disumbang dari produksi tingkat kecamatan. Data luas areal dan produksi jambu mete pada tingkat kecamatan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 1. Data Volume (ton) dan Nilai (Rp) Kacang Mete di Pasar Domestik dan di Pasar Ekspor pada tahun 2014-2018

No.	Tahun	Pasar Domestik		Pasar Ekspor	
		Volume (ton)	Nilai (Rp)	Volume (ton)	Nilai (Rp)
1	2014	143.305	2.436.185.000	22.037	526.990.000
2	2015	140.112	2.381.904.000	104.647	1.843.950.000
3	2016	137.094	2.330.598.000	70.326	1.660.660.000
4	2017	131.685	2.238.645.000	105.904	1.800.368.000
5	2018	129.245	2.197.165.000	107.765	1.832.005.000

Sumber: Dirjen Perkebunan 2018

Tabel 2. Luas Areal (ha) dan Produksi Jambu Mete Menurut Kecamatan di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2016

No.	Kecamatan	Luas (ha)	Produksi (ton)
1.	Jatiroto	3.739	1.556
2.	Ngadirojo	3.338	1.377
3.	Sidoharjo	2.307	875
4.	Jatisrono	1.867	726
5.	Girimarto	818	367

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Wonogiri, 2017

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa Kecamatan Jatisrono menempati posisi empat dalam hal produksi jambu mete yaitu sebesar 726 ton pada Tahun 2016. Komoditas jambu mete tersebar disemua Kecamatan. Besarnya produksi jambu mete dipengaruhi oleh besarnya luas areal lahan dan faktor alam yang mendukung (Bank Indonesia, 2010). Permintaan kacang mete di Kecamatan Jatisrono adalah dari pedagang eceran, pedagang besar dan industri makanan yang ada di Solo, Klaten, Yogyakarta, dan kota-kota terdekat lainnya.

Pemasaran pada prinsipnya adalah aliran produk dari produsen ke konsumen. Aliran tersebut membentuk saluran pemasaran dan dapat terjadi karena lembaga pemasaran yang berperan dalam menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Adanya lembaga pemasaran tiap saluran pemasaran yang terbentuk, akan menyebabkan perbedaan harga dari produsen sampai konsumen akhir. Lembaga pemasaran akan mengeluarkan biaya dan mengambil keuntungan, dan pada hakikatnya terdiri dari biaya-biaya untuk melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran seperti fungsi transaksi/pertukaran, fungsi logistik/fisik dan fungsi fasilitas (Tjiptono dan Anastasia, 2016).

Pasar komoditas pertanian yang tidak efisien dapat terjadi jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar (Asmarantaka, 2014). Menurut Mubyarto (1997), masalah pemasaran merupakan faktor yang sering menempatkan petani sebagai pihak yang tergantung dari pihak luar, karena seluruh jalur pemasaran telah dikuasai oleh para pedagang sehingga para petani tetap pada

posisi yang menerima berapapun harga jual produksinya. Keadaan ini sesuai dengan kondisi petani jambu mete di Kecamatan Jatisrono dimana dalam memasarkan produknya sangat bergantung kepada lembaga pemasaran. Menurut Soetrisno (2006), yang termasuk lembaga pemasaran yakni pedagang pengepul, pedagang perantara, pedagang pengecer, pemborong dan sebagainya. Selain adanya biaya pemasaran yang dikeluarkan, masing-masing lembaga pemasaran juga ingin mendapatkan keuntungan sehingga harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda.

Menurut Mubyarto (1997), sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya serendah mungkin dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang telah ikut serta di dalam kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keuntungan ditingkat produsen maka diperlukan saluran pemasaran kacang mete yang paling efisien. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai efisiensi pemasaran kacang mete di Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitik. Menurut Nazir (2009), analisis deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set

kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. data yang pokok (Singarimbun, 2006).

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive sampling (sengaja), yaitu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Singarimbun dan Effendi, 2008). Kecamatan Jatisrono merupakan daerah penghasil mete paling produktif di Kabupaten Wonogiri. Kecamatan Jatisrono sendiri memiliki 17 Desa dimana tiap-tiap desa terdapat komoditas jambu mete. Desa Sumberejo dipilih menjadi lokasi penelitian karena memiliki jumlah komoditas jambu mete terbanyak di Kecamatan Jatisrono.

Metode Penentuan Sampel Responden

Pengambilan Sampel Responden Petani Jambu Mete

Metode pengambilan sampel petani jambu mete menggunakan *non-probability sampling*. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling*. Menurut Nawawi (2001), *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang tidak ditetapkan terlebih dahulu namun langsung mengumpulkan data dari unit *sampling* yang ditemuinya. Setelah jumlah sampel sudah mencukupi kemudian pengumpulan datanya dihentikan. Sampel diambil dengan pertimbangan petani jambu mete tersebut memiliki luas areal lahan $\geq 0,25$ ha. Sampel pada penelitian ini sebanyak 30 petani jambu mete, yaitu mengacu pada Sugiyono (2011), yang menjelaskan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Setiap petani jambu mete di Desa Sumberejo yang secara kebetulan ditemui dapat dijadikan sampel apabila bersedia dan memiliki luas areal lahan $\geq 0,25$ ha.

Pengambilan Sampel Responden Lembaga Pemasaran

Pengambilan responden lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan *snowball sampling*. Menurut Neuman (2003), *snowball sampling* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus.

Metode Analisis Data

Saluran Pemasaran

Menurut Ramadhani (2013), pendekatan yang digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran adalah pendekatan langsung. Pendekatan ini dilakukan dengan cara mengikuti aliran produk kacang mete dari petani sampai ke konsumen akhir. Setelah diperoleh data primer, maka dapat diketahui bagaimana efisiensi pemasaran kacang mete dan besarnya efisiensi masing-masing saluran pemasaran di Kecamatan Jatisrono, Kabupaten Wonogiri.

Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran

Biaya Pemasaran

Menurut Soekartawi (2002), biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, penyusutan, retribusi dan lainnya. Besarnya biaya ini berbeda satu sama lain disebabkan karena: macam komoditi, lokasi pemasaran dan macam lembaga pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Biaya pemasaran dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 2002) :

$$Bp_1 = Bp_1 + Bp_2 + \dots + Bp_n \dots \dots \dots (1)$$

Dimana **Bp** merupakan biaya pemasaran kacang mete (Rp/Kg); **Bp₁,...,Bp_n** merupakan biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran (Rp/Kg).

Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran merupakan penjumlahan dari keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran yang dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 2002)

$$Kp_1 = Kp_1 + Kp_2 + \dots + Kp_n \dots \dots \dots (2)$$

Dimana **Kp₁** merupakan keuntungan pemasaran kacang mete (Rp/Kg); **Kp₁,..., Kp_n** merupakan keuntungan tiap lembaga pemasaran (Rp/Kg).

Margin Pemasaran

Besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung petani, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak

Mustafa Y.: Analisis Efisiensi Pemasaran....

efisien (Istiyanti, 2010). Menurut Sutarno (2014), secara matematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut :

$$----Mp = Pr - Pf.....(3)$$

Dimana **Mp** merupakan margin pemasaran di saluran pemasaran (Rp); **Pr** merupakan harga kacang mete ditingkat konsumen (Rp/Kg). **Pf** merupakan harga kacang mete ditingkat produsen (Rp/Kg).

Margin pemasaran merupakan penjumlahan dari biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran (Sutarno, 2014) :

$$Mp = Mp + Bp(4)$$

Dimana **Mp** merupakan margin pemasaran diperoleh lembaga pemasaran; **Bp** merupakan biaya pemasaran kacang mete (Rp/Kg); **Kp** merupakan keuntungan pemasaran kacang mete (Rp/Kg)

Efisiensi Pemasaran Secara Ekonomis

Persentase Margin Pemasaran

Persentase margin pemasaran (*mark up*) dihitung atas dasar harga penjualan eceran suatu produk. Menghitung nilai persentase margin pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran dapat digunakan rumus (Hanafiah dan Saefuddin, 2006):

$$Mp = \left(\frac{Pr - Pf}{Pr} \right) \times 100\% \dots\dots\dots (5)$$

Dimana **Mp** merupakan margin pemasaran kacang mete (%); **Pr** merupakan harga kacang mete ditingkat konsumen (Rp/Kg); **Pf** merupakan harga kacang mete ditingkat produsen (Rp/Kg).

Persentase Bagian yang Diterima Petani (Farmer's Share)

Farmer's share berhubungan negatif dengan margin pemasaran, semakin tinggi margin pemasaran maka bagian yang akan diperoleh produsen atau petani semakin rendah. Semakin besar bagian yang diterima produsen, maka pemasaran semakin efisien. Secara matematis, farmer's share dapat dirumuskan sebagai berikut (Sudiyono, 2004):

$$Fs = 1 - \left(\frac{Pr - Pf}{Pr} \right) \times 100\% \dots\dots\dots (6)$$

Dimana **Fs** merupakan persentase bagian yang diterima petani kacang mete (%); **Pf** merupakan harga kacang mete ditingkat produsen (Rp/Kg); **Pr** merupakan harga kacang mete ditingkat konsumen (Rp/Kg).

Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa pemasaran Kacang Mete dianggap efisien secara ekonomis adalah tiap-tiap saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran yang rendah dan nilai farmer's share Kacang Mete tinggi > 50%, maka pemasaran dikatakan efisien (Sudiyono, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Lokasi Penelitian

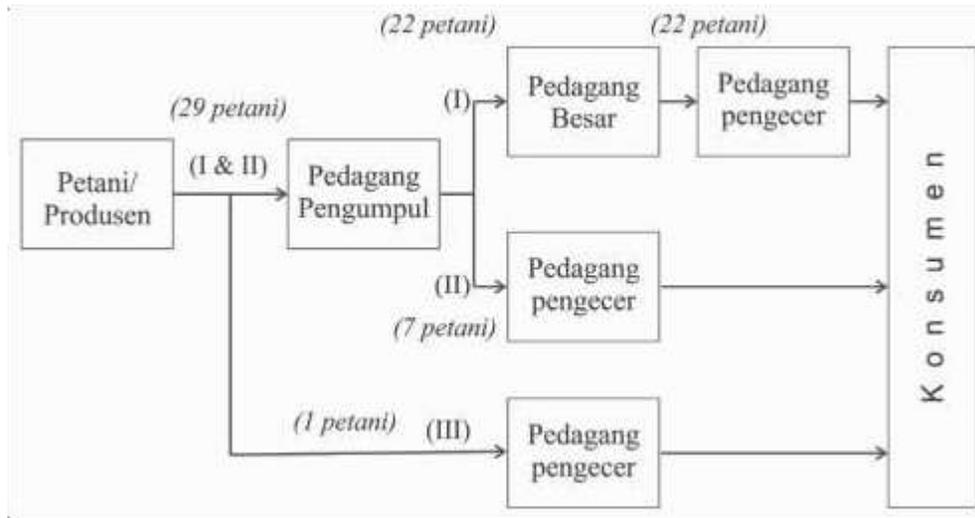
Menurut data Monografi Desa Sumberejo (2018), secara astronomis Desa Sumberejo terletak antara -7,8613 LU/LS dan 111,1146 BB/BT. Desa Sumberejo terbagi menjadi 4 dusun dengan luas area 283,60 Ha. Batas-batas wilayah Desa Sumberejo adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara = Desa Jatisari
- Sebelah Selatan = Kecamatan Jatiroto
- Sebelah Barat = Desa Rejosari
- Sebelah Timur = Desa Tasik Harjo.

Desa Sumberejo sendiri memiliki ketinggian 285 meter diatas permukaan laut (m dpl) dengan curah hujan 300 mm3 per tahun dan suhu udara 320C. Menurut klasifikasi iklim Schmidt-Ferguson, dengan kondisi alam tersebut Desa Sumberejo termasuk iklim Tipe A (sangat basah). Hal ini mempengaruhi masa panen komoditas jambu mete di Desa Sumberejo karena komoditas jambu mete hanya bisa berbuah pada saat tidak hujan. Curah hujan yang sedemikian rupa menyebabkan komoditas jambu mete di Desa Sumberejo bersifat komoditas musiman yang hanya bisa dipanen pada saat musim kemarau yaitu antara bulan April-September (Dinas Pertanian Kabupaten Wonogiri, 2018).

Saluran Pemasaran Kacang Mete

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat tiga jenis saluran pemasaran kacang mete di Desa Sumberejo Kecamatan Jatisrono. Berikut pola saluran pemasaran kacang mete dalam penelitian ini:



Fungsi Pemasaran pada Lembaga Pemasaran Kacang Mete

Menurut Hanafiah dan dan Saefuddin (1986), golongan lembaga pemasaran yang termasuk adalah produsen, pedagang perantara, dan lembaga pemberi jasa. Sistem pemasaran kacang mete di Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri terdiri beberapa lembaga pemasaran

yang terlibat. Lembaga-lembaga pemasaran menjalankan fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda sesuai dengan peranan masing-masing. Berdasarkan hasil penelitian, fungsi pemasaran dan lembaga pemasaran kacang mete di Kecamatan Jatisrono, Kabupaten Wonogiri dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Fungsi Pemasaran dan Lembaga Pemasaran Kacang Mete di Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri Tahun 2018

No	Lembaga Pemasaran	Fungsi Pemasaran		
		I	II	III
1	Petani	Transaksi (21 responden)	Transaksi (7 responden)	Transaksi, Fisik, dan Fasilitas (2 responden)
2	Pedagang Pengumpul	Transaksi, dan Fisik (2 responden)	Transaksi, Fisik, dan Fasilitas (3 responden)	-
3	Pedagang Besar	Transaksi, Fisik, dan Fasilitas (2 responden)	-	-
4	Pedagang Pengecer	Transaksi, dan Fasilitas (2 responden)	Transaksi, Fisik, dan Fasilitas (3 responden)	Transaksi, Fisik, dan Fasilitas (1 responden)

Sumber: Data Primer, 2018

Mustafa Y.: Analisis Efisiensi Pemasaran....

Menurut Lamb *et al* (2001), perantara dalam saluran pemasaran melaksanakan beberapa fungsi penting yang membuat arus barang antara produsen dan konsumen memungkinkan. Tiga fungsi dasar yang dilaksanakan perantara adalah sebagai berikut :

(1) Fungsi Transaksi

- a. Bernegosiasi, yaitu menentukan seberapa banyak barang atau jasa yang dibeli dan dijual, jenis transportasi yang digunakan, kapan dikirim, dan metode serta pembayaran.

(2) Fungsi Logistik/Fisik

- a. Distribusi fisik, yaitu mengangkut dan menyortir barang untuk mengatasi perbedaan sementara dan tempat.
- b. Menyortir, yaitu mengatasi perbedaan kuantitas dan keragaman produk..

(3) Fungsi Fasilitas

- a. Penyedia informasi yaitu mengumpulkan informasi tentang anggota saluran pemasaran dan pelanggan lainnya.
- b. Grading, yaitu kegiatan menginspeksi, menguji atau menilai produk, serta menentukan ukuran atau rating kualitas produk

Biaya, Keuntungan, Margin Pemasaran, dan Farmer's share

Rata-rata harga, biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada ketiga saluran pemasaran yang digunakan petani serta lembaga pemasaran kacang mete di Desa Sumberejo Kecamatan Jatisrono dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Total Rata-rata Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, Margin Pemasaran, dan *Farmer's Share* pada Setiap Saluran Pemasaran Kacang Mete di Desa Sumberejo Kecamatan Jatisrono

No	Uraian	Saluran Pemasaran		
		I	II	III
1	Harga di Petani	18.000,00	18.000,00	24.000,00
2	Biaya Pemasaran			
	a. Petani	658,92	780,53	1.732,50
	b. Pedagang Pengumpul	563,42	1.510,87	-
	c. Pedagang Besar	3.289,39	-	-
	d. Pedagang Pengecer	1.450,00	239,60	537,50
	Jumlah	5.961,73	2.979,98	2.270,00
3	Keuntungan Pemasaran			
	a. Pedagang Pengumpul	2.186,58	5.822,46	-
	b. Pedagang Besar	6.510,61	-	-
	c. Pedagang pengecer	795,00	1.260,40	2.462,50
4	Margin Pemasaran			
	a. Pedagang Pengumpul	2.750,00	7.333,33	-
	b. Pedagang Besar	9.800,00	-	-
	c. Pedagang Pengecer	2.250,00	1.500,00	3.000,00
	Jumlah	14.800,00	8.833,33	3.000,00
	Persentase	43,75%	32,92%	11,11%
5	Harga di Konsumen	32.000,00	25.333,33	24.000,00
6	<i>Farmer's Share</i>	56,25%	67,08%	88,89%

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Tabel 4 menunjukkan bahwa ketiga saluran pemasaran dapat dikatakan efisien. Menurut Bala (2013), petani/produsen lebih nyaman untuk menjual hasil produksi pertaniannya ke tengkulak atau pedagang pengumpul. Menurut Sudiyono (2004), kriteria pemasaran dianggap efisien secara ekonomis apabila tiap-tiap saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran yang rendah dan mempunyai nilai persentase bagian yang diterima petani tinggi, yaitu bila bagian yang diterima petani lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan efisien. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran ke III dengan persentase margin pemasaran terendah yaitu sebesar 11,11% dan farmer's share tertinggi yaitu sebesar 88,89 %.

Hal ini disebabkan karena petani jambu mete pada saluran III melakukan pengolahan terhadap kacang mete dari gelondong menjadi ose sehingga nilai tambahnya meningkat. Selain itu, saluran III memiliki rantai pemasaran yang paling pendek dibandingkan dengan saluran I dan saluran II. Saluran pemasaran dengan persentase margin pemasaran yang tertinggi yaitu saluran ke I sebesar 43,75 % dengan farmer's share sebesar 56,25 %. Pengolahan kacang mete pada saluran I dilakukan oleh pedagang besar dimana dalam pengolahannya memerlukan biaya listrik, dan biaya tenaga kerja yang jumlahnya lebih banyak.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis efisiensi pemasaran kacang mete di Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri, dapat ditarik kesimpulan pola saluran pemasaran kacang mete di Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri terdapat tiga saluran, yaitu: Pola saluran I : Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen; Pola saluran II : Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen; Pola saluran III : Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen

Tugas dan fungsi lembaga pemasaran kacang mete di Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri terdapat tiga saluran, yaitu : Petani saluran I dan petani saluran II melakukan fungsi transaksi (penjualan), petani saluran III melakukan fungsi transaksi (penjualan), fungsi fisik (pengumpulan, sorting, dan pengangkutan),

fungsi fasilitas (grading dan pembiayaan); Pedagang pengumpul saluran I melakukan fungsi transaksi (penjualan, pembelian), fungsi fisik (pengumpulan, pengangkutan), dan pedagang pengumpul saluran II melakukan fungsi transaksi (penjualan dan pembelian), fungsi fisik (pengumpulan, penyimpanan, dan pengangkutan), fungsi fasilitas (grading, penyedia informasi, dan pembiayaan); Pedagang besar melakukan fungsi transaksi (penjualan dan pembelian), fungsi fisik (pengumpulan, penyimpanan, sorting, dan pengangkutan), fungsi fasilitas (grading, penyedia informasi, dan pembiayaan); Pedagang pengecer melakukan fungsi transaksi (penjualan dan pembelian), fungsi fisik (penyimpanan, dan pengangkutan), fungsi fasilitas (pembiayaan dan penyedia informasi).

Besar biaya, keuntungan dan margin pemasaran kacang mete di Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri, sebagai berikut : Total biaya saluran pemasaran I adalah Rp 5.961,73 /kg dengan keuntungan Rp 9.492,19 /kg, sehingga margin pemasaran saluran I adalah Rp 14.800,00; Total biaya saluran pemasaran II adalah Rp 2.979,98 /kg dengan keuntungan Rp 7.082,86 /kg, sehingga margin pemasaran saluran II adalah Rp 8.833,33; Total biaya saluran pemasaran III adalah Rp 2.270,00 /kg dengan keuntungan Rp 2.462,50 /kg, sehingga margin pemasaran saluran III adalah Rp 3.000,00.

Ketiga saluran pemasaran kacang mete di Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri dapat dikatakan efisien. Saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran yang paling efisien, karena memiliki nilai margin pemasaran terendah yaitu Rp 3.000,00 dengan persentase 11,11% dan nilai farmer's share tertinggi yaitu 88,89%.

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan kepada petani dan lembaga pemasaran adalah sebagai Petani sebaiknya melakukan pengolahan pada kacang mete terlebih dahulu sebelum dijual kepada lembaga pemasaran karena harga kacang mete dalam bentuk ose lebih menguntungkan daripada kacang mete yang masih dalam bentuk gelondong ; Petani sebaiknya memanfaatkan hasil panen jambu mete secara maksimal karena biasanya petani hanya mengambil bagian bijinya saja. Padahal jika diolah, buah semu jambu mete dapat dijadikan

Mustafa Y.: Analisis Efisiensi Pemasaran....

aneka ragam produk kuliner (seperti : keripik mete, sirup mete, selai jambu mete), dan jika difermentasikan, buah semu jambu mete dapat dijadikan untuk pakan ternak. Dalam hal ini, diharapkan adanya program pemerintah dengan memberikan bantuan modal kepada petani dengan suku bunga rendah agar usahatani jambu mete di Desa Sumberejo lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka YN, Rosiana N. 2017. Konsep Pemasaran Agribisnis : Pendekatan Ekonomi dan Manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia* Vol 5 (2) : 143-164
- Bala B. 2013. Price Spread and Marketing Efficiency in the Marketing of High Value Cash Crops in Himachal Pradesh. *Journal of Agriculture Economics* Vol 53 (4) : 379-389
- Bank Indonesia. 2010. *Industri Pengolahan Kacang Mete (Pola Pembiayaan Konvensional)*. <http://www.bi.go.id>. Diakses pada 24 Januari 2018
- BPS Kabupaten Wonogiri. 2017. *Produksi Tanaman Perkebunan Menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman. Buku Kabupaten Wonogiri dalam Angka 2017*. <https://wonogirikab.bps.go.id>. Diakses pada 25 Januari 2018
- Darsono. 1996. Analisis Ekonomi Pengusahaan Jambu Mete (*Anacardium occidentale*, L) di Kabupaten Gunung Kidul dan Wonogiri. *Tesis*. Program Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2016. *Statistik perkebunan Indonesia 2014-2016 Jambu Mete (Cashew Nut)*. Jakarta: Sekretariat Direktorat Jenderal Perkebunan
- Hanafiah AM dan Saefuddin AM. 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Jakarta: UI Press
- Istiyanti E. 2010. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting Di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. *Mapeta* Vol 12 (2) : 116-124
- Karmawati E. 2008. Perkembangan Jambu Mete dan Strategi Pengendalian Hama Utamanya. *Jurnal Perspektif* Vol 7 (2) : 102 – 111
- Lamb C, Hair J, dan McDaniel C. 2001. *Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat
- Mubyarto. 1997. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta : LP3ES
- Nazir, M. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Singarimbun M dan Sofian E. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES
- Soekartawi. 2002. *Analisis Usaha Tani*. Jakarta : UI-Press
- Suarda A. 2009. Saluran pemasaran sapi potong di Sulawesi Selatan. *Jurnal Sains dan Teknologi* Vol 9 (2): 115-118
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutarno. 2014. Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kabupaten Wonogiri. *e-Journal Agrineca* Vol 14 (1): 1-10
- Tjiptono dan Anastasia D. 2016. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi, edisi ke-1*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Soetrisno. 2006. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Sudiyono A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.