

**EFISIENSI DAN SALURAN PEMASARAN SALE PISANG
(Studi Kasus pada Agroindustri Sale Pisang di Desa Karangpawitan
Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran)**

***EFFICIENCY AND MARKETING CHANNELS OF BANANA SALE
(Case Study on Banana Sale Agroindustry in Karangpawitan Village,
Padaherang District, Pangandaran Regency)***

DWI AJI NUGROHO¹, AGUS YUNIAWAN ISYANTO², SAEPUK AZIZ^{3*}

^{1,2,3}Fakultas Pertanian, Universitas Galuh Ciamis

*E- mail : dwiajin72@gmail.com

ABSTRAK

Strategi pembangunan pertanian yang berwawasan agribisnis pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pembangunan agribisnis merupakan suatu upaya penting. dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran sale pisang, besarnya biaya pemasaran dan keuntungan dan efisiensi pemasaran. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, metode penlitian yang digunakan yaitu studi kasus, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder untuk penarikan sampel cara sengaja (*purposive sampling*) Penentuan responden menggunakan sensus. penentuan sampel lembaga menggunakan *snowball sampling*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan Agroindustri Sale Pisang di Desa Karangpawitan Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran yaitu 3 saluran pemasaran diantaranya.

Kata Kunci : Efisiensi Pemasaran, Saluran, Agroindustri, Sale Pisang

ABSTRACT

The strategy of agricultural development with an agribusiness perspective basically shows the direction that agribusiness development is an important effort. where this study aims to determine the marketing channels of banana sale, the amount of marketing costs and profits and marketing efficiency. The type of research used is descriptive qualitative, the research method used is a case study, while the data collection technique uses primary and secondary data for purposive sampling. Determination of respondents using a census. determination of institutional samples using snowball sampling. Based on the results of the study, it shows that the Banana Sale Agroindustry in Karangpawitan Village, Padaherang District, Pangandaran Regency, namely 3 marketing channels including.

Keywords: Marketing Efficiency, Channels, Agroindustry, Banana Sale

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris artinya pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Pembangunan pertanian diarahkan untuk efisien dan tangguh diharapkan mampu meningkatkan produksi dan produktivitas sehingga dapat menunjang pembangunan wilayah.

Menurut Mainura (2014), Strategi pembangunan pertanian yang berwawasan agribisnis pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pembangunan agribisnis merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan yaitu menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan

fleksibel, menciptakan nilai tambah, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Azhari, 2004 dalam Yutimah, dkk, 2015). Tujuan penelitian ini untuk Saluran pemasaran sale pisang , besarnya biaya pemasaran dan keuntungan dan efisiensi pemasaran sale pisang di Desa Karangpawitan Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif . Penelitian ini didesain studi kasus pada perajin sale pisang di Desa Karangpawitan Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran.

Teknik Pengumpulan Data

Data Primer berbagai informasi dan keterangan yang diperoleh

langsung dari sumbernya, sedangkan data sekunder dikumpulkan oleh orang lain, bukan peneliti itu sendiri. data ini biasanya berasal dari penelitian lain .

Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang dilakukan dengan sengaja, Menurut Sugiyono (2007) *Purposive sampling* merupakan penarikan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sedangkan penentuan sampel lembaga menggunakan *snowball sampling* (Sugiyono, 2013).

Rencana Analisis Data

Mengidentifikasi masalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, biaya, keuntungan serta efisiensi pemasaran. margin pemasaran menggunakan rumus menurut Angipora (2002) sebagai berikut :

$$M = H_p - H_b$$

1. Efisiensi Pemasaran

$$EP = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk dipasarkan}} \times 100\%$$

2. Producer's share menggunakan rumus (Angipora, 2002).

$$PS = \frac{H_f}{H_e} \times 100\%$$

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa saluran pemasaran yang ada di Agroindustri Sale Pisang di Desa

Karangpawitan Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran :

- a) Saluran 1 : melalui pedagang pengumpul Desa, kemudian

- langsung dipasarkan pengecer, dan selanjutnya
kepedagang pengecer, langsung dipasarkan
selanjutnya langsung kekonsumen.
dipasarkan kekonsumen.
- b) Saluran 2 : melalui pedagang
besar kemudian langsung
dipasarkan pedagang
d) konsumen.
- c) Saluran 3 : melalui pedagang
pengecer kemudian langsung
dipasarkan ke

Analisis Marjin Pemasaran

No	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran
1	Pemilik			
	Pedagang Pengepul	6.800	7.300	500
	Pedagang Pengecer	7.300	7.500	200
2	Pemilik			
	Pedagang Besar	6.800	8.000	1.200
	Pedagan Pengecer	7.800	8.500	700
3	Pemilik			
	Pedagang Pengecer	7.300	8.000	700

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

**Tabel 1. Keuntungan Lembaga Pemasaran sale pisang di Desa Agroindustri Sale
Pisang di Desa Karangpawitan Kecamatan Padaherang Kabupaten
Pangandaran**

Saluran Pemasaran		Biaya Pemasaran		Keuntungan (Rp/Kg)
		Tenaga Kerja	Transportasi	
I	Pedagang Pengepul	100.000	120.000	280
	Pedagang Pengecer	-	30.000	170
II	Pedagang Besar	100.000	870.000	230
	Pedagang Pengecer	-	250.000	450
III	Pedagang Pengecer	-	120.000	550

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Tabel 2. Tingkat Efisiensi Saluran dan Lembaga Pemasaran

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai jual (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
I	250.000	7.500	3,33
II	1.220.000	8.500	16,70
III	120.000	8.000	1,5

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *Farmer's share* pada saluran pemasaran I adalah 90%, pada saluran pemasaran II adalah 80% sedangkan pada saluran pemasaran III adalah 85%.

Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam proses pemasaran sale pisang menggunakan 3 saluran pemasaran diantaranya saluran I yaitu produsen ke pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul menjual kembali ke pedagang pengecer, selanjutnya pedagang pengecer langsung menjual kekonsumen, saluran pemasaran II yaitu dari produsen ke pedagang pengecer kemudian dari pedagang pengecer langsung ke konsumen, saluran pemasaran III dari produsen langsung lalu ke konsumen.
2. Berdasarkan saluran pemasaran Pemasaran sale pisang di Desa Karangpawitan Kecamatan

Padaherang Kabupaten Pangandaran, menunjukkan bahwa tingkat efisiensi pemasarannya berbeda-beda dalam setiap lembaga pemasaran. Selain itu saluran pemasaran yang memiliki nilai yang paling efisien yaitu terletak pada saluran pemasaran III.

3. Bagian harga yang diterima petani atau *farmer's share* pada saluran I sebesar 90%, pada saluran II sebesar 80 % dan pada saluran III sebesar 85%.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi petani

Dengan adanya saluran-saluran pemasaran dalam memasarkan sale pisang, petani dituntut untuk mempelajari secara aktif informasi pasar sehingga dapat dipilih saluran pemasaran yang lebih menguntungkan.

2. Bagi pemerintah
Pemerintah sebaiknya
memperkenalkan sistem agribisnis kepada
petani sale pisang sehingga petani tersebut
diharapkan secara perlahan-lahan dapat
meningkatkan pendapatan petani.

DAFTAR PUSTAKA

Agriawati, D. P., N. Besman, dan P.
Dorkas. 2012. *Pembuatan
Tepung Komposit Pisang
Lokal Sumatera Utara–
Jagung dan Produk
Olahannya Untuk*

Substitusi Tepung Terigu.
Journal Agroindustri.
16(1): 27-39.

Musdalifah, M., Antara, M., & Laapo, A.
(2018). Analisis Pemasaran
Sale Pisang Pada Industri
“Diana” Di Kota
Palu. *AGROTEKBIS:
JURNAL ILMU
PERTANIAN (e-
journal)*, 6(2), 165-170.

Sugiyono. 2014. *Metode peneltian
untitatif Kualitatif.*
Universitas
Muhammadiyah Malang.
Malang.