*Available online at www.jurnal.abulyatama.ac.id/agriflora*
ISSN 2549-757X (Online)
Universitas Abulyatama
Jurnal Agriflora

# Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Pala Di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan

Firdaus[1*], Khumaira[1], Wardi Saputra[1]
[1] Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Abulyatama, Aceh Besar, 23372, Indonesia.
*Email korespondensi: fir62aceh@gmail.com

Diterima 17 Agustus 2018; Disetujui 27 Oktober 2018; Dipublikasi 30 November 2018

***Abstract:*** *Nutmeg plants are one of the agricultural commodities which are included in the group of essential oils which have high value besides other volatile plants. Meukek District, South Aceh Regency is a nutmeg producing center in Aceh. The purpose of this study was to find out how the efficiency level of each marketing channel on nutmeg commodities and to find out how much marketing margins nutmeg was obtained from each marketing agency involved in the District of Meukek, South Aceh Regency. The population in this study were all nutmeg farmers and nutmeg traders in Meukek District. The analytical method used is marketing channel analysis, marketing margin analysis and profit cost ratio. The results of the study show that; An efficient marketing channel for farmers is found in channel two, for efficient traders, marketing is available at the marketing institution at the sub-district level on channel two with a profit cost ratio of 11.07; The biggest marketing margin obtained at marketing institutions at the sub-district level with profit margins or profits of Rp 2,108.96 (8.50%).*

***Keywords : Marketing Channels, Marketing Margin, Nutmeg***

**Abstrak:** Tanaman pala adalah salah satu komoditi pertanian yang termasuk kedalam kelompok tanaman minyak atsiri yang memiliki nilai tinggi disamping tanaman atsiri lainnya. Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan merupakan daerah sentra penghasil pala di Aceh. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat efisiensi pada masing-masing saluran pemasaran pada komoditas pala dan untuk mengetahui seberapa besar margin pemasaran pala yang diperoleh dari masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani pala dan pedagang pala di Kecamatan Meukek. Metode analisis yang digunakan adalah analisis saluran pemasaran, analisis margin pemasaran dan rasio biaya keuntungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; Saluran pemasaran yang efisien bagi petani terdapat pada saluran dua, bagi pedagang efisien pemasaran terdapat pada lembaga pemasaran tingkat kecamatan pada saluran dua dengan rasio biaya keuntungan 11,07; Margin pemasaran terbesar yang diperoleh pada lembaga pemasaran di tingkat kecamatan dengan profit margin atau keuntungan sebesar Rp 2.108,96 (8,50%).

**Kata kunci : saluran pemasaran, margin pemasaran, pala**

Tanaman pala adalah salah satu komoditas perkebunan yang termasuk ke dalam kelompok tanaman minyak atsiri yang memiliki nilai tinggi disamping tanaman atsiri lainnya.Tinggi nilai ekonomi tanaman pala karena dapat digunakan sebagai bahan industri, baik indutri makanan (sebagai penambahan aroma makanan) maupun pada industri obat-obatan, parfum dan lain-lain. karena kegunaannya itulah permintaan dunia terhadap komoditi ini terus meningkat.

Bagian dari pala yang paling menguntungkan dan paling banyak di produksi adalah biji pala, selain salut bijinya *(arillus*) yang dinamakan **fuli** (*mace*) dibandingkan dengan daging buah pala (*myristicae fructus cortex*). Dalam memasarkan biji pala, biji pala tersebut diklasifikasikan berdasarkan *grade/*kelas biji pala, yaitu biji pala kelas A, biji pala kelas B, dan biji pala kelas C. Harga jual biji pala tersebut bervariasi berdasarkan kelas biji pala. Dalam memproduksi biji pala, petani mengupayakan agar hal yang diperoleh secara ekonomis dan menguntungkan, dimana biaya yang dikeluarkan dapat menghasilkan produksi maksimal. Mengenai harga pala, menurut data yang diperoleh dari kantor Dinas Pertambangan dan Energi Kabupaten Aceh Selatan sejak akhir tahun 2014 hingga tahun 2017 harga pala rata-rata harga Rp 19.000 – Rp 31.000 biji pala basah per kilogramnya.

Adapun saluran pemasaran biji pala di Kecamatan Meukek, tergantung dari cara petani menjual produksi palanya. Dalam hal ini, ada petani yang menjual hasil palanya ke pedagang pengumpul dan ada juga yang menjualnya langsung kepada pedagang besar atau ke tempat penyulingan minyak pala. Hingga saat ini perbedaan saluran pemasaran dan besarnya margin di masing-masing lembaga pemasaran yang dilalui oleh petani pala akan berpengaruh pada tinggi rendahnya harga yang diterima oleh petani. Artinya, apabila petani menjual hasil produksi palanya langsung ke pedagang besar atau penyulingan minyak pala (saluran pendek), maka harga yang diterima oleh petani akan lebih besar dari petani yang menjual hasil produksi palanya ke pedagang pengumpul tingkat desa dan seterusnya. Namun demikian kebanyakan petani menjual palanya kepada pedagang tersebut, yang pada kenyataannya margin yang diperoleh lebih kecil dari petani yang menjual kepada pedagang besar, tetapi tetap saja ada petani yang menggunakan saluran pemasaran tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Bagaimanakah efesiensi saluran pemasaran yang terjadi pada komoditas pala di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan ?
b. Seberapa besarkah margin pemasaran pala yang diperoleh dari masing-masing lembaga pemasaran yeng terlibat di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan ?

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

a. Untuk mengetahui tingkat efesiensi saluran pemasaran yang terjadi pada komoditas pala di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan .
b. Untuk mengetahui seberapa besar margin

pemasaran pala yang diperoleh dari masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan.

**Hipotesis**

a. Terdapat perbedaan tingkat efisiensi pada setiap saluran pemasaran pala di Kecamatan Meukek.
b. Margin pemasaran pala terbesar diperoleh oleh pedagang pengumpul tingkat kecamatan di Kecamatan Meukek.

**METODOLOGI PENELITIAN**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan. Pengambilan lokasi ini dilakukan secara sengaja "*purposive sampling"* dengan pertimbangan bahwa; a) terdapat petani yang mengusahakan usahatani pala; b) merupakan lokasi terluas yang mengusahakan usahatani pala di wilayah tersebut; c) Lokasi ini merupakan penghasil produksi pala tertinggi di wilayah tersebut; d) adanya pedagang penampung hasil produksi pala.

Objek dan kajian adalah saluran pemasaran dan margin pemasaran pala yang diusahakan oleh petani pala dan lembaga–lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran pala. sedangkan ruang lingkupnya adalah petani pala yang mengusahakan usahataninya dan pedagang yang menampung hasil produksi pala di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan. Sehubungan dengan itu yang diteliti adalah saluran pemasaran dan margin pemasaran pala yang dilakukan oleh pedagang dan petani terhadap produksi palanya.

Populasi dan Sampel, adapun yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah seluruh petani pala dan pedagang pala di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan. Untuk mempermudah penulis dalam mengadakan penelitian maka diambil dua desa untuk dijadikan sampel, pengambilang desa sampel dilakukan secara sengaja (*purposive sampling)*, yaitu Desa Jambo Papeun dan Desa Ie Buboh. Besarnya sampel yang mewakili populasi ditentukan dengan teknik sampling (*Simple Random Sampling*) sebesar 10% dari jumlah populasi 153 petani, maka jumlah petani sampel adalah 15 orang petani pala. Penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan menurut informasi dari petani pala yang selama ini bertransaksi dengan mereka. Penentuan pedagang pala ditetapkan sebanyak 5 orang pedagang yang menampung hasil produksi pala pada masing-masing lembaga pemasaran di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan.

Untuk melihat efisiensi saluran pemasaran dan margin pemasaran, lembaga pemasaran atau pedagang perantara yang akan dijadikan sampel terdiri dari pedagang pengumpul antar desa, pedagang pengumpul antar kecamatan, pedagang pengumpul antar kabupaten, dan pengusaha penyulingan minyak pala.

Metode Pengumpulan Data. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan dan wawancara langsung dengan petani pala dan lembaga-lembaga pemasaran pala yang terlibat di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan. Sedangkan data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan, instansi terkait,

jurnal - jurnal, dan dokumen - dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode dan Model Analisis. Menurut hipotesis yang telah dikemukakan, maka untuk menganalisis margin pemasaran dalam penelitian ini, data harga yang digunakan adalah harga di tingkat petani dan harga di tingkat lembaga pemasaran, sehingga dalam perhitungan margin pemasaran digunakan rumus yang dikemukakan oleh Hanafiah dan Saefuddin (1986:57) :

**Mmp** = Pr – Pf→ rumus margin pemasaran di tingkat petani

**Mmlp** = Ps – Pb → rumus margin pemasaran pada setiap tingkat kelembagaan pemasaran.

dimana:

**Mmp** = margin pemasaran di tingkat petani
**Mmpl** = margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran.
**Pr** = harga di tingkat kelembagaan pemasaran tujuan pemasaran petani.
**Pf** = harga di tingkat petani
**Ps** = harga jual pada setiap tingkat lembaga pemasaran
**Pb** = harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran.

Karena dalam marjin pemasaran terdapat dua komponen, yaitu komponen biaya dan komponen keuntungan lembaga pemasaran, maka efisiensi pemasaran pada setiap komponen pemasaran dihitung dengan rumus:

Margin pemasaran :

$$\mathbf{Mji = Psi - Pbi}$$

$$\mathbf{Mji = bti - \mu i}$$

$$\mathbf{\mu i = mji - bti}$$

Sehingga margin pemasaran total adalah :

$$\mathbf{Mj = \Sigma\ mji}$$

Dimana :

**Mji** = Margin pada lembaga pemasaran/pasar ke –i
**Psi** = Biaya penjualan pada lembaga pemasaran/pasar ke –i
Pbi = Harga pembelian lembaga pemasaran/pasar ke –i
Bti = Biaya pemasaran lembaga pemasaran/pasar ke –i
Mi = Keuntungan lembaga pemasaran/pasar ke-i
Mj = Margin pemasaran total

Konsep pengukuran satuan dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

1. Margin pemasaran dihitung berdasarkan perbedaan harga beli dengan harga jual dalam rupiah per kilogram.
2. Tingkat harga beli dihitung berdasarkan harga rata-rata pembelian per kilogram.
3. Tingkat harga jual dihitung berdasarkan harga rata-rata penjualan per kilogram.

Pasar yang efisien berarti apabila margin pemasaran yang dikeluarkan sama dengan kegunaan yang diciptakannya, artinya bahwa marginnya merata. Persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran digunakan untuk mengetahui penyebaran margin. Perhitungan tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$\text{Rasio Biaya Keuntungan} = \frac{\pi i}{\text{ci}}$$

dimana :

$\pi i$ : keuntungan yang diterima oleh lembaga ke-i
Ci : biaya yang dikeluarkan oleh lembaga ke-i.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Karakteristik Petani dan Pedagang Pala Di Kecamatan Meukek

Karakteristik petani yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi umur, pendidikan, pengalaman dan jumlah tanggungan keluarga. Rata-rata umur petani dan pedagang masih tergolong usia produktif untuk bekerja yaitu 43,64 tahun, pedagang 50,86 tahun. Rata-rata pendidikan petani pala adalah 8,33 tahun, pedagang adalah 8,66 tahun. Rata-rata tanggungan keluarga petani dan pedagang adalah 4 jiwa, dan rata-rata pengalaman petani di daerah penelitian adalah 16,66 tahun, pedagang 25,22 tahun.

### b. Luas Lahan, Produksi dan Harga Produksi Pala

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa dari 15 responden terdapat 9 responden (60,00%) dengan luas lahan 0,50–1,00 Ha, hasil produksi 230–420 Kg, 4 responden (26,66%) dengan luas lahan 1,01–1,50 Ha, hasil produksi 421–570 Kg, 2 responden (13,33%) dengan luas lahan, 1,51–2,00 Ha, hasil produksi 571–790 Kg.

Harga produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga jual pala dari petani kepada pedagang pengumpul, dapat diklasifikasikan dalam 3 jenis yaitu Pala A (pala yang berwarna hitam mengkilat, keras dan licin, umur panen 4 - 5 bulan), memiliki harga per Kg sebesar 26.000-31.000. Pala B (pala yang berwarna hitam kecoklatan, keras dan licin, umur panen lebih dari 3 bulan), memiliki harga per Kg sebesar 22.000-25.000. Pala C (pala yang berwarna coklat, keras dan berkerut, umur panen 2 bulan), memiliki harga per Kg sebesar 19.000-21.000. Di daerah penelitian petani biasanya menjual pala hasil produksinya dalam bentuk pala B dan pala C, sedangkan untuk pala A petani jarang menjual disebabkan karena waktu panennya yang relative lama yaitu 4 – 5 bulan per sekali panen.

### c. Biaya Produksi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya tetap yang dalam hal ini dihitung biaya penyusutan sebesar Rp 47.111 dan biaya tersebut merupakan biaya tidak tunai, sedangkan untuk biaya tenaga kerja sebesar Rp 2.053.333 yang merupakan biaya tunai. Dengan demikian biaya produksi totalnya sebesar Rp 2.100.444.

### d. Pendapatan Petani Pala Di Kecamatan Meukek

Besarnya pendapatan yang diperoleh di daerah penelitian sangat berhubungan dengan penggunaan biaya produksi yang dikeluarkan. Total penerimaan pada usaha tanaman pala di daerah penelitian sebesar Rp 9.988.933 per sekali masa panen, dan besarnya biaya produksi per sekali panen sebesar Rp 2.100.444 maka pendapatan yang diperoleh petani adalah sebesar Rp 7.888.489 per sekali panen.

### e. Analisis Saluran Pemasaran Pala

Saluran pemasaran dapat diartikan serangkaian kegiatan pendistribusian produksi pala mulai petani

produsen sampai kepada konsumen (pedagang ekspor dan pengusaha minyak pala). Jalur pemasaran yang terdapat di daerah penelitian seperti juga halnya dengan komoditi lain, yaitu dari petani ke pedagang pengumpul desa terus ke pedagang pengumpul kecamatan dan seterusnya ke pedagang pengumpul kabupaten atau pedagang penyulingan minyak pala. Sehubungan dengan hal tersebut, faktor efesiensi pemasaran sangat besar perannya baik dari sudut pandangan produsen maupun dari sudut pandangan konsumen.

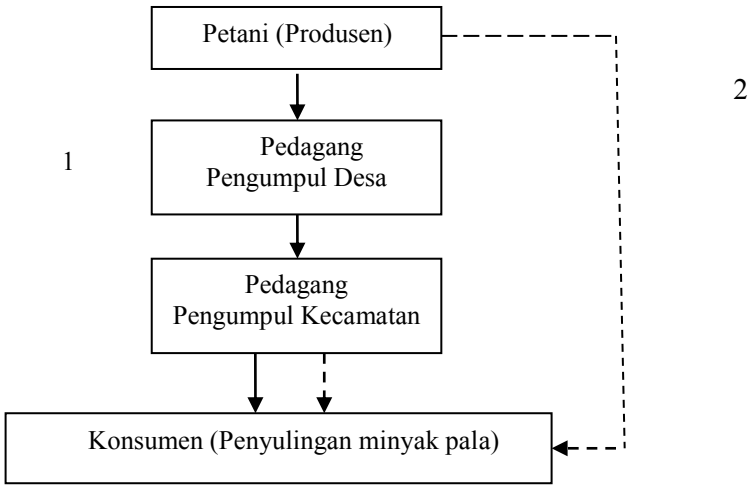
Dari sudut pandangan produsen menitik beratnya tujuan pada masalah usahanya, yang berarti pembahasan efesiensi pemasaran akan lebih berorientasi pada pencapaian suatu tingkat keuntungan yang wajar dengan biaya produksi yang relatif rendah serta pelayanan yang lebih baik, sedangkan dari sudut pandang konsumen, pembahasan efisiensi pemasaran akan terpusat pada pemenuhan kebutuhan barang yang lebih mudah di dapat dengan harga yang lebih mudah terjangkau serta pemenuhan kebutuhan secara individu yang maksimum serta tidak terikat pada ukuran-ukuran saja, akan tetapi melihat tataniaga pala yang ada secara keseluruhan telah berjalan secara efektif dalam rangka memaksimumkan kepuasan konsumen.

Saluran pemasaran yang dilalui komoditi pala pada daerah penelitian ada dua tipe perincian sebagai berikut:

Tipe I. petani–pedagang pengumpul desa–pedagang pengumpul kecamatan-pengusaha penyulingan minyak pala.

Tipe II. petani–pedagang pengumpul kecamatan – pengusaha penyulingan minyak pala.

Berdasarkan uraian di atas dapat dibuat skema saluran pemasaran pala secara keseluruhan di daerah penelitian seperti terlihat pada Gambar 1.




Keterangan:

—— Saluran Pemasaran Tetap
- - - - SaluranPemasaran Kadang-Kadang

**Gambar 1 skema saluran pemasaran pala**

Berdasarkan Gambar 1, dapat kita lihat bahwa ada dua saluran pemasaran yang dilalui petani pala untuk menyampaikan produksinya kepada pedagang tingkat akhir. Pertama, saluran tetap yaitu saluran yang sering dilalui petani untuk meyalurkan produksinya kepada pedagang akhir. Dari hasil penelitian diketahui bahwa produksi pala lebih dominan melalui saluran ini dalam bentuk basah, hal ini disebabkan karena pedagang pada saluran tetap berada di daerah sentra produksi. Selain itu pedagang yang menjadi langganan tetap petani akan langsung memperoleh uang tunai dengan cepat.

Kedua, saluran kadang-kadang yaitu saluran pemasaran yang dilakukan dimana petani membawa langsung hasil produksinya kepada pengumpul tingkat kecamatan.

**f. Analisis Margin Pemasaran**

Margin pemasaran adalah akumulasi dari keuntungan yang diterima oleh setiap mata rantai pemasaran dari komoditi yang ditangani, yang dinyatakan dengan persentase dari harga jual produsen. Keuntungan yang diterima dari masing-masing mata rantai pemasaran tersebut adalah selisih dari harga jual dikurangi dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk memasarkan komoditi yang bersangkutan.

Selisih tersebut dikarenakan harga jual yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan oleh mata rantai pemasaran. Oleh karena itu, semakin besar margin pemasaran semakin besar pula selisih yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen dan sebaliknya. Pihak produsen menganggap suatu sistem pemasaran yang efesien apabila pada penjualan hasil produksi dapat mendatangkan keuntungan yang besar baginya dengan biaya produksi yang dikeluarkan serendah mungkin. Sebaliknya pihak konsumen menganggap sistem pemasaran yang efisien apabila mereka mudah mendapatkan barang-barang yang diinginkan dengan harga yang dapat terjangkau.

Pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa pada saluran pertama terdapat tiga lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul desa, pengumpul kecamatan dan penyulingan minyak pala, dari pedagang pengumpul desa, pala dipasarkan ke pedagang pengumpul kecamatan, selanjutnya pala dijual kepeda pedagang akhir atau ke tempat penyulingan minyak pala. Pada saluran pemasaran ini pala yang dijual dalam bentuk pala basah. Rata-rata harga beli pala oleh pedagang pengumpul desa adalah sebesar Rp 22.000,00 per Kg. Harga pala ini ditetapkan oleh pedagang pengumpul desa sehingga petani hanya menerima harga berapa pun besar harga pala dipasarkan. Untuk melihat besarnya marketing margin yang diterima oleh pedagang dan petani pala pada masing-masing lembaga pemasaran di daerah penelitian, seperti terlihat pada tabel 1 berikut:

Pada Tabel 1 di bawah ini terlihat bahwa pada saluran 1, margin pemasaran yang diperoleh ditingkat pedagang pengumpul desa adalah sebesar Rp 789,73 per kg atau sebesar 3,18%. dan pada tingkat pedagang pengumpul kecamatan sebesar Rp 1.613,18 atau 6,50 %. Sedangkan margin pedagang pengumpul kecamatan pada saluran 2, sebesar Rp 2.108,96 atau 8,50 %.

Dengan demikian jika dilihat dari besarnya margin pemasaran yang diperoleh, pedagang pengumpul kecamatan lebih memilih saluran 2, walaupun saluran kadang- kadang. Margin yang diterima petani terlihat bahwa, saluran 2 lebih besar dari saluran 1, hal ini dikarenakan pada saluran 2 terdapat lembaga pengumpul desa, dengan demikian petani dapat menjual secara langsung kepada pedagang di tingkat kecamatan.

**Tabel 1. Rata-rata Marketing Margin Dari Masing-masing Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran Biji Pala Di Kecamatan Meukek, Tahun 2018.**

| No | Jenis Lembaga | Saluran 1 | | Saluran 2 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Harga (Rp/Kg) | Persentase (%) | Harga (Rp/Kg) | Persentase (%) |
| 1 | Petani Pala | | | | |
| | a. Harga Jual | 22.000,00 | 88,70 | 22.500,00 | 90,72 |
| 2 | Pdg. Pengumpul Desa | | | | |
| | a. harga Beli | 22.000,00 | - | - | - |
| | b. Biaya Pemasaran | | | | |
| | 1. Transportasi | 61,05 | 0,25 | - | - |
| | 2. Tenaga Kerja | 91,82 | 0,38 | - | - |
| | 3. Karung | 57,40 | 0,24 | - | - |
| | Jumlah Biaya | 210,27 | 0,88 | - | - |
| | c. Profit Margin | 789,73 | 3,18 | - | - |
| | d. Harga Jual | 23.000,00 | 92,74 | - | - |
| 3 | Pdg. Pengumpul Kecamatan | | | | |
| | a. Harga beli | 23.000,00 | - | 22.500,00 | |
| | b. Biaya Pemasaran | | | | - |
| | 1. Transportasi | 90,24 | 0,37 | 54,57 | 0,23 |
| | 2. Tenaga Kerja | 96,58 | 0,40 | 79,07 | 0,33 |
| | 3. Karung | - | - | 57,40 | 0,24 |
| | Jumlah Biaya | 186,82 | 0,78 | 191,04 | 0,81 |
| | c. Profit Margin | 1.613,18 | 6,50 | 2.108,96 | 8,50 |
| | d. Harga jual | 24.800,00 | 100,00 | 24.800,00 | 100,00 |
| 4 | Penyulingan minyak pala | | | | |
| | Harga Beli | 24.800,00 | - | 24.800,00 | - |

*Sumber : Data primer, 2018*

Perbandingan marketing margin di atas dari masing-masing lembaga pemasaran dapat dikatakan sudah relatif efisien, atau dengan perkataan lain pembagian perataan margin pemasaran dari masing-masing lembaga pemasaran tidak terdapat lebih besar, sesuai dengan pengorbanan baiya dan waktu yang digunakan.

**g. Rasio Biaya Keuntungan**

Suatu pemasaran dapat dikatakan efisien bagi kedua pihak yaitu bagi petani dan lembaga pemasaran dengan syarat sebagai berikut:

a. Bagi petani, pemasaran efisien bila harga yang diterima petani relatif lebih tinggi.
b. Bagi lembaga pemasaran, pemasaran efisien bila keuntungan yang diperoleh relatif tinggi dan biaya yang dikeluarkan relatif rendah.

Margin pemasaran dalam bentuk biji basah dari sisi petani terjadi pada saluran 2 dengan tingkat harga Rp 22.500 per Kg, karena harga yang diterima petani pada saluran 2 lebih besar dari harga pada saluran 1. Sedangkan dari sisi efisiensi pemasaran dapat diketahui melalui perbandingan antara keuntungan dengan biaya yang dikeluarkan seperti terlihat pada Tabel 2 berikut ini.

**Tabel 2. Rasio Keuntungan Terhadap Biaya Masing-masing Lembaga Pada Saluran Pemasaran Di Kecamatan Meukek, Tahun 2018.**

| No | Lembaga Pemasaran | Saluran 1 | | | Saluran 2 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Keuntungan (πi) (Rp) | Biaya (ci) (Rp) | Rasio πi /ci | Keuntungan (πi) (Rp) | Biaya (ci) (Rp) | Rasio πi /ci |
| 1. | P. Pgmpl Desa | 789,73 | 210,27 | 3,75 | - | - | - |
| 2. | P. Kecamatan | 1.613,18 | 186,82 | 8,63 | 2.108,96 | 191,04 | 11,07 |

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa rasio keuntungan terhadap biaya yang diperoleh pedagang pengumpul desa adalah sebesar 3,75 artinya setiap Rp 1 yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa menghasilkan keuntungan sebesar Rp 3,75. Sedangkan untuk pedagang pengumpul kecamatan rasio terhadap biaya yang diperoleh adalah sebesar 8,63 pada saluran 1 dan 11,07 pada saluran 2. Berdasarkan hal tersebut terlihat bahwa pemasaran yang dilakukan pedagang pengumpul kecamatan lebih efisien bila dibandingkan dengan lembaga pemasaran di tingkat desa.

## KESIMPULAN

a. Terdapat dua tipe saluran pemasaran biji pala. Pertama, petani ke pedagang pengumpul tingkat desa, kemudian menjual ke pedagang pengumpul tingkat kecamatan, selanjutnya pengumpul tingkat kecamatan menjual ke konsumen akhir atau ke penyulingan minyak pala. Kedua, petani ke pedagang tingkat kecamatan selajutnya pedagang tingkat kecamatan menjual ke konsumen akhir atau ke penyulingan minyak pala.
b. Harga jual yang diterima petani pada saluran 2 lebih tinggi dari saluran 1, walaupun demikian, tidak semua petani akan memilih saluran 2, karena volume produksi yang kecil, sehingga petani merasa lebih efisien apabila menjual kepada pedagang pengumpul desa yang berlokasi tidak jauh dari mereka.
c. Efisien pemasaran pala dalam bentuk biji basah dari sisi petani terjadi pada saluran 2, karena pendapatan yang diterimanya lebih besar. Sedangkan dari sisi pedagang, efisiensi pemasaran terdapat pada saluran pemasaran 2 juga dengan rasio keuntungan biaya yaitu sebesar 11,07. Di tingkat pedagang pengumpul desa rasio keuntungan biaya hanya terjadi pada saluran 1 yaitu sebesar 3,75.

## DAFTAR PUSTAKA

Anonymous. (2008). *Pedoman Teknik Budidaya Pala*. Direktorat Jenderal Perkebunan. Jakarta.

Anonymous. (2018). Statistik Perkebunan Indonesia, *Komoditas Pala 2015-2017*. Direktorat Jenderal Perkebunan, Jakarta

Badan Pusat Statistik. (2015). *Kecamatan Meukek Dalam Angka*. https://aceh selatan kab.bps.go.id/websiteV2/pdf_publikasi. Diakses pada hari minggu, tanggal 29 September 2018 pukul 10:30 WIB.

Fariyanti, Jimah. (2005). *Analisis Pendapatan Usahatani Palawija Dan Profit Margin Di Desa Singkohor Kecamatan Singkohor Kabupaten Aceh Singkil.* Universitas Abulyatama, Aceh Besar

Hanafiah, A.M., dan Saefuddin, A.M. (1986). *Tataniaga Hasil Perikanan Indonesia*. Universitas Indonesia, Jakarta

Kotler, Philip. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Prenhallindo. Jakarta

Nazir, Mohd. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nitisemito.As. (1981). *Marketing.* Ghalia Indonesia, Jakarta.

Yusmarnetti. (2011). *Analisis Profit Margin Terhadap Perkembangan Sistem Pemasaran Melon (Cucumismelo L) Di Kecamatan Pasie Raja Kabupaten Aceh Selatan.* Aceh Besar: Universitas Abulyatama.

- *How to cite this paper* :

Firdaus, F., Khumaira, K., & Saputra, W. (2018). Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Pala Di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan. *Jurnal Agriflora*, *2*(2), 63–72.