

**ANALISIS PEMASARAN MELINJO SEBAGAI BAHAN BAKU EMPING MELINJO  
DI KECAMATAN PAJANGAN, KABUPATEN BANTUL, DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

*Marketing Analysis of Melinjo as Raw Material of Emping Melinjo at Pajangan, Bantul,  
Special Region of Yogyakarta*

**Carlita Syarifa  
Ir. Diah Rina Kamardiani, MP / Ir. Siti Yusi Rusimah, MS  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

***Abstract***

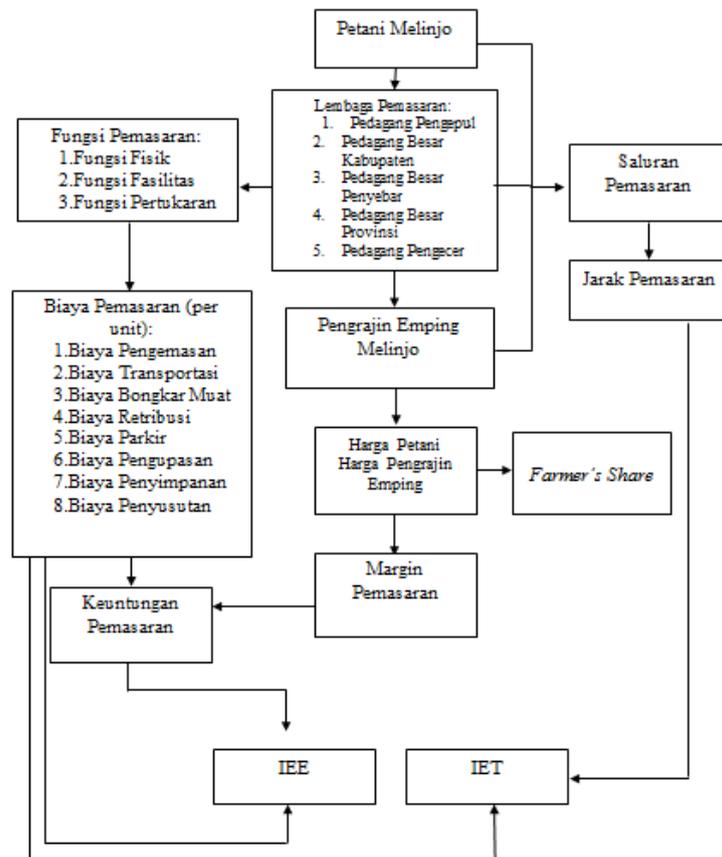
*This study aims to describe melinjo marketing channel as raw material of emping melinjo at Pajangan and determine the efficiency of marketing channel. Respondents were 32 farmers and 10 traders were taken using snowball sampling method. Melinjo marketing analysis as raw material of emping melinjo is descriptively, marketing efficiency with farmer's share analysis, Technical Efficiency Index (IET) and Economic Efficiency Index (IEE). The marketing channel of melinjo as raw material for emping melinjo at Pajangan consists of 3 channels, namely Channel I (Farmers – Traders Collectors - Large Traders of District - Large Traders Disseminers - Large Traders of Provincial - Retailers - Employable Melinjo Craftsmen), Channel II (Farmers - Traders Collectors - Large Trades of Districts - Large Traders Disseminers - Retailers - Melinjo Emping Craftsmen), and Channel III (Farmers – Traders Collectors - Large Traders of District - Large Traders Disseminers - Melinjo Emping Craftsmen). The functions performed by the exchange (purchasing and selling) functions, physical functions (packaging, packing, storage, transport, and loading and unloading), and the facility function (sorting, grading, and stripping). The largest fees, margins and marketing benefits are in Channel I of Rp 1,532, Rp 3,900 and Rp 2,368 per kg respectively. Farmer's largest share is Channel III of 68.2%. The lowest IET is Channel I of 27.1 and the lowest IEE is Channel II of 0.7276. Channel I is more technically efficient and Channel II is more economically efficient. Channel III is the most efficient channel because it has the highest farmer's share.*

*Keywords : Marketing channel, snowball sampling, IET, IEE.*

**PENDAHULUAN**

Industri emping melinjo di Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul merupakan salah satu contoh agroindustri yang diharapkan dapat memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat pedesaan. Industri emping melinjo di Kecamatan Pajangan memiliki peran penting terhadap meningkatkan permintaan melinjo sebagai bahan baku emping melinjo di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Saat melinjo sedang musim panen, banyak pedagang yang melakukan penyimpanan dengan tujuan melinjo simpanan tersebut akan dikeluarkan saat melinjo langka dan harga naik sehingga pedagang perantara mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Padahal, melinjo yang disimpan tersebut dibeli dengan harga murah saat melinjo sedang musim panen. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini diharapkan dapat memaparkan bagaimana kondisi riil pemasaran melinjo sebagai bahan baku emping melinjo di Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul sehingga bisa diketahui jumlah saluran pemasaran dan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat serta biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan efisiensi pemasaran melinjo. Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan penelitian adalah: 1. Mengetahui profil petani melinjo di Desa Kepek, Kecamatan Saptosari, Kabupaten Gunungkidul; 2. Mengetahui pola saluran pemasaran dan lembaga pemasaran melinjo di Desa Kepek, Kecamatan Saptosari, Kabupaten Gunungkidul; 3. Mengetahui fungsi-fungsi pemasaran masing-masing lembaga pemasaran melinjo di Desa Kepek, Kecamatan Saptosari, Kabupaten Gunungkidul; 4. Menganalisis biaya, keuntungan, margin pemasaran, dan *farmer's share* melinjo di Desa Kepek, Kecamatan Saptosari, Kabupaten Gunungkidul; 5. Mengetahui tingkat efisiensi pemasaran melinjo di Desa Kepek, Kecamatan Saptosari, Kabupaten Gunungkidul.

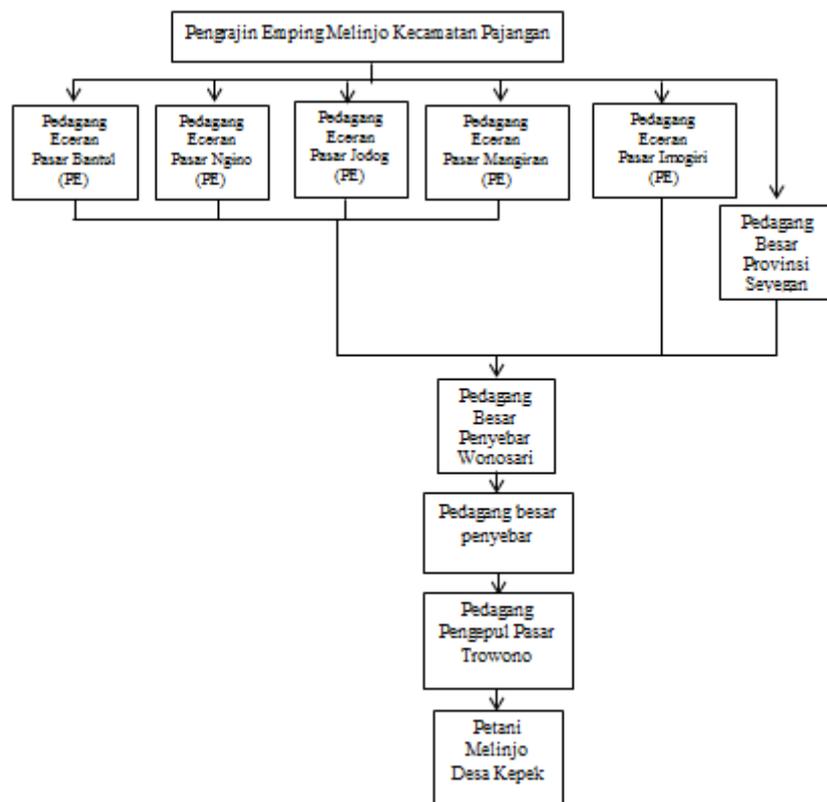


Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

## METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode yang digunakan dalam menentukan lokasi penelitian di Desa Kepek Kecamatan Saptosari yaitu dengan cara *purposive* atau pengambilan sampel daerah secara sengaja dengan pertimbangan peneliti. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Sunendar (2015), pengrajin emping melinjo mendapatkan bahan baku melinjo dari pedagang eceran di pasar ataupun dari pedagang besar yang ada di Yogyakarta. Penelitian yang dimulai berdasarkan informasi dari pedagang eceran dan pedagang besar tersebut mengarah pada lokasi petani melinjo yang berada di Desa Kepek, Kecamatan Saptosari, Kabupaten Gunungkidul. Selain itu, Desa Kepek memiliki masa panen yang sama saat penelitian sehingga Desa Kepek dipilih menjadi lokasi penelitian.

Metode pengambilan responden yang digunakan yaitu *snowball sampling*. *Snowball sampling* merupakan metode dengan cara menelesuri sebuah informasi untuk mendapatkan informasi-informasi lainnya. Pada penelitian ini, informasi pertama didapat dari penelitian yang dilakukan Sunendar (2015). Pada penelitian tersebut terdapat informasi mengenai pedagang eceran atau besar yang menjual melinjo kepada pengrajin emping melinjo di Kecamatan Pajangan. Selanjutnya pedagang akan memberikan informasi seperti pada alur berikut.



Gambar 2. Alur Pengambilan Responden Pemasaran Melinjo di Desa Kepek

Data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara terhadap responden maupun observasi di lapangan. Wawancara dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada petani melinjo dan lembaga pemasaran menggunakan pertanyaan yang berstruktur (*quesioner*) sebagai panduan wawancara. Data tersebut meliputi identitas petani melinjo, lembaga pemasaran yang terkait, biaya pemasaran, dan saluran pemasaran melinjo. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari instansi yang terkait seperti Kantor Kecamatan Saptosari dan Badan Pusat Statistik.

Asumsi pada penelitian ini yaitu 1 kg *klathak* sama dengan 0,6 kg melinjo basah. Pembatasan masalah pada penelitian yaitu: 1. Petani melinjo merupakan warga asli Desa Kepek, Kecamatan Saptosari; 2. Pedagang dalam atau luar daerah berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta dan membeli melinjo yang berasal dari Desa Kepek, Kecamatan Saptosari; 3. Harga melinjo yang berlaku merupakan harga pada saat penelitian. Teknik analisis saluran pemasaran melinjo yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Analisis deskriptif menjelaskan kondisi riil pemasaran melinjo sampai diketahui saluran pemasarannya. Analisis besar biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, dan *farmer's share*.

a. Biaya Pemasaran:

$$\mathbf{Bp = Bp_1 + Bp_2 + \dots + Bp_n}$$

Keterangan:

Bp = Biaya pemasaran melinjo (Rp/Kg).

Bp<sub>1</sub>, Bp<sub>2</sub>, ..., Bp<sub>n</sub> = Biaya pemasaran melinjo tiap lembaga pemasaran (Rp/Kg).

b. Keuntungan Pemasaran.

$$\mathbf{Kp = Mp - Bp}$$

Keterangan:

Kp = Keuntungan pemasaran melinjo (Rp/Kg).

Mp = Margin pemasaran melinjo (Rp/Kg).

Bp = Biaya pemasaran melinjo (Rp/Kg).

c. Margin Pemasaran.

$$\mathbf{Mp = Pr - Pf}$$

Keterangan:

Mp = Marjin pemasaran melinjo (Rp/Kg).

- Pr = Harga di tingkat konsumen (pengrajin emping melinjo) (Rp/Kg).  
 Pf = Harga di tingkat petani melinjo (Rp/Kg).

d. *Farmer's Share*.

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

- Fs = *Farmer's share* (%).  
 Pr = Harga di tingkat konsumen (pengrajin emping melinjo) (Rp/Kg).  
 Pf = Harga di tingkat petani (Rp/Kg).

Calkin dan Wang (1984) menyebutkan pengukuran efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan mengukur indeks efisiensi teknis dan indeks efisiensi ekonomis.

- a. Indeks Efisiensi Teknis (IET) yaitu biaya variabel pemasaran per berat yang dikirim per jarak yang ditempuh, dirumuskan menjadi:

$$\text{Indeks Efisiensi Teknis (IET)} = V_{ij}/W_{ij}/d$$

- e. Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) yaitu total keuntungan pemasaran per biaya pemasaran atau dapat dirumuskan menjadi:

$$\text{Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE)} = \sum \pi_{ijk}/V_{ij}$$

Keterangan:

- IET = Indeks Efisiensi Teknis  
 IEE = Indeks Efisiensi Ekonomis  
 W<sub>ij</sub> = Jumlah akhir yang dikirimkan  
 V<sub>ij</sub> = Total biaya pemasaran variabel  
 Π<sub>ijk</sub> = Keuntungan pemasaran  
 d = Jarak total yang ditempuh komoditi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran melinjo di Kecamatan Saptosari khususnya Desa Kepek melalui beberapa lembaga pemasaran atau pedagang perantara. Pedagang perantara tersebut diantaranya yaitu pedagang pengepul, pedagang pengumpul, pedagang besar kabupaten, pedagang besar luar kabupaten, dan pedagang eceran luar kabupaten. Pedagang eceran luar kabupaten langsung

memasarkan melinjo kepada pengrajin emping melinjo di pasar-pasar Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman.

## 1. Identitas Petani Melinjo

### a. Umur

Umur merupakan salah satu faktor penting untuk mengetahui jumlah melinjo yang dihasilkan. Hal ini dikarenakan kemampuan fisik sangat dibutuhkan dalam proses pemanenan melinjo. Meskipun, biasanya untuk petani dengan usia lebih dari 60 tahun, meminta bantuan kepada keluarganya untuk proses pemanenan melinjo. Berikut adalah tabel umur petani melinjo di Desa Kepek, Kecamatan Saptosari.

Tabel 1. Identitas Petani Melinjo di Kecamatan Saptosari Berdasarkan Tingkatan Umur.

<b>Kategori Umur (tahun)</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
25 – 40	6	18,75
41 – 56	10	31,25
≥ 57	16	50
<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

Pada Tabel 1, terdapat tiga kategori umur yaitu 25 sampai 40 tahun, 41 sampai 56 tahun, dan di atas atau sama dengan 57 tahun. pemberian kategori berguna untuk membedakan petani yang masih produktif dengan performa terbaik (25 – 40 tahun), petani yang masih produktif dengan performa yang menurun (41 – 56 tahun), dan petani yang masih produktif dengan performa yang lebih rendah sehingga butuh bantuan orang lain dalam proses pemanenan (di atas sama dengan 57 tahun). Petani pada kategori umur 57 tahun ke atas, banyak yang menanam melinjo sejak kecil atau peninggalan dari orang tua petani tersebut. Selain itu, dalam membudidayakan tanaman melinjo tidak perlu adanya perawatan khusus sehingga petani dengan umur di atas 57 tahun bisa membudidayakannya.

### b. Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor yang dapat menjadi tolak ukur dalam kemampuan menerima dan menerapkan suatu teknologi atau metode baru. Berikut adalah tabel tingkatan pendidikan petani melinjo di Desa Kepek, Kecamatan Saptosari.

Tabel 2. Identitas Petani Melinjo di Kecamatan Saptosari Berdasarkan Tingkatan Pendidikan

<b>Jenjang Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Tamat	11	34,375
SD	13	40,625
SMP	7	21,875
SMA/SMK	1	3,125
<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

Pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa sebagian besar pendidikan terakhir yang ditempuh petani melinjo hanya sampai jenjang SD dengan persentase sebesar 40,625 % atau

berjumlah 13 orang. Petani yang tidak tamat dalam menempuh pendidikan SD juga memiliki persentase yang besar yaitu 34,375 % atau berjumlah 11 orang. Hal ini dapat dimaklumi karena umur petani yang mayoritas di atas 50 tahun sehingga pendidikan yang ditempuh terbatas. Selain itu, hal ini juga menunjukkan bahwa petani mayoritas memiliki jenjang pendidikan di bawah SD dan bisa dikatakan tingkat pendidikan yang ditempuh masih rendah. Sehingga mulai dari cara membudidayakan sampai proses panen tanaman melinjo masih mengandalkan pengalaman orang terdahulu. Meskipun tidak khusus belajar tentang budidaya tanaman melinjo, secara tidak langsung petani-petani sudah melakukan sesuai dengan cara budidaya melinjo yang baik dan benar.

c. Pekerjaan lain

Profesi petani melinjo di Desa Kepek Kecamatan Saptosari merupakan pekerjaan utama atau pekerjaan sampingan. Pekerjaan utama yaitu pekerjaan yang rutin dilakukan dan dijadikan sebagai penghasilan utama dari semua pekerjaan yang ada. Pekerjaan sampingan yaitu sebuah usaha atau kegiatan yang menghasilkan keuntungan secara finansial di luar pekerjaan utama. Pekerjaan lain yang dimiliki oleh petani dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Pekerjaan Lain Petani Melinjo

<b>Pekerjaan Lain</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Perangkat Desa	1	3,125
Tidak Ada	31	96,875
<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

Tabel 3 menunjukkan bahwa hanya ada satu orang yang memiliki pekerjaan lain selain petani, khususnya petani melinjo. Satu orang yang merupakan perangkat desa adalah Kepala Desa Kepek yang meneruskan usahatani melinjo dari orang tuanya. Sedangkan petani melinjo lainnya tidak memiliki pekerjaan utama atau pekerjaan rutin. Mayoritas petani melinjo merupakan petani yang memiliki tanaman lainnya di pekarangan rumah masing-masing, seperti singkong, kacang tanah, dan jagung. Rata-rata petani melinjo juga merupakan petani yang sudah berumur tua sehingga tidak ada pekerjaan lain yang bisa dilakukan selain bertani. Petani wanita selain sebagai petani juga sebagai ibu rumah tangga dan ada dua petani yang sudah pension dari pekerjaannya.

d. Jumlah pohon melinjo per petani

Umumnya petani melinjo di Desa Kepek menanam melinjo tidak pada satu tempat, namun tersebar di beberapa tempat seperti pekarangan, tegalan, atau bahkan tanah pinggir jalan. Jumlah pohon melinjo yang dimiliki petani dapat dilihat pada Tabel 4

Tabel 4. Jumlah Pohon Melinjo yang Dimiliki Petani

<b>Jumlah Pohon Melinjo (Pohon)</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
5-10	29	90,625
11-16	2	6,25
17-23	0	0
>25	1	3,125
<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

Pada Tabel 4 dapat diketahui banyak petani yang memiliki pohon melinjo sebanyak kurang dari atau sama dengan 10 pohon per petani. Hal ini dikarenakan memiliki 5 pohon melinjo sudah dirasa cukup karena apabila memiliki banyak pohon akan merepotkan saat pemanenan. Sedangkan untuk mengerjakan pemanenan pada satu pohon dibutuhkan dua sampai tiga hari tergantung jumlah orang yang melakukan pemanenan. Selain itu, melinjo bukanlah tanaman yang utama di lahan yang dimiliki petani sehingga petani tidak menanam melinjo di seluruh lahan tersebut. berbeda dengan petani yang memiliki pohon melinjo paling banyak yaitu sebanyak 25 pohon. Petani yang memiliki 25 pohon melinjo merupakan seorang pensiunan Pegawai Negeri Sipil sehingga usahatani melinjo merupakan hobi atau untuk investasi. Petani tersebut tidak melakukan kegiatan bertani seperti petani pada umumnya yang menanam padi ladang dan lainnya karena fisik petani tersebut yang sudah tidak kuat lagi. Selain itu, budidaya melinjo tidak merepotkan dan keuntungan yang didapat cukup besar.

## 2. Identitas Lembaga Pemasaran dan Pola Saluran Pemasaran

### a. Pedagang Pengepul

Pedagang pengepul di Pasar Trowono hanya berjumlah satu orang dan bertempat tinggal di Kecamatan Trowono. Pedagang pengepul berumur 50 tahun dan memiliki pengalaman berdagang selama 10 tahun. Pengalaman berdagang selama 10 tahun ditambah dengan usia yang masih produktif, pedagang pengepul sangat mampu untuk mencari informasi mengenai pedagang besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, pendidikan terakhir yang ditempuh pedagang pengepul hanya sebatas Sekolah Dasar (SD) sehingga pedagang kurang tanggap terhadap perkembangan usahanya.

### b. Pedagang Besar Kabupaten

Pedagang besar kabupaten tidak hanya menjual melinjo, tapi juga menjual jagung, kacang tanah, dan palawija lainnya sesuai musim yang sedang berlangsung. Pedagang pengumpul berjumlah satu orang dan bertempat tinggal di Kecamatan Sodo yang berjarak 8,9 km dari Pasar Trowono. Pedagang pengumpul berumur 50 tahun dan memiliki pengalaman berdagang selama 20 tahun. Usia yang masih produktif dan pengalaman berdagang yang

sudah ditekuni selama 20 tahun tentu menjadi faktor penting bagi perkembangan usahanya. Dari pengalaman berdagang selama 20 tahun, pedagang pengumpul mampu mengetahui titik-titik penghasil palawija dengan harga dan kualitas yang baik di Kabupaten Gunungkidul. Selain itu, banyak pedagang besar yang sudah sering bekerja sama dengan pedagang pengumpul sehingga kepercayaan yang dibangun sudah kokoh. Meskipun pendidikan terakhir yang ditekuni hanya Sekolah Menengah Pertama (SMP), namun usaha jual beli palawija sudah cukup berkembang dengan baik sampai saat ini.

c. Pedagang Besar Penyebar

Pedagang besar kabupaten berumur 36 tahun dan memiliki pengalaman berdagang selama 16 tahun. Selain itu, jenjang pendidikan terakhir yang ditempuh yaitu Sekolah Menengah Atas (SMA). Hal ini menunjukkan bahwa pedagang besar kabupaten sangat mampu mengembangkan usahanya dengan usia yang produktif. Meskipun pengalaman berdagang yang dimiliki hanya selama 16 tahun, namun bisnis palawija khususnya melinjo ini sudah berdiri selama 50 tahun lebih. Hal ini dikarenakan, bisnis palawija ini adalah warisan dari orang tua pedagang besar kabupaten tersebut. Pembeli melinjo dari pedagang ini pun berasal dari berbagai daerah dan yang paling jauh adalah pembeli dari daerah Kalasan, Jawa Tengah.

d. Pedagang Besar Provinsi

Pedagang besar provinsi berdomisili di Seyegan, Kabupaten Sleman. Pedagang besar berumur 64 tahun, memiliki pengalaman berdagang selama 42 tahun, dan tidak tamat Sekolah Dasar (SD). Meski tidak memiliki kios, namun pedagang memiliki gudang khusus penyimpanan melinjo dan sering mencari melinjo sampai ke luar DIY.

e. Pedagang Eceran Luar Kabupaten (PELK)

Pedagang eceran pada penelitian ini berjumlah lima orang dan berasal dari empat pasar yang berbeda, yaitu Pasar Bantul, Pasar Mangiran, Pasar Jodog, dan Pasar Ngino. Berikut adalah identitas pedagang eceran melinjo.

Tabel 5. Identitas Pedagang Pengecer Melinjo

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Umur		
	46 – 61	3	40
	62 – 77	2	40
	≥ 78	1	20
	Jumlah	6	100
2	Pendidikan		
	Tidak Tamat	1	20
	SD	2	40
	SMP	0	0
	SMA	3	40
	Jumlah	6	100
3	Pengalaman Berdagang		
	5 – 20	2	20
	21 – 36	1	20
	37 – 52	2	40
	≥ 53	1	20
	Jumlah	6	100

Pada Tabel 5, dapat diketahui bahwa seluruh pengecer berusia lebih dari 46 tahun dan seluruhnya adalah perempuan. Pengecer merupakan seorang ibu rumah tangga yang berdagang melinjo untuk menambah pendapatan rumah tangga.

Hasil penelitian yang dilakukan, didapat tiga saluran pemasaran melinjo di Kecamatan Saptosari Kabupaten Gunungkidul. Tiga saluran pemasaran tersebut meliputi.

- Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Besar Kabupaten – Pedagang Besar Penyebar – Pedagang Besar Provinsi – Pedagang Eceran – Pengrajin Emping Melinjo.
  - Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Besar Kabupaten – Pedagang Besar Penyebar – Pedagang Besar – Pengrajin Emping Melinjo.
  - Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Besar Kabupaten – Pedagang Besar Penyebar – Pengrajin Emping Melinjo.
3. Fungsi-Fungsi Pemasaran

Fungsi-fungsi yang dilakukan oleh petani dan pedagang yaitu pertama, fungsi pertukaran yang terdiri dari fungsi pembelian dan fungsi penjualan melinjo kepada pedagang melinjo yang terlibat, kedua, fungsi fisik yang terdiri dari fungsi penyimpanan melinjo, fungsi pengemasan, fungsi pengepakan, fungsi bongkar muat, dan fungsi pengangkutan, dan ketiga yaitu fungsi fasilitas yang terdiri dari kegiatan sortasi, pengupasan, dan *grading*.

Tabel 6. Fungsi-Fungsi Lembaga Pemasaran Melinjo

Lembaga Pemasaran	Pertukaran		Fisik					Fasilitas		
	Pem belian	Pen jualan	Penge masan	Penge pakan	Penyim panan	Pengang kutan	B. muat	Sor tasi	<i>Gra ding</i>	Pengupa san
Petani	-	√	√	-	-	√	-	-	-	-
Pedagang Pengepul	√	√	√	-	√	-	-	√	-	-
Pedagang Besar Kabupaten	√	√	√	-	√	√	√	√	-	√
Pedagang Besar Penyebar	√	√	√	-	√	√	√	-	-	-
Pedagang Besar Provinsi	√	√	-	-	√	-	√	√	-	-
Pedagang Eceran	√	√	√	-	√	√	*	*	-	√

Keterangan:

- √ : Semua pelaku lembaga pemasaran melakukan fungsi.
- : Semua pelaku lembaga pemasaran tidak melakukan fungsi.
- \* : Beberapa pelaku lembaga pemasaran melakukan fungsi.

Pada Tabel 6 dapat diketahui bahwa lembaga pemasaran yang terlibat pada penelitian ini tidak melakukan beberapa fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Petani melakukan pengangkutan dari rumah petani ke Pasar Trowono. Pedagang pengepul tidak melakukan pengangkutan sama sekali karena melinjo yang sudah diantar oleh petani akan diambil oleh pedagang pengumpul yang datang ke Pasar Trowono. Pedagang provinsi juga tidak melakukan pengangkutan karena pedagang besar penyebar dan pengecer langsung datang ke pedagang besar provinsi. Sortasi yang dilakukan adalah sortasi berdasarkan kematangan dan kecacatan. Melinjo yang sudah matang (oranye kemerah-merahan) akan langsung dijual dan melinjo yang belum matang (hijau kekuning-kuningan) akan disimpan sampai matang. Penyimpanan yang dilakukan akan mengalami penyusutan terhadap bobot melinjo. penyimpanan yang dilakukan juga bisa memberikan keuntungan lebih kepada pedagang yang melakukan penyimpanan karena pedagang bisa menjual melinjo simpanan apabila pasokan melinjo di pasar sedang kurang atau langka.

#### 4. Harga Jual, Biaya, Keuntungan, dan Margin.

Harga jual merupakan jumlah nilai uang yang diterima petani atau pedagang dari hasil penjualan melinjo dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Tabel 7. Harga Jual Lembaga Pemasaran di Setiap Saluran Pemasaran Melinjo (Rp/Kg)

Lembaga Pemasaran	Saluran		
	I	II	III
Petani Melinjo	4500	4500	4500
Pedagang Pengepul	4800	4800	4800
Pedagang Besar Kabupaten	5400	5400	5400
Pedagang Besar Penyebar	6600	6600	6600
Pedagang Besar Provinsi	7200	0	0
Pedagang Eceran	8400	7800	0

Perbedaan harga jual pada PBLK saluran I dan II dikarenakan biaya pemasaran yang dikeluarkan berbeda.

a. Biaya Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Melinjo

Biaya pemasaran yang dikeluarkan pada masing-masing saluran tentunya akan berbeda-beda, hal ini disebabkan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat serta banyaknya fungsi-fungsi pemasaran (pertukaran, fisik, dan fasilitas) yang dijalankan oleh lembaga pemasaran.

Tabel 8. Biaya Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Melinjo (Rp/Kg)

No	Keterangan	Saluran		
		I	II	III
1	Pedagang Pengepul			
	a. Pengemasan	42,76	42,76	42,76
	b. Penyusutan	22,8	22,8	22,8
	Jumlah	65,56	65,56	65,56
2	Pedagang Besar Kabupaten			
	a. Pengemasan	40	40	40
	b. Pengupasan	10	10	10
	c. Bongkar Muat	6	6	6
	d. Angkut/Transportasi	15	15	15
	e. Parkir	1	1	1
	f. Penyusutan	54	54	54
	Jumlah	126	126	126
3	Pedagang Besar Penyebar			
	a. Pengemasan	30	30	30
	b. Bongkar Muat	6,67	6,67	6,67
	c. Angkut/Transportasi	33,33	33,33	33,33
	d. Retribusi	1	1	1
	e. Parkir	1,33	1,33	1,33
	f. Penyusutan	88	88	88
	Jumlah	160,3	160,3	160,3
4	Pedagang Besar Provinsi			
	a. Bongkar Muat	20		
	b. Penyusutan	288		
	Jumlah	308		
5	Pedagang Eceran			
	a. Pengemasan	40	30	
	b. Pengupasan	80	100	
	c. Angkut/Transportasi	80	40	
	d. Bongkar Muat	0	30	
	e. Penyusutan	672	624	
	f. Retribusi	0	40	
	g. Penyimpanan (obat jamur)	0	48	
	Jumlah	872	912	
	Total Biaya Pemasaran	1.532	1.910	998

Pada Tabel 8, seluruh lembaga pemasaran melakukan penyimpanan yang mengakibatkan adanya biaya penyusutan di setiap kg melinjo yang disimpan.

c. Marjin Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Melinjo

Besarnya marjin pada setiap saluran dipengaruhi oleh banyaknya lembaga atau pedagang perantara yang terlibat, biaya yang dikeluarkan setiap saluran, dan keuntungan yang diambil oleh tiap lembaga pemasaran yang terlibat.

Tabel 9. Marjin Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Melinjo (Rp/Kg)

Uraian	Saluran		
	I	II	III
Petani Melinjo	0	0	0
Pedagang Pengepul	300	300	300
Pedagang Besar Kabupaten	600	600	600
Pedagang Besar Penyebar	1200	1200	1200
Pedagang Besar Provinsi	600		
Pedagang Eceran	1200	1200	
Jumlah	3900	3300	2100

Marjin pedagang besar penyebar cukup besar yaitu Rp 1200/kg. Hal ini dikarenakan pedagang besar penyebar melakukan pengangkutan sampai ke luar daerah sehingga harga jual yang diberikan cukup tinggi yang mengakibatkan marjin juga ikut tinggi.

d. Keuntungan Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Melinjo

Keuntungan merupakan perbedaan antara marjin pemasaran dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam satuan rupiah per kilogram.

Tabel 10. Keuntungan Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Melinjo (Rp/Kg)

Uraian	Saluran		
	I	II	III
Petani Melinjo	0	0	0
Pedagang Pengepul	234,442	234,442	234,442
Pedagang Besar Kabupaten	474	474	474
Pedagang Besar Penyebar	1040	1040	1040
Pedagang Besar Provinsi	292		
Pedagang Eceran	328	288	
Jumlah	2368	1389,84	1101,8

Keuntungan pada Saluran I merupakan yang terbesar karena jumlah lembaga pemasaran yang terlibat paling banyak daripada saluran lainnya. begitu pula dengan biaya pemasaran dan margin pemasaran.

5. Efisiensi Pemasaran Melinjo

**Farmer's share.** Semakin besar nilai persentase *farmer's share*, maka semakin besar bagian harga dan keadilan yang diterima petani yang berada di Desa Kepek Kecamatan Saptosari.

Tabel 11. Bagian Harga yang Diterima oleh Petani Pada Setiap Saluran Pemasaran Melinjo (%).

Saluran	Harga Jual Petani Melinjo (Rp/Kg)	Harga Beli Konsumen (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
Saluran I	4500	8400	53,6
Saluran II	4500	7800	57,7
Saluran III	4500	6600	68,2

Pada Tabel 11, menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang memiliki nilai *farmer's share* paling tinggi yaitu Saluran III dengan persentase 68,2%. Selisih harga konsumen dengan harga jual melinjo yang dimiliki tidak terpaut jauh karena lembaga pemasaran yang terlibat tidak sebanyak Saluran I dan Saluran II. Sedangkan saluran yang memiliki nilai *farmer's share* paling kecil yaitu Saluran I dengan persentase 53,6%.

**Indeks Efisiensi Teknik (IET) dan Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE)** merupakan salah satu metode untuk mengetahui saluran pemasaran yang lebih efisien. Nilai Indeks Efisiensi Teknis (IET) yang rendah menandakan bahwa tingginya efisiensi teknis yang dimiliki saluran tersebut. Nilai Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) yang rendah juga menandakan bahwa tingginya efisiensi ekonomis yang dimiliki saluran tersebut.

Tabel 12. Indeks Efisiensi Teknis (IET) dan Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) Pada Setiap Saluran Pemasaran Melinjo

Keterangan	Saluran		
	I	II	III
Biaya (Rp/Kg)	1532	1910	998
Keuntungan (Rp/Kg)	2368	1389,84	1101,8
Jarak (km)	56,6	31,7	23,1
IET	27,1	60,257	43,21
IEE	1,55	0,7276	1,104

Pada Tabel 12, menunjukkan bahwa Saluran I lebih efisien secara teknis dibandingkan Saluran II dan Saluran III, karena IET pada Saluran I merupakan yang terendah. Saluran II lebih efisien secara ekonomis dibandingkan Saluran I dan Saluran III, karena Saluran II memiliki nilai IEE yang rendah.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

1. Mayoritas petani melinjo berumur di atas 57 tahun dan pendidikan akhirnya adalah Sekolah Dasar (SD). Banyak petani yang memiliki pohon melinjo 10 pohon atau kurang karena penanaman melinjo hanya memanfaatkan lahan yang ada. Hanya satu orang petani yang memiliki pekerjaan lain selain petani yaitu sebagai perangkat desa.
2. Terdapat tiga pola saluran pemasaran melinjo di Kecamatan Saptosari Kabupaten Gunungkidul, yaitu Saluran I (Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Pengumpul –

Pedagang Besar Kabupaten – Pedagang Besar Luar Kabupaten – Pedagang Eceran Luar Kabupaten – Pengrajin Emping Melinjo), Saluran II (Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar Kabupaten – Pedagang Besar Luar Kabupaten – Pengrajin Emping Melinjo), dan Saluran III (Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar Kabupaten – Pengrajin Emping Melinjo).

3. Biaya pemasaran, margin, dan keuntungan tertinggi yaitu pada Saluran I, sedangkan Saluran III merupakan yang saluran yang terendah. Hal ini dikarenakan Saluran I memiliki jumlah lembaga pemasaran terbanyak dibandingkan saluran lainnya.
4. Seluruh lembaga pemasaran melakukan ketiga fungsi yaitu fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (pengemasan, pengepakan, penyimpanan, pengangkutan, dan bongkar muat), dan fungsi fasilitas (sortasi, *grading*, dan pengupasan). Kegiatan yang jarang dilakukan oleh seluruh lembaga pemasaran yaitu kegiatan pengepakan karena lembaga pemasaran tidak menyusun melinjo secara rapi namun langsung dimasukkan ke dalam kemasan atau bagor.
5. Saluran III merupakan saluran yang memiliki persentase *farmer's share* paling tinggi karena jumlah lembaga pemasaran yang terlibat tidak banyak sehingga selisih antara harga jual petani dan harga beli konsumen tidak besar. Namun, berdasarkan nilai IEE dan IET, Saluran III adalah saluran yang memiliki nilai IET terendah dan Saluran I merupakan saluran dengan nilai IEE terendah. Semakin rendah nilai IET atau IEE pada suatu saluran pemasaran, maka saluran tersebut semakin efisien.

## **B. Saran**

Harga jual pada Saluran III dirasa terlalu tinggi karena biaya pemasaran yang dikeluarkan juga tidak begitu banyak. Perlu adanya penekanan pada harga jual di tingkat pedagang pengepul ataupun penerima supaya harga di pengrajin tidak begitu tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T dan F. Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2013. *Gunungkidul Dalam Angka 2013*. BPS Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2013. *Kecamatan Saptosari Dalam Angka 2013*. BPS Kabupaten Gunungkidul.
- Badan Pusat Statistik. 2013. *Statistik Produksi Hortikultura*. BPS Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Calkin, P.H. and Humei W. 1984. Improving Marketing of Perishable Commodities: A Case Study of Selected Vegetables in Taiwan. Asian Vegetable Research and Development Center. Taiwan.
- Dina, N.D. 2015. Analisis Pemasaran Biji Kakao di Kecamatan Kalibawang Kabupaten Kulonprogo. Skripsi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Dinas Perindagkop dan UKM. 2012. Daftar Sentra Industri Kecil dan Menengah 2012. Dinas Perindagkop dan UKM Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (online). Diakses pada tanggal 25 Mei 2017.
- Fuady, Vaudhan. 2015. Analisis Tataniaga Ubi Jalar (*Ipomea batatas*, L.) di Desa Cikarawang Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hanafiah, A.M dan Saefuddin, A.M. 1983. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI Press. Jakarta.
- Kohls, R.L. and Uhl J.N. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. Ninth Edition. Macmillan Company. New York.
- Kotler, P. dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo. Jakarta.
- Kurniawan, M.I. 2014. Analisis Pemasaran Cabai Merah di Kabupaten Bantul. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Masyhuri, dkk. 1991. Analisis Marjin Pemasaran Melinjo di Daerah Istimewa Yogyakarta (Online). Agro Ekonomi. Diakses 4 Desember 2016.
- Muslim dan Valeriana. 2012. Keragaan Kedelai Nasional dan Analisis *Farmer's Share* serta Efisiensi Saluran Pemasaran Kedelai di Kabupaten Cianjur (Online). SEPA : Vol. 9 No. 1 September 2012:1-11. Diakses 23 Mei 2017.
- Rahim, A. dan Hastuti. D. 2007. *Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sa'id, E.G dan A.H. Intan. 2004. *Manajemen Agribisnis*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Saputra, D.I. 2015. Analisis Pemasaran Emping Melinjo di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta.
- Setiawan, Hari. 2007. Pemasaran Durian di Desa Kubang Baros Kecamatan Cinangka Kabupaten Serang Banten. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta.

- Soekartawi. 1991. *Agrobisnis Teori dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sunanto, Hatta. 1991. *Melinjo*. Kanisius. Yogyakarta.
- Sunendar. 2015. Analisis Efisiensi Rantai Pasok Emping Melinjo di Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta.
- Utomo, B.T.S. 2008. Analisis Pemasaran Gula Kelapa di Kabupaten Kulonprogo. Universitas Sebelas Maret. Surakarta (Online). Skripsi. Diakses 4 Desember 2016.
- Widiastuti, N. dan M. Harisudin. 2013. Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung di Kabupaten Grobogan (Online). SEPA : Vol. 9 No. 2 Februari 2013 : 231-240. Diakses 4 Desember 2016.