

ANALISIS PENDAPATAN PETANI DAN MARGIN PEMASARAN GARAM DI DESA TANOH ANOE KECAMATAN JANGKA KABUPATEN BIREUEN

*(Income Analysis of Farmers and Salt Marketing Margin in The Village Tanoh
Anoe Jangka Sub-districts Bireuen District)*

Safri¹, Agussabti¹, Agustina Arida^{1*}

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

Abstrak. Industri garam Indonesia semakin berkembang hingga saat ini menjadi salah satu bidang industri yang memberi penghidupan bagi banyak masyarakat diseluruh Indonesia. Industri garam di Indonesia memproduksi berbagai jenis garam untuk memenuhi berbagai keperluan akan garam untuk kebutuhan rumah tangga, maupun kebutuhan industri dan pertanian. Dengan berkembangnya sektor industri dan laju pertumbuhan penduduk yang begitu pesat, maka kebutuhan akan garam juga bertambah dan peningkatan mutu dari garam tersebut juga makin diperhitungkan. Indonesia merupakan salah satu negara penghasil garam di dunia. Meskipun memiliki potensi yang cukup besar sebagai produsen garam, Indonesia masih harus mengimpor komoditas ini untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pendapatan usahatani garam di Desa Tanoh Anoe Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen. Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam sistem pemasaran garam di Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani garam di Desa Tanoh Anoe Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen memberi pendapatan rata-rata pada usahatani garam sebesar Rp. 1.494.594/bulan, sehingga layak untuk dikembangkan, dengan R/C Ratio sebesar 1,37, BEP produksi garam sebesar 1.156 kg, sedangkan BEP harga garam adalah Rp 2.556/kg, dan ROI sebesar 36,93%. Ada dua tipe saluran pemasaran yang terjadi pada usahatani garam, pertama dari produsen langsung ke konsumen dengan share margin Rp 5.000/Kg atau 100%. Sedangkan yang kedua yaitu dari produsen kepada pedagang pengumpul dan setelah itu ke pedagang pengecer setelah itu ke konsumen akhir, pada saluran pemasaran ini share margin produsen sebesar Rp 3.500/Kg atau 50,00%, pedagang pengumpul memiliki share margin Rp 2.500/Kg atau 35,71%, dan pedagang pengecer memiliki share margin Rp 1.000/Kg atau 14,29%. Pada tipe saluran pemasaran pertama profit margin atau pendapatan yang diterima produsen sebesar Rp 2.244/Kg. Sedangkan pada tipe saluran pemasaran kedua profit margin atau pendapatan yang diterima produsen sebesar Rp 944/Kg, pedagang pengumpul sebesar Rp 1.930/Kg, dan pedagang pengecer sebesar Rp 773/Kg. Jadi saluran pemasaran yang pertama lebih menguntungkan bagi produsen atau usahatani garam dibanding dengan saluran pemasaran yang kedua.

Kata kunci : Analisis pendapatan, garam, margin pemasaran.

Abstract. Industrial salt Indonesia growing up to now be one of the industries that provide a livelihood for many communities throughout Indonesia. The salt industry in Indonesia produces various types of salt to meet various purposes will be salt for household needs, and the needs of industry and agriculture. With the development of the industrial sector and the pace of rapid population pertumbuhan, hence the need for salt also increase and improvement of the quality of the salt also makin taken into account. Indonesia is one of the world's salt producing countries. Although it has considerable potential as a producer of salt, Indonesia still has to import these commodities to meet domestic needs. This research aims to find out how much the income of farming salt in the village of Tanoh Anoe Subdistrict Jangka Bireuën Regency. To know the magnitude of the marketing margin obtained each marketing agencies who are involved in the marketing system of salt in district Jangka Bireuën Regency. The results showed that farming salt in the village of Tanoh

Anoe Subdistrict Jangka Bireuën Regency gave the average pendapatan on farming salt amounted to Rp. 1.494.594/month, so worthy to be developed, with the R/C Ratio of 1.37, BEP the production of salt of 1,156 kg, while the price of salt is BEP Rp 2.556/kg, and ROI of 36.93%. There are two types of marketing channels that occurs in farming salt, first from the manufacturer directly to the consumer with a margin share 5,000/Kg or 100%. Whereas the latter i.e. from manufacturers to traders and collectors after it to retailers after that to the end consumer, on this marketing channel share margin amounting to Rp 3,500 manufacturers/Kg or 50.00%, traders have collectors share margin Usd 2,500/Kg or 35.71%, and retailers have a margin share Rp 1,000/Kg or 14.29%. On the first line type marketing profit margin or income received Rp manufacturer 2.244/Kg. Whereas in the second type of channel marketing profit margin or income received Rp 944 manufacturer/Kg, pedagang Gatherer Rp 1.930/Kg, and retailers at Rp 773/Kg. So the first marketing channel is more profitable for manufacturers or farming salt compared to marketing channels.

Key words: analysis of income, salt, marketing margins.

PENDAHULUAN

Sektor industri nonmigas yang mulai mendapatkan perhatian dari pemerintah adalah industri kecil, hal ini disebabkan oleh industri kecil menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat desa untuk memperoleh pendapatan. Salah satu bentuk industri kecil yang telah ada dan berkembang ditengah-tengah masyarakat adalah industri garam.

Industri garam Indonesia terus berkembang, hingga saat ini menjadi salah satu bidang industri yang memberi pengidupan bagi banyak masyarakat diseluruh Indonesia. Hal ini disebabkan oleh tingkat kebutuhan dan rangkaian kegiatan yang menyertai keberadaan garam dan material awal, yaitu garam kasar (krosok), industri garam di Indonesia memproduksi berbagai jenis garam untuk memenuhi berbagai keperluan akan garam. Baik untuk kebutuhan rumah tangga, maupun kebutuhan industri dan pertanian. Baik untuk kebutuhan rumah tangga, maupun kebutuhan industri dan pertanian.

Dengan berkembangnya sektor industri dan laju pertumbuhan penduduk yang begitu pesat, maka kebutuhan akan garam juga bertambah dan peningkatan mutu dari garam tersebut juga makin diperhitungkan Indonesia merupakan salah satu negara penghasil garam di dunia Meskipun memiliki potensi yang cukup besar sebagai produsen garam, Indonesia masih harus mengimpor komoditas ini untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki panjang garis pantai hampir 90.000 km yang cukup berpotensi dalam menghasilkan bahan baku garam. Namun Indonesia masih harus mengimpor sekitar 53% garam atau setara 1,8 juta ton untuk memenuhi kebutuhan garam dalam negeri.

Kebutuhan garam dalam negeri pada tahun 2014 mencapai 3.611.990 ton, terdiri dari kebutuhan garam konsumsi meliputi; kebutuhan rumah tangga, industri aneka pangan dan industri pengasinan ikan sebesar 1.483.115 ton dan untuk kebutuhan garam industri yang meliputi; industri CAP (Chlor Alkali Plant), farmasi, dan industri Non CAP (perminyakan, kulit, tekstil, sabun dsb) 2.128.875 ton. Angka ini diperkirakan akan meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan berkembangnya industri yang membutuhkan garam.

Daerah-daerah penghasil garam di beberapa wilayah Indonesia antara lain berada di Bali, Jawa Tengah (daerah Pati dan Rembang), Jawa Timur (daerah Gresik dan Madura), Nusa Tenggara Barat (daerah Bima. Sumatera Utara (daerah Belawan dan Asahan. dan Sulawesi Selatan (daerah Jerenpoto). Sedangkan daerah

penghasil garam lainnya seperti di Nusa Tenggara Timur (daerah Alor) dan Provinsi Aceh (daerah Aceh Besar, Pidie, Aceh Utara, dan Bireuen).

Daerah penghasil garam di Provinsi Aceh terutama di daerah Bireuen merupakan daerah yang cukup potensial untuk pengembangan usaha pembuatan garam. Daerah Bireuen memiliki beberapa Kecamatan yang letaknya dekat pesisir pantai dan banyak masyarakatnya yang bekerja sebagai petani garam.

Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui berapa besar pendapatan usahatani garam di Desa Tanoh Anoe Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen.
- Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam sistem pemasaran garam di Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen.
- Untuk mengetahui besarnya profit margin yang diterima masing-masing lembaga pemasaran garam di Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode *Survey*. Menurut Nazir (2003), Metode *Survey* merupakan penyelidikan yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dan mencari keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok dari suatu daerah.

Metode pengambilan sampel untuk produsen dan pedagang pengecer dilakukan secara acak (*Random Sampling*) dengan alasan sifat populasi di daerah penelitian relatif homogen. Sedangkan untuk pedagang pengumpul dilakukan dengan metode *Snowball*.

Tabel 2. Jumlah Populasi dan Sampel yang diambil di Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen

No.	Kelompok	Populasi	Jumlah Sampel
1.	Usahatani Garam	89	27
2.	Pedagang Pengecer	40	12
3.	Pedagang Pengumpul	4	4
Total		103	41

Sumber: Data Primer, (diolah), 2017

Batasan Variabel

Variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Petani garam adalah petani yang mengusahakan produksi garam dan menerima hasil dari penjualan garam tersebut.
2. Biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung.
3. Tenaga kerja adalah setiap tenaga manusia yang digunakan dalam melakukan kegiatan usahatani, baik yang berasal dari dalam keluarga maupun luar keluarga petani (HOK).
4. Produksi adalah seluruh hasil produksi yang berasal dari kegiatan usahatani (Kg/Bln).
5. Saluran pemasaran yang dilalui adalah banyaknya jumlah rantai dari pemasaran yang dilalui dalam penyampaian garam dari produsen ke konsumen.
6. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli garam langsung dari petani dan menjualnya kepada pedagang pengecer (Orang).
7. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli hasil produksi garam dari pedagang pengumpul untuk dijual langsung ke konsumen (Orang).
8. Harga jual produk adalah harga jual garam yang dijual sesuai dengan harga yang berlaku pada saat penelitian (Rp/Kg).
9. Nilai produksi atau penerimaan adalah hasil perkalian antara produksi produk dengan harga jual produk (Rp/Bln).
10. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan kotor usahatani dengan biaya produksi (Rp/Bln).
11. Margin pemasaran adalah suatu selisih yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar pembeli terakhir.
12. Share margin adalah bagian yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran (%).
13. Profit margin pemasaran adalah selisih harga penjualan dengan biaya pemasaran.

Metode Analisis

Pada pengujian hipotesis 1, dianalisis dengan menggunakan metode analisis pendapatan, yakni untuk menganalisis pendapatan usahatani garam di Desa Tanoh Anoe Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen dengan menggunakan rumus berikut.

Biaya total, yaitu biaya keseluruhan dari jumlah biaya produksi yang telah dikeluarkan dengan cara menjumlahkan biaya tetap dan biaya tidak tetap.

$$TC = FC + VC \dots\dots\dots(\text{Dumairy, 2004})$$

Keterangan:

TC : *Total Cost* (Rp)

FC : *Fixed Cost* (Rp)

VC : *Variabel Cost* (Rp)

Total revenue (total penerimaan) dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TR = P \times Q \dots\dots\dots(\text{Dumairy, 2004})$$

Keterangan:

TR : *Total Revenue* (Rp)

P : Harga (Rp)

Q : Jumlah Produksi (Kg)

Untuk mengetahui pendapatan pada usahatani garam dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(\text{Soekartawi, 2002})$$

Keterangan:

π : Pendapatan Usahatani Garam (Rp)

TR : *Total Revenue* (Rp)

TC : *Total Cost* (Rp)

a. *Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)*

R/C merupakan perbandingan antara nilai penerimaan (TR) dengan total biaya produksi (TC) (Kadariah, 1988). Untuk menghitung R/C ratio dengan menggunakan rumus:

$$R/C = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots(\text{Soekartawi, 2002})$$

Keterangan:

R/C : Perbandingan antara Revenue dengan Cost

TR : *Total Revenue* (Rp)

TC : *Total Cost* (Rp)

Kriteria Keputusan:

Jika $R/C > 1$, maka usahatani garam menguntungkan.

Jika $R/C < 1$, maka usahatani garam tidak menguntungkan atau rugi.

Jika $R/C = 1$, maka usahatani garam berada pada keadaan titik pulang pokok (tidak untung/tidak rugi).

b. *Break Event Point (BEP)*

Break Event Point (BEP) merupakan keadaan yang menggambarkan suatu usahatani yang tidak memperoleh laba dan juga tidak mengalami kerugian. Usahatani akan mencapai keadaan BEP apabila total penerimaan sama dengan total biaya.

BEP Produksi

$$BEP = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Harga Jual Produk}} \dots\dots\dots(\text{Soekartawi, 2002})$$

BEP Harga

$$BEP = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi}} \dots\dots\dots(\text{Soekartawi, 2002})$$

c. *Return On Investment (ROI)*

Model analisis formula *Return On Investment (ROI)* merupakan persentase kemampuan dari setiap pengeluaran yang telah dicurahkan dalam suatu usaha untuk menghasilkan laba.

$$ROI = \frac{\text{Pendapatan}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\% \dots\dots\dots(\text{Soekartawi, 2002})$$

Pada pengujian hipotesis 2, dianalisis dengan menggunakan metode analisis margin pemasaran, yakni untuk menganalisis margin pemasaran di Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen dengan menggunakan rumus berikut.

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi}, \text{ atau } M_{ji} = B_{ti} + I \dots\dots\dots(\text{Azzaino, 1981})$$

$$I = M_{ji} - B_{ti} \dots\dots\dots(\text{Azzaino, 1981})$$

Total margin pemasaran sebagai berikut:

$$MJ = \sum M_{ji}, \text{ atau } P_r - P_f \dots\dots\dots(\text{Azzaino, 1981})$$

Share margin untuk usahatani garam dirumuskan sebagai berikut:

$$S_m = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots(\text{Azzaino, 1981})$$

Share margin untuk lembaga pemasaran sebagai berikut:

$$S_m = \frac{P_{si} - P_{bi}}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots(\text{Azzaino, 1981})$$

Keterangan :

- M_{ji} : margin pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- P_{si} : harga jual lembaga pemasaran tingkat ke-i
- P_{bi} : harga beli lembaga pemasaran tingkat ke-i
- B_{ti} : biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
- I : keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
- MJ : total margin pemasaran
- P_r : harga pada tingkat konsumen
- P_f : harga pada tingkat produsen
- S_m : share margin dihitung dalam persen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung, baik biaya tetap, seperti biaya peralatan, mencakup penggaruk, sekop kayu, sendok garam, drum, jerigen dan timbangan serta biaya variabel, seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Biaya penyusutan alat termasuk ke dalam biaya tetap.

a. Biaya Penyusutan Alat pada Usahatani Garam

Adapun peralatan yang digunakan dalam usahatani garam meliputi penggaruk, sekop, sendok garam, drum plastik, jerigen dan timbangan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Rata-Rata Biaya Penyusutan Peralatan pada Usahatani Garam di Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen, Tahun 2017

No.	Uraian	Jumlah	Harga (Rp/Unit)	Jumlah Nilai (Rp)	Biaya Penyusutan (Rp)
1.	Penggaruk	1 Unit	25.000	25.000	1.667
2.	Sekop	1 Unit	40.000	40.000	2.333
3.	Sendok	2 Unit	8.000	16.000	1.956
4.	Drum	1 Unit	175.000	175.000	4.479
5.	Jerigen	1 Unit	40.000	40.000	940
6.	Timbangan	1 Unit	35.000	35.000	896
7.	Kuali	1 Unit	500.000	500.000	7.455
8.	Terpal	20 Meter	6.000	120.000	50.370
Total Biaya Penyusutan					69.957

b. Biaya Sarana Produksi pada Usahatani Garam

Sarana produksi yang digunakan pada usahatani garam dalam penelitian ini adalah kayu bakar, minyak tanah, dan pelepah kelapa. Adapun biaya sarana produksi yang dibutuhkan pada usahatani garam dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Rata-Rata Biaya Sarana Produksi pada Usahatani Garam di Desa Tanoh Anoe Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen, Tahun 2017

No.	Uraian	Total Biaya (Rp/Bln)
1.	Pelepah Kelapa	112.963
2.	Kayu Bakar	733.333
3.	Minyak Tanah	75.000
Total		921.296

c. Biaya Tenaga Kerja pada Usahatani Garam

Tenaga kerja yang digunakan pada usahatani garam ini adalah tenaga kerja yang berasal dari dalam keluarga. Tenaga kerja yang digunakan dalam kegiatan usaha ini dimulai dari pengolahan ladang garam penjemuran, pengendapan kotoran dan pemasakan air. Tenaga kerja usahatani garam ini dihitung dengan satuan Hari Orang Kerja (HOK) dimana upah yang berlaku di daerah penelitian adalah Rp. 80.000/Hari.

d. Total Biaya Produksi pada Usahatani Garam

Biaya produksi merupakan biaya yang dihitung dari semua biaya yang dikeluarkan, meliputi biaya tetap, yaitu biaya sewa lahan dan biaya penyusutan,

serta biaya variabel, yaitu biaya sarana produksi, biaya tenaga kerja dan biaya lain-lain.

e. Produksi dan Penerimaan pada Usahatani Garam

Produksi yang dimaksudkan pada penelitian ini, yaitu barang (produk) dari proses produksi yang dihasilkan pada usahatani garam dalam satuan kilogram, sedangkan nilai produksi merupakan penerimaan kotor yang diperoleh dari hasil rata-rata produksi per usahatani dikalikan dengan harga jual petani yang dinyatakan dalam satuan rupiah. Pada harga jual produk yang dimaksudkan pada penelitian ini, yaitu yang berlaku pada saat penelitian ini dilakukan.

f. Pendapatan Usahatani Garam

Pendapatan industri garam dalam penelitian ini adalah selisih antara nilai produksi atau penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi berjalan yang diperhitungkan dalam jangka waktu sebulan. Rata-rata pendapatan petani dari industri garam perbulan di Desa Tanoh Anoe Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen

Biaya Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan produsen atau petani dalam usaha menjual garam ke pasar atau konsumen dengan harapan akan mendapat keuntungan. Pemasaran juga dilakukan dengan usaha memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen maka salah satu faktor yang tidak bisa diabaikan adalah memilih saluran pemasaran yang tepat karena hal ini akan mempengaruhi kelancaran penjualan, tingkat keuntungan, biaya produksi, dan resiko. Karena petani sendiri bertindak sebagai produsen maka petani harus dapat mengetahui mengenai harga dan saluran pemasaran tepat dalam memasarkan produksinya.

Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran garam dari petani hingga ke konsumen di daerah penelitian terdapat 2 tipe bentuk saluran pemasaran seperti berikut:

Tipe I. Petani Garam → Konsumen

Tipe II. Petani Garam → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen

Berdasarkan Skema diatas dapat dilihat bahwa saluran ke I yaitu petani garam menjual garam langsung kepada konsumen yang berada di lingkungan penelitian dengan harga jual Rp 5.000/Kg. Pada saluran pemasaran yang ke II yaitu petani garam menjual langsung kepada pedagang pengumpul yang berada di Kecamatan Jangka dengan harga jual Rp 3.500/Kg dan dari pedagang pengumpul dijual lagi ke pedagang pengecer dipasar kecamatan dengan harga jual Rp 6.000/Kg baru kemudian ke konsumen yang berada di Kecamatan Jangka dengan harga jual Rp 7.000/Kg.

a. Biaya Pembelian

Rata-rata pembelian garam di daerah penelitian pada pedagang pengumpul yaitu dengan pembelian 11.250 Kg/bulan dan untuk harga pembeliannya Rp

3.500/Kg sehingga jumlah nilai pembelian 39.375.000/bulan. Sedangkan pada pedagang pengecer yaitu dengan jumlah pembelian 132 Kg/bulan dan untuk harga pembeliannya Rp 6.000/Kg sehingga total jumlah nilai pembelian Rp 790.000/bulan.

b. Biaya Penjualan

Rata-rata penjualan garam di daerah penelitian untuk pedagang pengecer yaitu dengan jumlah penjualan sebanyak 11.250 Kg/bulan atau dengan harga jual Rp 6.000/Kg dan total jumlah nilai penjualan sebesar Rp 67.500.000/bulan. Sedangkan rata-rata penjualan garam di daerah penelitian untuk pedagang pengecer yaitu dengan jumlah penjualan sebanyak 132 Kg/bulan atau dengan harga jual Rp 7.000/Kg dan total jumlah nilai penjualan sebesar Rp 921.667/bulan.

c. Biaya Retribusi

Retribusi adalah pajak yang digunakan untuk berdagang oleh para pedagang pengecer dalam penggunaan tempat yang harus membayar pajak tempatnya dipasar. Besarnya biaya retribusi yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp 337.500/bulan sedangkan pedagang pengecer yaitu Rp 30.000/bulan.

d. Pendapatan Pedagang

Nilai penjualan selama sebulan oleh pedagang pengumpul mencapai 11.250 Kg, dan nilai penjualannya Rp 67.500.000/bulan dengan biaya pemasaran sebesar Rp 45.787.500/bulan, sehingga pendapatan yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp 21.712.500/bulan. Sedangkan nilai penjualan selama sebulan oleh pedagang pengecer mencapai 132 Kg, dan nilai penjualannya Rp 921.667/bulan dengan biaya pemasaran sebesar Rp 820.000/bulan, sehingga pendapatan yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp 101.667/bulan.

Margin Pemasaran Garam di Kecamatan Jangka

Besarnya margin pemasaran yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran tergantung dari aktivitasnya. Untuk mengetahui margin pemasaran dan profit pemasaran yang diterima petani berdasarkan tipe saluran pemasaran dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Total Margin Pemasaran di Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen, Tahun 2017

No.	Kelompok	Saluran Pemasaran I		Saluran Pemasaran II	
		Bagian yang diterima (Rp/Kg)	Share Margin (%)	Bagian yang diterima (Rp/Kg)	Share Margin (%)
1	Produsen	5.000	100,00	3.500	50,00
2	Pedagang pengumpul	-	-	2.500	35,71
3	Pedagang pengecer	-	-	1.000	14,29
Total		5.000	100,00	7.000	100,00

Sumber: Data Primer (diolah), 2017

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat saluran pemasaran garam yang terdiri dari dua tipe, saluran tipe I merupakan produsen langsung memasarkan produksi garam ke konsumen merupakan saluran yang lebih efisien untuk produsen dibandingkan tipe saluran II. Pada tipe saluran pemasaran I produsen mendapatkan share sebanyak Rp 5.000/Kg atau 100% karena lembaga pemasaran lain tidak terlibat. Sedangkan pada tipe saluran pemasaran II produsen mendapatkan share sebanyak Rp 3.500/Kg atau 50%, pedagang pengumpul mendapatkan share sebesar Rp 2.500/Kg atau 35,71%, dan pedagang pengumpul mendapatkan share sebesar Rp 1.000/Kg atau 14,29.

Besar kecilnya share margin ditentukan oleh panjang pendeknya rantai pemasaran. Semakin pendek rantai pemasaran maka semakin rendah biaya pemasarannya dan semakin tinggi share margin yang diterima produsen garam.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat ditarik beberapa simpulan:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani garam di Desa Tanoh Anoe Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen memberi pendapatan rata-rata pada petani (usahatani garam) sebesar Rp. 1.494.594/bulan, sehingga layak untuk dikembangkan, dengan R/C Ratio sebesar 1,37. Ada dua tipe saluran pemasaran yang terjadi pada usahatani garam, pertama dari produsen langsung ke konsumen dengan share margin Rp 5.000/Kg atau 100%. Sedangkan yang kedua yaitu dari produsen kepada pedagang pengumpul dan setelah itu ke pedagang pengecer baru ke konsumen akhir, pada saluran pemasaran ini share margin produsen sebesar Rp 3.500/Kg atau 50,00%, pedagang pengumpul memiliki share margin Rp 2.500/Kg atau 35,71%, dan pedagang pengecer memiliki share margin Rp 1.000/Kg atau 14,29%. Pada tipe saluran pemasaran pertama profit margin atau pendapatan yang diterima produsen sebesar Rp 2.244/Kg. Sedangkan pada tipe saluran pemasaran kedua profit margin atau pendapatan yang diterima produsen sebesar Rp 944/Kg, pedagang pengumpul sebesar Rp 1.930/Kg, dan pedagang pengecer sebesar Rp

773/Kg. Jadi saluran pemasaran yang pertama lebih menguntungkan bagi produsen atau petani garam 202 dibanding dengan saluran pemasaran yang kedua.

Saran

Dalam usaha untuk meningkatkan pendapatan dan produksi garam yang lebih besar, harus ada perhatian pemerintah terhadap petani kecil ini dalam hal penambah modal untuk usaha garam ini agar bisa memproduksi garam dalam jumlah lebih banyak dan mendapatkan pendapatan yang lebih layak. Untuk meningkatkan pendapatannya sebaiknya petani garam memilih saluran pemasaran yang pendek supaya mendapatkan pendapatan yang lebih layak.

DAFTAR PUSTAKA

- Manajemen Pemasaran Dasar Korsep dan Strategi Edisi ke Tiga.* (1995). Jakarta: Erlangga.
- Ahmadi. (2001). *Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azzaino, Z. (1981). *Pengantar Tataniaga Hasil Pertanian*. Bogor: Departemen Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Instite Pertanian Bogor.
- Dewi Haryani. (2013). *Kajian Analisis Margin Pemasaran dan Integrasi Pasar Gabah/Beras Di Provinsi Banten*. Banten: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian.
- Dumairy. (2004). *Matematika Terapan Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi Keduabelas. Yogyakarta: BPFE.
- Harifuddin. (2011). *Analisis Margin Dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut Di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkep*. Sulawesi Selatan: Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene dan Kepulauan.
- Hernanto, F. (1994). *Ilmu Usahatani*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Jumiati, Elly. (2013). *Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Kelapa dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur*. Kalimantan Utara: Universitas Borneo Tarakan.
- Kartasapoetra. (1984). *Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian*. Jakarta: PT. Nina Aksara.
- Kotler. (1984). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- _____. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Alih Bahasa: Jakawasana. Erlangga.
- Mosher, A. T. (1987). *Menggerakkan Dan Membangun Pertanian*. Jakarta: Yasaguna.
- Mubyarto. (1989). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi Sosial.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nitisemito, S, Alex. (1981). *Marketing*. Jakarta: CV. Ghalia Indonesia.
- Rosadi, Ruslan. (2004). *Metode Penelitian Public Relation*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Soekartawi. (1993). *Analisis Usahatani*. Jakarta: Univeritas Indonesia Press.

- _____. (1997). *Analisis Fungsi Produksi*. Jakarta: Rajawali Pers . PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. (2002). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. (2003). *Analisis Usahatani*. Jakarta: Univeritas Indonesia Press.
- _____. (2005). *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suratiah. (2006). *Ilmu Usahatani*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Swasta, Basu & Irawan, (1990). *Saluran Penasaran*. Yogyakarta: BPF.
- Try Suherman, (2011). *Analisis Pemasaran Garam Rakyat (Studi Kasus Desa Kertasada Kecamatan Kalianget Kabupaten Sumenep)*. Madura: Universitas Trunojoyo.