

Analisis Efisiensi Pemasaran Daun Talas Beneng Di Kabupaten Oku Timur (Studi Kasus Di Desa Margodadi)

Hariyono¹, Saiful Bahrie²

¹ Dosen Program Studi Agribisnis Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIPER) Belitang

² Dosen Program Studi Agribisnis Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIPER) Belitang
Jln. Kampus Pertanian No.3 Belitang Kab. OKU Timur Prov. Sumatera Selatan

e-mail: hariyono.ss@gmail.com stipersaifulbahrie@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: 1) mengetahui berapa besaran pendapatan petani daun talas beneng di Kabupaten OKU Timur, 2) mengetahui margin pemasaran petani daun talas beneng yang ada di Kabupaten OKU Timur, 3) mengetahui saluran pemasaran yang paling efisien pada pemasaran daun talas beneng di Kabupaten OKU Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pendapatan rata-rata yang diperoleh petani adalah Rp.3.310.380 /bulan. Besarnya margin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran yang ada, saluran pemasaran I. Pada saluran pemasaran II jumlah margin Rp.3.000/kg tingkat efisiensi pemasaran rata-rata 6,67%. Sedangkan dilihat dari tingkat efisiensi pemasaran, dari seluruh saluran pemasaran yang ada saluran pemasaran I tergolong efisien karena margin paling kecil, serta tingkat efisiensi pemasaran <5%. Dibandingkan dengan pola saluran pemasaran II disamping itu pola saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling pendek. Namun jika kedua saluran pemasaran tersebut dibandingkan, maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran pertama merupakan saluran pemasaran yang paling efisien.

Kata Kunci :Talas Beneng, Efisiensi Pemasaran.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tanaman talas berasal dari daerah Asia Tenggara selanjutnya talas menyebar ke Cina, Jepang, beberapa pulau di Samudera Pasifik kemudian dibawa oleh migrasi penduduk ke Indonesia. Di Indonesia talas biasa dijumpai hampir di seluruh kepulauan dan tersebar dari tepi pantai sampai pegunungan di atas 1000 m dari permukaan laut (Purwono dan Heni, 2007).

Konon selama berabad-abad lamanya, talas menjadi bahan makanan pokok di beberapa daerah Asia dan Kepulauan Pasifik secara luas, talas diakui berasal dari daerah rawa dan hutan tropika yang bercuaca tinggi. Talas lebih dulu dikonsumsi dan populer sebelum tanaman padi. Diperkirakan, talas sudah dibudidayakan sejak 7000 tahun yang lalu. Dalam sebuah catatan sejarah, talas juga dikenal di Eropa, Afrika, dan Amerika. Di Amerika Tengah misalnya, jenis talas seperti kimpul sudah dibudidayakan sejak tahun 1864. Tanaman talas dapat dibudidayakan pada daerah tropis dengan curah hujan yang cukup serta tanah yang lembab dengan suhu tanah sekitar 21-27°C. Talas dapat hidup pada dataran rendah maupun pada ketinggian sampai 2700 m di atas permukaan laut. Talas beneng merupakan varietas talas yang memiliki ukuran yang besar dengan kadar pati yang cukup tinggi. Tanaman talas dapat tumbuh pada berbagai jenis tanah mulai dari tanah liat seperti untuk pertanaman sawah, hingga tanah yang subur, dan dengan berbagai kondisi lahan baik lahan becek maupun kering

g talas termasuk dalam suku talas-talasan (*Araceae*) (Minantyorini dan Hanarida, 2002).

Talas beneng merupakan jenis talas yang tumbuh di hutan di sekitar lereng Gunung Karang di Kabupaten Pandeglang, bentuk talasnya besar dan kuning. Sejarah Talas Beneng pada awalnya merupakan tanaman liar yang tidak dibudidayakan. Tanaman ini mulai dikenal dan mendapatkan perhatian pertama kali oleh masyarakat Kampung Cinyurup Desa Juhut Kecamatan Karangtanjung Kabupaten Pandeglang.

Daun talas beneng memiliki kandungan berupa asam oksalat dan tanin, maka dengan adanya kandungan senyawa kimia tersebut daun talas beneng berpotensi sebagai pestisida nabati, karena daun ini dapat dimanfaatkan sebagai racun untuk menanggulangi jamur *F. oxysporum* yang mengandung senyawa toksik. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian mengenai uji efektivitas ekstrak daun talas beneng (*Xanthosoma undipes* K. Koch) sebagai pengendali jamur *Fusarium oxysporum* pada tanaman pisang secara invitro.

Pemanenan dilakukan pada tanaman yang telah berumur 4 - 5 bulan. Daun yang dipanen adalah daun yang telah membuka sempurna. Jumlah daun pada tanaman disisakan sebanyak 2-3 daun untuk pertumbuhan dan perkembangan tanaman. Banyak sekali manfaat dan kegunaan dari pohon talas, tidak hanya talasnya yang dapat dimanfaatkan menjadi makanan ringan atau diolah menjadi balim menjadi tepung untuk campuran pembuatan makanan, sedangkan daun talas sendiri bisa dijadikan menjadi produk yang bisa menjadi nilai tambah knidiproses menjadi produk tembak

akau. Produktembakudarihasilpemrosesandaun talas benengcukupmenjanjikan dan mempunyainilaijual yang tinggi.

Masyarakat mengenaltanamaninisebagai talas balitung yang dimanfaatkan untuk dikonsumsi sebagai pengganti nasi pada saat musim paceklik. Tanaman talas tumbuh cukup baik tidak hanya di Desa Juhut tetapi juga di desa dan wilayah lainnya yang berada pada kaki gunung karang yaitu Kecamatan Karang Tanjung, Mandalawangi, dan Kecamatan Majasari pada tahun 2007. Kemudian tanaman talas beneng terdistribusi di berbagai wilayah Indonesia dan dibudidayakan oleh para petani, salah satu pembudidayaan tanaman talas beneng yakni ada di Sumatra Selatan tepatnya di Kabupaten OKU Timur di Desa Margodadi Kecamatan SS III. Dengan luas lahan sekitar 30 Ha dan petani sebanyak 30 petani yang tergabung dalam satu tempat. Hasil daun talas beneng yang di produksikan biasanya akan dijual kepada pengepul dengan harga daun talas basah Rp.1000/ kg, daun talas rajang kering Rp.15.000/ kg, selain dijual kepada pengepul biasanya petani menjual daun talas rajang langsung kepada konsumen dengan harga yang yakni Rp.18.000/ kg daun rajang kering. Usaha pemasaran daun talas beneng ini sendiri termasuk dalam skala usaha kecil menengah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Berapa besar pendapatan yang diperoleh petani daun talas beneng di Kabupaten OKU Timur.
2. Berapa besar margin pemasaran pada saluran pemasaran daun talas beneng di Kabupaten OKU Timur.
3. Bagaimana efisiensi pemasaran petani daun talas beneng di Kabupaten OKU Timur.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui berapa besar pendapatan petani daun talas beneng di Kabupaten OKU Timur.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran petani daun talas beneng yang ada di Kabupaten OKU Timur.
3. Untuk mengetahui saluran pemasaran yang paling efisien pada pemasaran daun talas beneng di Kabupaten OKU Timur.

II. KERANGKA TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

Talas merupakan umbi dari batang tanaman bentuk talas ini bermacam-macam tergantung dari jenis masing-masing talas ada yang lonjong dan agak bulat, warnanya pun berbeda-beda seperti keputihan, kemerahan dan keabuan. Terdapat beberapa jenis talas adalah sebagai berikut:

- 1) Talas Bogor (*Colocasia esculenta* L. *Schoott*) merupakan salah satu jenis talas yang

banyak digemari orang. Talas bogor ini mempunyai daun yang berbentuk hati dengan ujung pelepah daunnya tertancap agak tengah helai daun sebelah bawah. Warna pelepah bermacam-macam, bungat terdiri atas tangkai seludang dan tongkol.

- 2) Talas Belitung (Kimpul) Talas belitung dengan nama ilmiah *Xanthosoma sagittifolium* termasuk famili *Areacea* dan merupakan tumbuhan menahun yang mempunyai umbi batang maupun batang palsu yang sebenarnya adalah tangkai daun.

Umbi yang digunakan sebagai bahan makanan dengan cara direbus atau panggang goreng.

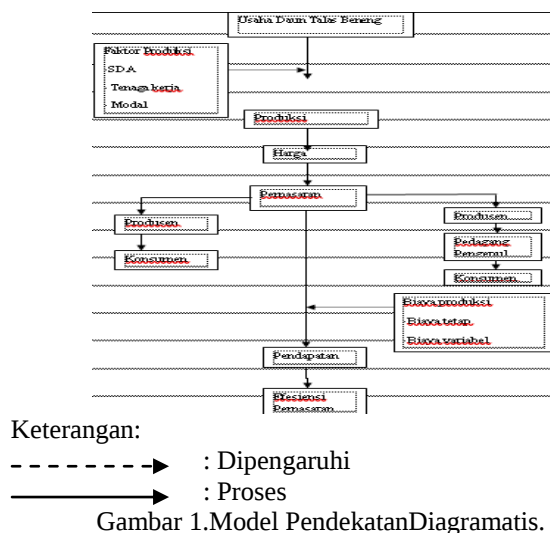
- 3) Talas Padang Talas padang, (*Colocasia gigantea* Hook f) hampir sama dengan jenis talas lainnya yang semarga, *Colocasia esculenta*. Perbedaan nya ialah pada ukuran pohonnya yang lebih besar, bisa mencapai tinggi 2 meter dan tangkai daunnya yang ditutupi lapisan lilin putih, serta urat daunnya yang lebih kasar. Umbi induknya cukup besar, akan tetapi tidak enak dimakan.

Sedangkan talas beneng sendiri termasuk jenis umbi-umbian yakni umbi batang yang bagian umbinya berukuran besar dan dagingnya berwarna kuning bisa muncul sampai ke atas permukaan tanah mengikuti batang tanaman dengan karakteristik yang berbeda dengan talas lain. Selain besar, bobot talas beneng pun sangat berat. Satu umbi talas beneng dapat memiliki bobot 35-40 kilogram. Untuk mencapai ukuran ini, talas memerlukan waktu tumbuh hingga 2 tahun. Selain itu, daun talas juga mengandung protein, serat, vitamin C, zat besi, serta berbagai mineral daun talas beneng saat ini memang diminati pasar luar negeri.

Daun talas memiliki peran untuk sebagai substitusi atau pengganti embakau. Proses pengolahannya pun hampir mirip dengan tembakau hanya saja daun yang sudah dipetik perlu diidamkan selama 3 hari terlebih dahulu untuk menghilangkan getahnya selanjutnya di rajang dengan ketebalan kurang dari 0,8 mm, daun talas membutuhkan pengeringan langsung di bawah sinar matahari sekitar 1-3 hari selanjutnya daun talas rajang hanya cukup di angin-anginkan bahkan, daun talas disebut-sebut memiliki manfaat yang lebih dibanding tembakau karena tidak memiliki kandungan nikotin.

B. Model Pendekatan

Secara diagramatis analisis sistem pemasaran daun talas beneng dapat digambarkan sebagai berikut:



C. Hipotesis

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bahwa biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani daun talas beneng lebih kecil sehingga diperoleh pendapatan.
2. Bahwa hasil penjualan produk daun talas beneng yang dilakukan oleh petani Desa Margodadi memiliki margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran (produsen daun talas, pedagang pengumpul).
3. Bahwa efisiensi pemasaran daun talas beneng berada dalam lembaga pemasaran.

D. Batasan-batasan

Untuk menghindari kesalahan persepsi dalam penelitian ini, maka disusun definisi dan batasan operasional sebagai berikut:

1. Responden adalah petani daun talas beneng yang memiliki lahan yang sama yang berada dalam satu tempat yaitu di Desa Margodadi Kecamatan SS III Kabupaten OKU Timur.
2. Produksi adalah jumlah daun talas beneng yang harus dihasilkan oleh petani dalam satu kali pemanenan (Kg).
3. Tenaga kerja adalah jumlah curahan tenaga kerja dalam keluarga dan luar keluarga yang digunakan dalam satu musim tanam dihitung dalam satuan hari kerja setara pria (Rp/Pp).
4. Penerimaan adalah jumlah hasil produksi dikalikan dengan harga produksi (Rp/Pp).
5. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan seluruh biaya produksi (Rp/Pp).
6. Biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan petani selama proses usahatani yang meliputi biaya tetap dan biaya variabel.
7. Harga adalah nilai produk yang dihasilkan yang sudah berlakunya di pasar (Rp/Kg).
8. Sistem pemasaran adalah cara yang digunakan oleh petani dalam menjual produk.
9. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayarkan konsumen akhir dan harga yang diterima petani produsen.

10. Efisiensi pemasaran adalah seberapa besar pengorbanan yang harus dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran untuk menghasilkan yang bisa didapatkan dari kegiatan pemasaran tersebut.

III. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Margodadi Kecamatan Semendawai SS III yang berada di Kabupaten OKU Timur Provinsi Sumatra Selatan, penelitian ini dilaksanakan secara langsung dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut terdapat petani sekaligus pengolahan daun talas beneng menjadi tembakau. Pengumpulan data lapangan untuk penelitian ini dilaksanakan pada bulan April-Juni 2022.

B. Metode Penelitian dan Penarikan Contoh

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, menurut Walgito (2009), menyatakan bahwa studi kasus merupakan suatu metode yang digunakan untuk menyelidiki atau mempelajari suatu kejadian mengenai persoalan atau suatu usaha yang secara spesifik dan khusus, yaitu pengolahan daun talas beneng menjadi tembakau di Desa Margodadi Kecamatan Semendawai Suku III Kabupaten OKU Timur.

Adapun metode penarikan contoh dilakukan secara sensus yaitu pengambilan data yang berhubungan dengan permasalahan yang ada, dan melakukan pengamatan tersendiri sesuai dengan persyaratan sempit yaitu sempit diambil tidak secara acak, tetapi ditentukan sendiri oleh peneliti terhadap objek untuk memperoleh data yang dibutuhkan yang dipusatkan di Desa Margodadi yang berada di OKU Timur.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode survei dengan wawancara dan observasi (pengamatan), teknik wawancara (*interview*), peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung kepada pimpinan perusahaan atau pihak-pihak yang berwenang untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam penulisan skripsi. Sedangkan melalui observasi, peneliti melakukan untuk diolah menjadi data yang diperlukan.

Data yang dikumpulkannya yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan pihak koperasi dan petani mitra, sedangkan data sekunder diperoleh dari beberapa pustaka/literature dan instansi yang terkait.

D. Metode Analisis dan Pengolahan Data

Dalam analisis ini menggunakan perhitungan matematis yang sederhana karena data yang diperoleh adalah analisis secara kualitatif yang akan menghasilkan data pendapatan petani talas beneng, sisi pemasaran dan talas beneng, serta efektivitas pemasarannya. Data yang diperoleh dari lapangan adalah secara tabulasi dan memaparkan hasil yang di dapat dalam bentuk uraian secara sistematis. Untuk menjawab tujuan pertama dari penelitian ini yaitu menghitung pendapatan yang diterima petani talas beneng digunakan rumus sebagai berikut :

1. Untuk menghitung besarnya biaya produksi adalah sebagai berikut :

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = Total Cost / Biaya Total (Rp)

FC = Fixed Cost / Biaya Tetap (Rp)

VC = Variable Cost / Biaya Variabel (Rp)
(Soekarwati, 2002).

2. Untuk menghitung besarnya penerimaan dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TR = Y \times P$$

Dimana :

TR = total Revenues / Total Penerimaan

Y = Yiled / Jumlah Produksi (Kg)

P = Price / Harga (Rp / Kg) (Soekarwati, 2002).

3. Untuk menghitung pendapatan dapat menggunakan rumus :

$$I = TR - TC$$

Dimana :

I = Income / Pendapatan (Rp)

TR = Total Revenues / Penerimaan (Rp)

TC = Total Cost / Total Biaya (Rp) (Suratiyah, 2006).

4. Untuk menjawab tujuan penelitian pertama, yaitu menghitung margin pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana :

MP = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga di Tingkat Produsen / Petani (Rp/Kg)
(Kim dan Soungun, 2015).

5. Untuk menjawab tujuan penelitian ketiga, yaitu menghitung efisiensi pemasaran menggunakan rumus :

$$EP = \frac{BP}{He} \times 100\%$$

Dimana :

Ep = Efisiensi Pemasaran (%)

Bp = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

He = Harga Beli (Rp/Kg)

Dengan Kriteria:

- a. Jika Nilai Ep 0-33% artinya efisien
- b. Jika nilai Ep 34-67% artinya kurang efisien
- c. Jika nilai Ep 68-100% artinya kurang efisien

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Usaha Daun Talang Beneng

1. Biaya Produksi

Biaya dalam kegiatan usaha tani dikeluarkan oleh responden dengan tujuan untuk menghasilkan pendapatan yang tinggi, dengan mengeluarkan biaya petani mengharapkan pendapatan yang setinggi-tingginya melalui peningkatan produksi. Biaya yang dikeluarkan oleh responden terdistribusi biaya tetap dan biaya variabel. Dalam penelitian usaha tani daun talas beneng yang dikelompokkan dalam biaya tetap adalah sewa lahan dan penyusutan alat, sedangkan biaya variabel adalah saprodi dan tenaga kerja. Biaya tetap terdistribusi lahan pertanian dan alat pertanian. Untuk status lahan yang dimiliki petani talas beneng 10.000 m² adalah lahan sewa. Harga sewa lahan yang ada di Desa Margodadi adalah Rp. 5.000.000 per tahun. Alat-alat pertanian yang digunakan yaitu seperti, cangkul, sabit, handsplay, pisau, umu, ekonomis alat-alat pertanian sekitar (2-5) tahun atau (24-60) bulan. Biaya variabel (biaya tidak tetap) terdistribusi biaya tenaga kerja dan saprodi. Harga beli umbi talas beneng Rp. 4.000/umbi dengan luas lahan rata-rata responden 10.000 m² maka bibit yang diperlukan sekitar 2.500 bibit. Sedangkan usaha tani yang digunakan dalam talas beneng yaitu, pengolahan lahan, pemupukan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan. Sistem usaha tenaga kerja yang ada di Desa Margodadi yaitu sehari rata-rata kisaran Rp. 80.000/orang.

Tabel 1. Biaya Produksi Rata-rata Daun Talas Beneng di Desa Margodadi Kecamatan Semendawai Suku III Kabupaten Oku Timur.

1	Biaya Tetap		
	a. Sewa Lahan	416.667	5.000.000
	b. Penyusutan Alat	5.872.891	11.745.782
	Total	18.239.761	218.877.131
2	Biaya Variabel		
	a. Biaya Saprodi	17.894.000	214.728.000
	b. Biaya Tenaga Kerja	21.375.000	256.500.000
	Total	39.269.000	471.228.000
	Total Biaya Produksi	57.508.761	690.105.131
	Total Rata-rata Biaya Produksi	1.916.959	23.003.504

Sumber : Data Olahan Primer, 2022.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa, biaya tetap terdistribusi sewa lahan dan penyusutan alat sejumlah Rp. 18.239.761 /Bln, sedangkan biaya variabel terdistribusi biaya saprodi dan biaya tenaga kerja sejumlah Rp. 39.269.000 /Bln, dan Rp. 471.228.000 /Thn, sehingga biaya total yang di korbakan oleh 30 petani sebesar Rp. 57.508.761 /Bln, dan Rp. 690.105.131 /Thn. Rata-rata satu petani mengorbankan sejumlah Rp. 1.916.959 /Bln dan Rp. 23.003.504 /Thn.

2. Penerimaan

Penerimaandaun talas benengdiartikansebagaibesarankeseluruhanhasilproduksi sahopenangkaranbibit dan diberikandenganharga yang berlaku pada saatinididaerah yang bersangkutan. Ada dua macampenerimaandalamusahadaun talas beneng, penerimaandaunbasah yang belumdiolah dan penerimaandaunkering yang sudahdiproses. Selanjutnyadidalampenerimaanagribisnisusahatanitidakte rlepasdihargapokokproduk. Usaha taniakanmenghasilkanprodukjikahargamemadaihalinisesu aidenganpendapatanbahwa, harga salah satuprodukberpengaruhdalamusahapemasaranprodukpert anian. Pendapatan yang diterima oleh respondendalamusahadaun talas benengdapatdilihtdaritabelberikutini :

Tabel 2. Penerimaan Rata-rata Daun Talas Beneng diDesa MargodadiKecamatanSemendawai Suku III Kabupaten OKU Timur.

No.	Uraian	JumlahProduksi (Kg)	Harga (Kg)	Jumlah (Rp/Bln)
1.	Daun Basah	282.900	1.000	282.900.000
2.	Daun Kering	37.940	15.000	569.100.000
Total 8 Bulan		320.840		852.000.000
Total (per bulan)				106.500.000
Rata-rata (per bulan)				3.550.000

Sumber : Data Olahan Primer, 2022.

Berdasarkan tabel diatas produksidaun talas benengdengan 30 petanimemperolehhasilpanenselama 8 kali panenkeseluruhansebanyak 320.840 Kg, daunbasahsebanyak 282.900 kg dan daunkering 37.940 kg, denganharga rata-rata hargadaunbasah Rp. 1.000 per Kg, dan hargadaunkering Rp.15.000 per Kg sehinggadiperolehpenerimaan Rp.852.000.000 /8 buan, penerimaan Rp.106.500 /bulan dan rata-ratapetanidaripenjualandaunbasah dan daunkeringmendapatpenerimaansebesar Rp. 3.550.000 /bulan.

3. Pendapatan

Pendapatanmerupakanhasilpenerimaan yang diterima oleh petani setelahdikurangi total biayaproduksi yang dikeluarkandalamusahadaun talas beneng. Nilai pendapatannimerupakanhasilbersih yang diperoleh dari proses produksi. Pendapatan rata-rata yang diterima oleh petanidalamkegiatanusahatandaun talas benengdapatdilihtdaritabelberikut:

Tabel 3. Pendapatan Daun Talas Beneng di Desa MargodadiKecamatanSemendawai Suku III Kabupaten OKU Timur.

No.	Penerimaan (Rp)	BiayaProduksi (Rp)	Pendapatan (Rp)
1.	852.000.000	57.508.761	794.491.239

Rata-rata (8 bulan)	26.483.041
Rata-rata (per bulan)	3.310.380

Sumber : Data Olahan Primer, 2022.

B. AnalisisPemasaran Daun Talas Beneng

1. Margin Pemasaran

Saluranpemasaranmemegangperananpentingdalam memasarkanhasilproduksi. Margin pemasaranmerupakanperbedaanharga yang diterimaprodusendenganharga yang dibayarkankonsumen, dimana margin pemasarandihitungberdasarkanpenguranganhargapenjuala n pada setiaptingkatlembagapemasaransaluran yang digunakanoleh produsenuntukmenyalurkanbarangsampaikekonsumen. Perbedaan margin pada saluranpemasaranditentukandari panjangpendeknyasalura npemasaran, besarnyabiayapemasaransertakeuntungan yang diharapkan oleh lembagapemasaran yang terlibat di dalamkegiatanlembagapemasaran. Harga jualdaun talas beneng di tampilkan pada tabelberikutini :

Tabel 4. Harga Pemasaran

No	Keterangan	Harga (Rp)	Margin
1.	Petani	1.000	
	Harga Jual	18.000	17.000
2.	Pengepul		
	Harga Beli	15.000	3.000
	BiayaPemasaran	1.000	
	Keuntungan	2,522	
	Harga Jual	18.000	
Total Margin			3.000

Sumber : Data Olahan Primer, 2022.

Penghitungan margin pemasaran masing-masing lembagapemasarandaun talas benengditampilkan pada tabel8.Dalamtabeltersebut di ketahuibahwa rata-rata margin pemasaran pada petnidaun talas benengsebesar Rp.17.000 /kg, pedagangpengepul yaitusebesar Rp. 3.000 /kg daun talas beneng. Saluraninimerupakan saluranpemasaran yang terpendekkarenamelibatkansatupedagangperantara, margin yang terjadidari total margin pemasaran pada keseluruhan saluranpemasarankarena rata-ratabiayapemasaran yang rendah, yaitu Rp. 1.000/kg.

2. SaluranPemasaran dan EfisiensiPemasaran

Berdasarkan tabel4 diatasHargapembeliandaun talas benengpedagangperantara pada setiap saluranpemasarantidaksama.

Berdasarkan hasil penelitian, saluranpemasaran yang digunakandalammemasarkandaun talas benengada dua yakni I (satu)daun talas benenglangsungdijualkekonsumensecaralangsung dan II (dua)daun talas benengdijualmelaiupengepullalukekonsumen. Pola saluranpemasaran I petanimenjualkekonsumendenganhargahargajualmencapa i Rp.18.000 /kg namunjumlahpembelianterbatas. Dari lembagapemasaran I daun talas benengmenunjukkanbahwatidakadabiayapemasaran yang digunakan pada lembagapemasaran I karena pada

lembaga pemasaran langsung ke lokasi petani. Pada lembaga pemasaran II total biaya pemasaran yang digunakan adalah sebesar Rp. 1.000/kg, dimana biaya tersebut merupakan biaya transportasi menuju pengepul, petani menjual ke pengepul dengan harga Rp. 15.000 /Kg, lalu pengepul menjual dengan konsumen dengan harga sama yakni Rp. 18.000 /Kg.

Dari analisis terhadap saluran pemasaran, saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang tidak efisien. Menurut Soekartawi, (2002) kriteria dikatakan efisien adalah kurang dari 0-33% dan tidak efisien lebih dari 68-100%. Dari saluran pemasaran daun talas beneng tersebut, lembaga pemasaran II tergolong efisien dengan tingkat efisiensi rata-rata 6%, dalam pemasaran daun talas beneng di Desa Margodadi sebagian besar petani menjual produksinya menggunakan saluran pemasaran II dan karena penyerapan hasil pengepul terhadap hasil produksi daun talas beneng cukup besar.

Tabel 5. Efisiensi Rata-rata Pemasaran Daun Talas Beneng di Desa Margodadi Kecamatan Semendawai Suku III Kabupaten OKU Timur.

No	Uraian	Biaya pemasaran	Harga petani/beli	Efisiensi pemasaran
1	Saluran I	-	1.000	-
2	Saluran II	1.000	15.000	6,67%

Sumber : Data Olahan Primer, 2022.

Berdasarkan tabel diatas Efisiensi pemasaran pada lembaga pemasaran daun talas beneng di Desa Margodadi dapat dilihat bahwa saluran pemasaran II lebih efisien dengan tingkat efisiensi 6,67% ada diantara kriteria 0-33%. Karena produk daun talas yang di produksi dapat sampai ke tingkat petani ke konsumen akhir dan dari petani ke pedagang pengepul dengan cara memuaskan kepentingan semua lembaga pemasaran secara adil sesuai dengan tingkat pengorbanan biaya pemasaran masing-masing lembaga.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Besarnya pendapatan rata-rata yang di peroleh petani adalah Rp. 3.310.380 /bulan.
2. Besarnya margin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran yang ada, saluran pemasaran I. Pada saluran pemasaran II jumlah margin Rp. 3.000/kg tingkat efisiensi pemasaran rata-rata 6,67%.
3. Sedangkan dilihat dari tingkat efisiensi pemasaran, dari seluruh saluran pemasaran yang ada saluran pemasaran I tergolong efisien karena

margin paling kecil, serta tingkat efisiensi pemasaran <5%. Dibandingkan dengan pola saluran pemasaran II disamping itu pola saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling pendek. Namun jika kedua saluran pemasaran tersebut dibandingkan, maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran pertama merupakan saluran pemasaran yang paling efisien.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan adanya produksi daun talas beneng yang menjadi terobosan baru di Kabupaten OKU Timur, maka petani harus lebih bersemangat untuk meningkatkan produksi tembakau.
2. Bagi petani talas beneng hendaknya menjual hasil dari daun talas dengan produksi dan kering karena harga yang lebih tinggi di bandingkan dengan harga daun basah.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Amiruddin. 2013. *Perubahan Sifat Fisik Talas (Colocasia Esculenta L. Schoot)* selama Pengeringan Lapis Tipis. Skripsi. Program Studi Keteknik Pertanian Jurusan Teknologi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Anonim. 2011. *Beneng Si Talas Raksasa Dari Banten*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian, Banten. E-mail: bptp-banten@litbang pertanian.go.id.
- Buchari Alma. 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Dwi Martani, dkk. 2014. *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK*. Jakarta: Salemba Empat.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga
- Minantyorini dan Hanarida Somantri. 2002. *Panduan Karakterisasi dan Evaluasi Plasma Nutfah Talas Komisi Plasma Nutfah Talas*.
- Purwono dan Heni, 2007. *Budidaya 8 Jenis Tanaman Pangan Unggul*. PT. Penebar Swadaya. Jakarta. Hal 96-116.
- Rusbana TB, Saylendra A, Djumantara R. 2016. *Inventarisasi hama dan penyakit yang berasosiasi pada Talas Beneng (Xanthosoma undipes K. Koch)* di

- kawasanGunung Karang
KabupatenPandeglangProvinsi Banten.
Jur.Agroekotek 8 (1):1 6.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi*. Jakarta:PT.RajaGrafindoPersada. 238 hal.
- Sjarkowi, F dan Sufri, M, 2004. *ManajemenAgribisnis*. CV. BaldadGrafiti Press. Palembang.
- Suratiah. 2006. *IlmuUsahatani*. PenebarSwadaya. Jakarta.
- Tjiptono. F. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, AndiOffset, Yogyakarta.