

ANALISIS PEMASARAN AGROINDUSTRI SALE PISANG DI KECAMATAN SENDURO KABUPATEN LUMAJANG

Alviana Galuh Priandari

Universitas Muhammadiyah Jember, Jl. Karimata No. 49, Jember, Jawa Timur

Email: alvianapriandari96@gmail.com

Abstract

The potential of bananas in Senduro District is used by some of its residents as banana sales. This study aimed to determine: 1) differences in agro-industry profits, 2) marketing channels, 3) marketing benefits, and 4) marketing efficiency. The research is located in Senduro District, Lumajang Regency. The research uses qualitative and quantitative methods with the research location being chosen intentionally (purposive method). The samples used in this study were 7 banana sales entrepreneurs in Senduro District, Lumajang Regency. Data collection techniques were carried out by observation, documentation, interviews and institutional. Data analysis used profit analysis, marketing channel, marketing profit, marketing efficiency, farmer share, and profit/cost ratio. The results showed that: 1) The banana sale agroindustry in Senduro Subdistrict, Lumajang Regency was profitable with the average profit of the banana sale agroindustry in Senduro District of Rp. 34,734/product, 2) There were two kinds of banana sale marketing channels, namely: a.) One-level marketing is used by 29% of craftsmen, b.) two-level channel is used by 71% of craftsmen, 3) Marketing profit in channel I is IDR 3,500/kg product while in marketing channel II is IDR 4,752/kg product, 4) All channels efficient marketing. The farmer share of craftsmen in the two-level channel, which is 72,75%, is smaller than the one-level channel, which is 83,81%.

Keywords : *agroindustry profits, banana sale, marketing channels, marketing efficiency.*

Abstrak

Potensi pisang di Kecamatan Senduro dimanfaatkan sebagian warganya sebagai sale pisang. Penelitian bertujuan untuk mengetahui: 1) perbedaan keuntungan agroindustri, 2) saluran pemasaran, 3) keuntungan pemasaran, dan 4) efisiensi pemasaran. Penelitian berlokasi di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang. Penelitian menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive method*). Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 7 pengusaha sale pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi, wawancara dan instansional. Analisis data menggunakan analisis keuntungan, saluran pemasaran, keuntungan pemasaran, efisiensi pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan/biaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Agroindustri sale pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang menguntungkan dengan rata-rata keuntungan agroindustri sale pisang di Kecamatan Senduro sebesar Rp34.734/produk, 2) Ada dua macam saluran pemasaran sale pisang, yaitu: a.) saluran pemasaran satu tingkat digunakan oleh 29% pengrajin, b.) saluran dua tingkat digunakan oleh 71% pengrajin, 3) Keuntungan pemasaran pada saluran I sebesar Rp 3.500/kg produk sedangkan pada saluran pemasaran II sebesar Rp 4.752/kg produk, 4) Seluruh saluran pemasaran yang digunakan efisien. *Farmer's share* pengrajin pada saluran dua tingkat yaitu sebesar 72,75% lebih kecil daripada saluran satu tingkat yaitu sebesar 83,81%.

Kata kunci : efisiensi pemasaran, keuntungan agroindustri, sale pisang, saluran pemasaran.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang mempunyai keanekaragaman flora yang tinggi, berbagai macam tanaman terdapat di Indonesia. Salah satunya adalah tanaman pisang, hampir tidak ada daerah di Indonesia yang tidak terdapat tanaman pisang. Pisang merupakan tanaman rakyat yang dapat tumbuh di hampir seluruh tipe agroekosistem, sehingga tanaman ini menduduki posisi pertama dalam hal luas bila dibandingkan dengan tanaman buah lainnya (Widyastuti, 1993).

Kabupaten Lumajang merupakan kabupaten yang memiliki kondisi geografis yang beragam, dari pegunungan hingga kawasan pantai. Secara geografis, Pemerintah Kabupaten Lumajang terletak antara $112^{\circ} 50'$ - $113^{\circ} 22'$ Bujur Timur dan $7^{\circ} 52'$ - $8^{\circ} 23'$ Lintang Selatan. Kabupaten Lumajang terdiri dari 21 kecamatan, khususnya pada daerah pegunungan atau kaki Gunung Semeru yang memiliki ketinggian 3.676 meter dari permukaan laut (mdpl), tepatnya di Kecamatan Senduro, Pasrujambe, dan Gucialit yang memungkinkan produksi buah pisang melimpah.

Upaya yang dapat ditempuh untuk meningkatkan nilai tambah komoditas pisang adalah mendorong upaya diversifikasi produk secara vertikal. Upaya diversifikasi vertikal pisang akan tercipta aneka produk olahan lain yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi seperti sale pisang. Sale pisang adalah makanan hasil olahan dari buah pisang yang disisir tipis kemudian dijemur. Tujuan penjemuran adalah untuk mengurangi kadar air buah pisang sehingga sale pisang lebih tahan lama. Sale pisang ini bisa langsung dimakan atau digoreng dengan tepung terlebih dahulu. Pengolahan pangan sangat penting bagi meningkatnya nilai komoditi pertanian (Munadjim, 1983).

Pengembangan agroindustri sale pisang merupakan salah satu upaya untuk menjadikan komoditas pisang berdaya saing tinggi, mulai dari usaha besar sampai dengan usaha kecil dan menghasilkan produk dalam bentuk bahan baku sampai dengan bentuk produk akhir. Besarnya potensi komoditi ini telah mendorong munculnya industri pengolahan sale pisang sebagai produk pangan pisang yang setiap tahunnya meningkat.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif. Menurut Saryono (2010), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat gambaran umum lokasi penelitian, saluran pemasaran, lembaga pemasaran. Analisis kualitatif akan digunakan untuk menginterpretasikan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan tabulasi maupun gambar.

Menurut Sugiyono (2012), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis kuantitatif yang digunakan adalah *farmer's share* dan rasio keuntungan dan biaya.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan daerah penelitian dilakukan dengan sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang merupakan salah satu sentra penghasil pisang, sehingga masyarakat yang mendirikan agroindustri sale pisang memanfaatkan hasil pisang yang melimpah.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling. Menurut (Sugiyono, 2005), total sampling adalah teknik penentuan sampel dengan mengambil keseluruhan sampel yang ada. Terdapat 7 agroindustri sale pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang yang tersebar di 4 desa, yaitu Desa Senduro, Burno, Purworejo dan Sarikemuning.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan terdiri dari dua macam yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui teknik wawancara berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disediakan kepada pelaku agroindustri sale pisang di Kecamatan Senduro. Data sekunder dikumpulkan dari instansi yang terkait dengan penelitian seperti data Dinas Perdagangan dan Dinas Pertanian Kabupaten Lumajang.

Metode Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama bahwa agroindustri sale pisang menghasilkan keuntungan, maka digunakan analisis keuntungan. Secara matematis analisis keuntungan dapat ditulis sebagai berikut (Soekartawi, 1995):

$$\begin{aligned}\pi &= TR - TC \\ &= P \cdot Q - (TFC + TVC)\end{aligned}$$

Keterangan:

- π = Keuntungan usaha pengolahan pisang menjadi sale pisang (Rp)
- TR = Total Penerimaan usaha pengolahan pisang menjadi sale pisang (Rp)
- TC = Biaya total usaha pengolahan pisang menjadi sale pisang (Rp)
- P = Harga produk sale pisang (Rp/kg)
- Q = Jumlah Produksi sale pisang (kg)
- TVC = Total Biaya Variabel usaha pengolahan sale pisang (Rp)
- TFC = Total Biaya Tetap usaha pengolahan sale pisang (Rp)

Untuk menguji hipotesis yang pertama, maka digunakan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila $TR > TC$, maka kegiatan pada agroindustri sale pisang di Kecamatan Senduro menguntungkan.
- b. Apabila $TR < TC$, maka kegiatan pada agroindustri sale pisang di Kecamatan Senduro merugikan.
- c. Apabila $TR = TC$, maka kegiatan agroindustri sale pisang agung di Kecamatan Senduro dalam kondisi impas, yaitu tidak rugi dan tidak untung.

Untuk menjawab tujuan yang kedua tentang saluran pemasaran sale pisang di Kecamatan Senduro dilakukan pengamatan mulai dari produsen, pedagang pengumpul, hingga konsumen akhir. Jalur pemasaran tersebut akan menggambarkan peta saluran pemasaran. Saluran pemasaran sale pisang di Kecamatan Senduro dianalisis dengan

mengamati lembaga-lembaga pemasaran yang berperan sebagai pihak perantara dalam proses penyampaian produk dari produsen ke konsumen.

Untuk menjawab tujuan yang ketiga yaitu mengukur keuntungan pemasaran digunakan analisis keuntungan pemasaran. Setiap lembaga pemasaran menetapkan harga yang berbeda sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Selain biaya, dalam menentukan harga produk lembaga pemasaran juga mempertimbangkan besar kecilnya keuntungan yang ingin dicapai. Keuntungan tiap lembaga pemasaran dirumuskan sebagai berikut :

$$Kp_n = P_{s_n} - P_{b_n} - Bp_n$$

Keterangan:

Kp_n : Keuntungan lembaga pemasaran ke-n

P_{s_n} : Harga jual sale pisang lembaga pemasaran ke-n

P_{b_n} : Harga beli sale pisang lembaga pemasaran ke-n

Bp_n : Biaya pemasaran sale pisang lembaga pemasaran ke-n

Keuntungan pemasaran suatu saluran pemasaran diperoleh dengan menjumlahkan keuntungan dari tiap lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya dan dirumuskan sebagai berikut :

$$Kp = Kp_1 + Kp_2 + \dots + Kp_n$$

Keterangan:

Kp = Keuntungan pemasaran

Kp_1, Kp_2, \dots, Kp_n = Keuntungan tiap-tiap lembaga pemasaran

Untuk menguji hipotesis ketiga, maka digunakan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

$Kp = Kp_1 = Kp_2 = Kp_n$ = Tidak ada perbedaan

$Kp \neq Kp_1 \neq Kp_2 \neq Kp_n$ = Ada perbedaan

Untuk menjawab tujuan yang keempat tentang efisiensi pemasaran maka digunakan analisis *farmer's share* dan ratio keuntungan dengan biaya. Bagian yang diterima produsen (*farmer's share*) merupakan perbandingan persentase harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayar di tingkat konsumen akhir. Secara matematis, *farmer's share* dihitung sebagai berikut:

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

Dimana:

FS = Persentase yang diterima pengrajin

Pf = Harga di tingkat pengrajin

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir

Untuk menguji hipotesis yang keempat digunakan kriteria pengambilan keputusan yaitu semakin besar *farmer's share* maka semakin efisien saluran pemasaran. Suatu usaha secara normal dikatakan bisa dilanjutkan apabila tidak mengalami kerugian atau usaha tersebut mengalami impas. Bila bagian yang diterima produsen $\leq 50\%$ berarti belum efisien, dan bila bagian yang diterima produsen $> 50\%$ maka pemasaran dikatakan efisien (Sudiyono, 2002).

Rasio keuntungan dan biaya dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$A = \frac{\pi \text{ Pemasaran}}{C \text{ Pemasaran}}$$

Dimana:

A = Rasio keuntungan dan biaya

π = Keuntungan Pemasaran

C = Biaya Pemasaran

Untuk menguji hipotesis yang keempat tentang efisiensi pemasaran maka digunakan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika $F_s > 50\%$ berarti pemasaran sale pisang bagi produsen efisien

Jika $F_s \leq 50\%$ berarti pemasaran sale pisang bagi produsen tidak efisien

Hasil dan Pembahasan

1. Keuntungan Agroindustri

Keuntungan yang akan diterima tidak hanya bergantung pada tingginya jumlah produksi, akan tetapi juga dipengaruhi oleh harga jual dan besarnya jumlah biaya yang dikeluarkan. Karena keuntungan merupakan selisih antara penerimaan dengan jumlah biaya.

Struktur biaya terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh jumlah produksi, meskipun jumlah produksi yang dihasilkan banyak atau sedikit biaya tetap akan terus dikeluarkan, biaya tersebut

adalah sewa lahan dan peralatan. Sedangkan biaya variabel ditentukan oleh jumlah produk yang dihasilkan, biaya tersebut antara lain bahan baku, bahan penolong, bahan lain-lain, tenaga kerja, listrik dan air. Untuk lebih jelasnya struktur biaya pengrajin sale pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang berdasarkan saluran pemasaran yang digunakan telah disajikan pada Tabel 6.5.

Tabel 6.5. Struktur Rata-Rata Biaya Pengrajin Sale Pisang Per 100 kg Pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang Tahun 2019

Jenis Biaya	Biaya (Rp/100 kg pisang)	(%)
Biaya Tetap		
a. Sewa Lahan	1.954	0,14
b. Penyusutan Alat	11.076	0,82
Jumlah	13.030	0,96
Biaya Variabel		
a. Biaya Bahan Baku	833.333	61,6
b. Biaya Penolong	109.327	8,08
c. Biaya Bakar	35.288	2,61
d. Bahan lain-lain	161.093	11,91
e. Biaya Tenaga Kerja	180.258	13,32
f. Transportasi	10.605	0,78
g. Listrik	9.345	0,69
h. Air	515	0,04
Jumlah	1.339.764	99,04
Total Biaya	1.352.794	100,00

Sumber: Analisis data primer (2019).

Tabel 6.5 menunjukkan bahwa besarnya biaya produksi sale pisang yaitu sebesar Rp. 1.352.764/100 kg pisang yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp. 13.030/100 kg pisang dan biaya variabel sebesar Rp. 1.339.764/100 kg pisang. Biaya yang paling sedikit yaitu listrik dengan rata-rata sebesar Rp. 9.345 atau sebesar 0,69% dan air dengan rata-rata sebesar Rp. 515 atau sebesar 0,04%.

Tabel 6.6 Rata-rata Harga, Penerimaan, Biaya dan Keuntungan Agroindustri Sale Per Kg Pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang Tahun 2019

Uraian	Satuan	Jumlah
Produksi Sale	kg	96,71
Harga Sale	Rp/kg	49.571
Penerimaan Sale	Rp	5.141.071
Biaya Sale	Rp	1.421.149
Keuntungan	Rp	3.719.922

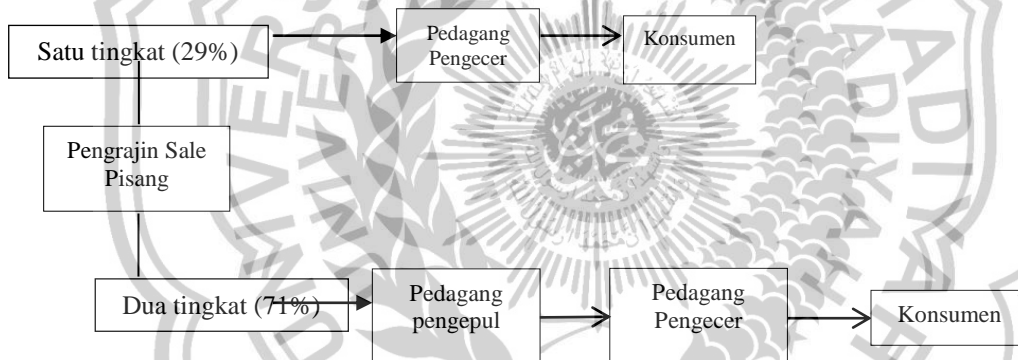
Sumber: Analisis data primer (2019).

Tabel 6.6 menunjukkan bahwa rata-rata produksi sale pisang yaitu sebesar 96,71 kg dengan harga jual Rp 49.571/kg sale pisang sehingga menghasilkan penerimaan sebesar Rp 5.141.07/kg sale pisang dengan mengeluarkan biaya sebesar Rp 1.421.149/kg sale pisang, maka dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp 3.719.922 per produksi sale pisang.

2. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran yang digunakan oleh pengrajin sale pisang melalui beberapa pertimbangan yaitu harga jual, lembaga pemasaran, biaya pemasaran yang dikeluarkan, kapasitas produksi sale pisang dan adanya jaminan pasar. Dengan adanya saluran pemasaran yang efisien akan menghasilkan harga yang sesuai baik pada tingkat produsen maupun konsumen.

Pada Gambar 1.3 menjelaskan mengenai macam-macam saluran pemasaran sale pisang yang terjadi di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.



Gambar 6.1
Saluran Pemasaran Agroindustri Sale Pisang di Kecamatan
Senduro Kabupaten Lumajang Tahun 2019

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat 2 (dua) jenis saluran pemasaran yang dipilih oleh pengrajin sale pisang untuk memasarkan hasil produksinya. Saluran pemasaran yang dipilih oleh para pengrajin sale pisang di daerah penelitian adalah saluran pemasaran satu tingkat dan dua tingkat. Penggunaan saluran pemasaran satu tingkat sebanyak 29%, sedangkan saluran dua tingkat sebanyak 71%.

3. Keuntungan Pemasaran Agroindustri Sale Pisang

Tabel 6.7. Keuntungan Pemasaran Agroindustri Sale Per 100 kg Pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang Pada Saluran Pemasaran I

Pelaku	Harga (Rp/kg)	%
Pengrajin	44.000	83,81
Pedagang Pengecer		
a. Harga beli dari pengrajin	44.000	83,81
b. Biaya pemasaran		
Transportasi	5.000	9,52
Jumlah biaya pemasaran	5.000	9,52
c. Keuntungan Ped.Pengecer	3.500	6,67
d. Harga Jual	52.500	100,00
Farmer's Share		83,81
Rasio keuntungan/biaya		0,70

Sumber: Analisis data primer (2019).

Berdasarkan Tabel 6.7 menunjukkan agroindustri sale pisang saluran pemasaran I. Harga sale pisang dari pengrajin sebesar Rp44.000/kg. Pedagang pengecer mengeluarkan biaya harga beli dan transportasi. Biaya paling tinggi yang dikeluarkan pedagang pengecer yaitu harga beli sebesar Rp.44.000/kg, sedangkan biaya transportasi sebesar Rp.5.000/kg sehingga jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp.5.000/kg. Harga jual sebesar Rp 52.500/kg. Total keuntungan pemasaran yang diperoleh sebesar Rp3.500/kg dan rasio keuntungan/ biaya pemasaran sebesar 0,70% kg/produk.

Tabel 6.8 menunjukkan agroindustri sale pisang saluran pemasaran II. Harga dari pengrajin sebesar Rp51.800/kg. Pedagang besar mengeluarkan jumlah biaya pemasaran sebesar Rp6.859/kg yang terdiri dari biaya tenaga kerja sebesar Rp728/kg, biaya transportasi Rp5.863/kg, biaya penyusutan alat Rp268/kg dan harga beli sebesar 51.800/kg. Harga jual sebesar Rp 61.400/kg, sehingga dapat diperoleh keuntungan sebesar Rp 2.741/kg.

Pedagang pengecer mengeluarkan jumlah biaya pemasaran sebesar Rp69.189/kg yang terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp 6.239/kg, biaya penyusutan alat Rp1.550/kg dan harga beli sebesar 61.400/kg. Harga jual sebesar Rp 71.200, sehingga pedagang pengecer mendapatkan keuntungan sebesar Rp 2.011/kg. Total keuntungan pemasaran yang diperoleh sebesar Rp4.752/kg dengan rasio keuntungan/biaya pemasaran sebesar 0,32%

kg/produk lebih kecil dari saluran pemasaran I karena rantai perdagangan yang lebih panjang terdapat pada saluran pemasaran II.

Tabel 6.8 Keuntungan Pemasaran Agroindustri Sale Per 100 kg Pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang Pada Saluran Pemasaran II

No	Pelaku	Harga (Rp/Kg)	%
1.	Pengrajin	51.800	72,75
2.	Pedagang Besar		
	a. Harga beli dari pengrajin	51.800	72,75
	b. Biaya pemasaran		
	Tenaga Kerja	728	1,02
	Transportasi	5.863	8,23
	Penyusutan Alat	268	0,38
	Jumlah biaya pemasaran	6.859	9,63
	c. Keuntungan Ped.Besar	2.741	3,85
	d. Harga Jual	61.400	86,24
3.	Pedagang pengecer		
	a. Harga beli dari pedagang besar	61.400	86,24
	b. Transportasi	6.239	8,76
	Penyusutan alat	1.550	2,18
	Jumlah biaya pemasaran	7.789	10,94
	c. Keuntungan Ped.Pengecer	2.011	2,82
	d. Harga Jual	71.200	100,00
	Total Biaya Pemasaran	14.648	
	Total Keuntungan Pemasaran	4.752	
	<i>Farmer's Share</i>		72,75
	Rasio Total Keuntungan		0,32

Sumber: Analisis data primer (2019).

4. Efisiensi Pemasaran

Tabel 6.9. Efisiensi Pemasaran pada Setiap Saluran Pemasaran Agroindustri Sale Pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang Tahun 2019

No.	Saluran Pemasaran	Harga Tingkat Pengrajin (Rp/kg)	Harga Tingkat Pengecer (Rp/kg produk)	Rasio keuntungan-biaya (%/kg produk)	<i>Farmer's share</i> (%)
1	SP I	44.000	52.500	0,70	83,81
2	SP II	51.800	71.200	0,32	72,75

Sumber: Analisis data primer (2019).

Untuk mengukur efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran yaitu dilihat dari nilai *Farmer's share* apabila bagian yang diterima pengrajin <50% berarti pemasaran belum efisien dan bila bagian yang diterima produsen >50% maka pemasaran dikatakan efisien. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dilihat dari nilai yang tersaji pada Tabel 6.8 bahwa nilai *Farmer's share* >50%, maka saluran pemasaran I dan II dianggap efisien dengan nilai sebesar 83,81% dan 72,75%. Dilihat dari Tabel 6.8 efisiensi tertinggi terdapat pada saluran pemasaran ke I, karena saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran dengan harga ditingkat pengecer lebih rendah, dikarenakan pengecer membeli langsung kepada pengrajin. Semakin pendek saluran pemasaran suatu produk dengan rasio keuntungan/biaya tinggi dan *Farmer's share* yang tinggi maka saluran pemasaran semakin efisien.

Dari ratio keuntungan-biaya pada saluran pemasaran I diperoleh hasil 0,3 artinya setiap Rp1 yang dikeluarkan oleh pengrajin menghasilkan keuntungan sebesar 0,3 atau setiap pengeluaran biaya sebesar Rp 1.000.000 diperoleh keuntungan sebesar Rp300.000. Pada saluran pemasaran II diperoleh nilai ratio keuntungan-biaya sebesar 0,70 artinya setiap Rp1 yang dikeluarkan oleh pengrajin menghasilkan keuntungan sebesar 0,70 atau setiap pengeluaran biaya sebesar Rp 1.000.000 diperoleh keuntungan sebesar Rp700.000.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan tentang analisis pemasaran agroindustri sale pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang dapat disimpulkan bahwa:

1. Usaha Agroindustri sale pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang menguntungkan, rata-rata sebesar Rp3.719.922 per produksi sale pisang.
2. Ada dua macam saluran pemasaran sale pisang, yaitu: a.) saluran pemasaran satu tingkat yang digunakan oleh 29% pengrajin, b.) saluran dua tingkat yang digunakan oleh 71% pengrajin.
3. Keuntungan pemasaran pada saluran 1 tingkat sebesar Rp 3.500/kg produk sedangkan pada saluran pemasaran 2 tingkat sebesar Rp 4.752/kg produk.

4. Seluruh saluran pemasaran yang digunakan efisien. *Farmer's share* pengrajin pada saluran dua tingkat yaitu sebesar 72,75% lebih kecil dari pada saluran satu tingkat yaitu sebesar 83,81%.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, dan Narbuko. 2004. *Metode Penelitian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Amirullah, W. 2002. *Metode Penelitian Pemasaran*. CV Cahaya Press. Malang.
- Assauri, S. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- BPS Kabupaten Lumajang. 2018. *Lumajang Dalam Angka 2015*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang. Lumajang.
- _____. 2018. *Lumajang Dalam Angka 2016*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang. Lumajang.
- _____. 2018. *Lumajang Dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang. Lumajang.
- _____. 2018. *Lumajang Dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang. Lumajang.
- David, D. 2002. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga. Jakarta.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Gumbira, S., dan Harizt I. 2004. *Manajemen Agribisnis*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Kohls, R. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. PrenticeHall. New Jersey.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (terjemahan Jaka Wasana)*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, L. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. PT.Indeks. Jakarta.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kuma'at, R. 1995. *Sistem Pemasaran Sayuran Dataran Tinggi di Propinsi Sulawesi Utara*. Thesis Pascasarjana IPB. Bogor.
- Limbong, W., Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.

- Maliati, N. 2002. *Kelembagaan Pemasaran Pertanian: Permasalahan, Tantangan, dan Alternatif Solusinya*. Usese. Jakarta.
- Manalili, dan Sajise. 1996. *Pengantar Agroindustri*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Martodireso. 2002. *Agribisnis Kemitraan Usaha Bersama, Upaya Peningkatan Kesejahteraan Petani*. Kanisius. Yogyakarta.
- Munadjim. 1983. *Teknologi Pengolahan Pisang*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Mubyarto. 1986. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Yogyakarta.
- Nugroho, R., Rochdiani, D., dan Yusuf, M. 2020. *Analisis Saluran Pemasaran Sale Pisang (Studi Kasus pada Pengrajin Sale Pisang Basah di Desa Sindangbarang Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap)*. UNIGAL. Ciamis.
- Pardani, C. 2021. *Kajian Pemasaran Agroindustri Sale Pisang Goreng pada PD Barkah Kersanagara Tasikmalaya*. Universitas Ma'some. Sumedang.
- Prabawati, S., Suyanti, dan Setyabudi, D. 2008. *Teknologi Pascapanen dan Pengolahan Buah Pisang*. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pascapanen Pertanian. Dalam seminar Badan Litbang Pertanian. Departemen Pertanian. Bogor.
- Rahardi. 2003. *Agribisnis Tanaman Perkebunan*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Rahim, A., Riah, R. 2007. *Ekonomika Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus* : Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rinda, R., Rochdiani, D., dan Setia, B. 2021. *Analisis Saluran Pemasaran Sale Pisang Goreng (Studi Kasus pada Perusahaan Legit Harum Manis di Desa Manonjaya Kecamatan Manonjaya Kabupaten Tasikmalaya)*. Fakultas Pertanian UNIGAL. Ciamis.
- Santoso, S. 2012. *Statistik Parametrik*. PT Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Saladin, D. 2006. *Manajemen Pemasaran, Edisi Keempat*. Linda Karya. Bandung.
- Saragih, B. 2004. *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian, Kumpulan Pemikiran*. PT Surveyor Indonesia dan Pusat Studi Pembangunan LP IPB. Jakarta.
- Saryono, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Alfabeta, Bandung.
- Siswanto, R. 1999. *Penggunaan Penyerap Oksigen dalam Pemilihan pengemas untuk Memperpanjang Masa Simpan Sale Goreng Cianjur*. Skripsi. IPB Bogor.
- Soekartawi. 1993. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Raja Garfindo Persada. Jakarta.

- _____. 1995. *Analisis Usahatani*. UI Press. Jakarta.
- _____. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soetrisno. 2006. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Bayumedia Publishing. Malang.
- Stanton, W. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. UMM Press. Malang.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Umar, H. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Widyastuti, Y., dan Paimin, F. 1993. *Mengenal Buah Unggul Indonesia*. Penerbit Swadaya. Jakarta.

