

**Analisis Finansial dan Pemasaran Keranjang Bambu di Desa Sigodang,
Kecamatan Panei, Kabupaten Simalungun
(Financial and Marketing Analysis of Bamboo Basket in Sigodang Village,
Sub District of Panei, Simalungun Regency)**

Fenny Jepri Yanti Turnip^a, Agus Purwoko^b, Tri Martial^b

^aProgram Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara Jl. Tri Dharma Ujung No. 1 Kampus USU Medan 20155 (Korespondensi Penulis: Telp. 081361723308, Email: zefanyapoeddan@yahoo.co.id)

^bProgram Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara Jl. Tri Dharma Ujung No. 1 Kampus USU Medan 20155

ABSTRACT

Bamboo was potential matter as the substitution of wood, especially in bamboo basket making. Bamboo basket processing was slowly developed by small industries. This case aims to determine the financial feasibility and marketing of bamboo basket. To determine the financial feasibility analysis through Cost-Revenue Ratio (R / C), Capital Return Time (Payback Period) and Break Even Point (BEP) analysis. To determine marketing margins distribution used snowball sampling method. The results showed that the financial analysis processing bamboo basket was feasible by R / C was more great than 1 (1.62 and 1.63). There are 3 channels of marketing of bamboo baskets, and the most efficient marketing was channel I. Keywords: bamboo, basket bamboo, financial analysis, marketing channels, marketing margins

PENDAHULUAN

Ketersediaan kayu solid berkualitas di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami penurunan baik secara kualitas maupun kuantitas. Sementara kebutuhan akan kayu solid semakin mengalami peningkatan. Untuk menanggulangi masalah ini perlu adanya usaha alternatif sebagai upaya untuk mengurangi kesenjangan antara jumlah pasokan kayu dengan kebutuhan akan kayu. Salah satunya adalah dengan pemanfaatan bahan-bahan non kayu, seperti pemanfaatan bambu sebagai bahan baku utama (Malik, 2008).

Tanaman bambu berpotensi menjadi solusi alternatif bagi sejumlah permasalahan lingkungan terutama dalam mengatasi pemilihan bahan alternatif pengganti kayu yang lebih ramah lingkungan. Dengan menggunakan bahan alternatif pengganti kayu, secara langsung membantu mengurangi penebangan hutan tropis. Cepatnya pertumbuhan bambu dibanding dengan pohon kayu, membuat bambu dapat diunggulkan untuk menyelamatkan *deforestasi*. Bambu juga memiliki daya serap karbon yang cukup tinggi untuk mengatasi persoalan CO₂ di udara, selain juga merupakan tanaman yang cukup baik untuk memperbaiki lahan kritis. Bambu juga memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi bahan bakar alternatif atau biofuel yang ramah lingkungan. Pohon bambu juga berfungsi sebagai penjernih air. Maka dari itu daerah bantaran sungai yang banyak pohon bambu, air sungai tersebut terlihat jernih (Widjaja, 2009).

Pembudidayaan bambu sendiri kurang diperhatikan pemerintah, tidak pernah dianggap serius, padahal pemerintah seharusnya dapat menyediakan lahan untuk pembudidayaan bambu juga untuk menanggulangi

lahan kritis termasuk mengatasi banjir dan erosi (Widjaja, 2009).

Beberapa alasan untuk menggunakan bambu sebagai bahan alternatif pengganti kayu ; Murah dan mudah di dapat, harga bambu juga tergolong murah jika dibandingkan dengan material kayu. Kuat dan tahan gempa. Alami, material bambu memiliki nilai budaya dan estetika yang tinggi dan memberikan nuansa alami dan bersahabat dengan alam. Selain dapat diaplikasikan untuk berbagai kebutuhan. Bambu juga dapat digunakan sebagai material untuk membuat bangunan, perabotan hingga kerajinan tangan sebagaimana kayu. Tahan lama. Bambu juga dapat tahan hingga puluhan tahun sebagaimana kayu. Tentu saja dengan melalui proses pengawetan terlebih dulu (Widjaja, 2009).

Pendayagunaan sumber daya manusia dan sumber daya alam, sumber energi maupun sumber dana dalam pengembangan industri kecil selama ini masih kurang maksimal, karena selama ini masyarakat menganggapnya sebagai selingan untuk mengisi waktu luang. Melihat masih kecilnya minat masyarakat dalam pengembangan industri kecil, berupa pengolahan bambu menjadi produk kerajinan bambu lainnya baik berupa peralatan rumah tangga maupun produk kesenian yang mempunyai nilai jual tinggi, disamping keranjang bambu.

Penelitian ini dilakukan di Desa Sigodang, karena di desa ini memiliki potensi bambu yang cukup tinggi. Begitu besarnya ketergantungan masyarakat daerah Desa Sigodang di Kecamatan Panei terhadap industri kerajinan anyaman bambu. Tingginya permintaan keranjang bambu pada saat musim raya tanaman, mudahnya bahan baku industri diperoleh, karena luasnya

areal hutan yang terdapat di daerah tersebut mengakibatkan terjadinya alur pemasaran anyaman keranjang bambu. Sehingga dapat diketahui apakah layak atau tidak industri kerajinan ini dilanjutkan. Perlu diadakannya analisis kelayakan usaha dan analisis pemasaran terhadap industri kerajinan keranjang bambu.

Analisis kelayakan usaha digunakan untuk mengevaluasi apakah suatu usaha layak untuk dilaksanakan dilihat dari sudut pandang badan-badan, orang-orang yang menanamkan modalnya ataupun orang yang berkepentingan langsung dengan usaha tersebut. Sehingga dapat diketahui berapa besar kontribusi hasil penjualan keranjang terhadap pendapat pengrajin keranjang bambu. Di samping untuk mengetahui analisis kelayakan usaha, dapat dilihat pula alur pemasaran dari kerajinan keranjang bambu. Setelah diketahui apakah industri keranjang bambu di Desa Sigodang layak atau tidak, dapat dilakukan diversifikasi produk bambu.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan usaha kerajinan keranjang bambu di Desa Sigodang dan mengetahui margin pemasaran dari kerajinan keranjang bambu di Desa Sigodang.

BAHAN DAN METODE

Bahan yang digunakan pada penelitian ini adalah lembar kuisioner terhadap pengrajin keranjang bambu. Alat yang digunakan pada penelitian ini adalah kamera digital, alat tulis dan perangkat komputer.

Dalam penelitian ini, digunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang dikumpulkan antara lain adalah data sosial ekonomi, bentuk pengelolaan dan hasil pemasaran. Data sekunder yang dikumpulkan antara lain adalah kondisi umum lokasi penelitian atau data umum yang ada pada instansi pemerintahan kelurahan.

Dalam pengambilan sampel digunakan metode *purposive sampling* (penarikan contoh secara bertujuan). Penentuan narasumber pengrajin keranjang bambu dilakukan dengan metode *purposive sampling* yang mana setiap pihak-pihak yang terkait di dalamnya, seperti pengrajin keranjang bambu akan menjadi narasumber. Sementara untuk pengumpul keranjang bambu akan menggunakan metode *snowball sampling*. Metode *snowball sampling* merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan, dari asosiasi diperpanjang, melalui kenalan sebelumnya.

Metode Analisis Data

1. Analisis kelayakan usaha

Data yang diperoleh melalui wawancara dan kuisioner terhadap pengrajin keranjang bambu kemudian dianalisis secara kuantitatif melalui perhitungan kelayakan :

a. Analisis pendapatan usaha

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh dari usaha dari usaha yang dilakukan (Soekartawi, 1995). Rumus ini diformulasikan sebagai berikut:

Keuntungan (I) = Penerimaan total (TR) – Biaya total (TC)

Dimana untuk mencari $TR = P \times Q$

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan

P : Harga per unit Produk

Q : Jumlah produksi

TFC : Biaya tetap total

TVC : Biaya tidak tetap total

Kriteria yang digunakan :

1. Apabila penerimaan total > biaya total, maka usaha dikatakan untung.
2. Apabila penerimaan total = biaya total, maka usaha tidak untung dan tidak rugi.
3. Apabila penerimaan total < biaya total, usaha rugi.

b. Analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C)

Analisis ini bertujuan untuk menguji sejauh mana hasil yang diperoleh dari usaha tertentu cukup menguntungkan. Seberapa jauh setiap nilai rupiah biaya yang dipakai dalam kegiatan usaha tertentu dapat memberikan nilai penerimaan sebagai manfaatnya (Hernanto, 1989).

Rumus ini diformulasikan sebagai berikut:

$$R/C = \frac{\text{Penerimaan Total}}{\text{Biaya Total}}$$

R/C > 1, maka usaha untung

R/C = 1, maka usaha impas

R/C < 1, maka usaha rugi

c. Analisis Waktu Pengembalian Modal (*Payback Period*)

Payback Period diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi yang menggunakan aliran khas atau PP merupakan rasio antara pengeluaran investasi dengan *cash inflow* nya yang hasilnya merupakan satuan waktu (Umar, 2000). Adapun rumus *Payback Period* diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai investasi}}{\text{Kas masuk bersih}}$$

d. Analisis *Break Even Point* (BEP)

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui besarnya titik impas pada usaha pengolahan keranjang bambu di Desa Sigodang, Kecamatan Pane, Kabupaten Simalungun. Menurut Aswoko (2009) analisis titik impas dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP Volume Produksi} = \frac{\text{Biaya Total}}{\text{Harga Produk}}$$

Atau perhitungan BEP atas dasar unit rupiah dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Total}}{\text{Total Produksi}}$$

2. Analisis Distribusi Pemasaran

Menelusuri jalur-jalur pemasaran keranjang bambu mulai dari tingkat petani dengan menggunakan metode *Snowball sampling*. Penelusuran ini dilakukan untuk mengetahui pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran dan mengetahui pola distribusi yang terjadi.

3. Analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran

Analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemasaran bambu dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa pendekatan sebagai berikut:

a. Marjin pemasaran

Tujuan analisis marjin pemasaran untuk mengetahui alokasi distribusi biaya yang diterima lembaga pemasaran pada sistem tata niaga yang sedang berlangsung. Secara matematis formula umum marjin pemasaran dirumuskan sebagai berikut (Ulya dkk, 2007):

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan:

Mp = marjin pemasaran
Pr = harga di tingkat konsumen
Pf = harga di tingkat produsen

b. Efisiensi pemasaran

Yaitu analisis untuk mengetahui tingkat efisiensi operasional (atau efisiensi teknis, yaitu tingkat kemampuan menyampaikan/mendistribusikan barang dalam sistem tata niaga yang berjalan dengan biaya minimum). Dapat diformulasikan sebagai berikut (Soekartawi, 2002):

$$Ep = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

Ep = Efisiensi pemasaran
TB = Total biaya pemasaran
TNP = Total nilai produk

Besarnya nilai efisiensi pemasaran akan menentukan tingkat efisiensi operasional sistem tataniaga yang berjalan. Nilai efisiensi pemasaran diukur dalam persen (%). Nilai efisiensi pemasaran yang makin rendah (kecil) menunjukkan bahwa, tingkat efisiensi tataniaga suatu komoditi makin tinggi dan jika nilai tersebut semakin besar (tinggi) maka dikatakan sistem tata niaga yang sedang berjalan memiliki tingkat efisiensi operasional yang semakin rendah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kelayakan Produk Keranjang Bambu

Analisis kelayakan dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya usaha ini dilakukan di Desa Sigodang. Dari segi finansial dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa analisis pendapatan usaha, analisis R/C ratio, analisis waktu pengembalian modal (PP) dan analisis BEP. Untuk menghitung analisis pendapatan usaha perlu diketahui besarnya biaya tetap dan biaya variabel. Dalam

menghitung biaya tetapnya maka diperlukan perhitungan penyusutan peralatan terlebih dahulu.

Biaya tetap meliputi biaya penyusutan alat (depresiasi), bangunan dan biaya administrasi. Menurut Betrianis (2006), untuk menghitung biaya penyusutan alat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Depresiasi} = \frac{\text{Harga beli}}{\text{Umur pakai}}$$

Biaya tetap merupakan biaya yang relatif tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun terjadi perubahan volume produksi yang diperoleh. Biaya tetap pembuatan keranjang bambu pada tingkat pengrajin bambu dan tingkat pengrajin pada toke dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Biaya tetap pembuatan keranjang bambu di tingkat pengrajin rumah tangga

Komponen Alat	Umur Pakai (Thn)	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Total Harga (Rp)	Penyusutan (Bulan) (Rp)
Parang	5	1	80.000,00	80.000,00	1333,00
Gergaji	5	1	40.000,00	40.000,00	666,00
Jumlah				120.000,00	1999,00

Tabel 2. Biaya tetap pembuatan keranjang bambu di tingkat pengrajin kecil

Komponen Alat	Umur Pakai (Thn)	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Total Harga (Rp)	Penyusutan (Bulan) (Rp)
Parang	5	2	150.000,00	300.000,00	5.000,00
Gergaji	5	1	150.000,00	150.000,00	2.500,00
Jumlah				450.000,00	7.500,00

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa biaya tetap pembuatan keranjang bambu pada tingkat pengrajin rumah tangga sebesar Rp 120.000,00 per bulan, sehingga biaya tetap per minggunya adalah sebesar Rp 30.000,00 dan penyusutan peralatan pembuatan per bulan sebesar Rp 1.999,00 atau dibulatkan menjadi Rp 2.000,00 dan biaya per minggunya adalah Rp 500,00. Berdasarkan Tabel 2 diketahui besarnya biaya tetap di tingkat pengrajin kecil adalah sebesar Rp 450.000,00 dengan biaya tetap per minggunya adalah Rp 112.500,00 dengan besar penyusutan Rp 7.500,00 per bulan dan biaya per minggunya Rp 1.874,00.

Biaya variabel merupakan biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh atau biaya yang akan berubah seiring dengan bertambahnya jumlah produk yang akan diproduksi. Biaya variabel di tingkat pengrajin rumah tangga dan tingkat pengrajin kecil dapat dilihat pada Tabel 3 dan 4.

Tabel 3. Biaya variabel produksi keranjang bambu per minggu di tingkat pengrajin rumah tangga

Keterangan	Jumlah	Harga/Satuan(Rp)	Jumlah (Rp)
Sarung tangan	2 pasang	2.000,00	4.000,00
Upah tenaga kerja	1 orang	3.000,00	3.000,00

Tabel 4. Biaya variabel produksi keranjang bambu per minggu di tingkat pengrajin kecil

Keterangan	Jumlah	Harga/Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
Sarung Tangan	3 psg	2.000,00	4.000,00
Bambu	10 ikat	15.000,00	150.000,00
Upah Tenaga Kerja Bilapak (3 org)	1500,00	50,00	225.000,00
Upah Tenaga Kerja Menganyam (2 org)	500	1000,00	1.000.000,00
Upah Tenaga KerjaBingkai (1 org)	500	500,00	250.000,00
Upah Tenaga Kerja Menapak (2 Org)	500	400,00	400.000,00
Jumlah			2.029.000,00

Pada Tabel 3 dan 4 diketahui bahwa biaya variabel pengolahan keranjang bambu di tingkat pengrajin rumah tangga sebesar Rp 1.267.000,00 dan di tingkat pengrajin kecil sebesar Rp 2.029.000,00. Biaya variabel masing-masing produk akan berubah seiring dengan bertambahnya jumlah produk yang akan diproduksi.

Setelah diketahui biaya-biaya yang akan dikeluarkan dalam pembuatan keranjang bambu, maka akan dilakukan analisis finansialnya dengan menggunakan rumus analisis pendapatan usaha, analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C), analisis *Payback Period* (PP), analisis *Break Event Point* (BEP). Berikut adalah analisis finansial pembuatan keranjang bambu:

1. Analisis pendapatan usaha

Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dengan total keseluruhan biaya. Pendapatan usaha keranjang bambu dihitung dari hasil selisih penerimaan yang diperoleh dengan biaya total keseluruhan yang dikeluarkan. Penerimaan total diperoleh dari hasil perkalian jumlah produksi dengan harga per satu unit produk. Analisis pendapatan keranjang bambu di tingkat pengrajin rumah tangga dan pengrajin kecil dapat dilihat pada Tabel 5 dan 6.

Upah tutup keranjang	300	1.000,00	300.000,00
Upah bambu + upah helaian	300	3.200,00	960.000,00
Jumlah			1.267.000,00

Tabel 5. Analisis pendapatan keranjang bambu pengrajin rumah tangga

Keterangan	Jumlah
Biaya Tetap (Rp)	30.000,00
Biaya Variabel (Rp)	1.267.000,00
Biaya Total (TC)	1.297.000,00
Jumlah Produksi	300
Harga Jual Keranjang	7.000,00
Total Penerimaan	2.100.000,00
Pendapatan	803.000,00

Tabel 6. Analisis pendapatan keranjang bambu pengrajin kecil

Keterangan	Jumlah
Biaya Tetap (Rp)	112.500,00
Biaya Variabel (Rp)	2.029.000,00
Biaya Total (TC)	2.141.500,00
Jumlah Produksi	500
Harga Jual Keranjang	7.000,00
Total Penerimaan	3.500.000,00
Pendapatan	1.358.500,00

Berdasarkan hasil pada Tabel 5 diketahui bahwa pendapatan pada tingkat pengrajin rumah tangga pembuatan keranjang bambu sebesar Rp 803.000,00 dan hasil ini di peroleh apabila produksi keranjang sebanyak 300 buah per minggunya. Pada tingkat pengrajin kecil tingkat pendapatan sebesar Rp 1.358.500,00 yang didapat dari hasil produksi keranjang 500 buah per minggunya. Harga keranjang bambu ini terkesan murah karena saat ini permintaan pasar akan keranjang saat ini menurun. Namun, usaha ini tetap dikatakan untung. Karenatotal penerimaan lebih besar dibandingkan dengan biaya total.

2. Analisis *revenue cost ratio* (R/C)

Analisis R/C ini diperoleh dari hasil perbandingan penerimaan total dengan biaya total. Analisis ini ditujukan

untuk mengetahui apakah usaha biaya yang dikeluarkan dalam pembuatan keranjang dalam 1 minggu menguntungkan atau tidak. Analisis R/C pembuatan keranjang bambu pada tingkat pengrajin rumah tangga dan tingkat pengrajin kecil dapat di lihat pada tabel 7 dan 8.

Tabel 7. Analisis (R/C) di tingkat pengrajin rumah tangga

Keterangan	Jumlah (Rp)
Penerimaan Total	2.100.000,00
Biaya Total	1.297.000,00
<i>Revenue Cost Ratio</i>	1.62

Tabel 8. Analisis (R/C) di tingkat pengrajin kecil

Keterangan	Jumlah (Rp)
Penerimaan Total	3.500.000,00
Biaya Total	2.141.500,00
<i>Revenue Cost Ratio</i>	1.63

Berdasarkan Tabel 7 dan 8 diperoleh hasil bahwa besarnya nilai *Revenue Cost Ratio* keranjang bambu di tingkat pengrajin rumah tangga selama 1 minggu adalah sebesar 1.62, sedangkan di tingkat pengrajin kecil sebesar 1.63. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini mendatangkan keuntungan. Sesuai dengan pernyataan Rahim (2008) jika ratio menunjukkan hasil nol maka dapat dikatakan bahwa usaha tidak memberikan keuntungan finansial. Demikian juga jika *ratio* menunjukkan angka kurang dari 1 maka usaha yang dilakukan tidak memberikan keuntungan dari kegiatan yang dilaksanakan.

3. Analisis waktu pengembalian modal (*Payback Period*)

Payback Period (PP) bertujuan untuk mengetahui seberapa lama waktu yang diperlukan dalam waktu tahunan ataupun bulanan untuk menutupi investasi. Besarnya nilai PP pada pembuatan keranjang bambu di tingkat pengrajin rumah tangga dan pengrajin kecil dapat dilihat pada Tabel 9 dan 10.

Tabel 9. Analisis PP pada pembuatan keranjang bambu pengrajin rumah tangga

Keterangan	Nilai (Rp)
Investasi	
- Biaya Tetap	30.000,00
- Biaya Variabel	1.267.000,00
Jumlah	1.297.000,00
Laba	
Laba Bersih	803.000,00
PP	1.61

Tabel 10. Analisis PP pada pembuatan keranjang bambu di tingkat pengrajin kecil

Keterangan	Nilai (Rp)
Investasi	
- Biaya Tetap	112.500,00
- Biaya Variabel	2.029.000,00
Jumlah	2.141.500,00
Laba	
Laba Bersih	1.358.500,00
PP	1.57

Berdasarkan Tabel 9 dan 10 diketahui bahwa lama waktu yang diperlukan untuk menutupi investasi di tingkat pengrajin rumah tangga adalah 1.61 dan di tingkat pengrajin kecil 1.5

7. Hal ini menunjukkan bahwa waktu pengembalian modal usaha keranjang bambu adalah cepat.

4. Analisis *break event point* (BEP)

Analisis BEP dilakukan dengan tujuan mengetahui titik impas, dimana usaha tidak mengalami keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian. Besarnya nilai BEP di tingkat pengrajin rumah tangga dan pengrajin kecil dapat dilihat pada Tabel 11 dan 12.

Tabel 11. Analisis BEP pada pembuatan keranjang bambu di tingkat pengrajin rumah tangga

Keterangan	Jumlah
Biaya Total	1.297.000,00
Volume Produksi	300,00
Harga Jual	7000,00
Penerimaan	2.100.000,00
BEP Volume Produksi	185,00
BEP Pembulatan (Unit)	185,00
BEP harga Produksi (Rp)	4.323,33

Tabel 12. Analisis BEP pada pembuatan keranjang bambu di tingkat pengrajin kecil

Keterangan	Jumlah
Biaya Total	2.141.500,00
Volume Produksi	500,00
Harga Jual	7000,00
Penerimaan	1.358.500,00
BEP Volume Produksi	305,90
BEP Pembulatan (Unit)	306,00
BEP harga Produksi (Rp)	4.283,00

Berdasarkan Tabel 11 diketahui besarnya nilai BEP 300 unit keranjang bambu adalah 185 dan besarnya BEP harga produksi adalah Rp 4.213,33. Berdasarkan Tabel 12 besarnya nilai BEP 500 unit keranjang adalah 306 dan besar BEP harga produksi Rp 4.283,00. Nilai ini menunjukkan bahwa usaha ini mendapat keuntungan. Adapun kegunaan diketahuinya besar nilai titik impas salah satunya adalah untuk mengetahui laba rugi perusahaan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kuswadi (2005) bahwa manfaat memahami dan menghitung analisis BEP antara lain adalah untuk mengetahui hubungan volume penjualan (produksi), harga jual, biaya produksi dan biaya-biaya lain serta mengetahui laba-rugi perusahaan, sebagai sarana *profit planning*, sebagai alat pengendali (*controlling*) kegiatan operasi yang sedang berjalan, sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan kebijakan perusahaan.

Analisis Perilaku Pasar

Penelitian perilaku pasar dilakukan dengan mengamati transaksi yang terjadi di Desa Sigodang. Transaksi keranjang bambu dilakukan umumnya pada sore hari. Tidak ada ketetapan hari transaksi terjadi. Pada umumnya para pembeli akan datang pada saat mereka membutuhkan keranjang. Dan umumnya hal ini terjadi pada saat musim raya buah-buahan dan tanaman pertanian. Pembeli yang datang pada pengrajin terdiri atas pembeli harian dan pembeli borongan (Toke). Pembeli harian adalah para "Parengge-rengge" atau para penjual sayur dan buah yang datang pada malam hari untuk membeli keranjang yang akan digunakan berjualan pada keesokan paginya. Pembeli ini adalah para penjual sayur dan buah yang biasa berjualan di Pasar Horas dan Pasar Parluasan. Pembeli borongan (Toke) datang seminggu sekali untuk mengambil keranjang. Pada umumnya setiap tukang keranjang sudah memiliki toke langganan, namun adakalanya mereka menjual keranjang kepada toke yang ada di Desa

Sigodang. Para toke yang berada di Desa Sigodang kemudian memasarkan keranjang kepada para konsumen yang kebanyakan adalah para petani buah dan sayuran.

Analisis Pemasaran Keranjang Bambu

Pemasaran keranjang bambu pada umumnya dilakukan dengan 1 cara yaitu para pembeli menjemput langsung keranjang bambu ke gudang para pengrajin. Pembeli keranjang terdiri atas 2 macam pembeli yaitu pembeli secara harian yaitu pedagang sayur dan buah atau biasa disebut "Parengge-rengge". Pembeli ini datang dari sekitar tempat pembuatan keranjang bambu. Pembelian dilakukan setiap hari dan malam hari, karena keranjang akan digunakan pada keesokan harinya. Sedangkan pembeli borongan (Toke), pada umumnya datang untuk menjemput keranjang seminggu sekali dengan jumlah yang tidak menentu pula. Jika pada saat musim buah dan musim tanam pertanian panen, maka permintaan akan keranjang bambu tinggi. Namun jika rendah, para toke tidak menentu kapan menjemput dan berapa jumlah keranjang yang dibutuhkan. Pada umumnya setiap tukang keranjang telah memiliki toke langganan masing-masing.

Dari kedua jenis pembeli di atas, yang paling menguntungkan adalah pembeli harian. Karena memberi keuntungan langsung, dan proses pemasaran dapat tetap berjalan. Keuntungan dari penjualan kepada toke adalah saat panen raya, karena pada umumnya toke akan membeli banyak keranjang yang mana keranjang ini biasa digunakan untuk kebutuhan pribadi toke yang merupakan pemilik lahan pertanian di daerah Saribu Dolok, Berastagi maupun Sidikalang.

Mekanisme pemasaran yang ada di desa Sigodang dilakukan dengan tiga cara, yaitu 1) pengrajin perorangan menjual langsung kepada konsumen. 2) Pengrajin perorangan menjual kepada toke dan toke menjual kepada konsumen. 3) Toke yang memiliki pengrajin keranjang sendiri dan memasarkan keranjang kepada konsumen. Cara pertama dilakukan oleh pengrajin karena pengrajin dapat memperoleh keuntungan dengan cepat. Cara kedua biasanya dilakukan oleh pengrajin karena sudah saling mengenal dimana keranjang para pengrajin dibeli oleh para toke dan dipasarkan kepada konsumen. Hal ini memudahkan keranjang dipasarkan sehingga tidak terjadi penumpukan produk dalam gudang. Cara ketiga pada umumnya para toke ini memiliki pengrajin keranjang yang membuat keranjang sendiri untuk mereka pasarkan kembali, disamping membeli dari pengrajin keranjang lainnya.

Saluran Pemasaran Keranjang Bambu

Lokasi pengrajin bambu yang terletak dekat dengan daerah pertanian mengakibatkan perorangan perorangan terjadinya saluran pemasaran keranjang bambu. Secara umum terdapat 3 saluran pemasaran keranjang bambu yang terdapat di desa Sigodang, Kecamatan Pane, Kabupaten Simalungun, yaitu:

1. Saluran Pemasaran I (Pengrajin perorangan → Konsumen (Pedagang Sayur dan Buah di Pasar))

Nilai jual keranjang kepada pedagang sayur, besarnya Rp 8.000,00 per keranjang. Pada umumnya pedagang ini hanya membeli 10-20 buah keranjang per 2 harinya.

2. Saluran Pemasaran II (Pengrajin perorangan → Toke → Konsumen)

Nilai jual keranjang pada toke, besarnya Rp 6.000,00 per keranjang. Pada umumnya toke membeli 300 keranjang per minggunya. Kemudian keranjang-keranjang ini dijual kembali kepada konsumen sebesar Rp 7.000,00.

3. Saluran III (Pengrajin Toke → Konsumen)

Pada saluran ini keranjang yang dihasilkan oleh para pengrajin keranjang toke langsung dijual kepada konsumen.

Marjin Pemasaran Keranjang Bambu

Tujuan analisis marjin pemasaran untuk mengetahui alokasi distribusi biaya yang diterima lembaga pemasaran pada sistem tata niaga yang sedang berlangsung. Besarnya marjin pemasaran keranjang bambu pada setiap saluran pemasaran di Desa Sigodang dapat dilihat pada Tabel 13, 14 dan 15.

Tabel 13. Sebaran marjin keranjang bambu pada saluran pemasaran I

Uraian	Harga per 1 unit Keranjang	Bagian (%)
Pengrajin keranjang		
Biaya	3600,00	45.00
- Bahan Baku	800,00	10.00
- Tenaga Kerja	3000,00	37.50
Bilapak	1500,00	18.75
Menganyam	1000,00	12.50
Bingkai	500,00	6.25
-Tutup	600,00	7.50
Harga Jual	8000,00	100.00
Marjin Keuntungan	3600,00	45.00
Marjin Pemasaran	7200,00	90.00

Pada saluran pemasaran I, pengrajin menjual keranjang bambu dengan harga rata-rata Rp 8.000 per keranjang. Pengrajin memperoleh marjin pemasaran sebesar 90.00% yaitu sebesar Rp 7.200,00 dimana nilai ini diperoleh dari hasil pengurangan harga jual dikurangi dengan harga bahan baku. Pengrajin memperoleh marjin keuntungan 45.00% dengan nilai keuntungan yang diperoleh adalah Rp

3.600,00 sehingga bagi petani hal ini efisien, sehingga menyebabkan petani tetap menggunakan saluran pemasaran I. Dan margin keuntungan sepenuhnya diperoleh oleh pengrajin keranjang bambu.

Tabel 14. Sebaran margin pemasaran pada saluran pemasaran II

Uraian	Harga per 1 unit keranjang	Bagian (%)
Pengrajin		
Biaya	3600,00	51.42
Bahan baku	800,00	11.42
Tenaga Kerja	3000,00	42.85
Menapak	1500,00	21.42
Menganyam	1000,00	14.28
Bingkai	500,00	7.14
Tutup	600,00	8.57
Harga jual	6000,00	85.71
Margin keuntungan	1600,00	22.85
Margin pemasaran	5200,00	74.28
Tokeh		
Biaya pengangkutan	500,00	7.14
Harga beli	6000,00	85.71
harga jual	7000,00	100.00
Margin pemasaran	1000,00	14.28
Margin keuntungan	500,00	7.14

Pada saluran pemasaran II, pengrajin menjual keranjang dengan harga rata-rata Rp 6.000 per keranjang kepada tokeh, dengan demikian pengrajin menerima margin pemasaran 22.85% dari harga yang diterima di tingkat tokeh yaitu sebesar Rp 1.600,00. Margin pemasaran yang diterima pengrajin sebesar 74.28%. Pihak tokeh menjual keranjang dengan harga rata-rata Rp 7.000 per keranjang kepada konsumen, dengan demikian tokeh menerima margin pemasaran sebesar 14.28% dan margin keuntungan sebesar 7.14% sebesar Rp 500,00.

Tabel 15. Sebaran margin pemasaran pada saluran pemasaran III

Uraian	Harga per 1 Unit Keranjang Bambu	Bagian (%)
Pengrajin milik Toke		
Biaya	4000,00	57.14
Bahan baku	800,00	11.42
Tenaga kerja	3400,00	48.57
Bilapak	1500,00	21.42
Menganyam	1000,00	14.28
Menapak	400,00	5.71
Bingkai	500,00	7.14
Tutup	600,00	8.75
Harga jual	7000,00	100.00
Margin keuntungan	2200,00	31.42
Margin pemasaran	6200,00	88.57

Pada saluran pemasaran III, pengrajin menjual keranjang bambu dengan harga rata-rata Rp 7.000 per keranjang. Pengrajin memperoleh margin keuntungan sebesar 31.42% sebesar Rp 2.200,00 dan margin pemasaran 88.57%.

Dari penjelasan ketiga tabel di atas, dapat dilihat saluran pemasaran yang paling efisien pada Tabel 16.

Tabel 16. Efisiensi Saluran Pemasaran

Kriteria	Saluran Pemasaran		
	Jalur I	Jalur II	Jalur III
Biaya (Rp)	3.600,00	4.100,00	4.000,00
Margin Keuntungan (Rp)	5.400,00	2.900,00	3.000,00

Dari tabel diatas, maka saluran yang paling efisien adalah saluran pemasaran jalur I. Dimana keuntungan yang diperoleh dengan pemakaian saluran pemasaran I lebih banyak dan lebih menguntungkan bagi masyarakat dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya.

Efisiensi Pemasaran Keranjang Bambu

Efisiensi pemasaran adalah kemampuan jasa-jasa pemasaran untuk dapat menyampaikan suatu produk dari produsen ke konsumen secara adil dengan memberikan kepuasan pada semua pihak yang terlibat untuk suatu produk yang sama.

Besarnya nilai efisiensi pemasaran keranjang bambu dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Nilai Biaya, nilai produk, dan efisiensi pemasaran keranjang bambu di Desa Sigodang

Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Nilai Produk (Rp)	Efisiensi (%)
1	3.600,00	8.800,00	40.91
2	4.100,00	7.800,00	52.56
3	4.000,00	7.800,00	51.28

Berdasarkan hasil di atas, saluran pemasaran I dikatakan efisien dengan besar nilai efisien di bawah 50%. Menurut Soekartawi (2002), bila nilai EP < 50 % maka pemasaran akan semakin efisien. Dan sebaliknya bila nilai EP > 50 % maka pemasarannya tidak efisien. Efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah daripada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran. Saluran pemasaran I disebut efisien karena biaya yang ditanggung konsumen adalah 40.91 %, berarti dalam setiap Rp 100 nilai yang dibayar oleh konsumen pembelian keranjang bambu yang berasal dari Desa Sigodang Rp 40.9 merupakan biaya pemasaran. Suatu sistem niaga dikatakan efisien, apabila mampu mentransfer produk yang diperdagangkan dari produsen awal ke konsumen akhir dengan biaya minimal dan, mampu menciptakan distribusi pendapatan yang adil dari harga yang dibayar konsumen terhadap semua lembaga tataniaga yang ikut terlibat. Ini seperti diungkapkan dalam Awang (2002). Sedangkan untuk saluran pemasaran II dan III sangat tidak efisien, karena besar nilai yang dikeluarkan untuk menyalurkan produk hingga ke konsumen sangat besar yaitu sebesar 52.56% dan 51.8% (Tabel 17).

Sekalipun usaha keranjang bambu ini efisien dalam pemasaran, namun yang menjadi kendala utama adalah pemasaran keranjang yang musiman mengakibatkan saluran pemasaran keranjang juga terjadi musiman. Sehingga perlu dilakukannya link pemasaran yang lainnya, agar tidak terjadi penumpukan keranjang di gudang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pengolahan keranjang bambu di Desa Sigodang layak secara finansial, dimana besarnya nilai R/C yang diperoleh > 1 dan jumlah dan harga produksi lebih besar dari nilai titik impasnya. Nilai R/C untuk 300 unit keranjang bambu pada tingkat pengrajin rumah tangga adalah sebesar 1.62 dengan nilai PP sebesar 1.60. Nilai BEP volume produksi 300 unit keranjang Rp 4.323,33 dengan nilai BEP volume produksi sebesar 185. Dan Nilai R/C untuk 500 unit keranjang bambu pada tingkat pengrajin kecil adalah sebesar 1.63 dengan nilai PP sebesar 1.57. Nilai BEP volume produksi 500 unit keranjang Rp 4.283,00 dengan BEP volume produksi sebesar 306.

2. Terdapat 3 pola pemasaran keranjang bambu di Desa Sigodang, yang mana saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang efisien karena untuk menyalurkan produk hingga ke konsumen akhir besar biaya yang dikeluarkan hanya sebesar Rp 40.9.

Saran

1. Perlu adanya fasilitasi para pihak agar produsen keranjang bambu bisa mengembangkan pasarnya melalui saluran yang efisien (saluran I), agar manfaat ekonomi lebih banyak dinikmati oleh produsen.
2. Perlu adanya alternatif pemasaran keranjang bambu agar tidak terjadi penumpukan di gudang para pengrajin.
3. Besarnya potensi di Desa Sigodang, memungkinkan dilakukannya diversifikasi produk bambu dengan pemberian pelatihan kerajinan bambu dan pemberian modal kepada para pengrajin.

Daftar Pustaka

- Aswoko, G dan Taqyuddin. 2009. Perhitungan Kelayakan Usaha Gaharu. <http://wahanagaharu.blogspot.com/2009/08/perhitungan-kelayakan-usaha-gaharu.html>
- Betrianis. 2006. Penyusutan dan Alokasi Biaya Overhead. Fakultas Teknik Universitas Indonesia. Depok.
- Hernanto, F. 1989. Ilmu Usaha Tani. PT. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kuswadi. 2005. Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya. PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Malik, A. 2008. Memanfaatkan Bambu Sebagai Pengganti kayu. Jakarta. <http://www.seputarindonesia.com/html>.
- Rahim, A. H. D. R. 2008. Pengantar, Teori, dan Kasus Ekonomika Pertanian. Penebar Swadaya. Depok.
- Soekartawi. 1995. Analisis Usaha Tani. UI Press. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya: Edisi Revisi. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ulya, N. A., Martin, E., Premono, B. T., Nopriansyah, A. 2007. Kajian Pemasaran Kayu Jati Rakyat di Kabupaten Lampung Timur. Info Sosial dan Kehutanan. Vol. 7 No. 4: 211-221.
- Umar, H. 2000. Studi Kelayakan Bisnis dalam Bisnis Jasa. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.