

## ANALISIS RANTAI NILAI KERIPIK SALAK PONDOH DI KELOMPOK TANI (POKTAN) BANGUN SURUHAN

## VALUE CHAIN ANALYSIS OF SNAKEFRUIT PONDOH CHIPS IN THE FARMER GROUP (POKTAN) BANGUN SURUHAN

Himmatul Miftah<sup>1</sup>, Namira L. Ramadhani<sup>1</sup>, Siti Masithoh<sup>1</sup>, Arti Yoesdiarti<sup>1</sup>,  
Ikhsan Qodri Pramarta<sup>1</sup>, Tiara Amanda Lestari<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Djuanda Bogor

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Pangan Halal, Universitas Djuanda Bogor

<sup>a</sup>Korespondensi: Himmatul Miftah, E-mail: [himmatul.miftah@unida.ac.id](mailto:himmatul.miftah@unida.ac.id)

(Diterima: 11-05-2022; Ditelaah: 29-05-2022; Disetujui: 09-09-2022)

### ABSTRACT

This study aims to determine the marketing channels in the Organic Snakefruit Pondoh Chips value chain in the Bangun Suruhan Farmer's Group, Wonosroyo Village, Watumalang District, Wonosobo Regency, to find out the profits obtained by selling organic Snakefruit Pondoh Chips, added value and margin. This research was conducted in March - May 2022. The data collection method was conducted by interview. Respondents in this study were 24 organic snakefruit farmers, 5 collector traders, 1 organic Snakefruit Pondoh Chips processor in Bangun Suruhan Farmers Group and 2 retailers. Data analysis used value chain analysis, R/C, *farmer's share*, R/C analysis on organic snakefruit pondoh farmers selling organic snakefruit pondoh to collector traders in bulk form obtaining an R/C value of 1.38 earning a profit of Rp. 2,297,311.39-, if organic snakefruit pondoh farmers sell organic snakefruit pondoh to collectors in the form of *grades* get an R/C value of 2.41 and a profit of Rp. 8,558,811.39-, the calculation of *farmer's share* obtained by organic snakefruit pondoh farmers in channel 1 is 30.0% and in channel II is 10.0%. Analysis of the added value of Organic Snakefruit Pondoh Chips in the Bangun Suruhan Poktan resulted. The value formed in the local market, including souvenir shops, earns a margin of Rp. 35.000,0-, *resellers* get a margin of Rp. 22.0000,0-, *shopee* earns a margin of Rp. 27,000,0-,

Keywords: added value, margin, marketing channel, processed snakefruit, Bangun Suruhan

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui saluran pemasaran pada rantai nilai olahan Keripik Salak Pondoh Organik di lokasi penelitian, mengetahui keuntungan yang diperoleh pada pelaku penjualan salak pondoh organik dan margin pemasaran. Penelitian dilaksanakan pada Maret sampai Mei tahun 2022. Pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Responden petani berjumlah 24 orang, Tengkuwlak desa 5 orang, pelaku penolahan Keripik pada Poktan 1 orang dan pengecer 2 orang. Analisis data menggunakan analisis rantai nilai, nilai R/ C, nilai *farmer's share* dan margin. Analisis R/ C pada petani salak pondoh organik melakukan penjualan salak pondoh organik kepada pedagang pengepul dalam bentuk curah memperoleh nilai R/C sebesar 1,38 memperoleh keuntungan sebesar Rp. 2.297.311,39-, jika petani salak pondoh organik melakukan penjualan salak pondoh organik kepada pedagang pengepul dalam bentuk *grade* mendapatkan nilai R/C sebesar 2,41 dan keuntungan sebesar Rp.

8.558.811,39-, perhitungan *farmer's share* petani salak pondoh organik pada saluran I sebesar 30,0% dan pada saluran II sebesar 10,0%. Nilai yang terbentuk pada pasar lokal diantaranya toko oleh-oleh memperoleh marjin sebesar Rp. 35.000,0-, *reseller* memperoleh marjin sebesar Rp. 22.000,0-, shopee memperoleh marjin Rp. 27.000,0-,

Kata kunci : *marjin pemasaran*, nilai tambah, rantai pemasaran, olahan kripik salak,

---

Miftah. H., Ramadhani. N. L., Masitoh., S., Yoesdiarti. A., Pratama. IQ., & Lestari. T. A. (2022). Analisis Rantai Nilai Kripik Salak Pondoh organik di kelompok tani bangun saryhan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 13(2), 163- 176.

---

## PENDAHULUAN

Indonesia masih mengandalkan sektor pertanian dalam struktur perekonomian nasional. Peran pertanian dalam struktur perekonomian nasional karena peranannya sebagai penyerap tenaga kerja, penyedia pangan dan bahan baku industri. Subsektor hortikultura mempunyai peluang yang potensial untuk dikembangkan karena berkontribusi dalam peningkatan status gizi, peningkatan pendapatan petani (Badan Pusat Statistik, 2017).

Salah satu bagian dari subsector hortikultura adalah buah diantaranya adalah buah salak. Beberapa jenis varietas salak telah banyak dibudidayakan petani diantaranya adalah salak pondoh yang mempunyai rasa manis segar, buahnya relative banyak dan harganya terjangkau konsumen. Lokasi sentra produksi buah salak yaitu Desa Wonosroyo Watumalang Wonosobo. Permasalahan yang dijumpai selama ini yaitu: Kegiatan pemasaran yang dilakukan anggota Kelompok Tani (Poktan) Bangun Suruhan yang membudidayakan salak pondoh secara organik selama ini hanya menjual kepada pedagang pengumpul desa dalam bentuk curah yang diduga akan memperoleh pendapatan yang lebih besar jika dijual setelah dilakukan standarisasi dan grading. Selain itu petani belum menyadari bahwa hasil sortiran produk dihargai sangat murah bahkan dibuang sehingga perlu diidentifikasi seberapa besar rantai nilai jika dilakukan pengolahan.

Salah satu upaya yang telah dilakukan oleh Kelompok Tani yaitu mengolah salak menjadi olahan berupa Keripik. Pertimbangan memilih kripik yaitu karena daya tahan dan daya simpan Keripik Salak relatif lebih awet dalam penyimpanan dan memperoleh harga jual produk yang relatif lebih mahal jika dibandingkan penjualan salak tanpa diolah.

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui pendapatan usahatani salak pondoh organik di Poktan Bangun Suruhan, menganalisis rantai pemasaran pada rantai nilai olahan kripik salak dan menganalisis marjin olahan kripik yang diperoleh para pelaku rantai nilai olahan kripik.

## MATERI DAN METODE

Lokasi penelitian yaitu di Poktan Bangun Suruhan, Desa Wonosroyo Kecamatan Watumalang, Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah. Lokasi ditentukan secara *purposive karena* di lokasi tersebut adalah pusat produksi salak dan telah ada unit usaha pengolahannya. *Survei* dilaksanakan bulan Maret sampai dengan Mei 2022. Penelitian menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Analisis rantai nilai data yang digunakan yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dipakai dalam analisis deskriptif berdasarkan identifikasi rantai nilai kegiatan pengolahan salak pondoh, sedangkan analisis kuantitatif diperoleh melalui perhitungan rantai nilai dengan pendekatan perhitungan marjin pemasaran, analisis pendapatan dan marjin.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bangun Suruhan adalah nama Kelompok Tani yang berdiri pada 2016 yang diketuai bapak Miskam. Awal mula dibentuknya jumlah anggota 21 petani sampai 2022 jumlah anggota sebanyak 53 petani. Pada umumnya hasil panen salak di lokasi penelitian dijual dalam bentuk curah, buah salah dipanen beserta tandannya lalu dimasukkan dalam keranjang untuk diangkut menuju gudang milik pengepul desa.

Berdasarkan hasil wawancara responden, salah satunya yaitu bapak Muhanto, petani anggota kelompok tani cuplikan wawancara disampaikan bahwa Luas lahan kebun salak pondoh organiknya luasan yang dimiliki sekitar 2 hektar merupakan milik sendiri, jumlah produksi dalam dua kali panen dalam setiap bulan diperoleh sebanyak 2.000 kg per hektar. Hasil panen yang telah didapatkan oleh Pak Muhanto dijual kepada pedagang pengepul

dalam bentuk curah. Hasil panen berikut tandannya tidak dilakukan proses *grading* oleh petani. Harga salak yang masih segar dijual curah rata-rata Rp 3.000,-/kilogram tergantung pada kondisi pasar. Dari sejumlah petani salak yang diwawancara hasil panen dijual kepada pedagang pengepul dalam bentuk curah. Harga ditentukan oleh pedagang pengepul sebesar Rp. 3000,- per kilogram. Dalam satu bulan, tanaman salak dapat dipanen sebanyak dua kali dengan jumlah produksi rata-rata sebesar 2.788 Kg per hektar memperoleh keuntungan sebesar Rp. 2.297.311,93,-, diperoleh nilai Rasio R/ C: 1,38 yang berarti dengan modal Rp 1,- diperoleh penerimaan sebesar Rp 1,38,-. Dengan demikian usaha budidaya salak di Poktan Bangun Suruhan memperoleh keuntungan sebesar Rp 0,38,- sehingga dapat disimpulkan bahwa usahatani dapat dilanjutkan karena memperoleh nilai R/C-nya >1.

Tabel 1. Analisis Pendapatan Usahatani Salak di Poktan Bangun Suruhan dalam 1 Bulan pada Luas Lahan 1 Ha Dijual dalam Bentuk Curah (1000 Pohon), Tahun 2022.

Uraian	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Tunai
<b>Penerimaan</b>				
Jumlah Produksi	2.788	Kg	3.000,00	8.362.500,00
<b>Penerimaan Total</b>				<b>8.362.500,00</b>
<b>Biaya Tetap</b>				
Sewa Lahan	1	Ha	500.000,00	500.000,00
Penyusutan Alat	1	Bulan	446.088,61	446.088,61
<b>Biaya Tetap Total</b>				<b>946.088,61</b>
<b>Biaya Variabel</b>				
Bibit Saak Pondoh	1.000	Pohon	2.500,00	2.500.000,00
Pupuk Organik	800	Kg	1.000,00	800.000,00
Tali Rapia	1	Roll	15.000,00	15.000,00
Tenaga Kerja Pria	24,63	HKP	70.000,00	1.724.100,00
Tenaga Kerja Wanita	2,00	HKW	40.000,00	80.000,00
<b>Biaya Variabel Total</b>				<b>5.119.100,00</b>

<b>Biaya Total</b>	<b>6.065.188,61</b>
<b>Keuntungan</b>	<b>2.297.311,39</b>
<b>R/C</b>	<b>1,38</b>

Sumber : Data Primer, 2022

Berbeda dengan hasil analisis pendapatan usahatani salak pondoh selama 1 bulan pada luasan 1 hektar yang dijual setelah dilakukan proses *grading*. Hasil simulasi perhitungan usahatani apabila dilakukan proses *grading* yaitu *grade* A sebanyak 1800 Kg, *grade* B sebanyak 746 Kg, *grade* C sebanyak 150 Kg dan *grade* D sebanyak 92 Kg dengan total rata-rata produksi 2788 Kg. Pada harga pada *grade* A dihargai Rp. 6.000,-, *grade* B sebesar 4.500,-, *grade* C sebesar Rp. 2.500,-, dan *Grade* D

merupakan salak pondoh organik yang Bekas Sortir (BS) diperoleh harga Rp. 1.000,-/kg, dengan total rata-rata harga yang diperoleh Rp. 5.245,34,-/kg. Petani salak Poktan Bangun Suruhan jika melakukan penjualan dalam bentuk *grade* memperoleh keuntungan sebesar Rp. 8.558.811,39,- dengan nilai R/C : 2,41 artinya dengan modal usahatani Rp 1,- memperoleh penerimaan Rp 2,41,- sehingga keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 1,24,- dengan demikian maka usaha budidaya salak pondoh organik layak dapat diusahakan karena R/C nya >1.

Tabel 2. Analisis Pendapatan Usahatani Salak Organik di Poktan Bangun Suruhan dalam 1 Bulan pada Luas Lahan 1 Ha Jika Dijual dalam Bentuk *Grade*, Tahun 2022.

Uraian	Jumlah	Satuan	Harga (Rp)	Total
<b>Penerimaan</b>				
Grade A	1800 Kg		6.000,00	10.800.000,00
Grade B	746 Kg		4.500,00	3.357.000,00
Grade C	150 Kg		2.500,00	375.000,00
Grade D	92 Kg		1.000,00	92.000,00
Rata-Rata (Kg) Produksi (Kg)	2788		5.245,34	<b>14.624.000,00</b>
<b>Biaya Tetap</b>				
Sewa Lahan	1 Ha		500.000,00	500.000,00
Penyusutan Alat	1 Bulan		446.088,61	446.088,61
<b>Biaya Tetap Total</b>				<b>946.088,61</b>
<b>Biaya Variabel</b>				
Bibit Salak Pondoh	1.000 Pohon		2.500,00	2.500.000,00
Pupuk Organik	800 Kg		1.000,00	800.000,00
Tali Rapia	1 Roll		15.000,00	15.000,00
Tenaga Kerja Pria	24,63 HKP		70.000,00	1.724.100,00
Tenaga Kerja Wanita	2,00 HKW		40.000,00	80.000,00
<b>Biaya Variabel Total</b>				<b>5.119.100,00</b>
<b>Biaya Total</b>				<b>6.065.188,61</b>
<b>Keuntungan</b>				<b>8.558.811,39</b>
<b>R/C</b>				<b>2,41</b>

Sumber : Data Primer, 2022

*Farmer's Share* yang diperoleh Petani Salak Pondoh Organik *Farmer's Share* merupakan proporsi harga petani dibandingkan

harga yang dibayarkan konsumen. *Farmer Share* pada setiap Rantai pemasaran salak pondoh di Kelompok Tani Bangun Suruhan.

Tabel 3. *Farmer's Share* pada Petani Salak Pondoh di Poktan Bangun Suruhan yang Dijual dalam bentuk Segar dari Pedagang Pengepul dan Salak Bekas Sortir (BS) pada Pengolah Keripik Salak Pondoh Organik, Tahun 2022

No	Penjualan	Harga Petani (Rp/Kg)	Harga Konsumen (Rp/Kg)	Farmer Share (%)
1	Salak Segar pada Pedagang Pengepul	3.000,0	10.000,0	30,0
2	Salak BS (Bekas Sortir) pada pengolah Keripik Salak Pondoh Organik	10.000,0	100.000,0	10,0

Sumber : Data Primer, 2022

Nilai *FS* yang diperoleh pada rantai pemasaran I yaitu 30,0 % salak pondoh yang dijual petani kepada pedagang pengepul dalam bentuk masih segar. Pada saluran II diperoleh *FS* sebesar 10,0% , salak yang dijual oleh petani kepada pengolah Kripik Salak merupakan salak pondoh yang Bekas Sortir (BS) yang dalam 1 kg diberikan harga sebesar Rp. 1000,-. Kedua saluran pemasaran tersebut masuk dalam kategori efisiennya rendah berdasarkan kriteria Sudiyono (2004). Efisiensi Pemasaran dikatakan rendah jika margin pemasaran dan nilai *farmer's share* < 50%. Jadi hasil perhitungan *farmer's share* pada saluran 1 dan II < 50% menunjukkan bahwa saluran pemasaran belum efisien.

### Analisis Rantai Nilai Proses Pengolahan Kripik dari Salak Pondoh Bekas Sortir (BS)

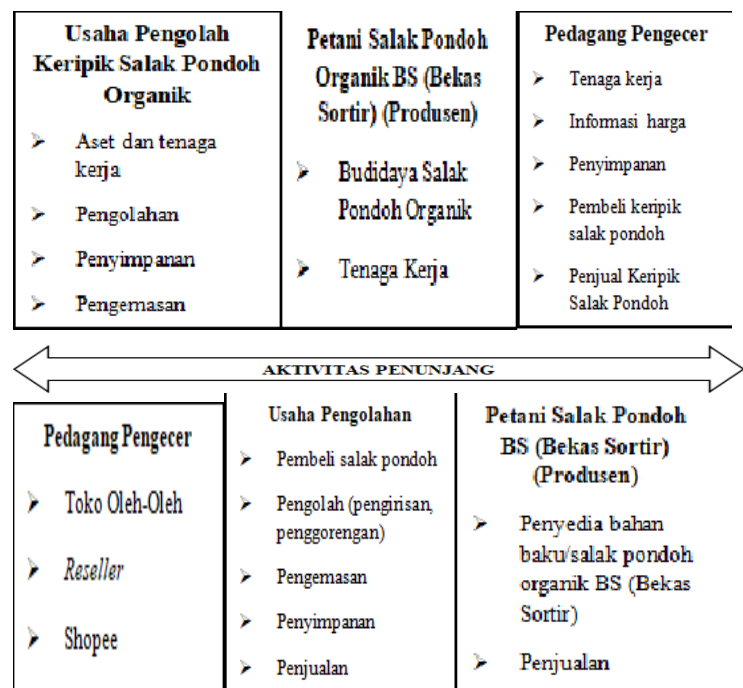
Metode Analisis rantai nilai adalah metode yang dipakai dalam memahami aktivitas yang dimana terintegrasi mulai dari produk dirancang, diproduksi sampai dengan distribusikan kepada konsumen akhir. Analisis rantai nilai lebih luas dalam menganalisis peran pelaku pemasaran karena aktivitasnya dalam menghasilkan nilai yang dari luar dan dalam perusahaan. Pendekatan dalam analisis rantai nilai, mensyaratkan pemahaman kegiatan pemasaran produk yang lebih komprehensif. Penelitian menggunakan analisis berdasarkan konsep rantai nilai oleh Porter (1994) yang mencakup dua aktivitas, yaitu aktivitas primer dan aktivitas pendukung dari setiap actor pelaku pemasaran.

### Aktivitas Primer yang Dilakukan oleh Setiap Aktor pada Rantai Nilai olahan Kripik Salak

Argoindustri Pengolahan Kripik Salak Pondoh pada Kelompok Tani menggunakan bahan baku salak Aktivitas Penunjang yang Dilakukan Setiap Aktor

pada Rantai Nilai Kripik Salak Pondoh Organik

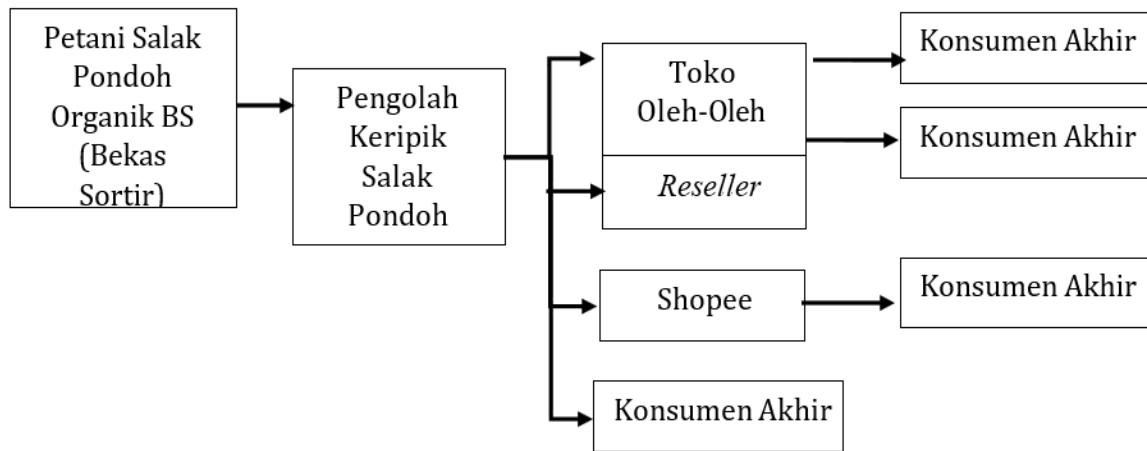
Aktor yang berperan mulai dari petani produsen, unit kelembagaan pengolah yang membeli dan mengolah baku, Pedagang Pengecer yang berperan dalam mendistribusikan produk olahan kripik salak. Pelaku sebagai pengecer olahan salak yaitu Pusat olah oleh di Kota Wonosobo , *Reseller* dan Aplikasi Online market Shopee.



Gambar 1. Aktivitas Setiap Aktor pada Rantai Nilai Kripik Salak Pondoh Organik, Tahun 2022.

### Saluran pemasaran rantai nilai olahan kripik salak pada Poktan Bangun Suruhan.

Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Poktan Bangun Suruhan pada nilai kripik salak memiliki 3 Rantai pemasaran .



Gambar 2 Saluran Distribusi Keripik Salak di Poktan Bangun Suruhan,2022.

Berdasarkan Gambar 2, bahwa saluran pemasaran keripik salak rantai nilainya, disebutkan ada tiga aktor yaitu petani salak pondoh organik (produsen utama) sebanyak 24 orang mendistribusikan salak pondoh organik kepada pedagang pengepul sebanyak lima orang dan pengolah keripik salak pondoh sebanyak satu orang dan pedagang pengecer keripik sebanyak dua orang. Pedagang pengecer berfungsi untuk mendistribusikan keripik salak kepada konsumen. Gambar 2 menunjukkan bahwa saluran pemasaran keripik salak pondoh organik ada empat rantai pemasaran yaitu :

**Rantai Pemasaran I**

Petani produsen → Pengolah Keripik Salak → Toko Oleh- Oleh → Konsumen Akhir

**Rantai Pemasaran II**

Petani Salak → Pengolah Keripik Salak → Reseller → Konsumen Akhir

**Rantai Pemasaran III**

Petani Salak → Pengolah keripik → Shopee → Konsumen Akhir

**Rantai Pemasaran IV**

Petani Salak → Pengolah Keripik Salak → Konsumen akhir

### Analisis Marjin pada Tiap Saluran Pemasaran Rantai Nilai olahan Keripik Salak di Poktan Bangun Suruhan

Harga jual bahan baku salak BS dijual ke Pengolah seharga Rp. 1.000,-per kilo,

dalam 1 Kg dibutuhkan bahan baku 10 kilo dengan nilai Rp. 10.000,-/kg. Selanjutnya keripik dijual ke saluran pemasaran tingkat I ke toko oleholeh seharga Rp. 100.000,-/kg, nilai marjin yang diperoleh sebesar Rp. 35.000,-/kg keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 23.100,-/kg, dikurangi biaya pemasaran. Adapun secara lengkap perhitungannya dapat dilihat Tabel 4

Tabel 4. Perhitungan Biaya Pemasaran Pengecer Oleh-Oleh ( Kg/ Bulan), Tahun 2022.

Pengecer	Transportasi	Listrik	Kantong Plastik	Tenaga Kerja	Sewa Toko
Toko Oleh Oleh	5.000,00	4.000,00	5.000,00	60.000,00	45.000,00
Jumlah Penjualan	10				
Rp/Kg	500,00	400,00	500,00	6.000,00	4.500,00
<b>Total Rp/Kg</b>	<b>11.900,00</b>				

Sumber : Data Primer, 2022

Pada saluran II yaitu dari *reseller* membeli langsung ke Pengolah seharga Rp. 100.000,0-, per kilo, selanjutnya *reseller* menjual ke konsumen akhir Rp.122.000,-, sehingga diperoleh marjin Rp. 22.000,-.

Keuntungan sebesar Rp. 10.600,-, biaya pemasaran sebagai *reseller*.

Tabel 5 Perhitungan Biaya Pemasaran Pengecer Reseller ( Kg/Bulan ),Tahun 2022.

Pengecer	Transportasi	Kuota pulsa	Kantong Plastik	Tenaga Kerja
Reseller	7.000,00	15.000,00	5.000,00	30.000,00
Jumlah Penjualan	5			
Rp/Kg	1.400,00	3.000,00	1.000,00	6.000,00
<b>Total Rp/Kg</b>	<b>11.400,00</b>			

Sumber : Data Primer, 2022



Saluran pemasaran III konsumen akhir dari luar kota Wonosobo dapat langsung membeli keripik salak lewat aplikasi shopee per kilogram seharga Rp. 127.000,-,

sehingga nilai marjinnnya Rp. 27.000,-, dengan laba Rp. 8.400,0-, dapun biaya pemasaran shopee dilihat Tabel 6.

Tabel 6. Perhitungan Biaya Pemasaran melalui Shopee ( Kg/Bulan),Tahun 2022.

Pengecer (Shopee)	Transportasi	Sewa Tempat	Solasi	Kardus	Tenaga Kerja
Shopee	5.000	30000	7.000	6000	45.000
Jumlah Penjualan	5				
Rp/Kg	1.000	6000	1.400	1200	9.000
<b>Total Rp/Kg</b>	<b>18.600</b>				

Sumber : Data Primer, 2022

Pembeda dari harga jual dari setiap pelaku pemasaran sampai ke konsumen akhir karena fungsi pemasaran yang dilakukan setiap pelakunya bereda.

konsumen akhir. Keuntungan diperoleh dari selisih dari nilai penjualan dikurangi baiaya yang telah dikeluarkan.

Tabel 7 menunjukkan perbedaan perlakuan pemasaran dalam proses pemasaran Keripik. Masing- masing pelaku menetapkan harga jual berdasarkan pertimbangan setiap biaya yang ditanggung dalam menjual produk sampai

Tabel 7 Marjin Pemasaran pada setiap Saluran Rantai Nilai Keripik Salak padaKelompok Tani Bangun Suruhan, Tahun 2022

No	Pelaku Pemasaran	Satuan	Rantai Pemasaran I	Rantai Pemasaran II	Rantai Pemasaran III
<b>1</b>	<b>Petani</b>				
	Harga Jual Salak BS	Rp/Kg	10.000,0	10.000,0	10.000,0
<b>2</b>	<b>Pengolah Keripik</b>				
	Harga Beli	Rp/Kg	10.000,0	10.000,0	10.000,0
	Biaya Produksi	Rp/ Kg	53.662,5	53.662,5	53.662,5
	Harga Jual	Rp/Kg	100.000,0	100.000,0	100.000,0
	Biaya Pengemasan	Rp/Kg	275,0	275,0	275,0
	Keuntungan	Rp/Kg	36.062,5	36.062,5	36.062,5
	Marjin	Rp/Kg	90.000,0	90.000,0	90.000,0
<b>3</b>	<b>Toko Oleh-Oleh</b>				

Harga Beli	Rp/Kg	100.000,0		
Biaya Pemasaran	Rp/Kg	11.900,0		
Harga Jual	Rp/Kg	135.000,0		
Keuntungan	Rp/Kg	23.100,0		
Marjin	Rp/Kg	35.000,0		
<b>4 Reseller</b>				
Harga Beli	Rp/Kg	100.000,0		
Biaya Pemasaran	Rp/Kg	11.400,0		
Harga Jual	Rp/Kg	122.000,0		
Keuntungan	Rp/Kg	10.600,0		
Marjin	Rp/Kg	22.000,0		
<b>5 Shopee</b>				
Harga Beli	Rp/Kg	100.000,0		
Biaya Pemasaran	Rp/Kg	18.600,0		
Harga Jual	Rp/Kg	127.000,0		
Keuntungan	Rp/Kg	8.400,0		
Marjin	Rp/Kg	27.000,0		
<b>Keuntungan Total</b>	<b>Rp/Kg</b>	<b>59.162,5</b>	<b>46.662,5</b>	<b>44.462,5</b>
<b>Marjin Total</b>	<b>Rp/Kg</b>	<b>125.000,0</b>	<b>112.000,0</b>	<b>117.000,0</b>
		<b>0</b>		

Sumber : Data Primer, 2022

Pembandingan hasil perhitungan rantai nilai pada olahan kripik Nanas dilaporkan oleh Novia Dewi dan Jum'ati Yusri (2022) berjudul Analisis Rantai Nilai Agroindustri Kripik Nenas di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Riau, disebutkan bahwa rantai nilai olahan kripik nenas di Kecamatan Tambang terdiri atas dua pola yang melibatkan aktor-aktor rantai nilainya. Saluran I penngolah menjual kripik nenas ke pedagang perantara, rata-rata sebesar 38.92% dari keseluruhan produksinya. Pedagang perantara memilih kripik nenas dalam bentuk curah karena harga lebih murah Rp.80.000,- per kg dan dapat mencantumkan merek sendiri.

Pada Saluran II, pengolah menjual kripik nenas langsung ke konsumen melalui kiosnya yang sudah dikemas berisi 250 gr dan 100 gr . Harga olahan kripik nenas per kg Rp. 100.000,- sampai Rp. 120.000,- , Adapun harga eceran Rp 11.000,- sampai dengan Rp 12.000,- kemasan 100 gr tergantung dari banyaknya pembelian.

Berdasarkan kedua saluran pemasaran kripik nenas tersebut, rantai pemasaran II lebih efisien karena pengolah memperoleh harga lebih mahal sehingga otomatis keuntungannya lebih tinggi. Meski demikian, pengolah tetap saja menjual melalui pedagang perantara (Saluran I), karena pertimbangan daya simpan olahan kripik nenas terbatas dan menjaga agar kualitas produk tetap berkualitas.

## KESIMPULAN

Hasil dan pembahasan penelitian yaitu Analisis R/ C petani yang dijual kepada pedagang pengepul dalam bentuk curah diperoleh nilai R/C 1,38 dengan nilai keuntungan sebesar Rp. 2.297.311,39-, namun petani yang menjual ke pengepul dengan jika dilakukan proses grading maka diperoleh nilai R/ C sebesar 2,41 keuntungan sebesar Rp. 8.558.811,39-, Farmer's share rantai

pemasaran I yaitu 30,0% , rantai pemasaran II yaitu 10,0%

Analisis rantai pemasaran Keripik Salak di Poktan Bangun Suruhan rantai nilainya melibatkan tiga aktor utama yaitu petani salak sebagai produsen utama, pengolah Keripik Salak dan pengecer yaitu toko

oleh ole, reseller dan Shopee. Nilai margin yang diterima pada pasar lokal yaitu toko oleh-oleh memperoleh margin sebesar Rp. 35.000,-, reseller dengan margin Rp 22.000,-, shopee memperoleh nilai margin Rp. 27.000,-,

### Saran

Petani disarankan untuk menjal hasil panennya setelah dilakukan *sortasi dan grading*, salak yang tidak masuk kriteria dijadikan bahan baku untuk diolah menjadi kripik salak . Petani sebaiknya menjual kepada pembeli yang menawarkan pembelian dengan harga tertinggi, sehingga penerimaan bertambah dibandingkan dengan hanya fokus kepada pembeli yang mempunyai hubungan keluarga yang membayar salak dengan harga relatif lebih rendah. Selain mengolah produk dari anggota kelompok tani sendiri , disarankan untuk menerima olahan keripik dari luar anggota kelompok sehingga terjadi peningkatan produktifitas mesin pengolah kripik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Atmojo, E., & Rajab, R. 2019. ANALISIS RANTAI NILAI KOMODITI KELAPA (*Cocos nucifera* L.) DI DISTRIK MISOOL UTARA KABUPATEN RAJA
- Aziz, A., Miftah, H., & Arsyad, A. 2017. Analisis Nilai Tambah dan Margin Pemasaran Pisang Menjadi Olahan Pisang (Studi Kasus pada Industri Kecil "SRIKANDI") di Kelurahan Dangdeur Kecamatan Subang Kabupaten Subang Jawa Barat. *Jurnal Agribisains*. 3(1):1-5.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Subsektor Hortikultura Indonesia 2017*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Dewi, N. (2015). Analisis Rantai Nilai Agroindustri Keripik Nenas di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. *IJAE (Jurnal Ilmu Ekonomi Pertanian Indonesia)*, 6(2),128-146.
- Miftah, H., Yoesdiarti, A., & Maulana, M. H. 2018. Analisis Nilai Tambah Olahan Gula Aren di Kelompok Usaha Bersama (KUB) Gula SemutAren (GSA). *Jurnal Agribisains*. 4(2):8-14.
- Istiani, S. A., & Soetriono, S. 2022. ANALISIS NILAI TAMBAH PRODUK OLAHAN SUSU PADA USAHA RUMAH SUSU: PENDEKATAN METODE HAYAMI. *Jurnal Sosial EkonomiPertanian*
- Kolh RL, Uhl JN. 1990. *Marketing Of Agricultural Product Nineth Edition*. Mc Millan Publishing Company. New York.
- Narakusuma, M. A., Fauzi, A. M., & Firdaus, M. 2013. Rantai NilaiProduk Olahan Buah Manggis. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. 10(1):11-21.
- Nisa, K., & Refdinal, M. 2021. ANALISIS RANTAI NILAI KAYU KELAPA OLAHAN KANAGARIAN LAMAU PURUIK KECAMATAN V KOTO TIMUR KABUPATEN PADANG PARIAMAN. *UNES JOURNAL OF AGRICULTURAL SCIENTIES*, 5(1), 041-048.
- Setyowati, A., & Khoiriyah, N. 2020. Efisiensi Dan Strategi Pemasaran Kripik Salak (Study Kasus: Pusat

Oleh-Oleh Pronojiwo Winna Sari, Desa Sidomulyo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang). *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*. 4(1):43-53.

Suprianto, S., & Serip, S. 2021. Analisis Efisiensi Dan Nilai Tambah Produk Agroindustri Olahan Kerupuk Kulit Sapi. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 9(1), 39-54.

Wicaksana, I. 2022. Analisis Sistem Pemasaran Agribisnis Produk Ikan Asap di Jawa Tengah. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 2(2), 91-102.

Yusdiana, Y., Pratiwi, H., & Amalia, C. M. 2021. Efisiensi Rantai Nilai Biji Kakao di Kabupaten Bireuen. *JURNAL EKOMBIS*, 7(2),51-58.