

**APAKAH PEMASARAN VANILI KABUPATEN ALOR EFISIEN?
Sebuah Studi Saluran Pemasaran, Marjin Pemasaran, *Farmers Share*, Keuntungan
Pemasaran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Vanili di Kelurahan Kelaisi Timur
Kecamatan Alor Selatan**

Apolonia Apriliana Malmani¹⁾, Tomycho Olviana²⁾, I Wayan Nampa²⁾

¹⁾Mahasiswa Minat Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian Undana

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Undana

E-mail : apoloniamalmani@gmail.com; tomycho2910@staf.undana.ac.id;
wayannampa@staf.undana.ac.id

ABSTRACT

This research was conducted in Kelaisi Timurvillage, Sub District of Alor Selatan, Alor Regency. The aims of study is to find out the marketing channel, marketing margin, farmer's share, marketing advantage and the level of marketing efficiency of vanilla. Research data obtained by interviews 54 respondents. The data collected are primary data and secondary data. The vanilla marketing channel, marketing margin, farmer's share, marketing advantage and the level of marketing efficiency of vanilla were analyzed quantitatively, qualitatively and descriptively. The results of the study indicate that two marketing channel of vanilla. The first channel farmers directly sell to inter-island traders. The second channel the farmers sell to collectors and then sell to inter-island traders. The price difference between levels of institutions in the marketing system is channel I of Rp. 176.000,-/kg, and the channel II of Rp. 200.000,- in the collector and Rp. 176.000,- on the inter island traders. The farmers share vanilla in the Kelaisi Timur Urban village to the mall which is the highest in channel I which is is equal to 81,97%, while channel II is 61,48%. While the highest marketing advantage are in farmers in the channel II which is equal to Rp. 370.625,59 per kg /kg. And the efficiency of vanilla marketing in both channel is already efficient.

Key words : Vanilla, Marketing Channel, Margin, Farmers Share, Marketing Profit, Efficiency Marketing.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Kelaisi Timur Kecamatan Alor Selatan Kabupaten Alor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran, marjin pemasaran, *farmers share*, keuntungan pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran vanili. Data penelitian diperoleh dengan melakukan wawancara kepada 54 orang responden. Saluran pemasaran vanili, marjin pemasaran, *farmers share*, keuntungan pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran panili dianalisis secara deskriptif, kualitatif dan menggunakan persamaan yang telah ditetapkan. Dari hasil penelitian terdapat dua saluran dalam pemasaran panili. Saluran pertama yaitu petani menjual langsung ke PAP, dan saluran kedua petani menjual ke pedagang pengumpul kemudian dijual lagi ke PAP. Perbedaan harga diantara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran yaitu saluran I mendapatkan marjin sebesar Rp. 176.000,-/kg dan pada saluran II marjin yang diperoleh sebesar Rp. 200.000,- /kg di pedagang pengumpul dan di pedagang antar pulau sebesar

Rp. 176.000,-/kg. *Farmers share* vanili tertinggi di Kelurahan Kelaisi Timur adalah saluran pemasaran I sebesar 81,97% sedangkan saluran II sebesar 61,48%. Keuntungan tertinggi ada pada petani di saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 370.625,59 per kg /kg, dan tingkat efisiensi pemasaran panili pada kedua saluran pemasaran tersebut sudah efisien. *Kata kunci : Vanili, Pemasaran, Marjin, Keuntungan Dan Tingkat Efisiensi.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris dimana sebagian besar penduduk Indonesia bermata pencaharian sebagai petani. Menteri Pertanian Andi Amran Sulaiman mengatakan bahwa Indonesia bisa menjadi pemasok pangan utama di dunia, hal ini bisa terwujud karena besarnya sumber daya yang ada di Indonesia, keragaman hayati dan ekosistem pertanian, luasnya potensi lahan subur untuk pertanian, melimpahnya tenaga kerja, tersedianya inovasi dan teknologi serta besarnya potensi pasar dalam negeri dan internasional (Kompas, 09-03-2018).

Menyadari pentingnya peranan sektor pertanian dalam perkembangan perekonomian Indonesia, maka diperlukan adanya suatu upaya pembangunan yang mengarah pada pengembangan sektor pertanian yang tangguh seperti yang dirumuskan dalam visi pembangunan pertanian periode 2015-2019. Visi pembangunan pertanian periode 2015-2019 adalah terwujudnya sistem pertanian bioindustri berkelanjutan yang menghasilkan beragam pangan sehat dan produk bernilai tambah tinggi berbasis sumberdaya lokal untuk kedaulatan pangan dan kesejahteraan

petani (Renstra Kementan 2015-2019. Hal : 106).

Vanili merupakan salah satu tanaman perkebunan yang mempunyai nilai ekonomi yang cukup tinggi, karena mempunyai nilai ekonomi yang cukup tinggi, sehingga mendorong para petani untuk membudidayakan vanili. Harga rata-rata vanili perkilogram berkisar antara Rp. 600.000,- sampai 800.000,- per kg basah di tingkat petani. Bupati Alor Mengungkapkan saat ini harga vanili dapat mencapai Rp. 6.000.000,- per kg (Kompas, 18-3-2019). Sementara itu Panca (2018) mengungkapkan harga vanili dipasar dalam negeri berada pada kisaran Rp. 4.000.000,- hingga Rp. 4.500.000,- per kg kering. Sementara harga vanili Tahiti dijual lebih mahal, yaitu pada kisaran Rp. 5.500.000,- hingga 6.000.000,- per kg kering. Vanili kering yang sebagian besar terjadi pada perdagangan di tingkat petani harganya berkisar Rp. 3.000.000,- hingga Rp. 3.500.000,- per kg. Sementara, di pasar luar negeri, berdasarkan data Eurovanille, harga vanili bisa menembus 600 dolar AS per kg.Panca (2018, 2-okt)

Tanaman vanili dapat tumbuh pada ketinggian tempat 0-1500 m dpl dengan curah hujan 1500-3000 mm/tahun dan suhu udara 15-30°C (Kumar dan Balamohan, 2013). tetapi pertumbuhan terbaiknya pada daerah dengan curah hujan 1778-2286 mm/tahun dan suhu udara 21-32°C (Menon dan Nayeem, 2013). Daerah yang sangat sesuai untuk tanaman vanili harus mempunyai bulan basah selama 7 sampai 8 bulan dan kering 2 sampai 3 bulan per tahun (Rosman, 2005). Melihat hal tersebut sehingga Desa Kelaisi Barat kecamatan Alor selatan merupakan salah satu desa di kabupaten Alor yang memiliki keadaan cuaca yang cocok untuk tanaman vanili. Oleh karena hal itu juga mengakibatkan Kelurahan Kelaisi Timur kecamatan Alor Selatan menjadi desa dengan produktivitas vanili tertinggi di Kabupaten Alor yakni pada tahun 2015 sebesar 49 ton, 2016 sebesar 55 ton dan 2017 sebesar 87 ton.

Di wilayah Kabupaten Alor, umumnya petani menjual vanili dalam bentuk buah vanili segar sedangkan vanili kering diolah oleh pedagang pengumpul. Meskipun memiliki harga yang cukup tinggi, harga vanili belum sepenuhnya dapat dinikmati oleh petani. Berdasarkan survey awal, harga vanili segar atau basah di kecamatan Alor Selatan Berada pada kisaran Rp 600.000,- hingga Rp.800.000,- per kg dan harga vanili kering berkisar antara Rp.

3.000.000,- hingga Rp. 3.500.000,- melihat kesenjangan tersebut, perlu dilakukan penelitian terkait pemasaran vanili di Kelurahan Kelaisi Timur Kecamatan Alor Selatan Kabupaten Alor.

Aspek Pemasaran menjadi penting mengingat pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh seseorang dalam upaya menjual hasil produknya. (Firdaus, 2008). Dalam pemasaran produk-produk agribisnis, sering terjadi pembagian margin pemasaran yang tidak seimbang. Banyak kasus justri petani sebagai produsen mendapatkan hanya sebagian kecil share dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Maqfirah dkk (2018), mengatakan bahwa total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh seluruh lembaga pemasaran I yaitu Rp. 15.442,-/kg. Dengan harga 1 kg kopi yng diterima petani sebesar Rp. 10.000,-/kg dimana petani menjual kopi dalam bentuk gelondongan (kopi segar) sedangkan untuk 1 kg konsumen akhir (Eksportir) membayar sebesar Rp. 75.000,-/kg.

Persentase *margin share* diperoleh dari perbandingan antara sebaran harga dengan harga ditingkat eksportir dikali dengan 100%. Pada saluran pemasaran I, keuntungan tertinggi pada *margin share* terdapat pada pedagang eksportir yaitu 67,77% atau sebesar Rp. 50.830,-/kg dan pada petani 9,64% atau

sebesar Rp. 7.228,-per kg lalu pedagang pengumpul 2% atau sebesar 1.500,- per kg. Nilai *farmer's share* terendah diperoleh petani yaitu 13,3%, nilai *farmer's share* pada pedagang pengumpul sebesar 16% dan nilai tertinggi diperoleh pedagang eksportir sebesar 100%. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang pemasaran vanili di Kecamatan Alor Selatan Kabupaten Alor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kelurahan Kelaisi Timur Kecamatan Alor Selatan Kabupaten Alor pada bulan Sempتمبر - Oktober 2019.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey. Jenis data yang dikumpulkan berupa data primer yang diperoleh dari wawancara langsung dengan responden berdasarkan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan dan data sekunder diperoleh dari instansi terkait, Badan Pusat Statistik, sumber kepustakaan dan internet.

Penentuan lokasi dilakukan dengan cara *Purposive Sampling*, dengan pertimbangan bahwa kecamatan Alor Selatan merupakan produksi vanili tertinggi di Kabupaten Alor dengan Kelurahan Kelaisi Timur sebagai lokasi dengan produksi vanili tertinggi di kecamatan tersebut. Tahap kedua yaitu penentuan petani sampel yang diambil secara acak sederhana

Berdasarkan pengamatan pendahuluan, tataniaga vanili di Kelurahan Kelaisi Timur Kecamatan Alor Selatan Kabupaten Alor diduga sama halnya dengan pemasaran produk- produk agribisnis lainnya seperti data yang sudah dijelaskan diatas. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang pemasaran vanili di Kelurahan Kelaisi Timur Kecamatan Alor Selatan Kabupaten Alor.

(*Simple Random Sampling*) yaitu semua petani yang berusahatani vanili dan telah memasarkan hasil produksinya kurang lebih 2 tahun. Dari jumlah populasi pada lokasi penelitian sebanyak 120 orang petani, digunakan rumus slovin untuk menghitung jumlah sampel yang akan diteliti dengan menggunakan persamaan :

$$n = \frac{N}{1 + N(d^2)} \quad (1)$$

Berdasarkan persamaan di atas maka jumlah responden yang akan diteliti yaitu sebanyak:

$$n = \frac{120}{1 + 120(0,1^2)}$$

$$= \frac{120}{2,2}$$

$$= 54$$

Model Analisis Data

Data yang dikumpulkan akan dianalisis berdasarkan tujuan yang ingin dicapai sebagai

berikut : Untuk mengetahui saluran pemasaran vanili di Kabupaten Alor digunakan analisis secara deskriptif dan untuk mengetahui *farmer's share* dan marjin pemasaran

- Untuk menghitung *farmer's share* digunakan persamaan :

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \quad (2)$$

(Sudiyono, 2002)

- Untuk menghitung marjin pemasaran digunakan persamaan :

$$MP = Pr - Pf \quad (3)$$

(Sudiyono, 2002)

- Kemudian dilanjutkan dengan menghitung keuntungan pemasaran dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Keuntungan} = (Hj - Hb) - B \quad (4)$$

Ket :

K = Keuntungan (Rp/Kg)

Hj = Harga Jual (Rp/Kg)

Hb = Harga Beli (Rp/Kg)

B = Biaya (Rp/Kg)

- Untuk menghitung efisiensi biaya pemasaran vanili di gunakan persamaan:

$$E = \frac{Bi}{Hi} \times 100\% \quad (5)$$

(Azzaino, 1982)

Dimana :

FS = *farmer's share* (%)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

MP = Marjin pemasaran (Rp/Kg)

E = Efisiensi Pemasaran

Bi = Biaya

Hi = Harga

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fungsi-Fungsi Pemasaran

1. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran terdiri dari fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Menurut hasil penelitian fungsi penjualan yang dilakukan adalah petani menjual langsung hasil produksinya kepada pedagang, baik itu pedagang pengumpul ataupun pedagang antar pulau. Dan pedagang pengumpul dan PAP yang melaksanakan fungsi penjualan dan fungsi pembelian.

2. Fungsi Fisik

Terdiri dari fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan. Fungsi pengangkutan yang dilakukan oleh petani adalah dengan memakai jasa tukang ojek untuk mengangkut produk menuju ke tempat penjualan. Di pedagang pengumpul dan PAP mereka melakukan fungsi pengangkutan dengan cara mengangkut vanili yang sudah dibeli di Kelurahan

Kelaisi Timur menggunakan truk atau pick up.

Fungsi penyimpanan, untuk fungsi penyimpanan, petani tidak melakukan penyimpanan terhadap hasil produknya. Di pedagang pengumpul juga tidak melakukan fungsi penyimpanan. Fungsi penyimpanan hanya dilakukan oleh PAP yaitu mereka melakukan penyimpanan selama proses pengeringan dan sampai produk siap untuk dikirim.

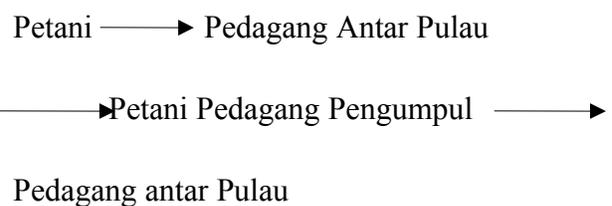
3. Fungsi Fasilitas

Terdiri dari fungsi sortasi, fungsi pembiayaan, fungsi penanggung resiko dan fungsi informasi pasar. Di daerah penelitian para petani tidak melakukan sortasi dalam kegiatan pasca panen. Sortasi hanya dilakukan oleh PAP setelah vanili kering dan siap untuk dipasarkan. Fungsi pembiayaan yang terjadi didalam pemasaran vanili adalah petani mengeluarkan biaya-biaya seperti biaya produksi, biaya pasca panen, biaya pengepakan, biaya pajak lahan dan biaya lain-lain. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul antara lain biaya pengangkutan, tenaga kerja, pengepakan, penyusutan resiko produksi dan biaya lain-lain, sedangkan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh PAP adalah biaya pengeringan, tenaga kerja, pengangkutan,

pengepakan, penyusutan peralatan, resiko produksi dan biaya lain-lain. Untuk informasi pasar petani mengetahuinya dari para pedagang dan para pedagang mendapatkan informasi dari mendapatkan informasi dari sesama pedagang dan dari pemerintah.

Saluran Pemasaran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, saluran pemasaran komoditi vanili di Kelurahan Kelaisi Timur Kecamatan Alor Selatan Kabupaten Alor adalah sebagai berikut



Terdapat 2 saluran pemasaran komoditi vanili di Kelurahan Kelaisi Timur Kecamatan Alor Selatan Kabupaten Alor. Terdapat 54 orang petani yang dijadikan responden menjual hasil produksi vanilinya menjadi 2 bagian, ada yang menjual produksi vanilinya langsung ke pedagang antar pulau (PAP) adapula yang masih menjualnya ke pedagang pengumpul kemudia pedagang pengumpul akan menjualnya lagi ke pedagang antar pulau (PAP).

Biaya, Marjin Pemasaran, *Farmers share*, Keuntungan Pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran

Suatu kegiatan pemasaran sangat memerlukan biaya untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Semakin panjang suatu saluran pemasaran maka semakin besar pula biaya yang akan dikeluarkan. Selain biaya, keuntungan juga menjadi pertimbangan lembaga pemasaran dalam memasarkan produknya. Besarnya biaya yang dikeluarkan serta keuntungan yang didapatkan akan berpengaruh terhadap marjin pemasaran.

Selisih harga yang dipasarkan produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran dan *farmers share* adalah perbandingan harga yang dibayar oleh konsumen dan harga yang diterima oleh produsen.

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 4.10 Merujuk pada penelitian Suwarso (2002), tentang Semi-Sintesis Vanili dari Guaiakol Via Reaksi Reimer–Tiemann yang Dikatalis Dengan Katalis Transfer Fase/PTC : [18]-Crown Ether-6, yang mengatakan bahwa hasil sintesis vanili yang didapat, secara nyata menunjukkan kenaikan rendemen vanili hingga 51,2% jika dibandingkan dengan rendemen vanili melalui reaksi Reimer–

Tiemann secara konvensional yaitu sebesar 24,4%.

Harga vanili kering ditingkat Pedagang antar Pulau adalah sebesar Rp. 4.000.000,- per kg kering. Oleh karena di Kabupaten Alor metode pengeringan yang digunakan adalah metode konvensional sehingga merujuk pada penelitian Suwarso (2002), dimana hasil analisis rendemen vanili secara konvensional adalah sebesar 24,4%. 1 kg vanili basah sebanding dengan 244 gram vanili kering, Dari hasil rendemen vanili secara konvensional tersebut maka, digunakan rumus harga ditingkat PAP dibagi 1000 gram dikali 24,4%. Berdasarkan hasil rendemen tersebut diketahui bahwa harga 1 kg vanili kering di tingkat PAP sebesar Rp. 976.000,- per kg.

diketahui bahwa harga jual vanili ditingkat petani berbeda yaitu pada saluran tingkat I harga vanili Rp. 800.000,- per kg basah dan ditingkat PAP harga vanili Rp. 976.000,- per kg kering dan disalurkan tingkat II harga vanili basah ditingkat petani Rp. 600.000,- per kg, ditingkat pedagang pengumpul Rp. 800.000,- dan di PAP Rp. 976.000,-.

Pada saluran tingkat I biaya yang dikeluarkan oleh petani sebesar Rp. 5.374,41 per kg sedangkan biaya yang dikeluarkan PAP sebesar Rp. 35.454,55 per kg. Dengan demikian marjin yang didapat oleh petani

sebesar Rp. 0 per kg dengan keuntungan sebesar Rp. 170.625,59 dan *farmers sharenya* sebesar 81,97% dan marjin yang didapat oleh PAP sebesar Rp. 176.000,- per kg dengan keuntungan sebesar Rp. 140.545,45. Pada saluran tingkat II biaya yang dikeluarkan oleh petani adalah Rp. 5.374,41 per kg dengan marjin yang didapat oleh petani adalah Rp.0,- dengan keuntungan sebesar Rp. 370.625,59 dan *farmers sharenya* sebesar 61,48 %.

Ditingkat pedagang pengumpul biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 3.781,25 per kg dengan marjin yang diperoleh adalah Rp. 200.000,- dengan keuntungan sebesar Rp. 196.218,75 dan ditingkat PAP biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 35.454,55 per kg dengan marjin yang diperoleh adalah Rp. 176.000,- per kg dengan keuntungan sebesar Rp. 140.545,45.

Tabel 1. Harga, Biaya, Marjin, Keuntungan Pemasaran dan *Farmer's share*

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga Rp/Kg	Biaya Rp/Kg	Marjin Rp/Kg	Keuntungan Rp/Kg	<i>Farmer's share</i> %
I	Petani	800.00	5.374,4		170.625,5	81,97
		0	1		9	
	PAP	976.00	35.454,55	176.00	140.545,4	
	Konsumen	976.00		0	5	
II	Petani	600.00	5.374,4		370.625,5	61,48
		0	1		9	
	Pedagang Pengumpul	800.00	3.781,25	200.00	196.218,7	
		0	5	0	5	
	PAP	976.00	35.454,55	176.00	140.545,4	
	Konsumen	976.00		0	5	

Sumber : Data primer diolah (2020)

Tabel 2. Tingkat Efisiensi Pemasaran

Sumber: Data primer diolah (2020)

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga Rp/Kg	Biaya Rp/Kg	Efiseinsi %
I	Petani	800.000	5.374,41	0,01
	PAP	976.000	35.454,55	0,04
	Konsumen	976.000		
II	Petani	600.000	5.374,41	0,01
	Pedagang Pengumpul	800.000	3.781,25	0,00
	PAP	976.000	35.454,55	0,04
	Konsumen	976.000		

Semakin kecil persentase yang diperoleh, maka kegiatan pemasaran semakin efisien. Berdasarkan tabel disamping ini, maka kedua saluran pemasaran vanili di Kelurahan Kelaisi Timur telah efisien, dengan persentase

Pembahasan

Dari hasil penelitian diketahui bahwa petani lebih memilih menjual hasil produksi vanili ke pedagang antar pulau (PAP). Hal ini juga seperti dikatakan oleh OLong (2013) bahwa dengan memperpendek saluran pemasaran maka petani harus menjual hasil produknya dalam jumlah yang banyak. Hal itu juga dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan oleh PAP lebih besar dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul.

Petani vanili menjual langsung vanili secara langsung kepada pedagang antar pulau (PAP) maupun kepada pedagang pengumpul yang juga secara langsung mendatangi petani di tempat yang sudah ditentukan yang dekat dengan tempat produksi vanili tersebut sehingga jarak petani dengan konsumen dekat. Hal ini juga ditemukan dalam penelitiannya Listyaningrum (2013) yang mengemukakan variabel harga di tingkat petani, jumlah lembaga pemasaran yang dilalui dan jarak petani dengan lembaga pemasaran terdekat baik secara bersama-

saluran I ditingkat petani yaitu 0,01% dan di PAP yaitu 0,04%, dan disalurkan tingkat II ditingkat petani yaitu 0,01% ditingkat pedagang pengumpul 0,00% dan tingkat PAP 0,04.

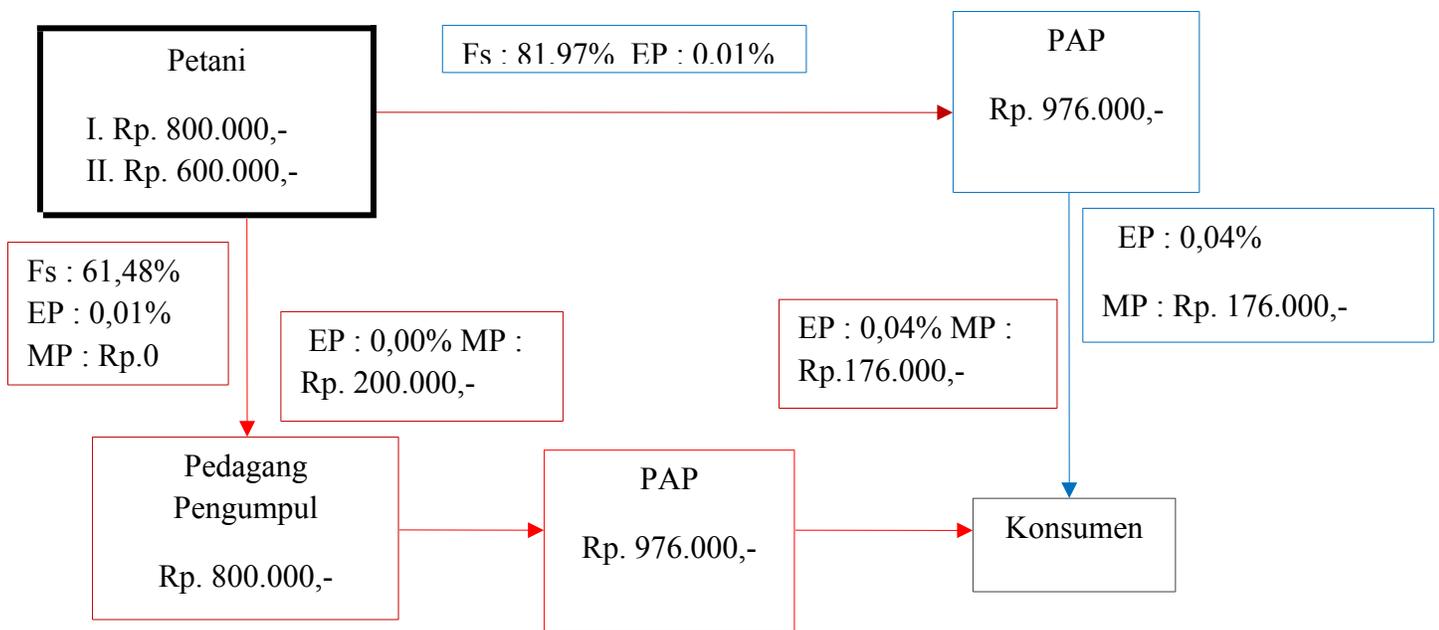
sama maupun secara individu berpengaruh nyata terhadap margin pemasaran.

Besarnya biaya pemasaran vanili disetiap lembaga pemasaran berbeda yang juga dapat berpengaruh pada harga ditingkat pedagang antar pulau (PAP) selaku konsumen akhir vanili di Kabupaten Alor dan juga *farmer's share* yang diperoleh. Ini juga diperkuat oleh Muhammad Arbi (2018) bahwa besarnya biaya pemasaran akan mempengaruhi harga pada tingkat konsumen akhir dan *farmer's share*.

Dalam pemasaran vanili harga jual di setiap lembaga pemasaran berbeda-beda tergantung seberapa besar biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dan keuntungan yang akan diperoleh setiap lembaga pemasaran itu pula. Hal ini juga dikemukakan oleh Pratagama (2015) Perbedaan harga dimasing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung pada tingkat keuntungan yang diambil masing-masing lembaga pemasaran.

Efisiensi pemasaran bisa dipengaruhi dari panjang pendeknya saluran pemasaran. Semakin pendek saluran pemasaran semakin kecil pula biaya pemasarannya. Berdasarkan rumus Dowing dan Erickson (1992) bahwa sistem pemasaran dikatakan efisien kalau nilai efisien pemasarannya adalah < 1 ,

dengan melihat hasil analisis yang ada pada tabel 4.11 dimana nilai efisiensi dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran vanili di Kelurahan Kelaisi Timur Kecamatan Alor Selatan Kabupaten Alor < 1 yang artinya efisien.



Bagan 1. Ringkasan Pembahasan Analisis Pemasaran Vanili

Keterangan

FS : *Farmer's share*

EP : Efisiensi Pemasaran

MP : Marjin Pemasaran

PAP : Pedagang Antar Pulau

KESIMPULAN DAN DARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran Vanili di Kelurahan Kelaisi Timur Kecamatan Alor Selatan Kabupaten Alor terbagi menjadi dua yaitu Saluran P1 petani

- menjual produk vanili langsung ke pedagang antar pulau dan saluran P2 petani menjual produk vanili ke pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul akan menjualnya lagi ke pedagang antar pulau.
2. Margin pemasaran atau selisih harga dari kedua saluran pemasaran yang ada yaitu disaluran P1 memiliki margin sebesar Rp. 176.000,- per kg, dan pada saluran saluran P2 margin yang diperoleh sebesar Rp. 200.000,- per kg ditingkat pedagang pengumpul dan ditingkat pedagang antar pulau margin yang diterima sebesar sebesar Rp. 176.000,-per kg.
 3. *Farmer's share* tertinggi yang diterima petani berada pada saluran P1 yaitu petani mendapatkan sebesar 81,97% dan saluran P2 sebesar 61,48%.Keuntungan terbesar diterima oleh petani saluran pemasaran Iiyakni Rp. . 370.625,59 per kg
 4. Saluran pemasaran vanili di Kelurahan Kelaisi Timur Kecamatan Alor Selatan sudah efisien, hal ini dilihat dari nilai efisiensi < 1, yaitu nilai efisiensi 0,01-0,04.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat disarankan sebagai berikut :

1. Kepada petani Kelurahan Kelaisi Timur agar lebih giat lagi dalam berusaha vanili karena usahatani vanili mempunyai nilai ekonomi yang cukup tinggi, dan juga petani harus mencari informasi-informasi terbaru tentang pemasaran vanili

2. Kepada pemerintah agar lebih memperhatikan infrastruktur di Kelurahan Kelaisi Timur agar produk dapat tersalurkan dengan baik.
3. Pemerintah juga harus lebih giat lagi melakukan penyuluhan kepada petani dan memberikan informasi-informasi terbaru tentang vanili, pemasaran, penanganan pasca panen, dll secara khusus memberikan pelatihan kepada petani bagaimana proses pengeringan vanili karena vanili kering memiliki nilai jual yang sangat tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arbi M. 2018. Analisis Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik di Kecamatan Rambutan Kecamatan Banyuasin. JSEP Vol 11 No. 1 Maret 2018.
- Azzaino. 1982. Pengantar Tataniaga Pertanian. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian IPB. Bogor
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Alor 2015. Statistik Pertanian 2008
- Downey, W. D. dan S. P. Erickson. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga, Jakarta.
- Firdaus, Muhammad.2008. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara
- <https://regional.kompas.com/read/2019/03/18/19470711/harga-vanili-kering-di-kabupaten-alor->

- [mencapai-rp-6-juta-per-kg,](#)
diakses tanggal 4 Juli 2019
- [http://malpertanian.blogspot.com/2014/04/materi-pasca-panen.html?m=1,](http://malpertanian.blogspot.com/2014/04/materi-pasca-panen.html?m=1)
diakses 12 September 2019
- [https://ekonomi.kompas.com/read/2018/03/09/070300026/andalkan-pertanian-indonesia-bisa-jadi-negara-berpendapatan-tinggi,](https://ekonomi.kompas.com/read/2018/03/09/070300026/andalkan-pertanian-indonesia-bisa-jadi-negara-berpendapatan-tinggi) diakses tanggal 4 Juli 2019
- [http://repository.ui.ac.id/contents/koleksi/2/82dcdd2395f30f7ec47b36fc6936d2c3f05d3bdd.pdf,](http://repository.ui.ac.id/contents/koleksi/2/82dcdd2395f30f7ec47b36fc6936d2c3f05d3bdd.pdf) diakses 14 November 2020
- Kementerian Pertanian. Rencana Strategis Kementerian Pertanian Tahun 2015-2019.
- Listyaningrum, Niken. 2013. “Analisis Pemasaran dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Marjin Pemasaran Bawang Putih Di Kabupaten Karanganyar”. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.
- Menon, S and N. Nayeem. 2013. *Vanilla planifolia* : A review of a plant Commonly used as flavouring agent. International journal of Pharmaceutical Sciences Review and Research.
- Olong Ibrahim. 2013. Analisis Pemasaran Pala (*Myristica Fragrans Houtt*) di Desa Morella Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pattimura. Jurnal Vol. 1 No. 3 Juni 2013
- Pranatagama, Mhammad Friendly. 2015. Efisiensi dan Bauran Pemasaran Kacang Tanah di Desa Darungan Kabupaten Jember . Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Rosman, R. 2005. Status dan strategi pengembangan panili di Indonesia. Perspektif
- Sudiyono. 2002. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang : UMM Press