

ANALISIS PEMASARAN PRODUK ROTAN OLAHAN DI KOTA BINJAI (MARKETING ANALYSIS OF RATTAN PRODUCTS PROCESSED IN BINJAI)

Pardamean Tampubolon¹, Irawati Azhar², Tito Sucipto²

¹Mahasiswa Program Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Sumatera Utara, Jl. Tri Dharma Ujung No. 1 Kampus USU Medan 20155

(*Penulis Korespondensi, E-mail : Pardamean_Tampuz@yahoo.co.id)

²Staff Pengajar Program Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara, Medan 20155

Abstract

Utilization of non timber forest products, especially rattan gives a positive impact on industrial development in Indonesia. This study aims to determine the type and price of raw materials of rattan and rattan products processed were traded, and analyze the marketing flow of rattan product processed in Binjai of raw materials derived from Langkat. Data retrieved through interviews with intermediaries rattan craftsmen and traders, and tabulated, then calculated using the formula of marketing margins and profit margins are then analyzed.

*Rattan species that dominate in the industry, namely sega (*Calamus caesius* Blume) and getah (*Daemonorops angustifolia* Mart) and the type of rattan genera *Calamus* and *Daemonorops* be priced between Rp.3.000-Rp.20.000 per stem or per kg. Processed rattan products are tables, chairs, baskets, hood serving, place parcel rattan, wicker mirror with a selling price of between Rp.8.000-Rp.400.000 per unit. Based on the R/C ratio of the products in the rattan industry Aslinda, production of wicker basket viable and economically beneficial to the R/C ratio > 1 of 100 units of the product. There are three (3) types of marketing flow in Binjai, that is 1). The craftsmen is directly to consumer, 2). The craftsmen to store/retailers who will resell it to consumers and 3). The craftsmen and also seller to the consumer.*

Keywords : rattan, rattan products, marketing analysis, R/C ratio

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Hutan adalah sebuah kawasan yang ditumbuhi oleh pepohonan dan tumbuhan lainnya. Hasil hutan dibagi menjadi dua bagian yaitu hasil hutan berupa kayu dan hasil hutan non kayu. Hasil hutan non kayu terdiri atas produk nabati dan hewan. Hasil hutan non kayu nabati bisa dikelompokkan ke dalam kelompok rotan, kelompok bambu dan kelompok bahan ekstraktif misalnya damar, terpentin, kopal, gondorukem dan sebagainya. Menurut Sasmuko (1999) bahwa potensi hasil hutan bukan kayu Provinsi Sumatera Utara cukup tinggi antara lain berupa rotan, kulit kayu, minyak atsiri, arang, maupun getah-getahan.

Rotan merupakan salah satu komoditas hasil hutan bukan kayu yang cukup penting dan potensial. Rotan juga merupakan tanaman yang tumbuh di daerah tropis, sehingga tanaman ini banyak dijumpai di Indonesia. Rotan Indonesia mempunyai posisi yang dominan di pasar dunia, yaitu menguasai 80% bahan baku rotan dunia. Selain di Indonesia, tanaman produk rotan dapat pula dijumpai di Philipina, Thailand, Malaysia, India, Vietnam, Madagaskar, dan Maroko. Namun, potensi terbesar saat ini terdapat di Indonesia. Hal ini dapat terlihat bahwa di Indonesia, rotan tumbuh secara alami dan tersebar di daerah Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Irian Jaya, dengan potensi sekitar 622.000 ton/tahun (Depperindag, 2008).

Rotan sebagai salah satu hasil hutan non kayu mempunyai peranan dalam pembangunan di Indonesia, karena didapat dalam jumlah yang banyak, mudah cara penyebarannya dan luas pemanfaatannya. Peningkatan

mutu pemanfaatannya, baik yang tumbuh secara alami maupun proses pembudidayaan merupakan modal pengusahaan hasil hutan non kayu yang sangat menguntungkan untuk masa mendatang.

Sehubungan dengan semakin tingginya pemanfaatan hasil hutan bukan kayu terutama jenis rotan perlu diketahui bagaimana sistem pengolahan, teknologi yang digunakan dan yang paling penting untuk diperhatikan adalah bagaimana alur pemasarannya karena salah satu hal yang paling menentukan dalam keberhasilan suatu produk adalah sistem pemasarannya.

Kota Binjai merupakan salah satu daerah yang masyarakatnya memanfaatkan rotan sebagai mata pencahariannya di Sumatera Utara. Kabupaten Langkat merupakan daerah penghasil bahan baku rotan dan lokasi tersebut tidak jauh pemanfaatan dan pemasarannya dari Kota Binjai. Sementara itu belum diketahui sistem pengolahan dan pemasarannya. Untuk itulah perlu dilakukan penelitian ini, untuk mendapatkan data jenis rotan yang dimanfaatkan masyarakat dan harganya serta peranan rotan tersebut, apakah memberikan dampak yang signifikan bagi pendapatan masyarakat pengambil rotan serta yang memanfaatkan rotan.

Industri meubel rotan merupakan salah satu usaha yang berkembang di kota Binjai. Jenis barang yang diproduksi yaitu perabotan rumah tangga, meliputi seperangkat meja-kursi tamu, meja-kursi makan, kursi goyang, kursi santai serta berbagai macam rak dan barang-barang hiasan serta peralatan menangkap ikan. Kota Binjai juga memiliki kawasan industri rotan, yang diharapkan dapat berperan dalam mendorong pengembangan industri mebel rotan sehingga

kesejahteraan masyarakat di Kota Binjai dalam bidang ekonomi dapat ditingkatkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data jenis dan harga bahan baku rotan serta produk rotan olahan yang diperdagangkan di Kota Binjai, dan Menganalisis alur dari pemasaran produk hasil olahan rotan

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Binjai, Provinsi Sumatera Utara. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai bulan Juli 2013.

Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat tulis dan kamera. Bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar kuisioner pengrajin dan pedagang, serta dokumen lainnya yang berkaitan dengan aspek penelitian yang berada di Kota Binjai.

Prosedur Penelitian

1. Persiapan

Kegiatan yang dilakukan dalam tahapan ini mencakup:

a. Penentuan Lokasi

Sebelum menentukan lokasi penelitian, terlebih dahulu dilakukan survei lokasi dan selanjutnya dipilih lokasi penelitian. Dasar pemilihan Kota Binjai sebagai sampel adalah adanya masyarakat yang memanfaatkan rotan dan jarak lokasi bahan baku rotan tidak jauh dari industri.

b. Survei Lapangan

Kegiatan ini merupakan kegiatan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung melalui wawancara dengan masyarakat dan instansi pemerintah tentang responden. Sehingga diperoleh gambaran keadaan lapangan dan kegiatan masyarakat yang memanfaatkan rotan di Kota Binjai.

c. Penentuan Sampel Responden

Responden dalam penelitian ini adalah adalah pengrajin dan pedagang rotan olahan yang terdapat di Kota Binjai. *Key informan* diambil secara *purposive sampling* yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Jumlah responden yang dijadikan sampel yaitu sebagai berikut:

- 1) Apabila jumlah responden ≤ 100 , maka diambil seluruh responden
- 2) Apabila jumlah responden > 100 , maka diambil 10-15% dari jumlah responden (Arikunto, 2002).

Setelah dilakukan pengumpulan data dan sensus, diperoleh data sebanyak 21 responden. Data yang diperoleh dari dinas perindustrian adalah sebanyak 18 responden dengan rincian 4 responden berbentuk industri (pengrajin) dan 14 responden berbentuk usaha dagang (pedagang) sedangkan 3 responden lainnya diperoleh dari sensus yaitu 2 responden berbentuk industri (pengrajin) dan 1 responden berbentuk usaha dagang (pedagang). Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang pertama.

2. Pengambilan Data

Pengambilan data dilakukan dengan survei dan wawancara yang bertujuan untuk mengetahui cara pemanfaatan rotan oleh masyarakat. Data yang dikumpulkan adalah pengolahan rotan, pendapatan dari rotan serta pemasaran rotan.

a. Pengolahan rotan

Pengolahan rotan dan jenis rotan yang dimanfaatkan diketahui dari hasil pertanyaan langsung dengan kuisioner, mengambil gambar pengolahan dan pemanfaatan rotan.

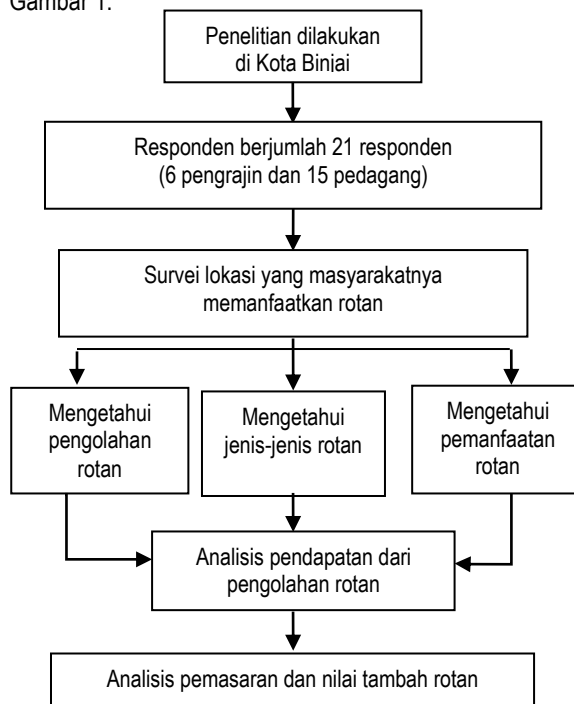
b. Pendapatan dari rotan

Pendapatan dari rotan (dengan dijual langsung atau setelah dilakukan pengolahan) diketahui dari menanyakan kepada masyarakat harga jual barang yang telah dilakukan pengolahan dan berapa banyak bahan rotan yang digunakan untuk membuat produk tertentu. Setelah itu dibandingkan antara rotan yang dijual langsung dengan diolah terlebih dahulu.

c. Pemasaran rotan

Untuk mengetahui sistem pemasaran rotan dilakukan dengan wawancara mengenai produk yang dihasilkan oleh masyarakat yang kemudian dikaitkan dengan harga jual tiap produknya. Sehingga diketahui besarnya nilai tambah yang diperoleh oleh masyarakat. Kemudian data hasil wawancara dihitung dengan menggunakan rumus margin pemasaran.

Proses pengambilan data dan penulisan skripsi penelitian ini dilakukan dengan prosedur seperti skema pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan Alur Penelitian

Analisis Data

1. Analisis Pendapatan Usaha

Dalam analisis pendapatan usaha dilakukan perhitungan biaya produksi total (biaya tetap total dan biaya variabel total). Setelah mengetahui biaya produksi dihitung penerimaan dan keuntungan.

Menurut Aziz (2003) rumus perhitungan biaya produksi, penerimaan dan keuntungan adalah sebagai berikut:

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

$$TR = P \times Q$$

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

P = Harga produk per unit

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.

2. 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) dalam turnip (2013).

Rumus ini diformulasikan sebagai berikut:

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

Keterangan :

R/C > 1, maka usaha untung

R/C = 1, maka usaha impas

R/C < 1, maka usaha rugi

3. Analisa 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. Menurut Ulya dkk (2007) dalam turnip (2013), secara matematis formula umum marjin pemasaran dirumuskan sebagai berikut yaitu :

$$Mji = Pr - Pf$$

Keterangan :

Mji = Marjin Pemasaran

Pr = Harga penjualan pemasaran di tingkat konsumen

Pf = Harga pembelian pemasaran 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).

Rumus 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. Strategi yang dapat dilakukan oleh produsen dan lembaga pemasaran untuk meningkatkan efisiensi pemasaran adalah dengan memperluas pasar dan memperkecil marjin pemasaran. Strategi memperluas pasar dapat ditempuh dengan memperbesar permintaan konsumen dan pelaksanaan pemasaran tertata.

Pemasaran dianggap efisien bila memenuhi dua syarat yaitu :

1. Mampu menyampaikan hasil produksi dari produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya.
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang terkait dalam kegiatan pemasaran tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Letak dan Luas Wilayah

Penelitian ini dilakukan di Kota Binjai. Posisi kota ini cukup strategis untuk dijadikan sebagai kota perdagangan, karena terletak di jalur lintas Sumatera. Jalur ini menghubungkan Kota Binjai dengan kota atau kabupaten yang terdapat di Sumatera Utara, seperti Kota Medan, Kabupaten Langkat dan Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam.

Binjai memiliki 5 (lima) kecamatan yaitu Kecamatan Binjai Selatan, Binjai Kota, Binjai Timur, Binjai Utara dan Binjai Barat. Kecamatan dengan wilayah terbesar yaitu Kecamatan Binjai Selatan (29,96 km²) sedangkan yang terkecil adalah Binjai Kota (4,12 km²) (BPS Kota Binjai, 2002).

Kota ini memiliki batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Kecamatan Hamparan Perak, Kab. Deli Serdang
2. Sebelah Selatan : Kecamatan Sei Bingei, Kab. Langkat
3. Sebelah Barat : Kecamatan Selesai, Kab. Langkat
4. Sebelah Timur : Kecamatan Sunggal, Kab. Deli Serdang

Karakteristik Responden

1. Karakteristik pengrajin rotan

Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini antara lain: umur, pekerjaan utama, penghasilan, pendidikan, jumlah tenaga kerja dan jumlah produksi setiap hari. Pengrajin rotan memilih pengusahaan industri rotan karena prosesnya tidak begitu sulit dan bahan baku yang mudah diperoleh dari

pengumpul rotan yang lokasinya tidak jauh dari industri pengrajin. Berdasarkan data Dinas Koperasi UKM dan Perindag Kota Binjai diperoleh 4 industri rotan yaitu kerajinan rotan Aslinda, kerajinan rotan Rahman Riski, kerajinan rotan Kadiya, kerajinan rotan Nadijo. Setelah dilakukan survei di lapangan diketahui bahwa 4 industri tersebut masih beroperasi dan diperoleh data baru atau belum tercatat di dinas yaitu kerajinan rotan Darwis dan kerajinan rotan M. Idris. Pemilik industri mengatakan kekurangan modal untuk mengembangkan usahanya dan kesulitan dalam pemasaran disebabkan semakin banyaknya usaha kerajinan rotan yang ilegal (tidak tercatat). Hal tersebut merupakan penyebab usaha kerajinan seperti ini bangkrut.

2. Karakteristik Pedagang produk rotan

Pedagang produk rotan memiliki peran yang sangat penting dalam pemasaran produk olahan rotan. Pedagang berperan menyampaikan produk dari produsen (pengrajin) kepada konsumen. Berdasarkan data Dinas Koperasi UKM dan Perindag Kota Binjai diperoleh yaitu 14 usaha dagang yaitu UD. Fadliyansyah, UD. M. Hasim, UD. Moraludin, UD. Yusriarti, UD. Kadiya, UD. Soluddin, UD. Yayan, UD. Paini, UD. Turiah, UD. Misnan, UD. Sakidah, UD. Suriono, UD. Temon, UD. Linda. Setelah dilakukan survei lapangan, diketahui bahwa beberapa nama usaha sudah tutup dan tidak ditemukan. Ketika survei diperoleh nama usaha baru yang belum tercatat di dinas yaitu UD. Natsir Lubis dan UD. Tugimin. Pemilik usaha ini mengatakan bahwa biaya izin usaha dari dinas sangat mahal dan pajak yang dikenakan cukup tinggi, sehingga mereka hanya meminta izin usaha dari lurah dengan biaya yang lebih murah.

Pengolahan Rotan

Rotan merupakan salah satu jenis substitusi kayu yang dapat diolah menjadi berbagai produk maupun *furniture* seperti kursi, meja dan lainnya. Namun sebelum dibentuk menjadi suatu produk, terlebih dahulu rotan melalui proses pengolahan atau merunti. Tujuannya ialah agar bahan baku lebih awet dan kuat serta mendapatkan produk yang berkualitas. Tahapannya yaitu:

a. Penyortiran atau pemilihan rotan

Pada tahapan ini rotan dipilih sebelum diterima di tempat penumpukan. Kriterianya ialah rotan yang segar dan berkualitas baik serta berumur cukup tua, dapat dilihat dari diameter rotan yang berbentuk silindris dan bertekstur keras.

b. Penggorengan

Tujuannya ialah menurunkan kadar air dalam rotan untuk mencegah terjadinya serangan jamur. Caranya ialah rotan diikat menjadi suatu bundelan, kemudian dimasukkan ke dalam wadah berisi oli bekas yang dipanaskan di atas tungku.

c. Penggosokan (pembersihan)

Setelah proses penggorengan, rotan ditiriskan setelah beberapa menit lalu rotan digosok dengan kain perca yang dicampur dengan serbuk gergaji. Tujuannya ialah untuk menghilangkan kotoran yang menempel pada rotan, sehingga diperoleh kulit rotan yang bersih dan mengkilap.

d. Pengeringan

Proses pengeringan biasanya dilakukan dalam selang waktu 1-2 minggu. Pengeringan yang dilakukan para pengrajin masih secara tradisional yaitu dengan menjemur di bawah sinar matahari langsung. Sehingga bila hari sedang hujan maka proses pengeringan semakin lama.

e. Pengawetan dan pengasapan

Proses perlakuan kimia dan fisis terhadap rotan bertujuan untuk meningkatkan masa pakai rotan. Perlakuan kimianya yaitu rotan diawetkan dengan metode perendaman dalam air garam. Penggunaan garam sebagai bahan pengawet karena penggunaannya mudah dan harganya yang murah. Sedangkan pengasapan (fisik) dilakukan dengan menyusun rotan di dalam tungku pengasapan.

Proses pengolahan tersebut sesuai dengan pernyataan Rachman dan Hermawan (2005) dalam situmorang (2012) yang menyatakan bahwa proses pengolahan rotan ada 5 tahapan yaitu persiapan, penggorengan, penggosokan dan pencucian, pengeringan dan pengasapan. Setelah proses pengolahan tersebut, barulah rotan digunakan untuk pembuatan produk.

Jenis-Jenis Rotan Yang Digunakan Di Kota Binjai

Masyarakat Kota Binjai mendapatkan bahan baku dengan cara membeli dari daerah lain. Kabupaten Langkat merupakan salah satu daerah penghasil rotan terbesar di Sumatera Utara. Dari daerah inilah pengrajin di Kota Binjai mendapat bahan baku dengan bantuan agen pengumpul rotan yang mendistribusikannya ke Kota Binjai. Hasil wawancara dengan metode kuisioner diperoleh bahwa 100% responden yang memanfaatkan rotan mendapatkan bahan baku dengan cara membeli. Sektor pengolahan di Kota Binjai sebesar (29,18 %) dan perdagangan (28,86 %) (BPS Kota Binjai, 2001). Dari data tersebut, Binjai merupakan daerah yang cocok untuk pengolahan rotan (industri) dan perdagangan produk olahannya. Adapun jenis-jenis rotan yang digunakan di Kota Binjai sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis dan Harga Rotan yang di Perdagangan di Kota Binjai

No	Jenis Rotan	Nama Ilmiah	Diameter (mm)	Kelas Diameter	Harga Rotan (Rp)
1.	Sega	<i>Calamus caesius</i> Blume	7-8 10-12 16-18	Sedang Sedang	10.000/kg 12.000/kg 12.000/kg
2.	Getah	<i>Daemonorops angustifolia</i> Mart	16-18	Sedang	3.000-4.000 /batang
3.	Manau	<i>Calamus manan</i> Miq.	28-30 30-32	Besar Besar	15.000/batang 20.000/batang
4.	Samambu	<i>Calamus scipionum</i> Louer	22-24	Besar	8.000-10.000 /batang
5.	Batu	<i>Calamus filiformis</i> Becc.	12-10	Sedang	12.000/kg
6.	Cacing	<i>Calamus ciliaris</i> Bl.	14-16	Sedang	5.000/kg

rotan ini memiliki bentuk yang silindris dan berdiameter sama dari pangkal sampai ujung rotan, sehingga memudahkan penganyaman pada kulitnya. Diameter batang rotan ini antara 7-18 mm. Getah (*Daemonorops angustifolia* Mart) juga merupakan jenis rotan yang digunakan dalam setiap pembuatan produk. Ciri utama dari rotan ini ialah mengeluarkan serpihan putih bila rotan tersebut diputar (diplintir). Diameter batangnya berkisar antara 16-18 mm.

Dalam pembuatan kursi dan meja, rotan yang biasanya digunakan ialah manau (*Calamus manan* Miq) karena jenis rotan ini memiliki keawetan (ketahanan) terbaik dari jenis rotan lain. Diameter batang rotan manau ialah antara 28-32 mm sehingga merupakan jenis rotan dengan diameter terbesar diantara jenis rotan lain yang dimanfaatkan di Kota Binjai. Terdapat juga penggunaan jenis rotan seperti semambu (*Calamus scipionum* Louer), cacing (*Calamus ciliaris* Bl) dan batu (*Calamus filiformis* Becc). Namun tidak semua industri menggunakan jenis rotan tersebut karena bergantung kepada produk yang mereka buat.

Pemanfaatan Tanaman Rotan

Menurut Dransfield dan Manokaran (1996) penggunaan rotan begitu banyak yaitu digunakan untuk membuat keranjang, tikar, mebel, tangkai sapu, pemukul, perangkat ikan, perangkat binatang, tirai, kurungan burung dan untuk hampir semua tujuan lain apapun yang menuntut kekuatan dan kelenturan yang digabung dengan keringanan. Ikatan pada rumah, pagar, jembatan dan bahkan perahu dilakukan dengan rotan. Hasil penelitian pemanfaatan rotan di Kota Binjai disajikan pada Tabel 2. Tabel 2. Bentuk dan harga produk rotan yang diperdagangkan di industri di Kota Binjai

No	Bentuk Produk	Jenis Bahan Baku Rotan	Harga Produk/unit(Rp)
1.	Meja	Semambu keling, manau, sega, getah	250.000-300.000
2.	Kursi panjang	Semambu keling, manau, sega, getah	300.000-400.000
3.	Kursi pendek	Semambu keling, manau, sega, getah	200.000-250.000
4.	Keranjang	Sega, getah, cacing	150.000-250.000
5.	Tudung saji	Sega, manau, getah	100.000
6.	Tempat parcel	Getah, sega	12.000-18.000
7.	Cermin rotan	Sega, getah, semambu	8.000-24.000

1. Meja merupakan salah satu bentuk produk yang diperdagangkan di industri rotan di Kota Binjai, bentuknya sama saja dengan meja pada umumnya (Gambar 2). Namun beberapa industri menerima pesanan meja sesuai selera konsumen karena pembuatan produk sesuai desain dan model barang sesuai permintaan konsumen

dapat mengurangi permasalahan di dalam ruang lingkup analisis pasar (Helmi, 2011). Sedangkan bahan baku rotan untuk pembuatan meja rotan ini digunakan jenis-jenis rotan seperti manau, semambu, getah, dan sega dan harga meja rotan ini dijual dengan harga yang bervariasi mulai dari Rp. 250.000-Rp. 300.000.



Gambar 2. Meja yang diproduksi di industri kerajinan rotan "Aslinda"

2. Kursi rotan yang diperdagangkan industri rotan di Kota Binjai merupakan produk yang terbentuk dari bahan rotan dan dapat dibuat menjadi berbagai macam kursi seperti kursi biasa (panjang dan pendek), kursi goyang (malas), dan model kursi lain sesuai pesanan atau permintaan konsumen (Gambar 3). Untuk pembuatan kursi rotan, bahan baku yang digunakan yaitu jenis rotan seperti manau, sega, getah, dan semambu. Kursi-kursi tersebut biasanya diperdagangkan dengan harga Rp. 200.000-Rp. 400.000.



Gambar 3. Bentuk kursi yang diproduksi di industri kerajinan rotan "Aslinda"

3. Keranjang rotan merupakan salah satu kerajinan rotan yang penjualannya cukup banyak dibandingkan produk lainnya. Hal tersebut disebabkan karena banyak masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang di Kota Binjai yang menggunakan keranjang sebagai alat bantu pekerjaannya.



Gambar 4. Bentuk keranjang yang diperdagangkan di UD. Nadijo

- Menurut Helmi (2011) agen pemasaran harus mengetahui siapa yang membeli dan menggunakan produk mereka, mengetahui tentang letak pasar serta sifat dan karakteristik pasar yang dituju untuk memudahkan melaksanakan target pasar, strategi pasar dan segmentasi pasar. Jenis rotan yang biasa digunakan untuk membuat produk ini ialah rotan cacing, sega/ronte dan getah. Harga keranjang tergantung kepada bentuk dan ukurannya yaitu berkisar antara Rp. 150.000-Rp. 250.000.
4. Tudung saji merupakan salah satu produk yang diproduksi beberapa industri rotan di Kota Binjai.

Bahan baku rotan yang digunakan dalam pembuatan produk ini ialah jenis rotan sega, getah, manau karena jenis-jenis tersebut sesuai untuk proses penganyaman. Banyak pedagang yang menjualnya karena tudung saji yang terbuat dari bahan rotan (Gambar 5) memiliki beberapa keunggulan seperti ringan, lebih kuat, modis serta tahan lama dibandingkan tudung saji yang terbuat dari plastik. Harga sebuah tudung saji rotan yang dijual oleh para pedagang sekitar Rp.100.000, lebih mahal bila dibandingkan dengan tudung saji yang terbuat dari bahan plastik yang dijual dengan kisaran harga Rp. 20.000.



Gambar 5. Bentuk tudung saji yang diperdagangkan di kerajinan rotan Kadiya

5. Parcel rotan merupakan produk yang paling laris pada musim liburan dan hari besar karena parcel biasanya digunakan untuk tempat bingkisan sebagai hadiah maupun buah tangan. Tempat parcel ini dijual dengan harga yang bervariasi mulai dari Rp. 12.000 - Rp. 18.000, tergantung kepada bentuk parcel dan ukuran parcel (Gambar 6). Semakin besar ukurannya maka semakin mahal harganya dan sebaliknya. Bahan baku rotan yang digunakan dalam pembuatan produk ini ialah jenis rotan sega, getah.



Gambar 6. Bentuk parcel rotan yang diperdagangkan di kerajinan rotan Rahman Riski

Para pengrajin di Kota Binjai tidak mendistribusikan parcel buatan mereka sendiri tetapi mereka menggunakan jasa agen pedagang. Para agen membeli parcel secara borongan untuk dijual kembali ke para pedagang produk rotan olahan di Kota Binjai. Sehingga para pengrajin sangat terbantu dalam hal pemasaran dan biaya pengangkutan. Taqiuddin (2009) menyatakan bahwa jasa agen pedagang (*penendak*) yang langsung datang ke lokasi 'cukup membantu' kesulitan pemasaran produk terutama pengurangan beban biaya transportasi.

6. Cermin rotan merupakan salah satu produk yang menggunakan rotan dalam pembuatannya. Dalam pembuatan produk ini, rotan digunakan untuk membuat bingkai cermin. Anyaman pada bingkai menggunakan bahan rotan polis atau rotan yang sudah dibersihkan kulitnya. Pengecatan atau proses

finishing dilakukan setelah bingkai rotan (Gambar 7) dibersihkan dari bulu-bulu rotan dengan cara diampas secara manual atau menggunakan kompor tembak. Jenis rotan yang sering dipakai dalam pembuatan bingkai rotan adalah jenis rotan sega, getah, dan semambu. Harga cermin rotan berkisar antara Rp. 8.000-Rp 24.000.



Gambar 7. Bentuk cermin rotan sebelum dan sesudah proses *finishing* yang diproduksi di kerajinan rotan Kadiya

Analisis Ekonomi

Industri yang dipilih untuk menjadi sampel dalam analisis ekonomi pada penelitian ini ialah Industri Aslinda. Industri ini dipilih karena merupakan industri yang terbesar diantara industri lainnya di Kota Binjai. Industri yang berlokasi di Jln. Tanjung Jati Pasar VIII, Kecamatan Binjai Barat ini memiliki tenaga kerja sebanyak 9 orang. Selain itu industri ini juga memiliki usaha dagang sendiri untuk memasarkan produk olahannya.

Bentuk produk yang diproduksi ialah produk kerajinan rotan yang disesuaikan dengan permintaan konsumen. Pada bulan Juli 2013 pesanan produk yang penjualannya paling laris ialah keranjang rotan dan kursi rotan. Jumlah produksi untuk masing-masing produk adalah 100 unit, jadi jumlah produksi untuk kedua produk adalah sebanyak 200 unit.

1. Analisis pendapatan usaha

Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dengan total keseluruhan biaya. Pendapatan usaha kerajinan rotan 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. Untuk menghitung analisis pendapatan usaha perlu diketahui besarnya biaya tetap dan biaya variabel.

Biaya tetap merupakan biaya yang relatif tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun terjadi perubahan volume produksi yang diperoleh. Dalam menghitung biaya tetap 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 (depresiasi) digunakan rumus sebagai berikut:

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

Penyusutan peralatan produksi di industri kerajinan rotan "Aslinda" pada bulan Juli 2013 dapat dilihat pada Tabel 3 yaitu:

Tabel 3. Penyusutan peralatan produksi di industri kerajinan rotan "aslinda" pada bulan Juli 2013

Komponen Alat	Umur Pakai (tahun)	Harga/Unit (Rp)	Depresiasi/ Bulan
Kompresor	10	6.000.000	50.000
Genset	5	4.000.000	66.666
Tembak Angin	5	2.500.000	41.666
Gergaji Tangan	5	150.000	2.500
Bor Sekrup	5	550.000	9.166
Kompas Tembak	5	300.000	5.000
Total Penyusutan		Rp.	174.998

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh biaya penyusutan peralatan (depresiasi) di industri kerajinan rotan "Aslinda" sebesar Rp. 174.998 atau bila dibulatkan menjadi Rp. 175.000. Sehingga dapat diketahui biaya tetap pembuatan setiap produk kerajinan rotan tersebut.

Tabel 4. Biaya tetap pembuatan produk di industri kerajinan rotan "Aslinda" pada bulan Juli 2013

Keterangan	Harga/Nilai (Rp)
Administrasi	2.000.000
Listrik	50.000
Depresiasi	175.000
Sewa gedung	500.000
TFC	2.725.000

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 produksi keranjang rotan dan kursi rotan (pendek) pada bulan Juli 2013 dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 5. Biaya variabel produksi kursi rotan (pendek) di industri kerajinan rotan "Aslinda" pada bulan Juli 2013

Keterangan	Jumlah yang dibutuhkan	Harga (Rp)	Total (Rp)
Bahan baku			
Manau (28/30 mm)	3 btl x 100	15.000/btl	4.500.000
Manau (18/20 mm)	1,75 btl x 100	8.000/btl	1.400.000
Sega (10/12 mm)	1,25 kg x 100	12.000/kg	101.000
Sega (7/8 mm)	100	10.000/kg	1.500.000
Staples	260 buah x 100	4,5/buah	100.100
Sekrup 2,5 inchi	36 buah x 100	50/buah	100.800
Tali plastik dan kaki sepatu kursi		10.800/kursi	1.000.800
Cat vernis		22.000/kursi	2.200.000
Upah tenaga kerja		25.000/kursi	2.500.000
Pengangkutan dan THC (Total Handling Cost)		8.000/kursi	800.000
Biaya Variabel Total			14.202.700

a. Biaya produksi (TC) = biaya tetap (TFC) + biaya tidak tetap (TVC)

$$= \text{Rp. } 2.725.000 + \text{Rp. } 14.202.700$$

$$= \text{Rp. } 16.927.700$$

b. Penerimaan (TR) = harga jual per unit (P) x jumlah produksi (Q)

$$= \text{Rp. } 250.000 \times 100$$

$$= \text{Rp. } 25.000.000$$

c. Keuntungan = TR - TC

$$= \text{Rp. } 25.000.000 - \text{Rp. } 16.927.700$$

$$= \text{Rp. } 8.072.300 = \text{Rp. } 8.072.500$$

Tabel 6. Biaya variabel produksi keranjang rotan di industri kerajinan rotan "Aslinda" pada bulan Juli 2013

Keterangan	Jumlah yang dibutuhkan	Harga (Rp)	Total (Rp)
Bahan baku			
Rotan getah	1 btl x 100	3.000/btl	300.000
Rotan sega	0,5 kg x 100	12.000/kg	600.000
Tali plastik	0,2 kg x 100	40.000/kg	800.000
Sekrup 2,5 inchi	60 cm x 50 cm	120x120cm (50.500)	2.500.000
Cat vernis		10.000/buah	1.000.000
Upah tenaga kerja		15.000/buah	1.500.000
THC (Total Handling Cost)		1.000/buah	100.000
Biaya Variabel Total			6.800.000

a. Biaya produksi (TC) = biaya tetap (TFC) + biaya tidak tetap (TVC)

$$TC = TFC + TVC$$

$$= \text{Rp. } 2.725.000 + \text{Rp. } 6.800.000$$

$$= \text{Rp. } 9.525.000$$

b. Penerimaan (TR) = harga jual per unit (P) x jumlah produksi (Q)

$$= \text{Rp. } 150.000 \times 100$$

$$= \text{Rp. } 15.000.000$$

c. Keuntungan = TR - TC

$$= \text{Rp. } 15.000.000 - \text{Rp. } 9.525.000$$

$$= \text{Rp. } 5.475.000$$

Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui bahwa keuntungan (pendapatan) industri kerajinan rotan "Aslinda" pada kursi rotan (pendek) sebesar Rp. 8.072.500 dan untuk produk keranjang sebesar Rp. 5.475.000 yang diperoleh dari produksi sebanyak 100 buah per produknya di bulan Juli 2014, maka dapat dikatakan bahwa usaha tersebut layak secara ekonomi karena usaha tersebut memperoleh keuntungan dan itu sesuai dengan kriteria pada pernyataan Aziz (2003), yaitu Penerimaan Total (TR) > Biaya Total (TC), maka usaha dikatakan untung.

2. Analisis revenue cost ratio (R/C)

Analisis R/C ratio merupakan perbandingan penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan. Biaya dalam hal ini termasuk biaya tetap dan biaya variabel.

Sementara penerimaan merupakan perkalian dari harga produk dengan volume produksi. Menurut Rahim (2008) dalam Turnip (2013) jika *ratio* menunjukkan angka kurang dari 1 maka usaha yang dilakukan tidak memberikan keuntungan dari kegiatan yang ada. Perhitungan R/C *ratio* dari masing-masing produk adalah:

Tabel 7. Analisis *Revenue Cost ratio* pada produk kursi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Penerimaan Total	25.000.000
Biaya Total	16.927.700
<i>Revenue Cost ratio</i>	1,477

Tabel 8. Analisis *Revenue Cost ratio* pada produk keranjang

Keterangan	Jumlah (Rp)
Penerimaan Total	15.000.000
Biaya Total	9.525.000
<i>Revenue Cost ratio</i>	1,574

Berdasarkan Tabel 7 dan 8 diperoleh hasil besarnya nilai *Revenue Cost Ratio* kursi rotan adalah sebesar 1,477 dan keranjang rotan sebesar 1,574. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini mendatangkan keuntungan. Sesuai dengan pernyataan Rahim (2008) dalam Turnip (2013), 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. Jadi itu menunjukkan bahwa usaha tersebut layak secara ekonomi. Berdasarkan kedua tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa produk yang paling layak adalah keranjang rotan karena memiliki nilai R/C *ratio* tertinggi.

3. Analisis Pemasaran Produk Rotan

Pemasaran produk pada umumnya sama yaitu konsumen membeli produk yang diinginkan secara langsung maupun melalui media. Konsumen atau pembelinya terbagi dua yaitu :

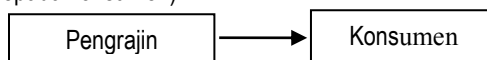
1. Konsumen atau pembeli yang membeli langsung produk rotan ke pengrajin dengan memesan terlebih dahulu produk sesuai keinginan. Mereka biasanya disebut *user* (pengguna) yaitu individu yang menggunakan produk atau jasa yang dibeli (Swastha dan Irawan, 1997). Konsumen yang membeli berasal dari berbagai kalangan baik dari dalam maupun luar Kota Binjai.
2. Konsumen atau pembeli yang akan menjual kembali produk yang dibeli (perantara) dengan harga yang sudah disepakati dengan pengrajin. Konsumen tersebut biasanya berbentuk usaha dagang (UD) atau disebut pedagang. Mereka biasanya disebut *buyer* (pembeli) yaitu individu yang melakukan transaksi pembelian sebenarnya, maksudnya membeli untuk memasarkan *furniture* maupun produk yang diproduksi di industri tersebut (Swastha dan Irawan, 1997). Namun pedagang tidak setiap minggu atau bulan datang ke pengrajin untuk mengambil produk, dikarenakan barang dagangan mereka yang belum terjual. Jika pada hari-hari besar serta musim panen saja permintaan produk rotan akan meningkat seperti

keranjang buah dan parcel. Namun jika permintaan rendah, maka tidak bisa dipastikan kapan para pedagang akan menjemput dan berapa jumlah produk yang dibutuhkan. Pada umumnya setiap pedagang telah memiliki pengrajin langganan masing-masing.

Kelebihan dari pembeli yang pertama ialah memberikan keuntungan penjualan lebih besar bagi pengrajin dan kekurangannya ialah jumlah produk yang dibeli oleh konsumen biasanya dalam jumlah satuan dan dalam jangka waktu yang lama. Sedangkan kelebihan pembeli kedua ialah mereka membantu proses pemasaran bagi pengrajin dan kekurangannya produk dibeli sesuai dengan harga pasar.

Mekanisme pemasaran yang terdapat di Kota Binjai dilakukan dengan tiga cara, yaitu sebagai berikut :

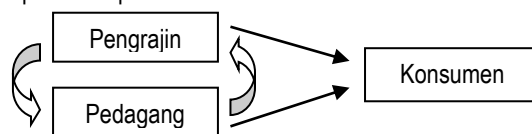
1. Pengrajin menjual langsung kepada pembeli yang memesan produk rotan (pengrajin menjual langsung kepada konsumen).



2. Pengrajin menjual kepada pedagang dan pedagang menjual kepada konsumen.



3. Pedagang yang memiliki pengrajin sendiri atau merangkap sebagai pengrajin lalu memasarkan produk kepada konsumen.



Cara pertama dilakukan oleh pengrajin karena pengrajin dapat memperoleh keuntungan dengan cepat dan lebih besar dibandingkan melalui agen. Sedangkan kekurangannya ialah pengrajin harus mengeluarkan biaya untuk mengantar produk pesanan konsumen (biaya pengangkutan) dan pemasarannya agak sulit.

Cara kedua biasanya dilakukan oleh pengrajin karena pengrajin sudah saling mengenal dengan para pedagang (berlangganan) yaitu produk para pengrajin dibeli untuk dijual atau dipasarkan kembali kepada konsumen. Hal ini memudahkan produk dipasarkan sehingga tidak terjadi penumpukan produk dalam gudang dan membantu pengurangan beban biaya transportasi. Ini sesuai dengan pernyataan Taquiuddin (2009) yaitu jasa agen pedagang yang datang ke lokasi 'cukup membantu' kesulitan pemasaran produk terutama pengurangan beban biaya transportasi. Kelebihannya adalah pada saat hari-hari besar dan musim panen, karena pada umumnya pedagang akan membeli banyak keranjang parcel dan keranjang buah dalam jumlah banyak untuk memenuhi permintaan. Begitu juga dalam proses pemasaran lebih baik dibandingkan pembeli pertama. Sedangkan kekurangannya ialah keuntungan yang diperoleh tidak sebesar pada mekanisme pemasaran pertama.

Cara ketiga ialah pedagang yang memiliki pengrajin atau bekerja sebagai pengrajin juga yang membuat produk sendiri untuk mereka jual kembali di toko mereka, disamping membeli dari pengrajin rotan lainnya.

Kelebihannya proses pemasaran lebih efisien dibandingkan cara pertama dan kedua. Begitu juga dengan harga produk, mereka tidak terjebak pada permainan harga para agen pedagang (penendak). Karena biasanya harga HHNK (Hasil Hutan Non Kayu) yang sudah diolah menjadi barang setengah jadi, harganya bisa meningkat beberapa kali lipat (bahkan puluhan kali lipat) dibandingkan harga yang ditetapkan oleh para tengkulak (Ngakan dkk., 2006).

Margin Pemasaran

Tujuan analisis margin pemasaran untuk mengetahui alokasi distribusi biaya yang diterima lembaga pemasaran pada sistem tata niaga yang sedang berlangsung. Jadi secara umum alur pemasaran produk rotan di Kota Binjai ada 3 yaitu sebagai berikut :

1. Alur Pemasaran I (Pengrajin → Konsumen)

Pada pola ini pengrajin mendapatkan bahan baku dari para pengumpul rotan atau petani, kemudian para pengrajin mengolahnya menjadi produk yang telah dipesan oleh konsumen. Biasanya mereka adalah pengrajin perorangan yang membuat produk sederhana seperti kursi kecil, meja, keranjang dan sebagainya.

Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran produk pada pola ini dapat dilihat pada Tabel 9, sebagai contoh produk yaitu kursi rotan. Produk ini dipilih karena penjualannya cukup tinggi di bulan Juli 2013 di industri kerajinan "Aslinda"

Tabel 9. Analisis margin pemasaran produk kursi rotan pada pola pemasaran I

Uraian	Harga per 1 unit kursi	Bagian (%)
Pengrajin		
Bahan Baku	76.000	30,40
Biaya	68.700	27,48
- Tenaga Kerja	25.000	10,00
- Bahan Pembantu	13.700	5,48
- Pengangkutan dan THC (Total Handling Cost)	8.000	3,20
- Cat Vernis	22.000	8,80
Harga jual	250.000	100,00
Margin Keuntungan	105.300	42,12
Margin Pemasaran	174.000	69,60

2. Alur Pemasaran II (Pengrajin → Pedagang Perantara → Konsumen)

Pada pola ini pengrajin menjual produk kepada pedagang perantara, biasanya mereka berbentuk usaha dagang (UD) yang telah memiliki izin usaha dari dinas terkait. Kemudian mereka yang memasarkan produk-produk buatan pengrajin kepada konsumen atau pembeli. Besarnya margin pemasaran pada pola pemasaran ini dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Analisis margin pemasaran produk kursi rotan pada pola pemasaran II

Uraian	Harga per 1 unit kursi	Bagian (%)
Pengrajin		
Bahan Baku	76.000	30,40
Biaya	68.700	27,48
Tenaga Kerja	25.000	10,00
Bahan Pembantu	13.700	5,48
Pengangkutan dan THC (Total Cost Handling)	8.000	3,20
Cat Vernis	22.000	8,80
Harga jual	160.000	72,00
Margin Keuntungan	35.300	14,12
Margin Pemasaran	104.000	41,60
Pedagang Perantara		
Biaya Pengangkutan	20.000	8,00
Harga Beli	180.000	72,00
Harga Jual	250.000	100,00
Margin Keuntungan	50.000	20,00
Margin Pemasaran	70.000	28,00

3. Alur Pemasaran III (Pengrajin / Pedagang → Konsumen)

Alur pemasaran III sama dengan alur pemasaran II. Perbedaannya yaitu pada pola III, pengrajin memiliki usaha dagang (UD) sendiri dan memasarkan produk-produk buatan mereka langsung kepada konsumen. Biasanya pengrajin pada pola ini merupakan industri kecil yang memiliki tenaga kerja 5-19 orang. Besarnya margin pemasaran pada alur pemasaran III sama dengan margin pemasaran pada alur pemasaran II dan dapat dilihat pada Tabel 10.

Berdasarkan Tabel 9 dan 10 margin pemasaran tersebut dapat dibedakan pada saluran pemasaran, margin keuntungan dan margin pemasarannya. Margin keuntungan dan pemasaran yang paling tinggi ialah alur I karena penjualan produk tanpa perantara (langsung), dibandingkan alur II dan III yang terdapat banyak pelaku pasar yang juga mengambil keuntungan. Kekurangan alur I yaitu pada proses pemasarannya, berbeda dengan alur pemasaran II dan III yang pemasarannya dibantu oleh pedagang perantara (*penendak*) dengan biaya transportasi yang telah disepakati oleh pengrajin sehingga tidak terjadi penumpukan produk di gudang penyimpanan.

Efisiensi Pemasaran

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 produk rotan olahan dengan contoh produk kursi kecil dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Nilai Biaya, nilai produk, dan efisiensi pemasaran Kursi rotan kecil di Kota Binjai

Alur Pemasaran	Total Biaya Pemasaran	Total Nilai Produk	Efisiensi
1	68.700	326.000	21,07
2	88.700	506.000	17,53
3	88.700	506.000	17,53

Berdasarkan hasil pada Tabel 11, alur pemasaran I, II dan III dikatakan efisien dengan besar nilai efisien di bawah 50%. Namun saluran pemasaran yang paling efisien adalah alur pemasaran II dan III karena biaya yang ditanggung konsumen adalah 17,53%. Berarti dari setiap Rp.100 yang dikeluarkan untuk biaya pemasaran, konsumen hanya mengeluarkan Rp.17,53 sebagai biaya pemasaran untuk pembelian kursi rotan yang berasal dari Kota Binjai begitu juga untuk produk rotan lainnya.

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 oleh Mubyarto (1982) dalam Turnip (2013) yang menyatakan bahwa pemasaran suatu komoditi dikatakan efisien apabila memenuhi beberapa syarat yaitu a). mampu mentransfer produk yang diperdagangkan dari produsen awal ke konsumen akhir dengan biaya minimal b). mampu menciptakan distribusi pendapatan yang adil dari harga yang dibayar konsumen terhadap semua lembaga tataniaga yang ikut terlibat.

Jadi bila besar nilai yang dikeluarkan untuk menyalurkan produk hingga ke konsumen lebih dari 50%, maka dapat dikatakan bahwa alur pemasaran tidak efisien. Namun bila sebaliknya tidak lebih dari 50%, maka alur pemasaran tersebut efisien karena adanya keseimbangan harga yang dibayar konsumen dengan semua lembaga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Jenis rotan yang diperdagangkan di Kota Binjai ada 2 jenis marga yaitu *calamus* (sega, manau, semambu, batu dan cacing) dan *daemonorops* (getah) dengan kisaran harga antara Rp. 3.000 – Rp. 15.000 per batang maupun kilo. Produk rotan olahan yang diperdagangkan di industri maupun usaha kecil menengah di Kota Binjai yaitu meja, kursi pendek/panjang, keranjang, tudung saji, tempat parcel dan cermin rotan.
2. Terdapat tiga alur pemasaran produk rotan di kota Binjai yaitu Alur Pemasaran I (Pengrajin → Konsumen) dan Alur Pemasaran II (Pengrajin → Pedagang Perantara → Konsumen) dan Alur Pemasaran III (Pengrajin / Pedagang → Konsumen). Ketiga alur pemasaran tersebut dikatakan efisien karena mampu menyalurkan produk hingga ke konsumen akhir dengan biaya kecil atau di bawah 50% dari biaya pemasaran. Namun alur pemasaran II dan III merupakan yang terbaik dan sangat efisien

karena biaya yang dikeluarkan hanya sebesar Rp. 17,58 dibandingkan alur pemasaran I yakni sebesar Rp. 25,48.

Saran

Perlu dilakukan penelitian tentang kualitas dan nilai jual jenis rotan lain yang dapat digunakan dalam membuat produk rotan yang lebih variasi. Selain itu juga perlunya peranan pemerintah dalam membantu pengrajin rotan agar lebih maju dan bertahan di dunia usaha seperti kemudahan pemberian izin dan bantuan modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Edisi Revisi V, Cetakan XII. Rineka Cipta. Jakarta
- Awang. 2002. Hutan Rakyat: Sosial Ekonomi dan Pemasaran. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta
- Aziz, N. 2003. Pengantar Mikro Ekonomi. Bayumedia. Malang
- Badan Pusat Statistik Kota Binjai. 2002. Binjai. [http://Binjai.bps.go.id/Binjai/q=content/tabel-13-luas-wilayah-Kota-Binjai menurut-kecamatan](http://Binjai.bps.go.id/Binjai/q=content/tabel-13-luas-wilayah-Kota-Binjai%20menurut-kecamatan). [5 Juli 2013]
- Badan Pusat Statistik Kota Binjai. 2006. Binjai Dalam Angka 2006. Badan Pusat Statistik Kota Binjai. Binjai
- Betrianis. 2006. Penyusutan dan Alokasi Biaya Overhead. Fakultas Teknik Universitas Indonesia. Depok.
- Departemen Perdagangan. 2008. Pengembangan Industri Pengolahan Rotan Indonesia. Biro Umum dan Humas. Jakarta
- Dransfield, J dan N. Manokaran. 1996. Sumber Daya Nabati Asia Tenggara. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Erwinsyah. 1999. Kebijakan Pemerintah dan Pengaruhnya terhadap Pengusahaan Rotan di Indonesia. Natural Resources Management Program, No. 17. Jakarta.
- Hatta, V. 2009. Pemanfaatan Hasil Hutan Bukan Kayu Perlu Kearifan. Dikutip dari <http://www.opensubscriber.com/message/zamanku@yahoogroups.com/6255586.html> [18 Juni 2013]
- Helmi, S. 2011. Analisis Pemasaran. Dikutip dari <http://Shelmi.wordpress.com/2011/06/21/analisa-pasar/>[29 Juni 2013].
- Hernanto, F. 1989. Ilmu Usaha Tani. PT. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Januminro. 2000. Rotan Indonesia. Kanisius. Yogyakarta.

- Kotler, P. 2000, Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. P.T. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P. 2001. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. 2010. Positioning Paper KPPU terhadap Kebijakan Ekspor Rotan. Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia. Jakarta.
http://www.kppu.go.id/docs/Positioning_Paper/%5B2010%5D%20Position%20Paper%20Tata%20Niaga%20Rotan.pdf [20 April 2013]
- Ngakan, P.O., H. Komaruddin, A. Achmad, Wahyudi dan A. Tako., 2006. Ketergantungan, Persepsi dan Partisipasi Masyarakat terhadap Sumberdaya Hayati Hutan. CIFOR. Bogor.
- Sasmuko, S. A. 1999. Kemenyan (*Styrax* spp). Jenis Andalan Daerah Sumatera Utara. Konifera No. 1/Thn XV/April/1999. Balai Penelitian Kehutanan. Pematang Siantar
- Simamora, I. 2011. Analisis Pemasaran Produk Hutan Rakyat Bambu. Skripsi Program Studi Kehutanan. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Sinambela, A. 2011. Teknologi Pengolahan dan Pemanfaatan Rotan oleh Masyarakat Kabupaten Langkat. Skripsi Program Studi Kehutanan. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Situmorang, R. 2012. Pemanfaatan dan Pemasaran Rotan oleh Masyarakat Kabupaten Samosir. Skripsi Program Studi Kehutanan. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya: Edisi Revisi. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Swastha, B dan Irawan. 1997. Manajemen Pemasaran Abadi. Liberty. Yogyakarta.
- Swastha, B dan T. Handoko, H. 2000. Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen, Edisi Pertama. Liberty. Yogyakarta
- Taqiuddin, M., R. Sabani, T. abidin, E. Krismantono. 2009. Pemanfaatan hasil hutan bukan kayu di Lombok Utara. Lihat dalam <http://fanorama-alam.blogspot.com> [29 Juni 2013].
- Tellu, A.T. 2005. Kunci Identifikasi Rotan (*Calamus* spp.) Asal Sulawesi Tengah Berdasarkan Struktur Anatomi Batang. Jurnal Biodiversitas Vol 6. No 2 Hal 113-117. Palu.
- Turnip, F. 2013. Analisis Finansial Dan Pemasaran Keranjang Bambu Di Desa Sigodang, Kecamatan Pane, Kabupaten Simalungun. Skripsi Program Studi Kehutanan. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.