

ANALISIS PEMASARAN ANEKA KREASI ANYAMAN PURUN DI DESA TANJUNG ATAP KABUPATEN OGAN ILIR

Eka Mulyana¹, Rahmi Yasmin²

Agribisnis, Universitas Sriwijaya

Jl. Masjid Al Gazali, Bukit Lama, Kec. Ilir Bar. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan

Email Korespondensi: eka.agri@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan : (1) mendeskripsikan saluran pemasaran setiap produk yang dihasilkan pengrajin anyaman purun dan (2) menghitung marjin pemasaran dan farmer's share dari setiap produk yang dihasilkan pengrajin anyaman purun di Desa Tanjung Atap Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Waktu pelaksanaan praktik lapangan ini dilaksanakan pada bulan Januari 2018. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini yaitu metode pengumpulan data primer dan metode pengumpulan data sekunder. Penarikan contoh di Desa Tanjung Atap Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir dilakukan secara sederhana (Simple Random Sampling). Pemasaran aneka kreasi anyaman purun di Desa Tanjung Atap terdapat dua pola saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran langsung yakni saluran pemasaran dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara dan saluran pemasaran satu perantara yaitu menggunakan satu perantara pengecer dalam hal ini adalah pihak Universitas Sriwijaya Program Studi Sosial Ekonomi yang membantu membimbing para pengrajin sehingga aneka kreasi anyaman tikar purun mampu bersaing dipasaran. Dari setiap perhitungan marjin pemasaran dan farmer's share untuk setiap produk yang dihasilkan dapat kita ketahui bahwasanya perbedaan harga ditingkat pengrajin dan konsumen rata-rata kurang lebih sebesar Rp 5.000/produk.

Kata Kunci : Aneka produk anyaman purun. Marjin pemasaran. Farmer's share. Kewirausahaan. Industri Kreatif

ABSTRACT

This research is required to: (1) describe marketing channels of each product produced by woven craftsmen and (2) to calculate marketing margin and agricultural product from each product produced by woven craftsmen in Tanjung Atap Village. Tanjung Batu Subdistrict. Ogan Ilir Regency of South Sumatra. The timing of implementation of this practice was carried out on January 2018. The comprehensive data on this research was the method of primary data and methods. Sampling in Tanjung Atap Village. Tanjung Batu Subdistrict. Ogan Ilir Regency is done by Simple Random Sampling. Marketing of various wicker creations in the village of Tanjung Atap There was two patterns of marketing channels. namely direct marketing channels from marketing sales from producers to consumers without the use of booths. and marketing channels one thing was a single retailer in this case was the Sriwijaya University Economic Social Studies Program Agriculture who helped guide the craftsmen so that various creations mat woven purun able to compete in the market. From each calculation of marketing margin and farmer share for each product produced we can know that the difference in price at the level of craftsmen and consumers on average less than Rp 5.000 / product.

Keywords: various products of woven purun, Margin marketing, Farmer's share, entrepreneurship, Creative Industry

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki budaya yang sangat beranekaragam. Kebudayaan yang timbul merupakan kebudayaan yang diturunkan secara turun temurun, yang dapat dikatakan sebagai kearifan local. Kebudayaan yang terdapat di Indonesia memiliki karakter yang berbeda sesuai adat dan aturan yang berlaku di masyarakat. Salah satu tradisi budaya yang telah berkembang secara turun temurun yaitu adalah kerajinan anyaman. Anyaman adalah tenunan yang dibuat dari susunan benang, bilah, daun pandan dan sebagainya. Dengan tindih menindih, silang menyilang atau dipersilangkan miring dari kiri ke kanan dan kembali begitu seterusnya, sehingga didapat hasil anyaman (Rian, 2007: 12). Kerajinan anyaman merupakan kerajinan tradisional yang masih ditekuni sampai saat ini. Di samping banyak kegunaannya juga karena unsur kemudahannya. Saat ini anyaman banyak mengalami perkembangan mulai dari bentuk dan motif yang bervariasi sehingga bentuk dan motif tidak kelihatan monoton. Dengan demikian maka anyaman adalah suatu kegiatan keterampilan masyarakat dalam pembuatan barang dengan cara atau teknik susup menyusup, tindih menindih dan saling lipat melipa tantara lungsing dan pakan sehingga saling menguatkan antara satu dengan yang lainnya (Rosna, 2009: 9).

Kabupaten Ogan Ilir (OI) memang terkenal sebagai daerah pengrajin. Tak Cuma pengrajin kayu, batu, emas, besi atau pun alumunium, sebagian masyarakat di OI juga ada yang mendapat penghasilan dari tanaman purun. Salah satu kelompok pengrajin yang mengolah purun menjadi barang bernilai ekonomis adalah di Desa Tanjung Atap, Kecamatan Tanjung Batu, Kabupaten OI. Di tangan para pengrajin di desa ini, tanaman purun disulap menjadi tikar, tas, kipas, sandal dan berbagai macam bentuk kerajinan tangan lainnya. Purun merupakan jenis tumbuhan rumput yang hidup liar di dekat air atau daerah rawa. Di Kabupaten OI, purun memang mudah ditemukan, karena banyak tumbuh di sekitar lahan warga. Dalam proses pengolahan purun untuk dijadikan bahan kerajinan, purun harus diolah terlebih dahulu menjadi bahan baku. Purun terlebih dahulu dijemur sampai kering, kemudian bagian pangkal dan ujung dibersihkan dengan cara dipotong. Purun kemudian diberi warna dengan cara direndam ke dalam air panas yang telah diberi pewarna. Setelah diwarnai, purun kembali dijemur sampai kering agar warna tidak mudah luntur. Selanjutnya, purun ditumbuk agar pipih, dan siap dijadikan bahan baku kerajinan tangan (Sripokuindralaya, 2014).

Profesi sebagai pengrajin anyaman tikar purun di Desa Tanjung Atap memberikan tambahan terhadap pendapatan keluarga para pengrajin. Permintaan akan produk anyaman tikar purun hingga saat ini masih saja tetap ada. Slogan *Back to Nature* membuat produk anyaman purun ini masih diminati oleh sebagian masyarakat kita. Dengan berkembangnya teknologi dan kemajuan zaman, output dari anyaman purun bukan hanya berupa tikar saja namun sudah berwujud produk-produk lainnya seperti tas, gantungan kunci, sandal dan lain sebagainya. Meskipun permintaan terhadap produk ini cukup tinggi, namun para pengrajin masih mengalami kesulitan dalam memasarkan hasil anyamannya. Panjangnya rantai pemasaran juga membuat para pengrajin memperoleh harga yang rendah.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik menjadikan usaha kerajinan anyaman purun di Desa Tanjung Atap sebagai objek penelitian yang akan membahas bagaimana saluran pemasaran produk anyaman purun dan menghitung berapa besar margin pemasaran dan *farmer's share* dari setiap produk anyaman purun yang

dihasilkan oleh para pengrajin anyaman purun di Desa Tanjung Atap Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir Sumatera Selatan sehingga dapat diketahui saluran pemasaran yang paling menguntungkan untuk para pengrajin anyaman purun.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempak Pelaksanaan Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di Desa Tanjung Atap Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Dimana di desa tersebut sebagian besar warganya bekerja sebagai pengrajin Anyaman Purun. Waktu pelaksanaan praktik lapangan ini dilaksanakan pada bulan Januari 2018.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu metode pengumpulan data primer dan metode pengumpulan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil praktek dan pengamatan langsung di lapangan. Data sekunder didapatkan dari studi literatur, data dari beberapa pustaka, artikel, jurnal yang terkait dengan topik peneliti.

Metode Penarikan Sampel

Penarikan contoh di Desa Tanjung Atap Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir dilakukan secara sederhana (*Simple Random Sampling*). Teknik acak sederhana adalah teknik pengambilan dimana semua individu dalam populasi baik secara individu maupun bersama-sama diberikan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengrajin anyaman tikar purun yaitu sebanyak 125 orang.

Menurut Sugiyono (2007) agar ukuran sampel yang diambil representatif maka dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dengan presisi 16 % sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{125}{1 + 125(0,16)^2} = 29,7 = 30$$

Dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e² = batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Maka di dapat sebanyak 30 sampel dari 125 populasi yang ada untuk dijadikan petani sampel yang akan diwawancarai saat penelitian nanti.

Metode Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari lapangan diolah secara tabulasi untuk dianalisis secara matematis dan dijelaskan secara deskriptif. Tujuan pertama yaitu mendeskripsikan saluran pemasaran produk anyaman purun dapat dijawab dengan menggunakan

informasi dari hasil wawancara dengan para pengrajin dan pihak yang terkait di dalamnya dan informasi yang diperoleh dijelaskan secara deskriptif.

Selanjutnya tujuan kedua yaitu menganalisis margin pemasaran dan *farmer's share* aneka produk kreasi anyaman purun dapat dijawab dengan menggunakan rumus sebagai berikut ; Menurut Soekartawi (2002) dalam Qurniawan (2011), margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

Untuk menghitung margin pemasaran adalah sebagai berikut:

$$M_p = HK - HP$$

$$\text{Margin Pemasaran Relatif} = \frac{HK - HP}{HK} \times 100\%$$

Keterangan:

M_p : Margin pemasaran (Rp)

HK : Harga ditingkat petani (Rp)

HP : Harga ditingkat petani (Rp)

Untuk menghitung besarnya *farmer's share* menurut Limbong dalam Qurniawan (2011), dapat dihitung dengan:

$$FS = \frac{HP}{HK} \times 100\%$$

Keterangan:

FS : *Farmer's share* (%)

HP : Harga ditingkat petani (Rp)

HK : Harga ditingkat konsumen (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga – lembaga pemasaran yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Adanya pola saluran pemasaran ini akan mempengaruhi besar kecilnya biaya pemasaran serta besar kecilnya harga yang dibayarkan oleh konsumen. Pola saluran pemasaran kreasi anyaman purun dapat diketahui dengan cara mengikuti arus pemasaran aneka kreasi anyaman purun mulai dari pengrajin anyaman purun hingga sampai kepada konsumen.

Berdasarkan hasil tinjauan praktikan, maka pemasaran aneka kreasi anyaman purun di Desa Tanjung Atap terdapat dua pola saluran pemasaran, yaitu :

a. Saluran pemasaran langsung

Produsen \longrightarrow Konsumen

Saluran pemasaran ini merupakan saluran pemasaran yang paling sederhana yakni saluran pemasaran dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Produsen atau pengrajin tikar purun biasanya menjual barangnya dengan cara mengirim atau mendatangi rumah konsumen secara langsung.

b. Saluran pemasaran satu perantara

Produsen \longrightarrow Pengecer \longrightarrow Konsumen

Saluran pemasaran ini menggunakan satu perantara yaitu pengecer. Pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung

kepada konsumen atau melalui bazar – bazar dan acara – acara resmi lainnya. Pengecer dalam hal ini yaitu pihak dari Universitas Sriwijaya yang memang pada awalnya membimbing para pengrajin tikar anyaman purun ini sehingga produk anyaman tikar purun ini mampu bersaing dengan produk – produk lain dipasaran.

B. Marjin Pemasaran Setiap Produk

1) Dompot Lily ukuran 25 x 15 cm

Dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin anyaman tikar purun di Desa Tanjung Atap, harga dompet lily ukuran 25 x 15 cm ditingkat produsen adalah Rp25.000 , maka harga jual yang diberikan di tingkat konsumen Rp30.000.

Dengan harga jual tersebut, maka marjin pemasaran yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Marjin Pemasaran} &= \text{HK} - \text{HP} \\ &= \text{Rp}30.000 - \text{Rp}25.000 \\ &= \text{Rp}5.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Marjin Pemasaran Relatif} &= \frac{\text{HK} - \text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}30.000 - \text{Rp}25.000}{\text{Rp}30.000} \times 100\% \\ &= 16.6\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Farmer's Share} &= \frac{\text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}25.000}{\text{Rp}30.000} \times 100\% \\ &= 83.3\% \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan analisis marjin pemasaran diatas, farmer's share dari tataniaga kreasi anyaman dompet lily sebesar 83.3% artinya persentase keuntungan yang diterima oleh produsen atau pengrajin tikar purun adalah sebesar 83.3% dari pemasaran aneka kreasi dompet lily. Marjin pemasaran relatif sebesar 16.6% atau sebesar Rp5.000/unit, artinya selisih harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar konsumen adalah sebesar Rp5.000.

2) Sandal

Dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin anyaman tikar purun di Desa Tanjung Atap, harga sandal ditingkat produsen adalah Rp17.000 , maka harga jual yang diberikan di tingkat konsumen yaitu Rp20.000.

Dengan harga jual tersebut, maka marjin pemasaran yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Marjin Pemasaran} &= \text{HK} - \text{HP} \\ &= \text{Rp}20.000 - \text{Rp}17.000 \\ &= \text{Rp}3.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Marjin Pemasaran Relatif} &= \frac{\text{HK} - \text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}20.000 - \text{Rp}17.000}{\text{Rp}20.000} \times 100\% \\ &= 15 \%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Farmer's Share} &= \frac{\text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}17.000}{\text{Rp}20.000} \times 100\% \\ &= 85 \%\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan analisis marjin pemasaran diatas, farmer's share dari tataniaga sandal sebesar 85 % artinya persentase keuntungan yang diterima oleh produsen atau pengrajin tikar purun adalah sebesar 85 % dari pemasaran sandal. Marjin pemasaran relatif sebesar 15 % atau sebesar Rp3.000/unit, artinya selisih harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar konsumen adalah sebesar Rp3.000.

3) Tempat Tisu

Dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin anyaman tikar purun di Desa Tanjung Atap, harga tempat tisu ditingkat produsen adalah Rp30.000 , maka harga jual yang diberikan di tingkat konsumen Rp35.000.

Dengan harga jual tersebut, maka marjin pemasaran yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Marjin Pemasaran} &= \text{HK} - \text{HP} \\ &= \text{Rp}35.000 - \text{Rp}30.000 \\ &= \text{Rp}5.000\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Marjin Pemasaran Relatif} &= \frac{\text{HK} - \text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}35.000 - \text{Rp}30.000}{\text{Rp}35.000} \times 100\% \\ &= 14.2 \%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Farmer's Share} &= \frac{\text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}30.000}{\text{Rp}35.000} \times 100\% \\ &= 85.7 \%\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan analisis marjin pemasaran diatas, farmer's share dari tataniaga tempat tisu sebesar 85.7 % artinya persentase keuntungan yang diterima oleh produsen atau pengrajin tikar purun adalah sebesar 85.7 % dari pemasaran tempat tisu. Marjin pemasaran relatif sebesar 14.2 % atau sebesar Rp5.000/ unit, artinya selisih harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar konsumen adalah sebesar Rp5.000.

4) Tas Laptop

Dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin anyaman tikar purun di Desa Tanjung Atap, harga tas laptop ditingkat produsen adalah Rp35.000, maka harga jual yang diberikan di tingkat konsumen Rp40.000.

Dengan harga jual tersebut, maka margin pemasaran yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Margin Pemasaran} &= \text{HK} - \text{HP} \\ &= \text{Rp}40.000 - \text{Rp}35.000 \\ &= \text{Rp}5.000\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Margin Pemasaran Relatif} &= \frac{\text{HK} - \text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}40.000 - \text{Rp}35.000}{\text{Rp}40.000} \times 100\% \\ &= 12.5 \%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Farmer's Share} &= \frac{\text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}35.000}{\text{Rp}40.000} \times 100\% \\ &= 87.5 \%\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan analisis margin pemasaran diatas, farmer's share dari tani tas laptop sebesar 87.5 % artinya persentase keuntungan yang diterima oleh produsen atau pengrajin tikar purun adalah sebesar 87.5 % dari pemasaran tas laptop. Margin pemasaran relatif sebesar 12.5 % atau sebesar Rp5.000/ unit, artinya selisih harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar konsumen adalah sebesar Rp5.000.

5) Tas Sedang (Seruni dan Seroja)

Dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin anyaman tikar purun di Desa Tanjung Atap, harga tas sedang seruni dan seroja ditingkat produsen adalah Rp60.000 , maka harga jual yang diberikan di tingkat konsumen Rp70.000.

Dengan harga jual tersebut, maka margin pemasaran yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Margin Pemasaran} &= \text{HK} - \text{HP} \\ &= \text{Rp}70.000 - \text{Rp}60.000 \\ &= \text{Rp}10.000\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Margin Pemasaran Relatif} &= \frac{\text{HK} - \text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}70.000 - \text{Rp}60.000}{\text{Rp}70.000} \times 100\% \\ &= 14.2 \%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Farmer's Share} &= \frac{\text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp.60.000}}{\text{Rp.70.000}} \times 100\% \\ &= 85.7 \%\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan analisis margin pemasaran diatas, farmer's share dari tataniaga tas sedang seruni dan seroja sebesar 85.7 % artinya persentase keuntungan yang diterima oleh produsen atau pengrajin tikar purun adalah sebesar 85.7 % dari pemasaran tas sedang seruni dan seroja. Margin pemasaran relatif sebesar 14.2 % atau sebesar Rp10.000/ unit, artinya selisih harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar konsumen adalah sebesar Rp10.000.

6) Tas Besar (Seruni atau Seroja)

Dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin anyaman tikar purun di Desa Tanjung Atap, harga tas besar seruni dan seroja ditingkat produsen adalah Rp70.000 , maka harga jual yang diberikan di tingkat konsumen Rp80.000.

Dengan harga jual tersebut, maka margin pemasaran yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Margin Pemasaran} &= \text{HK} - \text{HP} \\ &= \text{Rp80.000} - \text{Rp70.000} \\ &= \text{Rp10.000}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Margin Pemasaran Relatif} &= \frac{\text{HK} - \text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp80.000} - \text{Rp.70.000}}{\text{Rp80.000}} \times 100\% \\ &= 12.5 \%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Farmer's Share} &= \frac{\text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp.70.000}}{\text{Rp.80.000}} \times 100\% \\ &= 87.5 \%\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan analisis margin pemasaran diatas, farmer's share dari tataniaga tas besar seruni dan seroja sebesar 87.5 % artinya persentase keuntungan yang diterima oleh produsen atau pengrajin tikar purun adalah sebesar 87.5 % dari pemasaran tas besar seruni dan seroja. Margin pemasaran relatif sebesar 12.5 % atau sebesar Rp10.000/ unit, artinya selisih harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar konsumen adalah sebesar Rp10.000.

7) Gantungan Kunci

Dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin anyaman tikar purun di Desa Tanjung Atap, harga gantungan kunci ditingkat produsen adalah Rp2.000 , maka harga jual yang diberikan di tingkat konsumen Rp2.500.

Dengan harga jual tersebut, maka margin pemasaran yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Margin Pemasaran} &= \text{HK} - \text{HP} \\ &= \text{Rp}2.500 - \text{Rp}2.000 \\ &= \text{Rp}500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Margin Pemasaran Relatif} &= \frac{\text{HK} - \text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}2.500 - \text{Rp}2.000}{\text{Rp}2.500} \times 100\% \\ &= 20 \%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Farmer's Share} &= \frac{\text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}2.000}{\text{Rp}2.500} \times 100\% \\ &= 80 \%\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan analisis margin pemasaran diatas, farmer's share dari tataniaga gantungan kunci sebesar 80 % artinya persentase keuntungan yang diterima oleh produsen atau pengrajin tikar purun adalah sebesar 80 % dari pemasaran gantungan kunci. Margin pemasaran relatif sebesar 20 % atau sebesar Rp500/unit, artinya selisih harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar konsumen adalah sebesar Rp500.

8) Kipas

Dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin anyaman tikar purun di Desa Tanjung Atap, harga kipas ditingkat produsen adalah Rp11.000 , maka harga jual yang diberikan di tingkat konsumen Rp12.500.

Dengan harga jual tersebut, maka margin pemasaran yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Margin Pemasaran} &= \text{HK} - \text{HP} \\ &= \text{Rp}12.500 - \text{Rp}11.000 \\ &= \text{Rp}1.500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Margin Pemasaran Relatif} &= \frac{\text{HK} - \text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}12.500 - \text{Rp}11.000}{\text{Rp}12.500} \times 100\% \\ &= 12 \%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Farmer's Share} &= \frac{\text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}11.000}{\text{Rp}12.500} \times 100\% \\ &= 88 \%\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan analisis margin pemasaran diatas, farmer's share dari tataniaga kipas sebesar 88 % artinya persentase keuntungan yang diterima oleh

produsen atau pengrajin tikar purun adalah sebesar 88 % dari pemasaran kipas. Margin pemasaran relatif sebesar 12 % atau sebesar Rp1.500/unit artinya selisih harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar konsumen adalah sebesar Rp1.500.

9) Tikar Sholat

Dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin anyaman tikar purun di Desa Tanjung Atap, harga tikar sholat ditingkat produsen adalah Rp30.000 , maka harga jual yang diberikan di tingkat konsumen Rp35.000.

Dengan harga jual tersebut, maka margin pemasaran yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Margin Pemasaran} &= \text{HK} - \text{HP} \\ &= \text{Rp}35.000 - \text{Rp}30.000 \\ &= \text{Rp}5000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Margin Pemasaran Relatif} &= \frac{\text{HK} - \text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}35.000 - \text{Rp}30.000}{\text{Rp}35.000} \times 100\% \\ &= 14,2 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Farmer's Share} &= \frac{\text{HP}}{\text{HK}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}30.000}{\text{Rp}35.000} \times 100\% \\ &= 85,7 \% \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan analisis margin pemasaran diatas, farmer's share dari tataniaga tikar sholat sebesar 85.7 % artinya persentase keuntungan yang diterima oleh produsen atau pengrajin tikar purun adalah sebesar 85.7 % dari pemasaran tikar sholat. Margin pemasaran relatif sebesar 14.2 % atau sebesar Rp 5.000/unit, artinya selisih harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar konsumen adalah sebesar Rp 5.000.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut ;

1. Pemasaran aneka kreasi anyaman purun di Desa Tanjung Atap terdapat dua pola saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran langsung yakni saluran pemasaran dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara, dan saluran pemasaran satu perantara yaitu menggunakan satu perantara pengecer dalam hal ini adalah pihak Universitas Sriwijaya Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian dimana memang dari awal pembentukan kelompok pihak Unsri yang membantu membimbing para pengrajin sehingga aneka kreasi anyaman tikar purun mampu bersaing dipasaran.
2. Dari setiap perhitungan margin pemasaran dan *farmer's share* untuk setiap produk yang dihasilkan dapat kita ketahui bahwasanya perbedaan harga ditingkat pengrajin dan konsumen rata-rata kurang lebih sebesar Rp 5.000/produk. Berdasarkan hasil

penelitian, menunjukkan bahwa baik dari segi harga maupun keuntungan yang diperoleh para pengrajin masih sangat rendah.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti berikan antara lain yaitu;

1. Diperlukan pelatihan kepada pengrajin anyaman purun khususnya pada proses *finishing* dari setiap produk yang dihasilkan agar produk yang dihasilkan lebih rapih dan sebaiknya para pengrajin lebih mengutamakan cara penjualan dengan saluran pemasaran langsung tanpa perantara sehingga bisa memperoleh harga jual yang lebih tinggi.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan meneliti tentang strategi pengembangan usaha anyaman tikar purun agar para pengrajin bisa memiliki strategi untuk pengembangan usaha mereka sehingga menjadi usaha yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Qurniawan, G. (2011). *Analisis Saluran Pemasaran Karet Di Desa Darat Kecamatan Pangkalan Lampam Kabupaten Ogan Komering Ilir*. Skripsi. Indralaya. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
- Rian. (2007). *Aneka Anyaman Bambu*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rosna. (2009). *Sejarah Industri Anyaman Indonesia*. Yogyakarta: Departemen Perindustrian Badan Penelitian dan Badan Pengembangan Industri Kerajinan Batik.
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian; Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sripokuindralaya. (2014). Unsri Bina Perajin Anyaman Tikar Purun Desa Tanjung Atap Ogan Ilir. (<https://www.google.co.id/amp/palembang.tribunnews.com/amp/2014/06/15/unsri-bina-perajin-anyaman-tikar-purun-desa-tanjung-atap-ogan-ilir>). (Diakses pada tanggal 13 Desember 2017).
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV.Alfabeta.