

Analisis Nilai Tambah, Saluran dan Margin Pemasaran Peyek Kacang Tanah di Kelurahan Kampal, Kecamatan Parigi, Kabupaten Parigi Moutong (Studi Kasus IKM Fitri Lestari)

Analysis of Added Value, Channels and Marketing Margins for Peanut Butter in Kampal Village, Parigi District, Parigi Moutong Regency (Case Study of IKM Fitri Lestari)

Fitriani^{1*}, Irmawaty², Sofya A. Rasyid³

¹²³Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palu

(*) Email korespondensi: fitrianiiphitty@gmail.com

Keywords:

*Added-Value;
Marketing Channel;
Marketing Margin*

Abstract

Fitri Lestari is a small and medium enterprise in Parigi Moutong Regency that is engaged in the peanut brittle business which has a legal entity and been registered with the Food and Drug Supervisory Agency (BPOM). This enterprise was established on April 26, 2003 and has survived until now. Therefore, the purpose of this research was to determine the amount of added value, the form of marketing channels and the marketing margin the enterprise. The research was conducted from October to December 2022. This research involved a purposive sampling technique in selecting respondents by considering certain item criteria that are in accordance with the research objectives. Everyone who was directly involved in this agribusiness activity is used as a respondent. This is because they are considered to have the ability and comprehension of the problems related to peanut brittle production at IKM Fitri Lestari. Interview, observation, and documentation techniques were used to collect data and quantitative data analysis was used to analyze the data. The researcher analyzed the added value by using Hayami Analysis. Based on the research results, it is obtained that the added value of processing peanuts into peanut brittle is 57,93% or Rp. 86.900.00/Kg. Based on the value-added ratio criteria, this figure is high because it exceeds 40%. The results of the marketing channel show that there are two different marketing channels, namely channel I with direct producer to consumer channel and no marketing margins obtained and channel II with producer to retailer to consumer channel to obtain a marketing margin of Rp. 7.403.43/Kg.

Kata Kunci:

*Nilai Tambah;
Saluran; Margin
Pemasaran*

Abstak

Fitri Lestari merupakan IKM di Kabupaten Parigi Moutong yang menggeluti usaha peyek kacang tanah yang sudah berbadan hukum dan telah terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). IKM ini berdiri pada tanggal 26 April 2003 dan tetap bertahan sampai sekarang. Olehnya itu tujuan penelitian ini untuk mengetahui besarnya nilai tambah, bentuk saluran pemasaran serta besarnya margin pemasaran agroindustri peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari. Waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember tahun 2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan purposive untuk memilih responden perusahaan dengan mempertimbangkan kriteria item tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Semua orang yang terlibat langsung dalam kegiatan agribisnis ini dijadikan sebagai responden. Hal ini dikarenakan dianggap memiliki kemampuan, paling memahami permasalahan yang terkait dengan produksi peyek kacang tanah di IKM Fitri Lestari dan sejalan dengan tujuan. Teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi adalah cara yang digunakan dalam pengumpulan data sedangkan untuk bahan analisis memakai data kuantitatif. Dalam melakukan analisis nilai tambah pada penelitian ini menggunakan Analisis Hayami. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai tambah pengolahan kacang tanah menjadi peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari sebesar sebesar 57,93% atau dalam rupiah senilai Rp. 86.900,00/kg. Berdasarkan kriteria rasio nilai tambah, angka ini tergolong tinggi karena melebihi 40%. Hasil penelitian saluran pemasaran agribisnis peyek kacang tanah memperlihatkan dua saluran pemasaran yang berbeda yaitu saluran I dengan alur produsen langsung ke konsumen tidak diperoleh margin pemasaran dan saluran II dengan alur produsen ke pengecer ke konsumen diperoleh margin pemasaran Rp.7.403,43/Kg.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kacang tanah (*Arachis hypogaea* L.) ialah jenis tanaman polong-polongan atau legum yang termasuk anggota suku *Fabaceae* yang dibudidayakan, serta menjadi kacang-kacangan kedua yang paling penting di Indonesia setelah kedelai. Sebagai bahan pangan, kacang tanah mempunyai keluwesan untuk diolah menjadi berbagai bentuk kuliner. Polong kacang tanah bukan hanya sekedar digodog, tapi polong kacang tanah dapat diolah menjadi produk agribisnis yang bisa memberikan penambahan nilai ekonomi, salah satunya adalah peyek kacang tanah (Rukmana, 2015).

Melalui agroindustri maka sebuah komoditas pertanian diderivasi terus sampai hilir untuk menghasilkan produk dengan nilai tambah yang lebih tinggi. Semakin tinggi nilai yang tercipta dari turunan produk tersebut maka akan semakin tinggi pula nilai komoditas primer yang menjadi basis produk tersebut (Arifin, 2016).

Produk olahan bisa memiliki nilai setelah melalui pemasaran. Pemasaran merupakan suatu kegiatan usaha untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Proses ini merupakan suatu alur yang melibatkan lembaga-lembaga tataniaga, seperti agen, pedagang pengecer, serta industri pengolahan dan sebagainya (Elfrianta, 2020).

Pengolahan bahan baku hasil pertanian menjadi produk olahan didefinisikan sebagai agribisnis. Salah satu agribisnis kuliner yang ada di Kabupaten Parigi Moutong adalah usaha peyek kacang tanah. Fitri Lestari merupakan IKM di Kabupaten Parigi Moutong yang menggeluti usaha peyek kacang tanah yang sudah berbadan hukum dan telah terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). IKM ini berdiri pada tanggal 26 April 2003 dan tetap bertahan sampai sekarang.

Dari latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah seberapa besar nilai tambah pemanfaatan kacang tanah menjadi peyek kacang tanah, bagaimana bentuk saluran pemasarannya serta besarnya margin pemasaran peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari?

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besar nilai tambah pemanfaatan kacang tanah menjadi peyek kacang tanah, bentuk saluran pemasaran dan besarnya margin pemasaran peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah menjadi referensi peneliti selanjutnya untuk penyelesaian tugas akhir terutama yang berkaitan dengan nilai tambah, saluran dan margin pemasaran produk-produk pertanian, menjadi pertimbangan bagi IKM Fitri Lestari dalam pengembangan usaha peyek kacang tanah dan sebagai bahan informasi bagi pemerintah maupun lembaga lainnya dalam membuat kebijakan khususnya pada agroindustri peyek kacang tanah.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di IKM Fitri Lestari Kelurahan Kampal Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah. Penelitian dilakukan antara bulan Oktober dan Desember 2022.

Penelitian ini menggunakan pendekatan purposive untuk memilih responden perusahaan dengan mempertimbangkan kriteria item tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, seperti mengevaluasi nilai tambah agroindustri peyek kacang tanah IKM Fitri Lestari, saluran, dan margin pemasaran. Semua orang yang terlibat langsung dalam kegiatan agribisnis ini dijadikan sebagai responden. Agar data lebih mudah dibaca, digunakan data deskriptif kuantitatif dalam bentuk tabel.

Penelitian ini menggunakan data dari data primer dan data sekunder. Metode yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Metode yang digunakan dalam menganalisis nilai tambah agroindustri peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari adalah metode Hayami. Dengan analisis metode Hayami maka akan diperoleh nilai keluaran, nilai tambah, kompensasi tenaga kerja, dan keuntungan usaha

Pola saluran pemasaran peyek kacang tanah di IKM Fitri Lestari dapat diketahui dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Metode ini dilakukan dengan menyelidiki kondisi, keadaan, atau peristiwa alur pemasaran peyek kacang tanah Fitri Lestari. Hasil dari penyelidikan ini selanjutnya dipaparkan dalam bentuk narasi pada laporan penelitian (Arikunto, 2019).

Menurut Listyawati dkk (2016), Nilai Margin Pemasaran yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$NMP = HJ - HB \quad (1)$$

Keterangan:

NMP = Nilai margin pemasaran

HJ = Harga jual

HB = Harga beli

Total margin pemasaran adalah jumlah margin dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran. Rumus yang digunakan untuk menghitung Total Margin Pemasaran (TMP) agroindustri peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari adalah sebagai berikut:

$$TMP = M_I + M_{II} + M_{III} + \text{dst} \quad (2)$$

Dimana:

TMP = Total Margin Pemasaran

$M_I + M_{II} + M_{III} + \text{dst}$ = Margin dari setiap lembaga pemasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 4 orang. Karakteristik responden terdiri atas umur, pendidikan, jumlah tanggungan keluarga serta lama bekerja. Adapun karakteristik responden secara rinci terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data karakteristik responden IKM Fitri Lestari di Kelurahan Kampal

No	Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga (orang)	Lama Bekerja (Tahun)
1.	Julian Rampalodji	61	SMP	-	22
2.	Saleh Malanua	62	SMP	-	22
3.	Sarifah	18	Pelajar SMA	-	5
4.	Menas	16	Pelajar SMA	-	3
Jumlah					52
Rata-Rata		39		-	13

Sumber: Data primer setelah diolah, 2022

Umur merupakan salah satu karakteristik petani yang dapat mempengaruhi kinerja petani dalam usaha tani. Pada umumnya petani yang memiliki usia lebih muda dapat bekerja lebih optimal, memiliki kemampuan bekerja lebih tinggi serta akan lebih agresif dan lebih berani dalam menghadapi tantangan dibandingkan dengan petani yang memiliki usia lebih tua (Adawiyah et al., 2017).

Rentang usia responden IKM Fitri Lestari termasuk dalam kategori usia produktif. Tingkat pendidikan responden mulai dari SMP hingga SMA. Semua responden tidak memiliki tanggungan keluarga. Lama bekerja rata-rata sudah cukup lama yakni 13 tahun. Lama bekerja atau pengalaman berusaha sangat penting dalam menjalankan kegiatan industri, sebab jika seseorang sudah lama berusaha akan lebih mengerti dan memahami masalah-masalah yang terjadi dan biasanya sudah mampu mengatasi berbagai macam persoalan dalam menjalankan usahanya. Sebaliknya apabila pengalaman berusaha baru dijalankan maka akan mengalami masalah-masalah diluar dugaan karena kurangnya pengalaman dalam mengembangkan industri.

Sistem Produksi

Aktivitas produksi sebagai suatu bagian dari fungsi organisasi perusahaan yang bertanggung jawab terhadap pengolahan bahan baku menjadi produk yang dapat dijual (Yunianti, 2016). Menurut Assauri (2008 dalam Yunianti, 2016), menyatakan bahwa yang dimaksud dengan produksi adalah kegiatan yang mentransformasikan masukan (input) menjadi keluaran (output), tercakup semua aktivitas atau kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang mendukung atau menunjang usaha untuk menghasilkan produk tersebut

Beberapa hal yang perlu diketahui dalam melakukan sistem produksi peyek kacang tanah, antara lain: Penggunaan *input* (kacang tanah), biaya *input* lainnya (bahan penolong) serta penggunaan tenaga kerja.

Tabel 2. Biaya bahan penunjang produk Peyek Kacang Tanah Fitri Lestari

No.	Uraian	Biaya/ Proses Produksi (Rp)
1.	Tepung Terigu	13,200
2.	Gula	12,600
3.	Telur	9,100
4.	Minyak Goreng	36,000
5.	Bawang Putih	3,500
6.	Garam	800
7.	Gas	3,600
8.	Kemasan	18,000
9.	Stiker	24,000
10.	Listrik	3,000
11.	Pajak	600
Jumlah		124,400

Sumber: Data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara langsung dengan responden pada IKM Fitri Lestari, diketahui bahwa bahan baku utama dalam pembuatan peyek kacang tanah adalah kacang tanah. Kacang tanah yang digunakan merupakan kacang tanah yang diperoleh dari pedagang kecil di Pasar Parigi dengan tujuan agar kacang tanah yang dibeli adalah kacang tanah yang baru dilepas dari kulitnya (masih baru). Dalam 1 kali proses produksi dibutuhkan kacang tanah sebanyak 4 kg dengan hasil sebanyak 7,39 kg/proses produksi.

Pada proses pembuatan peyek kacang tanah dibutuhkan bahan penunjang, secara rinci dapat dilihat pada Tabel 2.

Penggunaan Tenaga Kerja

Dalam usaha tani tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang penting dalam melakukan usaha tani. Penggunaan tenaga kerja pada usaha tani karet berasal dari tenaga kerja keluarga dan

tenaga luar keluarga. Tenaga kerja dalam keluarga merupakan tenaga kerja yang berasal dari keluarga sendiri seperti suami, istri, dan anak. Tenaga kerja yang berasal dari keluarga sendiri merupakan sumbangan terhadap usaha tani yang dijalankannya, dan petani tidak menghitung upah curahan tenaga kerja keluarga sebagai pengeluaran dalam usaha taninya (Salim dkk, 2019).

Penggunaan tenaga kerja pada IKM Fitri Lestari diperlukan untuk mengerjakan beberapa hal seperti pembersihan kacang tanah, pengadonan, pencetakan adonan, penggorengan, pengemasan dan pendistribusian. Penggunaan tenaga kerja pada IKM Fitri Lestari secara Rinci dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Penggunaan tenaga kerja pada IKM Fitri Lestari dalam satu kali produksi Peyek Kacang Tanah

No	Nama Tenaga Kerja	Upah per 1 kali pembuatan (Rp)
1.	Julian Rampalodji	30,000
2.	Saleh Malanua	30,000
3.	Sarifah	20,000
4.	Menas	20,000
Jumlah Upah per 1 kali pembuatan (Rp)		100,000
Rata-rata Upah per 1 kali pembuatan (Rp/HOK)		25,000

Sumber : Data primer setelah diolah, 2022

Produksi

Produksi adalah salah satu aktivitas ekonomi yang menghasilkan hasil akhir atau output dari suatu proses yang membutuhkan beberapa masukan atau input (Assauri, 2008).

Produksi peyek kacang tanah Fitri Lestari dalam satu kali produksi adalah 7.39 kg setara dengan 600 biji peyek kacang tanah. Untuk mendapatkan jumlah produksi sebanyak itu diperlukan bahan baku kacang tanah sebanyak 4,00 kg. Peyek kacang tanah yang dihasilkan selanjutnya dikemas dalam *plastic zipper lock* dengan isi 10 butir/pcs. Dengan demikian maka akan dihasilkan 60 pcs peyek kacang tanah dalam satu kali produksi. Harga peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari senilai Rp. 10.000/pcs sehingga total harga peyek kacang tanah dalam satu kali produksi sejumlah Rp. 600.000,-

Analisis Nilai Tambah Peyek Kacang Tanah

Nilai Tambah merupakan pertambahan nilai yang terjadi karena suatu komoditi mengalami proses pengolahan, pengangkutan, dan penyimpanan dalam suatu proses produksi (penggunaan/pemberian input fungsional). Besarnya nilai tambah dipengaruhi oleh faktor teknis dan faktor non teknis. Informasi yang diperoleh dari hasil analisis nilai tambah adalah besarnya nilai tambah, rasio nilai tambah, margin dan balas jasa yang diterima oleh pemilik-pemilik faktor produksi (Sudiyono, 2004).

Analisis nilai tambah pada pengolahan peyek kacang tanah menjadi peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari dalam 1 kali produksi dengan menggunakan metode Hayami secara rinci dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis nilai tambah produk Peyek Kacang Tanah Fitri Lestari per proses produksi

No.	Variabel	Nilai
		Perhitungan
1.	Output, Input dan Harga	
1)	Output (kg)	7.39
2)	Input (kg)	4.00
3)	Tenaga Kerja (HOK)	4.00

No.	Variabel	Nilai
		Perhitungan
4)	Faktor Konversi (kg)	1.85
5)	Koefisien Tenaga Kerja (HOK)	1.00
6)	Harga <i>Output</i> (Rp/kg)	81,190.80
7)	Upah Rata-Rata Tenaga Kerja Langsung (Rp/Produksi)	25,000.00
2.	Pendapatan dan Keuntungan	
8)	Harga Bahan Baku (Rp/kg)	32,000.00
9)	Sumbangan <i>Input</i> Lain (Rp/kg)	31,100.00
10)	Nilai <i>Output</i> (Rp/kg)	150,000.00
11)	a. Nilai Tambah (Rp/kg)	86,900.00
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	57.93
12)	a. Imbalan Tenaga Kerja (Rp/kg)	25,000.00
	b. Bagian Tenaga Kerja (%)	28.77
13)	a. Keuntungan (Rp/kg)	61,900.00
	b. Tingkat Keuntungan (%)	41.27
3.	Balas Jasa Pemilik Faktor-Faktor Produksi	
14)	Margin	118,000.00
	a. Pendapatan Tenaga Kerja (%)	21.19
	b. Sumbangan <i>Input</i> Lain (%)	26.36
	c. Keuntungan Pemilik Usaha (%)	52.46

Sumber : Data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5, dari hasil perhitungan tersebut dihasilkan total *output* sebesar 7,39 kg peyek kacang tanah dari *input* 4,00 kg kacang tanah selama satu kali produksi. Jumlah *input* menjadi *output* terjadi perubahan (kenaikan), karena dalam proses pengolahan kacang tanah menjadi peyek kacang tanah terjadi penambahan bahan penunjang/penolong. Pada proses ini di samping mengalami perubahan volume, juga perubahan nilai yaitu dari harga bahan baku kacang tanah sebesar Rp. 32.000,00/kg ditambah dengan nilai bahan penunjang/penolong kemudian meningkat menjadi Rp. 150.000,00/kg setelah menjadi peyek kacang tanah.

Perbandingan antara *input* dan *output* (konversi antara *input* dan *output*) disebut faktor konversi. Adapun faktor konversi yang didapatkan adalah 1,85. Berdasarkan nilai konversi tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam 1,00 kg kacang tanah menghasilkan 1,85 kg peyek kacang tanah. Di lokasi penelitian, harga *output* peyek kacang tanah sebesar Rp 81.190,80/kg.

Biaya tenaga kerja setiap pengolahan 1,00 kg kacang tanah menjadi peyek kacang tanah ditunjukkan oleh koefisien tenaga kerja. Dalam satu kali pembuatan peyek kacang tanah dibutuhkan 4,00 orang pekerja sehingga dihasilkan koefisien tenaga kerja sebesar 1,00 untuk setiap 1,00 kg kacang tanah. Tenaga kerja pada agroindustri peyek kacang tanah dibutuhkan untuk menyelesaikan berbagai tugas produksi seperti penyaringan, pengadonan, pencetakan, penggorengan, dan pengemasan. Tenaga kerja yang digunakan untuk membuat peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari adalah keluarga sendiri sebanyak 4 orang dengan upah rata-rata sebesar Rp 25.000,00 untuk satu kali produksi.

Di lokasi penelitian, harga kacang tanah (*input*) yang merupakan bahan baku pembuatan peyek kacang tanah adalah Rp 32.000,00/kg. Selain kacang tanah sebagai bahan *input* proses pembuatan peyek kacang ini juga membutuhkan bahan pendukung (bahan *input* lainnya) senilai Rp. 31.100,00/kg.

Nilai Produk dari pengolahan kacang tanah menjadi peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari sebesar Rp 150.000,00/kg. Nilai ini didapatkan dengan mengalikan faktor konversi dengan harga *output* (Rp/kg).

Dalam setiap kilogram bahan baku agroindustri peyek kacang tanah ini meraup keuntungan sebesar Rp 61.900,00 atau 41,27%. Nilai ini didapatkan dari selisih antara besarnya nilai tambah

dengan imbalan tenaga kerja. Atas dasar tersebut maka dapat diketahui bahwa tingkat keuntungan agroindustri peyek kacang tanah untuk satu kali produksi (4 kg bahan baku) adalah sebesar Rp. 247.600,00.

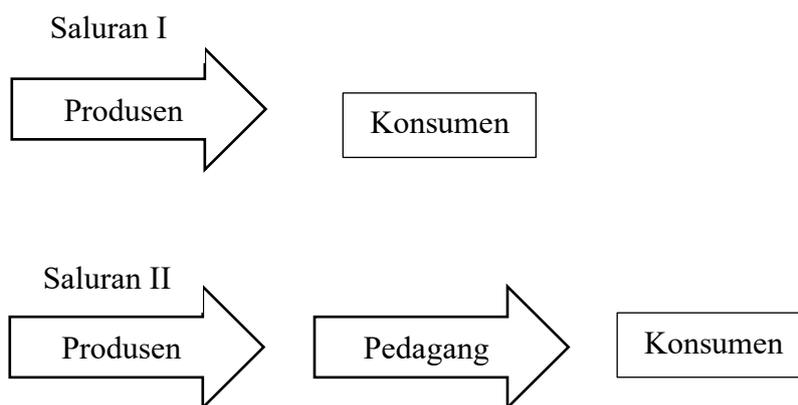
Besarnya nilai margin pada agroindustri peyek kacang tanah ini adalah Rp. 118.000,00/kg. Nilai tersebut menunjukkan besarnya biaya produksi yang digunakan dengan tidak memperhitungkan biaya *input* (kacang tanah). Besaran nilai margin yang diperoleh terbagi menjadi 3 bagian yaitu pendapatan tenaga kerja senilai 21,19% dan sumbangan *input* lain senilai 26,36% serta imbalan yang diperoleh IKM Fitri Lestari senilai 52,46%.

Besaran nilai tambah yang didapat dari hasil analisis selanjutnya dicocokkan dengan kriteria rasio nilai tambah. Adapun kriteria Rasio Nilai Tambah (RNT) menurut Diarsa dkk (2017) yaitu: 1). Apabila $RNT < 15\%$, masuk dalam katagori rendah; 2). Apabila $15\% < RNT < 40\%$, masuk dalam katagori sedang; 3). Apabila $RNT > 40\%$, masuk dalam katagori tinggi

Berdasarkan kriteria rasio nilai tambah maka dapat disimpulkan bahwa rasio nilai tambah pengolahan kacang tanah menjadi peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari tergolong tinggi. Hal ini dikarenakan rasio nilai tambahnya sebesar 57,93% atau dalam rupiah senilai Rp. 86.900,00/kg yang artinya lebih besar dari 40%.

Saluran Pemasaran

Pemasaran bertujuan untuk memfasilitasi transfer barang dari produsen ke konsumen yang pada prinsipnya tidak terlepas dari peranan lembaga pemasaran. Pada prinsipnya bagian harga yang diterima produsen berkurang secara proporsional dengan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pendistribusian produk (Elfrianta, 2020). Gambar 1 memperlihatkan model saluran pemasaran yang digunakan dalam pendistribusian peyek kacang tanah Fitri Lestari dari produsen ke konsumen.



Gambar 1. Model saluran pemasaran Peyek Kacang Tanah Fitri Lestari

Gambar 1 memperlihatkan model saluran pemasaran peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari memiliki 2 tipe saluran pemasaran. Tipe I memperlihatkan bahwa produsen menjual langsung ke konsumennya. Tipe II memperlihatkan bahwa produsen menjual peyek kacang tanah melalui pedagang pengecer kemudian dijual lagi ke konsumen.

Margin Pemasaran

Dari hasil saluran pemasaran yang terbentuk dapat diketahui marjin pemasaran farmer share dan keuntungan biaya pemasaran yang diperoleh dari setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam

memasarkan barang. Besarnya marjin dan keuntungan pemasaran yang terjadi pada setiap tipe pola saluran pemasaran di subdistrito (Alamsyah dkk, 2015).

Margin pemasaran peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari adalah sebagai berikut:

1. Margin Pemasaran Saluran I

Besarnya margin pemasaran peyek kacang tanah pada saluran I adalah Rp. 0,00, secara rinci dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Margin pemasaran peyek Kacang Tanah Fitri Lestari Saluran I

No.	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin (Rp)
1.	Produsen	-	81,234.77	-
2.	Konsumen	81,234.77	-	-
Total				-

Sumber: Data primer, 2022 (diolah)

2. Margin Pemasaran Saluran II

Besarnya nilai total margin pemasaran peyek kacang tanah pada saluran II adalah Rp. 7.403,00, secara rinci dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Margin pemasaran Peyek Kacang Tanah Fitri Lestari Saluran II

No.	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)
1.	Produsen	-	81,234.77	-
2.	Pedagang Pengecer	81,234.77	88,638.20	7,403.43
3.	Konsumen	88,638.20	-	-
Total				7,403.43

Sumber: Data primer, 2022 (diolah)

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik pada hasil penelitian ini adalah: 1) Nilai tambah pengolahan kacang tanah menjadi peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari tergolong tinggi yaitu sebesar 57,93%; 2). Terdapat 2 bentuk saluran pemasaran peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari yaitu: Saluran I memperlihatkan interaksi langsung penjualan produk antara produsen dan konsumen (tanpa perantara) dan Saluran ke II memperlihatkan pemilik usaha (produsen) menjual produknya ke pedagang pengecer untuk selanjutnya dijual ke pembeli (konsumen); 3) Nilai margin pemasaran dari kedua saluran pemasaran peyek kacang tanah pada IKM Fitri Lestari adalah : Pada saluran I tidak diperoleh margin pemasaran karena produsen menjual langsung produknya ke konsumen dan pada saluran II diperoleh margin pemasaran Rp. 7.403,43.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. F., Taslim, and A. Fitriani. 2015. "Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Sapi Potong Di Pasar Hewan Tanjungsari." *Jurnal Unpad* 151:10–17.
- Arifin. 2016. *Pengantar Agroindustri*. Bandung: CV. Mujahid Press.
- Arikunto. 2019. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2008. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. 4th ed. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Diarsa, A. W., J. Januar, and A. Suwandari. 2017. "Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Home Industri Kupang Kering Di Desa Balongdowo Kecamatan Candi

Fitriani dkk. (2024) / Jurnal Forbis Sains 3(1): 109-117

Kabupaten Sidoarjo.” 10(3):30–42.

Elfrianta. 2020. “Saluran Dan Margin Pemasaran Gula Merah Kelapa Di Desa Namaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong.” Universitas Muhammadiyah Palu.

Listyawati, Agnes, Suprpti Supardi, and RR. Aulia Qonita. 2016. “Analisis Nilai Tambah Dan Saluran Pemasaran Agroindustri Keripik Belut Di Kabupaten Klaten.” *Agrista* 4(3):24–35.

Rukmana, R. 2015. *Kacang Tanah*. Bekasi: Kanisius.

Salim, M. Noor, Darwati Susilastuti, and Rini Setyowati. 2019. “Analisis Produktivitas Penggunaan Tenaga Kerja Pada Usaha Tani Kentang.” *AGRISIA - Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 12(1).

Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. 2nd ed. Malang: UMM Press.