

Analisis Pemasaran Ternak Jangkrik (*Gryllodea*) di Desa Dadapmulyo dan Desa Gunungmulyo Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang

by Muhammad Narto

Submission date: 22-Jul-2023 10:42AM (UTC+0700)

Submission ID: 2134835761

File name: ijasc_narto_-_rev.docx (654.72K)

Word count: 1550

Character count: 9479



Available online

Journal page to available to <http://animalsciencejournal.unisla.ac.id/index.php/asj/index>.



Analisis Pemasaran Ternak Jangkrik (*Grylloidea*) di Desa Dadapmulyo dan Desa Gunungmulyo Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang

Marketing Analysis of Crickets (*Grylloidea*) in Dadapmulyo Village and Gunungmulyo Village Sarang District Rembang Regency

Muhammad Narto¹, Nuril Badriyah², Wenny Ladhunka Nur Aliyya³

^{1,2,3}Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Islam Lamongan Jl. Veteran No. 53A Lamongan

email: ¹nr3@unisla.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah artikel:

Diterima 24 Februari 2020

Direvisi 30 Maret 2023

Diterima 1 April 2023

Tersedia online 18 April 2023

Kata kunci:

Margin,
Pemasaran
Jangkrik

Keywords :

Margins,
Marketing,
Cricket

APA style in citing this article:

Narto, Muhammad,
Badriyah, Nuril., & Aliyya,
W,L,N. (2023). "Analisis
Pemasaran Ternak Jangkrik
(*Grylloidea*) di Desa Dadapan
Mulyo dan Desa
Gunungmulyo Kecamatan
Sarang Kab¹upaten
Rembang." *International
Journal of Animal Science
Universitas Islam
Lamongan*, vol. 5, no. (3)
2023, Halaman. 262-266

ABSTRAK

⁷Penelitian dilaksanakan tanggal 15 Februari sampai dengan 30 Maret 2022. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran jangkrik di Kecamatan Sarang Kabupaten⁸ Rembang khususnya di Desa Dadapmulyo dan Desa Gunungmulyo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan analisis deskriptif⁹ kualitatif dengan menjelaskan saluran pemasaran dan analisis margin di Kecamatan Sarang, Kabupaten Rembang. Hasil penelitian menunjukkan ada 2 jenis saluran pemasaran jangkrik¹⁰ yaitu 1. Pedagang pengumpul diteruskan ke konsumen, 2. Produsen ke pedagang pengumpul dilanjutkan ke pedagang eceran dan terakhir ke konsumen yaitu di Desa Dadapmulyo dan Desa Gunungmulyo. Dari kedua desa tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran yang¹¹ paling efektif dan maksimal yang dilakukan adalah saluran 1 yaitu dilakukan dari produsen ke pengepul kemudian diteruskan ke konsumen.

ABSTRACT

¹⁴The research was carried out from February 15 to March 30, 2022. ⁵The purpose of this study was to determine the marketing channels of crickets in the Sarang sub-district of Remba¹¹ regency, especially in Dadapmulyo village and Gunungmulyo village. The method used in sampling the s¹² was purposive sampling with qualitative descriptive analysis by explaining marketing channels and margins in Sarang sub-district, Rembang regency. The results showed that there are 2 types of cricket marketing channels, namely 1. Manufacturers of collectors' trades are forwarded to consumers, 2. Producers to collector traders are continued to retail traders and finally to consumers, wh¹² in Dadapmulyo village and Gunungmulyo village. From the two villages, it can be concluded that the most effective and maximum marketing carried out is the 1st channel, which is carried out from producers to collectors and then forwarded to consumers.

¹

International Journal of Animal Science with CC BY SA license

¹Analisis Pemasaran Ternak Jangkrik (*Grylloidea*) ...

International Journal of Animal Science with CC BY SA license.

1. Pendahuluan

Pengembangan peternakan adalah sebagian dari pembangunan pertanian dengan tujuan menyediakan bahan pangan, meningkatkan pendapatan, meningkatkan devisa juga dapat menembangkan lapangan kerja untuk masyarakat khususnya pedesaan. Ternak serangga termasuk dalam hewan ternak yang mudah dipelihara serta lebih bersih daripada hewan ternak lain. Terdapat jenis serangga yang dapat dibudidayakan maupun dijadikan usaha potensial untuk dikembangkan seperti jangkrik. Usaha peternakan jangkrik terutama pada populasi, bisa berdampak pada pendapatan, semakin tinggi kegiatan usaha yang dijalankan semakin tinggi juga pendapatan yang diperoleh dari usaha tersebut. Menurut pendapat Elly Jumiaty, dkk (2013), secara rasionalisasi semakin banyak pengeluaran maka semakin banyak pendapatan atau hasil yang didapat. Jangkrik mempunyai kandungan karbohidrat 5,08%, protein antara 65%-67,7%, dan lemak 23%-23,21%. Membuat kebutuhan jangkrik sebagai sumber protein serangga semakin meningkat setiap tahunnya, dimana bukan hanya di manfaatkan untuk pakan ternak melainkan juga di manfaatkan untuk dikonsumsi manusia yang mana sebagai pengganti alternatif daging sapi.

Di Kabupaten Rembang banyak yang memelihara burung dan ikan hias dimana salah satu jenis pakan utamanya adalah jangkrik, tingginya permintaan sehingga berpotensi dalam peternakan jangkrik yang bertepatan di desa Dadapmulyo dan desa Gunungmulyo kecamatan Sarang kabupaten Rembang Jawa Tengah. Namun semakin meningkatnya permintaan pasar hal ini juga membuat jalur distribusi dan pemasaran menjadi lebih banyak sebelum akhirnya bermuara pada konsumen. permasalahan ini berdampak pada harga jual dan keuntungan peternak yang tidak stabil dan tidak maksimal. Maka perlu dilakukan penelitian terkait analisis pemasaran ternak jangkrik di kecamatan Sarang kabupaten Rembang untuk mengetahui keuntungan, distribusi margin, dan saluran pemasaran yang efisien serta efektif bagi peternak jangkrik khususnya di kecamatan Sarang.

2. Materi dan Metode

Materi

Penelitian ini lakukan di desa Dadapmulyo dan desa Gunungmulyo Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang pada tanggal 10 Februari sampai 31 Maret 2022 dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan mengambil data kepada peternak dengan cara menggunakan kuisioner dan juga tanya jawab langsung dengan peternak dilapangan yang meliputi :

- a. Jumlah peternak dan populasi setiap peternak
- b. Total jangkrik yang dihasilkan dalam setiap periode produksi
- c. Berapa luasan lahan di kecamatan Sarang yang masih memungkinkan untuk pengembangan usaha jangkrik
- d. Alasan ketertarikan peternak untuk budidaya jangkrik
- e. Berapa lama pengalaman dalam menjalankan usaha ternak jangkrik

Hasil dari penelitian tersebut dilakukan analisis untuk memperoleh hasil, analisis yang pertama adalah menganalisis saluran pemasaran. Menggunakan cara mengevaluasi saluran pemasaran dan sistem yang sudah di jalankan dari produsen hingga ke tangan konsumen. Selanjutnya dianalisis fungsi pemasaran di berbagai saluran yang dilakukan (Amalia *et al*, 2015). Yang terakhir adalah menganalisis margin dan distribusi pemasaran. Menurut Mega (2014), margin pemasaran meliputi keuntungan dan biaya pemasaran, sehingga semakin tinggi biaya keuntungan yang diperoleh maka semakin tinggi juga margin pemasaran yang dihasilkan, sehingga menjadi tidak efektif dan efisien. Biaya pemasaran dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$BP = Bp1 + Bp2 + Bp3 + \dots + Bpn$$

Keterangan;

Bp: Biaya Pemasaran

Bp1, Bp2, Bp3, Bpn: Biaya pemasaran dengan tiap-tiap saluran pemasaran

Menurut Nyoman (2017), ¹³ margin pemasaran ialah selisih harga yang diperoleh dari tingkat ⁴ produsen sampai ditingkat konsumen, dengan rumus yang dapat dilihat sebagai berikut:

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan:

Mp : Margin pemasaran

Pr : Harga jangkrik ditingkat pengecer

Pf : Harga jangkrik ditingkat produsen

Setelah perhitungan data, hasil di tabulasi yang selanjutnya di analisis deskriptif.

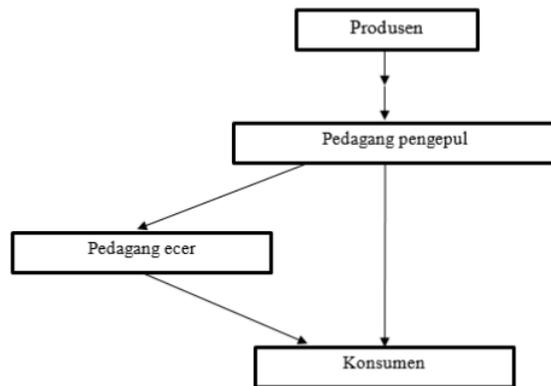
3. Hasil dan Pembahasan

Distribusi Pemasaran

Sistem pemasaran jangkrik yang berada di wilayah kecamatan Sarang kabupaten Rembang khususnya di desa Dadapmulyo dan desa Gunungmulyo menggunakan sistem rupiah per kilogram, sehingga penjualan dari hasil ternak ini hampir keseluruhan 80% menggunakan lembaga pemasaran untuk menyalurkannya. Biaya pemasaran, tingkat margin, dan keuntungan berbeda disebabkan oleh sedikit banyaknya saluran yang terjadi. Sedangkan tinggi rendahnya efisiensi pemasaran akan menentukan keadilan dalam pembagian keuntungan antar pelaku dalam sebuah pemasaran.

Jalur Pemasaran

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, Jalur pemasaran pada peternakan jangkrik disajikan dalam Gambar 1.



Gambar. 1 Jalur Pemasaran Peternakan Jangkrik

Pada Gambar 1 dilihat ada 2 saluran pemasaran jangkrik dengan rincian berikut:

1. Jalur ¹⁰ pemasaran I : Produsen – Pedagang Pengepul – Konsumen
2. Jalur pemasaran II : Produsen – Pedagang Pengepul – Pedagang kios – Konsumen

Jalur pemasaran yang terjadi pada peternakan jangkrik ditemukan 2 jalur yaitu jalur pertama adalah produsen disalurkan ke pedagang pengepul kemudian ke konsumen. Jalur kedua adalah produsen ke pedagang pengepul selanjutnya ke pedagang kios baru ke konsumen. Produsen dalam penelitian ini terdapat 3 pelaku usaha ternak jangkrik yang berada di desa Dadapmulyo dan desa Gunungmulyo antara lain Ibu Kuswati, Bapak Juwadi dan Bapak Slamet. Kemudian peranan pedagang pengepul pada saluran pemasaran ini adalah Bapak Khoirul yang menyalurkan jangkrik

dari produsen ke konsumen langsung dan beberapa kios pakan burung di Pasar kemudian dijual secara eceran kepada konsumen. Pada peranan ini pedagang ecer sendiri yakni toko-toko pakan burung disekitar lokasi peternak.

Margin Pemasaran Jangkrik

Perbandingan harga jangkrik yang ada di kecamatan Sarang Kabupaten Rembang dari ke dua saluran ini memiliki perbedaan dalam segi penjualan, pembelian dan keuntungan. Dalam setiap penjualan dari produsen sendiri mendapatkan ke untungan ke pedagang sampai ke konsumen memiliki ke untungan atau margin antara 5.000 sampai 35.000 per kg. Margin pemasaran jangkrik di tampilkan pada Tabel 1 berikut :

Table 1 Margin Pemasaran Jangkrik

| No | Pelaku pemasaran | Harga Beli (Kg/Rp) | Oprasional (Rp) | Harga jual (Rp) | Margin (Rp) |
|----|---------------------|--------------------|-----------------|-----------------|-------------|
| 1 | Produsen (Peternak) | | 20.000 | 1/25.000 | |
| 2 | Pedagang pengumpul | 1/25.000 | 5.000 | 35.000 | 10.000 |
| 3 | Pedagang ecer | 1/35.000 | 25.000 | 100.000 | 65.000 |
| 4 | Konsumen ecer | 1/100.000 | | | |
| 5 | Konsumen pengepul | 1/35.000 | | | |

Table 2 Saluran Biaya Pemasaran Jangkrik Per Kg

| No | Saluran pemasaran | Biaya | Harga jual | Margin | % |
|----|-------------------|--------|------------|--------|--------|
| 1 | saluran 1 | 30.000 | 35.000 | 10.000 | 85,71% |
| 2 | saluran 2 | 90.000 | 100.000 | 65.000 | 90% |

Melalui jalur pemasaran 1 prdusen ke pengepul baru kemudian ke konsumen. Jalur pemasaran 2 produsen ke pengepul kemudian ke pedagang ecer baru ke konsumen, diketahui total biaya pemasaran pada saluran I dengan margin di setiap lembaga yang diawasi yaitu mulai dari produsen dengan harga jual Rp. 25.000 ke pengepul, kemudian pengepul ke konsumen akhir dengan harga Rp. 35.000. Dari saluran pemasaran I ini rata-rata hasil penjualan perhari dari produsen ke konsumen mencapai presentase 85,71% per kg dalam penjualan. Pengepul dalam saluran ini yakni ke peternak – peternak murai batu disekitar kandang tersebut. Sehingga tidak mengeluarkan banyak biaya operasional. Jenis saluran keII yakni meliputi produsen ke pedagang pengepul ke pedagang ecer dengan harga jual yang sama de3an saluran pertama yaitu Rp. 25.000 kemudian dari pedagang pengepul menjual ke pedagang ecer dengan harga Rp. 35.000 dan lalu pedagang ecer menjual pada konsumen dengan harga jual Rp. 100.000. Dari saluran pemasaran ke II ini rata-rata selisih hasil penjualan perhari dari produsen ke pedagang pengepul dan pedagang ecer yaitu 85,75 % per kg dari harga beli yang kemudian pedagang ecer menjual ke konsumen dengan selisih harga 90 % per kg dari harga pembelian. Pedagang pengepul dalam saluran ini bertugas mengambil dan menyalurkan jangkrik dari kandang ke peagang ecer yang mana pada lembaga ini berperan penting dalam menjembatani produsen dan pedagang ecer yang tidak bisa mengambil langsung ke produsen. Dalam saluran ini terdapat 2 lembaga saluran pemasaran sehingga margin pendapatannya juga sedikit berkurang karena harus terpotong pada setiap saluran yang ada.

4. Kesimpulan

Saluran pemasaran yang paling efektif dilakukan adalah saluran 1 yaitu ⁶produsen ke ¹⁵pedagang pengepul kemudian ke konsumen. Sehingga pemasaran yang efektif untuk produsen ke pedagang pengepul kemudian ke konsumen di karenakan penjualannya lebih cepat dan harga lebih terjangkau.

5. References

Analisis Pemasaran Ternak Jangkrik (Gryllodea) di Desa Dadapmulyo dan Desa Gunungmulyo Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|-----|
| 1 | animalsciencejournal.unisla.ac.id Internet Source | 10% |
| 2 | repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source | 3% |
| 3 | riset.unisma.ac.id Internet Source | 1% |
| 4 | www.neliti.com Internet Source | 1% |
| 5 | docplayer.info Internet Source | 1% |
| 6 | Reka D. Onu, Lexy K. Rarung, Olie V. Kotambunan. "ANALISIS DISTRIBUSI PEMASARAN IKAN CAKALANG ASAP DI KELURAHAN GIRIAN ATAS KECAMATAN GIRIAN KOTA BITUNG PROVINSI SULAWESI UTARA", AKULTURASI (Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan), 2017 Publication | 1% |

| | | |
|----|--|------|
| 7 | Submitted to LL Dikti IX Turnitin Consortium Student Paper | 1 % |
| 8 | agroteksos.unram.ac.id Internet Source | 1 % |
| 9 | mail.animalsciencejournal.unisla.ac.id Internet Source | 1 % |
| 10 | Etty Sri Hertini, Hermantoro Hermantoro, Danang Manumono. "Analisis Tata Niaga Produk Agroindustri Gula Semut di Kabupaten Kulon Progo", Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian, 2021 Publication | 1 % |
| 11 | digilib.unila.ac.id Internet Source | 1 % |
| 12 | digital.csic.es Internet Source | 1 % |
| 13 | eprints.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source | 1 % |
| 14 | docplayer.com.br Internet Source | <1 % |
| 15 | repository.ub.ac.id Internet Source | <1 % |

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off