

**PENANGANAN FUNGSI-FUNGSI PEMASARAN DAN LABA
USAHA PERMEN SUSU KHAS SAMAWA
DI KABUPATEN SUMBAWA**

***Implementation of Marketing Functions and Business Profit of
Typical-Samawa Milk Candy In Sumbawa Regency***

Amry Rakhman

Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah: (1) mengidentifikasi pelaku fungsi pemasaran permen susu khas Samawa, (2) mengidentifikasi teknik penanganan fungsi pemasaran permen susu oleh pelaku fungsi pemasaran, dan (3) menganalisis laba usaha pelaku fungsi pemasaran permen susu khas Samawa.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, dilaksanakan di Kabupaten Sumbawa dengan lokasi utama di Kecamatan Moyohilir dan lokasi tambahan di kecamatan lainnya. Pengumpulan data sekunder dengan teknik kajian pustaka/publikasi data, sedang data primer melalui wawancara dengan responden. Analisis data untuk menjawab tujuan ke-1 dan ke-2 dilakukan secara deksriptif, sedang analisis data untuk menjawab tujuan ke-3 digunakan "Analisis Laba Usaha".

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pelaku fungsi pemasaran permen susu khas Samawa terdiri atas: Produsen dan Pedagang Pengecer; (2) Produsen menangani 10 jenis fungsi pemasaran (yaitu: informasi pasar input, pembelian input, pengangkutan input, pengolahan produk, penyimpanan produk olahan, informasi pasar output, pengangkutan output, penjualan output, pembiayaan usaha, dan penanggungan resiko), sedang Pedagang Pengecer menangani enam jenis fungsi pemasaran (yaitu: informasi pasar output, pembelian output, penyimpanan output, penjualan output, pembiayaan usaha, dan penanggungan resiko); dan (3) laba usaha Produsen Rp. 432. 949,11/ bulan, sedang laba usaha Pedagang Pengecer Rp. 205.861,11/ bulan.

ABSTRACT

The aims of the study are: (1) to identify actors of marketing functions of milk candy, (2) to identify the procedure of marketing functions of milk candy carried out by actors of marketing functions, and (3) to analyse the business profit of actors of the marketing functions.

Kata-kata Kunci : Fungsi-fungsi Pemasaran, Permen Susus Khas Samawa.

Key Words : Marketing Function, Typical-Samawa Milk Candy.

This study used descriptive method and was carried out in Sumbawa Regency with the sample location is Moyohilir District. The collection of secondary data carried out by analysing published data, meanwhile primary data were collected by interviewing with respondent. To answer the first and second aim was used descriptive analysis, while to answer the third aim was applied the business profit analysis.

The results of research indicated that: (1) the actors of milk candy marketing functions consist of milk candy producer and retailer, (2) milk candy producer has been implementing ten marketing function activities, meanwhile retailer has been handling six marketing function activities, and (3) the business profit of producer was Rp. 432.949,11/month, while the business profit of retailer was Rp. 205.861,11/month.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Permen susu khas Samawa (*Samawa: nama asli Kabupaten Sumbawa*) dibuat dari susu Sapi Hissar (*Bos Indicus*) yang populasinya hanya terdapat di Kabupaten Sumbawa sebanyak 868 ekor tahun 1999, dimana sebagian besarnya (84,99 %) terdapat di Kecamatan Moyohilir (Dinas Peternakan Propinsi NTB, 1997; Kristini, dkk., 1999). Sapi Hissar mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan Sapi Bali diantaranya: (1) bersifat jinak, (2) menghasilkan susu yang jauh lebih banyak, dan (3) telah dipelihara sejak lama (tahun 1920-an) secara turun temurun oleh peternak, sedang Sapi Bali baru dikembangkan tahun 1970-an.

Seiring dengan banyak/meningkatnya populasi Sapi Hissar di Kabupten Sumbawa, maka potensi persediaan (*supply*) produksi susu cukup banyak. Untuk memanfaatkan potensi tersebut, maka sejumlah pelaku ekonomi (Produsen dan Pedagang) telah melakukan penanganan berbagai fungsi pemasaran produk susu Sapi Hissar menjadi permen susu khas Samawa sejak tahun 1990. Hingga Mei 1999 terdapat tiga unit usaha pengolahan permen susu khas Samawa dengan total tenaga kerja sekitar 30 orang. Selain itu, terdapat sejumlah pelaku ekonomi yang terlibat dalam pengumpulan/pembelian bahan baku dan pemasaran produk olahan.

Berbagai fungsi pemasaran produk pertanian dan agroindustri menurut Kartasapoetro, dkk. (1986) dan Dieter (1996) meliputi kegiatan: pembelian dan pengumpulan, penjualan dan distribusi, pengangkutan, penyimpanan, pengolahan, pembiayaan, resiko, dan informasi pasar. Dari berbagai fungsi pemasaran tersebut, ternyata kegiatan pengolahan susu Sapi Hissar menjadi permen susu merupakan pemicu dan pemacu utama pengembangan produk permen susu khas Samawa, karena kegiatan tersebut mempunyai keterkaitan ke belakang dan keterkaitan ke depan yang cukup besar. Melalui kegiatan pengolahan tersebut dapat diperoleh permen susu yang mempunyai daya simpan relatif lama, produk tersedia dalam berbagai bentuk/ukuran, dan nilai ekonomi produk meningkat.

Perumusan Masalah

Jumlah permintaan (*demand*) permen susu khas Samawa terus meningkat, baik permintaan dari konsumen lokal maupun konsumen luar Kabupaten Sumbawa. Pada awalnya, permintaan hanya berasal dari beberapa toko/kios yang ada di ibukota Kabupaten Sumbawa (Sumbawa Besar), tetapi dalam tiga tahun terakhir, permintaannya datang dari kecamatan lainnya dan bahkan dari luar kabupaten tersebut. Namun sayang, permintaan yang cukup banyak dan terus meningkat tersebut belum dapat diimbangi oleh kemampuan Produsen untuk menyediakan (*supply*) permen susu yang terkait dengan skala usahanya yang masih relatif kecil.

Memahami hambatan/permasalahan, terutama yang dihadapi produsen permen susu tersebut, maka penanganan berbagai fungsi pemasaran permen susu khas Samawa merupakan hal yang sangat penting untuk diteliti agar dapat ditentukan langkah-langkah penyempurnaan di waktu akan datang, sehingga pada gilirannya laba usaha pelaku-pelaku fungsi pemasaran permen susu bisa optimal. Untuk itu, ada tiga inti rumusan masalah yang perlu ditemukan jawabannya adalah: (1) **Siapa saja** pelaku fungsi pemasaran permen susu khas Samawa?, (2) **Bagaimana** teknik/prosedur penanganan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku fungsi pemasaran?, dan (3) **Berapa besar** laba usaha yang diterima pelaku fungsi pemasaran permen susu khas Samawa?

Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi pelaku fungsi pemasaran permen susu khas Samawa.
2. Mengidentifikasi teknik/prosedur penanganan fungsi pemasaran permen susu khas Samawa yang dilakukan oleh pelaku fungsi pemasaran.
3. Menganalisis besarnya laba usaha pelaku fungsi pemasaran permen susu khas Samawa.

Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemerintah (terutama Dinas Perindustrian dan Perdagangan), hasil penelitian ini dapat menjadi landasan dalam menentukan langkah-langkah yang mendukung keberhasilan penanganan fungsi-fungsi pemasaran permen susu khas Samawa.
2. Bagi pelaku fungsi pemasaran, hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman tambahan dalam melakukan perbaikan penanganan fungsi-fungsi pemasaran permen susu khas Samawa, sehingga laba usaha meningkat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif (*descriptive research*), dilaksanakan di Kabupaten Sumbawa dengan lokasi utama penelitian di Kecamatan Moyohilir (sentra pengembangan Sapi Hissar dan pengolahan permen susu) dan lokasi tambahan di kecamatan lainnya (Ethridge, 1995).

Pengumpulan data sekunder yang berkaitan dengan keperluan penelitian ini dilakukan dengan teknik kajian pustaka/publikasi data. Sementara itu, pengumpulan data primer tentang penanganan fungsi-fungsi pemasaran permen susu dilakukan melalui wawancara dengan responden (pelaku fungsi-fungsi pemasaran). Pelaku fungsi pemasaran tersebut meliputi: Pengumpul/Pembeli Input, Produsen/Pengolah, Pedagang Besar/Pengecer, atau pelaku fungsi pemasaran lainnya, dengan jumlah responden pada setiap pelaku fungsi pemasaran ditetapkan sebanyak tiga orang.

Analisis data untuk menjawab tujuan ke-1 dan ke-2 dilakukan secara deskriptif (*deskriptive analysis*), sedang analisis data untuk menjawab tujuan ke-3 digunakan "Analisis Laba Usaha" (Hadisapoetro, 1986).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku Fungsi Pemasaran Permen Susu Khas Samawa

Pelaku fungsi pemasaran yang menangani fungsi-fungsi pemasaran permen susu khas Samawa di Kabupaten Sumbawa ada dua kelompok yaitu: (1) Produsen Permen Susu (berperan sebagai Pengumpul/Pembeli Input dan Pengolah), dan (2) Pedagang Pengecer. Identitas kedua kelompok pelaku fungsi pemasaran tersebut disajikan pada bahasan berikut.

Identitas Produsen Permen Susu Khas Samawa

Tabel 3.1.1. menunjukkan bahwa semua Produsen permen susu termasuk dalam kelompok umur produktif, artinya semua Produsen mampu menjalankan fungsi-fungsi pemasaran permen susu guna memperoleh keuntungan. Tingkat pendidikan Produsen cukup memadai dan pengalaman usaha cukup lama, sehingga kemampuannya dalam menangani fungsi-fungsi pemasaran permen susu relatif cukup baik.

Tabel 3.1.1. Identitas Produsen Permen Susu Khas Samawa di Kabupaten Sumbawa Bulan April 2001

No.	Identirtas	Produsen (n = 3)
1.	Rata-rata umur (tahun)	35,30
2.	Pendidikan:	
	Tamat SMP (%)	66,67
	Tamat SMA (%)	33,33
3.	Pekerjaan:	
	Utama (dagang) (%)	100,00
	Sampingan (%)	0,00
4.	Rata-rata pengalaman usaha (tahun)	6,67
5.	Rata-rata jumlah anggota rumahtangga:	
	Bekerja (orang)	4,00
	Tidak bekerja (orang)	2,,67
6.	Status usaha:	
	Perorangan (%)	100,00
	Kelompok (%)	0,00
7.	Jenis kelamin:	
	Perempuan (%)	100,00
	Laki (%)	0,00

Sumber: Data Primer Diolah.

Usaha pengolahan permen susu khas Samawa saat ini dilakukan secara perorangan oleh tenaga kerja perempuan, tetapi beberapa tahun yang lalu pernah dilakukan secara berkelompok (PKK Desa). Usaha permen susu yang dilakukan secara perorangan tersebut mengalami hambatan untuk berkembang, sehingga skala usahanya tetap kecil. Agar usaha permen susu bisa berkembang lebih besar, maka peningkatan skala usaha melalui pengelolaan secara berkelompok perlu ditumbuhkembangkan kembali, baik melalui kelompok PKK Desa maupun melalui Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang baru dibentuk.

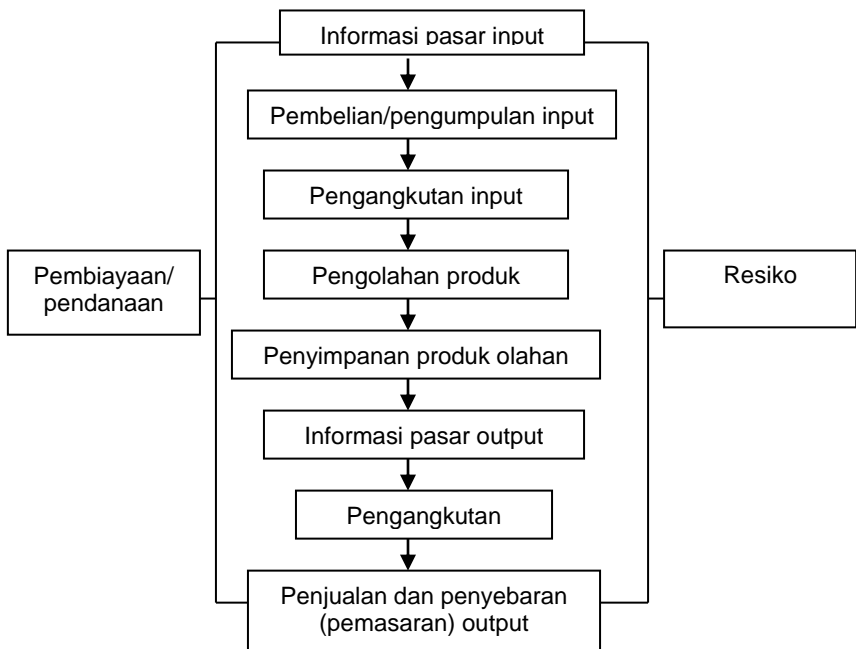
Identitas Pedagang Pengecer Permen Susu Khas Samawa

Pedagang Pengecer permen susu (n = 3) semuanya berpendidikan tamat SMA, ditambah dengan pengalaman usaha dagang rata-rata 7,3 tahun, maka Pedagang Pengecer permen susu berpotensi untuk mampu mengembangkan usahanya menjadi lebih besar. Hal ini ditandai dengan status usahanya adalah toko swalayan yang menjual permen susu khas Samawa dan produk-produk industri lainnya.

Teknik Penanganan Fungsi-fungsi Pemasaran Permen Susu Khas Samawa

Teknik Penanganan Fungsi-fungsi Pemasaran Permen Susu oleh Produsen

Penanganan fungsi-fungsi pemasaran permen susu khas Samawa oleh Produsen dilakukan secara bertahap berkelanjutan seperti disajikan secara skematis pada Gambar 3.2.1 berikut.



Gambar 3.2.1. Teknik Penanganan Fungsi Pemasaran Permen Susu Khas Samawa oleh Produsen

Informasi pasar input yang tampak pada Gambar 3.2.1, terutama tentang persediaan bahan baku (susu Sapi Hissar) diperoleh Produsen Permen Susu dengan cara mencari sendiri ke peternak atau sebaliknya peternak yang mendatangi Produsen permen susu secara bergantian. Sementara itu, informasi pasar tentang ketersediaan input lainnya (bahan penolong dan peralatan/mesin) diperoleh Produsen permen susu dengan cara

mencari sendiri secara langsung ke tempat penjualan berbagai input tersebut, baik yang berada di dalam maupun luar wilayah Produsen.

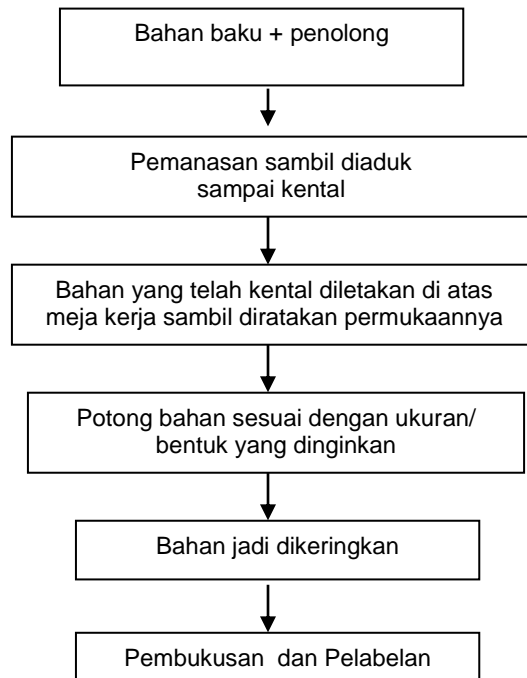
Aktivitas **pembelian/pengumpulan input**, terutama bahan baku (susu sapi Hissar) dilakukan pada waktu yang relatif bersamaan dengan kegiatan pencarian informasi pasar. Sementara itu, pembelian/pengumpulan bahan penolong dan peralatan/mesin dilakukan oleh Produsen bersama tenaga kerjanya langsung pada tempat-tempat penjualan bahan penolong dan peralatan/mesin untuk pengolahan permen susu.

Semua input yang telah dibeli/dikumpulkan Produsen permen susu dari produsen/penjual input **diangkut** ke lokasi usaha pengolahan permen susu dengan menggunakan wadah/sarana yang dianggap aman/terjamin. Untuk bahan baku (susu sapi Hissar) tidak dilakukan penyimpanan, tetapi langsung diolah menjadi permen susu pada hari pembeliannya karena sifatnya yang mudah rusak (tidak tahan simpan). Sementara itu, untuk bahan penolong dilakukan penyimpanan selama 2 – 5 hari.

Pengolahan permen susu oleh Produsen dilakukan dengan teknologi yang relatif sederhana yang diperolehnya secara turun temurun atau dengan mencontoh dari temannya, sedang pembinaan/pelatihan yang diterima dari dinas/instansi teknis relatif terbatas. Secara garis besar tahapan proses pengolahan permen susu disajikan pada Gambar 3.2.1a. berikut.

Permen susu khas Samawa yang dihasilkan melalui proses pengolahan **disimpan** di dalam lemari atau wadah lainnya selama 1 – 3 hari, untuk selanjutnya dilakukan **penjualan** produk. **Informasi tentang pasar output** (permen susu) diperoleh Produsen dari Pedagang Pengecer di Sumbawa Besar atau Produsen langsung mencari sendiri ke tempat lainnya. Dalam pemasaran permen susu, Produsen **mengangkut** produknya dari lokasi usaha ke tempat pemasaran, yaitu kepada Pedagang Pengecer (berupa Toko/Kios) di Sumbawa Besar, untuk selanjutnya Pedagang Pengecer menjualnya kepada konsumen lokal maupun konsumen yang datang dari luar Kabupaten Sumbawa.

Jumlah permintaan permen susu khas Samawa cukup banyak dan terus meningkat, tetapi belum dapat dipenuhi oleh Produsen karena skala usaha yang masih relatif kecil. Kecilnya skala usaha tersebut disebabkan beberapa faktor antara lain: modal usaha Produsen (**pembiayaan/pendanaan**) yang terbatas, kontinuitas persediaan bahan baku yang kurang terjamin (terutama pada musim hujan), teknologi pengolahan dengan peralatan yang sederhana, dan pembinaan/bantuan dari dinas/instansi teknis yang kurang. Oleh karenanya sebagian besar **resiko usaha** ditangani sendiri oleh Produsen.

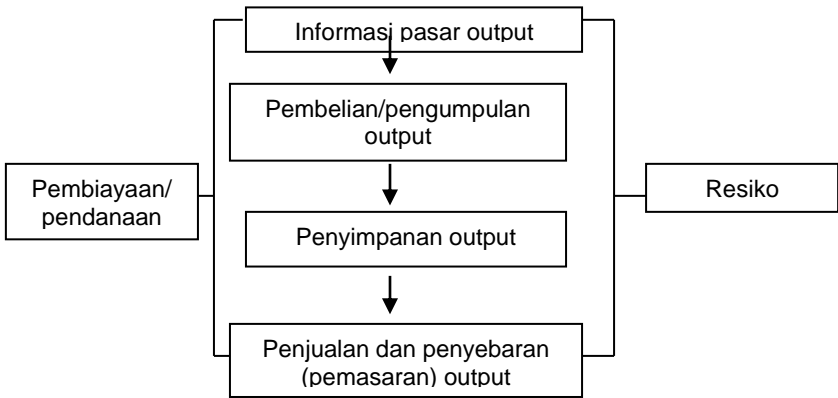


Gambar 3.2.1a. Tahapan Proses Pengolahan Permen Susu Khas Samawa

Teknik Penanganan Fungsi Pemasaran Permen Susu oleh Pedagang Pengecer

Penanganan fungsi-fungsi pemasaran permen susu khas Samawa oleh Pedagang Pengecer disajikan pada Gambar 3.2.2. berikut.

Informasi pasar tentang persediaan (*supply*) permen susu khas Samawa (tampak pada Gambar 3.2.2.) diperoleh Pedagang Pengecer langsung dari Produsen permen susu yang datang ke toko/kios pedagang guna menawarkan produknya. Cara pembayaran dalam transaksi **pembelian** permen susu oleh Pedagang Pengecer berlangsung melalui dua alternatif yaitu: (1) dibayar di muka (sebanyak 66,67 % Pedagang Pengecer), dan (2) dibayar di belakang setelah produk terjual (sebanyak 33,33 % Pedagang Pengecer).



Gambar 3.2.2. Teknik Penanganan Fungsi Pemasaran Permen Susu Khas Samawa oleh Pedagang Pengecer

Seiring dengan proses pembelian permen susu tersebut, maka **penyimpanan** output selama penjualan oleh Pedagang Pengecer ditempatkan pada wadah/rak penjualan bersamaan dengan jenis produk olahan lainnya. **Penjualan dan penyebaran** permen susu oleh Pedagang Pengecer berlangsung cukup lancar, pembelinya tidak saja berasal dari konsumen lokal, tetapi juga konsumen dari luar Kabupaten Sumbawa yang membeli permen susu sebagai oleh-oleh (“buah tangan”).

Penanganan fungsi pemasaran permen susu oleh Pedagang Pengecer dilakukan dengan menggunakan **pembiayaan/pendanaan** (modal) sendiri yang nilainya dianggap tidak terlalu besar. Hal yang masih sering menjadi **resiko** (masalah) dalam pemasaran permen susu bagi Pedagang adalah kontinuitas pasokan produk dari Produsen sering kurang terjamin, terutama pada musim hujan.

Labu Usaha Pelaku Fungsi Pemasaran Permen Susu Khas Samawa

Labu Usaha Produsen Permen Susu

Besarnya labu usaha Produsen permen susu ditentukan oleh dua faktor yaitu: biaya produksi dan nilai produksi seperti disajikan pada bahasan berikut.

1. Biaya Produksi

Tabel 3.3.1. Rata-rata Biaya Produksi dalam Penanganan Fungsi Pemasaran Permen Susu Khas Samawa April 2001

No	Komponen	Jlh Biaya (Rp)	Persentase (%)
I.	Biaya Variabel:		
	Bahan baku	552.000,00	44,93
	Bahan penolong	390.149,99	31,76
	Bahan bakar (kayu/ minyak)	54.500,00	4,44
	Tenaga kerja	193.334,34	15,74
	Transportasi	18.000,00	1,40
	Sub Jumlah	1.207.984,33	98,33
II.	Biaya Tetap:		
	Penyusutan alat	10.922,22	0,89
	Perbaikan alat	3.000,00	0,24
	Bunga pinjaman	6666,67	0,54
	Sub jumlah	20.588,89	1,67
III.	Jumlah	1.228.573,22	100,00

Sumber: Data Primer Diolah.

Dari Tabel 3.3.1. tampak bahwa hampir semua biaya produksi berupa biaya variabel, sedang sebagian kecilnya biaya tetap. Rata-rata penggunaan biaya variabel meliputi: bahan baku (susu sapi Hissar), bahan penolong (gula pasir dan lain-lainnya) dan tenaga kerja untuk produksi permen susu bulan April 2001 berturut-turut adalah 240 liter susu, 48 kg gula pasir dan 41,97 HKO tenaga kerja. Sementara itu, tenaga kerja dalam penanganan fungsi pemasaran permen susu digunakan mulai dari tahap pembelian input sampai pemasaran output.

Dua jenis biaya variabel lainnya (bahan bakar dan transportasi) relatif kecil jumlahnya. Bahan bakar yang digunakan dalam pengolahan permen susu khas Samawa berupa minyak tanah (dengan peralatan kompor), kayu bakar dan listrik secara bergantian. Rata-rata jumlah minyak tanah yang digunakan sebanyak 60 liter, kayu bakar 6 ikat, dan pembayaran listrik Rp. 2666,67 dalam satu bulan proses pengolahan.

Pada kelompok biaya tetap, biaya penyusutan alat yang menempati proporsi terbesar merupakan nilai penyusutan berbagai jenis alat yang digunakan dalam satu bulan proses pengolahan permen susu. Biaya

perbaikan alat merupakan pengeluaran untuk memperbaiki berbagai jenis alat dalam penanganan fungsi pemasaran permen susu. Sementara itu, bunga modal pinjaman sangat kecil karena hanya 33,33 % Produsen permen susu yang menggunakan modal pinjaman (kredit) dalam membiayai usahanya.

2. Jumlah dan Nilai Produksi

Rata-rata jumlah produksi permen susu yang dihasilkan Produsen pada bulan April 2001 adalah 249,23 kg atau setara dengan 1108 bungkus, dengan berat per bungkus sekitar 225 gram, dimana dalam satu bungkus terdapat 15 – 20 potong permen susu. Jumlah produksi tersebut berasal dari bahan baku (susu sapi Hissar) sebanyak 240 liter ditambah dengan gula 48 kg, sehingga rendemannya mencapai sekitar 86,50 %. Sementara itu, rata-rata nilai produksi Rp. 1.661.522,33 per bulan dengan harga satuan Rp. 6666,67/kg atau Rp. 1666,67 per bungkus. Jumlah dan nilai produksi tersebut masih relatif sedikit karena kecilnya skala usaha dari Produsen.

3. Laba Usaha

Rata-rata laba usaha bagi Produsen permen susu pada bulan April 2001 adalah Rp. 432.949,11 (diperoleh dari nilai produksi dikurangi biaya produksi = Rp 1.661.522,33 – Rp 1.228.573,22) dengan nilai R/C ratio 1,35, sehingga usaha permen susu layak untuk diusahakan/dikembangkan untuk masa yang akan datang. Laba usaha permen susu masih memungkinkan untuk ditingkatkan karena permintaannya terus meningkat.

Labanya Usaha Pedagang Pengecer Permen Susu

Besarnya laba usaha Pedagang Pengecer permen susu khas Samawa ditentukan oleh besarnya biaya pemasaran (biaya variabel dan biaya tetap) dan nilai jual produk yang dipasarkan seperti disajikan berikut ini.

1. Biaya Pemasaran

Biaya variabel yang dikeluarkan Pedagang Pengecer dalam melakukan fungsi pemasaran permen susu hanya berupa biaya pembelian permen susu, yaitu sebesar Rp. 900.000 yang merupakan nilai permen susu sebanyak 600 bungkus atau 35 kg dengan harga Rp. 1.500/bungkus. Biaya tenaga kerja dan transportasi tidak dikeluarkan Pedagang Pengecer karena Produsen permen susu langsung mengantarkan produknya ke lokasi (toko/kios) Pedagang Pengecer. Sementara itu, biaya tetap yang dikeluarkan Pedagang Pengecer untuk pemasaran permen susu relatif kecil, yaitu Rp. 4138,89 karena hanya biaya penyusutan wadah penjualan berupa rak yang diperhitungkan (Rp. 2638,89) dan pembayaran pajak penjualan Rp. 1.500/bulan.

2. Jumlah dan Nilai Produk yang Dijual

Rata-rata jumlah produk permen susu yang dijual oleh Pedagang Pengecer pada bulan April 2001 adalah 600 bungkus atau setara dengan 135 kg, dengan berat satu bungkus permen susu 225 gram. Sementara itu, rata-rata nilai penjualan oleh Pedagang Pengecer adalah Rp. 1.110.000, dimana harga permen susu Rp. 1850/ bungkus atau Rp. 8.222,22/kg.

3. Laba Usaha

Tabel 3.3.2. Rata-rata Laba Usaha Pedagang Pengecer Permen Susu Khas Samawa April 2001

No.	Komponen	Nilai (Rp)
1	Biaya pemasaran:	904.138,89
	Biaya variabel	900.000
	Biaya tetap	4138,89
2	Nilai Produksi	1.110.000
3	Keuntungan usaha (2-1)	205.861,11

Sumber: Data primer diolah

Dari Tabel 3.3.2. tampak bahwa laba usaha Pedagang Pengecer permen susu khas Samawa adalah Rp. 205.861,11 per bulan atau 22,29 % dari nilai pembelian produk permen susu. Keuntungan usaha Pedagang Pengecer permen susu ini cukup tinggi, sehingga dapat menjadi perangsang bagi Pedagang untuk tetap menggeluti usaha dagang permen susu tersebut dan bahkan Pedagang Pengecer bersedia untuk menampung produk permen susu yang lebih banyak lagi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pelaku fungsi pemasaran permen susu khas Samawa ada dua yaitu: (a) Produsen permen susu, dan (b) Pedagang Pengecer permen susu.
2. Fungsi pemasaran permen susu yang ditangani oleh: (a) Produsen ada 10 jenis yaitu: pencarian informasi pasar input, pembelian/pengumpulan input, pengangkutan input, pengolahan produk, penyimpanan produk olahan, informasi pasar output, pengangkutan, penjualan dan penyebaran output, pembiayaan/ pendanaan usaha, dan penanggungan resiko usaha; dan (b) Pedagang Pengecer ada 6 jenis yaitu: menunggu informasi pasar output, pembelian/pengumpulan output, penyimpanan

output, penjualan/penyebaran output, pembiayaan/pendanaan dan penanggungan resiko pemasaran.

3. Laba usaha yang diterima Produsen permen susu khas Samawa sebesar Rp. 432.949,11 per bulan, sedang laba usaha Pedagang Pengecur sebesar Rp. 205.861,11 per bulan.

Saran

Beberapa upaya yang perlu dilakukan untuk menyempurnakan penanganan fungsi-fungsi pemasaran permen susu khas Samawa adalah:

1. Menciptakan hubungan kerjasama/kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara Produsen permen susu dengan Petani/Peternak Sapi Hissar agar kontinuitas pasokan bahan baku tetap terjamin.
2. Menumbuhkembangkan agroindustri permen susu melalui wadah Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang didukung dengan pemberian fasilitas kredit berbunga rendah dan prosedur sederhana kepada Produsen permen susu.
3. Memperluas jangkauan pasar permen susu dengan cara promosi dan penciptaan kemitraan usaha antara Produsen permen susu dengan Pedagang Pengecur atau pelaku pasar lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dieter Elz. 1996. *Agricultural Marketing Strategi and Pricing Policy (ed)*. The Word Bank. Washington, D.C.
- Dinas Peternakan Propinsi NTB. 1997. Statistik Peternakan Tahun 1997. Mataram.
- Ethridge, Don. 1995. *Research Methodology in Applied Aconomics and Conducting Economic Research*. Iowa University Press/AMES. Iowa.
- Hadisapoetro, Soedarsono, 1986. Biaya dan Pendapatan dalam Usahatani. Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian UGM. Yogyakarta.
- Kartasapoetro, G., R.G. Kartasapoetro, dan A.G. Kartasapoetro. 1986. Marketing Produk Pertanian dan industri. Bina Aksara. Jakarta.
- Kristini, S., Abidin Hamzah, Lalu Sukarya dan Zainal Arifin. 1999. Laporan Hasil Survey (Kajian) Dampak Pengembangan Sapi Hissar terhadap Pemurnian Sapi Bali di Kabupaten Sumbawa. Kanwil Dep. Pertanian Por. NTB. Mataram.