

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Petani merupakan orang yang melakukan usaha dalam pemenuhan kebutuhan dibidang pertanian. Untuk memperoleh informasi tentang usahatani yang diusahakan, maka identitas petani responden merupakan salah satu hal penting yang dapat membantu kelancaran proses penelitian. Penelitian ini yang berlokasi di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur khususnya Desa Mulyasri. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 75 orang petani Kelapa Sawit, Dan 7 Orang Pengepul Kelapa Sawit.

Berikut ini merupakan pembahasan mengenai identitas petani responden yang meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman berusahatani dan luas lahan yang dimiliki petani.

Tabel 7. Identitas Responden

No	Pengepul	Jumlah Petani	Persentase (%)
1	H,sarjono	13	17
2	Ariani.p	8	11
3	Edi salam	17	23
4	H.kasman	10	13
5	Sujiman	12	16
6	Karto	7	9
7	Supratman	8	11
Total		75	100

Tabel tersebut menunjukkan distribusi jumlah petani berdasarkan pengepul dengan total 75 petani (100%). Pengepul 3 memiliki jumlah petani terbanyak yaitu 17 orang (23%), diikuti pengepul 1 sebanyak 13 orang (17%), dan pengepul 5 sebanyak 12 orang (16%). Selanjutnya pengepul 4 memiliki 10 orang (13%), sedangkan pengepul 2 dan 7 masing-masing 8 orang (11%). Pengepul dengan jumlah petani paling sedikit adalah F yaitu 7 orang (9%). Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar petani lebih banyak menjual hasilnya kepada pengepul C dibandingkan pengepul lainnya.

5.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur merupakan lama waktu hidup yaitu tergantung sejak lahir sampai dengan sekarang. Penentuan umur diketahui dengan hitungan tahun. Umur merupakan salah satu faktor untuk menentukan produktifitas tenaga kerja yang dihasilkan oleh petani. Umur yang produktif yaitu mereka

yang bekerja pada usia produktif 27-63 tahun, dimana pada usia tersebut seseorang dapat dikatakan memiliki kemampuan fisik yang baik untuk mengelola usahanya (Yustika, 2021).

Menurut Muksiat (2017) umur akan mempengaruhi kemampuan fisik dan respon petani dalam melakukan usaha tani. Semakin tinggi umur maka kemampuan fisik petani untuk bekerja akan menurun. Sebaliknya, orang yang umurnya masih muda dan memiliki fisik yang sehat yang memiliki kemampuan yang baik untuk melakukan produktifitas tenaga kerja yang tinggi.

Tabel 8. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	27-33	9	12
2	34-43	24	32
3	44-53	28	37
4	54-63	14	19
Total		75	100%
Maksimum : 63			
Minimum : 27			
Rata-Rata : 44			

Tabel tersebut menunjukkan distribusi usia petani dari total 75 responden (100%). Kelompok usia 44–53 tahun merupakan jumlah terbanyak yaitu 28 orang (37%). Selanjutnya diikuti kelompok usia 34–43 tahun sebanyak 24 orang (32%). Kelompok usia 54–63 tahun berjumlah 14 orang (19%), sedangkan jumlah paling sedikit terdapat pada kelompok usia 27–33 tahun yaitu 9 orang (12%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas petani berada pada usia produktif hingga paruh baya, dengan dominasi pada rentang usia 44–53 tahun.

5.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pendidikan merupakan salah satu faktor penting untuk petani dalam hal menerima dan menerapkan teknologi baru, disamping kemampuan dan ketarampilan dari petani sendiri. Pendidikan akan mempengaruhi pola pikir petani dalam menjalankan kegiatan usaha tani dan pengambilan keputusan dalam pemasaran yang dihasilkan (Intan, 2010). Berdasarkan hasil penelitian, tingkat pendidikan petani dapat dilihat pada tabel.

Tabel 9. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	17	23
2	SMP	21	28
3	SMA	19	25
4	PT	18	24

Total	75	100
--------------	-----------	------------

Tabel tersebut menunjukkan tingkat pendidikan petani dari total 75 responden (100%). Petani dengan tingkat pendidikan SMP merupakan jumlah terbanyak yaitu 21 orang (28%). Selanjutnya diikuti oleh petani dengan pendidikan SMA sebanyak 19 orang (25%), Perguruan Tinggi (PT) sebanyak 18 orang (24%), dan SD sebanyak 17 orang (23%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas petani memiliki tingkat pendidikan SMP, namun secara umum tingkat pendidikan petani cukup beragam mulai dari SD hingga perguruan tinggi.

5.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

Berdasarkan Jumlah Tanggungan Besar kecilnya biaya tanggungan yang dikeluarkan oleh seorang petani tidak lepas dari berapa jumlah tanggungan keluarga yang dimilikinya. Jumlah tanggungan keluarga juga dapat menentukan seberapa besar potensi tenaga kerja dalam keluarga yang bisa dipakai dalam berusaha tani. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga yang bisa dipakai sehingga penyerapan tenaga kerja di luar keluarga akan semakin sedikit dan begitu juga sebaliknya. Berdasarkan hasil penelitian, jumlah tanggungan keluarga petani dapat dilihat pada tabel

Tabel 10. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Tanggungan Keluarga

No	Jumlah tanggungan	Jumlah	Persentase (%)
1	1-3	42	56
2	4-7	33	44
TOTAL		75	100
Maksimum : 7			
Minimum : 1			
Rata-Rata : 3			

Sumber Lampiran Data Penelitian

Tabel tersebut menunjukkan jumlah tanggungan keluarga petani dari total 75 responden (100%). Petani yang memiliki tanggungan 1–3 orang berjumlah 42 orang (56%), sedangkan petani dengan tanggungan 4–7 orang berjumlah 33 orang (44%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani memiliki jumlah tanggungan keluarga 1–3 orang, sehingga menunjukkan bahwa rata-rata tanggungan keluarga petani tergolong relatif kecil hingga sedang.

5.1.4. Karakteristik Responden Pengalaman Berusaha Tani

Pengalaman berusaha tani merupakan lamanya waktu yang telah dijalani seseorang dalam menjalankan kegiatan usaha pertanian, mulai dari proses pengolahan lahan, penanaman, pemeliharaan, hingga pemasaran hasil panen. Semakin lama pengalaman yang dimiliki petani, umumnya semakin baik pula kemampuan dan keterampilannya dalam mengelola usaha tani, termasuk dalam mengambil keputusan, mengatasi risiko gagal panen, serta menyesuaikan diri dengan perubahan cuaca maupun harga pasar. Pengalaman berusaha tani juga berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan teknis dan efisiensi produksi, karena petani yang lebih berpengalaman cenderung telah belajar dari berbagai situasi dan permasalahan yang pernah dihadapi. Dengan demikian, pengalaman berusaha tani menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendukung keberhasilan dan keberlanjutan usaha pertanian.

Tabel 11. Karakteristik Responden Pengalaman Berusaha Tani

No	Pengalaman Berusaha Tani	Jumlah	Persentase (%)
1	2-5	8	11
2	6-10	13	17
3	11-15	24	32
4	16-20	13	17
5	21-25	9	12
6	26-30	5	7
7	31-35	3	4
TOTAL		75	100

Sumber Lampiran 1

Tabel tersebut menunjukkan distribusi responden berdasarkan pengalaman berusaha tani dari total 75 petani. Pengalaman berusaha tani terbanyak terdapat pada rentang 11–15 tahun yaitu 24 orang (32%). Selanjutnya pengalaman 6–10 tahun dan 16–20 tahun masing-masing 13 orang (17%). Pengalaman 21–25 tahun sebanyak 9 orang (12%), dan 2–5 tahun sebanyak 8 orang (11%). Sementara itu, pengalaman 26–30 tahun sebanyak 5 orang (7%) dan 31–35 tahun sebanyak 3 orang (4%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar petani memiliki pengalaman berusaha tani 11–15 tahun.

5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

Luas lahan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi produksi usaha tani. Keberadaan lahan akan mempengaruhi besar kecilnya penerimaan petani. Semakin luas lahan, semakin banyak tanaman. Menurut ALIFIA, N, (2019) lahan merupakan salah satu modal kerja dan faktor produksi yang sangat penting dalam petani Kelapa Sawit berdasarkan hasil penelitian.

Tabel 12. Karakteristik Responden Luas Lahan (Ha)

No	Luas Lahan (Ha)	umlah	Persentase (%)
1	1.5-2.5	32	43
2	2.5-3.5	31	41
3	3.6-4.5	12	16
Total		75	100
Maksimum : 4.5			
Minimum : 1.5			
Rata-Rata : 2.736			

Sumber Lampiran Data 1

Berdasarkan tabel distribusi luas lahan, diketahui bahwa dari 75 responden sebagian besar memiliki luas lahan 1,5–2,5 ha yaitu 32 orang (43%). Selanjutnya responden dengan luas lahan 2,5–3,5 ha berjumlah 31 orang (41%), sedangkan yang memiliki luas lahan 3,6–4,5 ha sebanyak 12 orang (16%) dan merupakan jumlah paling sedikit.

Luas lahan maksimum responden adalah 4,5 ha, sedangkan minimum 1,5 ha, dengan rata-rata luas lahan sebesar 2,736 ha. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki luas lahan sekitar 2–3 hektar.

5.2 Analisis Struktur Pasar

5.2.1 Pangsa Pasar

Struktur pasar (*Market Structure*) merupakan penggolongan pasar berdasarkan strukturnya yang dapat mempengaruhi tingkah laku dan kinerja perusahaan dalam pasar. Struktur pasar dikatakan kompetitif jika perusahaan-perusahaan yang ada dalam pasar sama sekali tidak mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi harga dan jumlah barang dipasar. Hasil penelitian yang telah dilakukan di Desa Mulyasri, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur mengenai struktur pasar yang terjadi pada komoditas Kelapa Sawit akan dihitung menggunakan pangsa pasar dan CR4

Tabel 13. Pangsa Pasar Komoditas Kelapa Sawit Di Desa Mulyasri,

No	Pengepul	Total Penjualan (Kg)	Pangsa Pasar %
1	Hj,sarjono	61.500	17.97
2	Ariani.p	38.163	11.15
3	Edi salam	74.500	21.76
4	Hj.kasman	45.667	13.34
5	Sujiman	54.833	16.02
6	Karto	32.833	9.59
7	Supratman	34.833	10.18
Total		342.329	100%

Sumber Lampiran Data 5

Berdasarkan tabel pangsa pasar pengepul, diketahui bahwa total penjualan komoditas mencapai 342.329 kg. Pengepul dengan pangsa pasar terbesar adalah Edi Salam dengan total penjualan 74.500 kg atau 21,76% dari total penjualan. Selanjutnya diikuti oleh Hj. Sarjono sebesar 61.500 kg (17,97%), dan Sujiman sebesar 54.833 kg (16,02%). Sementara itu, Hj. Kasman memiliki penjualan 45.667 kg (13,34%), Ariani P sebesar 38.163 kg (11,15%), Supratman sebesar 34.833 kg (10,18%), dan Karto memiliki pangsa pasar paling kecil yaitu 32.833 kg (9,59%). Hal ini menunjukkan bahwa distribusi penjualan antar pengepul cukup bervariasi dengan dominasi terbesar pada pengepul Edi Salam.

5.2.2 Konsentrasi Pasar (CR 4)

Konsentrasi Pasar Merupakan Konsep Yang Menggambarkan Tingkat Penguasaan Pasar Oleh Sejumlah Kecil Pelaku Usaha Dibandingkan Dengan Keseluruhan Pelaku Yang Ada Dalam Suatu Pasar. Konsentrasi Pasar Menunjukkan Sejauh Mana Aktivitas Penjualan Atau Pembelian Terfokus Pada Pelaku-Pelaku Tertentu, Sehingga Mencerminkan Tingkat Persaingan Dan Distribusi Kekuatan Pasar. Semakin Tinggi Tingkat Konsentrasi Pasar, Semakin Besar Dominasi Pelaku Tertentu Dan Semakin Kecil Tingkat Persaingan Yang Terjadi.

Tabel 14. Konsentrasi Pasar

No	Pengepul	Jumlah Penjualan (Kg)	Pangsa Pasar	Konsentrasi Pasar (%)
1	Edi Salam	74.500	$20\% \leq CR_4 \leq 80\%$ (22%)	merupakan pasar yang bersaing dan mengarah pada persaingan monopolisti
2	Sujiman	54.833	$CR_4 < 20\%$ (16%)	Merupakan Pasar Yang Bersaing Dan Mendekati Model Persaingan Sempurna
3	H,sarjono	61.500	$CR_4 < 20\%$ (18%)	Merupakan Pasar Yang Bersaing Dan Mendekati Model Persaingan Sempurna
4	Ariani.p	38.163	$CR_4 < 20\%$ (11%)	Merupakan Pasar Yang Bersaing Dan Mendekati Model

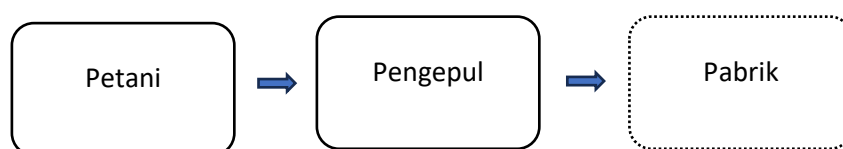
Sumber Lampiran Data 5

Berdasarkan data penjualan dari beberapa pengepul, dapat diketahui bahwa tingkat konsentrasi pasar cenderung berada dalam kondisi pasar yang bersaing. Pengepul dengan jumlah penjualan terbesar adalah Edi Salam sebesar 74.500 kg, yang menunjukkan posisi pasar yang cukup kuat dan mengarah pada bentuk persaingan monopolistik. Hal ini mengindikasikan adanya sedikit kekuatan dalam menentukan harga dibanding pesaing lainnya. Sementara itu, pengepul lainnya seperti Sujiman (54.833 kg), Hj. Sarjono (61.500 kg), dan Ariani P (38.163 kg) menunjukkan kondisi pasar yang bersaing dan mendekati model persaingan sempurna. Dalam kondisi ini, para pelaku pasar memiliki kekuatan yang relatif seimbang dan tidak ada pihak yang secara dominan menguasai pasar. Secara keseluruhan, struktur pasar yang terbentuk cenderung kompetitif, dengan sebagian besar pelaku berada pada kondisi mendekati persaingan sempurna, meskipun terdapat satu pelaku yang sedikit lebih dominan dan mengarah ke persaingan monopolistik.

5.3 Perilaku Pasar

5.3.1 Saluran Pemasaran Komoditas Kelapa Sawit

Saluran pemasaran merupakan saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen ke konsumen. Suatu barang dapat berpindah dari tangan produsen sampai ke tangan konsumen dengan distribusi yang digunakan untuk menyalurkan barang-barang (Samsuddin, 2010) Saluran pemasaran adalah komponen-komponen dari suatu sistem pemasaran yang menyalurkan seperti produsen, pedagang pengumpul dan pedagang besar. Saluran pemasaran pada komoditas Kelapa Sawit di Desa Mulyasri, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur dapat dilihat pada Gambar 3



Gambar 2 Saluran Pemasaran Komoditas Kelapa Sawit di Desa Mulyasri, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

Saluran pemasaran Kelapa Sawit yang terjadi di Desa Mulyasri, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur yaitu dari petani ke pedagang pengumpul lalu diangkut oleh Pabrik . Petani

berperan sebagai produsen yang menjual Kelapa Sawit ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul memiliki tiga fungsi pemasaran berupa fungsi pertukaran, fisik dan fasilitas. Fungsi pertukaran pedagang pengumpul berfungsi sebagai pembeli Kelapa Sawit dari petani dan menyalurkan ke Pabrik. Fungsi fisik pedagang pengumpul berfungsi sebagai penyimpan Kelapa Sawit dari petani sebelum disalurkan ke Pabrik.

5.3.2 Margin Pemasaran

Margin pemasaran menurut Saifuddin (2002) merupakan perbedaan harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayar konsumen terdiri dari biaya-biaya untuk menyalurkan atau memasarkan dengan keuntungan lembaga pemasaran atau margin yaitu perbedaan harga pada suatu tingkat pasar dari harga yang dibayar dan harga yang diterima.

Tabel 15. Margin Pemasaran

No	Saluran Pemasaran	Harga Jual (Kg)
1	Petani	2.528
2	Pedagang Pengepul	2.920
3	Margin	392

Sumber Lampiran Data 6

Berdasarkan tabel tersebut, saluran pemasaran melibatkan dua pelaku, yaitu petani dan pedagang pengepul. Petani menjual produk dengan harga Rp. 2.528/kg dengan biaya produksi sebesar Rp2.920/kg, sehingga memperoleh margin sebesar 392.

5.3.3 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memindahkan dan menjual produk dari petani ke pasar atau pedagang. Biaya ini biasanya mempengaruhi margin pemasaran, karena semakin besar biaya pemasaran maka selisih harga antara petani dan pedagang juga bisa semakin besar.

Tabel 16. Biaya pemasaran Di Desa Mulyasri, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur

No	Rata-Rata Biaya Pemasaran	Nilai (Rp)
1	Transportasi	485.717
2	Bongkar	324.286
3	Biaya Timbang	18.571
	Jumlah	828.571

Sumber Lampiran Data 7

Berdasarkan tabel rata-rata biaya pemasaran, diketahui bahwa total biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 828.571. Biaya tersebut terdiri dari beberapa komponen, yaitu biaya transportasi sebesar Rp485.717, biaya bongkar sebesar Rp324.286, dan biaya timbangan sebesar Rp18.571. Dari ketiga komponen tersebut, biaya transportasi merupakan biaya terbesar yang dikeluarkan dalam proses pemasaran, sedangkan biaya timbangan merupakan biaya paling kecil. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengangkutan produk dari petani ke pedagang memerlukan biaya yang cukup besar dibandingkan dengan biaya pemasaran lainnya.

Tabel 17. Keuntungan Pedagang Pengepul

No	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	153.750	10.100	143.650
2	97.325	10.100	87.225
3	193.700	10.100	183.600
4	111.883	10.100	101.783
5	138.180	10.100	128.080
6	78.800	10.100	68.700
7	91.263	10.100	81.163
RataRata	128.940	2.520	113.457

Sumber Lampiran Data 4

Berdasarkan tabel penerimaan, total biaya, dan keuntungan, diketahui bahwa penerimaan responden bervariasi dengan rata-rata sebesar Rp128.940. Sementara itu, rata-rata total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp2.520 dan menghasilkan rata-rata keuntungan sebesar Rp113.457. Secara umum, setiap responden memperoleh keuntungan yang cukup besar karena penerimaan yang diperoleh lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran yang dilakukan memberikan keuntungan bagi para pelaku pemasaran.

5.3.4. Farmer's Share

Farmer's share adalah persentase perbandingan antara pembagian harga yang diterima oleh pedagang dengan bagian harga di konsumen akhir. Farmer's share antara komoditas yang satu dengan komoditas yang lain berbeda. Tergantung dari jumlah kegunaan bentuk, tempat dan waktu ditambahkan

oleh petani dan pedagang perantara yang terhubung dalam suatu saluran pemasaran (Widiastuti, 2013). Bagian yang diterima petani (*Farmer's Share*) diperoleh dengan membandingkan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh pedagang dikalikan 100%. Adapun *Farmer's Share* yang terjadi di Desa Mulyasri, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur dapat dilihat pada Tabel

Tabel 18. *Farmer's Share*

No	Saluran Pemasaran	Harga Jual (Rp /Kg)
1	Petani	2.528
2	Pedagang Pengepul	2.920
3	parmersel	87%

Sumber Lampiran Data 6

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa pada tingkat petani harga jual Tandan Buah Segar (TBS) sebesar Rp2.528/kg dengan harga beli Rp2.920/kg, sehingga diperoleh nilai *farmer share* sebesar 87%. Hal ini menunjukkan bahwa petani memperoleh bagian yang cukup besar dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Sementara itu, pada tingkat pedagang pengepul terjadi peningkatan harga jual menjadi Rp218.990/kg. Selisih antara harga di tingkat petani dan pedagang pengepul mencerminkan adanya margin pemasaran yang mencakup biaya distribusi, transportasi, serta keuntungan yang diperoleh oleh pedagang. Secara keseluruhan, nilai *farmer share* sebesar 87% menunjukkan bahwa sistem pemasaran yang terjadi relatif efisien,

5.3.5. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran dapat terjadi, yaitu pertama, jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi; kedua, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi; ketiga, tersedianya fasilitas fisik pemasaran; dan keempat adanya kompetisi pasar yang sehat. Efisien tidaknya suatu sistem pemasaran tidak terlepas dari kondisi persaingan pasar yang bersangkutan. Pasar yang bersaing sempurna dapat menciptakan sistem pemasaran yang efisien karena pasar yang bersaing sempurna memberikan insentif bagi partisipan pasar, yaitu produsen, lembaga-lembaga pemasaran dan konsumen (Dyanasari & Underwaad, 2010). Sistem pemasaran dianggap efisien apabila menyampaikan hasil-hasil dari petani kepada pedagang

dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan pedagang. Untuk mengetahui perbandingan tingkat efisien saluran pemasaran Kelapa Sawit di Desa Mulyasri, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur dapat dilihat pada Tabel.

Tabel 19. Efisiensi Pemasaran

No	Uraian	Nilai	Keterangan
1	Biaya Pemasaran (Rp)	4.775.000	
2	Nilai Produksi (Rp)	999.047	
3	Efisiensi (%)	17.43	Efisiensi

Sumber Lampiran Data 8

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 4.775.000, sedangkan nilai produksi yang dihasilkan mencapai Rp 999.047. Dari perbandingan antara biaya pemasaran dengan nilai produksi tersebut diperoleh tingkat efisiensi pemasaran sebesar 17.43%. Nilai efisiensi sebesar 17.43% menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran relatif kecil dibandingkan dengan nilai produksi yang dihasilkan. Dalam analisis pemasaran, semakin kecil persentase efisiensi pemasaran maka sistem pemasaran tersebut semakin efisien, karena biaya yang digunakan untuk memasarkan produk tidak terlalu besar.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran pada usaha tersebut tergolong efisien, karena hanya membutuhkan sekitar 10% dari nilai produksi untuk menutup biaya pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa proses distribusi dan penyaluran produk berjalan cukup baik.