

LAPORAN TUGAS AKHIR

**ANALISA SALURAN PEMASARAN *FRESH* MAGGOT BSF  
(*BLACK SOLDIER FLY*) DI KABUPATEN PASURUAN  
JAWA TIMUR**

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS PETERNAKAN

SEPTIANI BUDI LESTARI

04.09.19.492



**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG  
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN  
KEMENTERIAN PERTANIAN**

2023

LAPORAN TUGAS AKHIR

**ANALISA SALURAN PEMASARAN *FRESH* MAGGOT BSF  
(*BLACK SOLDIER FLY*) DI KABUPATEN PASURUAN  
JAWA TIMUR**

Diajukan sebagai syarat untuk  
memperoleh gelar sarjana terapan peternakan (S.Tr.Pt)

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS PETERNAKAN**

**SEPTIANI BUDI LESTARI**

**04.09.19.492**



**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG  
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN  
KEMENTERIAN PERTANIAN**

**2023**

## HALAMAN PERUNTUKAN

Tugas akhir ini kupersembahkan kepada Bapak dan mending Ibunda tercinta serta kakak-kakakku tercinta terimakasih atas doa, dukungan dan kasih sayangnya.

Kepada para Narasumber, terimakasih banyak telah bersedia diwawancarai untuk keberhasilan tugas akhir ini.

Kepada Ibu dan Bapak dosen pembimbing terimakasih telah membimbing saya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Tidak lupa terimakasih kepada teman-teman yang selalu memberi dukunganan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Terakhir untuk diriku sendiri Septiani Budi Lestari jangan puas hanya sampai disini, terus kejar mimpi-mimpi itu,

Tetap Semangat !!!

がんばります!!!

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang sepengetahuan saya, didalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh orang lain sebagai Tugas Akhir atau untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia tugas akhir ini digugurkan dan gelas vokasi yang telah saya peroleh (S.Tr.Pt) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 21 Juli 2023

Mahasiswa,



Septiani Budi Lestari

04.09.19.492

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**ANALISA SALURAN PEMASARAN *FRESH MAGGOT BSF*  
(*BLACK SOLDIER FLY*) DI KABUPATEN PASURUAN  
JAWA TIMUR**

Diajukan oleh :

**SEPTIANI BUDI LESTARI**

**04.09.19.492**

Telah disetujui,  
Pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023

Menyetujui,

Pembimbing Utama,



**Dr. Sad Likah, S.Pt., MP**  
NIP. 19690114 200112 2 001

Pembimbing Pendamping,



**drh. Iman Aji Wijoyo, M. Vet**  
NIP. 19901028 201902 1 002

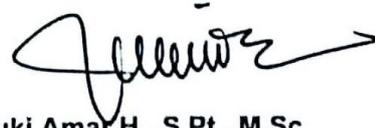
Mengetahui,



Direktor Politeknik Pembangunan  
Pertanian Malang

**Dr. Ir. Setya Budhi U., S.Pt., M.Si, IPM**  
NIP. 19690511 199602 1 001

Ketua Program Studi Agribisnis  
Peternakan



**Luki Amar H., S.Pt., M.Sc**  
NIP. 19690223 199803 2 002

**LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**ANALISA SALURAN PEMASARAN *FRESH MAGGOT BSF*  
(*BLACK SOLDIER FLY*) DI KABUPATEN PASURUAN  
JAWA TIMUR**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**SEPTIANI BUDI LESTARI**

**04.09.19.492**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada  
Hari/Tanggal : Jumat, 4 Agustus 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan  
memperoleh gelar Sarjana Terapan Peternakan (S.Tr.Pt)  
di Program Studi Agribisnis Peternakan  
Politeknik Pembangunan Pertanian Malang

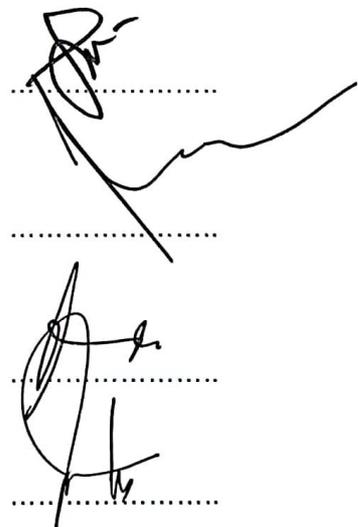
**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Ketua : Dr. Sad Likah, S.Pt., MP  
NIP. 19690114 200112 2 001

Sekretaris : Drh. Iman Aji Wijoyo, M. Vet  
NIP. 19901028 201902 1 002

Anggota I : Joko Gagung S., SP., M.Agr  
NIP. 19901028 201902 1 002

Anggota II : **M. Kholis Akbar**



.....  
.....  
.....  
.....

## RINGKASAN

Septiani Budi Lestari, NIM.04.09.19.492. Analisa Saluran Pemasaran *Fresh* Maggot BSF (*Black Soldier Fly*) Di Kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Komisi Pembimbing : Dr. Sad Likah, S.Pt., MP selaku Pembimbing Utama dan Drh. Iman Aji Wijoyo, M. Vet. Selaku Pembimbing Pendamping.

Budidaya maggot memiliki banyak manfaat tidak hanya bisa dijadikan sebagai bahan pakan sumber protein yang baik tetapi juga digunakan untuk mengatasi pencemaran lingkungan. Maggot BSF memiliki kandungan protein tinggi mencapai 30-45% yang dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak alternatif seperti pada ikan, burung dan hewan ternak lainnya. Namun produk *fresh* maggot pemasarannya memiliki masa atau siklus hidup yang singkat sebelum menjadi pre-pupa. Sehingga saluran pemasaran yang efisien sangat diperlukan untuk mempercepat proses pemasaran produk *fresh* maggot dari peternak kepada konsumen. Tujuan penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui saluran pemasaran dari *fresh* maggot BSF di Kabupaten Pasuruan. 2) Untuk mengetahui margin pemasaran dari *fresh* maggot BSF di Kabupaten Pasuruan. 3) Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran *fresh* maggot BSF di Kabupaten Pasuruan.

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive* sampling dan *snowball* sampling. *purposive sampling* digunakan untuk menentukan sampel utama yaitu sebanyak 14 peternak maggot yang menjual *fresh* maggot. Selanjutnya informasi mengenai sampel lembaga pemasaran lainnya diperoleh dari sampel utama tersebut dengan cara *snowball sampling*. Penelitian dilaksanakan pada 25 Maret – 13 Mei 2023. Penelitian ini dilaksanakan di peternakan maggot BSF (*Black Soldier Fly*) di Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 2 Saluran pemasaran *fresh* maggot yang ada di Kabupaten pasuruan yaitu Saluran Pemasaran I : Peternak → Konsumen. Saluran Pemasaran II : Peternak → Pengepul → Konsumen. Pada saluran pemasaran I tidak memiliki margin pemasaran dan keuntungan pemasaran karena merupakan saluran pemasaran langsung. Sedangkan pada saluran pemasaran II margin pemasaran sebesar Rp 2.000 /Kg. Margin pemasaran ini terdiri atas biaya pemasaran yaitu sebesar Rp 1.250 /Kg dengan keuntungan pemasaran yang diperoleh pengepul sebesar Rp 750 /Kg. Efisiensi pemasaran *fresh* maggot yang ada di Kabupaten Pasuruan pada kedua saluran pemasaran sudah efisien dimana nilai persentase efisiensi pemasaran < 33% yaitu pada saluran pemasaran I persentase efisiensi pemasaran sebesar 0% sedangkan pada saluran pemasaran II persetase efisiensi pemasaran sebesar 17,86%.

**Kata Kunci : Manggot BSF, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Efisiensi**

**Pemasaran.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun Laporan Tugas Akhir dengan judul “Analisa Saluran Pemasaran *Fresh Maggot* BSF (*Black Soldier Fly*) Di Kabupaten Pasuruan Jawa Timur” ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Pada kesempatan kali ini penulis tidak lupa menyampaikan terima kasih kepada semua Pihak yang telah memberikan pengarahan dan juga bimbingan dalam proses penyusunan laporan ini. ucapan terima kasih penulis ditujukan kepada :

1. Dr. Sad Likah, S.Pt., M.P selaku Dosen Pembimbing Utama
2. drh. Iman Aji Wijoyo, M.Vet selaku Dosen Pembimbing Pendamping
3. Joko Gagung S., SP., M.Agr selaku Dosen Penguji
4. Luki Amar H., S.Pt., M.Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis Peternakan
5. Dr. Wahyu Windari, S.Pt., M.Sc selaku Ketua Jurusan Peternakan
6. Dr. Setya Budhi Udrayana, M.Si selaku Direktur Polbangtan Malang

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dimasa yang mendatang.

Malang, 21 Juni 2023

(Penulis)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERUNTUKAN.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Maggot BSF .....	8
2.2.2 Pemasaran .....	9
2.2.3 Sistem Pemasaran.....	10
2.2.4 Lembaga Pemasaran.....	10
2.2.5 Saluran pemasaran.....	11
2.2.6 Biaya Pemasaran.....	12
2.2.7 Keuntungan Pemasaran .....	13
2.2.8 Margin pemasaran .....	13
2.2.9 Efisiensi Pemasaran .....	14
2.3 Kerangka Pikir .....	15
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>16</b>
3.1 Waktu dan Tempat .....	16
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	16
3.3 Populasi dan Sampel .....	16
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	17

3.5	Metode Analisis Data .....	18
3.5.1	Analisis Deskriptif Kualitatif.....	18
3.5.2	Analisis Deskriptif Kuantitatif .....	18
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>21</b>
4.1	Hasil dan Pembahasan .....	21
4.1.1	Identitas Responden .....	21
4.1.2	Analisis Saluran Pemasaran.....	26
4.1.3	Analisis Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, dan <i>Share</i> Keuntungan.....	28
4.1.4	Analisis Efisiensi Pemasaran.....	31
4.2	Hasil Implementasi .....	32
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>33</b>
5.1	Kesimpulan .....	33
5.2	Saran .....	34
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>34</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>37</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Identitas Responden Peternak Maggot BSF berdasarkan usia.....	21
Tabel 2. Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Jenis Kelamin .....	22
Tabel 3. Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	23
Tabel 4. Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Pekerjaan ..	23
Tabel 5. Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Lama Usaha .....	24
Tabel 6. Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Kapasitas Produksi .....	25
Tabel 7. Rerata Biaya, Margin, Keuntungan dan Share Keuntungan Pemasaran pada saluran Pemasaran I.....	28
Tabel 8. Rerata Biaya, Margin, Keuntungan, dan Share Keuntungan pemasaran pada saluran Pemasaran II.....	29
Tabel 9. Efisiensi Pemasaran Pada Saluran Pemasaran <i>Fresh</i> Maggot di Kabupaten Pasuruan .....	31

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pola Saluran Pemasaran I.....	26
Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran II.....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Untuk Peternak .....	38
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian Untuk Pengepul.....	40
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian Untuk Pedagang Besar (dalam/Luar Kota) ...	42
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian Untuk Pedagang Kecil (Pengecer) .....	44
Lampiran 5. Identitas Responden Peternak Maggot BSF.....	46
Lampiran 6. Identitas Responden Pengepul <i>Fresh</i> Maggot BSF .....	49
Lampiran 7. Link Google Formulir .....	50
Lampiran 8. Pola Saluran Pemasaran <i>Fresh</i> Maggot.....	51
Lampiran 9. Rincian Biaya, Penerimaan, dan Pendapatan Peternak <i>Fresh</i> Maggot di Kabupaten Pasuruan.....	52
Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian.....	53
Lampiran 11. <i>Business Plan</i> Derma Soldier.....	55

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usaha budidaya maggot *Black Soldier Fly* (BSF) akhir-akhir ini mulai banyak diminati dimana kemudahan dalam budidayanya dan memiliki potensi nilai ekonomis yang tinggi. Permintaan pasar terhadap maggot terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun karena kebutuhan akan sumber protein alternatif pada bahan pakan ternak sebagai alternatif penggunaan tepung ikan dalam pakan ternak semakin meningkat. Permintaan pasar terhadap tepung ikan setiap tahun di dalam negeri mengalami peningkatan mencapai kisaran 100.000 -120.000 ton pertahun sedangkan 75% atau 80.000 ton permintaan tersebut dikuasai oleh pasar impor (Da Rizano & Rifin, 2022). Melalui budidaya maggot yang memiliki banyak manfaat ini tidak hanya dapat dijadikan sebagai bahan pakan sumber protein alternatif yang baik tetapi juga dapat digunakan untuk mengatasi pencemaran lingkungan.

Maggot BSF mampu bereproduksi secara alami, sehingga pembudidayaannya tidak terlalu sulit. Maggot juga dapat bertahan hidup di lingkungan tropis dan subtropis, sehingga sangat mudah berkembang biak dan dibudidayakan di iklim tropis Indonesia (Fau & Manao, 2022). Menurut Amandanisa dan Suryadarma (2020) Maggot BSF memiliki kandungan protein tinggi mencapai 30-45% yang dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak alternatif untuk ikan, burung dan hewan ternak lainnya. Maggot BSF juga mengandung senyawa antibakteri dan kitin yang dapat meningkatkan respon kekebalan dan kesehatan pada ternak (Harlystiarini, 2017). Selain itu maggot BSF juga berpotensi untuk dimanfaatkan sebagai bahan obat, campuran dalam susu formula, minyak maggot dan kosmetik (Kingu, *et al.*, 2012).

Pemanfaatan maggot BSF sebagai sumber protein alternatif pakan diharapkan dapat mengurangi ketergantungan peternak terhadap pakan komersil yang semakin mahal serta mampu mengurangi biaya produksi pakan tanpa menurunkan kualitas protein (Amandanisa & Suryadarma, 2020). Maggot BSF biasanya dimanfaatkan dan dijual dalam bentuk maggot segar (*fresh maggot*), maggot kering, telur dari lalat BSF dan produk turunannya seperti tepung maggot, pellet maggot, serta produk sampingannya pupuk kasgot.

*Fresh maggot* merupakan salah satu produk dari budidaya maggot BSF yang paling banyak dihasilkan di Kabupaten Pasuruan dikarenakan produk ini paling banyak diminati peternak untuk digunakan sebagai pakan ternak unggas atau ikan lele. Harga jual maggot segar (*fresh maggot*) di Indonesia rata-rata berkisar antara Rp. 6.000 - 10.000 /Kg (Satria, 2021). Berdasarkan data yang diperoleh dari PT. Maggot Center Pasuruan harga beli *fresh maggot* dipeternak dihargai sebesar Rp 5.000 /Kg dan dijual kembali dengan harga Rp. 7.000/kg.

Produk *fresh maggot* ini pemasarannya memiliki masa atau siklus hidup yang singkat sebelum menjadi pre-pupa. Keberhasilan dalam memasarkan produk *fresh maggot* ini tergantung dari panjang pendeknya pola saluran pemasaran. Efisiensi saluran pemasaran merupakan upaya mempercepat pergerakan barang dari produsen ke konsumen (Wayan, 2019). Sistem pemasaran yang efisien serta menguntungkan bagi peternak maupun konsumen, maka peternak yaitu saluran pemasaran yang pendek. Banyaknya lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat mengakibatkan semakin panjang saluran pemasaran dan semakin besar margin pemasarannya (Alamsyah, 2015).

Margin pemasaran merupakan selisih harga antara harga dari konsumen akhir dan produsen. Selisih harga ini merupakan total biaya pemasaran yang disebabkan oleh perlakuan terhadap produk dengan keuntungan yang diambil pihak pedagang (Irawan, 2016). Semakin tinggi margin pemasaran maka akan menyebabkan harga yang diterima petani (*farmer's share*) akan menjadi semakin kecil (Januwiata *et al.*, 2014). Semakin kecil margin pemasaran pada suatu produk maka semakin tinggi *share* keuntungan yang diterima oleh produsen.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bagaimana keuntungan dari budidaya maggot BSF baik terhadap lingkungan dan nilai ekonomis yang tinggi serta potensi permintaan pasar yang masih luas. Hal ini mengindikasikan bahwa peluang usaha budidaya maggot untuk terus berkembang masih terbuka luas. Di Kabupaten Pasuruan sendiri terdapat banyak pembudidaya maggot tetapi masih belum diketahui tingkat efisiensi pemasarannya. Berdasarkan hal tersebut maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran *fresh* maggot pada saluran pemasaran yang sudah ada. Dimana penelitian ini dilakukan pada peternak maggot BSF di Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran pemasaran dari *fresh* maggot BSF di Kabupaten Pasuruan?
2. Berapa margin pemasaran, biaya Pemasaran dan ketuntungan pemasaran dari *fresh* maggot BSF di Kabupaten Pasuruan?
3. Bagaimana tingkat efesiensi pemasaran *fresh* maggot BSF di Kabupaten Pasuruan?

### 1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran dari *fresh* maggot BSF di Kabupaten Pasuruan.
2. Untuk Mengetahui margin pemasaran, biaya Pemasaran dan ketuntungan pemasaran dari *fresh* maggot BSF di Kabupaten Pasuruan.
3. Untuk mengetahui tingkat efesiensi pemasaran *fresh* maggot BSF di Kabupaten Pasuruan.

### 1.4 Manfaat

1. Bagi Mahasiswa, penelitian ini diharapkan mampu menjadi Tugas Akhir yang berkualitas dan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan Peternakan (S.Tr.Pt) Politeknik Pembangunan Pertanian Malang.
2. Bagi Instansi, penelitian ini diharapkan mampu sebagai bahan referensi pengembangan ilmu pengetahuan bagi Pihak lain dibidang yang sama.
3. Bagi Masyarakat dan *stakeholders*, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran secara jelas mengenai saluran pemasaran maggot yang paling efisien.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Satria (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Keuntungan Usaha Budidaya Maggot BSF Sebagai Pakan Alternatif Unggas Pada Usaha Bapak Endy Di Pauh Duo, Solok Selatan." Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknis pembudidayaan maggot BSF dan untuk menganalisis keuntungan usaha pembudidayaan maggot BSF. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini yaitu data primer yang didapatkan dengan studi lapangan melalui wawancara dengan pemilik usaha, dan data sekunder didapatkan dari buku, badan pusat statistik dan jurnal. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode analisa deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Variabel penelitian terdiri atas bibit, media tumbuh atau pakan, tatalaksana pembudidayaan, perkandangan, pemasaran, biaya, penerimaan, keuntungan, dan R/C ratio pada Januari - Maret 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknis budidaya cukup baik. Pada biaya produksi yang dikeluarkan oleh Bapak Endy pada Januari sampai Maret 2021 sebesar Rp. 5.653.400 dan penerimaan yang diterima sebesar Rp. 10.740.000. Total keuntungan yang didapatkan Bapak Endy dari Januari - Maret 2021 adalah Rp. 5.086.600. Usaha budidaya maggot BSF Bapak Endy memiliki R/C Ratio sebesar 1,9 berarti R/C Ratio >1 maka usaha budidaya Maggot BSF Bapak Endy menguntungkan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitasari, et al., (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "Rantai Pemasaran Hasil Usaha Budidaya Maggot (Belatung) Sebagai Alternatif Pakan Ternak Unggas." Penelitian ini merupakan hasil dari kegiatan pengabdian yang bertujuan untuk mengedukasi kelompok

ternak dalam aspek *promotive* untuk meningkatkan pengetahuan dan menerapkannya dalam kegiatan pemasaran hasil budidaya maggot. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penyuluhan pemasaran hasil budidaya maggot (belatung) menjadi alternatif pakan ternak di Kota Mataram. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui penyuluhan metode diskusi dan pemaparan melalui ceramah. Penyuluhan berupa pemetaan pemasaran maggot serta dampaknya jika dibudidayakan secara massal.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayah, *et al.*, (2022) dalam penelitiannya yang berjudul "Bauran Pemasaran Maggot BSF (*Black Soldier Fly*) Di Dinas Ketahanan Pangan Dan Pertanian Kota Surakarta." Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bauran pemasaran maggot BSF di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surakarta dengan menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa terdapat 7 faktor yang mempengaruhi bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik. Pemasaran maggot BSF dalam keadaan hidup menjadi kendala tersendiri, maka dalam proses distribusi harus memiliki perlakuan khusus. Maggot BSF segar juga memiliki waktu yang singkat sebelum berubah menjadi pre-pupa. Selain itu, belum banyak masyarakat yang mengenal maggot BSF sebagai pakan alternatif ternak ikan dan unggas.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heldi, *et al.*, (2018) dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Margin Harga, Keuntungan, dan Share Keuntungan Pemasaran Ayam Ras Pedaging (Broiler) di PT Ciomas Adisatwa Kota Metro." Tujuan dari penelitian ini adalah dari penelitian ini untuk mengetahui 1) lembaga pemasaran seperti apa yang berperan dalam pemasaran ayam broiler pada kemitraan PT Ciomas Adisatwa dan 2) margin harga, keuntungan, dan keuntungan pemasaran ayam pedaging di PT Kota

Metro Ciomas Adisatwa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian adalah petani kemitraan PT Ciomas Adisatwa, pedagang, dan konsumen akhir yang membeli ayam bersumber dari peternak kemitraan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis margin harga, keuntungan, dan bagi hasil. Hasil penelitian diperoleh tiga saluran pemasaran ayam pedaging di Kota Metro yaitu saluran pertama terdiri dari peternak, pengepul I, pedagang pengepul II, pengepul III, pengecer dan konsumen. Saluran pemasaran kedua adalah petani, pengepul I, pengepul II, pengecer, dan konsumen. Pola saluran pemasaran ketiga adalah peternak, pengumpul, pengecer, dan konsumen. Margin harga tertinggi terdapat pada pola saluran pemasaran ketiga pertama yaitu pada tingkat pengecer, sedangkan bagi hasil terbesar terdapat pada pola saluran kedua yaitu pedagang pengumpul I.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai saluran pemasaran yang dilakukan oleh Nurmalasari, *et al.*, (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Teri (*Stolephorus sp.*) di Desa Sanggalangit, Kabupaten Buleleng." Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kondisi saluran pemasaran serta menganalisa tingkat efisiensi saluran pemasaran ikan teri di Desa Sanggalangit. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2019 sampai dengan bulan Januari 2020 menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan cara observasi dan wawancara. Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan nelayan, lembaga-lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul, pedagang besar maupun pedagang pengecer. Analisis margin pemasaran dan *farmer's share* digunakan untuk mengetahui tingkat efisiensi saluran pemasaran. Alur pemasaran yang ditemukan selama penelitian di Desa Sanggalangit ini yaitu

dari nelayan, lalu ke pedagang pengumpul, kemudian ke pedagang pengecer hingga akhirnya sampai di tangan konsumen. Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran ikan teri yaitu sebesar Rp. 13.000/kg dimana margin pemasaran pada nelayan dengan pedagang pengumpul sebesar Rp.3.800 dan margin pada pedagang pengumpul dengan pedagang pengecer sebesar Rp. 9.200, juga diperoleh nilai *farmer's share* sebesar 56,67%. Nilai efisiensi pemasaran ikan teri yang didapatkan sebesar 15,18%, dimana dengan nilai tersebut tingkat efisiensi saluran pemasaran ikan teri di Desa Sanggalangit tergolong efisien.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai Maggot BSF (*Black soldier Fly*) yang sudah ada menunjukkan bahwa masih belum ada yang melakukan penelitian mengenai saluran pemasaran dari Maggot BSF. Berdasarkan hal tersebut maka penulis melakukan penelitian ini yang berjudul "Analisa Saluran Pemasaran Maggot BSF (*Black Soldier Fly*) Di Kabupaten Pasuruan Jawa Timur".

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Maggot BSF**

Maggot merupakan Larva dari jenis lalat *Black soldier Fly* (BSF) atau *Hermetia Illuens* dalam bahasa Latin. Bentuknya mirip ulat, berbuku dengan ukuran larva dewasa 15-22 mm dan berwarna coklat. Siklus hidup lalat BSF kurang lebih selama 40 - 43 hari. Larva/maggot BSF bertahan selama umur 14-18 hari sebelum bermetamorfosis menjadi pupa dan lalat dewasa. Larva BSF dapat diberi berbagai macam pakan dari limbah organik, diantaranya adalah sampah dapur, buah-buahan, sayuran, limbah industri, dan

sebagainya. fleksibilitas dari pakan larva BSF dapat menjadi serangga yang ideal dalam memproduksi protein (Fau, 2022).

Maggot memiliki kandungan protein yang tinggi, yakni sekitar 30- 45% sehingga sering dimanfaatkan sebagai pakan ternak (Azir, *et al.*, 2017). Selain protein, maggot juga mengandung asam laurat yang berperan sebagai antimikroba dan kitin yang dapat meningkatkan respon kekebalan dan kesehatan ternak (Harlystiarini, 2017).

### **2.2.2 Pemasaran**

Menurut Philip Kotler (dalam Wilarjo, 2010), pemasaran adalah proses sosial yang dari proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Menurut Sudiyono (dalam Wilarjo, 2010) pemasaran merupakan suatu proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Dalam pemasaran ini, barang mengalir dari produsen sampai ke konsumen akhir yang disertai penambahan guna bentuk melalui proses pengolahan, guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan.

Menurut Imran (2012) Pemasaran (*marketing*) merupakan semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar proses perpindahan barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif. Kegiatan pemasaran didalamnya terjadi suatu aliran barang dari produsen ke konsumen akhir dengan melibatkan lembaga perantara pemasaran. Lembaga-lembaga perantara pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam membentuk suatu saluran pemasaran.

Secara umum pemasaran merupakan proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Kegiatan pemasaran ini bertujuan untuk mengalirkan barang dari produsen sampai kepada konsumen akhir. Kelancaran kegiatan pemasaran akan berpengaruh terhadap keuntungan yang diperoleh oleh para pelaku pemasaran.

### **2.2.3 Sistem Pemasaran**

Sistem pemasaran adalah kumpulan dari lembaga pemasaran yang melakukan kegiatan pemasaran barang, jasa, ide, orang atau faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya. Menurut pernyataan Imran (2012) bahwa, analisis sistem pemasaran dapat dikaji melalui struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar yang dikenal dengan model S-C-P (*structure, conduct dan performance*). *Market performance* dianalisis melalui beberapa indikator yaitu saluran pemasaran, pangsa produsen, margin pemasaran dan rasio profit margin, korelasi harga serta elastisitas transmisi harga.

### **2.2.4 Lembaga Pemasaran**

Lembaga pemasaran adalah orang atau badan usaha atau lembaga yang secara langsung terlibat didalam mengalirkan barang dari produsen ke konsumen. Lembaga-lembaga pemasaran ini dapat berupa tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer (Kusuma, H., 2017). Lembaga-lembaga pemasaran tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. Tengkulak adalah lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, tengkulak melakukan transaksi dengan

petani baik secara tunai, ijon maupun dengan kontrak pembelian. Dalam melakukan transaksi tengkulak memiliki fungsi untuk biaya yang harus di keluarkan seperti biaya petik, biaya kuli angkut dan biaya transportasi.

2. Pedagang pengumpul, adalah pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian kemudian dipasarkan kembali dalam partai besar kepada pedagang lain dan konsumen.
3. Pedagang besar, adalah pedagang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul atau langsung dari produsen, serta menjual kembali ke pengecer.
4. Pedagang pengecer merupakan lembaga yang menjual barang hasil pertanian ke konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil.

#### **2.2.5 Saluran pemasaran**

Saluran pemasaran menurut Soekartawi (dalam Yuniato, 2019) pada prinsipnya merupakan aliran barang dari produsen ke konsumen dan terjadi karena adanya lembaga pemasaran. Sedangkan menurut Kotler, (2007) saluran pemasaran adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung, yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadikan untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.

Saluran pemasaran adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara permintaan fisik dan hak dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu (Imran, 2012). Definisi tersebut mengandung pengertian sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran merupakan rantai yang terdiri dari beberapa kelompok lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan.

2. Saluran pemasaran terdiri dari beberapa pedagang dan agen, maka sebagian ada yang dikenal pembeli.
3. Pasar merupakan tujuan akhir dari kegiatan saluran pemasaran.
4. Saluran pemasaran melaksanakan dua kegiatan penting yaitu menggolongkan produk dan mendistribusikannya.

Saluran pemasaran didalamnya terdiri dari berbagai lembaga-lembaga perantara yang suatu waktu terjadi rantai pemasaran yang panjang. Rantai pemasaran yang panjang akan berpengaruh terhadap biaya pemasaran yang besar pula. Besarnya biaya pemasaran akan mengarah pada semakin besarnya perbedaan harga antara petani (produsen) dengan konsumen. Menurut Hanafiah & Saifuddin (dalam Yuniyanto, 2019) panjang pendeknya saluran pemasaran bergantung pada:

1. Jarak antara produsen dan konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen maka makin panjang pola saluran yang terjadi.
2. Skala produksi. Semakin kecil skala produksi, saluran yang terjadi cenderung panjang karena memerlukan pedagang perantara dan salurannya.
3. Ketahanan Produk. Produk yang mudah rusak menghendaki saluran pemasaran yang pendek karena harus segera diterima konsumen.
4. Kondisi keuangan pengusaha. Pedagang dengan kondisi keuangan yang kuat cenderung dapat melakukan lebih banyak fungsi pemasaran dan meperpendek saluran pemasaran.

#### **2.2.6 Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran pada komoditas pertanian meliputi biaya transportasi atau biaya angkut, biaya pungutan retribusi, biaya penyusutan

dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain. Hal ini disebabkan lokasi pemasaran, lembaga pemasaran (pengumpul, pedagang besar, pengecer, dan sebagainya) dan efektifitas pemasaran yang dilakukan serta macam komoditas (Rahim & Hastuti, 2007).

### **2.2.7 Keuntungan Pemasaran**

Keuntungan Pemasaran adalah selisih harga yang dipasarkan dari produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin maju tingkat pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap penguasaan informasi pasar, maka semakin merata distribusi margin pemasaran yang diterima (Kusuma, 2017).

### **2.2.8 Margin pemasaran**

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang ingin diperoleh oleh lembaga pemasaran, sehingga besarnya margin pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan antara biaya-biaya dan keuntungan yang diterima lembaga pemasaran (Manggopa, 2013).

Menurut Napitupulu (dalam Yuniyanto, 2019) secara umum margin pemasaran adalah perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran dengan harga yang diterima oleh produsen. Efisiensi suatu sistem pemasaran dapat diperoleh dari analisis margin dengan sebaran *ratio profit margin* (RPM) atau rasio margin keuntungan.

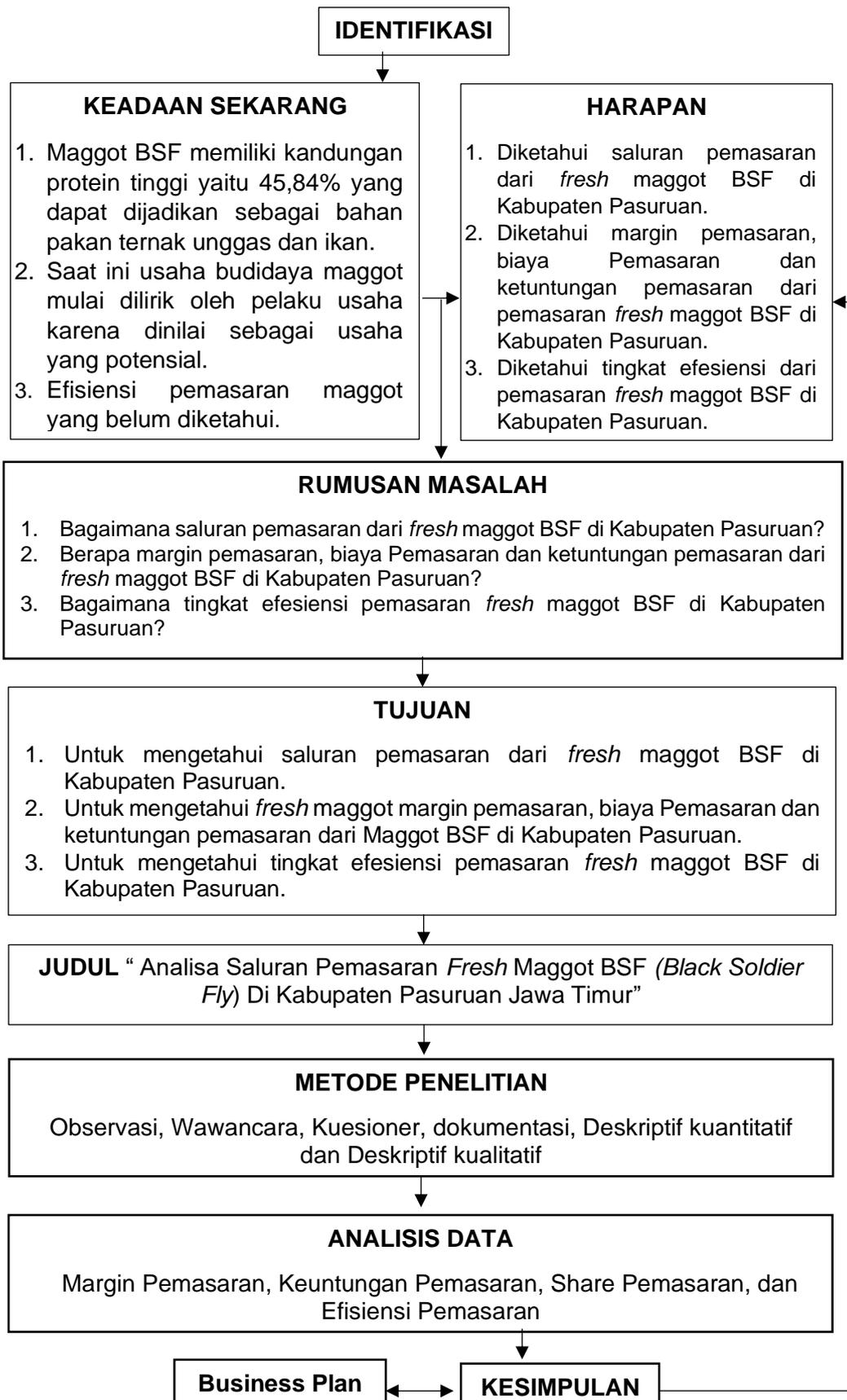
### 2.2.9 Efisiensi Pemasaran

Tingkat efisiensi pemasaran dipengaruhi oleh panjangnya rantai pemasaran yang dilalui sehingga tingginya biaya pemasaran yang dikeluarkan yang berdampak pada harga ditingkat konsumen yang tinggi sehingga margin pemasaran yang diperoleh juga tinggi. Semakin besar jumlah margin akan semakin mengindikasikan saluran tersebut semakin tidak efisien, begitu sebaliknya semakin kecil jumlah margin semakin efisien saluran pemasaran yang ada (Daniel, 2002).

Pengukuran efisiensi pemasaran yaitu dengan menggunakan perbandingan output pemasaran dengan biaya pemasaran pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran dengan mengubah rasio keduanya. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono, 2002).

Faktor-faktor yang dapat sebagai ukuran efisiensi pemasaran meliputi: 1) keuntungan pemasaran, 2) harga yang diterima konsumen, 3) tersedianya fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk melancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan, transportasi, 4) Kompetisi pasar, persaingan diantara pelaku pemasaran, (Soekartawi, 1993).

### 2.3 Kerangka Pikir



## **BAB III**

### **METODE PELAKSANAAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat**

Penelitian ini dilaksanakan pada 25 Maret – 13 Mei 2023. Penelitian ini dilaksanakan di Peternakan Maggot BSF (*Black Soldier Fly*) di Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Pada penelitian ini data diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Sumber data primer penelitian ini meliputi wawancara dan observasi. Data primer pada penelitian ini meliputi, harga beli *fresh* maggot, harga jual *fresh* maggot, biaya pemasaran *fresh* maggot, dan keuntungan pemasaran *fresh* maggot. Sedangkan sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari informan di lapangan. Sumber data sekunder ini meliputi buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *purposive sampling* digunakan untuk menentukan sampel utama yaitu peternak maggot BSF menjadi titik awal. Sampel diambil sebanyak 14 peternak maggot BSF dengan kriteria menghasilkan produk *fresh* maggot sebagai produk yang dipasarkan. Selanjutnya informasi mengenai sampel lembaga pemasaran lainnya diperoleh dari sampel utama tersebut dengan cara *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* yaitu dengan mengikuti alur pemasaran dengan menjadikan

sampel yang pertama sebagai penentu sampel berikutnya. Penentuan sampel dilakukan atas dasar informasi dari sampel sebelumnya.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

#### 1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung pada suatu kegiatan yang sedang berlangsung.

#### 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data berupa sebuah Tanya jawab yang dapat dilakukan secara langsung antar penulis dan pihak yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti. wawancara akan dilakukan kepada peternak dan pelaku pemasaran *fresh* maggot BSF di Kabupaten Pasuruan dengan menggunakan kuesioner terbuka yang dilakukan secara langsung dan melalui *google form*.

#### 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden secara langsung maupun tidak langsung (Sugiyono, 2017). Kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner terbuka untuk mengumpulkan data dari responden. Kuesioner terbuka adalah kuesioner penelitian yang memberi kesempatan kepada responden untuk menuliskan pendapat pribadinya terhadap daftar pertanyaan atau pernyataan yang tercantum.

#### 4. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik tertulis, gambar, maupun elektronik.

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif Kualitatif

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan berisi kalimat-kalimat penjelasan mengenai fakta lapang. Analisa kualitatif menjelaskan secara deskriptif pola bagi hasil terhadap pendapatan hasil panen *fresh* maggot BSF pada peternak dan tentang saluran pemasaran *fresh* maggot BSF di Kabupaten Pasuruan (Sugiono, 2014).

#### 3.5.2 Analisis Deskriptif Kuantitatif

Analisis ini dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua yaitu untuk mengetahui tingkat efisiensi dari berbagai saluran yang terbentuk.

##### 1. Analisa Margin Pemasaran

Menurut Sutarno, (2014) Besarnya margin pemasaran dihitung menggunakan rumus berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran Maggot

Pr = Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga Ditingkat Peternak (Rp/Kg)

## 2. Keuntungan Pemasaran

Menurut Wayan, (2019) untuk menghitung keuntungan pemasaran yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran, digunakan rumus:

$$KP = MP - BP$$

Keterangan :

KP = Keuntungan Pemasaran

MP = Margin Pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

## 3. Analisis *Share* Keuntungan

Menurut Haldi, *et al.*, (2018) untuk menghitung analisis *share* keuntungan menggunakan rumus :

$$Ski = \frac{Kpi}{Pr - Pf} \times 100\%$$

Keterangan :

Ski = Share Keuntungan Lembaga Pemasaran

Kpi = Keuntungan Lembaga Pemasaran ke-i

Pr = Harga Ditingkat Konsumen

Pf = Harga Ditingkat Peternak

## 4. Efisiensi pemasaran

Menurut Rosmawati (2011) efisiensi pemasaran dihitung dengan menggunakan analisis tabulasi sederhana. Berikut rumus untuk menghitung efisiensi pemasaran :

$$Ep = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan :

EP = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya Pemasaran

TNP = Total Nilai Produk Yang Dipasarkan

Dengan kaidah keputusan :

- a. 0 - 33% = Efisien
- b. 34 - 67% = Kurang Efisien
- c. 68 - 100% = Tidak Efisien

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil dan Pembahasan

##### 4.1.1 Identitas Responden

Identitas responden dalam sebuah penelitian diperlukan untuk mempermudah dalam menganalisis data. Berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan dengan peternak maggot dan pelaku pemasaran *fresh* maggot yang ada di Kabupaten Pasuruan. Diperoleh responden sebanyak 14 orang yang terdiri atas 13 orang peternak maggot dan 1 lembaga pemasaran yang juga melakukan budidaya maggot BSF. Lokasi usaha peternak maggot BSF di Kabupaten Pasuruan berdasarkan responden yang telah diwawancarai tersebar diberbagai wilayah meliputi kecamatan Purwosari, kecamatan Prigen, Kecamatan Tukur, Kecamatan Pohjentrek, Kecamatan Sukorejo, Kecamatan Rejoso dan Kecamatan Grati.

##### a) Identitas Responden Peternak Maggot BSF berdasarkan usia

Usia merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat produktifitas seseorang. usia produktif antara 15 sampai 64 tahun dan usia non produktif di bawah 15 tahun dan 65 tahun ke atas (Suratiyah, 2006). Jumlah dan presentase responden berdasarkan usia peternak maggot yang ada di Kabupaten Pasuruan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Identitas Responden Peternak Maggot BSF berdasarkan usia

NO.	Kelompok Usia	Jumlah	%
1	20 -30 tahun	4	28,6
2	31 – 40 tahun	6	42,9
3	41 – 50 tahun	4	28,6
	Jumlah	14	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 1. dapat disimpulkan bahwa dari total keseluruhan 14 responden tergolong dalam usia produktif. Tingkatan usia yang produktif pada peternak maggot memungkinkan usaha budidaya maggot BSF cepat berkembang. hal ini dikarenakan usia produktif lebih cepat dalam menerima informasi dan inovasi yang terus berkembang.

b) Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian identitas responden peternak maggot BSF di Kabupaten Pasuruan dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Jenis Kelamin

NO.	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	13	92,9
2	Perempuan	1	7,1
	Jumlah	14	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden dari penelitian ini mayoritas berjenis kelamin laki-laki. Sebanyak 92,9% atau 13 orang peternak maggot yang berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan terdapat 7,1% atau 1 orang peternak maggot yang berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan data tersebut untuk menjadi seorang peternak maggot BSF tidak selalu identik dengan pekerjaan laki-laki tetapi perempuan juga mempunyai kesempatan untuk terjun dibudidaya maggot.

c) Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tingkat pendidikan responden peternak maggot BSF di Kabupaten Pasuruan yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah	%
1.	SMA/SMK	12	85,7
2.	Sarjana	2	14,3
	Jumlah	14	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui tingkat pendidikan responden peternak maggot BSF yang ada di Pasuruan sebagian besar adalah lulusan SMA/SMK sebanyak 85% atau 12 orang dan sarjana sebanyak 14,3% atau 2 orang. Tingkat pendidikan ini berpengaruh terhadap pengembangan usaha budidaya maggot BSF dan pemasarannya. Hal ini berdampak pada pola pikir yang cenderung menerima perubahan menjadi lebih baik serta cenderung memiliki pandangan dan pengetahuan yang fleksibel (Nugroho, *et al.* 2020).

#### d) Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data mengenai pekerjaan utama dari responden peternak maggot BSF di Kabupaten Pasuruan selain berbudidaya maggot sebagai berikut.

Tabel 4. Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan utama	Jumlah	%
1	Budidaya Maggot	3	21,43
2	Pegawai Swasta	3	21,43
3	Wiraswasta	1	7,14
4	Petani/peternak	2	14,29
5	Guru	1	7,14
6	Ibu Rumah Tangga	1	7,14
7	Pedagang	1	7,14
8	Lainnya	2	14,29
	Jumlah	14	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4. menunjukkan sebagian besar responden menjadikan usaha budidaya maggot BSF sebagai usaha sampingan. Terdapat 21,43% atau 3 responden yang menjadikan budidaya maggot sebagai pekerjaan utama. Sebagian responden berkerja sebagai pegawai swasta, wiraswasta, petani, peternak, guru, ibu rumah tangga, pedagang dan lainnya memiliki pekerjaan utama sebagai pengelola TPS (Tempat Pembuangan Sementara) dan usaha konveksi. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha budidaya maggot juga dapat dijadikan sebagai mata pencaharian utama ataupun sampingan.

e) Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Lama Usaha

Lama usaha merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kemahiran seseorang dalam suatu hal yang dikerjakan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data mengenai lama usaha responden peternak maggot BSF di Pasuruan, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Lama Usaha

No.	Lama Usaha	Jumlah	%
1	<1 tahun	3	21,43
2	1 - 2 Tahun	8	57,14
3	> 2 Tahun	3	21,43
	Jumlah	14	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas lama usaha peternak maggot BSF yaitu 21,43% atau 3 orang yang baru memulai usaha budidaya maggot kurang dari 1 tahun, kemudian sebagian responden sudah memulai usaha budidaya maggot selama 1 sampai 2 tahun sebanyak 57,14% atau 8 orang, dan terdapat 21,43% reponden sudah menjalankan usaha budidaya maggot BSF lebih dari 2 tahun.

f) Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Kapasitas Produksi

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data mengenai kapasitas produksi peternak maggot BSF di pasuruan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6. Identitas Responden Peternak Maggot BSF Berdasarkan Kapasitas Produksi

No.	Produksi (Kg/Bulan)	Jumlah	%
1	<100	2	14,29
2	100 - 1000	10	71,43
3	>1000	2	14,29
	Jumlah	14	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa kapasitas produksi *fresh* maggot BSF yang ada di Kabupaten Pasuruan antara lain yaitu peternak yang memiliki kapasitas produksi kecil atau kurang dari 100 kg/bulan sebanyak 14,29% atau 2 orang, sedangkan peternak yang memiliki kapasitas produksi sedang berkisaran antara 100-1000 kg/bulan sebanyak 71,43% atau 10 orang, dan untuk peternak yang memiliki kapasitas produksi besar yaitu memiliki kapasitas produksi lebih dari 1000 kg/bulan yaitu sebanyak 14,29%.

g) Identitas Responden Lembaga Pemasaran

Responden lembaga pemasaran *fresh* maggot yang ada di kabupaten pasuruan hanya terdapat 1 lembaga pemasaran yang berperan sebagai pengepul. Lembaga pemasaran tersebut yaitu PT Maggot Center Pasuruan (MCP) yang berlokasi di Dusun Puntir Desa Martopuro Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan. Perusahaan ini dipimpin oleh bapak M. Kholis Akbar sebagai Direktur. *Fresh* maggot yang disetorkan ke PT MCP akan sebagian disalurkan langsung ke konsumen seperti peternak unggas, peternak ikan, dan pabrik pakan ternak. PT MCP ini selain sebagai tempat terminal

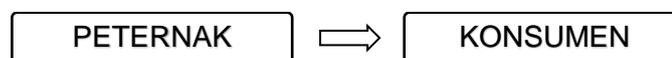
pemasaran dari *fresh* maggot juga melakukan proses budidaya dan melakukan proses pengolahan *fresh* maggot menjadi produk pellet ikan dan maggot kering. Perusahaan ini juga menyediakan pakan untuk maggot yang berasal dari limbah industri makanan dan minuman yang *expired*.

#### 4.1.2 Analisis Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan kegiatan yang penting dalam mendistribusikan *fresh* maggot dari produsen atau peternak sampai ke konsumen akhir. *Fresh* maggot memiliki masa atau siklus hidup yang singkat sebelum menjadi pre-pupa. Umur panen *fresh* maggot yaitu umur 14 hari yang dapat bertahan sampai umur 18 hari sebelum menjadi pre pupa. Sehingga percepatan proses pemasaran *fresh* maggot sangat berperan penting.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran *fresh* maggot yang ada di kabupaten Pasuruan. Diperoleh dengan cara menelusuri jalur pemasaran *fresh* maggot dari peternak sampai konsumen berdasarkan informasi yang diberikan oleh responden pertama. Sebagai berikut :

##### a. Pola Saluran Pemasaran I



Gambar 1. Pola Saluran Pemasaran I

Pola saluran Pemasaran I pada produk *fresh* maggot yang ada di Kabupaten Pasuruan dapat disebut sebagai saluran pemasaran tingkat nol (*Zero Level Channel*). Saluran pemasaran tingkat nol lebih dikekal dengan sebutan saluran pemasaran langsung atau saluran pemasaran menjual produk langsung kepada konsumen tanpa adanya perantara yang terlibat (Pranatagma, 2015). Pada pola pemasaran ini berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa rata-rata peternak sebagai produsen menjual secara

langsung kepada para peternak unggas, penghobi, pemancing, dan pembudidaya ikan (lele dan nila) yang ada disekitar lokasi budidaya.

Harga jual *fresh* yang ditetapkan oleh peternak dalam proses penjualan secara langsung berdasarkan hasil data yang diperoleh yaitu mulai dari Rp 6.000 – Rp 10.000 /Kg. Harga yang dipatok oleh peternak ini rata-rata disesuaikan dengan harga pasaran yaitu Rp 7.000 /Kg. Terdapat juga peternak yang menerapkan harga yang tinggi yang dikhususkan untuk konsumen penghobi dan pemancing.

b. Pola Saluran Pemasaran II



Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran II

Pola saluran pemasaran II produk *fresh* maggot yang ada di Pasuruan dapat disebut sebagai saluran tingkat satu (*one level channel*). Saluran pemasaran tingkat satu adalah proses penyaluran produk dari produsen sampai kekonsumen melalui satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengepuk atau tengkulak (Putri, et al.,2018). Pada pola saluran pemasaran II *fresh* maggot di pasuruan terdapat satu lembaga pemasaran yang berperan sebagai pengepuk untuk menyalurkan produk *fresh* maggot kekonsumen. Lembaga pemasaran ini yaitu PT Maggot Center Pasuruan (MCP) yang berlokasi di Dusun Puntir Desa Martopuro Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan.

Harga *fresh* maggot pada saluran ini yaitu Rp 5.000 harga beli dari peternak yang kemudian harga jual pengepuk ke konsumen sebesar Rp 7.000. harga ini sudah ditetapkan sesuai harga pasaran *fresh* maggot. Konsumen dari saluran pemasaran ini yaitu pabrik pakan ternak, peternak unggas dan

pembudidaya ikan yang memiliki kebutuhan pembelian *fresh* maggot dalam skala besar.

#### 4.1.3 Analisis Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, dan *Share* Keuntungan

Proses pemasaran *fresh* maggot dari produsen sampai dengan ke tangan konsumen terdapat biaya pemasaran. Biaya pemasaran ini dapat menyebabkan meningkatnya harga suatu produk. Perbedaan Harga yang diterima produsen dengan yang dibayarkan konsumen disebut dengan margin pemasaran. Besar kecilnya margin pemasaran dipengaruhi oleh panjang pendeknya saluran pemasaran, besarnya biaya pemasaran serta keuntungan yang ditetapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran (Delia, 2017).

Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan *share* keuntungan dari pola saluran pemasaran I dan II dalam proses pemasaran *fresh* maggot di Kabupaten Pasuruan dapat dilihat pada tabel 7 dan tabel 8.

Tabel 7. Rerata Biaya, Margin, Keuntungan dan *Share* Keuntungan Pemasaran pada saluran Pemasaran I

No.	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	<i>Distribusi</i> <i>Margin (%)</i>	<i>Share</i> (%)
1	<b>Petani</b>			
	Harga Jual	7.423		100
	Biaya Pemasaran	0		
	<b>Keuntungan</b>	0		
2	<b>Konsumen</b>			
	Harga Beli	7.357		100
	<b>Margin Pemasaran</b>	0		

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa pada pola saluran pemasaran I merupakan pemasaran langsung. Harga jual rata-rata produk

*fresh* maggot yang dijual oleh peternak dengan harga Rp 7.423 /Kg. Harga jual *fresh* maggot yang ditetapkan oleh peternak bervariasi mulai dari Rp 6.000 – Rp 10.000 /kg. Pada saluran pemasaran ini tidak ada biaya pemasaran seperti transportasi, sehingga tidak terdapat keuntungan pemasaran pada saluran ini. Hal ini dikarenakan konsumen datang secara langsung untuk membeli produk *fresh* maggot secara langsung ke tempat peternak. Nilai margin pemasaran pada saluran pemasaran I yaitu 0 dan memiliki persentase *share* pemasaran yang diperoleh peternak sebesar 100%. Menurut Riandi, et al., (2018) margin pemasaran dapat dikatakan efisien jika nilainya mendekati 0, sedangkan *share* keuntungan dapat dikatakan efisien jika persentase yang diterima petani mendekati 100%. Sehingga pola saluran pemasaran I dapat dikatakan efisien jika ditinjau berdasarkan margin pemasaran dan *share* keuntungannya.

Tabel 8. Rerata Biaya, Margin, Keuntungan, dan Share Keuntungan pemasaran pada saluran Pemasaran II

No.	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	<i>Distribusi</i> <i>Margin (%)</i>	<i>Share</i> (%)
<b>1. Peternak</b>				
	Harga Jual	5.000		71,4
<b>2. Pengepul</b>				
	Harga Beli	5.000		71,4
	Biaya Pemasaran:			
	Biaya Tenaga Kerja	200		
	Biaya Transportasi	300		
	Biaya Penyusutan Bobot 15%	750		
	Jumlah Biaya	1250	62,5	17,9
	Keuntungan Pemasaran	750	37,5	10,7
	Harga Jual	7.000		100,0
<b>3. Konsumen</b>				
	Harga Beli	7.000		
	<b>Margin Pemasaran</b>	2.000	100	28,6

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa margin pemasaran pada pola saluran pemasaran II *fresh* maggot yang ada di Kabupaten Pasuruan yaitu sebesar Rp 2.000 atau 28,6% dari harga jual akhir yang didalamnya masih terdapat biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran oleh lembaga pemasaran. Proses pemasaran pada pola saluran pemasaran ini yaitu peternak menjual hasil *fresh* maggot kepada pengepul dan kemudian pengepul menjualnya kepada konsumen. Pada saluran pemasaran ini pengepul membeli *fresh* maggot dari petani sebesar Rp 5.000 /Kg dan kemudian dijual dengan harga Rp 7000 /kg. Adapun biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengepul meliputi biaya transportasi, biaya tenaga kerja, dan penyusutan bobot rata-rata 15% yaitu sebesar Rp 1.250 /Kg atau 17,9%. Sehingga keuntungan pemasaran yang diperoleh pengepul yaitu sebesar Rp 750 /Kg atau 10,7%. Besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain dimana semakin kecil persentase biaya pemasaran dari harga akhir yang diperoleh, maka kegiatan pemasaran semakin efisien. Menurut Maniku, E, et al., (2021) bahwa kegiatan pemasaran akan efisien apabila total biaya pemasaran <50% terhadap harga akhir, sebaliknya apabila total biaya pemasaran >50% dari harga akhir maka kegiatan pemasaran tersebut tidak efisien.

Persentase *share* keuntungan yang diperoleh peternak *fresh* maggot pada saluran ini yaitu sebesar 71,43% dari harga akhir konsumen. *Share* keuntungan yang diperoleh peternak dapat disebut dengan *farmer's share* yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengukur efisiensi pemasaran yaitu dimana persentase yang diterima produsen lebih dari 50% (Darmisa, 2018). Hal ini berarti saluran pemasaran II dapat dikatakan efisien dikarenakan *share* keuntungan yang diperoleh peternak lebih dari 50%.

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui PT Maggot Center Pasuruan merupakan lembaga pemasaran satu-satunya yang berperan sebagai pengepul *fresh* maggot di Kabupaten Pasuruan. Sebagian besar responden peternak maggot yang telah diwawancarai sebagian besar hasil panen *fresh* maggot dijual ke pengepul meskipun harga yang diberikan lebih rendah dibandingkan dengan harga jual melalui penjualan secara langsung. Hal ini dikarenakan faktor masa siklus hidup maggot BSF sebagai larva sangat pendek yaitu selama 5 hari sebelum menjadi pupa.

#### 4.1.4 Analisis Efisiensi Pemasaran

Saluran pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen (Muslim dan Darwis, 2012). Pemasaran yang efisien apabila biaya pemasaran lebih rendah dari pada harga yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari harga yang dipasarkan maka semakin efisien pemasaran tersebut (Rosmawati, 2011). Berikut merupakan hasil efisiensi pemasaran *fresh* maggot di Kabupaten Pasuruan.

Tabel 9. Efisiensi Pemasaran Pada Saluran Pemasaran *Fresh* Maggot di Kabupaten Pasuruan

Saluran Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
I	7.423	0	0
II	7.000	1.250	17,86

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Pada tabel 9. Menunjukkan bahwa saluran Pemasaran yang paling efisien yaitu pada saluran pemasaran I dimana peternak menjual produk *fresh*

maggot secara kepada konsumen dengan efisiensi sebesar 0%. Sedangkan pada saluran pemasaran II yaitu peternak menjual produk fresh maggot melalui pedagang pengepul yang kemudian pedagang pengepul menjual kekonsumen dengan efisiensi pemasaran sebesar 17,86%.

Menurut Rosmawati (2011), efisiensi pemasaran dihitung dengan menggunakan analisis tabulasi sederhana dengan kaidah saluran pemasaran dapat dikatakan efisien apabila memiliki nilai persentasi sebesar 0-33%, efisiensi pemasaran dikatakan kurang efisien apabila memiliki kisaran nilai 34-67%, dan efisiensi pemasaran dapat dikatakan tidak efisien apabila nilai persentasenya sebesar 68-100%. Berdasarkan hasil analisis efisiensi pemasaran *fresh* maggot pada Saluran Pemasaran I dan II yang ada di Kabupaten Pasuruhan dapat dikatakan efisien dikarenakan persentase efisiensi pemasarannya dibawah 33%.

#### **4.2 Hasil Implementasi**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bagaimana saluran pemasaran dari produk *fresh* maggot BSF yang ada di Kabupaten Pasuruan. *Fresh* maggot BSF merupakan bahan dasar baku dari produk implementasi *business plan* yaitu sabun organik dengan nama Derma Soldier. Dengan diketahui saluran pemasaran *fresh* maggot BSF ini diharapkan dapat membangun relasi dengan peternak maupun pengepul maggot untuk pasokan bahan baku sabun organik Derma Soldier. Hasil implementasi bisnis yang dapat dilihat pada lampiran 11. *Business Plan* Derma Solder.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai “Analisa Saluran Pemasaran *Fresh Maggot* BSF (*Black Soldier Fly*) di Kabupaten Pasuruan Jawa Timur” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran *fresh maggot* yang ada di Kabupaten pasuruan terdapat 2 pola saluran pemasaran yaitu :
  - a) Saluran Pemasaran I : Peternak → Konsumen
  - b) Saluran Pemasaran II : Peternak → Pengepul → Konsumen
2. Margin pemasaran dari pemasaran *fresh maggot* pada saluran pemasaran I tidak memiliki margin pemasaran dan keuntungan pemasaran karena merupakan saluran pemasaran langsung. Sedangkan pada saluran pemasaran II margin pemasaran sebesar Rp 2.000 /Kg. Margin pemasaran ini terdiri atas biaya pemasaran yaitu sebesar Rp 1.250 /Kg dengan keuntungan pemasaran yang diperoleh pengepul sebesar Rp 750 /Kg.
3. Efisiensi pemasaran *fresh maggot* yang ada di Kabupaten Pasuruan pada kedua saluran pemasaran sudah efisien dimana nilai persentase efisiensi pemasaran < 33% yaitu pada saluran pemasaran I persentase efisiensi pemasaran sebesar 0% sedangkan pada saluran pemasaran II persentase efisiensi pemasaran sebesar 17,86%.

## 5.2 Saran

Kepada peneliti selanjutnya, penelitian ini masih terbatas pada analisa saluran pemasaran *fresh* maggot, oleh karena itu diharapkan ada penelitian lanjutan seperti kajian tentang pemasaran produk maggot BSF selain *fresh* maggot seperti pada telur, prepupa, dan hasil olahan *fresh* maggot seperti maggot kering.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. F. 2015. Analisis saluran dan margin pemasaran sapi potong di Pasar Hewan Tanjungsari. *Students e-Journal*, 4(2).
- Amandanisa, A., & Suryadarma, P. 2020. Kajian Nutrisi dan Budi Daya Maggot (*Hermentia illuciens* L.) Sebagai Alternatif Pakan Ikan di RT 02 Desa Purwasari, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 2(5), 796-804.
- Amanta, D. 2019. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jeruk Siam (Studi Kasus Desa Umbulsari Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember) (*Doctoral dissertation*, University of Muhammadiyah Malang).
- Azir, Akhmad, et al. 2017. Produksi dan Kandungan Nutrisi Maggot (*Chrysomya Megacephala*) Menggunakan Komposisi Media Kultur Berbeda. *Jurnal Ilmu-Ilmu Perikanan dan Budidaya Perairan*, vol. 12, no. 1.
- Da Rizano, D. T., & Rifin, A. 2022. Kelayakan Bisnis Peningkatan Produksi Lalat Black Soldier Fly Pada PT Biomagg Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 8(1), 293-293.
- Daniel, Moehar. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Cetakan Pertama. Jakarta: Bumi Aksara.
- Darmisa, 2018. Analisis Pemasaran Kacang Tanah Di Desa Palakka Kecamatan Barru Kabupaten Barru. *Skripsi Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Makasar*.
- Delia, S. C. 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Usaha Pengolahan Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran Kota. *Bandar Lampung. Departemen Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen (IPB)*.
- Fau, Samanoi H., and Alwinda Manao. 2022. *Potensi Budidaya Manggot dan Keuntungannya*. Eureka Media Aksara.
- Fitasari, B. D., Rengganis, B. S., Meidatuzzahra, D., & Fathurrahman, F. 2021. Rantai Pemasaran Hasil Usaha Budidaya Maggot (Belatung) Sebagai Alternatif Pakan Ternak Unggas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: BAKTI KITA*, 2(2), 1-8.
- Harlystiarini. 2017. *Pemanfaatan tepung larva Black Soldier Fly (*Hermetia illucens*) sebagai sumber protein pengganti tepung ikan pada ransum*.
- Heldi, Parel. 2018. Analisis Marjin Harga, Keuntungan, dan Share Keuntungan Pemasaran Ayam Ras Pedaging (Broiler) di PT. Ciomas Adisatwa Kota Metro. *Wahana Peternakan*, vol. 2, no. 2.

- Hidayah, F. N., & Antriyandarti, E. 2022. Bauran Pemasaran Maggot Bsf (*Black Soldier Fly*) Di Dinas Ketahanan Pangan Dan Pertanian Kota Surakarta. *VIABEL: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 16(2), 146-153.
- Imran, H.A., 2012. Tataniaga Pertanian, Lampung: *Fakultas Pertanian Universitas Lampung (UNILA)*.
- Irawan, B. 2016. Fluktuasi harga, transmisi harga, dan marjin pemasaran sayuran dan buah. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*. 5(4) : 358 – 373.
- Januwiaata, I. K., Dunia. I.K, dan Indrayani, L. 2014. Analisis tataniaga jeruk siam (*Citrus Reticulata*) di desa kerta kecamatan payangan kabupaten gianyar. *Jurnal Pendidikan ekonomi undiksha* 4 (1) : 123 – 131.
- Kingu, H. J., Kuria, S. K., Villet, M. H., Mkhize, J. N., Dhaffala, A., & lisa, J. M. 2012. Cutaneous myiasis: is *Lucilia cuprina* safe and acceptable for maggot debridement therapy?. *Journal of Cosmetics, Dermatological Sciences and Applications*. 2(2):79-82.
- Kotler, P., 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks.
- Kusuma, H. 2017. Analisis Pemasaran Jamur Merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (Lm3) Agrina Di Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*. Vol. 1 (2).
- Manggopa, C. J. 2013. Efisiensi Pemasaran Nanas di Desa Lobong Kecamatan Passi Barat Kabupaten Bolaang Mongondow. *Skripsi*, 1(614408010).
- Maniku, E. G., Dumais, J. N. K., & Pangemanan, L. R. J. (2021). Analisis Pemasaran Kakao di Kecamatan Bacan Timur, Kabupaten Halmahera Selatan. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 17(3 MDK), 1031-1038.
- Muslim, C. dan V. Darwis. 2012. Keragaan Kedelai Nasional dan Analisis Farmer Share serta Efisiensi Saluran Pemasaran Kedelai Di Kabupaten Cianjur. *Jurnal Sepa*.1(9) : 7 – 9.
- Nugroho, A., Rochdiani, D., & Yusuf, M. N. (2020). Analisis saluran pemasaran sale pisang (Studi kasus pada perajin sale pisang basah di Desa Sindangbarang Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(3), 858-861.
- Nurmalasari, L., Restu, I. W., Negara, I. K. W., & Sudana, I. W. 2021. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Teri (*Stolephorus* sp.) di Desa Sanggalangit, Kabupaten Buleleng. *Current Trends in Aquatic Science IV*, 1, 26-32.
- Pranatagma. 2015. Eisiensi dan Bauran Pemasaran Kacang Tanah. *Skripsi*. Program Studi Agribisnis Universitas Jember.

- Putri, C. F., Prayuginingsih, H., & Hadi, S. 2018. Analisis Pemasaran Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember. *Jurnal Agribest*, 2(1).
- Rahim dan Hastuti. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Riandi, Batubara, M. M., & Iskandar, S. (2018). Analisis Efisiensi Pemasaran Udang Windu (*Penaeus monodon*) Di Desa Sungai Lumpur Kecamatan Cengal Kabupaten Ogan Komering Ilir. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 6(2), 81.
- Rosmawati, H. (2011). Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Agronobis*, 3(5), 1-9.
- Satria, M. A. 2021. Analisis Keuntungan Usaha Budidaya Maggot Bsf Sebagai Pakan Alternatif Unggas Pada Usaha Bapak Endy Di Pauh Duo, Solok Selatan. *Doctoral dissertation*, Universitas Andalas.
- Soekartawi, 1993, *Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern*. Pustaka Harapan, Jakarta.
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Kota Malang.
- Sugiono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Suratiyah. 2006. *Ilmu Usaha Tani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sutarno. 2014. Analisis efisiensi pemasaran kedelai di kabupaten Wonogiri. *Agrineca*, 14(1), 1-10.
- Wayan, I. 2019. Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Teri Segar Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Sanggalangit Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 638–644.
- Wilardjo, Setia B. 2010. The State of the Art Marketing. *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, vol. 6, no. 2.
- Yunianto, A. 2019. Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Kangkung Di Desa Pandanajeng Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang (*Doctoral dissertation*, University of Muhammadiyah Malang).

# LAMPIRAN



- b. Perusahaan Mitra
  - c. Lainnya,.....
3. Berapa jumlah hasil panen dan harga Maggot BSF Bapak/Ibu?
- a. Hasil panen :.....kg
  - b. Harga jual : Rp...../kg
4. Cara Bapak/Ibu menentukan harga jual Maggot BSF ?
- a. Tawar menawar
  - b. Mengikuti harga pasar
  - c. Lainnya,.....

**V. Pemasaran**

2. Hasil panen Maggot BSF Bapak/Ibu biasanya dijual kepada siapa saja ?
- a. ....
  - b. ....
  - c. ....



**III. Penentuan Harga dan Penjualan**

1. Cara Bapak/Ibu menentukan harga jual Maggot BSF?
  - a. Tawar menawar
  - b. Mengikuti harga Pasar
  - c. Lainnya,.....
2. Cara Pembayaran penjualan Maggot BSF Bapak/Ibu?
  - a. Tunai
  - b. Tidak Tunai
  - c. Lainnya,.....
3. Cara penjualan Maggot BSF Bapak/Ibu?
  - a. Pesanan
  - b. Secara langsung
  - c. Lainnya, .....

**IV. Pemasaran**

1. Produk maggot BSF biasanya dijual kepada siapa saja ?
  - a. ....
  - b. ....
  - c. ....



**III. Penentuan Harga dan Penjualan**

1. Cara Bapak/Ibu menentukan harga jual Maggot BSF?
  - a. Tawar menawar
  - b. Mengikuti harga Pasar
  - c. Lainnya,.....
2. Cara Pembayaran penjualan Maggot BSF Bapak/Ibu?
  - a. Tunai
  - b. Tidak Tunai
  - c. Lainnya,.....
3. Cara penjualan Maggot BSF Bapak/Ibu?
  - a. Pesanan
  - b. Secara langsung
  - c. Lainnya, .....

**IV. Pemasaran**

1. Produk maggot BSF biasanya dijual kepada siapa saja ?
  - a. ....
  - b. ....
  - c. ....



- c. Lainnya : .....

### III. Penentuan Harga dan Penjualan

1. Cara Bapak/Ibu menentukan harga jual Maggot BSF?
  - a. Tawar menawar
  - b. Mengikuti harga Pasar
  - c. Lainnya,.....
2. Cara Pembayaran penjualan Maggot BSF Bapak/Ibu?
  - a. Tunai
  - b. Tidak Tunai
  - c. Lainnya,.....
3. Cara penjualan Maggot BSF Bapak/Ibu?
  - a. Pesanan
  - b. Secara langsung
  - c. Lainnya, .....

### VI. Pemasaran

1. Produk maggot BSF biasanya dijual kepada siapa saja ?
  - a. ....
  - b. ....
  - c. ....

Lampiran 5. Identitas Responden Peternak Maggot BSF

No	Nama	Usia	L/P	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan		Lama Usaha	Kapasitas Produksi	Alamat
					Utama	Sampingan			
1	M. KHOLIS AKBAR (PT MCP)	40	L	SMA	Direktur PT MCP		3 Tahun	80 kg / hari	Dusun Puntir Desa Martopuro Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan
2	IVAN SILAHTUROHMAN	40	L	SMA	Budidaya Maggot		3 Tahun	20 kg /minggu	Dusun Kamiran Desa Tegowangi Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan
3	MIFTAQL NADIM	34	L	SMA	Budidaya Maggot		2 Tahun	60 kg /minggu	Dusun Andong Desa Ngembal Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan
4	NUR HASSAN	48	L	SMA	Karyawan	Budidaya Maggot	1 Tahun	100 kg/ minggu	Dusun Gerdu RT 01 RW 01 Desa Gendro Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan
5	SISWOYO	46	L	SMA	Petani	Budidaya Maggot	6 Bulan	46 kg / minggu	Dusun Beji Ledok RT 05 RW 03 Desa Sumbersuko Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan
6	MUHAMMAD HABIBULLAH	23	L	Sarjana	Pengajar	Budidaya Maggot	2 Tahun	130 kg / minggu	Dusun Pandean Desa Sengonagung

									Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan
<b>7</b>	AMINRULLAH	34	L	SMK	Budidaya Maggot		7 Bulan	1.500 kg /2 minggu	Dusun Babatan Desa Bakalan Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan
<b>8</b>	MUHAMMAD UMAR FARUQ	28	L	Sarjana	Pendamping CSR	Budidaya Maggot	2 Tahun	300 kg/ 10 hari	Dusun Tegalan Desa Bakalan Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan
<b>9</b>	NANIK RAHMAWATI	33	P	SMK	Ibu Rumah Tangga	Budidaya Maggot	3 Tahun	100 kg /2 minggu	Dusun Kedung Bendo RT 02 RW 03 Desa Rejoso Lor Kecamatan Rejoso Kabupaten Pasuruan
<b>10</b>	ABSAN	44	L	SMA	Karyawan	Budidaya Maggot	1 Tahun	70 kg /minggu	Dusun Beji Geneng Desa Sumberuko Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan
<b>11</b>	MUHAMMAD MANSUR	38	L	SMA	Konveksi	Budidaya Maggot	4 Bulan	60 kg /minggu	Jl. Raya Ledug RT 01 RW 02 Desa Ledug Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan
<b>12</b>	AGUNG (OMAH MAGGOT RANU)	22	L	SMK	Peternak	Budidaya Maggot	1 Tahun	300 kg /bulan	Bandian 1, Ranu Klindungan Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan
<b>13</b>	M. SULTAN RAHMANSYAH	23	L	SMA	Pedagang	Budidaya Maggot	1 Tahun	17 kg /minggu	Desa Parasrejo Kecamatan

---

<b>14</b>	ENDRO (TPS 3R "CINTA MAHESA")	50	L	SMK	Ketua TPS	2 Tahun	100 kg /bulan	Pohjentrek Kabupaten Pasuruan Desa Suwayuwo Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan
-----------	-------------------------------------	----	---	-----	-----------	---------	------------------	---

---

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023.

Lampiran 6. Identitas Responden Pengepul *Fresh* Maggot BSF

No	Nama	Usia	L/P	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan		Alamat
					Utama	Sampingan	
1.	PT Maggot Center Pasuruan (Bapak Kholis)	40	L	SMA	Direktur PT MCP		Dusun Puntir Desa Martopuro Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023.

## Lampiran 7. Link Google Formulir

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe3WJe1nH45vEkneLO7VuLsagPbRaeObDmbsB\\_lgv8aby3XpA/viewform?usp=sf link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe3WJe1nH45vEkneLO7VuLsagPbRaeObDmbsB_lgv8aby3XpA/viewform?usp=sf_link)

Lampiran 8. Pola Saluran Pemasaran *Fresh Maggot*

No.	POLA SALURAN PEMASARAN FRESH MAGGOT
1	NUR KHOLIS (PT MCP) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak / Pedagang Rp7.000 → Konsumen</li> <li>• Peternak / Pedagang Rp6.000 → Konsumen Grosir</li> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul (PT MCP) Rp7.000 → konsumen</li> </ul>
2	IVAN SILAHTUROHMAN <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp10.000 → Konsumen</li> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>
3	MIFTAQUL NADIM <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>
4	NUR HASSAN <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp10.000 → Konsumen</li> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>
5	SISWOYO <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp7.000 → Konsumen</li> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>
6	MUHAMMAD HABIBULLAH <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp7.000 → Konsumen</li> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>
7	AMINRULLAH <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp7.000 → Konsumen</li> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>
8	MUHAMMAD UMAR FARUQ <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp6.000 → Konsumen</li> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>
9	NANIK RAHMAWATI <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp7.000 → Konsumen</li> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>
10	ABSAN <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp10.000 → Konsumen</li> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>
11	MUHAMMAD MANSUR <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>
12	AGUNG (OMAH MAGGOT RANU) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp7.000 → Konsumen</li> <li>• Peternak Rp6.500 → Konsumen Grosir</li> </ul>
13	M. SULTAN RAHMANSYAH <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>
14	ENDRO (TPS 3R "CINTA MAHESA") <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peternak Rp6.000 → Konsumen</li> <li>• Peternak Rp5.000 → Pengepul Rp7.000 → Konsumen</li> </ul>

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Lampiran 9. Rincian Biaya, Penerimaan, dan Pendapatan Peternak *Fresh Maggot* di Kabupaten Pasuruan

No	Nama Responden (Peternak)	Produksi (Kg/Bulan)	Biaya Tetap (Rp)				Biaya Variabel (Rp)						Penerimaan (Rp)	Pendapatan (Rp)	
			Penyusutan Bangunan	Sewa Bangunan	Penyusutan Peralatan	Total FC	Telur/ Benih	Media Kultur	Pakan	Transportasi	Lisrik	Tenaga Kerja			Total VC
1	PT MCP	2.400	471.667		101.667	573.333		300.000	300.000	2.000.000	200.000	9.000.000	11.800.000	16.800.000	4.426.667
2	IVAN	80	6.667		4.167	10.833		20.000	120.000	20.000			160.000	400.000	229.167
3	NADIM	240	15.000		4.583	19.583		30.000	900.000	40.000			970.000	1.200.000	210.417
4	HASSAN	400	12.500		6.750	19.250			200.000	40.000			240.000	2.000.000	1.740.750
5	SISWOYO	184			73.333	73.333				150.000			150.000	920.000	696.667
6	HABIB	520	55.833		23.056	78.889				40.000	20.000		60.000	2.600.000	2.461.111
7	AMIN	3.000	62.500	1.250.000	15.556	1.328.056		24.000	4.800.000	500.000	100.000	1.500.000	6.924.000	15.000.000	6.747.944
8	FARUQ	900	162.500		14.167	176.667	200.000		240.000	20.000	60.000	500.000	1.020.000	4.500.000	3.303.333
9	NANIK	200	125.000		21.611	146.611			400.000	20.000	60.000		480.000	1.000.000	373.389
10	ABSAN	280	10.833		9.583	20.417				80.000	25.000		105.000	1.400.000	1.274.583
11	MANSUR	240	13.333	500.000	8.833	522.167		60.000	320.000	100.000			480.000	1.200.000	197.833
12	AGUNG	300	12.500		42.778	55.278			270.000	100.000	50.000	1.000.000	1.420.000	2.100.000	624.722
13	SULTAN	68	4.000		5.889	9.889			50.000	30.000		120.000	200.000	340.000	130.111
14	ENDRO	100	20.000		26.944	46.944				50.000		300.000	350.000	500.000	103.056
Total		8.912	972.333	1.750.000	358.917	3.081.250	200.000	434.000	7.600.000	3.190.000	515.000	12.420.000	24.359.000	49.960.000	22.519.750
Rata-rata		637	74.795	875.000	25.637	220.089	200.000	86.800	1.381.818	227.857	128.750	2.070.000	1.739.929	6.661.333	4.701.315

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023.

## Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Wawancara dengan responden Pak Kholis (PT MCP)



Gambar 2. Wawancara dengan responden Pak Ivan



Gambar 3. Wawancara dengan responden Pak Nadim



Gambar 4. Wawancara dengan responden Pak Hassan



Gambar 5. Wawancara dengan responden Pak Siswoyo



Gambar 6. Wawancara dengan responden Habib



Gambar 7. Wawancara dengan responden Pak Amin



Gambar 8. Wawancara dengan responden Pak Faruq



Gambar 9. Wawancara dengan responden Ibu Nanik



Gambar 10. Wawancara dengan responden Pak Absan



Gambar 11. Wawancara dengan responden Agung (Omah Maggot Ranu)



Gambar 13. Wawancara dengan responden Pak Endro (TPS 3R CINTA MAHESA)



Gambar 12. Wawancara dengan responden Pak Mansur

## Lampiran 11. *Business Plan* Derma Soldier

### I. Ringkasan Eksekutif

Derma Soldier merupakan produk sabun organik yang dalam mengandung ekstrak minyak maggot. Sabun ini memiliki keunggulan yaitu bersifat *antimicrobial* dan dapat melembutkan kulit. Dimana ekstrak minyak maggot sendiri bersifat *antimicrobial* dan *emolien*. Formula lainnya yang terkandung di dalam Derma Soldier seperti minyak zaitun, dan minyak kelapa yang tentunya baik untuk kesehatan dan kecantikan kulit serta tidak menyebabkan efek samping setelah menggunakan sabun organik ini. Sehingga produk ini sangat aman digunakan oleh orang yang memiliki keluhan kulit sensitif. Derma Soldier dikemas dengan berat produk 80 gr. Pemasaran dari Derma Soldier ini akan dipasarkan melalui media sosial seperti *Instagram*, serta dipasarkan melalui *marketplace* seperti *shopee*.

### II. Pendahuluan

#### 2.1 Latar Belakang

Maggot BSF Larva dari jenis lalat *Black soldier Fly* (BSF) atau *Hermetia Illuens* dalam bahasa Latin. Bentuknya mirip ulat, berbuku dengan ukuran larva dewasa 15-22 mm dan berwarna coklat. Maggot BSF memiliki banyak manfaat seperti bagi lingkungan yaitu megkonversikan sampah organik menjadi sumber pakan ternak yang mengandung protein tinggi. Selain itu maggot BSF juga berpotensi untuk dimanfaatkan sebagai obat, campuran dalam susu formula, minyak maggot dan kosmetik.

Berdasarkan beberapa penelitian internasional, minyak maggot ternyata bersifat *antimicrobial* dan *emolien* sehingga bisa dimanfaatkan untuk bahan baku industri kosmetik dan obat. Dimana Maggot mengandung lipid yang mencapai 50% berpeluang untuk dijadikan produk bioindustri berbahan dasar minyak yaitu salah satunya sabun. Sabun organik merupakan produk

yang sangat dibutuhkan oleh orang-orang yang memiliki kulit sensitif. Selain itu sabun organik juga dapat mengurangi pencemaran lingkungan khususnya air. Dengan ini Derma Soldier hadir untuk membantu memberi solusi bagi orang-orang yang memiliki masalah kulit sensitif dan turut serta membantu kelestarian lingkungan.

## 2.2 Visi,dan Misi

### a) Visi

Menjadikan produk Derma Soldier sebagai produk sabun organik yang yang berkualitas dan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat Indonesia.

### b) Misi

1. Menggunakan bahan baku yang berkualitas dalam pembuatan produk Derma Soldier.
2. Mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap produk Derma Soldier.
3. Terus melakukan inovasi dan berkreaitivitas dalam pengembangan Derma Soldier.

## III. Gambaran usaha.

### a) Profil Usaha

Nama Usaha : Derma Soldier (Perseorangan)

Alamat : Jalan Nusa Indah, RT 05 RW 01 Desa Sekaran  
Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

Bidang Usaha : Industri kosmetik

Jenis Produk : Sabun Organik

Email : Dermasoldier@gmail.com

Media sosial : - @DermaSoldier. (Instagram)

- 0856-XXXX-XXXX (Whatsapp)

*Market place* : DermaSoldier (Shopee)

b) Logo



#### IV. Aspek Pemasaran

##### 4.1 Segmen Pasar, Target Pasar, dan *Positioning*

a) Segmen Pasar

Segmen pasar adalah dengan menjadikan pembeli sebagai target yang akan dicapai. Segmen pasar dari produk MeCans Soap berdasarkan beberapa aspek sebagai berikut :

- Demografis : semua kalangan terutama orang-orang yang memiliki keluhan kulit yang sensitif.
- Geografis : di Indonesia merupakan negara yang beriklim tropis sehingga dalam beraktivitas di luar ruangan memiliki kemungkinan besar mudah berkeringat, terpapar debu dan mikroba.
- Psikografis : persepsi masyarakat terhadap sabun organik merupakan sabun yang aman dan tidak menyebabkan efek samping dan ramah terhadap lingkungan.
- Perilaku Konsumen : perilaku konsumen yang sadar atau peduli dengan lingkungan sehingga lebih suka produk-produk yang natural dan ramah lingkungan.

b) Target Pasar

Target pemasaran produk Derma Soldier yaitu semua kalangan masyarakat Indonesia terutama orang yang memiliki kulit sensitif.

c) *Positioning*

Derma Soldier merupakan produk sabun yang memanfaatkan minyak maggot sebagai bahan pembuatannya. Selain itu sabun ini dibuat dengan memiliki corak dan bentuk yang unik.

#### 4.2 Rencana Penjualan

Rencana Penjualan produk Derma Soldier dilakukan secara offline dan online. Penjualan secara offline yaitu dilokasi produksi, sedangkan pemasaran online dengan memanfaatkan media sosial dan *marketplace* yang ada.

#### 4.3 Strategi Pemasaran

a) *Product*

Derma Soldier merupakan produk sabun organik yang mengandung minyak maggot. Produk ini berfungsi sebagai antimikroba dan melembutkan kulit, serta bermanfaat bagi orang-orang yang memiliki kulit sensitif.

b) *Price*

Produk Derma Soldier ini dijual dengan harga satuan sebesar Rp 15.000 dengan berat  $\pm$  80 gr.

c) *Place*

Lokasi produksi sangat mudah dijangkau dan dekat dengan jasa pengiriman antar. Sehingga mudah dalam proses pengiriman pesanan *online* yang melalui media sosial dan *market place*.

d) *Promotion*

Kegiatan promosi produk Derma Soldier dilakukan dengan memanfaatkan fitur yang ada di media sosial seperti Instagram story, Instagram reels, dan

whatsapp story. Promosi dengan mengunggah konten mengenai Derma Soldier secara berkala.

## V. Aspek Organisasi dan Manajemen

### 5.1 Organisasi dan SDM

Organisasi dan SDM pada usaha Derma Soldier yaitu semua kegiatan produksi dan pemasaran produk dilaksanakan oleh *owner* sendiri.

### 5.2 Perijinan

1. Mendaftar NIB (Nomor Induk Berusaha)
2. Sertifikasi BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan)

## VI. Aspek Produk

### 6.1 Proses Produksi dan gambar Teknologi

#### ➤ Proses Ekstraksi Minyak Maggot BSF

1. Maggot dibersihkan dari kotoran yang menempel dan dimatikan menggunakan air panas.
2. Selanjutnya maggot dikeringkan menggunakan oven dalam suhu 60°C selama 45 menit.
3. Setelah itu maggot kering dihaluskan menggunakan blender hingga menjadi tepung.
4. Kemudian tepung maggot diekstraksi secara kimia menggunakan pelarut alcohol 96% dengan menggunakan metode *Soxhlet*. Dalam satu siklus ekstraksi membutuhkan tepung maggot sebanyak 150 gr dan 1,5 liter pelarut alcohol 96%.
5. Tepung maggot dibungkus menggunakan kertas saringan hingga membentuk selongsong, lalu diletakkan kedalam *Soxhlet*.
6. Selanjutnya pelarut alcohol 96% dimasukkan kedalam *Soxhlet* hingga tepung maggot terendam larutan.

7. Ekstraksi dilakukan pada titik didih selama 6 jam untuk menghasilkan residu dengan kandungan rendah liquid.
8. Hasil ekstraksi kemudian diuapkan menggunakan alat destilasi untuk menguapkan pelarut dari minyak.
9. Minyak maggot hasil ekstraksi dan destilasi dapat digunakan sebagai bahan pembuatan sabun.

➤ Proses Pembuatan Sabun

1. Masukkan air suling kedalam gelas takar dan tambahkan NaOH kemudian sisihkan hingga suhu turun sama dengan suhu ruangan.
2. Masukkan minyak ekstraksi maggot, minyak sawit, minyak zaitun, dan esensial oil pada wadah yang berbeda. Untuk perbedaan warna campuran minyak dibagi ke beberapa wadah dan tambahkan pewarna secukupnya sesuai warna yang diinginkan.
3. Setelah itu campurkan larutan NaOH kedalam campuran minyak menggunakan mixer sampai membentuk adonan berjejak.
4. Kemudian masukkan adonan kedalam cetakan dan diamkan adonan sampai mengeras selama 1 x 24 jam.
5. Setelah itu keluarkan sabun dari cetakan dan dipotong dengan alat pemotong sabun.
6. Sabun yang telah dipotong di letakkan pada rak curing untuk didiamkan selama 4-6 minggu sebelum sabun dapat digunakan.
7. Setelah masa curing selesai sabun siap untuk dikemas dan dipasarkan.

## 6.2 Bahan baku dan bahan pembantu

- |                         |                     |
|-------------------------|---------------------|
| - Fresh maggot 1 kg     | - Esensial oil 9 ml |
| - Alkohol 96% 1,5 liter | - Pewarna           |
| - NaOH 122 gr           | - Kemasan           |

- Air suling 250 ml
- Minyak sawit 450 ml
- Minyak zaitun 100 ml
- Kertas Baking
- Sarung tangan
- Masker

### 6.3 Tenaga produksi

Tenaga produksi Derma Soldier untuk sementara dilakukan sendiri oleh owner dikarenakan skala produksi yang masih kecil.

### 6.4 Mesin dan peralatan

- Baskom
- Loyang oven
- Oven
- Blender tepung
- Soxhlet
- Gelas takar
- Alat Destilasi
- Cetakan sabun
- *Hand mixer*
- Spatula
- Timbangan
- Pemotong sabun
- Kacamata laboratorium
- Sendok

### 6.5 Tanah Gedung dan Perlengkapan

Lokasi produksi berada di rumah owner sendiri dengan dibangun tempat khusus untuk produksi usaha Derma Soldier.

## VII. Aspek Keuangan

### 7.1 Sumber Pendanaan

Sumber pendanaan untuk berjalannya usaha Derma Soldier berasal dari tabungan pribadi.

### 7.2 Rencana Kebutuhan Modal Investasi

Berikut merupakan rancangan rencana kebutuhan modal investasi yang diperlukan untuk memulai usaha Derma Soldier.

No.	Investasi	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)
1	Bangunan	1	15.000.000	15.000.000
2	Baskom	2	10.000	20.000
3	Loyang Oven	2	10.000	20.000
4	Oven listrik	1	650.000	650.000
5	Blender Tepung	1	350.000	350.000
6	Soxhlet ekstraktor (1 set)	1	4.700.000	4.700.000
7	GelasTakar 1000 ml	2	13.000	26.000
8	Alat Destilasi (1 set)	1	1.900.000	1.900.000
9	Hand mixer	1	164.000	164.000
10	Cetakan Sabun 1200 gr	2	120.000	240.000
11	Spatula	1	20.000	20.000
12	Timbangan 5 kg	1	118.000	118.000
13	Pemotong Sabun	1	136.000	136.000
14	Rak Curing Sabun	2	355.000	710.000
15	Kacamata Laboratorium	1	10.500	10.500
16	sendok	2	3.000	6.000
<b>Total Investasi</b>		<b>21</b>		<b>24.070.500</b>

### 7.3 Analisis Kelayakan Usaha

#### a) Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan total keseluruhan biaya yang harus dikeluarkan suatu perusahaan untuk menghasilkan produk dan jasa. Berikut merupakan rincian dari perhitungan biaya produksi pada usaha Derma Soldier.

<b>Biaya Produksi</b>				
<b>I. Biaya Tetap (Nilai residu 10%)</b>				
No.	Rincian	Total (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Biaya Penyusutan (Produksi)
1	Bangunan	15.000.000	10	3.750
2	Baskom (2 buah)	20.000	2	25
3	Loyang Oven (2 buah)	20.000	2	25
4	Oven listrik (1 buah)	650.000	5	325
5	Blender Tepung (1 buah)	350.000	5	175
6	Soxhlet ekstraktor (1 set)	4.700.000	5	2.350
7	GelasTakar 1000 ml (2 buah)	26.000	2	33
8	Alat Destilasi (1 set)	1.900.000	5	950
9	Hand mixer (1 buah)	164.000	5	82

10	Cetakan Sabun 1200 gr (2 buah)	240.000	5	120
11	Spatula (1 buah)	20.000	2	25
12	Timbangan 5 kg	118.000	5	59
13	Pemotong Sabun (1 set)	136.000	5	68
14	Rak Curing Sabun (2 buah)	710.000	5	355
15	Kacamata Laboratorium (1 buah)	10.500	1	26
16	sendok (2 buah)	6.000	1	15
<b>Total Biaya Penyusutan</b>		<b>24.070.500</b>		<b>8.383</b>

#### II. Biaya Variabel (Per Produksi 30 batang/ hari)

No.	Jenis	keterangan	Harga Satuan (Rp)	Harga (Rp)
1	Fresh Maggot	2 kg	7.000 /kg	14.000
2	Alkohol 96%	3 L	17.500/ L	52.500
3	NaOH	244 gr	30.000 /kg	7.320
4	Air Suling	0,5 L	5.000/L	2.500
5	Minyak Sawit	0,9 L	18.000 /L	16.200
6	Minyak Zaitun	0,2 L	65.000/L	13.000
7	Esensial Oil	18 ml	10.000/(10ml)	18.000
8	Pewarna	10 gr	20.000/(100gr)	2.000
9	Kemasan	30 Pcs	500/pcs	15.000
10	Kertas Baking		9.000/ 5m	720
11	Sarung Tangan Latek		35.000/ 50 pcs	300
12	Masker		15.000/50pcs	300
13	Listrik		100.000/bulan	6.667
14	Tenaga Kerja	1 orang	3.000.000/bulan	100.000
15	Transportasi	1 L	10.000/hari	10.000
<b>Total Biaya Variabel</b>				<b>258.507</b>
<b>Total Biaya Produksi</b>				<b>266.889</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui total biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh Derma Soldier dalam per produksi atau per hari yaitu sebesar Rp 266.889.

#### b) Penerimaan

Penerimaan usaha Derma Soldier diperoleh pada bulan ke-2 sesuai dengan hari sabun produksi pertama siap dipakai. Dengan ansumsi terjual

semua dalam 1 bulan sebanyak 900 batang dengan harga satuan produk sebesar Rp 15.000.

<b>Penerimaan (Per Bulan)</b>			
<b>Jenis Produk</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Total (Rp)</b>
Derma Soldier	15.000	900	13.500.000

Berdasarkan tabel diatas maka total penerimaan usaha Derma Solder per bulan sebesar Rp 13.500.000.

c) Keuntungan

Keuntungan diperoleh dari perhitungan total penerimaan dikurangi total biaya produksi yang dikeluarkan. Keuntungan usaha Derma Soldier dapat dilihat pada tabel berikut.

<b>Keuntungan (per Bulan)</b>	
<b>Total Penerimaan</b>	
900 batang x Rp 15.000	Rp 13.500.000
<b>Total Biaya Produksi</b>	
Rp 266.889 x 30 hari	Rp 8.006.670
<b>Total Keuntungan</b>	Rp 5.493.330

Berdasarkan tabel diatas usaha Derma Soldier dalam per bulan memperoleh keuntungan usaha sebesar Rp 5.493.330. Hasil dari keuntungan usaha Derma Soldier ini digunakan untuk pengembangan usaha.

d) BEP (Break Even Point)

BEP merupakan titik impas dimana suatu usaha tidak mendapatkan untung dan rugi. Berikut merupakan hasil perhitungan BEP Produksi dan BEP Harga pada Usaha Derma Soldier.

<b>Break Even Point (BEP)</b>			
<b>BEP Produksi</b>		<b>BEP Harga</b>	
Biaya Produksi : Harga Jual		Biaya Produksi : Total Produksi	
Rp8.006.670,00	Rp15.000,00	Rp8.006.670	900
<b>BEP Produksi</b>	<b>534</b>	<b>BEP Harga</b>	<b>Rp8.896</b>

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai BEP Produksi sebesar 534 sedangkan BEP Harga Rp 8.896. Dapat diartikan bahwa usaha Derma Soldier mengalami titik impas apabila memproduksi sabun sebanyak 534 batang/ bulan dengan harga jual sebesar Rp 8.896/ batang.

e) R/C Ratio

R/C Ratio merupakan analisis yang membandingkan antara total penerimaan dengan total biaya produksi. Semakin besar nilai R/C ratio maka semakin besar keuntungan dan semakin layak usaha tersebut. berikut merupakan analisis R/C Ratio pada usaha Derma Soldier.

<b>R/C Ratio</b>	
<b>(Total Penerimaan : Total Biaya Produksi)</b>	
Total Penerimaan	Total Biaya Produksi
13.500.000	8.006.670
<b>R/C Ratio</b>	<b>1,69</b>

Berdasarkan tabel diatas nilai R/C Ratio dari usaha Derma Soldier memperoleh nilai R/C Ratio sebesar 1,69 yang berarti nilai R/C Ratio > 1 maka usaha ini dapat dikatakan layak. Nilai R/C Ratio juga berarti setiap 1 rupiah biaya yang dikeluarkan maka akan menghasilkan 1,69 rupiah.