

**SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN WORTEL  
DI DESA BONTO LOJING KECAMATAN  
ULU ERE KABUPATEN BANTAENG**

**NURJANNA**

**105960141613**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

**Saluran Dan Margin Pemasaran Wortel  
Di Desa Bonto Lojong Kecamatan  
Ulu Ere Kabupaten Bantaeng**

**NURJANNA  
105960141613**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Strata Satu (S-1)

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul** : Saluran dan Margin Pemasaran Wortel di Desa Bontolojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

**Nama Mahasiswa** : Nurjanna

**Nomor Induk Mahasiswa** : 10596 0141613

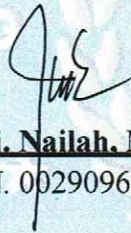
**Konsentrasi** : Sosial Ekonomi

**Program Studi** : Agribisnis

**Fakultas** : Pertanian

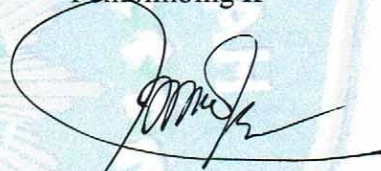
Disetujui,

Pembimbing I



**Ir. Hj. Nailah. M.Si.**  
NIDN. 0029096102

Pembimbing II



**Ardi Rumallang. S.P., M.M.**  
NIDN. 0910088702

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian



**Ir. H. Burhanuddin. S.Pi., M.P.**  
NIDN. 9012006901

Ketua Prodi Agribisnis



**Amruddin. S.Pt., M.Si.**  
NIDN. 0922076902

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Saluran dan Margin Pemasaran Wortel di Desa  
Bontolojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten  
Bantaeng

Nama Mahasiswa : NURJANNA





Nomor Induk Mahasiswa : 10596 0141613

Konsentrasi : Sosial Ekonomi

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

### KOMISI PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. <u>Ir. Hj. Nailah Husain, M.Si.</u> Ketua Sidang	
2. <u>Ardi Rumallang, SP., MM.</u> Sekretaris	
3. <u>Dr. Moh. Natsir, S.P., M.P.</u> Anggota	
4. <u>St. Khadijah Y Hiola, S.TP., M.Si.</u> Anggota	

**Tanggal Lulus :**

## **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :**Saluran Margin Pemasaran Wortel di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng**. adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebut dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Makassar 18 September 2017

**Nurjanna**  
**105960141613**

## ABSTRAK

**NURJANNA.105960141613.** Saluran dan Margin Pemasaran Wortel di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten. Dibimbing oleh .Hj. Naila Husain dan Ardi Rumallang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Saluran dan Margin Pemasaran Wortel di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng .

Populasi dalam penelitian ini adalah petani wortel yang terdiri dari 250 orang dan *simple random sampling* dengan mengambil sampel sebanyak 10 % dari jumlah populasi . Jadi besarnya sampel petani sebanyak 25 orang. Penentuan ini sampel pedagang dilakukan dengan metode *snowball sampling* sebanyak 5 orang masing- masing 2 orang pedagang pengumpul, 1 orang pedagang besar dan 2 Orang pedagang pengecer.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran terdapat empat saluran pemasaran Wortel di Desa Bonto lojong yaitu: saluran I yaitu Produsen, konsumen. Saluran pemasaran II yaitu Produsen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen. Saluran pemasaran III yaitu Produsen, pedagang besar, pengecer, konsumen. Saluran pemasaran IV yaitu Produsen,pedagang pengumpul, pedagang besar, pengecer, konsumen.Margin pemasaran tertinggi yakni pada saluran pemasaran tingkat III yaitu produsen, pedagang besar ,pedagang pengecer konsumen dengan marjin pemasaran sebesar Rp.3.000 dan Rp .1.000/ Kg. margin. Dan margin terendah terdapat pada saluran II yaitu produsen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen, dengan margin sebesar Rp 2.500/Kg dan Rp 500/Kg. Dan total Margin tertinggi terdapat pada saluran IV dengan total margin sebesar Rp. 4.500/kg.

## KATA PENGANTAR

Sebuah kata yang paling indah dan patut penulis ucapkan kecuali Alhamdulillah dan syukur kepada Ilahi Rabbi Yang Maha Rahman dan Maha Rahim. Dia yang senantiasa melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya berupa nikmat kesehatan, kekuatan dan kemampuan senantiasa tercurah pada diri penulis sehingga diberikan kemudahan dalam usaha untuk menyelesaikan skripsi yang senantiasa memberi motivasi serta dukungan yang diberikan kepada penulis dengan judul *“Saluran Dan Margin Pemasaran Wortel di Desa Bonto Lojong Kecamatan UIU Ere Kabupaten Bantaeng”*.

Salawat dan taslim kepada Rasulullah SAW, kepada para keluarganya dan sahabat yang sama-sama berjuang untuk kejayaan islam semata.

Penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada semua yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat diwujudkan.

Terimakasih yang sedalam-dalamnya Ananda haturkan kepada Ayahnda tercinta Lantang yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang. Harapan dan cita-cita luhur keduanya senantiasa memotivasi penulis untuk berbuat dan menambah ilmu, juga memberikan dorongan moral maupun material serta atas doanya yang tulus buat Ananda. Juga kepada kakandaku, semua itu sangat berarti bagi diri penulis. Untuk itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan

hatii, penulis menghaturkan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya serta penghargaan yang takternilai kepada:

1. Ir.Hj.Nailah Husaian, M.Si. dan Ardi Rumallang ,S.P.,M.M selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan arahan, petunjuk dan motivasi kepada peneliti mulai dari penyusunan usulan penelitian hingga selesainya skripsi ini.
2. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Amruddin S.Pt., M.Si selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak ibu dosen prodi Agribisnis yang tidak sempat peneliti sebutkan satu persatu yang telah mendidik, membekali, dengan ilmu pengetahuan dan pemahaman yang tak ternilai selama dibangku perkuliahan. Hanya ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan doa yang setulus-tulusnya yang dapat peneliti berikan. Semoga Allah subhana wata'ala memberikan pahala yang berlipat ganda atas segala kebaikan bapak dan ibu.
5. Kepada semua keluargaku yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan studi ini.
6. Kepada penduduk Desa Bonto Lojong yang telah memberikan izin penelitian dan seluruh warga yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner dan ikhlas dalam wawancara.



7. Seluruh teman-teman prodi prodi Agribisnis angkatan 2013 yang tidak sempat saya sebutkan satu-persatu. Terimakasih atas bantuan-bantuan, motivasi dan kebersamaannya.
8. Kepada semua pihak yang tidak sempat saya sebutkan namanya, namun telah membantu peneliti dalam penyelesaian studi.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi diri penulis. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritikan dan berbagai pihak yang sempat membaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Billahi fi sabililhaq, fastabiqul Khaerat.

Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Makassar, Februari 2018

Nurjanna

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	2
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1. Tanaman Wortel .....	6
2.2. Pemasaran .....	7
2.3. Pemasaran Pertanian .....	9
2.4. Saluran Pemasaran .....	11
2.5. Lembaga Pemasaran .....	14

2.6. Fungsi Pemasaran.....	15
2.7. Margin Pemasaran .....	16
2.8. Kerangka Pemikiran .....	19
III. METODE PENELITIAN .....	21
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	21
3.2. Teknik Penentuan Sampel .....	21
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	21
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.5. Teknik Analisis Data .....	22
3.6. Definisi Operasional .....	23
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	25
4.1. Letak Geografis .....	25
4.2. Keadaan Tanah dan Iklim.....	25
4.3. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin .....	26
4.4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia .....	27
4.5. Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	28
4.6. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian .....	29
4.7. Keadaan Penguasaan Lahan .....	30
4.8. Keadaan Sarana Dan Prasarana.....	31
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
5.1. Identitas Responden .....	33
5.2. Karakteristik Pedagang .....	38
5.3. Saluran Pemasaran Wortel.....	40

5.4. Margin Pemasaran Wortel .....	45
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	48
6.1 Kesimpulan .....	48
6.2 Saran .....	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng .....	26
2.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng .....	27
3.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere kabupaten Bantaeng .....	28
4.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng .....	29
5.	Keadaan Penguasaan Luas lahan di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.....	30
6.	Jumlah Sarana dan Prasarana di Desa Bonto LojongKecamatan Ulu Ere Kabupaten Banteng .....	31
7.	Tingkat Umur Responden di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng .....	34
8.	Tingkat Pendidikan Responden di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng .....	35
9.	Pengalaman Berusahatani Responden di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.....	35
10.	Luas Tanggungan di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Banteng .....	37
11.	Jumlah Tanggungan Keluarga Responden di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng .....	42
12.	Harga Jual Beli pada Lembaga pemasaran pada saluran pemasaran wortel di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng .....	43
13.	Margin pemasaran pada saluran pemasaran wortel di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Ban	

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Secara umum pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja, dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha. Untuk itu sektor industri sebagai leading sektor di harapkan mampu meningkatkan produktivitas faktor produksi secara efisien.

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki sumber daya alam berupa lahan yang relatif cukup luas dan subur. Dengan iklim, suhu dan kelembapan yang cocok untuk kebutuhan pertumbuhan tanaman, maka hampir seluruh tanaman dapat tumbuh dengan relatif baik. Salah satu jenis tanaman yang di budidayakan oleh petani Indonesia adalah tanaman wortel. Upaya pemerintah untuk pengembangan tanaman wortel dengan memperluas areal tanam wortel merupakan komoditi ekspor yang permintaannya terus meningkat. Upaya perbaikan produksi dan kualitas wortel terus dilakukan, sehingga pendapatan wortel yang di peroleh petani juga meningkat. Salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan petani tersebut adalah kurangnya pengetahuan petani mengenai pemasaran, hasil wortel seperti saluran pemasaran yang memberikan keuntungan yang maksimal pada petani. Saluran pemasaran mempunyai tugas menyalurkan barang dari produsen kekonsumen. Ia mengatasi tiga macam jengjang penting yaitu waktu ruang dan pemilikan.

Dalam pemasaran komoditi pertanian sering di jumpai saluran pemasaran panjang, sehingga lembaga pemasaran yang terlibat akan cenderung mengakibatkan margin pemasaran terlalu tinggi hingga menyebabkan bagian yang diterima petani kecil. Hubungan antara produsen dan konsumen biasanya "di jembatani" oleh pelaku pemasaran atau pedagang yang mempertemukannya dalam suatu sistem pasar. Ini dilakukan pedagang melalui pemasokan produk menurut tempat, waktu, dan kualitas yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan penawaran yang dilakukan petani. Dalam perdagangan komoditas wortel umumnya dilibatkan sebagai kelompok pedagang seperti pedagang desa, pedagang kecamatan, pedagang kabupaten, pedagang antar provinsi dan pedagang pengecer di daerah konsumen.

Upaya peningkatan produksi sayur-mayur sangat berkaitan erat dengan aspek-aspek pemasaran. Karena usaha tani sayur-mayur pada umumnya adalah usaha tani komersial yang sebagian besar hasil produksinya dijual di pasar. Produksi dan pemasaran mempunyai ketergantungan yang sangat erat. Produksi yang meningkat tanpa didukung oleh sistem pemasaran yang dapat menampung hasil dengan tingkat harga yang layak tidak akan berlangsung lama, malah pada waktunya ia akan menurun karena pertimbangan untung rugi usaha tani. Beberapa masalah pemasaran komoditi pertanian yang banyak ditemukan di Negara-negara berkembang pada umumnya dan di Indonesia khususnya, antara lain.

1. Tidak tersedianya komoditi pertanian dalam jumlah yang cukup
2. Fluktuasi harga
3. Pelaksana pemasaran tidak efisien
4. Tidak memadainya fasilitas pemasaran
5. Terpencarnya lokasi produsen dan konsumen
6. Kurang lengkapnya informasi pasar
7. Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran ,
8. Dan kurangnya respon produsen terhadap permintaan pasar

Daerah yang merupakan penghasil wortel di Sulawesi Selatan yaitu, Malino Kabupaten Gowa, Loka Kabupaten Banteng dan sebagian kecil berada di Duri Kabupaten Endrekang. Pemasaran wortel yang di Bantaeng dari survei awal adalah bahwasanya Bantaeng merupakan penghasil sayuran yang diantaranya kol, bawang merah, kentang, dan wortel hal ini yang menyebabkan Kabupaten Bantaeng memiliki kondisi tanah yang cukup potensial untuk tanaman hortikultura khususnya wortel. Hasil produksi wortel selain dipasarkan di Kabupaten Bantaeng sendiri juga dipasarkan di Kabupaten Gowa. Jalur distribusi produk dari produsen ke konsumen terkadang mengalami hambatan sehingga produk pertanian kadang tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen, produk mengalami kerusakan atau terjadinya kenaikan harga karena tidak terarah dengan baik, sehingga akan berdampak pada margin produksi serta keuntungan yang didapatkan oleh petani dan pedagang.



Berdasarkan uraian diatas, maka perlu diadakan penelitian dengan judul kajian tentang “ Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Sayuran Wortel di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana saluran pemasaran sayuran wortel di Desa Bonto lojong, Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Bantaeng?
2. Berapa besar margin pemasaran wortel di Desa Bonto Lojong, Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan peneltian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran sayuran wortel di Desa Bonto Lojong ,Kecamatan Ulu Ere,Kabupaten Bantaeng.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran sayur wortel di Desa Bonto Lojong ,Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Bantaeng.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai masukan bagi petani sayuran wortel khususnya di Desa Bonto Lojong dalam memahami pengaruh setiap saluran pemasaran terhadap pendapatannya.
2. Sebagai tambahan pengetahuan dan memperluas wawasan peneliti dalam bidang pemasaran khususnya yang berhubungan dengan pengaruh saluran pemasaran terhadap pendapatan petani dan pedagang.
3. Sebagai sumber informasi bagi peneliti selanjutnya dan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan – kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Arti pemasaran sering dikacaukan dengan istilah – istilah seperti penjualan, perdagangan, dan distribusi. Padahal istilah – istilah tersebut hanya merupakan satu bagian dari kegiatan pemasaran secara keseluruhan.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran barang dan jasa yang bernilai satu sama lain (Aditya Pandu Nugraha, 2006).

Pemasaran dapat didefinisikan pada konteks yang berbeda, namun pada prinsipnya sama, yaitu bagaimana mengantarkan produk dan jasa yang dihasilkan produsen sampai ke tangan konsumen pada posisi yang berbeda, apakah itu kondisi sosial, ekonomi dan politik, maka yang diperlukan oleh pengusaha adalah bagaimana menciptakan pemasaran yang efektif (Agung. M 199).

Pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkannya itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar. Produk yang diterima oleh pasar berarti produk tersebut laku dijual atau sering disebut laris. Kegiatan pemasaran tidak hanya dilakukan setelah produk itu selesai dibuat akan tetapi sebelum produk tersebut dibuatpun haruslah sudah dilakukan kegiatan pemasaran. Disamping itu kegiatan pemasaran juga dilakukan

setelah produk tersebut di beli oleh konsumen, karena agar supaya produk itu disenangi maka haruslah dilakukan pemasangan yang benar dan baik, perawatan yang sempurna dan sebagainya (Basus Swasta,Dh., 2001).

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting setelah selesainya proses produksi pertanian. Kondisi pemasaran menimbulkan suatu siklus atau lingkaran pasar suatu komoditas. Bila pemasaran tidak baik, mungkin disebabkan karena daerah terisolasi, tidak ada pasar, rantai pemasaran terlalu panjang atau hanya ada satu pembeli. Kondisi ini merugikan pihak produsen. Hal ini berarti efisiensi di bidang pemasaran masih rendah. Sistem pemasaran diaktakan efisien bila :

1. Mampu menyampaikan hasil – hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya serendah – rendahnya
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang (Ananda. F. 2012).

## **2.1 Tanaman wortel**

Wortel merupakan tanaman sayuran umbi semusim berbentuk semak. Jenis sayuran ini dapat tumbuh sepanjang tahun , musim hujan maupun kemarau. Wortel ini dikenal hampir disetiap negara termasuk di indonesia.sayuran ini populer diklangan masyarakat. Wortel banyak dijual dipasar sehingga mudah diperoleh. Dilihat dari segi bisnis wortel merupakan sayuran komersial yang hingga saat ini masih tetap menjadi andalan para pedagan petani yang menanamnya, para petani menyukai tanaman wortel karerana dalam

penanamannya tidak terlalu menuntut persyaratan. Tanaman wortel, realitife mudah ditangani dan dirawat. Susunan tubuh tanaman wortel terdiri dari atas daun dan tangkainya, batang dan akar. Secara keseluruhan wortel merupakan tanaman, setahun, yang tumbuh tegak hingga 30-100 cm atau lebih.

Selanjutnya Nur Berlian Venus (1964) mengatakan bahwa wortel sudah dikenali dari warna umbinyaoranye jingga. Dengan warnanya yang ini menandakan wortel banyak mengandung karoten dan provitamin A. Manfaatnya sangat banyak dan rasanya enak. Wortel dapat mencegah penyakit rabun senja, juga bila diminum sari wortel atau jus wortel, bisa menambah kesegaran,selain mengandung provitamin A, wortel juga mengandung vitamin B dan vitamin C. Untuk pertumbuhan, wortel memerlukan lingkungan yang sejuk. Oleh karena itu ,wortel hanya cocok di tanam di pengunungan, yaitu dataran sedang sampai dataran tinggi. Wortel dikembangkan dengan bijinya. Biji itu semaikan di tanah yang subur dan gembur. Bila tanahnya tidak gembur akan terbentuk umbi yang tidak sempurna. Sekitar 95-120 hari kemudian wortel siap panen. Tanaman ini sudah dapat dipanen secara keseluruhan. Pemanenan tidak boleh terlambat karena umbi akan semakin mengeras ( berkayu ) sehingga tidak disukai konsumen. Cara pemanenan dilakukan dengan pencabutan dengan mencabut umbi beserta akarnya. Untuk memudahkan pencabutan sebaiknya tanah di gemburkan dahulu. Hasilnya dapat berlipat ganda karena dalam penanamnya bisa di tumpang sarikan dengan tanaman sayuran lainnya. Dengan demikian keuntungan yang dapat diperoleh bisa lebih cepat dan lebih banyak dengan hasil yang melimpah ( Nurlian Berlian Venus (1994)

## **2.2 Pemasaran Pertanian**

Pemasaran pertanian tidak dapat disamakan dengan pemasaran produk non pertanian, perbedaan antara pemasaran komoditi non pertanian dan komoditi pertanian dapat dijelaskan sebagai berikut: Pada pemasaran komoditi non pertanian lokasi produsen terkonsentrasi dan barang yang dihasilkan dapat direncanakan secara cermat, mengenai jumlah, mutu dan waktu pembuatan barang. Produsen produk non pertanian pada umumnya menghasilkan barang dalam jumlah besar, sehingga produsen dapat mendistribusikan secara langsung melalui pedagang besar, agen, dan pengecer serta konsumen (distribusi barang) (Kamaluddin, 2009).

Berbeda dengan non pertanian, pada pemasaran pertanian komoditi dihasilkan secara terpecah-pecah, berupa bahan mentah yang perlu pengolahan lebih lanjut dan jumlah relatif sedikit sehingga untuk menutupi biaya-biaya yang diperlukan lembaga pemasaran dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran diperlukan volume perdagangan yang cukup besar. Pemasaran komoditi pertanian dari proses konsentrasi yang mengumpulkan produk-produk pertanian dari petani ke tengkulak, pedagang pengumpul dan pedagang besar serta diakhiri proses distribusi yaitu penjualan barang dari pedagang ke agen, pengecer dan konsumen (Farida nurland. 2002).

Selain dihadapkan pada hal diatas, pemasaran pertanian juga identik dengan harga, pada umumnya harga merupakan faktor yang dominan yang akan menentukan pertimbangan bagi pembeli dan pembeliannya. Dapat dikatakan bahwa harga jumlah yang dibayarkan oleh pembeli atas barang dan jasa yang

ditawarkan oleh penjual. Dalam saluran pemasaran, harga mempunyai empat macam fungsi :

1. Sebagai pembayaran kepada lembaga saluran pemasaran atas jasa-jasa yang ditawarkannya.
2. Sebagai senjata dalam persaingan
3. Sebagai alat untuk mengadakan komunikasi
4. Sebagai alat pengawasan saluran

Fungsi-fungsi tersebut merupakan tanggung jawab bagi lembaga saluran, dan ini akan memberi pengaruh bagi tingkat labanya. Penggunaan harga sebagai senjata dalam persaingan memerlukan adanya kebijaksanaan yang efektif, dan dipakai sebagai dasar untuk melakukan persaingan. Masing-masing lembaga saluran harus melaksanakan secara efektif tentang kebijaksanaan tersebut. Harga sebagai alat komunikasi akan mempengaruhi strategi lainnya. Dengan mengetahui suatu tingkat harga, seseorang dapat berkomunikasi dengan orang lain / misalnya produsen yang menawarkan barang dengan harga tertentu kepada pedagang besar, atau pengecer yang ingin mencari barang dengan harga tertentu pada pedagang besar produsen perlu juga mengadakan pengawasan terhadap pelaksanaan /penerapan kebijaksanaan harga tersebut diantara anggota-anggota saluran. Jadi pengawan harga merupakan masalah penting dalam suatu kegiatan pemasaran.

Salah satu contoh pemasaran pertanian ialah pemasaran wortel,. Pada pemasaran komoditi ini juga di bahs mengenai saluran pemasaran, margin pemasaran, dan orang-orang yang terlibat dalam pemasaran tersebut.

### 2.3 Saluran Pemasaran

Dalam rangka memperlancar arus barang dari petani produsen ke konsumen salah satu faktor yang tidak boleh diabaikan begitu saja ialah bagaimana seorang produsen akan menentukan saluran pemasaran yang akan digunakan. Saluran pemasaran / saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikinya dari produsen ke konsumen (Kotler Philip, 1997). Istilah saluran (*channel*) adalah \ berasal dari bahasa latin *canalis*, yang berarti kanal. Suatu saluran pemasaran dapat dilihat sebagai suatu kanal yang besar atau saluran pipa yang di dalamnya mengalir sejumlah produk, kepemilikan, komunikasi, pembiayaan dan pembayaran, resiko yang menyertai mengalirnya ke pelanggan. Secara formal, suatu saluran pemasaran (juga disebut sebuah *channel of distribution*) merupakan suatu struktur bisnis dari organisasi yang saling bergantung yang menjangkau dari titik awal suatu produk sampai ke pelanggan dengan tujuan konsumsi (Mursid, M 2003).

Distribusi memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tanpa ada distribusi produsen akan kesulitan untuk memasarkan produknya dan konsumen pun harus bersusah payah mengejar produsen untuk dapat menikmati produknya. Saluran Distribusi adalah suatu jalur perantara pemasaran baik transportasi maupun penyimpanan suatu produk barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Di antara pihak produsen dan konsumen terdapat perantara



pemasaran yaitu *wholesaler* (distributor/agen) yang melayani pembeli retailer (peritel) dan juga retailer (peritel) yang mengecerkan produk kepada konsumen akhir. Sastradipoera dalam “dalam memutuskan perantara yang perlu dipilih oleh manager pemasaran, mendorongnya untuk menyusun strategi penyaluran barang dan jasa yang diproduksi oleh perusahaannya”. Pilihan tidak hanya berkaitan dengan saluran langsung atau saluran tidak langsung, tetapi juga akan berhubungan dengan kebutuhan akan jumlah perantara yang satu sama lain akan menentukan strategi saluran distribusi mana yang akan dipilih. Disini manager pemasaran perlu memilih dari 3 (tiga) kemungkinan, yaitu :

#### 1. Distribusi Intensif

Jika distribusi intensif dipilih, maka manager pemasaran akan menjual produk melalui semua pedagang besar atau pedagang pengecer yang bertanggung jawab dan layak menyimpan atau menjual produk.

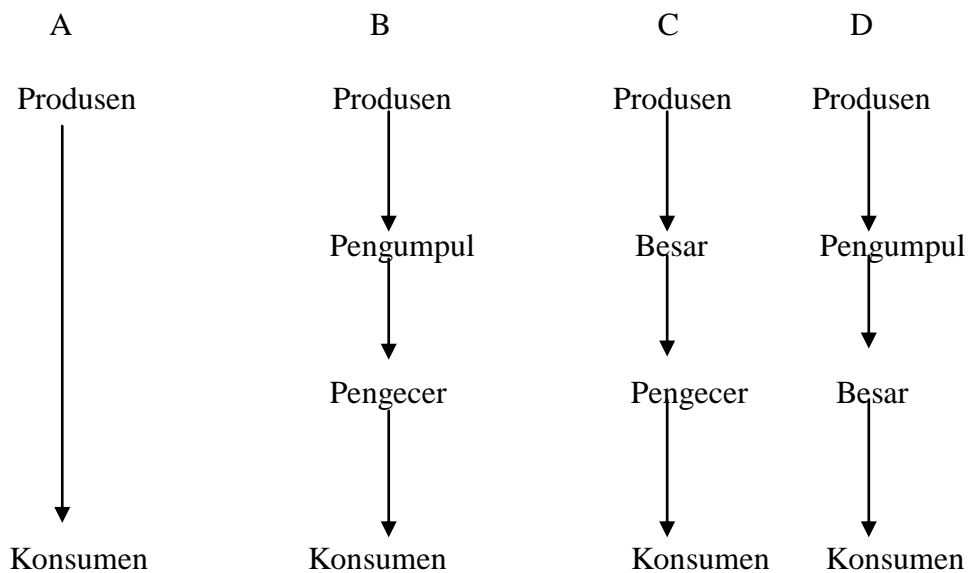
#### 2. Distribusi Selektif

Jika strategi selektif dipilih, maka manejer pemasaran akan menjual produknya hanya melalui perantara yang akan memberikan perhatian atau minat khusus pada produk tertentu

#### 3. Distribusi Eksklusif

Jika distribusi eksklusif yang dipilih, maka manajer pemasaran hanya akan menjual produknya melalui satu buah perantara di wilayah geografis yang ditentukan. Bahwa terdapat 4 (empat) desain saluran pemasaran yang di gunakan untuk mendistribusikan produk dan jasa konsumen, yaitu :

1. Saluran A meliputi distribusi langsung produk atau jasa dari produsen kepada konsumen.
2. Saluran B meliputi produsen yang langsung menjual kepada pengecer dalam jumlah yang cukup besar untuk menjalankan fungsi grosir.
3. Saluran C digunakan baik grosir maupun pengecer dan biasanya dengan harga rendah, item–item yang sering dibeli dan didistribusikan secara luas melalui sejumlah besar pengecer.
4. Saluran D dimana seorang agen menjual kepada grosir selanjutnya menjual kepada pengecer, umumnya dipakai apabila perusahaan manufaktur terlalu kecil (jalur produknya relatif terlalu sempit) untuk membenarkan pembentukan penjualan perusahaan.



Gambar 1. Saluran Pemasaran wortel

## **2.4 Lembaga Pemasaran**

Lembaga pemasaran adalah badan-badan atau perseorangan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi-fungsi pemasaran dalam pengalirkan barang dari produsen ke konsumen. Sedangkan produsen adalah mereka yang tugas utamanya menghasilkan barang-barang disamping melaksanakan kegiatan produksi, mereka seringkali aktif melaksanakan fungsi pemasaran (Gilaraso T.1991).

(Kotler, Philip.1997. ) bahwa lembaga pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran, menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Lembaga – lembaga ini mempunyai hubungan satu sama lain. Timbulnya badan-badan pemasaran karena: (1) keinginan konsumen untuk mendapatkan barang yang dikehendaki, dan (2) penyesuaian produksi terhadap keinginan konsumen.

Lembaga pemasaran memegang peranan penting dalam menentukan saluran pemasaran. Fungsi lembaga pemasaran ini berbeda satu sama lain, dicirikan oleh aktivitas yang dilakukan dan skala usahanya. Pedagang pengumpul tugasnya membeli barang secara dikumpulkan baik dari produsen atau pedagang perantara dengan skala yang relative besar dibandingkan dengan skala usaha pedagang perantara. Begitu pula halnya dengan pedagang besar , mempunyai skala usaha yang lebih besar daripada pedagang pengumpul (Soekartawi, 2002).

Antara produsen dan konsumen kadangkala mempunyai jarak yang jauh sehingga memerlukan perantara yang disebut lembaga pemasaran. Makin jauh jarak antara produsen dan konsumen, maka lembaga pemasaran makin dibutuhkan kehadirannya (Kamaluddin.2009).

## **2.5 Fungsi pemasaran**

Mursid M (2003) menyatakan bahwa kegiatan pemasaran tercakup ke dalam kegiatan dan usaha yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik dari barang hasil produksi dan barang dan barang kebutuhan dari tangan produsen ke konsumen termasuk kegiatan yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang yang ditujukan untuk lebih mempermudah penyaluran dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dalam mempelajari sistem pemasaran dapat dilakukan melalui fungsi pemasaran. Adapun fungsi-fungsi pemasaran yang dimaksud adalah :

1. Fungsi pertukaran, meliputi : pembelian dan penjualan. Fungsi pembelian dan penjualan berkaitan dengan pertukaran barang dari penjual ke pembeli. Fungsi pembelian dilakukan oleh pembeli untuk memilih jenis barang yang diinginkan, kualitas yang memadai dan penyediaan yang sesuai. Sedang fungsi penjualan yang umumnya dipandang sebagai fungsi pemasaran yang paling luas, meliputi kegiatan-kegiatan untuk mencari pasar dan mempengaruhi permintaan.
2. Fungsi penyediaan fisik, meliputi : pengangkutan dan penyimpanan, fungsi ini berkaitan dengan pemindahan barang dari tempat produksi ke tempat

konsumsi. Selain itu fungsi tersebut berkaitan pula dengan penyimpanan barang sampai diperlukan oleh konsumen.

3. Fungsi penunjang, meliputi : pembelanjaan, penanggungan resiko, standarisasi barang dan grading, serta pengumpulan informasi pasar. penanggungan resiko makasudnya adalah resiko harga dan kerusakan barang.

Fungsi pemasaran dapat menaikkan kegunaan tempat, waktu, bentuk, dan perubahan hak milik, sehingga fungsi pemasaran mengusahakan agar pembeli memperoleh barang yang diinginkan pada tempat, waktu, bentuk dan harga yang tepat( Mursid ,M .2003)

## **2.6 Margin Pemasaran**

Margin pemasaran atau margin tataniaga menunjukkan selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran. Margin tataniaga adalah perubahan antara harga petani dan harga eceran, yang hanya merepresentasikan perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh petani, tetapi tidak menunjukkan jumlah kuantitas produk yang dipasarkan. Margin tataniaga merupakan penjumlahan antara biaya tataniaga dan keuntungan. Nilai margin pemasaran adalah perbedaan harga dikedua tingkat sistem pemasaran dikalikan dengan kuantitas produk yang dipasarkan. Margin pemasaran adalah perbedaan harga diantara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran atau perbedaan antara jumlah yang dibayarkan konsumen dan jumlah yang diterima produsen atau produk pertanian yang diperjualbelikan. Selain secara verbal, marjin pemasaran dapat dinyatakan secara matematis dan secara grafis (Soekartwi 2002.)

Secara matematis margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M = H_j - H_b$$

Dimana : M = Margin Pemasaran

H<sub>j</sub> = Harga Jual

H<sub>b</sub> = Harga Beli

Pada umumnya, komoditi pertanian memiliki margin pemasaran yang tinggi. Hal ini dikarenakan sifatnya yang musiman, bentuknya besar dan mudah busuk sehingga biaya penyimpanan dan pengangkutan tinggi.

Menurut Santika (Faisal, M. 1989) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran komoditi pertanian adalah biaya angkutan, biaya penyusutan atau kerusakan, tingkat harga beli untuk setiap komoditi, besar keuntungan pedagang, modal kerja dan kapasitas penjualan.

Ada tiga metode untuk menghitung margin pemasaran yaitu dengan memilih dan mengikuti saluran pemasaran dari komoditi spesifik, membandingkan harga pada berbagai level pemasaran yang berbeda, dan mengumpulkan data penjualan dan pembelian kotor tiap jenis pedagang. Masing – masing metode ini memiliki kekurangan dan kelebihan.

Margin menurut jenisnya dibedakan menjadi margin absolut dan persen margin. Persentase bagian margin merupakan suatu pengelompokan yang digunakan secara populer pada serangkaian angka yang menunjukkan margin absolut dari berbagai tipe pedagang atau berbagai fungsi pemasaran yang berbeda, dibagi dengan harga eceran

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta

bagian harga yang diterima petani. Atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi (Soehardjo dan Dahlan Patong, 1986.).

Dalam analisis margin pemasaran ini akan dianalisis juga distribusi margin pemasaran dan *distribusi share* dari biaya-biaya yang dikeluarkan dan keuntungan oleh lembaga pemasaran, sehingga dapat diketahui saluran pemasaran yang dilalui serta fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terkait besarnya margin (biaya dan keuntungan) dari masing-masing lembaga pemasaran yang ikut memasarkan produk ini. Distribusi margin merupakan perbandingan antara biaya dengan margin pemasaran ditambah perbandingan keuntungan antara keuntungan dengan margin pemasaran dalam persen. Sedangkan *distribusi share* merupakan perbandingan antara keuntungan dengan harga ditingkat keuntungan atau perbandingan antara biaya dengan harga ditingkat pengecer dalam persen (Soekartawi, 2002).

Dengan mengetahui margin pemasaran maka dapat diketahui pula biaya-biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran, margin, pemasaran akan menjadi lebih tinggi bila terdapat sesuatu hal, misalnya : prasarana yang buruk, rendahnya pengetahuan tentang penyimpanan, belum adanya standarisasi dan grading, tidak tersedianya informasi pasar.

## 2.7 Tanaman wortel

Wortel merupakan tanaman sayuran umbi semusim berbentuk semak. Jenis sayuran ini dapat tumbuh sepanjang tahun, musim hujan maupun kemarau. Wortel ini dikenal hampir di setiap negara termasuk di Indonesia. Sayuran ini populer di kalangan masyarakat. Wortel banyak dijual dipasar sehingga mudah diperoleh. Dilihat dari segi bisnis wortel merupakan sayuran komersial yang hingga saat ini masih tetap menjadi andalan para pedagang petani yang menanamnya, para petani menyukai tanaman wortel karena dalam penanamannya tidak terlalu menuntut persyaratan. Tanaman wortel, realitife mudah ditangani dan dirawat. Susunan tubuh tanaman wortel terdiri dari atas daun dan tangkainya, batang dan akar. Secara keseluruhan wortel merupakan tanaman, setahun, yang tumbuh tegak hingga 30-100 cm atau lebih.

Selanjutnya Nur Berlian Venus (1964) mengatakan bahwa wortel sudah dikenali dari warna umbinya oranye jingga. Dengan warnanya yang ini menandakan wortel banyak mengandung karoten dan provitamin A. Manfaatnya sangat banyak dan rasanya enak. Wortel dapat mencegah penyakit rabun senja, juga bila diminum sari wortel atau jus wortel, bisa menambah kesegaran, selain mengandung provitamin A, wortel juga mengandung vitamin B dan vitamin C. Untuk pertumbuhan, wortel memerlukan lingkungan yang sejuk. Oleh karena itu, wortel hanya cocok di tanam di pengunungan, yaitu dataran sedang sampai dataran tinggi. Wortel dikembangkan dengan bijinya. Biji itu semai di tanah yang subur dan gembur. Bila tanahnya tidak gembur akan terbentuk umbi yang tidak sempurna. Sekitar 95-120 hari kemudian wortel siap panen. Tanaman ini



sudah dapat dipanen secara keseluruhan. Pemanenan tidak boleh terlambat karena umbi akan semakin mengeras ( berkayu ) sehingga tidak disukai konsumen. Cara pemanenan dilakukan dengan pencabutan dengan mencabut umbi beserta akarnya. Untuk memudahkan pencabutan sebaiknya tanah di gemburkan dahulu. Hasilnya dapat berlipat ganda karena dalam penanamnya bisa di tumpang sarikan dengan tanaman sayuran lainnya. Dengan demikian keuntungan yang dapat diperoleh bisa lebih cepat dan lebih banyak dengan hasil yang melimpah ( Nurlian Berlian Venus (1994).

## **2.8 Kerangka Pikir**

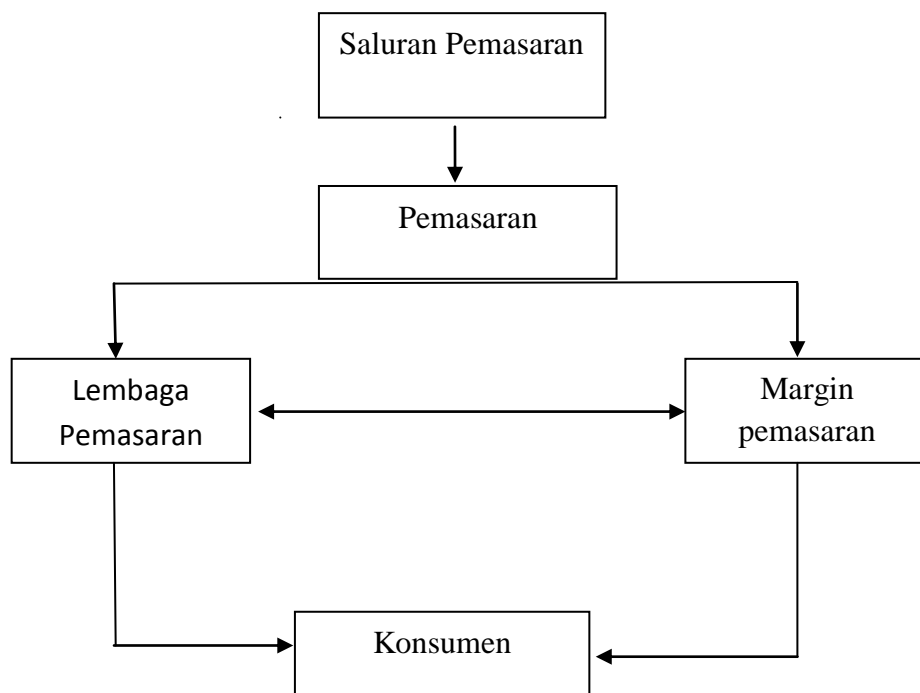
Bagi petani, usahatani itu merupakan perusahaan. Petani menjalankan sebuah perusahaan pertanian diatas usahatannya. Tujuan setiap petani bersifat ekonomis yaitu memproduksi hasil-hasil pertanian, dimana hasil produksi yang dihasilkan itu nantinya dapat dikonsumsi ataupun dipasarkan.

Hasil produksi disalurkan kepada konsumen melalui lembaga-lembaga perantara yaitu antara lain : pedagang pengumpul/Agen,pedagang pengumpul dan pedagang pengecer . Tiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsi pemasaran yang berbeda satu sama lain yang dicirikan oleh aktivitas yang dilakukan. Dengan adanya pemasaran, maka akan terbentuk biaya pemasaran. Besarnya biaya pemasaran menentukan tingkat harga yang diterima produsen dan lembaga pemasaran. atas jasa lembaga-lembaga pemasaran maka tiap lembaga akan mengambil keuntungan (*profit*).

Biaya pemasaran suatu produk biasanya diukur seacara kasar dengan *share margin* dan *price spread*. Margin pemasaran adalaah suatu istilah yang digunakan

untuk menyatakan perbedaan antara harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang harus dibayar oleh konsumen akhir. Sedangkan istilah *price spread* menyatakan perbedaan dua tingkat harga dan menunjukkan jumlah yang diperlukan untuk menutupi biaya barang-barang di dua tingkat pasar, misalnya pasar lokal dan grosir (*wholesaler market*) antara grosir dan eceran (Rukmana,1995).

Jalur distribusi pemasaranyang berbeda dapat mengakibatkan biaya pemasaran yang berbeda sehingga mempengaruhi margin keuntungan yang di dapatkan oleh petani dan pedagang itu sendiri. Harga penjualan, volume, biaya penanganan, biaya pungutan dan retribusi, dan tenaga kerja merupakan hal-hal yang dapat mempengaruhi margin keuntungan. Secara skematis kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. Skema Kerangka Pikir Analisis Margin Pemasaran Sayuran Wortel.



### **III. METODE PENELITIAN**

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

Penelitian di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Bantaeng. Dipilihnya daerah ini disebabkan karena sebagai salah satu sentra produksi tanaman hortikultura di Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilakukan dari bulan November sampai Desember 2017.

#### **3.2 Teknik Penentuan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah petani wortel yang terdiri dari 250 orang dan *simple random sampling* dengan mengambil sampel sebanyak 10 % dari jumlah populasi . Jadi besarnya sampel petani sebanyak 25 orang. Penentuan ini sampel pedagang dilakukan dengan metode *snowball sampling* sebanyak 5 orang masing- masing 2 orang pedagang pengumpul, 1 orang pedagang besar dan 2 Orang pedagang pengecer.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah :

##### **1. Jenis data**

- a) Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari pedagang yang dipergunakan dalam analisis berupa data yang dapat dihitung atau angka-angka yang diperoleh dari dokumen atau laporan-laporan.

- b) Data kualitatif, yaitu berupa informasi dari hasil wawancara baik lisan maupun tulisan.

## 2. Sumber data

- a) Data primer, data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan pedagang maupun dengan mendatangi petani langsung ke tempat usaha taninya.
- b) Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen dari Dinas Pertanian Kab.Bantaeng

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan ini, teknik pengumpulan data yang digunakan ialah:

- a) Wawancara dilakukan dengan petani dan pedagang yang terlibat dalam proses pemasaran.
- b) Daftar pertanyaan (*quisioner*) yang diberikan kepada petani sayuran dan pedagang di Desa Bonto Lojong yang termasuk sebagai responden.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari lapangan terlebih dahulu ditabulasi secara sederhana dan selanjutnya dianalisis dengan metode analisi yang sesuai. Analisis pemasaran, margin pemasaran adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan ditingkat produsen dan harga ditingkat konsumen.

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga, antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen ( petani), secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut

$M = H_j - H_b$  (selisih antara harga jual dan harga beli )

Dimana:  $M$  = Marjin Pemasaran (Rp/Kg)

$H_j$  = Harga jual (Rp/Kg)

$H_b$  = Harga beli (Rp/Kg)

### **3.6 Definisi Operasional**

Adapun konsep operasional yang digunakan selama penelitian ini yaitu meliputi pengertian-pengertian yang digunakan untuk memudahkan dalam pengambilan data dan informasi serta menyamakan persepsi. Konsep operasional tersebut adalah sebagai berikut :

1. Produsen adalah petani wortel yang berada di Desa Bonto Lojong
2. Konsumen adalah pembeli wortel yang merupakan konsumen akhir.
3. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran.
4. Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyalurkan atau menjual wortel dari produsen ke konsumen
5. Pedagang pengumpul adalah distributor yang aktif membeli dan mengumpulkan wortel dari petani di Desa Bonto Lojong dan menjualnya ke pedagang perantara berikutnya.
6. Pedagang Besar adalah distributor yang membeli wortel, dari pedagang pengumpul atau pedagang Besar pengumpul kemudian menjualnya ke pedagang pengecer, , dan konsumen.
7. Pedagang Pengecer adalah pedagang yang membeli dari pedagang perantara atau pedagang grosir dan menjualnya ke konsumen

8. Saluran pemasaran adalah seluruh channel atau bagian dari pemasaran yang berperan dalam penyampaian barang atau jasa dari produsen hingga konsumen akhir.
9. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen akhir.
10. Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.

## **IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **4.1 Letak Geografis**

Desa Bonto Lojong adalah salah satu desa di Kecamatan Ulu Ere yang berada di sebelah utara Kabupten Bantaeng. Jarak dari ibu kota kecamatan  $\pm 2,5$  km dan jarak dari ibu kota Kabupaten Bantaeng  $\pm 35$  menit. Desa Bonto lojong memiliki luas wilayah 1.1917 ha, dengan potensi alam yang sangat produktif seperti lahan pertanian, perkebunan dan hutan.

Adapun batas – batas desa sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kabupaten Gowa , Kabupaten Sinjai
- Sebelah selatan : Desa Bonto Tangga, Desa Bonto Bulaeng
- Sebelah Timur : kab. Bulukumba , Desa kayu loe
- Kab. Jenepont: desa bonto marannu

### **4.2 Keadaan Tanah dan Iklim**

Desa Bonto lojong merupakan wilyah dataran tinggi dengan ketinggian 1300 – 500 dpl. Daerah dataran didominasi oleh perbukitan dengan ketinggian lereng secara umum berada di atas 40% , oleh karena itu kondisi hidrologi sangat di pengaruhi oleh kondisi tanahnya . Jenis tanah di Kabupaten Bantaeng di bagi dalam tiga jenis yaitu Andosol seluas  $\pm 3948$  ha, Regosol seluas  $\pm 2755,30$  ha, dan Latosol  $\pm 4585,39$  ha. Sedangkan jenis tanah di desa Bonto Lojong itu sendiri Latosol dengan kedalaman efektif tanah 30 60 cm sehingga sangat cocok untuk pengembangan lahan perkebunan. Daya serap air sekitar 60 – 90 cm. Ini menunjukkan bahwa tingkat kesuburan tanah sangat baik. Kondisi tanah



berbentuk perbukitan dan pegunungan pada umumnya berbutir halus dan kasar, bantuan pembentukan berupa batuan gunung api tersier.

Iklim di desa Bonto lojong menurut Schimide Ferguson adalah iklim tipe C dengan rata – rata curah hujan setiap tahunnya sebanyak 1.503 mm/tahun, dengan jumlah hari setiap tahunnya sebanyak 108 hari hujan. Jumlah hujan basah 8 bulan, bulan kering 4 bulan. Suhu udara pada siang hari bervariasi antara 15-20°C dan pada malam hari antara 15 -19 °C.

#### 4.3 Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan kerja dan juga menentukan dalam klasifikasi dalam pembagian kerja . Untuk kaum pria memiliki jenis pekerjaan yang yang berbeda dengan kawan kaum wanita , walaupun ada kadang beberapa pekerjaan yang dapat di kerjakan oleh kaum pria maupun kaum wanita . Dengan demikian jenis kelamin dapat memberikan pengaruh terhadap taraf hidup kehidupan seseorang. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah penduduk berdasarkan tabel kelamin di Desa Bonto Lojong dapat di lihat pada tabel 1.

Tabel 1: Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Bonto Lojong, Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Bantaeng, 2017

No	Jenis Kelamin	Jumlah ( Jiwa)	Presentase (%)
1	Laki – laki	1419	47,84
2	Perempuan	1547	52,16
Total		2966	100

Sumber : Kantor Desa Bonto Lojong , 2017

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Desa Bonto Lojong adalah sebanyak 2966 jiwa . Dari jumlah tersebut sebagai besar berjenis kelamin perempuan sebanyak 1547 orang ,selebihnya berjenis berjenis kelamin laki-laki sebanyak 1419 orang.

#### **4.4 Penduduk Menurut Usia**

Desa Bonto Lojong mempunyai jumlah penduduk sebanyak 2966 jiwa dan di golongkan dalam beberapa kelompok umur. Umur dapat mempengaruhi kemampuan kerja seseorang secara fisik, penduduk yang usianya masih muda, relatif memiliki kemampuan fisik yang lebih kuat dalam meningkatkan aktivitasnya di bandingkan dengan penduduk yang usianya lebih tua. Selain itu, umur yang relatif mudah memiliki kecenderungan kemampuan untuk mencari informasi dan menerima inovasi yang berkaitan dengan aktivitas usahatannya untuk lebih berkembang. Jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur di desa Bonto Lojong dapat di lihat pada tabel 2

Tabel 2 : Jumlah penduduk menurut usia di Desa Bonto Lojong , Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Banteng. 2017

No	Usia	Laki – laki	Perempuan	Jumlah
1	0-5 tahun	113	290	403
2	6-12 tahun	256	250	506
3	13-21 tahun	427	394	821
4	22-45 tahun	501	494	995
5	46- 60 tahun	58	63	121
6	61 tahun ke atas	64	56	120
Jumlah		1419	1547	2966

Sumber: Kantor Desa Bonto Lojong , 2017

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah penduduk terbesar berada pada kelompok umur 22- 45 tahun sebanyak 995 orang, dari jumlah penduduk yang ada di Desa Bonto Lojong . Sedangkan jumlah terendah berada pada kelompok usia 60 tahun keatas sebanyak 120 Orang.

#### **4.5 Penduduk berdasarkan tingkat pendidikan**

Pendidikan dan pengalaman pada umumnya mempengaruhi cara berfikir dan perilaku individu dalam kehidupan pribadi dan masyarakat. Semakin tinggi tingkat pendidikan dan banyaknya pengalaman individu maupun masyarakat akan lebih dinamis dan inovatif. Pendidikan dapat diperoleh melalui pendidikan formal , informal, maupun informal. Melalui pendidikan ,kualitas hidup seseorang dapat di tingkatkan dengan penguasaan ilmu pengetahuan. Untuk meningkatkan tingkat intelektual , maka pendidikan sangat di

butuhkan . Jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Bonto Lojong dapat dilihat pada tabel 3

Tabel 3. Jumlah Penduduk menurut Tingkat Pendidikan di Desa Bonto Lojong, Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Bantaeng. 201

No	Tingkat pendidikan	Jumlah (orang)	Presentase( % )
1	Belum / tidak sekolah	928	52,79
2	Tamat SD/ Sederajat	719	40,90
3	Tamat SLTP/Sederajat	48	2,74
4	Tamat SMU/ Sederajat	46	2,61
5	Tamat Akademik/ Sederajat	17	0,96
Total		1758	100

Sumber: Kantor Desa Bonto Lojong, 2017

#### 4.6 Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Mata pencaharian merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat kesejahteraan hidup seseorang. Mata pencaharian antara satu penduduk dengan penduduk yang lain akan berbeda berdasarkan tingkat keterampilan dan kesempatan kerja yang dimiliki setiap individu. Penduduk di Desa Bonto Lojong bukan hanya berprofesi sebagai petani, namun mata pencaharian penduduk disana bermacam-macam. Untuk mengetahui jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian di Desa Bonto Lojong dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Jumlah penduduk menurut Mata Pencaharian di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Bantaeng. 2017

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Presentase ( % )
1	Pegawai Negri Sipil (PNS )	8	1,3
2	Pedagang	6	1,0
3	Tukang Kayu	2	0,3
4	Sopir	13	2,0
5	Buruh Tani	24	3,9
6	Petani	549	91,5
Total		622	100 %

*Sumber Data: Kantor Desa Bonto Lojong,*

Tabel 4 menunjukkan bahwa matapencaharian penduduk Desa Bonto Lojong antara lain: Pegawai Negri Sipil ( PNS) yaitu 8 orang ( 1,3 %), Pedagang yaitu 6 orang (1,0 % ) Tukang Kayu yaitu 2 orang (0.3 % ), Sopir yaitu 13 orang ( 2,0 % ), Buruh Tani yaitu 24 orang ( 3,9 % ), Petani yaitu 549 orang ( 91,5 %).

#### **4.7 Keadaan Penguasaan Lahan**

Desa Bonto Lojong memiliki luas lahan 4.038 ha dengan alokasi pemanfaatan lahan untuk tegalan/ kebun pekarangan dan hutan. Pola penggunaan lahan di Desa Bonto Lojong secara ringkas di uraikan pada tabel 5

Tabel 5. Luas dan Pola Penggunaan Lahan di Desa Bonto Lojong , Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Bantaeng

No	Jenis Penggunaan	Luas ( Ha )	Presentase (%)
1	Tegal/ Kebun	861,98	44,99
2	Pekarangan	11,19	0,59
3	Lain-lain	1043,83	54,45
Total		1917	100

Sumber : Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Bantaeng 2017

Tabel 5. Menunjukkan bahwa lain- lain menempati urutan pertanian terluas yaitu 1043,83 ha ( 54,45 % ). Lain – lain yang di maksud adalah bangunan, jalan raya, selokan, gunung, dan seterusnya, Sedangkan jumlah lahan paling sempit berada pada pegunungan lahan untuk pekarangan yaitu seluas 11.19 ha ( 0.59).

Luas lahan pertanian tersebut ,di dominasi oleh tanaman hortikultura seperti kentang, kubis, wortel dan bawang merah . Oleh karena itu Desa Bonto Lojong termasuk salah satu daerah pengembangan tanaman hortikultra yang menjadi andalan Kabiptaen Bantaeng.

#### **4.8 Keadaan Saran Prasana**

Keadaan sarana prasarana disuatu daerah sangat penting untuk menunjang kelancaran akrifitas masyarakat pada umumnya , serta kegiatan- kegiatan ekonomi pada khususnya. Adapun sarana dan prasaran terdapat di Desa Bonto Lojong secara ringkas tabel 6.

Tabel 6. Jenis Saran dan Prsarana yang terdapat di Desa Bonto Lojong, Kecamatan Ulu Ere , Kabupaten Bantaeng.2017

No	Jenis Sarana dan Prasaran	Jumlah
1.	Sarana Pendidikan	
	❖ TK	1
2.	❖ SD	2
	Sarana Peribadatan	
3.	❖ Mesjid	11
	❖ Mushollah	-
4.	Sarana Kesehatan	
	❖ Posyandu	1
4.	❖ Pustu	1
	Sarana Umum dan Pemerintahan	
	❖ Kantor Desa	1
	Total	17

Sumber : Kantor Desa Bonto Lojong , 2017

Tabel 6 menunjukkan bahwa sarana dan prsarana yang di Desa Bonto Lojong masih belum memadai sehingga masyarakat sulit untuk melaksanakan kegiatannya sehari- hari baik kegiatan sosial budaya, merupakan ekonomi . Hal ini dapat dilihat dari kurangnya sarana pendidikan , sehingga banyak anak-anak yang putus sekolah dan tidak lanjut ke SLTP. Begitupun sarana kesehatan yang ada di Desa Bonto Lojong yang hanya ada 2 , Yaitu PUSTU dan POSYANDU yang di tempatkan di pusat Kota Desa Bonto Lojong sehingga masyarakat sulit menjangkaunya karena wilayahnya yang luas yang terbagi atas empat dusun. Hanya prsarana perhubungan darat dan sarana peribadatan yang memadai. Olehnya itu demikian sarana dan prasarana belum cukup menunjang kegiatan, Masyarakat di Desa Bonto Lojong , Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Bantaeng.

## **V. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **5.1 Identitas Responden**

Karakteristik responden merupakan faktor internal dari petani yang menggambarkan keadaan dan kondisi status responden dalam kegiatan usaha yang dijalankannya. Responden dalam penelitian ini adalah meliputi petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang eceran yang melakukan kegiatan dan proses pemasaran tanaman komoditi Wortel . Adapun identitas responden di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere ,Kabupaten Bantaeng meliputi kelompok umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, dan jumlah tanggungan keluarga.

#### **5.1.1 Umur**

Umur merupakan faktor penentu dalam segala aktivitas masing-masing responden guna memaksimalkan tenaga kerja dan modal yang digunakan selama proses pemasaran. Dalam bidang pertanian tingkatan umur merupakan faktor penting, semakin muda umur kekuatan untuk dapat bekerja lebih maksimal. Pada umumnya petani yang berusia muda (usia produktif) sehat mempunyai ketahanan fisik yang lebih besar jika dibandingkan dengan petani yang sudah tua. Petani yang masih muda lebih fleksibel dalam usahatani, dengan tingkat pendidikan yang lebih baik akan berusaha untuk meningkatkan usahanya. Secara rinci deskripsi umur responden pada wilayah pengamatan disajikan pada table 7.



Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Umur di Desa Bonto Lojong, Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Banteng 2017

Umur ( tahun )	Jumlah ( Petani)	Presentase (%)
26 – 37	6	24
38 – 49	14	56
50 – 59	5	20
Total	25	100

Sumber :Data Primer setelah di olah 2107

Tabel 7 dapat dilihat bahwa kelompok umur petani 26-37 berjumlah 6 orang atau 24%, kelompok umur petani 38-49 berjumlah 14 orang atau 56%, kelompok umur petani 50 – 59 berjumlah 5 atau 20 % . Hal ini dapat dikatakan umur petani responden tergolong produktif dan masih mampu menerima informasi yang di berikan kepadanya untuk di terapkan di usahataniya.

### 5.1.2 Pendidikan

Faktor pendidikan adalah salah satu indikator keberhasilan dalam pemasaran oleh petani dan pedagang, karena dari tingkat pendidikan ini, para petani dan pedagang dapat mengetahui peluang dan mengakses pasar dalam mempercepat proses pemasaran wortel . Selain mengetahui peluang pasar, dari tingkat pendidikan ini para petani dan pedagang dapat saja menghitung segala bentuk biaya produksi dalam pengadaan wortel serta biaya dalam pemasaran komoditi tersebut, sehingga akan berdampak pada tingkat margin pemasaran dan keuntungan yang akan diterima oleh petani dan pedagang.

Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan, di Desa Bonto Lojong, Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Banteng.2017

NO	Pendidikan	Jumlah responden ( Orang )	Presentse (%)
1	SD	11	44
2	SLTP	8	32
3	SMU	4	16
4	SARJANA	2	8
Total		25	100

Sumber data primer sudah di olah 2017

Tabel 8 dapat dilihat bahwa 44% atau 11 orang responden berada pada tingkat pendidikan sekolah dasar ( SD ),32% atau 8 orang responden berada pada tingkat pendidikan SLTP 16 % atau 4 orang responden berada pada tingkat pendidikan SMU, 8 % atau 2 responden berada pada tingkat pendidikan SARJANA . Berdasarkan tabel tersebutmaka dapat di simpulkan bahwa pada umumnya petani responden memiliki pendidikan yang cukup lumayan cukup.

### 5.1.3 Pengalaman berusahatani

Pengalaman berusahatani petani dan pedagang responden erat kaitannya dengan umur responden. Pada umumnya petani dan pedagang yang berumur tua, memiliki pengalaman berusahatani yang lebih banyak. Petani dan pedagang yang lebih tua lebih banyak mempertimbangkan untuk mengadopsi inovasi atau teknologi baru yang tidak pernah ditemui selama berusahatani, akan tetapi petani dan pedagang yang berumur lebih muda mampu memiliki pengalaman yang banyak dengan adanya sikap proaktif dalam mengakses informasi kegiatan usahatani, serta mengaplikasikannya di lapangan. Sikap terbuka dan dimanis

petani dan pedagang dapat bergabung atau bergelut pada sistem berusahatani niaga, tentu saja hal ini akan memajukan petani dan pedagang. Pengalaman berusahatani petani dan pedagang tesponden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 9 .Karakteristik Responden Menurut Lama Berusahatani di Desa Bonto Lojong, Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Banteng.2017

No	Pengalaman Berusaha tani (tahun)	Jumlah( orang)	Presentase (%)
1	6 – 10	3	12
2	11- 15	5	20
3	16 – 20	4	16
4	21 - 25	7	28
5	26- 30	4	16
6	31-35	2	8
Total		25	100

Sumber : Data primer setelah diolah 2017

Table 9 menunjukkan bahwa pengalaman usaha tani dari responden yang paling banyak adalah pada kisaran 21- 25 tahun yaitu 28 % berjumlah 7 orang , responde dengan pengalaman usahatani 6 -10 tahun yaitu 12% atau berjumlah 3 orang, responden dengan berpengalaman berusaha tani 11 – 15 tahun yaitu sebesar 20 atau berjumlah 5 orang, responden dengan berpengalaman berusaha tani 16 – 20 tahun yaitu sebesar 16% atau berjumlah 4 orang , responden dengan berpengalaman berusaha tani 31 – 35 tahun yaitu sebesar 8% atau berjumlah 2 orang.

Penagalaman berusaha tani dapat di lakukan dengan cukup lama. Karena semakin lama petani mengusahakan usahatannya maka semakin tinggi pula pengetahuan dan wawasannya sehubungan dengan usahatani yang di kelolahnya

#### 5.1.4 Luas Lahan

Luas lahan merupakan faktor yang sangat penting , karena semakin luas lahan yang di garap petani , mungkin tercapainya tingkat produksi yang tinggi. Untuk mengetahui petani responden berdasarkan luas lahan seperti tertera pada tabel 10.

Tabel 10. Luas lahan petani responden di Desa Bonto Lojong, Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Bantaeng.2017

Luas Lahan ( Ha )	Jumlah (Orang )	Presentase ( % )
0,55 – 0,64	8	32
0,65 – 0,74	4	16
0,75- - 0,84	2	8
0.85 – 0,94	5	20
0,95 – 1,04	3	12
1,05 – 1,14	4	12
Total	25	100

Sumber: Data Primer setelah diolah . 2017

Tabel 10 menunjukkan bahwa luas lahan petani pada 0,55- 0,64 ha berjumlah 8 orang atau 32%, luas lahan petani 0,65 – 0,74 ha berjumlah 4 orang atau 16 %, luas lahan petani 0,75 – 0,84 ha berjumlah 2 orang atau 8 % , 0,85 – 0,94 berjumlah 5 orang atau 20% , luas lahan petani 0,95 – 1,04 berjumlah 3 orang atau 12 % , luas lahan petani 1,05 – 1,14 berjumlah 4 orang atau 12 % . hal ini menunjukkan bahwa lahan yang di usahakan petan responden untuk wortel di daerah penelitian masih dalam skala usaha tani sedang,

### 5.1.5 Jumlah tanggungan keluarga

Keluarga merupakan unit terkecil dari suatu negara. Pada setiap keluarga terdapat beberapa orang yang menjadi tanggungan kepala keluarga, dimana kepala keluarga harus berusaha melakukan usaha-usaha memperoleh pendapatan agar mampu memenuhi kebutuhan keluarganya.

Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Jumlah Tanggungan, di Desa Bonto Lojong, Kecamatan Ulu Ere, Kabupaten Banteng.2017

No	Tanggungan keluarga	Jumlah ( orang )	Presentase (%)
1	1 -2	5	20
2	3 – 4	12	48
3	5 – 6	8	32
1	Total	25	100

Sumber : Data primer yang di kelolah 2017

Tabel 9 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga petani 1-2 orang sebanyak 5 orang (20%) ,kemudian 3-4 sebanyak 12 (48%) ,5-6 berjumlah 8 orang (32%) . Keadaan demikian sangat mempengaruhi kesejahteraan keluarga untuk peningkatan produksi tanaman wortel.

## 5.2 Karakteristik Pedagang

Pedagang yang di jadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 8 Orang yang terlibat dalam saluran pemasaran wortel di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng . Hanya 3 Orang pedagang pengumpul , 1 Orang pedagang besar dan 2 Orang pengecer.

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli wortel dari petani secara langsung di lokasi penelitian khusus di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng , yang di beli pedagang ini kemudian di pasarkan kembali ke pedagang besar, di mana pedagang besar datang langsung ke pedagang pengumpul untuk membeli wortel .

Jumlah pedagang pengumpul ini adalah 2 orang . rata – rata umurnya 49 tahun . Tingkat pendidikannya yaitu SMP yaitu Dg. Sanja berumur 49 tahun serta lama pengalaman berusaha 10 tahun dan tingkat pendidikan Dg., Maseng yaitu SD Berumur 57 tahun lama pengalaman berusaha 15 tahun.

Pedagang besar adalah yang membeli wortel dari pedagang pengumpul yang datang langsung ke tempat pengumpul. Pedagang besar ini merupakan pedagang yang berada di Desa Bonto lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng. Jumlah pedagang besar dalam penelitian ini 2 orang , tingkat pendidikannya SMA yaitu H, Miri berumur 41tahun lama pengalaman berdagang yaitu 6 tahun

Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli wortel langsung dari pedagang besar dan pengumpul dan menjualnya langsung ke konsumen ,

pedagang pengecer membeli wortel dengan datang langsung ke pedagang pengumpul dan pedagang besar.

Pedagang pengecer dalam penelitian ini berjumlah 2 orang, dg Sangkala berusia 50 tahun dengan tingkat pendidikan SD dengan pengalaman berdagang 17 tahun. Dan Dg Baharing berusia 49 tahun dengan tingkat pendidikan SMP dengan pengalaman berdagang 13 tahun.

Pengalaman berdagang rata-rata dari pedagang responden berbeda-beda, tetapi bentuk usaha dari masing-masing jenis pedagang adalah sama yaitu perorangan terlihat bahwa masing-masing jenis pedagang memiliki pengalaman berdagang yang relative cukup lama sehingga sudah terbentuk kejayaan dari masing-masing lembaga atau pihak yang berhubungan langsung dengannya.

### **5.3 Saluran Pemasaran Wortel**

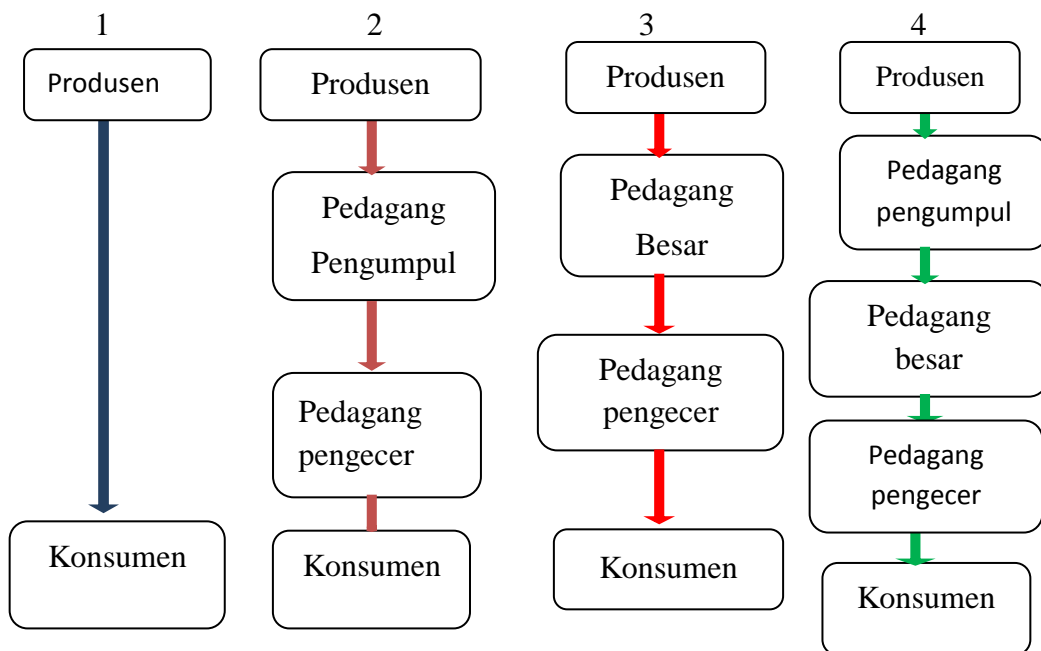
Saluran pemasaran dalam penelitian ini dapat diidentifikasi dalam sisten pemasaran yaitu lembaga pemasaran, yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran. Untuk memperluas dan memperlancar pemasaran semangka sangat dibutuhkan peran lembaga pemasaran untuk menyalurkan Wortel dari produsen hingga ke tangan konsumen di Desa Bonto Lojong terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan Wortel yaitu produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagng pengecer.

Petani dalam pemasaran Wortel bertindak sebagai produsen dan merupakan pihak pertama dalam penyaluran wortel. Dalam memasarkan wortel petani

menjual lewat pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer yang berda di Pasar.

Pedagang pengumpul adalah pedagang perantara yang aktif membeli dan mengumpulkan Wortel dari petani di Desa Bonto Lojong dan menjualnya kepada pedagang besar ke pedagang pengecer sehingga sampai ke konsumen. Pedagang pengecer adalah pedagang perantara yang menjual Wortel langsung kepada konsumen dipasar (eceran).

Setelah melakukan panen Wortel petani (produsen), maka hal yang dilakukan adalah menyalurkan Wortel. Dari informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan responden, saluran pemasaran Wortel di Desa Bonto Lojong terdiri dari 4 saluran yaitu



Gambar 1. Saluran pemasaran wortel di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng



Keterangan :  : Saluran Pemasaran I  
 : Saluran Pemasaran II  
 : Saluran Pemasaran III  
 : Saluran Pemasaran IV

Mekanisme pendistribusian pada saluran I merupakan saluran pemasaran yang paling pendek dan sederhana, yaitu petani langsung menjual wortel ke konsumen tanpa melalui lembaga pemasaran. Pola ini berlangsung dengan cara konsumen langsung mendatangi rumah petani atau lahan petani.

Mekanisme pendistribusian pada saluran II melibatkan satu lembaga pemasaran sebelum wortel sampai ke konsumen. Pertama-tama petani menjual ke pedagang pengumpul yang ada di Desa Bonto Lojong kemudian pedagang pengecer tersebut menjual ke pasar terdekat yang ada di pasar

Mekanisme pendistribusian pada saluran ke III melibatkan III lembaga pemasaran sebelum Wortel sampai ke konsumen. Pertama-tama petani menjual ke pedagang besar yang ada di Desa Bonto Lojong kemudian pedagang besar menjualnya ke pedagang pengecer luar Kabupaten Bantaeng

Mekanisme pendistribusian pada saluran pemasaran IV melibatkan tiga lembaga pemasaran sebelum Wortel samapai ke konsumen. Pertama-tama petani menjual Wortel ke pedagang pengumpul yang ada di Desa Bonto Lojong kemudian pedagang pengumpul menjualnya ke pedagang besar lalu menjualnya kembali ke pedagang pengecer sehingga Wortel sampai ke tangan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden yang ada di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng mereka sangat terbantu dengan adanya pedagang perantara ini, terkhusus dengan pedagang besar dan pedagang pengumpul, menurut mereka dengan menjual langsung ke pedagang besar dan pedagang pengumpul harga produksi mereka lebih rendah di bandingkan dengan menjual langsung ke pedagang ke konsumen, akan tetapi dengan menjual ke pedagang besar dan pengumpul produksi mereka tidak ada yang tertinggal dengan kata lain di beli secara keseluruhan, di bandingkan dengan menjual langsung ke konsumen harganya lebih tinggi akan tetapi produksi mereka masih ada yang tersisa karena konsumen hanya membeli dalam jumlah yang kecil atau sedikit. Untuk lebih jelasnya harga jual dan harga beli sayuran wortel dapat di lihat pada tabel 13.

Tabel 13. Harga jual dan harga beli pada saluran pemasaran wortel di desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.

Saluran Pemasaran	Harga Beli ( Rp/ Kg )	Harga Jual ( Rp/ Kg )	Sistem pembayaran	Lokasi pemasaran
Saluran I - Produsen - Konsumen	- 3.000	3.000 -	Tunai -	Desa Bonto Lojong
Saluran Pemasaran 2 -Produsen -pedagang pengumpul - pedagang pengecer - Konsumen	- 3.000 5.500 7.000	3.000 5.500 7.000 -	Tunai Tunai Tunai Tunai	- Sentral Banteng, ramba -
Saluran Pemasaran 3 - Produsen - Pedagang besar - Pedagang pengecer - Konsumen	- 3.000 6.000 7.000	3.000 6.000 7.000 -	Tunai Tunai Tunai Tunai	Makassar Pasar Sunggu minasa
Saluran Pemasara IV - Produsen - Pedagang pengumpul - Pedagang besar - Pedagang pengecer - Konsumen	- 3.000 5.000 6.000 7.000	3.000 5.000 6.000 7.0000 -	Tunai Tunai Tunai Tunai	- Sentral Bantaeng Makassar sunngguminasa

Sumber : Data primer diolah 2017

Tabel 13 Menjelaskan bahwa saluran pemasaran ke 1 produsen menjual langsung , yaitu Petani wortel menjual langsung wortel dengan harga Rp. 3.000/ Kg kepada konsumen.

Saluran pemasaran ke 2 produsen menjual wortel ke pedagang pengumpul dengan harga 3.000/ Kg, Didesa Bonto lojong , kemudian pedagang pengumpul menjualnya ke pedagang pengecer yang ada di pasar Sentral bantaeng dengan harga Rp .5.500 / Kg, kemudian pedagang pengecer menjualnya ke konsumen dengan Harga Rp . 7.000 / Kg. Dengan sistem pembayaran secara tunai

Saluran pemasaran ke 3 Produsen menjual wortel ke Pedagang besar dengan harga 3.000/Kg di Desa Bonto Lojong, kemudian pedagang besar menjualnya ke pedagang pengecer yang ada di makassar yaitu di pasar sungguh Minasa dan pasar panciro dengan Harga Rp 6.000/ Kg, kemudian pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp 7.000. Dengan sistem pembayaran secara tunai.

Saluran pemasaran IV produsen menjual wortel ke pedagang pengumpul dengan harga 3.000/ Kg, di Desa Bonto Lojong kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar yang ada di pasar sentral Banteang dengan Harga Rp 5.000 Kg / , kemudian pedagang besar menjual wortel yang ke pedagang pengecer yang ada di Makassar yaitu di pasar Panciro dan di pasar Sungguh Minasa dengan harga Rp 6.000 /Kg , kemudian pedagang pengecer menjual wortel ke keonsumen dengan harga Rp 7.000/ Kg. Dengan sistem pemabayaran secara tunai.

#### **5.4 Margin Pemasaran Wortel**

Margin tata niaga ( Pemasarn ) adalah selisih antara harga yang di bayarkan yang di bayarkan konsumen dengan harga yang di terima produsen. Untuk mengetahui margin pemasaran wortel di Desa Bonto Lojong pada setiap saluran lembaga pemasaran yang terlibat .

Adapun Margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran wortel di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng dapat di lihat pada tabel 14.

Tabel 14. Margin pemasaran pada saluran pemasaran wortel di Desa Bonto  
Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.2017

Saluran Pemasaran	Harga Beli ( Rp / Kg )	Harga Jual ( Rp/ Kg )	Margin ( Rp / Kg )
Saluran I			
- Produsen	3.000	3.000	-
- Konsumen	-	-	-
Saluran pemasaran 2			
- Produsen	-	3.000	-
- pengumpul	3.000	5.500	2.500
- Pengecer	5.500	6.000	500
- Konsumen	7.000	-	-
Total Margin	M= Hj-Hb		3.000
Saluran pemasaran 3			
- Produsen	-	3.000	-
- Besar	3.000	6.000	3.000
- Pengecer	6.000	7.000	1.000
- Konsumen	7.000	-	-
Total Margin	M= Hj-Hb		4.000
Saluran Pemasaran IV			
- Produsen	-	3.000	-
- Pengumpul	3.000	5.000	2.000
- Besar	5.000	6.000	1.000
- Pengecer	6.000	7.500	1.500
- Konsumen	7.500	-	-
Total Margin	M= Hj-Hb		4.500

Sumber : Data primer setelah di olah 2017

Tabel 14 saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran langsung yaitu, Petani wortel langsung menjual wortel dengan harga Rp 3.000 / Kg kepada konsumen sehingga saluran pemasaran 1 tidak memiliki margin pemasaran.

Pada saluran pemasara 2 menunjukkan bahwa produsen menjual wortel ke pedagang pengumpul dengan harga Rp 3.000/ Kg , kemudian pedagang pengumpul menjual wortel ke pedagang pengecer dengan harga Rp 5.500/ Kg , jadi margin yang di dapatkan sebesar Rp2.500/Kg, lanjut dengan pedagang pengecer menjual wortel dengan harga Rp 7.000/ Kg ke Konsumen , Jadi margin yang di dapatkan sebesar Rp 500/ Kg.

Saluran III menunjukkan bahwa yaitu dimana produsen menjual wortel ke pedagang besar dengan harga Rp 3.000 / Kg, kemudiaan pedagang besar menjual wortel ke pengecer dengan harga Rp 6.000 /Kg dengan margin pemasaran yang di dapatkan sebesar Rp.3.000 /Kg. Lanjut dengan pedagang pengecer menjual wortel dengan harga Rp 7.000/Kg ke konsumen , margin pemasaran yang di dapatkan yaitu sebesar Rp 1.000/ Kg.

Saluran pemasaran IV menunjukkan bahwa di mana produsen menjual wortel dengan harga Rp.3000/ Kg ke pedagang pengumpul ,kemudian pedagang pengumpul menjual wortel ke pedagang besar dengan harga Rp 5.000/Kg , jadi pemasaran yang di dapatkan sebesar Rp 2.000 /Kg, lanjut ke pedagang besar menjual wotel dengan harga Rp. 5.000 ke pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer menjual wortel dengan harga Rp. 6.000/ Kg , dengan marji yang di dapatkan sebesar Rp 1.000 / Kg.

Jadi margin tertinggi pemasaran terdapat pada saluran pemasaran 3 yaitu Rp 3.000 / Kg dan Rp 1.000/ Kg . Dan margin pemasaran terendah terdapat pada saluran pemasaran 2 yaitu Rp 2.500/ Kg dan Rp 500 / Kg



## VI KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

1. Terdapat empat saluran pemasaran Wortel di Desa Bonto lojong yaitu: saluran I yaitu Produsen, konsumen. Saluran pemasaran II yaitu Produsen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen. Saluran pemasaran III yaitu Produsen, pedagang besar, pengecer, konsumen. Saluran pemasaran IV yaitu Produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar, pengecer, konsumen.
2. Margin pemasaran tertinggi yakni pada saluran pemasaran tingkat III yaitu produsen , pedagang besar ,pedagang pengecer konsumen dengan margin pemasaran sebesar Rp.3.000 dan Rp .1.000/ Kg. Margin. Dan margin terendah berada pada saluran pemasaran II dengan margin sebesar Rp. 2.500/Kg dan Rp. 500/Kg.

### 6.2. Saran

Dari penelitian ini, penulis mengemukakan sebagai berikut:

1. Petani sebaiknya menjual langsung wortelnya ke konsumen agar mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.
- 2 Dalam menjamin kelangsungan pemasaran petani perlu memperhatikan dan mengamati perubahan-perubahan harga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Pandu Nugraha.2006.Analisis Efisiensi saluran Pemasaran.Bogor. jawa barat
- Agung. M 199. Skripsi Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kakao. Jakarta [Http://google.com/read/2012/04/13kwik](http://google.com/read/2012/04/13kwik).
- Ananda. F.2012.Saluran dan Margin Pemasaran Semangka Universitas Muhammadiyah Makassar
- Anonim, 2011. Statistik Penduduk Kabupaten Bantaeng. Dinas Pertanian Kantor Bupati Bantaeng
- Basus Swasta,dh., 2001. Saluran Pemasaran. Yogyakarta:Bpfe-Ugm
- Farida Nurland. 2002.Diktat Mata Kuliah Margin Pemasaran Komuditas Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin Makassar
- Faisal S. 1989. Penelitian Sosial,Rajawali Pers Tata Niaga Hasi Pertanian. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta
- Gilaraso.T 1991. Ilmu Pengantar Ekonomi Bagian Makro. Yogyakarta: UGM
- Kamaluddin.2009. Biaya dan Jenis-Jenis Pemasaran. <http://www.deptan.go.id>
- Kotler, Philip.1997. Manajemen Pemasaran (Marketing Management 9e) Analisis Perencanaan, Iplementasi, dan Kontrol.Edisi Bahasa Indonesia,Jilid 2 Penerbit Jakarta : PT Prenhalido .
- Mursid ,M .2003. Manajemen Pemasaran .Jakarta : Bumi Aksara
- Nur Berlian Venus Ali.1994 Wortel dan Lobak.Jakarta:Penebar Swadaya
- Rukmana, 1995.Bawang Merah Budidaya dan Pengolahan Pasca Panen. Kanius,Yogyakarta.Hal 15,18,30-31.
- Soehardjo dan Dahlan Patong, 1986. Sendi-Sendi Pokok Ilmu Usaha Tani.Ujung Pandang Lembaga Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Soekartawi. 2002. Agribisnis.Teoris dan Aplikasinya. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.S

L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N

**Kuesioner Penelitian Saluran pemasaran di Desa Bonto Lojong Kecamatan  
Ulu Ere Kabupaten Bantaeng**

**Kuisisioner Penelitian Untuk Petani**

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Pengalaman Usahatani :
- 4 .Jumlah Tanggungan :
5. Luas Lahan :
6. Pendidikan Terakhir :
7. Jumlah produksi dan harga penjualan/kg ?

Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Produksi (Rp/Kg )	Sistem Pembayaran

9. Apakah anda mengeluarkan biaya pengangkutan?

Jika ya, berapa besar biaya pengangkutan :

10. Bagaimana menentukan harga jual ?

11. Dari manakah informasi harga jual di peroleh ?

12. Apakah kesulitan yang di hadapi dalam sistem pemasaran wortel ?

## II.Kuesioner untuk pedagang Pengumpul

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Pengalaman Usahatani :
4. Pendidikan :
5. Apakah Anda Melakukan Pembelian?

Harga beli ( Rp/Kg)	Harga jual ( Kg)	Sistem Pembayaran

6. Apakah anda melakukan kegiatan penjualan?
7. Biaya yang di keluarkan
  - a. Biaya pengangkutan : Rp.../Kg
  - b. Biaya pengemasan : Rp.../Kg
  - c. Biaya penyimpanan : Rp.../ Kg
  - d. Biaya bongkar muatan : Rp.../Kg
  - e. Biaya sertasi : Rp.../Kg
  - f. Lain-lain : Rp..../Kg
8. Bagaimana menentekuan harga jual ?
9. Darimana kah informasi mengenai harga di peroleh?
10. Berapa keuntungan yang di dapatkan dalam penjualan wortel perkilo?

### III Kuisisioner pedagang pengecer

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Pengalaman Usahatani :
4. Pendidikan :
5. Apakah Anda Melakukan Pembelian?

Harga beli ( Rp/Kg)	Harga jual ( Kg)	Sistem Pembayaran

6. Apakah anda melakukan kegiatan penjualan?
7. Biaya yang di keluarkan
  - a. Biaya pengangkutan : Rp.../Kg
  - b. Biaya pengemasan : Rp.../Kg
  - c. Biaya penyimpanan : Rp.../ Kg
  - d. Biaya bongkar muatan : Rp.../Kg
  - e. Biaya sertasi : Rp.../Kg
  - f. Lain-lain : Rp..../Kg
8. Bagaimana menentekuan harga jual ?
9. Darimana kah informasi mengenai harga di peroleh?
10. Berapa keuntungan yang di dapatkan dalam penjualan wortel perkilo?

#### IV Kuisisioner pedagang besar

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Pengalaman Usahatani :
4. Pendidikan :
5. Apakah Anda Melakukan Pembelian?

Harga beli ( Rp/Kg)	Harga jual ( Kg)	Sistem Pembayaran

6. Apakah anda melakukan kegiatan penjualan?
7. Biaya yang di keluarkan
  - a. Biaya pengangkutan : Rp.../Kg
  - b. Biaya pengemasan : Rp.../Kg
  - c. Biaya penyimpanan : Rp.../ Kg
  - d. Biaya bongkar muatan : Rp.../Kg
  - e. Biaya sertasi : Rp.../Kg
  - f. Lain-lain : Rp..../Kg
8. Bagaimana menentekuan harga jual ?
9. Darimana kah informasi mengenai harga di peroleh?
10. Berapa keuntungan yang di dapatkan dalam penjualan wortel perkilo?





Lampiran 5. Identitas Responden Petani Wortel Di Desa Bonto Lojong  
Kabupaten Bantaeng

No	Nama Responden	Umur ( tahun )	pendidikan	Pengalaman usaha tani	Luas lahan ( ha)	Tanggung Keluarga
1	Sudirman	26	S1	6	1,04	1
2	Amiri	35	SMA	12	0,64	2
3	Junang	39	SMP	18	0,70	3
4	Sapar	44	SD	24	0,80	6
5	Dg.Mancu	50	SD	27	0,92	5
6	Dg. Baso	51	SMP	29	1,10	5
7	Aris	35	SMA	10	0,59	2
8	Dg. Upa	40	SMP	16	0,63	4
9	Nurhidayat	35	SMA	23	0.85	6
10	Dg. Jabbar	40	SMP	21	0,85	4
11	Dg. Sulung	45	SD	33	1,14	6
12	Dg. Mamang	47	SD	9	0,55	2
13	H. Maing	54	SD	14	0,62	3
14	M. Ilyas	32	SMA	25	0,75	4
15	Dg. Basri	38	SMP	17	0,74	4
16	Dg. juma	43	SD	35	0,59	6
17	Dg. jai	36	SD	30	1,06	5
18	Dg. Mansa	59	SD	7	0.57	2
19	H. halim	50	SMP	13	0.60	4
20	Dg.Basiri	41	SMP	20	0,65	3
21	Dg. Sita	46	SD	24	0,90	3
22	Dg. Rani	47	SMP	26	1,00	5
23	Dg.gassing	48	SD	23	0,94	3
24	Dg. Nomang	42	SD	21	0,68	2
25	Dg. Rudi	38	SMA	11	0,55	2

Data primer setelah diolah.2017

Lampiran 6 . Identitas pedagang responden di Desa Bonto Lojong , Kecamatan Ulu Ere , Kabupaten Bantaeng.

No	Nama Pedagang	Umur ( tahun )	Tingkat Pendidikan	Pengalaman	Jenis Pedagang
1	Dg. Sanja	49	SMP	11	Pengumpul
2	Dg.Maseng	57	SD	14	Pengumpul
3	Dg.Miri	41	SMA	7	Pedagang besar
4	Dg, Sangkala	50	SD	18	Pengecer
5	Dg, Baharing	49	SMP	13	Pengecer

Lampiran 7. Aktivitas penjualan pedagang pengecer di Desa Bonto lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

No	Nama	Harga beli ( Rp / Kg )	Harga Jual ( Rp / Kg )	Jumlah penjualan ( Rp / Kg )	Sistem pembayaran	Pasar yang di tuju
1	Dg. Sangkala	5.000	7.000	200	Tunai	Ramba,Bunglo e, Sentral Bantaeng
2	Dg.Baharing	6.000	7.000	240	Tunai	Terminal lama, pallaweng

Lampiran 8. Aktifitas penjualan pedagang pengumpul di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

No	Nama	Harga beli ( Rp / Kg )	Harga jual ( Rp / Kg )	Jumlah penjualan ( Rp / Kg )	Sistem pembayaran	Pasar yang di tuju
1	Dg .Maseng	3.000	4.500	300	Tunai	Ramba, Bungloe, Sentral Bantaeng
2	Dg. Miri	3.000	4.000	360	Tunai	Terminal Lama

Lampiran 9. Aktifitas penjualan pedagang Besar di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

No	Nama	Harga beli ( Rp / Kg )	Harga beli ( Rp /Kg )	Jumlah penjualan	Sistem pembayaran	Pasar yang di tuju
1	Dg. Sanja	5.000	6.000	700	tunai	Daya, Tarowang

Lampiran 10. Biaya Pemasaran 1

Saluran pemasaran	Biaya pemasaran ( Rp / Kg )			Total biaya ( Rp / Kg )	Harga beli ( Rp / Kg )	Harga jual ( Rp / Kg )
	Transportasi ( Rp / Kg )	Tenaga kerja ( Rp / Kg )	Pengemasan ( Rp / Kg )			
Produsen	-	-	-	-	-	3.000
Konsumen	-	-	-	-	3.000	

Lampiran 11. Biaya pemasaran II

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran ( Rp/ Kg )			Total biaya ( Rp / Kg )	Harga Beli ( Rp/ Kg )	Harga Jual ( Rp / Kg )
	Transportasi ( Rp / Kg )	Tenaga kerja ( Rp / Kg )	Pengemasan ( Rp / Kg )			
Produsen	-	-	-	-	-	3.000
Pedagang pengumpul	250	40	1.000	1.300	3.000	5.500
Pedagang pengecer	30	20	1.000	1.045	5.500	7.000
Konsumen	-	-	-		7.000	-

Lampiran 12. Biaya Pemasaran III

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran ( Rp / Kg )			Total biaya ( Rp / Kg )	Harg beli ( Rp / Kg )	H arga Jual ( Rp / Kg )
	Transportasi ( Rp / Kg )	Tenaga kerja ( Rp / Kg )	Pengemasan ( Rp / Kg )			
Produsen	-	-	-	-	-	3.000
Pedagang besar	300	60	1.000	1.360	3.000	6.000
Pedagang pengecer	25	15	1.000	1.040	6.000	7.000
Konsumen	-	-	-	=	7.000	-

Lampiran 13. Biaya Pemasaran IV

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran ( Rp / Kg )			Total biaya ( Rp / Kg )	Harga Beli ( Rp / Kg )	Harga Jual ( Rp/ Kg )
	Transportasi ( Rp / Kg )	Tenaga kerja ( Rp / Kg )	Pengemasan ( Rp / Kg )			
Produsen	-	-	-	-	-	3.000
Pedagang pengumpul	150	50	1.000	1.250	3.000	5.000
Pedagang Besar	250	50	1.000	1.300	5.000	6.000
Pedagang Pengecer	35	15	1.000	1.050	6.000	7.000
Konsumen	-	-	-	-	7.000	



Lampiran 14. Margin pemasaran pada saluran pemasaran wortel di Desa Bonto lojong  
Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

Saluran Pemasaran	Harga Beli ( Rp / Kg )	Harga Jual ( Rp / Kg )	Margin pemasaran ( Rp /Kg )
Saluran pemasaran I Produsen - Konsumen	-	3.000	-
Saluran pemasaran II			
Produsen	-	3.000	-
Pedagang Pengumpul	3.000	5.000	2.000
Pedagang Pengecer	5.000	7.000	2.000
Konsumen	7.000	-	-
Saluran Pemasaran III			
Produsen	-	3.000	-
Pedagang besar	3.000	6.000	3.000
Pedagang Pengecer	6.000	7.000	1.000
konsumen	7.000	-	-
Saluran Pemasarn IV			
Produsen	-	3.000	-
Pedagang pengumpul	3.000	5.000	2.000
Pedagang Besar	5.000	6.000	1.000
Pedagang pengecer	6.000	7.000	1.000
Konsumen	7.000	-	-



## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Palopo tanggal 1 January 1994 dari Ayah Lantang dan ibu Becce. Penulis merupakan anak ke-7 dari 7 bersaudara .

SDN 292 KARANGAN Tana Toraja dan lulus pada tahun 2007, SMPN 2 Mengkendek Tana Toraja dan lulus pada tahun 2010, kemudian penulis melanjutkan pendidikan SMAN Pesantren Nurul Junaidiyah Lauwo Luwu timur dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis lulus seleksi masuk Konsentrasi Sosial Ekonomi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti perkuliahan penulis juga pernah mengikuti KKP (Kuliah Kerja Profesi) yang ditempatkan di Desa Kanjilo Kecamatan Barombong Kabupaten Gowa. Tugas akhir dalam perguruan tinggi diselesaikan dengan menulis skripsi yang berjudul “Saluran Dan Margin Pemasaran Wortel di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupten Bantaeng.