

**ANALISIS KINERJA PEMASARAN KOMODITAS GULA
MERAH KELAPA DI DESA LEMBANG LOHE KECAMATAN
KAJANG KABUPATEN BULUKUMBA**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2022**

**ANALISIS KINERJA PEMASARAN KOMODITAS GULA
MERAH KELAPA DI DESA LEMBANG LOHE KECAMATAN
KAJANG KABUPATEN BULUKUMBA**

RESKI AMRAN
105961103117

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR**

SKRIPSI

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



18/09/2022

1 cap
Gub. Alimmi

P/0078/AGB/22 CD
AMR

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Gula Merah
Kelapa Di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang
Kabupaten Bulukumba

Nama Mahasiswa : Reski Amran

Nomor Induk Mahasiswa : 105961103117

Program Studi : Agribisnis.

Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing Utama


Dr. Mohammad Natsir, S.P., M.P.
NIDN. 0911067001

Pembimbing Pendamping

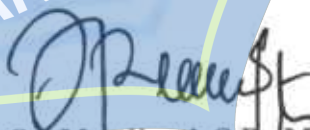

Hasriani, S.TP., M.Si
NIDN. 0928078801

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian


Dr. Ir. Andi Kaerivah, M.Pd.
NIDN. 0926036803

Ketua Prodi Agribisnis


Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
NIDN. 0921037003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Gula Merah Kelapa
di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten
Bulukumba

Nama : Reski Amran

Stanmbuk : 105961103117

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Nama

Tanda Tangan

1 Dr. Mohammad Natsir, S.P., M.P.
Ketua Sidang

2 Hasriana, S.TP., M.Si
Sekretaris

3 Dr. Ir. Muh. Arifin Fattah, M.Si
Anggota

4 Muh. Ikmal Saleh, S.P., M.Si
Anggota

Tanggal Lulus :

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Gula Merah Kelapa di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumna** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Makassar, 08 November 2021

Reski Amran
105961103117

ABSTRAK

RESKI AMRAN. 105961103117. Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Gula Merah Kelapa di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba. Dibimbing oleh MOHAMMAD NATSIR dan HASRIANI.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja pemasaran, pola saluran pemasara, efisiensi pemasaran dan *farmer's share* komoditas gula merah kelapa di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini bersumber dari empat sampel yaitu ; Petani gula merah 11 orang, pengumpul 3 orang, Pedagang pengecer 4 orang, pedagang besar 5 orang. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dan kualitatif. Teknik analisis data yang di gunakan yaitu margin pemaasaran, keuntungan dan *farmer's share*.

Hasil penelitian menunjukan bahwa Kinerja pemasaran komoditas gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba terdiri dari margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran. Pola saluran pemasaran gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba terbagi menjadi 3 pola yaitu : Saluran I (produsen gula merah → pedagang pengumpul → konsumen), saluran II (produsen gula merah → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen), saluran III (produsen gula merah → pedagan pengumpul → pedagang besar → konsumen). Lembaga pemasaran yang memiliki nilai tingkat efisiensi yang paling efisien adalah saluran II yakni sebesar 7,05%.

Kata Kunci: Gula Merah Kelapa, Kinerja Pemasaran.

ABSTRACT

RESKI AMRAN. 105961103117. Marketing Performance Analysis of Coconut Brown Sugar Commodity in Lembang Lohe Village, Kajang District, Bulukumba Regency. Supervised by MOHAMMAD NATSIR and HASRIANI.

This study aims to determine marketing performance, marketing channel patterns, marketing efficiency and farmer's share of coconut brown sugar in Lembang Lohe Village, Kajang District, Bulukumba Regency.

The technique of determining the sample in this study used purposive sampling and snowball sampling. Purposive sampling is a technique of taking data sources with certain considerations. The number of samples taken in this study came from four samples, namely; 11 brown sugar farmers, 3 collectors, 4 retailers, 5 wholesalers. The types and sources of data used in this study are quantitative and qualitative data. The data analysis technique used is marketing margin, profit and farmer's share.

The results showed that the marketing performance of brown sugar commodities in Lembang Lohe Village, Kajang District, Bulukumba Regency consisted of marketing margins, marketing profits, farmer's share, and marketing efficiency. The pattern of brown sugar marketing channels in Lembang Lohe Village, Kajang District, Bulukumba Regency is divided into 3 patterns, namely: Channel I (brown sugar producers collectors consumers), channel II (brown sugar producers collectors traders retailers consumers), channel III (brown sugar producers collectors wholesalers consumers). The marketing agency that has the most efficient level of efficiency is channel II which is 7.05%

Keywords: *Coconut Brown Sugar, Marketing Performance.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang tiada henti kepada-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Kinerja Pemasaran Komoditis Gula Merah Kelapa Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba".

Skripsi ini di ajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan studi, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan Terima Kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Mohammad Natsir, S.P.,M.Si selaku pembimbing utama dan Hasriani, S.TP.,M.Si, selaku pembimbing pendamping yang senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
2. Dr. Ir. Hj. Andi Khaeriyah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Dr. Sri Mardiyati, S.P.,M.P., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Kedua orang tua beserta saudara dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moral maupun material sehingga proposal ini dapat terselesaikan.

5. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
6. Kepada pihak pemerintah Kecamatan Kajang khususnya kepala Desa Lembang Lohe beserta jajarannya yang telah mengisinkan penulis untuk melakukan penelitian di daerah tersebut.
7. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat sebut satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan banyak kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan proposal ini, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Semoga Kristal-kristal Allah senantiasa tercurah kepadanya.

Makassar, 8 November 2021

Reski Amran
105961103117

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iv
PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tanaman Kelapa	6
2.2 Definisi Pemasaran	7
2.3 Saluran Pemasaran	8
2.4. Kinerja Pemasaran	10
2.4.1 Margin Pemasaran	11

2.4.2 Keuntungan Pemasaran	12
2.4.3 <i>Farmer's Share</i>	13
2.5 Efisiensi Pemasaran.....	14
2.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	16
2.7 Kerangka Pikir Penelitian.....	19
III. METODE PENELITIAN	21
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	21
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5 Teknik Analisis Data.....	23
3.6 Definisi Operasional.....	25
IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN	27
4.1 Keadaan Geografis.....	27
4.2 Kondisi Demografis.....	27
4.2.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	27
4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	28
4.2.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian	29
4.2.4 Potensi Sumber Daya Alam	31
4.3 Sarana dan Prasarana	32
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
5.1 Identitas Responden	33
5.1.1 Umur Responden	33
5.1.2 Tingkat Pendidikan Responden	34
5.1.3 Pengalaman Usaha	35
5.1.3 Jumlah Tanggungan Keluarga.....	36
5.1.4 Luas Lahan Responden	34
5.2 Identitas Responden Pedagang.....	38
5.2.1 Pedagang Pengumpul.....	38
5.2.2 Pedagang Besar.....	40
5.2.3 Pedagang Pengecer.....	40

5.3 Kinerja Pemasaran	44
5.3.1 Margin Pemasaran Gula Merah	44
5.3.2 Keuntungan Pemasaran Gula Merah	46
5.3.3 <i>Farmer's Share</i>	48
5.4 Saluran Pemasaran Gula Merah	49
5.5 Efisiensi Saluran Pemasaran Gula Merah	52
VI. PENUTUP	54
6.1 Kesimpulan	54
6.2 Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Nomor

Halaman

Teks

1. Luas Areal dan Produksi di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	3
2. Penelitian Terdahulu.....	16
3. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	27
4. Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	28
5. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	30
6. Luas Wilayah Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	31
7. Sarana dan Prasarana di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	32
8. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Umur di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	33
9. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	34
10. Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	36
11. Identitas Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	37
12. Identitas Responden Berdasarkan Luas Lahan di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	38
13. Identitas Pedagang Pengumpul	39
14. Identitas Pedagang Besar.....	40

15. Identitas Pedagang Pengecer	41
16. Tingkat Pendidikan Pedagang	41
17. Tingkat Umur Pedagang	42
18. Jumlah Tanggungan Keluarga	42
19. Pengalaman Berdagang	43
20. Margin Pemasaran Gula Merah	45
21. Biaya dan Keuntungan Pemasaran Gula Merah	47
22. <i>Farmer's Share</i>	49
23. Efisiensi Saluran Pemasaran Gula Merah	53



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	<i>Teks</i>	Halaman
1.	Kusioner Penelitian	59
2.	Identitas Responden Pengrajin Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	66
3.	Identitas Responden Pedagang Pengumpul Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	66
4.	Identitas Responden Pedagang Besar Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	66
5.	Identitas Responden Pedagang Pengecer Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	67
6.	Margin Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	67
7.	Biaya dan Keuntungan Pada Setiap Saluran Pemasaran Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	68
8.	<i>Farmer's Share</i> Pada Setiap Saluran Pemasaran Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	69
9.	Efisiensi Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba	70
10.	Dokumentasi Pengambilan Data	71
11.	Surat Penelitian	73

kelapa (mayang) yang di sebut nira dan memiliki kadar gula tinggi. Produk yang dihasilkan dari nira antara lain gula kelapa, gula semut, biotanol dan pakan lebah.

Gula merupakan salah satu bahan pokok untuk masyarakat Indonesia yaitu sebagai salah satu sumber kalori dan perasa manis. Agroindustri gula kelapa saat ini memiliki prospek yang cukup bagus di harapkan mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga bagi pembuat gula maupun masyarakat di sekitarnya. Dengan memanfaatkan bahan baku nira yang berasal dari pohon kelapa untuk dijadikan gula merah, populasi tanaman kelapa harus banyak sehingga produksi dapat terjaga dan berjalan lancar.

Usaha kecil dan menengah (UKM) yang lebih dikenal dengan usaha mikro kecil dan menengah yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Selain memberikan lapangan pekerjaan baru, Usaha kecil dan menengah mampu mendorong pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter pada tahun 1997 di mana perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usaha (Wardiyanti, 2013).

Sulawesi Selatan termasuk kedalam jajaran kota yang memiliki perkebunan kelapa terluas di Indonesia, kelapa dapat dikatakan sebagai jenis tanaman yang dapat tumbuh dimana saja serta Dengan manfaatnya yang begitu banyak, maka tanaman kelapa termasuk komoditas ekonomi yang dapat memberikan keuntungan yang besar kepada petani. Salah satu hasil dari tanaman kelapa adalah gula merah.

Tabel 1. Luas Area dan Produksi Tanaman Kelapa di Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba

Tahun	Luas Area (Ha)	Produksi (Ton)
2017	4176	1107
2018	4176	1063,75
2019	4266	1092,83
2020	3707	109,89

Sumber : Dinas Perkebunana Kabupaten Bulukumba 2017-2020.

Kabupaten Bulukumba merupakan daerah yang dikenal dengan berbagai hasil bumi maupun industrinya salah satunya adalah gula merah. Ada beberapa di Daerah Kabupaten Bulukumba yang masyarakatnya melakukan usaha pembuatan gula merah kelapa dengan bahan bakunya yang berbeda-beda. Usaha gula merah kelapa merupakan salah satu sumber pendapatan bagi masyarakat khususnya di pedesaan. Salah satu daerah yang melakukan usaha pembuatan gula merah kelapa Kabupaten Bulukumba yaitu Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba dengan memanfaatkan tanaman kelapa sebagai bahan baku utama dalam usaha pengolahan gula merah.

Desa Lembang Lohe merupakan desa yang terletak di salah satu kecamatan Kajang kabupaten Bulukumba yang mayoritasnya adalah petani. Sebagian masyarakatnya memiliki usaha gula merah kelapa dengan proses pengolahannya masih menggunakan cara tradisional. Peluang usaha gula merah kelapa sangat prospektif untuk dikembangkan karena permintaan masyarakat akan gula merah kelapa cukup banyak, tetapi tempat pembuatan gula merah kelapa kebanyakan berlokasi ditempat terpencil dengan akses jalan menuju tempat lokasi atau pasar.

Untuk mengetahui bagaimana kinerja pemasaran gula merah aren secara ekonomis maka perlu dilakukan penelitian secara ilmiah. Maka penulis bermaksud

mengangkat permasalahan tersebut dalam penelitian dengan judul “Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Gula Merah Kelapa Di Desa Lembang Lohe Kacamatan Kajang Kabupaten Bulukumba”.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana kinerja pemasaran komoditas gula merah kelapa yang ada di Desa Lembang Lohe, Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba?
2. Bagaimana pola saluran pemasaran di Desa Lembang Lohe Kacamatan Kajang Kabupaten Bulukumba?
3. Bagaimana efisiensi dan *farmer share* di Desa Lembang Lohe Kacamatan Kajang Kabupaten Bulukumba?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kinerja pemasaran komoditas gula merah kelapa di Desa Lembang Lohe Kacamatan Kajang Kabupaten Bulukumba
2. Untuk mengidentifikasi pola saluran pemasaran kelapa di Desa Lembang Lohe Kacamatan Kajang Kabupaten Bulukumba
3. Untuk menganalisis efisiensi dan *farmer share* di Desa Lembang Lohe Kacamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi pedagang gula merah dapat mengevaluasi perkembangan penelitian dalam kinerja pemasaran.
2. Bagi pemerintah dapat melakukan peninjauan agar dapat mempertimbangkan dalam mengambil kebijakan untuk meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan masyarakat.
3. Bagi peneliti ini diharapkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan sebagai bahan acuan atau masukan terhadap penelitian selanjutnya.



2.2 Defenisi Pemasaran

Pemasaran yaitu suatu proses dan manajerial yang ada di dalamnya individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan menciptakan suatu penawaran dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang bersangkutan dengan produk atau jasa melalui produsen sampai kepada konsumen. pemasaran merupakan suatu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para perusahaan baik dari perusahaan jasa ataupun dalam rangka pengembangan usaha untuk dapat memperoleh laba dan serta dapat mempertahankan kelangsungan usahanya (Amstrong, 2004).

Banyak menganggap bidang ini sama dengan bidang penjualan, sesungguhnya pemasaran itu memiliki arti luas dari pada penjualan. Bidang dalam penjualan merupakan bagian dari pemasaran sekaligus merupakan kebutuhan dari bidang pemasaran itu sendiri, pemasaran itu sebagai pekerjaan di dalam pasar untuk menunjukkan suatu pertukaran potensial dengan memuaskan kebutuhan manusia. Teori pemasaran yang amat sederhana pun selalu menekankan bahwa dalam kegiatan pemasaran harus jelas apa, dimana, kapan, dalam jumlah berapa dan kepada siapa, adanya strategi yang sangat tepat dalam mendukung kegiatan pemasaran secara keseluruhan.

Secara sederhana, defenisi pemasaran lebih diidentikkan dengan proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen yang potensial. Aspek-aspek untuk pemasaran ini meliputi periklanan, public relation, promosi, dan penjualan. Dalam perusahaan, tujuan utama pemasaran adalah untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan.

2.3 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan salah satu komponen yang memiliki peranan penting dalam bauran pemasaran. Saluran pemasaran disebut juga sebagai distribusi atau *place*. Tanpa adanya saluran pemasaran, konsumen akan kesulitan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkannya. Begitupun dengan produsen, tanpa adanya saluran pemasaran, produsen akan kesulitan untuk menyampaikan produk ke konsumen.

Sebagian besar masyarakat tidak langsung menjual barang mereka kepada pengguna dengan secara langsung, di antara mereka ada berapa kelompok yang melaksanakan beragam fungsi. Saluran pemasaran ini berbentuk perantara atau disebut juga saluran dagang dan saluran distribusi, saluran pemasaran yaitu sekelompok organisasi yang saling bergantung dengan terlibat dalam proses pembuatan produk dan jasa yang disediakan untuk digunakan dan di konsumsi. Saluran pemasaran merupakan suatu perangkat alur yang diikuti produk atau jasa yang telah diproduksi dan berakhir dalam pembelian dan dapat digunakan oleh pengguna akhir. Saluran pemasaran berfungsi untuk menggerakkan suatu barang dari produsen ke konsumen (Kolter dan Keller, 2008).

Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang saluran distribusi dapat diklasifikasikan antara lain.

1. Saluran distribusi langsung merupakan saluran distribusi yang sederhana dan yang paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa ada perantara.

2. Saluran distribusi yaitu menggunakan suatu perantara yakni melibatkan produsen dan pengencer, dan pengencer disini langsung membeli barang pada produsen untuk menjual langsung ke konsumen.
3. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengencer dan saluran distribusi ini banyak yang menggunakan oleh produsen
4. Saluran distribusi ini menggunakan tiga pedagang perantara dalam hal tersebut produsen memiliki agen sebagai perantara untuk dapat meyalurkan barang kepada pedagang yang besar dan menjualnya ke tokoh kecil, saluran distribusi ini disebut juga distribusi tiga lingkai (Swastha, Irawan, 2011).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah.

1. Saluran I



2. Saluran II



3. Saluran III



Gambar 1. Saluran Pemasaran (Kumulawati, E., 2004).

2.4 Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan berkepentingan buat mengetahui prestasi pasar dari semua produk-produknya, menjadi cermin asal keberhasilan usahanya pada global persaingan bisnis. Selain itu kinerja perusahaan dilakukan melalui dua cara, yaitu secara internal serta eksternal.

Kinerja perusahaan merupakan yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja baik berupa kinerja pemasaran maupun kinerja keuangan (Ferdinand, 2000 : 6).

Kinerja pemasaran adalah merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk-produknya, keberhasilan kinerja pemasaran tercermin dari keberhasilan usahanya di dunia persaingan bisnis. Disamping itu ukuran keberhasilan kinerja pemasaran juga dapat dilihat dari tingkat keberhasilan produk baru yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kinerjanya semakin baik.

Pelham dalam Anjas (2007) menyebutkan tiga indikator kinerja pemasaran yaitu efektifitas perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan keuntungan relative, dalam penelitiannya juga menduga adanya hubungan yang signifikan antara orientasi pasar dengan efektivitas dan pertumbuhan penjualan yang pada akhirnya akan meningkatkan pertumbuhan keuntungan. Sedangkan untuk kinerja pemasaran, komoditas pertanian tertulis pada margin, keuntungan dan *farmer share*.

2.4.1 Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh konsumen (Sudiyono, A 2004). Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu sudut pandang harga dan biaya pemasaran. Pada analisis pemasaran yang sering menggunakan konsep margin pemasaran.

Hal ini margin pemasaran pedagang pengumpul adalah perbedaan harga yang dibayarkan kepada petani dengan harga jual kepada pedagang pengecer dan konsumen dalam saluran pemasaran dengan komoditas yang sama (Mandak, at al, 2017).

Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya – biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi – fungsi pemasaran dan keuntungan yang ingin diperoleh lembaga pemasaran, sehingga besarnya pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan antara biaya – biaya dan keuntungan yang diterima lembaga pemasaran.

Secara sistematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut (Ulya at al, 2007) dalam (Singarimbun 2013). Sebagai berikut :

$$Mp = Pr - Pf$$

Di ketahui:

Mp = Margin pemasaran

Pr = harga di tingkat konsumen

Pf = Harga di tingkat produsen.

2.4.2 Keuntungan Pemasaran

Keuntungan merupakan hal yang dipertimbangkan dalam melakukan pemasaran. Menurut Sockartawi (1993), keuntungan pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan ke responden dan harga yang diberikan oleh konsumen. Jarak yang mengantarkan produksi pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan pemasaran. Perbedaan harga oleh masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran.

Keuntungan diperoleh masing-masing lembaga, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin maju tingkat pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap penguasa informasi pasar, maka semakin merata distribusi margin pemasaran yang diterima (Sockartawi, 1993).

Keuntungan adalah selisih antara harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir (margin) setelah dikurangi biaya pemasaran, laba merupakan sisa dari hasil penjualan dikurangi dengan harga pokok barang yang dijual dan biaya-biaya lainnya (Sockartawi, 2009).

Secara sistematis keuntungan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

π = Keuntungan

TR = Penerimaan Total (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

2.4.3 *Farmer's Share*

Farmer's share merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur efisiensi yang dilihat dari sisi pendapatan petani.) *Farmer's share* adalah bagian harga yang diterima oleh petani terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir dalam suatu pemasaran.

Limbong dan Sitorus (1987) dalam Syaifullah (2014) *Farmer's share* digunakan untuk membandingkan harga yang dibayar konsumen terhadap harga produk yang diterima petani. *Farmer's share* berhubungan negatif dengan margin pemasaran, artinya semakin tinggi margin pemasaran, maka bagian yang akan diperoleh petani *farmer's share* semakin rendah.

Farmer's share merupakan perbedaan antara harga di tingkat petani dan margin pemasaran atau persentase harga yang dibayar oleh petani terhadap yang dibayar oleh konsumen akhir. Secara umum, besaran *farmer's share*, margin pemasaran bervariasi antara komoditi dan tergantung pada biaya pemasaran yang dikeluarkan. Ukuran *farmer's share* tidak dapat selalu diandalkan sebagai ukuran efisiensi pemasaran karena kompleks penanganan produk yang harus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan harga memperhitungkan bentuk, fungsi, dan atribut – atribut produk hingga sampai ke konsumen akhir (Asmarantaka, 2012).

Rumus untuk menghitung *farmer's share* adalah:

$$Fs = \frac{pr}{pf} \times 100\%$$

Di ketahui:

Fs = *farmer's share*

yang mengukur produksi komoditas pertanian suatu sistem atau proses untuk setiap unit masukan dengan membandingkan sumber daya yang digunakan terhadap output yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran komoditas pertanian melalui efisiensi penetapan harga dan efisiensi operasional ataupun efisiensi ekonomi (efisiensi produksi, efisiensi distribusi, dan kombinasi optimum) (Nugroho, 2016).

Efisiensi pemasaran yang digunakan adalah efisiensi pemasaran operasional atau teknis. Efisiensi operasional atau teknis berhubungan dengan pelaksanaan aktivitas pemasaran yang dapat meningkatkan atau memaksimalkan rasio output – input pemasaran. Efisiensi operasional adalah ukuran frekuensi produktivitas dari input – input pemasaran, misalnya tenaga kerja atau output per jam kerja atau biaya total pemasaran dengan keuntungan dari lembaga-lembaga pemasaran (pedagang, pengolah). Oleh sebab itu, pengembangan Sumber daya dalam pemasaran adalah biaya dan manfaat (*utilities*) adalah efisiensi pemasaran. Meningkatkan efisiensi atau keuntungan, dapat dilakukan melalui 3 cara atau kondisi yaitu:

1. Menurunkan biaya tanpa menurunkan kepuasan konsumen
2. Meningkatkan kepuasan konsumen tanpa meningkatkan biaya
3. Meningkatkan kepuasan konsumen dengan adanya peningkatan biaya. Tetapi tambahan nilai output (kepuasan konsumen) lebih besar daripada tambahan nilai input (biaya tambahan pemasaran).

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran adalah margin pemasaran, bagian penerimaan petani dari harga yang dibayar konsumen akhir (*farmer's share*) dan rasio keuntungan dengan biaya (π/c).

Efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (2002), nilai efisiensi saluran pemasaran dapat dikuantitatifkan sebagai berikut:

Rumus menghitung efisiensi pemasaran Menurut Soekartawi (2002) sebagai berikut:

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Jika: EP yang nilainya < 50% = efisien

EP yang nilainya > 50% tidak efisien

Di ketahui :

EP = efisiensi pemasaran (%)

BP = total biaya pemasaran (Rp/kg)

NP = total nilai produk yang dipasarkan (Rp/kg)

2.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu ini terkait dengan analisis kinerja pemasaran gula merah kelapa di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini, dicantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu yang Relevan.

NO	Nama Peneliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Ayu Purnama Sari (2010) Analisis pemasaran jeruk di Kabupaten Bangli	Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Pada saluran I memiliki total biaya pemasaran Rp. 1.713,4/kg, margin pemasaran Rp. 5.485,1/kg dan keuntungan pemasaran Rp 3.771,4/kg. Pada saluran II total biaya pemasaran Rp 5.582,8/kg dan margin pemasaran Rp 4.999,9/kg

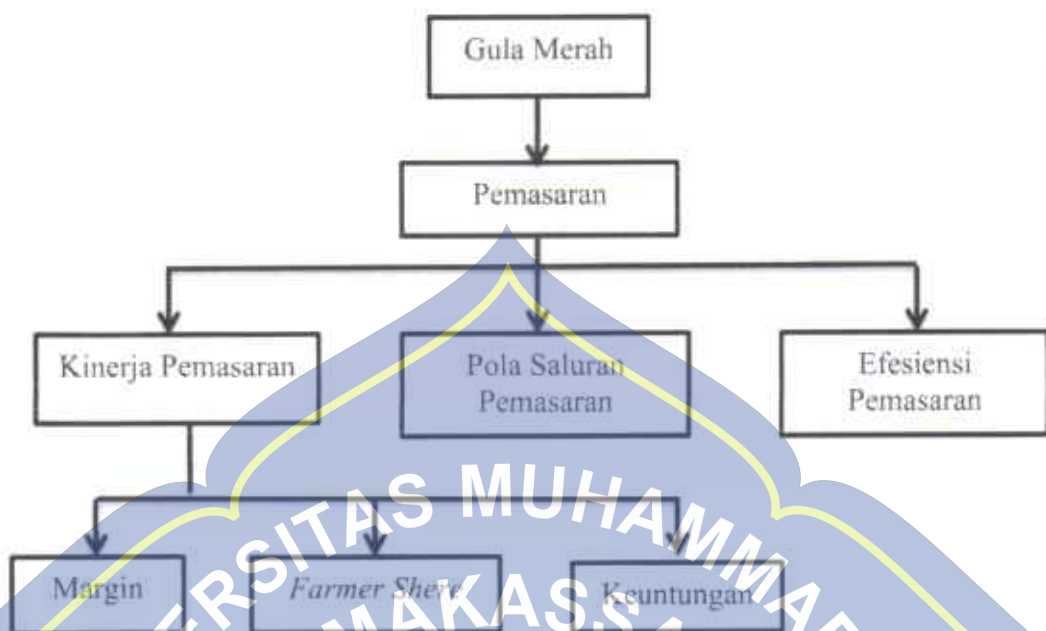
			dan keuntungan pemasaran Rp 3.658,7/kg Pada saluran III total biaya pemasaran Rp 1.405,9/kg margin pemasaran Rp 4.000,00/kg dan keuntungan pemasaran Rp 2.840,5/kg.
2	Nurfitri, 2012, Analisis Pemasaran Lada (<i>Piper nigrum Linn</i>) di Desa Sanglepongan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang	Metode dasar penelitian deskriptif dan pelaksanaannya dengan teknik survey	Ada tiga pola saluran pemasaran yang terbentuk di Desa Sanglepongan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang, yaitu: Pola saluran I, II, dan III dimana tingkat efisien pemasaran lada yang paling efisien pada pola saluran I dengan nilai 0% dan Pola saluran II dengan nilai 0,87%. Pola saluran pemasaran III merupakan pola saluran pemasaran yang belum efisien
3	Dwi Ratna Hidayati, (2017), Rantai Pasok (<i>Supplay Chain</i>) Pemasaran Komoditas Kacang Tanah di Kabupaten Bangkalan.	Kualitatif dan kuantitatif	Aliran kacang tanah terbagi dari beberapa saluran : 1. petani – konsumen Pada saluran pemasaran 1 petani menjual kacang tanah langsung ke pasar 17ging yang ada dalam kondisi masih basah. 2. petani – pedagang petantara – konsumen. Dalam saluran pemasran 2 ini petani menjual kacang tanah melalui pedagang perantara , pedagang perantara secara aktif mendatangi petani dan melakukan transaksi. 3. petani – pedagang perantara – pedagang besar – konsumen. Saluran pemasaran ke 3 ini petani menjual kacang tanag kepada pedagang petantara untuk selanjutnya dijual lagi ke pedagang besar. Secara

			otomatis, transaksi dilakukan antar para pihak sesuai dengan alurnya. Transaksi yang dilakukan berjalan secara langsung dengan proses pembayaran secara tunai. Margin saluran pemasaran pertama sebesar 0 rupiah karena langsung di jual pada konsumen dengan keuntungan tertinggi sebesar Rp. 11.675 setelah di kurangkan dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan. Margin pemasaran tertinggi pada saluran pemasaran ketiga sebesar Rp. 13.050 dengan perolehan margin pemasaran tertinggi adalah pedagang perantara. Biaya pemasaran yang dikeluarkan yaitu karung dan biaya transportasi.
4	Ngrami(2014). Analisis Pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biramare Kabupaten Sigi	Metode kualitatif dan kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan total margin pemasaran cabai merah keriting yang diperoleh untuk saluran I Rp 6.000, total margin pemasaran cabai merah keriting yang diperoleh untuk saluran ke II yaitu sebesar Rp. 2.000, bagian harga yang di terima petani pada saluran pertama sebesar 89,47%. Bagian harga yang diterima petani pada saluran II sebesar 90%. Dengan demikian bagian harga yang besar diterima petani adalah pada saluran ke II
5	Kaduk Janiwati, Katut Dunia dan Luh Indrayani (2013) Analisis Saluran Pemasaran usahatani	Metode kualitatif dengan deskripti pendekatan	Pada saluran I memiliki margin sebesar Rp Rp 5.000,00/kg dan farmer share sebanyak 61,53%, pola II memiliki margin sebesar Rp

	Jeruk di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar	8.000,00/kg dan farmer share sebesar 42,85%, saluran III, IV dan saluran V memiliki margin yang sama yaitu sebesar Rp. 7.500,00/kg dan untuk farmer share sebesar 48,27%.
--	--	---

2.7 Kerangka Pikir

Gula merah kelapa merupakan komoditas unggulan di Desa Lembang lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba komoditas ini dipasarkan pedagang oleh sebab itu pengrajin gula merah kemudian memasarkan ke pedagang, pedagang memperoleh keuntungan serta margin pada proses pemasaran terdapat saluran pemasaran yg melibatkan lembaga pemasaran serta melakukan fungsi pemasaran. Untuk mengetahui apakah pemasaran efektif maka dilakukan efisiensi pemasaran asal petani sebagai penghasil juga berhak untuk menerima bagian asal pemasaran yang biasa disebut *farmer's share*. Untuk kerangka pikir ini dipandang di gambar berikut ini :



Gambar 2. Kerangka Pikir Kinerja Pemasaran Komoditas Gula Merah Kelapa di Desa Lembang Lohé Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba

III. METODE PENELITIAN

3.1 Waktu Dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lembang Lohe Kacamatan Kajang Kabupaten Bulukumba, selama 2 (dua) bulan yaitu pada tanggal 22 Desember 2021 sampai 22 Februari 2022.

3.2 Teknik Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengrajin gula merah, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pengecer dengan menggunakan metode penentuan sampel yaitu *purposive sampling* dan *snowball sampling*.

Purposive sampling adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, sehingga akan memudahkan peneliti dalam pengambilan sampel sumber data (Sugiyono, 2012).

Menurut Umar H. (2007) dalam (Ervina Septi Istiqowat (2018). *Snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang mula – mula jumlahnya kecil, kemudian membesar sehingga dengan pergerakan penelitian *snowball sampling*. Penelitian ini menggunakan petani sebagai narasumber kunci kemudian dilanjutkan pada pedagang pengumpul, pada pedagang besar, serta pedagang pengecer.

Jumlah sampel yang diambil dalam usaha gula merah kelapa bersumber dari empat sampel yaitu : Petani gula merah 11 orang, pengumpul 3 orang, Pedagang pengecer 4 orang, pedagang besar 5 orang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif yaitu dimana data yang di peroleh berupa angka – angka yang dipakai untuk menjawab tentang efisiensi, margin, keuntungan dari instansi – instansi terkait dalam bentuk angka. Sedangkan data kualitatif yaitu data yang diperoleh untuk menjawab tentang pola saluran, fungsi pemasaran secara lisan atau tertulis yang menggambarkan keadaan usaha gula merah kelapa.

Data yang digunakan di penelitian ini adalah data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden berdasarkan observasi dan wawancara melalui kuesioner. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui data tertulis yang ada di kantor desa, kantor camat, dan dinas pertanian.

Adapun lokasi yang dijadikan sumber data penelitian ini adalah Kabupaten Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan, serta literature-literatur yang berkaitan dengan penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Observasi adalah salah satu pengumpulan data yang digunakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang berkaitan dengan usaha gula merah di Desa Lembang Lohe sehingga dapat menggambarkan dengan jelas mengenai obyek yang diteliti.

2. Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya langsung kepada responden yang berkaitan pada data yang dibutuhkan dengan menggunakan kuesioner untuk dapat mengetahui bagaimana pengolahan gula merah.
3. Dokumentasi yaitu pengambilan gambar atau foto pada saat kegiatan penelitian berlangsung untuk dapat dijadikan sebagai lampiran.

3.5 Teknik Analisis Data

1. Untuk menjawab rumusan masalah yang menggunakan metode analisis deskriptif dengan indikator kinerja pemasaran yaitu margin pemasaran semakin besar diperoleh maka kinerja pemasaran semakin baik, keuntungan pemasaran yang semakin banyak maka kinerja pemasaran semakin baik, dan semakin besar *farmer share* makin semakin baik kinerja pemasaran.

a. Margin pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Margin pemasaran tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Mp = Pr - Pf$$

Dimana:

Mp = Margin pemasaran di tingkat petani

Pr = Harga di tingkat konsumen

Pf = Harga di tingkat produsen

b. Keuntungan

Keuntungan adalah selisih antara harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir (margin) setelah dikurangi biaya pemasaran, laba merupakan sisa dari hasil penjualan dikurangi dengan harga pokok barang yang dijual dan biaya-biaya lainnya (soekartawi, 2009). Maka digunakan rumus keuntungan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

π = Keuntungan

TR = Penerimaan Total (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

c. *Farmer's share*

Farmer's share merupakan perbedaan antara harga di tingkat petani dan margin pemasaran atau persentase harga yang dibayar oleh petani terhadap yang dibayar oleh konsumen akhir. (Asmarantaka, 2012). Maka digunakan rumus *Farmer's share* sebagai berikut :

$$Fs = \frac{pr}{pf} \times 100\%$$

Di ketahui:

Fs = farmer's share

Pf = harga di tingkat petani

Pr = harga di tingkat konsumen akhir.

2. Untuk mengidentifikasi pola saluran pemasaran yang terjadi di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba menggunakan analisis deskriptif.
3. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran dan *farmer's share* menggunakan metode deskriptif kuantitatif :

a. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengukur efisiensi pemasaran adalah margin pemasaran, bagian penerimaan petani dari harga yang dibayar konsumen akhir (*farmer's share*) dan rasio keuntungan dengan biaya (π/c).

Efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (2002), nilai efisiensi saluran pemasaran dapat diukur sebagai berikut.

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Jika:

EP yang nilainya $< 50\%$ = efisien

EP yang nilainya $> 50\%$ = tidak efisien

Dimana:

EP = efisiensi pemasaran (%)

BP = total biaya pemasaran (Rp/kg)

NP = total nilai produk yang dipasarkan (Rp/kg).

3.6 Defenisi Operasional

1. Kinerja pemasaran merupakan suatu pencapaian yang di capai dalam suatu kegiatan pemasaran dengan indikator yaitu margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan *farmer share*.
2. Saluran pemasaran adalah alur yang dilalui dalam proses penyaluran komoditis gula merah kelapa dari produsen ke konsumen.
3. Margin pemasaran adalah selisih harga di tingkat konsumen akhir dan tingkat produsen pada pemasaran komoditas gula merah kelapa.
4. Harga jual adalah harga penjualan komoditas gula merah kelapa di tingkat petani yang dinyatakan dalam Rp/Kg.
5. Harga beli adalah harga komoditas gula merah kelapa yang diterapkan pada setiap tingkat lembaga pemasaran dan transaksi.
6. Efisiensi pemasaran adalah kondisi di mana saluran pemasaran yang digunakan dapat mengesisienkan biaya pemasaran gula merah kelapa.
7. Keuntungan merupakan margin yang dikurangi biaya pemasaran.
8. *Farmer's share* adalah perbedaan antara harga di tingkat petani dan persentase harga yang diterima oleh petani dalam pemasaran gula merah kelapa.

IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

4.1 Keadaan Geografis

Desa Lembang Lohe merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba sekitar $\pm$ 250 kilometer dari kota Makassar dengan luas wilayah 522,58 ha. Desa Lembang Lohe mempunyai iklim tropis dengan ketinggian desa 2-15 mdpl serta suhu udaranya berkisar 26° - 30° C. Desa Lembang Lohe mempunyai batas-batas sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Possi Tanah
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Tanah Jaya
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Potaro Kecamatan Herlang
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Lembang.

4.2 Keadaan Penduduk

4.2.1 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Jumlah penduduk menurut jenis kelamin di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin.

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Penduduk (orang)	Presentase(%)
1	Laki-laki	1.050	47
2	Prempuan	1.157	53
	Jumlah	2.207	100

Sumber : Desa Lembang Lohe, 2021

Tabel 2 diuraikan mengenai penduduk Desa Lembang Lohe berdasarkan jenis kelamin yang terdiri dari penduduk laki-laki sebesar 1.020 orang (48%) dan penduduk perempuan sebesar 2.135 orang (52%). Hal ini menunjukkan penduduk perempuan dominan lebih banyak dibandingkan penduduk laki-laki.

4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan hal yang sangat penting didalam suatu masyarakat, khususnya bagi petani karena pendidikan berperang penting dalam penerimaan informasi atau inovasi baru dalam perkembangan zaman. Berikut tingkat pendidikan di Desa Lembang Lohe.

Tabel 4. Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

NO	Tingkat Pendidikan	Jumlah penduduk (Orang)	Presentase(%)
1	Belum Sekolah	969	45
2	Usia 3-6 tahun yang Sedang TK	46	2
3	Usia 7-18 tahun yang Sedang sekolah	217	10
4	Tamat SD/ Sederajat	338	15
5	Tamat SMP/ Sederajat	270	12
6	Tamat SMA/ Sederajat	267	12
7	Tamat D1,D2,D3,S1,S2,S3	100	5
Jumlah		2,207	100

Sumber : Desa Lembang Lohe, 2024

Tabel 3. Menunjukkan bahwa jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Lembang Lohe yang terbanyak adalah pada tingkat pendidikan yang belum sekolah yang berjumlah 969 orang atau 45% dari jumlah keseluruhan penduduk. Diikuti Tamat SD/ Sederajat sejumlah 338 atau 15% dari jumlah

keseluruhan penduduk. Diikuti tamat SMP/ sederajat sejumlah 270 atau 12% dari jumlah keseluruhan penduduk di ikuti tamat SMA/ Sederajat sejumlah 267 atau 12% dari jumlah keseluruhan penduduk. Diikuti usia 7-18 tahun yang sedang sekolah sejumlah 217 atau 10% dari jumlah keseluruhan penduduk. Diikuti tamat D1, D2, D3, D4, S1, S2, S3 sejumlah 100 orang atau 5% dari jumlah keseluruhan penduduk dan diikuti oleh tingkat pendidikan yang jumlah penduduknya paling sedikit yaitu usia 3-6 tahun yang sedang TK sejumlah 46 atau 2% dari jumlah keseluruhan penduduk. Dari data ini menunjukkan jumlah penduduk yang mengenyam tingkat pendidikan lebih banyak dibandingkan yang belum mengenyam pendidikan sebanyak dimana total penduduk yang telah mengenyam pendidikan sebanyak 1,238 atau sebanyak 56% sedangkan yang belum mengenyam pendidikan sebanyak 969 atau 46% dari jumlah keseluruhan penduduk.

4.2.3. Kondisi Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian

Mata pencarian merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya. Mata pencarian diartikan pula sebagai aktivitas manusia dalam memberdayakan potensi sumber daya alam. Uraian mengenai mata pencarian yang ada di desa lembang lohe kecamatan kajang Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada tabel 4.

SMP yaitu 5 orang dengan persentase sebesar 46%, selanjutnya diikuti pada tingkat SD sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 36% dan SMA sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar 18%. Hal ini menunjukkan bahwa keadaan pengrajin gula merah yang ada di Desa Lembang Lohé dalam hal Pendidikan cukup layak. Walaupun pada umumnya yang terbanyak yaitu tingkat SMP namun pengrajin yang bersekolah di tingkat SMP ini memiliki potensi yang baik dan dapat menangani usaha gula merahnya dengan baik dan tidak kalah saing dengan pengrajin yang tamat di tingkatan lebih tinggi. Hal ini dapat terbukti dengan hasil produksi yang di dapatkan oleh pengrajin.

5.1.3 Pengalaman Usahatani

Pengalaman usahatani sangat berpengaruh dalam melakukan usaha. Semakin lama seseorang melakukan usahanya maka semakin banyak pelajaran yang bisa membangun untuk perkembangan usahanya. Pengalaman yang dimiliki seseorang juga meningkatkan keterampilan yang dimiliki. Dengan adanya pengalaman seseorang akan lebih cekatan dalam menjalankan usaha ditambah dengan faktor penunjang seperti Pendidikan maka dalam menjalankan usaha akan lebih terampil dalam memproduksi. Berikut ini identitas responden berdasarkan pengalaman usahatani dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha Pengrajin Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No	Pengalaman Usaha (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	5 – 8	4	36
2	9 – 12	5	46
3	13 – 16	2	18
Jumlah		11	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 10 menunjukkan pengalaman usaha pengrajin gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba, yang paling banyak yaitu 9 – 12 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 46%, selanjutnya 5 – 8 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 36% dan terakhir 13 – 16 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar 18%. Jika dilihat dari keadaan responden pengrajin yang memiliki pengalaman yang lebih banyak yang telah memiliki pengalaman yang dapat dijadikan sebagai pembelajaran masalah – masalah yang tidak terduga. Namun pengrajin yang memiliki pengalaman yang masih sedikit memiliki keterampilan yang cukup baik dalam pembuatan gula merahnya sehingga dapat melakukan produksi secara maksimal.

5.1.4 Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga adalah banyaknya anggota keluarga yang menjadi tanggungan kepala keluarga dalam satu rumah tangga. Jumlah tanggungan keluarga berhubungan positif dengan besarnya biaya hidup yang dibutuhkan dalam tiap periode waktu, jumlah tanggungan keluarga yang besar seharusnya dapat menjadi tenaga kerja dalam keluarga. Berikut ini uraian jumlah tanggungan

keluarga pengrajin gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

Tabel 11. Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga Pengrajin Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No	Pengalaman Usaha (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1 – 2	6	55
2	3 – 4	5	45
Jumlah		11	100

Sumber: Data Primer Setelah Ditah, 2022

Tabel 11 menunjukkan jumlah tanggungan keluarga responden yang terbanyak yaitu 1 – 2 orang yaitu sebesar 6 orang pengrajin dengan persentase sebesar 55%, selanjutnya jumlah tanggungan 3 – 4 orang sebanyak 5 orang pengrajin dengan persentase sebesar 45%. Hal ini menunjukkan bahwa umumnya pengrajin gula merah yang memiliki tanggungan keluarga yang cukup banyak merasakan beban hidup yang cukup berat sehingga pengrajin tersebut termotivasi untuk melakukan produksi yang lebih banyak agar dapat mencukupi kebutuhan rumah tangganya. Sementara itu di sisi lain anggota keluarga yang sudah memasuki usia yang produktif dapat membantu atau menjadi tenaga kerja dalam usaha keluarganya sehingga pekerjaan yang dilakukan oleh pengrajin lebih ringan dan mudah terselesaikan.

5.1.5 Luas Lahan Responden

Luas lahan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan para petani atau pelaku usahatani dengan memiliki lahan yang luas dan di manfaatkan secara optimal tentunya merupakan suatu peluang yang besar untuk memperoleh hasil yang besar dengan sendirinya akan memperoleh pendapatan dan hasil yang

maksimal. Berikut ini luas lahan pengrajin gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

Tabel 12. Identitas Responden Berdasarkan Luas Lahan Pengrajin Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0,75 – 0,80	5	46
2	0,81 – 0,85	2	18
3	0,86 – 0,90	1	9
4	0,91 – 0,95	3	27
Jumlah		11	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Tabel 12 menunjukkan luas lahan pengrajin gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba bervariasi, dimana luas lahan paling dominan yang dimiliki oleh pengrajin gula merah yaitu 0,75 – 0,80 Ha sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 46% , selanjutnya luas lahan 0,91 – 0,95 Ha sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 27% dan terakhir yaitu pengrajin dengan luas lahan sebesar 0,86 – 0,90 sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 9%. Hal ini menunjukkan bahwa rata – rata luas lahan yang dimiliki oleh pengrajin gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe termasuk kedalam kategori sedang.

5.2 Identitas Responden Pedagang.

Lembaga pemasaran atau lembaga pedagang adalah orang yang terlibat dalam proses pemasaran gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba yang terdiri atas pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Adapun identitas responden yaitu menggambarkan secara umum dari suatu keadaan atau status pedagang tersebut. Identitas responden

pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer meliputi umur, jumlah tanggungan keluarga, Pendidikan terakhir dan lama berdagang di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba berikut ini:

5.2.1 Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli gula merah secara langsung ke pengrajin gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba, terdapat 3 orang pedagang pengumpul yaitu Sida (38 Tahun), Udin (48 Tahun), dan Tatan (46 Tahun), dengan pembelian berkisar sekitar 100 – 120 Kg sekali pembelian.

Pembelian dilakukan langsung dilokasi pengrajin gula merah, kemudian gula merah hasil pembelian pedagang pengumpul ini dipasarkan dengan dua alternatif yaitu dijual ke pedagang besar dan dijual ke pengecer disekitar pasar terdekat. Dalam hal ini pengrajin gula merah tidak mengeluarkan biaya pengangkutan karena ditanggung oleh pedagang pengumpul dengan pembayaran dilakukan secara tunai kepada pengrajin gula merah setelah menerima gula merah tersebut. Berikut ini identitas responden pedagan pengumpul yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba:

Tabel 13. Identitas Responden Pedagang Pengumpul di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)
1	Sida	38	SMP	1
2	Udin	48	SMA	3
3	Tatan	46	SMA	3

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

5.2.2 Pedagang Besar.

Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli gula merah dalam jumlah besar langsung dari pengrajin gula merah untuk dijual kembali. Dalam pemasarannya terdapat dua alternatif yang digunakan yaitu memasarkan ke kondumen akhir atau ke pengecer. Dalam hal ini pengrajin gula merah tidak mengeluarkan biaya untuk pengangkutan karena di tanggung oleh pedagang besar dengan pembayaran dilakukan secara tunai kepada pengrajin gula merah setelah menerima gula merah tersebut. Berikut ini identitas responden pedagang besar yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba:

Tabel 14. Identitas Responden Pedagang Besar di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)
1	Rusma	40	SMA	3
2	Alwi	43	SMA	4
3	Amiruddin	40	SD	2
4	Jamal	38	SMA	3
5	Zaenal	30	SMA	2

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

5.2.3 Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli gula merah dari pedagang pengumpul maupun pedagang besar setelah itu pedagang pengecer langsung memasarkan gula merah ke konsumen. Berikut ini identitas responden pedagang pengecer gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba:

Tabel 14. Identitas Responden Pedagang Pengecer di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)
1	Basse	45	SD	2
2	Salma	39	SMP	3
3	Jusma	43	SMA	1
4	Hasni	48	SD	2

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Dari ketiga Tabel di atas menjelaskan bahwa terdapat tiga pedagang yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Ketiga jenis pedagang ini memiliki tingkat Pendidikan, umur, jumlah tanggungan keluarga, dan pengalaman berdagang yang berbeda – beda, sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut ini:

1. Tingkat Pendidikan Pedagang

Tabel 16. Tingkat Pendidikan Pedagang di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	3	25
2	SMP	2	17
3	SMA	7	58
Jumlah		12	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 16 menunjukan tingkat Pendidikan pedagang yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba terdiri dari tiga jenjang tingkatan yaitu mulai dari SD, SMP, dan SMA, dimana tingkat Pendidikan pedagang tertinggi yaitu pada tingkat SMA 7 orang dengan persentase sebesar 58%, Hal ini menunjukan bahwa masyarakat sudah menyadari pentingnya Pendidikan bagi mereka dalam menjalankan usahanya.

2. Umur Pedagang

Tabel 17. Tingkat Umur Pedagang di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	30 – 34	1	8
2	35 – 38	2	17
3	39 – 42	3	25
4	43 – 46	4	33
5	47 – 50	2	17
Jumlah		12	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 17 menunjukkan bahwa umur pedagang yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Bulukumba sudah tergolong kedalam kategori produktif hal ini terlihat dari tingkat umur tertinggi yaitu pada umur 43 – 46 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 33%, selanjutnya usia 39 – 42 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 25%, usia 35 – 38 tahun dan 47 – 50 tahun masing – masing sebanyak 2 orang dengan masing – masing persentase sebesar 17% dan terakhir usia 30 – 34 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 8%.

3. Jumlah Tanggungan Keluarga Pedagang

Tabel 18. Jumlah Tanggungan Keluarga Pedagang di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No	Jumlah Tanggunagn Keluarga (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1 – 2	7	58
2	3 – 4	5	42
Jumlah		12	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 18 menunjukkan jumlah tanggungan keluarga pedagang yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba terbagi menjadi dua kategori dimana jumlah tanggungan keluarga tertinggi yaitu 1 – 2 orang sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 58%, selanjutnya 3 – 4 orang sebanyak 5 orang

dengan persentase sebesar 42%. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang yang berbeda – beda juga mempunyai tanggungan keluarga yang berbeda pula, dan masing – masing memiliki motivasi dan kemauan yang lebih dalam mendapatkan atau memperoleh suatu penghasilan.

4. Pengalaman Berdagang

Pengalaman berdagang menunjukan lamanya pedagang respoonden menggeluti usahanya. Pengalaman berusaha sangat berpengaruh terhadap kemampuan seorang pedagang perantara menjaga sinergi usahanya terhadap perubahan dan persaingan pasar pada umumnya yang terjadi. Pada tabel berikut ini disajikan pengalaman berdagang pedagang yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba:

Tabel 19. Pengalaman Berdagang Pedagang di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba

No	Pengalaman Berdagang (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	5 – 6	4	33
2	7 – 8	2	17
3	9 – 10	5	42
4	11 – 12	1	8
	Jumlah	12	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 19 menunjukan bahwa pengalaman berdagang pedagang yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba cukup bervariasi dimana lama berdagang tertinggi yaitu 9 – 10 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 42%, kemudian 5 – 6 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 33%, 7 – 8 sebanyak 2 orang persentase sebesar 17% dan terakhir 11 – 12 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 8%. Secara umu responden telah

memiliki waktu yang cukup lama menggeluti usahanya, sehingga pengalaman yang diperoleh cukup dalam mengelolah usahanya dan pedagang responden mampu mengatasi masalah yang terjadi didalam usahanya.

5.3 Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan efektivitas usaha dan keadaan sebagai akibat dari struktur dan perilaku pemasaran yang di tunjukan dengan harga, biaya, keuntungan, dan volume produksi yang pada akhirnya dapat memberikan penilaian baik atau tidaknya suatu sistem kinerja pemasaran. Analisis kinerja pemasaran dapat dilihat dengan menghitung margin pemasaran, keuntungan dan farmer share. Panjangnya saluran pemasaran yang ada belum tentu menunjukkan bahwa kinerja pemasaran tersebut tidak efisien. Jika saluran pemasaran Panjang dan mampu meningkatkan kepuasan konsumen maka dapat dikatakan bahwa sistem pemasaran tersebut efisien.

5.3.1 Margin Pemasaran Gula Merah

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara apa yang di bayarkan oleh konsumen dan harga yang di terima dari produsen barang atau jasa. Margin pemasaran sangat penting untuk para pengrajin gula merah sebab dengan mengetahui margin pemasaran maka pengrajin dapat memilih saluran pemasaran mana yang lebih menguntungkan untuk pengrajin gula merha yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba. Hasil analisis margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 20. Margin Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

Saluran	Status	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Margin
I	Produsen Gula Merah	11.000	-	-
	Pedagang Pengumpul	13.000	11.000	2.000
	Total			2.000
II	Produsen Gula Merah	10.000	-	-
	Pedagang Pengumpul	13.000	10.000	3.000
	Pedagang Pengecer	17.000	13.000	4.000
	Total			7.000
III	Produsen Gula Merah	10.000	-	-
	Pedagang Pengumpul	13.000	10.000	3.000
	Pedagang Besar	16.000	13.000	3.000
	Total			6.000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 20 menunjukkan bahwa saluran pemasaran I pedagang pengumpul membeli gula merah dari produsen dengan harga Rp. 11.000/Kg. mengikuti harga pasaran yang berlaku di lokasi penelitian. Dalam saluran pemasarannya gula merah ini sudah di beli kemudian dijual ke pasar terdekat dengan harga Rp. 13.000/Kg sehingga pedagang pengumpul mendapatkan margin pemasaran yaitu Rp. 2.000/Kg pada saluran ini merupakan saluran terpendek karena hanya melibatkan produsen dengan pedagang pengumpul dan merupakan saluran pemasaran yang pembayarannya kepada produsen cukup lama yaitu sekitar 3 hari.

Pada saluran pemasran II menjelaskan bahwa produsen menjual gula merah ke pedagang pengumpul dengan harga rata – rata Rp. 10.000/Kg lalu kemudian dalam saluran pemasarannya gula merah di jual ke pedagang pengecer dengan rata – rata harga sebesar Rp. 13.000/Kg. sehingga dari penjualan tersebut masing – masing pedagang pengumpul menghasilkan margin sebesar Rp. 3.000/Kg sedangkan

pengecer menjualnya ke konsumen akhir dengan harga sebesar Rp. 17.000/Kg, sehingga margin pemasaran yang di peroleh sebesar Rp. 4.000/Kg.

Saluran pemasaran III, menjelaskan bahwa produsen menjual gula merah ke pedagang pengumpul dengan harga rata – rata Rp.10.000/Kg, selanjutnya di angkut ke pedagang besar yang ada di pasar di sekitar wilayah penelitian dengan rata – rata harga jual Rp. 13.000/Kg, dari data penjualan tersebut maka dapat di tentukan margin pemasaran pedagang pengumpul sebesar Rp. 3.000/Kg setelah itu pedagang besar menjual gula merah pada konsumen dengan harga jual rata – rata sebesar Rp. 16.000/Kg, dengan margin yang di peroleh sebesar Rp. 3.000/Kg, dimana panjangnya saluran pemasaran II dan III mengakibatkan margin pemasarannya cukup tinggi sebesar Rp. 6.000/Kg. Adapun hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat (Daniel, 2002) bahwa semakin banyak pedagang perantara yang terlibat dalam pemasaran maka margin pemasaran semakin besar.

5.3.2 Keuntungan Pemasaran Gula Merah

Proses mengalirnya suatu barang atau produk dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya seperti biaya transportasi, dan tenaga kerja sehingga dengan adanya biaya pemasaran tersebut maka harga produk jika akan mengalami peningkatan. Untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran dari tingkat lembaga pemasaran pada ketiga saluran pemasaran gula merah yang ada di Desa Lembang Lohé Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 21. Biaya dan Keuntungan Setiap Saluran Pemasaran Gula Merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

Saluran Pemasaran	Margin (Rp/Kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)
Saluran I Produsen Pedagan Pengumpul Konsumen	2.000	350	1.650
Saluran II Produsen Pedagang Pengumpul Pedagang Pengecer Konsumen	7.000	1.200	5.800
Saluran III Produsen Pedagang Pengumpul Pedagang Besar Konsumen	5.000	450	4.550

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 21 menunjukan bahwa yang terlibat dalam saluran pemasaran I hanya ada satu pedagang perantara yaitu pedagan pengumpul yang ada di lokasi penelitian. Pada saluran I pemasaran gula merah dimana pedagang pengumpul mengeluarkan biaya tenaga kerja dan biaya transportasi sebesar Rp. 350/Kg. dan margin pemasaran sebesar Rp.2000/Kg sehingga keuntungan pemasaran yang di dapatkan pedagang pengumpul sebesar Rp.1.650/Kg.

Pada saluran pemasaran II yang terlibat dalam kegiatan pemasaran ini yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Besar biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul berupa biaya transportasi dan tenaga kerja sebesar Rp. 500/Kg dan pedagan pengecer mengeluarkan biaya transportasi dan pemasaran sebesar Rp. 700/Kg. sehingga biaya total keseluruhan yang di keluarkan yaitu sebesar Rp 1.200/kg dan margin sebesar Rp. 7.000/Kg sehingga total

keuntungan yang di peroleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dalam saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 5.800/Kg.

Pada saluran pemasaran III yang terlibat dalam saluran pemasaran ini yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar. Biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam saluran pemasaran III ini pedagang pengumpul mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp. 200/Kg untuk biaya transportasi dan tenaga kerja dan pedagang besar mengeluarkan biaya sebesar Rp. 250/Kg untuk biaya transportasi dan tenaga kerja, dan margin pemasaran sebesar Rp. 5.000/Kg sehingga total keuntungan yang di dapatkan oleh pedagang besar dan pedagang pengumpul pada saluran pemasaran III ini yaitu sebesar Rp. 4.550/Kg.

Adapun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Zulfikar Asiz (2021) Analisi Pemasaran Kubis di Desa Tongko Kabupaten Enrekang, yaitu pada saluran I memiliki keuntungan pemasaran sebesar Rp. 1.650/Kg, sementara dalam penelitian ini Gula merah memiliki keuntungan pada saluran I sebesar Rp. 1.650/Kg, saluran II pada komoditas kubis memiliki keuntungan sebesar Rp. 5.000/Kg sementara dalam penelitian ini memiliki keuntungan sebesar Rp. 5.800/Kg dan pada saluran ke III komoditas kubis memiliki keuntungan sebesar Rp. 4.400/Kg sementara dalam penelitian ini memiliki keuntungan sebesar Rp. 4.550/Kg. dan mempunyai persamaan di pola pemasaran yaitu sama – sama memiliki tiga pola dalam saluran pemasaran.

5.3.3 *Farmer's Share*

Farmer's share adalah alat analisis yang digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran selain margin pemasaran indikator ini juga mengukur seberapa besar

bagian yang di dapatkan oleh pengrajin gula merah sebagai balas jasa atau kontribusi yang dilakukan terhadap harga jual di saluran. Semakin besar *farmer's share* dan semakin kecil suatu margin maka dapat dikatakan suatu saluran pemasaran berjalan lancar dan efisien. Berikut ini tabel *farmer's share* gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

Tabel 22. *Farmer's Share* Setiap Saluran Pemasaran Gula Merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

Saluran Pemasaran	Harga Tingkat Produsen (Rp/Kg)	Harga Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
Saluran I	11.000	13.000	84,61
Saluran II	10.000	17.000	58,82
Saluran III	10.000	15.000	66,66

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

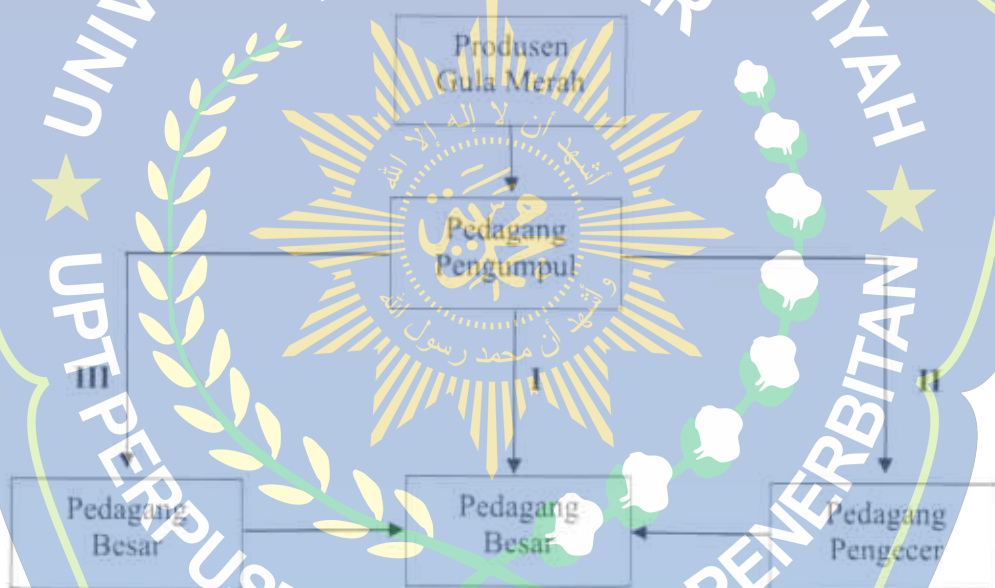
Tabel 22. Menjelaskan bahwa pada saluran I memiliki *farmer's share* tertinggi yaitu sebesar 84,61%, saluran pemasaran ke II sebesar 58,82% dan saluran pemasaran ke III sebesar 66,66%. Adapun patokan untuk mengukur seberapa efisiensi pemasaran dengan cara *farmer's share*, apabila bagian yang diterima oleh produsen lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan efisien, hal ini membuat produsen mendapat bagian yang lebih besar dibandingkan yang diterima oleh konsumen.

Adapun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kaduk Janiwati, Katut Dunian dan Lub Indrayani (2013) pada komoditas jeruk yaitu pada saluran I memiliki *farmer's share* sebesar 61,53% sementara dalam hasil penelitian ini dimana pada saluran I memiliki *farmer's share* sebesar 66,67%. Pada saluran II komoditas jeruk memiliki *farmer's share* sebesar 61,53% sementara pada komoditas kubis pada saluran II memiliki *farmer's share* sebesar 50,00%. Pada

saluran III komoditas jeruk memiliki farmer's share sebesar 48,27% sementara pada komoditas kubis pada saluran III memiliki farmer's share sebesar 50,00%.

5.4 Saluran Pemasaran Gula Merah

Saluran pemasaran adalah bagian – bagian yang melaksanakan kegiatan serta fungsi dari pemasaran yang saling berhubungan, dengan tujuan barang – barang bergerak mulai dari pihak produsen sampai dengan ke pihak konsumen. Proses pemasaran Gula Merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang dapat di lihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Saluran Pemasaran Gula Merah yang Ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

Gambar 3. menunjukan bahwa saluran pemasaran gula merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba terbagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Produsen → Pedagang Pengumpul → Konsumen
2. Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen
3. Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen

Berikut ini penjelasan mengenai saluran pemasaran yang terbentuk berdasarkan alur pemasaran gula merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba:

1. Saluran I (Produsen → Pedagang Pengumpul → Konsumen)

Saluran pertama yang terbentuk yaitu Produsen, Pedagang Pengumpul, dan konsumen, dimana pada saluran ini produsen gula merah menjual ke pedagang pengumpul yang kemudian selanjutnya pedagang pengumpul memasarkan gula merah tersebut di pasar yang ada di sekitar wilayah penelitian hingga sampai ke tangan konsumen.

2. Saluran II (Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen)

Pada saluran yang ke II dimana dalam saluran ini terdapat dua pedagang perantara yang akan melakukan penjualan gula merah yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Dimana dalam saluran ini pedagang pengecer yang ada di luar kabupaten akan memesan langsung dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan yang ada di daerahnya pada pedagang pengumpul yang ada di Desa Lembang Lohe. Dalam pembelian gula merah pedagang pengumpul akan langsung kerumah pengrajin gula merah dan juga biasanya pengrajin gula merah yang akan menelpon langsung pada pedagang pengumpul untuk menginformasikan gula merahnya untuk dibeli, setelah itu petani pengumpul akan

langsung membawa kubis tersebut ke pasar yang terdekat di kecamatan kemudian disalurkan ke pedagang pengecer di luar kabupaten kemudian disalurkan lagi ke konsumen akhir.

3. Saluran III (Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen)

Pola saluran yang ke III dimana dalam saluran ini terdapat dua pedagang perantara yang melakukan penjualan gula merah yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar. Dimana pada saluran ini produsen menjual gula merah mereka kepada pedagang pengumpul langsung dan ada pula biasanya pedagang pengumpul yang datang langsung ke rumah produsen untuk membeli gula merah dikarenakan banyaknya pedagang pengumpul yang ada di sekitar Desa Lemabng Lohé. Setelah itu pedagang pengumpul akan menjual kubis yang telah dibeli dari petani kepada pedagang besar yang ada dipasar dekat kecamatan untuk dijual kembali ke konsumen akhir di luar kecamatan atau sampai di luar kabupaten Bulukumba.

Pemasaran merupakan proses distribusi barang yang dimulai dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen, pemasaran adalah suatu kegiatan yang penting dalam siklus produksi barang/jasa. Produksi yang baik tidak akan maksimal ketika harga pasar rendah. Oleh karena itu, tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang cukup tinggi tanpa disertai pemasaran yang cukup baik.

Adapun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dwi Ratna Hidayat, (2017), Rantai pasok pemasaran komoditas kacang tanah di kabupaten Bangkalan yaitu aliran kacang tanah yaitu terbagi menjadi tiga saluran yaitu, saluran I (Petani – Konsumen), saluran II (Petani – Pedagang Perantara –

Konsumen), saluran III (Prtani – Pedagang Perantara – Pedagang Besar – Konsumen) hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan memiliki kesamaan yaitu masing – masing memiliki toga pola saluran pemasaran.

5.5 Efisiensi Saluran Pemasaran Gula Merah

Efisiensi adalah suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi biaya yang mencapai hasil kegiatan yang dijalankan. Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara biaya pemasaran dengan harga jual di tingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen. Untuk menentukan efisiensi pemasaran gula merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba setiap lembaga pemasaran dalam memasarkan kubis dan beberapa harga di tingkat konsumen akhir dari tiap saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang pendek lebih efisiensi dibandingkan dengan saluran yang panjang dengan melibatkan banyak lembaga pemasaran, hal ini disebabkan karena biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran yang panjang lebih banyak dibandingkan yang pendek. Efisiensi pemasaran gula merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba yang diperoleh pada setiap lembaga pemasaran telah diuraikan pada Tabel berikut.

Tabel 23. Efisiensi Pemasaran Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba

No	Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III
1	Total Biaya (Rp/Kg)	350	1.200	450
2	Harga Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	13.000	17.000	15.000
	Efisiensi Pemasaran (%)	2,69	7,05	3,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

5.6 Efisiensi Pemasaran dan *Farmer's Share* Pemasaran Gula Merah

Uraian	Efisiensi Pemasaran	<i>Farmer's Share</i>	Keuntungan Pemasaran	Margin Pemasaran
Saluran Pemasaran I	2,69	84,61	1.600	2.000
Saluran Pemasaran II	7,05	58,82	5.800	7.000
Saluran Pemasaran III	3,00	66,66	4.550	6.000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Tabel di atas menunjukkan tingkat efisisensi pemasaran, *farmer's share*, keuntungan pemasaran, dan margin pemasaran pada analisis kinerja pemasaran komoditas gula merah kelapa di Desa Lembang Lohé Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba. Tabel di atas di jelaskan bahwa efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran III sudah efisien karena telah sesuai dengan kriteria yang di tentukan yaitu pemasaran di anggap efeisien apabila persentase efisiensi pemasraanya dibawa 5% sedangkan pada saluran pemasaran II dianggap belum efisien karena tingkat efisiensinya berada pada angka >5%. Dari ketiga saluran pemasaran di atas yang di anggap paling efisien yaitu saluran pemasaran I karena tingkat efisiensinya yang paling rendah dari ketiga saluran pemsaran yang ada yaitu 2,69%.

Farmer's share merupakan perbedaan antara harga di tingkat petani dengan margin pemasaran atau persesntase harga yang di bayarkan oleh petani terhadap yang di bayar oleh konsumen akhir. Pada tabel di atas dapat di lihat *farmer's share* tiap saluran pemasaran memiliki nilai yang berbeda dimana pada saluran pemasaran I nilai *farmer's share* sebesar 84,61 saluran pemasaran II 58, 82 dan saluran pemasaran III yaitu 66,66, *farmer's share* memiliki hubungan yang negatif terhadap

margin pemasaran artinya semakin tinggi margin pemasaran, maka bagian yang di peroleh petani *farmer's share* semakin rendah.



DAFTAR PUSTAKA

- Anjas Felady (2007), *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Karakteristik Produk Terhadap Kinerja Pemasaran, Studi Kasus Pada Reutei Meubel CV. Kayu Perkasa Raya Juwana Pati, Skripsi*, Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang
- Asmarantaka, 2012. *Pemasaran Agribisnis*. Bogor (ID) :Institut Pertanian Bogor
- Cahyono 2002. *Teknik Budidaya Dan Analisis Usaha Tani*. Kanisius. Yogyakarta
- Daniel, 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Deliyanti. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta ; Media
- Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian, 2004. *Statistik Hortikultura Tahun 2014*. Jakarta. Hal: 236.
- Dwi Ratna Hidayati, 2017, *Rantai Pasok (Supply Chain) Pemasaran Komoditas Kacang Tanah Di Kabupaten Bangkalan*. Jurnal Pamator Vol.10 No.1 (2017). ISSN: 1829-7935.
- Erwidodo, 2013. *Pusat soal ekonomi kebijakan pertanian* Badan penelitian dan pengembangan pertanian kementerian pertanian 2013.
- Ferdinand, A.T. 2000. *Manajemen pemasaran : sebuah pendekatan Strategik*. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A.T. 2000:115 *Manajemen Pemasaran :Sebuah Pendekatan Strategik*, Research Paper Series. Seri Penelitian Manajemen, No. 01/Mak/01/2000
- Hariawan Wibisono (2011), *Analisis Efisiensi Usahatani Keras, Studi Empiris Di Desa Banyuwoto Kecamatan Sawangan Kabupaten Magelang*. Skripsi, Dipublikasikan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang
- Hasyim, Hasman. 2006. *Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasis: Desa Dolok Seribu kecamatan Paguran Kabupaten Tapanuli Utara)*. Jurnal Komunikasi Penelitian. Universitas Sumatera Utara. Medan : Lembaga Penelitian.
- Junaedy 2020 *Pola Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Desa Pacing Kecamatan Patimpeng Kabupaten Bone*.

Kaduk janiwati, Katut Dunia dan Luh Indrayani (2013) *Analisis Saluran Pemasaran usahatani Jeruk di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar*

Kotler dan Amstrong (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*, jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Kumalawati, E. 2004. *Analisis Pemasaran Komoditi White Melon di Kabupaten Sragen Jawa Tengah*.

Limbong dan Sitorus (1987) dalam Syaifullah (2014) *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Mandak, B. Rorimpandey, 2017. *Analisis Margin Pemasaran Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kara Manado (Study kasus di Pasar Bersehati Calaca dan Pinasungadan Karombasan)*.

Mardikanto. 2007. *Redifinisi dan Revitalisasi Penyuluhan Pertanian*. Puspa, Surakarta.

Moenir, 1992, " *Strategi Pengelolaan Budaya*., Jakarta, Gramedi.

Ngraini, 2014 *Analisis Pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigibromaro Kabupaten Sigi*.

Nurfitri, 2012, *Analisis Pemasaran Lada (Piper nigrum Linn) di Desa Sanglepongan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang*

Sawir, 2009. *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan keuangan Perusahaan*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.

L



Lampiran 1. Kuesioner penelitian.

a. Pnngrajin Gula Merah

I. Identitas Responden

- a. Nama Responden :
- b. Umur :
- c. Pendidikan terakhir :
- d. Jumlah tanggungan :
- e. Luas lahan :

II. Daftar Pertanyaan Responden

- 1. Berapa hasil produksi gula merah bapak/ibu sekali jual (kg) ?
.....
- 2. Berapa harga gula merah yang bapak/ibu jual sekali jual (kg) ?
.....
- 3. Apakah bapak/ ibu langsung memasarkan gula merah ke pasar atau ada melalui pedagang pengumpul ?
.....
- 4. Apakah bapak / ibu langsung mendapatkan keuntungan apabila menjual langsung ke pedagang pengumpul ?
.....
- 5. Apakah bapak ibu mendapatkan keuntungan apabila menjual langsung ke pedagang pengecer ?
.....
- 6. Apakah bapak / ibu mendapatkan langsung keuntungan apabila menjual langsung ke pedagang besar ?

7. Dari tiga pedagang itu, berapa harga/kg gula merah yang harus dibayarkan oleh setiap pedagang ?

a. Pedagang pengumpul ?.....

b. Pedagang pengecer ?.....

c. Pedagang besar ?.....

8. Apakah gula merah yang dipasarkan di pasar menggunakan kemasan apa ?

9. Biaya – biaya apa saja yang dikeluarkan dalam pemasaran gula merah ?



b. Pedagang Pengumpul

Identitas Responden

a. Nama Responden :

b. Umur :

c. Pendidikan terakhir :

d. Jumlah tanggungan :

11. Daftar Pertanyaan Untuk Pedagang Pengumpul

1. Berapa harga beli gula merah bapak / ibu ?
.....

2. Berapa harga jual gula merah bapak / ibu ?
.....

3. Apakah bapak / ibu menggunakan fasilitas transportasi ?
.....

4. Biaya – biaya pemasaran

No	Keterangan	Biaya (Rp)

5. Bagaimana pola penyaluran gula merah yang bapak / ibu lakukan ?
.....

6. Apakah bapak / ibu menggunakan kemasan ?

..... (ya) (Tidak)

7. Jika bapak / ibu menggunakan kemasan, bahan kemasannya seperti apa.....

8. Apakah bapak / ibu menggunakan tenaga kerja?

..... (ya) (Tidak)



c. Penelitian Pedagang Besar

I. Identitas Responden

a. Nama Responden :

b. Umur :

c. Pendidikan terakhir :

d. Jumlah tanggungan :

II. Daftar pertanyaan untuk pedagang besar responden

1. Berapa harga beli gula merah bapak / ibu ?

2. Berapa harga jual gula merah bapak / ibu ?

3. Apakah bapak / ibu dalam memasarkan gula merah menggunakan fasilitas gudang ?

4. Apakah bapak / ibu menggunakan transportasi untuk mengangkut gula merah ?

a. Mobil

b. Motor

5. Biaya – biaya pemasaran

No	Keterangan	Biaya(Rp)

6. Bagaimana pola penyaluran gula merah yang bapak / ibu lakukan ?

.....

7. Apakah bapak / ibu menggunakan kemasan ?

..... (ya) (Tidak)

10. Jika bapak / ibu menggunakan kemasan, bahan kemasannya seperti apa ?

.....



d. Pedagang Pengecer.

1. Identitas Responden

a. Nama Responden :

b. Umur :

c. Pendidikan terakhir :

d. Jumlah tanggungan :

11. Daftar pertanyaan Untuk pedagang pengecer responden

1. Berapa harga beli gula merah bapak / ibu ?

2. Berapa harga jual gula merah bapak / ibu ?

3. Biaya — biaya pemasaran

No	Keterangan	Biaya (Rp)

4. Bagaimana pola penyaluran gula merah yang bapak / ibu lakukan ?

5. Apakah bapak / ibu menggunakan kemasan ?

(Ya) (Tidak)

Lampiran 2. Identitas Responden Pengrajin Gula Merah

NO	NAMA	UMUR	PENDIDIKAN	JUMLAH TANGGUNGAN KELUARGA	LUAS LAHAN (Ha)	Pengalaman Usahatani
1	Umar	45	SD	4	0,95	10
2	Sangkala	43	SMP	3	0,85	5
3	Jusman	41	SMA	2	0,80	6
4	Tajoddin	49	SMP	3	0,75	7
5	Lampe	50	SD	1	0,85	15
6	Tondeng	48	SD	2	0,80	9
7	Sagala	46	SMP	1	0,75	7
8	Saharudddin	38	SMP	3	0,80	10
9	Sabir	37	SD	1	0,90	12
10	M.Amir	39	SMP	3	0,91	13
11	Aswar	46	SMA	2	0,95	10
Total		482	0	25	9,31	104
Rata - Rata		44		2	1	9

Lampiran 3. Identitas Responden Pedagang Pengumpul

NO	NAMA	UMUR	PENDIDIKAN	JUMLAH TANGGUNGAN KELUARGA
1	Sida	38	SMP	1
2	Udin	48	SMA	3
3	Tatan	46	SMA	3

Lampiran 4. Identitas Responden Pedagang Besar

NO	NAMA	UMUR	PENDIDIKAN	JUMLAH TANGGUNGAN KELUARGA
1	Rusman	40	SMA	3
2	Alwi	43	SMA	4
3	Amiruddin	40	SD	2
4	Jamal	38	SMA	3
5	Zaenal	30	SMA	2

Lampiran 5. Identitas Responden Pedagang Pengecer

NO	NAMA	UMUR	PENDIDIKAN	JUMLAH TANGGUNGAN KELUARGA
1	Basse	45	SD	2
2	Hasni	39	SMP	3
3	Jusma	43	SMA	1
4	Salma	48	SD	2

Lampiran 6. Margin Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Gula Merah di Desa Lembung Loh Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

Saluran	Status	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Margin
I	Produsen Gula Merah	11.000	-	-
	Pedagang Pengumpul	13.000	11.000	2.000
	Total			2.000
II	Produsen Gula Merah	10.000	-	-
	Pedagang Pengumpul	13.000	10.000	3.000
	Pedagang Pengecer	17.000	13.000	4.000
	Total			7.000
III	Produsen	10.000	-	-
	Pedagang Pengumpul	13.000	10.000	3.000
	Pedagang Besar	16.000	13.000	3.000
	Total			6.000

a. Margin Pemasaran

$$Mp = Pr - Pf$$

Dimana :

Mp = Margin Pemasaran

Pr = Harga Tingkat Konsumen

Pf = Harga Tingkat Produsen

Sehingga :

→ Margin Pemasaran saluran I (13.000 – 11.000 = 2.000 Rp/Kg)

→ Margin Pemasaran Saluran II

a. Pedagang Pengumpul ($13.000 - 10.000 = 3.000$ Rp/Kg)

b. Pedagang Pengecer ($17.000 - 13.000 = 4.000$ Rp/Kg)

→ Margin Pemasaran Saluran III

a. Pedagang Pengumpul ($13.000 - 10.000 = 3.000$ Rp/Kg)

b. Pedagang Besar ($16.000 - 13.000 = 3.000$ Rp/Kg)

Lampiran 7. Biaya dan Keuntungan Setiap Saluran Pemasaran Gula Merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

Saluran Pemasaran	Margin (Rp/Kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)
Saluran I			
Produsen	2.000	350	1.650
Pedagan Pengumpul			
Konsumen			
Saluran II			
Produsen	7.000	1.200	5.800
Pedagang Pengumpul			
Pedagang Pengecer			
Konsumen			
Saluran III			
Produsen	5.000	450	4.550
Pedagang Pengumpul			
Pedagang Besar			
Konsumen			

B. Keuntungan Pemasaran

$$\Pi = TR - TC$$

Dimana :

Π = Keuntungan

TR = Penerimaan Total (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

→ Keuntungan saluran I = $2.000 - 350 = 1.650$ Rp/Kg

→ keuntungan Saluran II = $7.000 - 1.200 = 5.800$ Rp/Kg

→ Keuntungan Saluran III = $5.000 - 450 = 4.550$ Rp/Kg

Lampiran 8 *Farmer's Share* Setiap Saluran Pemasaran Gula Merah yang ada di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

Saluran Pemasaran	Harga Tingkat Produsen (Rp/Kg)	Harga Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
Saluran I	11.000	13.000	84,61
Saluran II	10.000	17.000	58,82
Saluran III	10.000	15.000	66,66

C. *Farmer's Share*

$$FS = \frac{Pr}{Pf} \times 100\%$$

Dimana:

Fs = *farmer's share*

Pf = Harga di Tingkat Produsen

Pr = Harga di Tingkat Konsumen

Sehingga:

$$\text{Farmer's Share saluran I: } \frac{11.000}{13.000} \times 100\% = 84,61$$

$$\text{Farmer's Share saluran II: } \frac{10.000}{17.000} \times 100\% = 58,82$$

$$\text{Farmer's Share saluran III: } \frac{10.000}{15.000} \times 100\% = 66,66$$

Lampiran 9. Efisiensi Pemasaran Gula Merah di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No	Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III
1	Total Biaya (Rp/Kg)	350	1.200	450
2	Harga Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	13.000	17.000	15.000
	Efisiensi Pemasaran (%)	2,69	7,05	3,00

$$\text{Efisiensi Saluran} = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Jual}} \times 100\%$$

$$\text{Efisiensi Saluran I} = \frac{350}{13.000} \times 100\% = 2,69$$

$$\text{Efisiensi Saluran II} = \frac{1.200}{17.000} \times 100\% = 7,05$$

$$\text{Efisiensi Saluran III} = \frac{450}{15.000} \times 100\% = 3,00$$



Gambar 1. Gula Merah yang siap di Pasarkan



Gambar 2. Wawancara dengan responden pedagang



Gambar 3. Wawancara dengan Pengrajin Gula Merah Kelapa



Gambar 4. Wawancara dengan Responden Pedagang Pengumpul

Lampiran II. Surat Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN BULUKUMBA
KECAMATAN KAJANG**

Jln. Karamba Bapa' Dueng Matasa No. 16 Tlp. (0413) 2588372

Kajang, 23 Desember 2021

Nomor : 195/Kessan/KJ-XII/2021
Lampiran :
Perihal : Izin Penelitian

Kepada :
Yth. Kepala Desa Lembang Lohé
di-
Tempat

Berdasarkan Surat Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMP-TSP) Nomor 0689/DPMP-TSP/07/2021 Tanggal 20 Desember 2021 Perihal Izin Penelitian. Dengan ini disampaikan kepada Saudara bahwa yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : RESKI AMRAN
Nomor Pokok : 10596 1103117
Program Studi : AGRIBISNIS
Institusi : UNISMU MAKASSAR
Alamat : JL.ALAUDDIN MAKASSAR

Bermaksud melakukan penelitian di Desa Lembang Lohé, Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba dalam rangka penyusunan/penyelesaian Skripsi dengan judul **ANALISIS KINERJA PEMASARAN KOMODITAS GULA MERAH KELAPA DI DESA LEMBANG LOHE KECAMATAN KAJANG KABUPATEN BULUKUMBA** yang akan berlangsung pada tanggal 22 Desember s.d 22 Februari 2022

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami mengizinkan yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan tersebut dengan ketentuan sebagai berikut:

16. Mematuhi semua Peraturan/Perundang-Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat yang berlaku pada masyarakat setempat;
17. Tidak mengganggu ketertiban masyarakat setempat;
18. Peneliti/Pengambilan data tidak menyimpang dari data yang diberikan;
19. Melaporkan hasil pelaksanaan penelitian/pengambilan data serta menyerahkan 1 (satu) eksemplar hasilnya kepada Bupati Bulukumba & Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Bulukumba;
20. Surat ini akan dicabut atau dianggap tidak berlaku apabila yang bersangkutan tidak mematuhi ketentuan sebagaimana tersebut di atas atau sampai dengan batas waktu yang telah ditentukan kegiatan penelitian/pengumpulan data dimaklud belum selesai

Camat

ILANUR RAHMAT SAHID MM

Pangkat : Pembina TK.I

NIP. : 19691130 200012 1 002

Tembusan :

1. Bupati Bulukumba di Bulukumba (Sebagai Laporan)
2. Kepala Kesbangpol Kab. Bulukumba di Bulukumba
3. Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN BULUKUMBA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPMPTSP)

Alamat : Jl. Kenari No.13 Telp. (0413) 85060 Bulukumba 92512

Bulukumba, 20 Desember 2021

Nomor : 0689/DPMPTSP/XII/2021

Lampiran :

Perihal : Izin Penelitian

Kepada :

Yth.

1. Camat Kajang Kab. Bulukumba
 2. Kepala Desa Lembang Lohé Kab. Bulukumba
- Masing – Masing

Di

Tempat

Berdasarkan Surat Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor 0741006/Kesbangpol/XII/2021 tanggal 20 Desember 2021 Perihal Rekomendasi Izin Penelitian, maka yang tersebut dibawah ini :

Nama	RESNANRAN
Nomor Pokok	19525 1103117
Program Studi	AGRI BISNIS
Institusi	UNISMUH MAKASSAR
Alamat	JL. ALAUDDIN MAKASSAR

Bermaksud melakukan Penelitian di Kecamatan Kajang dan Desa Lembang Lohé Kabupaten Bulukumba dalam rangka SKRIPSI dengan judul "ANALISIS KINERJA PEMASARAN KOMODITAS GULA MERAH KELAPA DI DESA LEMBANG LOHE KECAMATAN KAJANG KABUPATEN BULUKUMBA" yang akan berlangsung pada tanggal 22 Desember 2021 s.d 22 Februari 2022.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami mengizinkan yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan tersebut dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Mematuhi semua Peraturan Perundang – Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat – istiadat yang berlaku pada masyarakat setempat;
2. Tidak mengganggu keamanan/kelompok masyarakat setempat;
3. Penelitian/pengambilan data menyimpang dan izin yang diberikan;
4. Melaporkan hasil pelaksanaan penelitian/pengambilan data serta menyerahkan 1(satu) eksemplar hasilnya kepada Bupati Bulukumba Cq. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Bulukumba;
5. Surat izin ini akan dicabut atau dianggap tidak berlaku apabila yang bersangkutan tidak mematuhi ketentuan sebagaimana tersebut di atas, atau sampai dengan batas waktu yang telah ditentukan kegiatan penelitian/pengumpulan data dimaksud belum selesai.

Demikian surat izin ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



MABOL MULHAYAT, S.H., M.H

Pembina Utama Muda

NIP. 19640522 199203 1 004

Tambahan :

1. Bupati Bulukumba (sebagai laporan);
2. Kepala Kesbangpol Kab. Bulukumba di Bulukumba;
3. Asip.



PEMERINTAH KABUPATEN BULUKUMBA
KECAMATAN KAJANG
DESA LEMBANG LOHE

SURAT IZIN PENELITIAN

No. 001 / SIP / DLH / XII / 2021

Kami yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	EDY HARYONO
Jabatan	Kepala Desa Lembang Lohe
Alamat	Desa Lembang Lohe Kec. Kajang Kab. Bulukumba

Berdasarkan Surat Izin Penelitian dari Camat Kajang Nomor 195/1.2500/KJ-XII/2021, maka dengan ini memberikan Izin Kepada :

Nama	RESKI AMRAN
Nomor Pokok	10596 1103117
Program Studi	Agribisnis
Institusi	Universitas Makassar
Pekerjaan	Mahasiswa
Alamat	Jl. Alauddin Makassar

Untuk melakukan Penelitian / Pengambilan data pada Wilayah Desa Lembang Lohe Kec. Kajang Kab. Bulukumba dalam rangka penyusunan SKRIPSI dengan judul "ANALISIS KINERJA PEMASARAN KOMODITAS GULA MERAH KELAPA DI DESA LEMBANG LOHE KECAMATAN KAJANG KABUPATEN BULUKUMBA" yang berlangsung tanggal 20 Desember 2021 s.d 22 Februari 2022.

Demikian Surat Izin ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Lembang Lohe, 22 Desember 2021

Kepala Desa,



EDY HARYONO

Lampiran 12. Hasil Uji Plagiasi



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat: Jl. Sultan Alauddin No. 255 Makassar 90222 Telp. (0411) 866972, 8613061 Fax (0411) 8613389

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama: Reski Antrim
Nim: 105061103117
Program Studi: Pendidikan Bahasa Indonesia
Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	100%	10%
2	Bab 2	74%	25%
3	Bab 3	100%	10%
4	Bab 4	100%	10%
5	Bab 5	100%	10%
6	Bab 6	100%	5%

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang dilakukan oleh UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 19 Februari 2022
Mengetahui
Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,


Ruhmi M.P.
194 391

Jl. Sultan Alauddin no. 255 Makassar 90222
Telepon (0411) 866972, 8613061 Fax (0411) 8613389
Website: www.umh.ac.id
E-mail: perpustakaan@umh.ac.id

AB I Reski Amran 105961103117

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

probiotik-sns-pro.blogspot.com

Internet Source

3%

2

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Indonesia

Student Paper

2%

3

downyer.info

Internet Source

2%

4

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara

Student Paper

2%

Exclude quotes

Exclude bibliography

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

6AB II Reski Amran 105961103117

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.ipb.ac.id:8080

Internet Source

3%

2

digilib.uns.ac.id

Internet Source

3%

3

jurnal.untad.ac.id

Internet Source

3%

4

ecosystem.unibos.id

Internet Source

3%

5

eprints.umpo.ac.id

Internet Source

2%

6

www.researchgate.net

Internet Source

2%

7

ejournal.unsrat.ac.id

Internet Source

2%

8

ojs.unobungo.ac.id

Internet Source

2%

9

Repository.Unej.Ac.Id

Internet Source

2%

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

AB III Reski Amran 105961103117

10%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS



eprints.unm.ac.id

4%



repository.unm.ac.id

2%



repository.unimus.ac.id

2%



repository.unri.ac.id

2%



AB IV Reski Amran 105961103117

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

etheses.iainponorogo.ac.id

Internet Source

2%

2

Submitted to Gnu

Student Paper

2%

3

www.acibid.com

Internet Source

2%

4

text-id.123456.com

Internet Source

2%

5

repository.umy.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

AB V Reski Amran 105961103117

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

AB VI Reski Amran 105961103117

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes

Exclude bibliography

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

RIWAYAT HIDUP



Reski Amran lahir di Bulukumba pada tanggal 19 Januari 1999. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan suami istri Baharuddin dan Hasni. Penulis memiliki 2 adik laki-laki. Pada tahun 2005, Penulis mendaftarkan diri sebagai seorang siswa di SDN 267 Daulele dan lulus pada tahun 2011 pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP 19 Bulukumba dan lulus pada tahun 2014. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 5 Bulukumba dan lulus pada tahun 2017 kemudian pada tahun yang sama penulis lulus seleksi masuk Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar. Di akhir pendidikannya penulis lulus dengan skripsi yang berjudul "Analisis Pemasaran komoditas Gula Merah Kelapa di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang".