

**ANALISIS PEMASARAN BIBIT MANGGA ARUMANIS
(*Mangifera indica L.*) DI DESA TINO KECAMATAN
TAROWANG KABUPATEN JENEPONTO**

MILIK PERPUSTAKAAN
UNISMUH MAKASSAR

AKBAR
105961107216



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

**ALISIS PEMASARAN BIBIT MANGGA ARUMANIS
(*Mangifera indica L.*) DI DESA TINO KECAMATAN
TAROWANG KABUPATEN JENEPONTO**

MILIK PERPUSTAKAAN
UNISMUH MAKASSAR



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

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

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pemasaran Bibit Mangga Arumanis (*Mangifera indica L.*) di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto

Nama : Akbar

Stambuk : 105961107216

Program Studi : Agribisnis


Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Ir. Muh. Arifin Fattah, M. Si
NIDN. 0915056401


Rasdiana Mudatsir, M. Si
NIDN. 0905078906

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis




Dr. Ir. Andi Khaeriah, M.Pd.
NDN.0926036803


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

HALAMAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Pemasaran Bibit Mangga Arumanis (*Mangifera indica L.*) di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto

Nama : Akbar

Nim : 105961107216

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
KOMISI PENGUJI**

Nama **Tanda tangan**

1. Dr. Ir. Muh Arifin Fattah, M.Si.
Ketua Sidang
2. Rasdiana Mudatsir M. Si
Sekretaris
3. Dr. Sri Mardiyati, S.P.,M.P.
Angota
4. Firmansyah S.P., M.Si.



PERYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Analisis Pemasaran Bibit Mangga Arumanis (*Mangifera indica L.*) di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto** 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 disebut dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi.



Makassar 6 Januari 2022

Akbar
105961107216

ABSTRAK

AKBAR. 105961107216. Analisis Pemasaran Bibit Mangga Arumanis (*Mangifera indica L.*) di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto Di bawah bimbingan ARIFIN FATTAH, dan RASDIANA MUDATSIR.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui Saluran Pemasaran, Kinerja pemasaran, serta Marjin. Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode purposive sampling. Dipilih 23 orang petani bibit mangga sedangkan untuk pedagan dilakukan dengan metode snowball sampling diperoleh 4 orng pedagan besar dan 4 orang pedagan pengecer. Metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif dengan menganalisis marji pemasaran, keuntugan pemasaran, dan pemasaran.

Hasil penelitian menunjukan bahwa pola saluran pemasaran yang di gunakan petani yaitu saluran I (petani-pedagang besar-konsumen), saluran ke II (petani-pedagang besar- pedagang pengecer-konsumen). Adapun marjin pada saluran I sebesar Rp 20.000/pohon, saluran II sebesar Rp 25.000/pohon. Adapun keuntunngan pemasaran bibit mangga pada saluran I Rp 19.100/pohon, saluran II Rp 23.500/pohon.

Kata kunci: Pemasaran, Saluran, Mangga

ABSCTARC

AKBAR. 105961107216. *Marketing Analysis of Arumanis Mango Seeds (Mangifera indica L.) in Tino Village, Tarowang District, Jeneponto Regency Under the guidance of ARIFIN FATTAH, and RASDIANA MUDATSIR.*

The research aims to determine the Marketing Channel, Marketing Performance, and Margin. In Tino Village, Tarowang District, Jeneponto Regency. The sampling technique in this study was carried out by purposive sampling method. Selected 23 mango seed farmers, while for traders, it was done by snowball sampling method, obtained 4 wholesalers and 4 retailers. The analytical method used is qualitative and quantitative methods by analyzing marketing margins, marketing profits, and marketing.

The results showed that the pattern of marketing channels used by farmers was channel I (farmers- wholesalers- consumers), channel II (farmers- wholesalers- retailers- consumers). The margin for channel I is Rp. 20,000/tree, channel II is Rp. 25,000/tree. As for the marketing benefits of mango seeds on channel I Rp. 19,100/tree, channel II Rp 23,500/tree.

Keywords: *Marketing, Channels, Mango*

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah swt atas segala limpahan rahmat dan hidayahNya yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul **“Analisis Pemasaran Bibit Mangga Arumanis (*Mangifera indica L.*) Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto”**. Begitupula shalawat dan salam kepada Nabiullah Muhammad saw serta kepada kepada para keluarga, sahabat dan pengikutnya, belilah teladan terbaik bagi seluruh umat, hamba Allah yang membawa manusia dari alam yang gelap gulita menuju alam yang terang benderang dengan segala kecanggihan yang ditawarkan dunia. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

Penulisan menyadari bahwa penyusunan skripsi penelitian ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dorongan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dan memulai tulisan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. Muh Arifin Fattah, M.Si. selaku pembimbing utama dan Rasdiana Mudatsir, S.P., M.Si. selaku pembimbing pendamping yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini.
2. Dr. Sri Mardiyati, S.P.,M.P. selaku penguji utama dan Firmansyah S.P., M.Si. selaku penguji pendamping senantiasa meluagkan waktunya untuk memberikan masukan dalam penulis untuk menyelesaikan skripsi penelitian.

3. Dr. Sri Mardiyati, S.P.,M.P., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Dr. Ir. Andi Khaeriah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Kedua orang tua ayahanda Ibrahim dan yoya Nursia serta keluarga tercinta yang senantiasa memberikan motivasi dan bantuan kepada penulis sehingga skripsi penelitian ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama proses perkuliahan.
7. Para sahabat dan teman-teman yang selalu kebersamaa penulis selama masa pendidikan hingga sekarang. Menjadi teman berbagi sekaligus motivator bagi penulis.
8. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat serta sumbangsi kepada semua pihak yang membutuhkan. Semoga Allah swt senantiasa meridhainya. Aamiin.

Makassar, 06 Januari 2022
Penulis

Akbar

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERTANYAAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
LPENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan penelitian.....	4
1.4 Kegunaan penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Bibit Mangga.....	5
2.2 Pemasaran.....	8
2.3 Sistem Pemasaran.....	9

2.4 Peran Lembaga Pemasaran	11
2.5 Saluran pemasaran	12
2.6 Margin Pemasaran	13
2.7 Penelitian yang terdahulu yang relevan	16
2.8 Kerangka Pikir	19
III. METODE PENELITIAN	21
3.1 Lokasi 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	23
3.6 Defensi Operasional	24
IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN	26
4.1 Letak Geografis	26
4.2 Administrasi Desa	26
4.3 Topografi	27
4.4 Geologi	27
4.5 Demografi Desa	29
4.6 Kependudukan	29
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
5.1 Identitas Responden	33
5.1.1 Umur	33
5.1.2 Pendidikan Responden	34

5.1.3	Pengalaman Responden	36
5.1.4	Jumlah Tanggungan Keluarga	37
5.2	Identitas lembaga Pemasaran Bibit Magga Arumanis	38
5.2.1	Pedagang Besar	38
5.2.2	Pedagang Pengecer	39
5.3	Saluran Pemasaran Bibit Mangga	39
5.3.1	Saluran pemasaran I	40
5.3.2	Saluran pemasaran II	40
5.4	Peran Lembaga Saluran Pemasaran	41
5.4.1	Petani	41
5.4.2	Pedagang besar	42
5.4.3	Pedagang Pengecer	42
5.4.4	Konsumen	42
5.5	Pemasaran Bibit Mangga Arumanis	41
5.5.1	Marjin Pemasaran Bibit Mangga	41
5.5.2	Keuntungan Pemasaran Bibit Mangga	44
VI	KESIMPULAN DAN SARAN	46
6.1	Kesimpulan	46
6.2	Saran	46
	DAFTAR PUSTAKA	50
	LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

No Tabel	Halaman
1. Penggunaan lahan Desa Tino tahun 2015	27
2. Jumlah penduduk berdasarkan kelamin	30
3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur	30
4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Status Perkawinan	31
5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan	32
6. Umur responden	34
7. Tingkat pendidikan Responden petani Bibit mangga Arumanis.....	35
8. Pengalaman berusahatani Responden petani bibit mangga Arumanis.....	36
9. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden Bibit Mangga Arumanis.....	37
10. Margin Pemasaran bibit mangga.....	44
11. Biaya dan Keuntungan Pemasaran Bibit Mangga Arumanis	46

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Halaman
1. Kerangka Pikir Analisis Rantai Pemasaran Bibit Mangga	20
2. Pola Saluran I Pemasaran Bibit Mangga Arumanis	40
3. Pola Saluran II pemasaran bibit mangga Arumanis	41



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Halaman
1. Kuensioner penelitian	55
2. Identitas responden petani bibit mangga Arumanis di Desa Tino Kematan Tarowang Kabupaten Jeneponto.....	59
3. Karakteristik harga jual dan sasaran pemasaran bibit mangga Arumanis Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.....	60
4. Biaya-biaya pemasaran bibit mangga Arumanis Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.....	61
5. Biaya-biaya pemasaran saluran I dan II Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.....	62
6. Keuntungan pemasaran bibit mangga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.....	63
7. Lokasi Penelitian.....	64
8. Dokumentasi.....	65
9. Riwayat Hidup.....	70

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengatakan Pembangunan pertanian sebagai salah satu bentuk pembangunan nasional bertujuan untuk mendukung upaya peningkatan produksi dan peningkatan pendapatan serta kesejahteraan petani. Hingga saat ini, areal agribisnis masih sangat luas dan belum mencapai produktivitas yang optimal. Hal ini disebabkan penerapan rekomendasi teknis profesional yang kurang tepat seperti penggunaan varietas bibit bersertifikat tertinggi, pemupukan berimbang dan penggunaan pupuk organik. Pupuk hayati, pengelolaan dan perbaikan irigasi, budidaya Hortikultura, 2015.

Mengatakan Salah satu sektor pertanian yang saat ini menjadi perhatian pemerintah dan masyarakat Indonesia adalah pengembangan subsektor pertanian tanaman pangan dan hortikultura. Subsektor ini diharapkan mampu meningkatkan produksi dan kesejahteraan petani yang dicapai melalui peningkatan pendapatan, produksi dan produktivitas petani. Tanaman hortikultura memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena merupakan sumber suplemen makanan pokok yang mempengaruhi kesehatan manusia Kurniawati (2012).

Desa Tino merupakan salah satu desa penghasil bibit mangga di Kabupaten Jeneponto. Desa Tino adalah daerah kecil yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan proyek benih buah dan perkebunan. Petani di desa Tino menarik modal pribadi mereka untuk menjalankan bisnis pembibitan ini dan tidak ada pinjaman bank untuk investor institusi. Pembibitan mangga adalah pekerjaan sebagian masyarakat di Desa Tino, para petani tersebut juga menjadi simbol perdagangan Desa tersebut. Hal ini berdampak pada minat petani bibit mangga karena banyaknya lembaga yang terlibat dalam pemasaran bibit mangga. Petani yang menanam bibit mangga di Desa Tino juga merupakan produsen pembibitan mangga dan melakukan proses pembibitan mulai dari penaburan hingga harga eceran.

Penjualan Bibit Mangga Arumanis di Kabupaten Jenapong di Kecamatan Tarowan Desa Tino tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen dalam Kabupaten Jenapong, tetapi juga dijual di luar Kabupaten Jenapong seperti Kabupaten Bone dan daerah Makassar meningkat. Untuk memasuki pasar yang luas ini, produsen tidak bisa hanya mengandalkan penjualan langsung ke konsumen. Pemasaran Mangga Arumanis melibatkan beberapa agen pemasaran untuk memungkinkan distribusi produk yang cepat dan akurat. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk mempelajari lebih dalam tentang rantai pemasaran

benih mangga Arumanis di Desa Tino, Kecamatan Tarowan, Kabupaten Jeneponto.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang dapat diangkat yaitu :

1. Bagaimana pola saluran pemasaran bibit Mangga Arumanis Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto?
2. Apa saja peran lembaga saluran pemasaran bibit mangga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto?
3. Berapakah besar margin pemasaran bibit mangga Arumanis Di Desa Tino kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menjelajahi pola saluran pemasaran bibit mangga Arumanis Di Desa Tino, Kecamatan Tarowan, Kabupaten Jeneponto..
2. Mengetahui Peran Saluran Pemasaran Bibit Mangga Arumanis Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.
3. Mengetahui besar margin pemasaran bibit mangga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai ialah:

1. Untuk memperluas pengetahuan dan pengalaman penulis dalam penerapan praktis penulis, yaitu penerapan pengetahuan rantai pemasaran.
2. Pemerintah Daerah Kabupaten Jeneponto diharapkan dapat berperan sebagai pembuat kebijakan program pertanian, memberikan gagasan dan mengevaluasi strategi khususnya yang berkaitan dengan komersialisasi bibit mangga Arumanis di Kabupaten Jeneponto meningkat.
3. Sebagai bahan informasi bagi para pembaca, baik rekan-rekan maupun orang-orang yang bekerja di bidang pertanian.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bibit Mangga

Mangga merupakan buah musiman, sekitar 20% diolah menjadi makanan seperti manisan buah dan buah kalengan. Limbah pengolahan mangga adalah bijinya sebesar 17-22% (Soong dan Barlow, 2012). Selain itu, tepung biji-bijian dapat diolah menjadi Dodol yang dikenal dengan Joke Perok. Di India, biji mangga digunakan sebagai makanan saat kelaparan. Biji mangga mengandung protein kasar, minyak, abu, serat kasar dan karbohidrat (Kitihoom, 2012). Biji mangga memiliki rasa pahit dan astringen 70% karbohidrat, 10% lemak dan 6% protein.

Biji mangga kaya akan fitokimia berupa tanin (Legesse dan Shimelis, 2012). Kandungan fitokimia galotanin yang memiliki aktivitas antibakteri terhadap berbagai jenis bakteri Gram-positif dan Gram-negatif ditentukan oleh Engles et al. (2011). Etanol digunakan sebagai pelarut karena senyawa dari senyawa yang lebih sederhana ini diekstraksi secara polar untuk mengekstraksi biji mangga. El Gied dkk. (2012) juga melaporkan bahwa perbandingan aktivitas antibakteri ekstrak etanol dan ekstrak biji mangga adalah metanol.

Secara umum, rute pemasaran terpendek memberi produsen penjualan tertinggi dan risiko pemasaran terendah. Menurut Kotler (2001), pengangkutan barang dari produsen ke konsumen. Pengolahan yang dilakukan di pusat pembibitan adalah sebagai berikut (Prastovo, 2006).

1. Sistem Produksi Pembibitan Buah

Benih dengan metode RI NO. Pasal 12, Pasal 1 (a) 4 Tahun 1992 tentang sistem budidaya tanaman adalah pemuliaan tanaman atau tanaman yang digunakan untuk pemuliaan atau bagiannya. Benih yang sudah disemai atau bukan benih kadang disebut benih. Berdasarkan cara pemuliaannya, benih dibagi menjadi dua bagian (Setiawan, 1999).

1. Lokasi

Lokasi pembibitan harus dekat dengan sumber air atau, mengingat musim kemarau, air yang cukup harus tersedia sepanjang tahun.

Luas lahan disesuaikan dengan kebutuhan produksi benih, luas lahan datar dan teduh, terlindung dari ternak dan berdrainase baik.

2. Kesuburan tanah

Kebun yang menampung pohon induk dan pembibitan batang bawah membutuhkan kesuburan tanah untuk pertumbuhan dan produktivitas tanaman yang optimal.

3. Kondisi iklim

Daerah yang ideal untuk pembibitan adalah daerah dengan suhu rendah, kelembaban relatif tinggi dan curah hujan yang cukup. Kondisi ini mendukung pertumbuhan awal benih tanaman.

4. Sumber daya produksi

Sumber daya produksi yang diperlukan adalah manusia yang bersifat terampil, rajin dan cinta tanaman. Sumber daya produksi lainnya yang diperlukan adalah pupuk kandang, *polybag*, paranet,

yang dihasilkan oleh produsen kepada konsumen dalam berbagai posisi dalam kondisi sosial, ekonomi, dan politik (Soekartawi, 2002).

2.3 Sistem Pemasaran

1. Konsep pemasaran

Masyarakat membutuhkan sistem pemasaran khusus untuk mengatur upaya semua produsen dan perantara untuk memenuhi kebutuhan hidup yang berbeda. Proses sosial adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi. (McCarty Perreault, 1995).

pemasaran adalah fungsi organisasi yang mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Ini adalah serangkaian proses. Dapat kita simpulkan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan bisnis yang melibatkan kegiatan bisnis untuk mencapai tujuan individu/perusahaan dalam hal keuntungan dan memenuhi kebutuhan konsumen Menurut Kotler's American Marketing Association (2009).

1. Efisiensi Pemasaran

Petani Akan berhadapan menggunakan aneka macam cara lain yg wajib diputuskan, milasnya komoditas apa yang akan diusulkan, menentukan berproduksi, biaya, sarana produksi, menggusahakan permodalan, dan sebagainya. Penting bagi setiap petani untuk memperhatikan kegiatan usaha taninya agar Bisa efisien. Dalam ilmu

ekonomi, konsep efisiensi dapat dibagi menjadi tiga kelas. Yaitu (Hanafie, 2010 Zuardri 2016):

A. Efisiensi teknis

Tercapai apabila petani dapat mengalokasikan faktor produksi sedemikian rupa sehingga dapat mencapai produksi yang tinggi.

B. Efisiensi harga

Tercapai jika petani dapat mengalokasikan faktor untuk mencapai produksi yang tinggi. Hal ini dapat dicapai dengan membeli faktor-faktor produksi dengan harga rendah dan menjualnya dengan harga yang relatif tinggi.

C. Ekonomis

Hal ini dicapai ketika petani dapat meningkatkan produksi dengan harga faktor yang lebih rendah, tetapi dapat menjual produknya dengan harga tinggi. Dengan cara ini, petani telah mempraktekkan efisiensi teknologi dan efisiensi harga (efisiensi ekonomi) secara bersamaan.

Analisis sistem atau organisasi pasar dapat dilakukan dengan menggunakan model SCP (*Structure, Behavior, and Performance.*) (Bressler and King, 1970 dalam Hasyim 2012). Hubungan dari ketiga variabel tersebut adalah hubungan linear dimana struktur mempengaruhi kemudian perilaku mempengaruhi kinerja. Berdasarkan teori tersebut mekanisme pasar dikelompokkan ke dalam tiga komponen, yaitu struktur pasar, perilaku pasar, keragaan pasar.

2.4 Peran Lembaga Pemasaran

Saluran lembaga pemasaran adalah seperangkat lembaga yang menjalankan semua fungsi yang diperlukan untuk distribusi produk dan status kepemilikan produk dari produsen ke konsumen. Produsen memegang peranan penting dalam produksi barang dan sering melakukan beberapa kegiatan pemasaran, sedangkan distributor mendistribusikan barang dalam waktu, tempat dan format yang diinginkan oleh konsumen. Untuk menentukan rute keluar yang lebih efisien untuk semua kemungkinan rute, Anda perlu mengetahui semua agen pemasaran yang berbeda untuk setiap agen yang terlibat dalam agen pemasaran komunitas. Selain itu, saluran pemasaran memudahkan untuk menentukan jumlah margin yang diterima setiap agen yang terlibat (Kotler2001).

Terdapat tipe-tipe fungsi pemasaran yang dapat dianalisis untuk mengukur efektifitas kinerja saluran dan lembaga pemasaran adalah. Fungsi pertukaran. Anda perlu membeli dan menjual produk setidaknya sekali selama proses pemasaran, dan Anda perlu melakukan fungsi fisik tertentu, seperti di luar proses pemasaran. Namun setidaknya informasi pasar perlu tersedia dan Anda harus menerima risiko potensi kerugian. Dalam banyak kasus, produk perlu didistribusikan atau dikelompokkan berdasarkan kualitas untuk memudahkan penjualan produk, dan akhirnya seseorang memiliki produk yang bersangkutan dan sedang dalam proses pemasaran. Salah satu kesalahpahaman umum tentang pemasaran agribisnis adalah terbatas pada fungsi penjualan, tetapi pada kenyataannya, pemasaran korporat adalah tentang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan menghasilkan keuntungan. Mencakup berbagai aspek

2.6 Marjin pemasaran

Saifudding (2002) mendefinisikan marjin pemasaran sebagai selisih antara harga suatu barang yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, biaya distribusi atau pemasaran, dan pemasaran dari harga yang dibayarkan dengan harga yang diterima. kepentingan agensi.

Margin pemasaran atau perdagangan adalah selisih antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen (Napitulu2006). Mengatakan marjin pemasaran adalah perbedaan antara harga yang diterima petani dan harga yang dibayar konsumen untuk produksi yang sama. Margin pemasaran mencakup semua biaya yang dikeluarkan oleh agen pemasaran dalam proses menghasilkan keuntungan.

Hasil margin pemasaran dipengaruhi oleh biaya pemasaran, keuntungan agen pemasaran, dan jumlah pertanyaan dan penawaran. Menurut Hanafia dan Saefuddin (1986), margin pemasaran adalah periode pertama (pr) dan harga yang dibayarkan oleh pembeli terakhir (pf) dinyatakan dalam rumus.

$$M = pr - pf$$

Keterangan:

M = Marjin pemasaran

Pr = harga di tingkat pengecer (Rp/kg)

Pf = harga ditingkat petani (Rp/kg)

Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Margin ini diterima oleh

agen pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran, dan semakin panjang saluran pemasaran, semakin banyak agen pemasaran yang terlibat dan semakin besar margin pemasaran (Daniel, 2002).

Keuntungan adalah selisih antara harga yang dibayar oleh penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir, margin setelah dikurangi biaya pemasaran, keuntungan setelah dikurangi harga pokok penjualan dari sisa penjualan, dan biaya-biaya lainnya (Soerkatawi, 2002).

Untuk memperoleh keuntungan yang besar, manajemen dapat melakukan tindakan sebagai mengurangi biaya penjualan yang ada, tetapkan harga jual untuk memenuhi keuntungan yang Anda inginkan, dan jual setinggi mungkin (Daniel, 2002).

Faktor yang mempengaruhi margin pemasaran adalah sebagai berikut:

a. Biaya pemasaran

Biaya Pemasaran adalah diketahui oleh agen pemasaran untuk melakukan berbagai fungsi pemasaran. Biaya pemasaran ini mempengaruhi tingkat pengembalian yang diterima oleh agen pemasaran yang terlibat dalam pemasaran produk.

b. Keuntungan lembaga pemasaran

Keuntungan agen pemasaran sering disebut sebagai pembeda utama untuk margin pemasaran yang tinggi. Hal ini disebabkan karena terlalu banyaknya lembaga dalam pemasaran. ada tiga cara untuk menghitung margin pemasaran ialah pilih dan lacak saluran pemasaran untuk produk tertentu, bandingkan harga di berbagai tingkat pemasaran, kumpulkan dan jual setiap jenis pedang, dan

lakukan pembelian total. Masing-masing memiliki kekuatan dan kelemahannya. Margin dibagi menjadi margin absolut dan margin tanaman. Persentase margin pangsa adalah serangkaian angka yang umum digunakan yang mewakili margin absolut dari berbagai jenis dealer atau fitur pemasaran yang berbeda dibandingkan dengan ritel (Saipuddin, 2002).

Harga produk atau layanan tergantung Tentang tujuan perusahaan yang menjual produk. Mulyadi (2010). Tujuan penetapan harga adalah untuk:

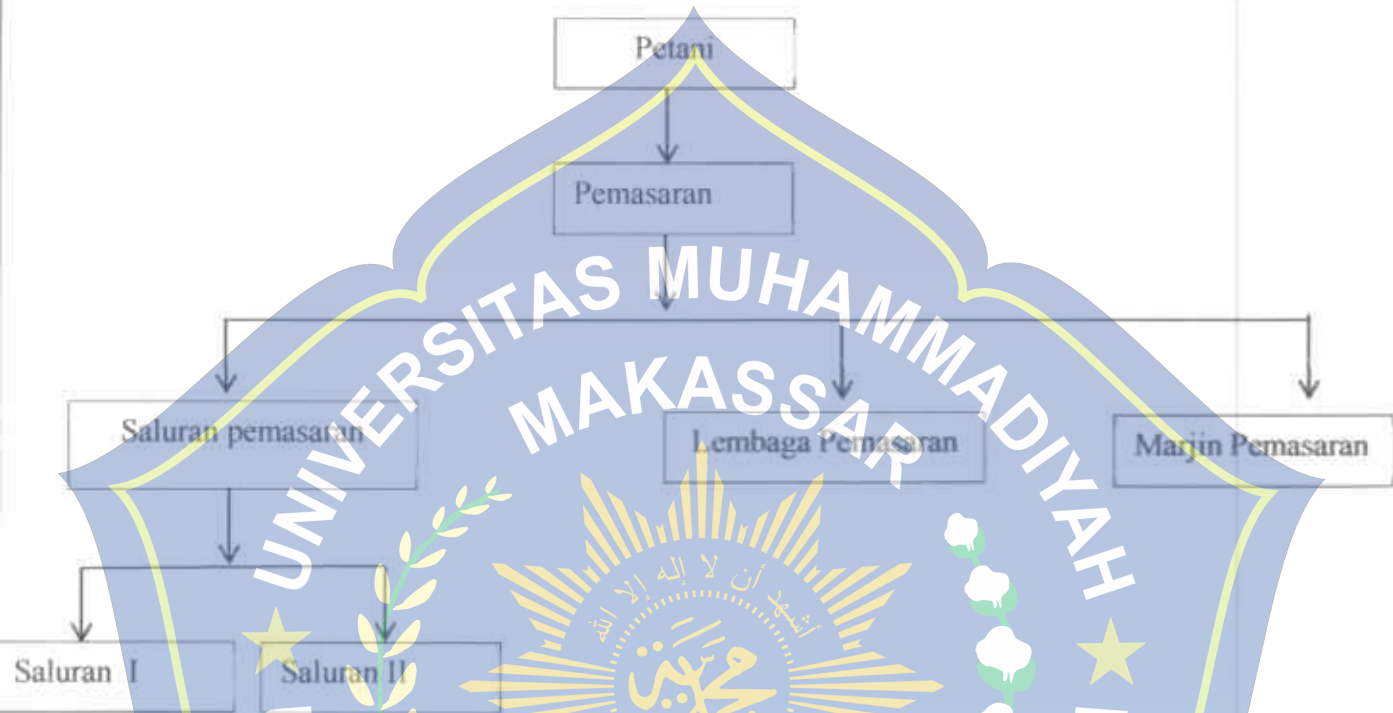
1. Penetapan suatu produksi yg mempunyai tujuan yg mencapai sasaran perusahaan buat memperoleh penghasilan dan mendapuka sasaran investasi yg sudah di tentukan Persentase keuntungan sehingga Anda perlu menetapkan harga tertentu untuk produk yang diproduksi oleh perusahaan untuk mencapai itu harga.
2. Fungsi harga kedua merupakan hal yang perlu diperhatikan untuk stabilitas produk.
3. Penetapan harga dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan produk di pasaran agar produk yang dihasilkan dapat bertahan di pasaran.
4. Dengan menawarkan produk yang hampir sama, maka perlu dilakukan penetapan harga untuk menghindari persaingan harga dengan perusahaan lain.
5. Perusahaan tetapkan harga buat memilih keuntungan yang akan dihasilkan sang perusahaan supaya perusahaan bisa menghasilkan suatu barang yg akan dipasarkan.

2.7 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Judul/Tahun	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Analisis Rantai Nilai Pemasaran Kentang Granola Di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung Jawa Barat (Senaga, dkk, 2014)	Analisis Deskriptif	Saluran 1 = petani-bandar-pedagan besar pasar induk-pedagang pengecer-pedagang sayur keliling- konsumen Saluran 2 = petani-perusahaan ekspor Saluran 3 = petani-(petani+Bandar)-pedagan besar pasar induk-pedagan pengecer-konsumen akhir
2	Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat (Muhammad Fadil Ramadan M. N, 2020).	Analisis Kuantitatif dan Analisis Data Kualitatif	1. Besaran margin pada kedua saluran pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene ini memiliki jumlah yang sama yaitu Rp. 4.500 Rp/kg hal ini dikarenakan pada saluran pemasaran II terdapat penurunan harga diantara Pedagang Pengumpul Kecil dan Pedagang Pengumpul Besar. 2. Efisiensi pada setiap saluran pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene ini terbilang sama

<p>Nur Ashari, 2020)</p>		<p>sebagai penyedia bahan baku pertama)Pedagang yang beroperasi dalam mata rantai distribusi ke dua)3)Konsumen adalah suatu perusahaan yang berada di kawasan Kima, berperan sebagai penampung dan distribusi.2. Dalam Rantai Pasok Komoditas Cengkeh di Kecamatan Eremerasa Kabupaten Bantaeng memiliki 2 saluran yaitu: 1) Saluran I terdiri dari Produsen – Pedagang Pengepul – Konsumen. Aliran Produk mengalir dari hulu ke hilir memiliki 2 sistem, diantar dan mengantar. Aliran keuangan mengalir dari hilir ke hulu memiliki 2 sistem, transaksi dan transfer via bank. Aliran informasi mengalir dari dua arah meliputi produksi, permintaan dan penawaran. 2) Saluran II terdiri dari Produsen – Pedagang Besar – Konsumen. Aliran Produk mengalir dari hulu ke hilir memiliki 2 sistem, diantar dan</p>
--------------------------	--	---

langsung ke konsumen, sehingga saluran pemasaran yang muncul semakin tidak efisien..



Gambar 1 Kerangka Pikir Analisis Rantai Pemasaran Bibit Mangga Di Desa TinoKecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Tino di Kecamatan Tarowan Kabupaten Jeneponto. Waktu penelitian ini adalah dari Agustus hingga September 2021.

3.2 Teknik Penentuan Sampel

Populasi adalah suatu objek yang memiliki ciri-ciri yang dapat digunakan peneliti sebagai acuan dalam mengambil data yang mereka butuhkan. Dalam penelitian ini, populasi sebanyak 105 orang petani pembibit mangga Arumanis.

Teknik Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive Sampling. Prosedur pengambilan sampel secara sengaja dengan perimbangan petani yang berusaha tani bibit Mangga Arumanis selama 5 Tahun. Adapun Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 23 Seseorang yang dapat mewakili seluruh penduduk desa Tino di kecamatan Tarowan Jeneponto.

Responden Agen Pemasaran diambil sampelnya menggunakan backtracking snowball sampling saluran pemasaran bibit mangga Arumanis di desa Tino, kecamatan Tarowan Jeneponto mulai dari petani hingga konsumen akhir, berdasarkan informasi dari produsen dan pedagang.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Ada dua jenis data. Data kualitatif dan data kuantitatif.

1. Data kualitatif, yaitu data deskriptif yang menggambarkan atau menggambarkan sistem pemasaran yang terkait dengan lembaga dan saluran pemasaran bibit mangga.
2. Data kuantitatif adalah data yang dapat langsung diukur atau dihitung sebagai variabel numerik, termasuk margin pemasaran.

Dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini

1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber pertama, sumber data diambil langsung dari produsen bibit mangga di Desa Tino, Kecamatan Tarowan, Kabupaten Jeneponto. Terkait dengan analisis rantai pemasaran bibit mangga.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan asal data yang dihasilkan berdasarkan asal data lain yaitu melalui Study Literature, Badan Pusat Statistik dan Kantor Desa yang berkaitan dalam penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu pengumpulan data yang diperoleh dengan mengamati secara langsung kegiatan petani bibit mangga di Desa Tino, Kecamatan Tarowan, Kabupaten Jeneponto.

2. Wawancara yaitu penulis menggunakan tanya jawab secara formal maupun non formal dengan para petani di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto. Wawancara adalah pengumpulan data dengan melakukan wawancara menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data primer.
3. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data langsung dari lokasi penelitian berupa data dari dokumen atau arsip di kantor Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.

3.5 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu survei yang didasarkan pada pemecahan masalah nyata yang ada di masa lalu, untuk mengidentifikasi saluran dan kelembagaan pemasaran bibit Mangga Armanis di Desa Tino, Kecamatan Tarowang, Kabupaten Jeneponto.
2. Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima suatu produk dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, yang dinyatakan dalam rupiah (Rp/kg) per kilogram.

$$M = Pr - Pr$$

Keterangan:

M : Marjin pemasaran

Pr = harga di tingkat pengecer (Rp/kg)

Pf = harga ditiggkat petani (Rp/kg)

3.6 Definisi operasi

Untuk mempermudah dan memperjelas pemahaman dalam penelitian ini, variabel-variabel yang diamati dan dikaitkan dalam penelitian ini telah dimanipulasi sebagai berikut:

1. Penjualan bibit Mangga Arumanis adalah aliran dari produsen ke konsumen dari produk yang diproduksi khusus untuk bibit Mangga Arumanis, yang dapat dilakukan dengan adanya agen penjualan.
2. Saluran pemasaran adalah organisasi yang melakukan kegiatan pemasaran untuk mempromosikan penjualan bibit mangga dari produsen ke konsumen.
3. Saluran pemasaran I yaitu kegiatan pendistribusian bibit mangga Arumanis dari petani ke konsumen secara langsung.
4. Saluran pemasaran II adalah kegiatan pendistribusian bibit mangga Arumanis dari petani ke konsumen melalui pedagang perantara.
5. Badan pemasaran adalah orang perseorangan atau lembaga yang terlibat langsung dalam penjualan benih mangga dari produsen ke konsumen akhir. Penangkar adalah orang yang membeli bibit mangga Arumanis dari petani, mengumpulkannya, dan menjualnya langsung ke pengguna akhir.
6. Petani bibit mangga Arumanis adalah petani yang membudidayakan bibit mangga Arumanis dan menjual hasil bibit mangga Arumanis Untuk pengguna akhir.

7. Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima dari produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir, yang dinyatakan dalam rupiah (Rp/Kg) per kilogram.



IV. GAMBARAN UMUM WILAH PENELITIAN

4.1. Lokasi geografis

Desa Tino adalah salah satu dari delapan desa. Kecamatan Tarowan, Kabupaten Jeneponto berada di tengah-tengah kecamatan Sebelah utara kecamatan Tarowan, sekitar ± 4 km dari kota ± 9 Km dari Kecamatan dan Kota Kabupaten Jeneponto.

4.2 administrasi desa

Desa Tino Tarowan, Kabupaten Jeneponto Luas ± 1100 Ha. Batas Batas desa adalah Secara administratif, batas desa ini yaitu :

- Berbatasan dengan Kabupaten Banteng di sebelah utara
- Di selatan berbatasan dengan Bonto Ujung
- Sebelah timur berbatasan dengan Laut Flores
- Sisi barat berbatasan dengan Desa Gantaran

Secara administratif, Desa Tino terdiri dari tiga wilayah pemukiman: Paccinogan, Bontolanga dan Kanan-kanan. Setiap pemukiman memiliki 3 rukun tetangga (RT/RW) Kepala Desa. Letak antar pemukiman saling berdekatan, sehingga hubungan antar pemukiman dalam hal transportasi, semuanya berjalan lancar. Sepeda motor dan kendaraan roda empat.

4.3 Topografi

Dari topografi desa Tino meliputi wilayah pesisir dan wilayah pesisir. Sebuah negara dengan ketinggian 03 meter di atas permukaan laut. Desa Tino

memiliki area perkebunan, persawahan, dan area pemancingan. Ini adalah sumber mata pencaharian bagi penduduk desa Tino. Jarak dari desa Tino Ibukota kabupaten ± 22km, dengan jarak tempuh 45 menit. Angkutan umum, jarak ke kecamatan ± 4km dengan jarak 15 Beberapa menit dengan sepeda motor.

4.4 Geologi

Desa Tino merupakan jenis tanah berwarna hitam keabu-abuan. Tanaman tersebut dapat ditanami dengan tanaman seperti padi, jagung, dan biji mangga. Penggunaan lahan alami oleh Masyarakat Desa Tino hal ini dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Penggunaan Peruntukan lahan di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto tahun 2015

No	Obyek	Luas	Keterangan
I. PEMUKIMAN DAN BANGUNAN			
1.1	Tempat Ibadah		
	a. Masjid Nurul Yaqin	15x20 (Bangunan)	Dusun Paccinongan
	b. Masjid Nurul Taqwa	12x11,30 (Bangunan)	Dusun Paccinongan
	c. Musallah TK/PA Jamiatul Qur'an	7x10 (Bangunan)	Dusun Bt. Langga
	d. Masjid Al- Muhajirin	10x11 (Bangunan)	Dusun Bt. Langga
	e. Masjid Nurul Tauhid	9x12 (Bangunan)	Dusun Bt. Langga
	f. Musallah Babul Jihad	7x10 (Bangunan)	Dusun Bt. Langga
	g. Musallah Nurul Iman	8x9 (Bangunan)	Dusun Bt. Langga
	h. Masjid Nurul Hidayah	14x15 (Bangunan)	Dusun Kanang-Kanang

	i. Musallah Baburrahman	7x9 (Bangunan)	Dusun Kanang-Kanang
	j. Musallah Miftahul Khayyir	9x10 (Bangunan)	Dusun Kanang-Kanang
1.2	Jalan Desa	9,04 Km ²	
1.3	Pasar	-	-
1.4	Sekolah		
	A. SD NO 11 Tino	47x50 (tanah)	Dusun Paccinongan
	B. TK Dharma Wanita	9x10 (Bangunan)	Dusun Paccinongan
	C. Mts DDI Dusun Bt. Bontolangga	Parangsi Alla 6x14 (Bangunan)	Bt. Bontolangga
	D. SD Inpres No 242 Kanang-Kanang	47x50 (Bangunan)) Dusun Bt. Langga
	E. SD No 43 Kanang-Kanang	35x42 (Bangunan)	Dusun Kanang-Kanang
1.5	Kantor Kepala Desa	24,8x21,9 (Tanah Bangunan)	Dusun Paccinongan
		10,9x15,6 (Bangunan)	
1.6	Lapangan Olahraga	100x120	Dusun Paccinongan
2	PERTANIAN		
2.1	Kebun Tradisional	-	-
2.2	Tanah Hutan	-	-
2.3	Lahan Tambak	-	-
2.4	Lahan Perkebunan	-	-
2.5	Hutan Lindung		--

3	RAWA		
3.1	Pantai produktif	-	-
3.2	Pantai non Produktif	-	-

Sumber : Data Hasil sensus Penduduk Desa Tino tahun 2015

4.5 Demografi Desa

Desa Tino memiliki iklim tropis karena curah hujan yang sangat rendah. Ada dua musim, musim kemarau dan musim hujan. Musim kemarau rata-rata berlangsung dari Mei hingga Oktober, dan musim hujan itu terjadi dari November hingga Maret. Curah hujan rata-rata per Tahun mencapai 90 mm dan suhu rata-rata 250 CF

4.6 Kependudukan

Berdasarkan hasil sensus 2015, jumlah penduduk desa Tino tercatat Sekitar 924 keluarga dengan rasio 820 laki-laki-perempuan 104 jiwa.

Tabel 2. Jumlah Penduduk berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Tino kecamatan Tarowang kabupaten jeneponto

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persen (%)
1	Laki-laki	1919	50
2	Perempuan	1914	50
	Total	3833	100

Sumber : Data Hasil bps Penduduk Desa Tino Tahun 2021

Pertumbuhan penduduk desa Tino Sebagai aturan, ibu sudah menggunakan alat kontrasepsi untuk mengatur jarak. Pengetahuan tentang persalinan tentang kesehatan ibu dan anak sangat tergantung pada ibu Karena sudah tahu kalau kegiatan posyandu itu ada setiap bulannya. Sebaran penduduk yang dapat mengontrol perkembangan anak usia dini tidak ada di semua

permukiman Sama-sama, ketiga pemukiman itu saling berdekatan dan kedekatan pemukiman itu cukup jauh dari ibu kota Desa.

Tabel 3. Jumlah Penduduk berdasarkan Kelompok Umur di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto

No.	Kelompok Umur	Laki - Laki	Wanita
1	0 - 5 Tahun	79	101
2	6 - 12 Tahun	267	278
3	13 - 18 Tahun	267	297
4	19 - 25 Tahun	293	432
5	26 - 40 Tahun	390	491
6	40 - 60 Tahun	484	90
7	> 60 Tahun	8	11
	Jumlah	1759	1900

Sumber : Data Hasil bps Penduduk Desa Tino

Tabel 4. Jumlah Penduduk berdasarkan Status Perkawinan Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto

No	status perkawinan	Laki-laki	wanita
1	Belum kawin	920	1022
2	Kawin	726	726
3	Cerai mati	45	63
4	Cerai hidup	68	89
	JUMLAH	1759	1900

Sumber : Data Hasil Sensus Penduduk Desa Tino tahun 2015.

Secara umum, masyarakat desa Tino melakukan pekerjaan utama mereka sebagai Petani hortikultura sawah dan petani benih mangga terdiri dari 924 KK, 513 KK bekerja sebagai petani di sawah dan kebun, petani berprofesi sebagai pembibitan mangga Arumanis, dan selebihnya berprofesi sebagai Pegawai dan berdagang. Berbagai jenis tanaman dibudidayakan, dari tanaman jangka pendek hingga tanaman jangka panjang. Pekerjaan ini dilakukan oleh pria dan wanita.

Hal ini terlihat jelas jika melihat data sensus tahun 2015. Tingkat kemiskinan di desa ini sangat tinggi dan jelas terdapat 924 kepala keluarga. 681

rumah tangga diklasifikasikan sebagai miskin dan sangat miskin. Sedangkan berdasarkan Pengamatan harian tidak menunjukkan bahwa desa ini termasuk dalam kategori yang sama ada beberapa keluarga miskin, terutama tingkat pendidikan Masyarakat dianggap cukup baik. Untuk keluarga dalam kategori Yang kaya dan satu-satunya sarana adalah mereka yang bekerja sebagai pejabat (PNS) dan pedagang

Tabel.5 Jumlah penduduk berdasarkan pekerjaan Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.

No	Jenis	Laki-laki	Wanita
1	Tidak bekerja	658	657
2	Mengurus rumah tangga		885
3	Pelajar/Mahasiswa	51	55
4	Pensiun	1	1
5	Pegawai sipil (PNS)	8	5
6	Tentara Nasional Indonesia (TNI)	4	
7	Kepolisian RI	1	
8	Pedagang	21	
9	Petani	315	
10	Peternak	5	
11	Nelayan	199	
12	Industri		5
13	Sopir	20	
14	Karyawan swasta/BUMN		
15	Buruh Harian lepas	3	
16	Buruh tani/pekebunan	166	10
17	Buruh peternakan		
18	Mekanik	11	
19	Tukan bangunan	67	
20	Honorer	230	280
	JUMLAH	1759	1900

Sumber : Data Hasil sensus Penduduk Desa Tino tahun 2015

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden Petani Bibit Mangga Arumanis

Identitas responden survei ini ialah analisis rantai pemasaran bibit mangga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto yang di uraikan dalam pembahasan berikut keadaan penduduk, Usia, tingkat pendidikan, jumlah keluarga. Ciri-ciri responden adalah sebagai berikut:

1. Usia

Usia responden merupakan salah satu faktor kunci yang berhubungan dengan produktivitas petani. melakukan usahatani bibit mangga Arumanis secara lebih baik usia diduga mempengaruhi produksi bibit mangga, semakin tua usia petani, semakin mampu mentolerir perubahan teknologi. Petani yang bekerja pada usia produktif akan berkinerja lebih baik dan maksimal dibandingkan dengan usia non produktif. Selain itu, umur dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk mengkonfirmasi aktivitas petani (Hasyim, 2006). Tabel tersebut menunjukkan umur petani yang diwawancarai di Desa Tino, Kecamatan Tarowan, Kabupaten Jeneponto pada Tabel 6.

Tabel 6. Umur Responden Petani Bibit Manga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.

NO	Tingkat umur (Tahun)	Jumlah (orang)	Persen(%)
1	<30	2	9%
2	30-50	17	74%
3	50>	4	17%
	Jumlah	23	100%

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 6 menerangkan bahwa jumlah responden tertinggi berada dalam kelompok 30-50 dengan jumlah persen 74% sedangkan kelompok umur sedang yaitu 50- dengan jumlah persentase 17% dan jumlah yang terendah berada pada usia <30 dengan persen 9%. Dari jumlah persen tertinggi yaitu 74% dimana kemampuan fisik yang masih prima serta pengalaman berusaha menjadikan petani yang produktif. Hal ini menunjukkan jumlah petani menengah memiliki tingkat keberhasilan yang tinggi di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.

2. Pendidikan responden

Tingkat pendidikan secara umum sangat mempengaruhi cara berpikir petani. Petani berpengetahuan tinggi akan lebih cepat menyerap inovasi dan perubahan teknologi. Hal ini terlihat dari perilaku pengelolaan bibit kartun Arumanis. Jika petani yang lebih terlatih sangat peka untuk menerapkan teknik yang lebih maju, perubahan teknologi pertanian sejalan dengan kemajuan teknologi dalam Bibit Manga Arumanis menunjukkan persentase petani menurut tingkat pendidikan. Tabel 7.

Tabel 7 Tingkat Pendidikan Responen Petani Bibit Mangga di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.

NO	Tinggu pendidikan	Jumlah (orang)	Persen(%)
1	SD	17	74
2	SMP	2	7
3	SMA/SMK	3	13
4	Tidak bersekolah	2	7
	Jumlah	23	100

Sumber: data primer yang sudah diolah 2021.

Tabel 7 menunjukkan bahwa persentase pendidikan yang tertinggi sesuai dengan pendidikan SD, presentase 74%, dimana setengah dari jumlah responden pembudidaya bibit mangga yang ada di lokasi penelitian tersebut berpendidikan SD, dan SMA dan SMK sebanyak 3 orang dengan jumlah presentase sebanyak 13% sedangkan untuk SMP dan tidak bersekolah memiliki jumlah yang paling rendah yaitu sebanyak 2 orang dengan masing-masing presentase 7%. Petani di Desa Tino, Kecamatan Tarowan, Kabupaten Jeneponto, mayoritas tamatan SD. Walaupun tingkat Pendidikan tergolong rendah, akan tetapi para petani juga mampu berusaha Bibit mangga Arumanis dengan hasil yang cukup baik, karena para pelaku usahatani Dia memiliki keterampilan yang diperoleh selama bertahun-tahun dan berbagi pengalamannya dengan petani lain.

3. Pengalaman Responden

Pengalaman bertani merupakan salah satu faktor yang berperan dalam keberhasilan kegiatan produksi di bidang pertanian. Semakin lama pengalaman bertani maka semakin banyak petani yang dapat melakukan kegiatan bertani. Secara umum, petani yang berpengalaman cenderung memiliki keterampilan yang lebih baik. Periode manajemen merupakan ukuran yang secara langsung mendukung keberhasilan manajemen. Para petani yang berpengalaman dan

berproduksi penuh serta didukung infrastruktur lebih cocok untuk menjadi lebih produktif dari pada mereka yang baru memulai. Tabel 8 menunjukkan pengalaman petani bibit mangga Arumanis.

Tabel 8 Pengalaman Berusahatani Responden Petani Bibit Mangga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowan Kabupaten Jenepono.

No	Pengalaman	Jumlah (orang)	Persen(%)
1	5-9	6	26
2	10-14	10	44
3	20	7	30
jumlah		23	100%

Sumber: data primer yang sudah di olah 2021.

Berdasarkan Tabel 8 pengalaman petani bibit mangga Arumanis di desa Tino kecamatan Tarowan Kabupaten Jenepono memiliki pengalaman usahatani yang berbeda-beda, dengan waktu maksimal sekitar 10-14 tahun, perbandingan 44% dan yang terendah 5-9 -tahun. Bahkan 6 orang pada tingkat persentase 26%.

4. Jumlah tanggungan keluarga

Jumlah tanggungan keluarga ialah banyaknya anggota keluarga yang menjadi tanggungan kepala keluarga dalam satu rumah tangga. Jumlah tanggungan keluarga berhubungan positif dengan biaya-biaya hidup yang dibutuhkan dalam tiap waktu, jumlah tanggungan keluarga yang besar seharusnya dapat menerapkan teknologi baru sehingga pendapatan petani meningkat (Soekartawi, 2003).

Tabel 9. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden Petani Bibit Mangga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarawang Kabupaten Jeneponto.

No	Banyak tanggungan	Jumlah responden	Persen (%)
1	1-3	12	52
2	4-5	9	39
3	6-7	2	9
	Jumlah	23	100

Sumber: data primer yang sudah di olah 2021

Dari Tabel 9, kita dapat melihat bahwa jumlah anggota keluarga maksimum adalah 1-3 dengan 12 orang memiliki 52 % bagian, dan jumlah minimum adalah 6-7 orang dengan 2 orang memiliki 9%. Hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab keluarga memiliki etek mendalam pada praktik bisnis petani. Semakin besar tanggung jawab yang dimiliki keluarga, semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan petani untuk memenuhi kebutuhan keluarga petani yang berusaha bertahan hidup, menambah pendapatan melalui Usahatani bersama keluarga.

5.2 Identitas lembaga Pemasaran Bibit Magga Arumanis

Agen pemasaran atau distributor adalah orang yang terlibat dalam pemasaran Bibu Mangga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowan Kabupaten Jeneponto yang terdiri dari pedagang besar dan pengecer. Responden adalah gambaran umum tentang status pedagang penjual, responden penjual. Identitas pedagang besar dalam survei ini meliputi umur, jumlah tanggungan, pendidikan terakhir, dan masa transaksi di Desa Tino, Kecamatan Tarowan, Kabupaten Jeneponto.

1. Pedagang besar

Pedagang besar adalah pedagang yang membeli barang dalam jumlah besar langsung dari petani untuk dijual kembali. Ada dua pedagang besar di

Desa Tino, Kecamatan Tarowan, Kabupaten Jeneponto. Dengan kata lain, Anto (49 tahun) yang memiliki 4 tanggungan keluarga. Pendidikan terakhir adalah STM. DG Tayang (59 tahun) dengan 3 tanggungan, Ijazah terakhir SMA.

Nama	Umur	Pendidikan	Lokasi
Anto	49	STM	Makassar
Dg Tayang	59	SMA	Gowa
Wiwin	32	SMK	Bulumba
H Neru	52	SMK	Jeneponto

Sumber: data primer yang sudah di olah 2021.

2. Pedagang pengecer

Pengecer adalah mereka yang membeli bibit mangga Arumanis dari pedagang besar dan menjualnya kembali ke konsumen. Bibit Mangga Arumanis, Desa Tino memiliki satu pedagang besar.

Nama	Umur	Pendidikan	Lokasi
Mublie	32	SMK	Makassar
Yudi	45	Sarjana	Makassar
Dg Sewang	49	SMA	Makassar
Hendra	35	Sarjana	Makassar

Sumber: data primer yang sudah di olah 2021

5.3. Saluran Pemasaran Bibit Mangga Arumanis

Sebuah lembaga pemasaran yang melakukan segala kegiatan untuk mengantarkan produk dari tangan produsen ke konsumen. Aktivitas alur penjualan bibit mangga Armanis di Desa Tino Kecamatan Tarowan Kabupaten Jeneponto dapat dipastikan dengan menelusuri alur penjualan bibit mangga dari tangan produsen (petani) hingga ke tangga pengguna akhir. Hal ini sangat penting untuk penyebaran produksi. Ini mengarah pada kegiatan pemasaran. Struktur saluran distribusi Desa Tino Kecamatan Tarowan Kabupaten Jeneponto terdiri dari empat

saluran distribusi yaitu produsen (petani), pedagang besar, pengecer dan konsumen akhir.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua pola saluran pemasaran bibit mangga arumanis yang melibatkan lembaga pemasaran yang terdiri dari produsen, pedagang besar, pengecer, dan pengguna akhir. Keberadaan agen pemasaran ini mempengaruhi besarnya margin pemasaran, perbedaan harga pemasaran, dan biaya pemasaran bibit Manga Arumanis oleh masing-masing agen pemasaran. Adapun pola saluran pemasaran yang terbentuk adalah sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran I



Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran Bibit Manga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jenepnto.

Gambar 2 menjelaskan bahwa saluran pemasaran di Desa Tino Kecamatan Tarowan Kabupaten Jeneponto memiliki lembaga pemasaran sebagai perantara penjualan Bibit Manga Arumanis, menunjukkan terbentuknya saluran pemasaran. Saluran distribusi pertama Bibit Manga Arumanis di Desa Tino, Kematan Tarowan, Kabupaten Jeneponto terdiri dari produsen, pedagang dan pengguna akhir. Dalam saluran pemasaran, produsen bertindak sebagai petani yang memproduksi bibit manga Arumanis dan menjual bibit mangga ke pedagang pemasaran, setelah itu pedagang besar bertindak sebagai perantara untuk menjualnya kembali ke pengguna akhir.

2. Saluran pemasaran II



Gambar 3. Pola saluran pemasaran bibit mangga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.

Pada foto ini dapat dijelaskan bahwa pola saluran distribusi kedua memiliki dua perantara yang menjual bibit mangga Arumanis: pedagang besar dan pengecer. Melalui saluran ini, petani menjual bibit mangga Arumanis langsung ke pedagang besar. Selain itu, pedagang besar menjual bibit mangga Arumanis yang dibeli dari petani ke pengecer, yang menjualnya ke pengguna akhir.

5.4 Peran Lembaga Saluran Pemasaran

1. Petani

Petani berperan sebagai produsen yang memproduksi bibit mangga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto yang melakukan proses pemasaran pada saat penelitian. Petani melakukan kegiatan pemasaran dengan didatangi oleh pedagang besar. Harga yang diterima petani didasarkan pada kualitas bibit Mangga dan harga pasar saat ini, dimana rata-rata petani bibit mangga bisa menghasilkan 2000 pohon dalam proses pembibitan mangga Arumanis.

2. Pedagang Besar

Pedagang besar secara langsung berhubungan dengan petani. Pedagang besar yang tujuannya menjual bibit mangga luar daerah Jeneponto. Pedagang besar melakukan pembelian bibit mangga kepada petani berupa bibit mangga

Arumanis 150 pohon dalam satu kali angkut. kemudian Pedagang besar menjual ke pengecer ke pengguna akhir.

3. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer biasanya berhubungan langsung dengan pedagang besar. Pedagang pengecer mengambil bibit mangga dari pedagang besar dan menjualnya langsung kepada konsumen. Pedagang pengecer membeli bibit mangga 25 pohon. Cara pembayaran dengan cara *cash*.

4. Konsumen

Pengguna akhir ialah yang membeli dari pedagang besar atau pedagang pengecer dengan harga yang di berikan oleh setiap lembaga pemasaran. Dimana konsumen biasanya membeli bibit mangga Arumanis dalam jumlah yang sedikitkin ataupun dalam skala besar.

5.5 Pemasaran Bibit Mangga Arumanis

pemasaran merupakan jumlah penjualan dan laba yang dihasilkan dan dapat menunjukkan baik tidaknya suatu sistem kinerja pemasaran. Analisis kinerja pemasaran dapat dilakukan dengan menghitung margin pemasaran, keuntungan, dan saham petani. Panjang saluran pemasaran yang ada tidak serta merta menunjukkan kinerja pemasaran produsen kepada konsumen. Ini tidak efisien. Suatu sistem dikatakan efisien jika memiliki saluran pemasaran yang panjang dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

1. Margin Pemasaran Bibit mangga

Margin pemasaran Bibit Mangga ialah selisih antara harga jual yang dinyatakan pelaku pasar dengan harga beli yang diterima pelaku pasar, atau

jumlah biaya dan keuntungan yang diterima pelaku pasar. Margin Pemasaran merupakan salah satu tolak ukur yang digunakan, oleh saluran pemasaran berbasis kinerja pemasaran untuk memperhitungkan kemampuan saluran pemasaran dalam menyampaikan produk. Margin pemasaran sangat penting bagi petani karena mengetahui margin pemasaran memungkinkan petani untuk memilih saluran pemasaran mana yang lebih menguntungkan bagi penanam bibit mangga di Desa Tino, Kecamatan Tarowan, Kabupaten Jeneponto. Hasil analisis margin pemasaran untuk masing-masing saluran pemasaran ditunjukkan pada tabel berikut.

Table. 10 Margin Pemasaran bibit mangga di Desa Tino Kecamatan Kabupaten Jeneponto

Saluran	Status	Harga Jual (Rp)	Harga Beli (Rp)	Margin
I	Petani	15.000		
	Pedagang besar	35.000	15.000	20.000
	Total			20.000
II	Petani	15.000		
	Pedagang besar	20.000	15.000	5.000
	Pedagang pengecer	40.000	20.000	20.000
	Total			25.000

Sumber: data primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan Tabel 10 menggambarkan Saluran Pemasaran I dimana pedagang besar membeli bibit mangga Arumanis dari petani dengan harga Rp. 15.000/pohon berdasarkan harga pasar lokasi survey. Di saluran distribusi, bibit mangga yang dibeli dijual di pasar kabupaten Bulukumba dan Bone dengan harga 35.000/pohon, memberikan margin pemasaran 20.000/pohon kepada pedagang besar. Saluran ini merupakan saluran terpendek yang hanya melibatkan

petani dan pedagang besar dan merupakan saluran pemasaran dimana pembayaran kepada petani dilakukan secara tunai.

Saluran II menjelaskan bahwa petani menjual bibit mangga Armanis ke pedagang besar dengan harga rata-rata Rp.15.000/pohon, kemudian pedagang besar menjual bibit mangga ke pengecer dengan harga jual rata-rata. Dijual dengan harga Rp.20.000/pohon. Dari data penjualan, kita dapat menentukan bahwa margin pemasaran pedagang besar adalah Rp.5.000 / pohon. Pengecer kemudian menjual bibit mangga ke konsumen akhir dengan harga Rp.40.000/phon, dengan margin Rp.20.000/pohon. Panjang Saluran Pemasaran II. Ini membawa margin pemasaran yang cukup tinggi Rp.20.000 / pohon. Dimana dalam saluran pemasaran ini yang paling menguntungkan didalam pemasaran ini, dimana pedagang pengecer hanya mengeluarkan biaya sangat sedikit. Dimana di setiap lembaga pemasaran memiliki keuntungan yang berbeda setiap pelaku pemasaran, mengakibatkan kepuasan setiap lembaga pemasaran berbeda setiap orangnya

Dengan kata lain, dalam penelitian yang dilakukan oleh Kaduk Janawati, Katut Dunia, dan Luh Indrayani (2013) menggunakan bahan jeruk, margin saluran I adalah Rp. 5000/kg, margin pemasaran untuk hasil penelitian ini di Saluran I adalah Rp 20.000/pohon, dimana komoditas bibit mangga margin saluran II bahan baku jeruk adalah Rp. Meski 8.000/kg, margin pemasaran produk bibit mangga adalah Rp. 20.000/pohon, pola saluran pemasaran. Pola pemasaran jeruk ialah 5 pola pemasaran, dan pola pemasaran bibit mangga ialah 2 pola pemasaran.

2. Keuntungan Pemasaran bibit mangga

Proses penjualan produk atau produk dari produsen ke konsumen melibatkan biaya seperti biaya pengiriman dan tenaga kerja, sehingga biaya pemasaran meningkat, begitu juga harga produk. Lihat Tabel 11 untuk menentukan biaya, keuntungan, dan margin pemasaran di tingkat agen pemasaran dari dua saluran pemasaran bibit mangga Arumanis.

Tabel 11. Biaya dan Keuntungan Pemasaran Bibit Mangga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto

Saluran Pemasaran	Margin Rp/pohon	Total Biaya Pemasaran (Rp)	Keuntungan Pemasaran (Rp)
Saluran I Petani Pedagan besar	20.000	900	19.100
Saluran II Petani Pedagan besar Pedagang pengecer	25.000	1.200	23.800

Data primer yang telah diolah 2021

Tabel 11 menunjukkan bahwa hanya satu petantara, yaitu pedagang besar di lokasi survei, yang terlibat dalam saluran pemasaran I. Pada saluran pemasaran Bibit Mangga Arumanis, biaya tenaga kerja dan pengiriman sebesar Rp. 150/pohon, margin pemasaran Rp.20.000/pohon maka keuntungan pemasaran pedagang besar adalah Rp. 20.000 / pohon. Saluran II yang terlibat dalam kegiatan ini adalah pedagang besar. Pedagang pengecer. Untuk biaya pemasaran, pedagang besar mengeluarkan biaya pemasaran berupa biaya pengiriman dan biaya tenaga kerja sebesar Rp900. / pohon, pengecer menanggung ongkos kirim

dan tenaga kerja Rp. 1200/pohon dan Rp. 5000 /kg margin pemasaran. Dengan demikian, total keuntungan pemasaran yang dihasilkan oleh pedagang besar dan pengecer dalam penjualan bibit mangga Armanis adalah sebesar Rp. 23.500/pohon.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pertimbangan penelitian yang telah diuraikan selama ini, dapat kami simpulkan bahwa:

1. Pola saluran pemasaran Desa Tino Kecamatan Tarowan Kabupaten Jeneponto memiliki 2 saluran pemasaran yang digunakan oleh petani. Saluran I (Petani-Pedagang besar-Konsumen), Saluran Pemasaran II (Petani-Pedagang besar-Pengecer-Konsumen).
2. Peran lembaga saluran pemasaran di Desa Tino Kecamatan Tarowan Kabupaten Jeneponto. Dari petani hingga konsumen akhir sangat penting bagi setiap lembaga pemasaran.
3. Margin pemasaran Desa Tino Kecamatan Tarowan Kabupaten Jeneponto yaitu saluran I, margin pemasaran sebesar Rp.20.000, margin pemasaran II Rp.25.000. Dari kedua area pemasaran tersebut, Anda dapat menyimpulkan pemasaran terbaik disalurkan ke II.

6.2 Saran

Berdasarkan temuan, Saran penyesuaian yang diajukan oleh penulis.

1. Petani sebaiknya memasarkan bibit mangga Arumanis secara langsung kepada konsumen akhir agar dapat meningkatkan keuntungan.
2. besarnya harga masing-masing saluran pemasaran menyebabkan tingginya biaya masing-masing agen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- [AAK] Aksi Agraris Kanisius. 2000. *Petunjuk Praktis Bertanam Buah dan Sayur*. Yogyakarta. Kanisius. [Depkes]
- Agromadia, R., 2001. *Teknik menanam durian*. Jakarta: penebar swadaya
- Ashari, S, dan Wahyuni, s 2010. *Kajian biologi produksi tanaman durian (Duriozibethinus, Murray)*. Jurnal hortikultura: 1-7
- Balai penelitian Tanah. 2008. *Budidaya Tanaman Mangga*. Bogor
- Dinar. 2017. *Saharan Tata Niaga Penangkaran bibit mangga Gedong Gincu* Kabupaten Majalengka. *Jurnal zira'ah*, 5(1), 31
- Dinas Pertanian Pembros Sumatra Selatan. 2001. *Sub sector hortikultura*. <http://pertaniansumsel.go.id/datahorti>. diakses pada tanggal 10 Oktober 2017.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2015. *Sub Sector Hortikultura*. <http://pertaniansumsel.go.id/datahorti>. diakses pada tanggal 10 Oktober 2017.
- Hasmin, 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ilhamiyah, 2004. *Analisis Kelayakan Usaha Pembibitan jeruk sistem Banjar Secara Okulasi Di kota Banjar Baru Provinsi Kalimantan Selatan*.
- Ichsan, M. C., & Wijaya, I. (2014). *Karakter morfologis dan Beberapa keunggulan mangga arumanis (Mangifera indica L.)*. *Agritrop Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 66-72.
- Jati, D, S, E. 2015. *Pengaruh Pemberian Modal Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pada Pt Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Margirizki Bantul*. Skripsi. Fakultas Dakwa dan Komunikasi, Universitas negeri Sunan kalijaga: Yogyakarta.
- Kurniawati, F. 2012. *Pengetahuan Dan Adaptasi petani Sayuran Terhadap Perubahan Iklim*. Thesis. Universitas Padjajaran Bandung, Bandung.
- Marista, B., 2009 *Strategi Pemasaran dan Kelayakan Finansial pada Usaha pembibitan karet di CV. Gotama kecamatan Banyuasin III kabupaten*

Banyuasin. Skripsi. (tidak dipublikasikan) Skripsi Program Sarjana Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya. Indralaya.

Mulyadi, 2010. *Prinsip pemasaran* Erlangga. Jakarta.

Mulyawati E. *Peran bahan desinfeksi perawatan saluran akar*. Maj. Ked. Gigi 2011;18(2):205-9.

Neneng. 2017. *Analisis Kelayakan Finansial Dan Strategi Pembagunan Usahatani Sadak Pondoh di Kelurahan Dempo Makmur Kecamatan Pagaram Utara Kota Pagar Alam*. Skripsi (tidak dipublikasikan) Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya.

Nopia, S dan Balkis. 2011. *Analisis Pendapatan Pola Tanam Beruntun Tanaman Hortikultura di Desa Bangoreh Kecamatan Pengarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara*. Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman, Kalimantan. Online

Panjarisman, A. 2009. *Analisis Sistem Agribisnis dan Kelayakan Finansial Usaha Pembibitan karet pada Skala Usaha Yang Berbeda Di penangkar Desa Pulau Harapan Kecamatan banyuasin III Kabupaten Banyuasin*. Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya, Indralaya.

Prastowo, N, J.M. Roshetko. 2006. *teknik pembibitan dan perbanyak vegetatif Tanaman Buah*. World Agroforestry center (ICRAF) dan Winrock Internasional, Indonesia. Bogor.

Rahardi F, et al. 2007. *Agribisnis tanaman Buah*. Penerbit Swadaya. Setiawan, A.I., 2009 *Kiat Memilih Bibit Tanaman Buah*. Jakarta Penerbit penerba Swadaya.

Soekartiwi, 2001. *Prinsip Dasar Manajemen pemasaran Hasil-hasil pertanian, teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada.

Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.

Wijiastuti, T.P. 2016. *Analisis Kelayakan Finansial dan Upaya Pembiayaan Usaha Bibitan jeruk Siam pada Penangkar di Desa Sukaraja Baru Kecamatan Indralaya Selatan Kabupaten Ogan Ilir*. Skripsi Program Sarjana Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya. Indralaya.

zhinta, Agustina., 2011. *Ilmu Usahatani*. UB Press. Malang.

L



N

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS RANTAI PEMASARAN BIBIT MANGGA ARUMANIS (*Mangifera Indica L.*) DI DESA TINO KECAMATAN TAROWANG KABUPATEN JENEPONTO

Kuisoner Responden Usahatani Bibit Mangga Arumanis

A. Identitas Responden

1. Nama Responden
2. Umur
3. Pendidikan Terakhir
4. Jumlah Tangunan
5. Luas Lahan

B. Daftar Pertanyaan Untuk petani Responden

1. Berapa hasil produksi bibit mangga dalam satu kali tanam?
Jawab:
2. Berapa harga bibit mangga yang bapak ibu jual perpohon?
Jawab:
3. Apakah bapak ibu mendapat keuntungan apa bila langsung menjual kepedagang pengepul?
Jawab:
4. Apakah bapak ibu mendapatkan keuntungan apa bila langsung menjual ke pedagang besar?
Jawab:

5. Apakah bapak ibu mendapatkan keuntungan jika menjual kepada pedagang pengecer?

Jawab:

6. Dari ke tiga pedagang tersebut berapa harga bibit mangga yang harus di bayar setiap pedagang?

1. Pedagang pengepul

Jawab:

2. Pedagang besar

Jawab:

3. Pedagang pengecer

Jawab:

7. Biaya-biaya pemasaran

No.	Keterangan	Biaya (Rp)
1		
2		
3		

Lampiran kuensioner penelitian

I. Identitas responden

a. Nama responden :

b. Umur :

c. Pendidikan terakhir:

d. Jumlah tanggungan :

II. Daftar pertanyaan pedagan pengepul

1. berapa harga beli bibit mangga?

Jawab:

2. berapa harga jual bibit mangga?

Jawab:

3. biaya-biaya pemasaran?

No.	Keterangan	Biaya (Rp)
1.		
2.		

★ Lahiran kuensioner penelitian

I. Identitas responden

a. Nama responden

b. Umur

c. Pendidikan terakhir

d. Jumlah tanggungan

II. Daftar pertanyaan pedagan besar

1. berapa harga beli bibit mangga?

Jawab:

2. berapa harga jual bibit mangga?

Jawab:

3. biaya-biaya pemasaran?

No.	Keterangan	Biaya (Rp)
1.		
2.		
3.		

Lampiran kuensioner penelitian

I. Identitas responden

- a. Nama responden
- b. Umur
- c. Pendidikan terakhir
- d. Jumlah tanggungan

II. Daftar pertanyaan pedagan pengecer

- 1. berapa harga beli bibit mangga?
Jawab:
- 2. berapa harga jual bibit mangga?
Jawab:
- 3. biaya-biaya pemasaran?

No.	Keterangan	Biaya (Rp)
1.		
2.		
3.		

Lampiran. 1 Identitas responden petani bibit mangga Arumanis di Desa Tino
Kamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto

No	Nama	Umur (Tahun)	Luas Lahan (Are)	Jumlah Tangunan	Pengalaman bertani	Tingkat Pendidikan
1	Yusuf Dg Jarrek	38	5	4	10	SD
2	Lallo	38	10	3	10	Tidak Sekolah
3	Making M	43	10	3	20	SD
4	Iskandar	30	5	4	20	Tidak Sekolah
5	Asriadi	28	5	3	8	SMA
6	Ali	32	5	3	10	SD
7	Dg Patta	40	7	4	6	SD
8	Dg Liwang	30	5	4	7	SD
9	Uppik	33	10	5	5	SD
10	Ilyas	32	4	4	6	SD
11	Dg Nuru	42	5	3	11	SD
12	Ridho Dg Lolo	35	5	5	11	SD
13	Dg Lewa	50	5	2	12	SD
14	Dg Limpo	33	10	3	15	SD
15	Dg Pukding	62	7	2	15	SD
16	Pudding	30	5	4	10	SD
17	Jaya	28	5	3	8	SMA
19	Kr Totopo	40	10	6	16	SD
20	Dg erok	34	7	3	18	SD
21	Ali	39	5	2	12	SD
22	Kahar	28	10	4	11	SMK
23	DG Rahing	42	15	6	16	SMP

Lampiran. 2 Karakteristik harga jual dan sasaran pemasaran bibit mangga Arumanis Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.

No	Nama	Luas Lahan (Are)	Jumlah Produksi	Harga Jual (Rp/Phon)	Sasaran penjualan
1	Jusuf Dg Jarrek	5	2000	15000	Pedagan besar
2	Lallo	10	5000	15000	Pedagan besar
3	Making M	10	5000	15000	Pedagan besar
4	Iskandar	5	2000	15000	Pedagan besar
5	Asriadi	5	2000	15000	Pedagan besar
6	Ali	5	2000	17000	Konsumen
7	Dg Patta	7	5000	15000	Pedagan besar
8	Dg Liwang	5	2000	18000	Konsumen
9	Uppik	10	5000	16000	produsen
10	Ilyas	4	2000	15000	Pedagan besar
11	Dg Nuju	5	2000	16000	Konsumen
12	Ridho Dg Lolo	5	2000	15000	Pedagan besar
13	Dg Lewa	5	2000	16000	Pedagan besar
14	Dg Limpo	10	7000	15000	Pedagan besar
15	Dg Pudding	7	3000	15000	Pedagan besar
16	Pudding	5	4000	15000	Pedagan besar
17	Jaya	5	5000	15000	Pedagan besar
19	Kr Tompo	10	5000	15000	Pedagan besar
20	Dg erok	7	6000	18000	Konsumen
21	Ali	5	2000	15000	Pedagan besar
22	Kahar	10	5000	15000	Pedagan besar
23	DG Rahing	7	5000	15000	Pedagan besar

Lampiran. 3 Biaya-biaya pemasaran bibit mangga Arumanis Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.

No	Nama	Luas Lahan (Are)	Jumlah Penjualan	Biaya-biaya pemasaran			Total biaya
				polibag	karung	plastik	
1	Yusug Jarrek Dg	5	2000	35000	38000	15000	88000
2	Lallo	10	3000	35000	40000	13000	88000
3	Making M	10	4500	14500	38000	13000	65500
4	Iskandar	5	2000	14500	38000	13000	65500
5	Asriadi	5	2000	35000	38000	15000	88000
6	Ali	5	2000	14500	38000	13000	65500
7	Dg Patta	7	3000	35000	38000	15000	88000
8	Dg Liwang	5	2000	35000	38000	13000	86000
9	Uppik	10	4000	14500	38000	15000	67500
10	Ilyas	4	2000	35000	40000	13000	88000
11	Dg Nuju	5	2000	14500	40000	15000	69500
12	Ridho Dg Lolo	5	2000	25000	40000	13000	78000
13	Dg Lewa	5	2000	14000	35000	13000	62000
14	Dg Limpo	10	4000	23000	23000	14000	60000
15	Dg Pukding	7	3000	23000	34000	15000	72000
16	Puddung	5	4000	15000	39000	14000	68000
17	Jays	5	3000	35000	38000	15000	88000
19	Kr Kompo	10	5000	14500	40000	13000	67500
20	Dg erok	7	4000	35000	38000	14000	87000
21	Ali	5	2000	14000	38000	13000	65000
22	Kahar	10	4000	13000	38000	13000	64000
23	DG Rahing	15	4000	35000	38000	15000	88000

Lampiran. 4 Biaya-biaya pemasaran saluran I dan II Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto

Nama	Status	Harga beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Margin Pemasaran (Rp)	biaya Pemasaran		Total biaya (Rp)
					Transportasi (x ribu)	tenaga kerja (x ribu)	
saluran I							
Mas Anto	Pedagang besar	15000	30000	15000	150	300	450
wiwin	Pedagang besar	15000	35000	20000	150	300	450
Jumlah		30.000	65.000	35.000	300	600	900
Rata-rata		15000	32.500	17500	150	300	450
Saluran II							
H Neru	Pedagang besar	15000	30000	15000	150	300	450
Dg Tayang	Pedagang besar	15000	30000	15000	150	300	450
Muhlis	pedagang pengecer	20000	40000	20000	50	20	70
Dg Sewan g	pedagang pengecer	25000	50000	25000	50	10	60
Yudi	pedagang pengecer	20000	50000	30000	50	30	80
Hendra	pedagang pengecer	20000	40000	20000	50	40	90
Jumlah		115000	240000	125000	600	700	1200
Rata-rata		19.000	40.000	21.000	100	117	200

Margin Pemasaran

$$Mp = Pr - Pf$$

□ Margi Pemasaran Saluran I

Pedagang Besar : $35.000 - 15.000 = 20.000$ Rp/pohon

□ Margin Pemasaran Saluran II

Pedagang besar : $20.000 - 15.000 = 5000$ Rp/pohon

Pedagang pengecer : $40.000 - 20.000 = 20.000$ Rp/pohon

Lampiran. 5 Keuntungan pemasaran bibit mangga Arumanis di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jeneponto.

Saluran pemasana	Margin pemasaran	Total biaya pemasaran	Keuntungan pemasaran
Saluran I			
Petani			
Pedagang besar			
Konsumen	15000	2708	20.000
Saluran II			
Petani			
pedagang besar			
Pedagang pengecer	20000	1850	25.000



Gambar. Lokasi Penelitian



Gambar. Lokasi penelitian.

Lampiran. Dokumentasi



Gambar. 1 Wawan cara dengan petani (M, 53 Tahun).



Gambar. 2 wawan cara dengan pedagang besar (A, 49 Tahun)



Gambar. 3 gambar bibit mangga yang siap di pasarkan

RIWAYAT HIDUP



AKBAR, lahir pada tanggal 1 Maret 1997 di Tino, kecamatan Tarowang Kabupaten Jenepono. Anak ke dua dari empat bersadara dari pasangan bapak Ibrahim dan ibu Nursiah. Riwayat pendidikan penulis. Memulai pendidikan di SDN 11 Tino dan lulus pada tahun 2009.

Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMP N 2 Tarowang dan lulus pada tahun 2012. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMK DARUL ULUM PANAIKAN dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis. Karena adanya motivasi dan ketekunan untuk belajar, penulis telah berhasil mengerjakan skripsi sebagai tugas akhir. Semoga dengan penulisan ini mampu memberikan pengaruh positif pada dunia pendidikan.

Selama mengikuti perkuliahan penulis pernah magang di pt Astra Agro Lestari Tbk. Berkat rahmat, doa dan karunia-Nya sehingga penulis menyelesaikan skripsi dengan karya yang berjudul "Analisis Pemasaran Bibit Mangga Arumanis (*Mangifera indica* L) Di Desa Tino Kecamatan Tarowang Kabupaten Jenepono.



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

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin NO 259 Makassar 90221 Tlp. (0411) 868972, 861593, Fax (0411) 865088

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 : Akbar
Nim : 10561107216
Program Studi : Agribisnis

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Amunisi Batas
1	Bab 1	7%	10%
2	Bab 2	7%	25%
3	Bab 3	10%	10%
4	Bab 4	3%	10%
5	Bab 5	3%	10%
6	Bab 6	4%	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 Januari 2022

Mengetahui

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,

Nurrah, S.Hum, M.L.P.
NIM: 964 591

BAB I - Akbar 105961107216

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

3%

★ adoc.pub

Internet source

Exclude quotes

Exclude bibliography

turnitin

Exclude matches



AB II - Akbar 105961107216

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

MATCH - ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

7%

★ docplayer.info

INTERNET SOURCE



BAB III - Akbar 105961107216

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES ONLY SELECTED SOURCES

2%

★ journal.unmasmataram.ac.id
Internet Source



BAB IV - Akbar 105961107216

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE)

3%

★ fr.scribd.com

Internet Source



turnitin

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

Exclude matches

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

BAB V - Akbar 105961107216

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCE

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCES PRINTED)

2%

★ repo.uinsatu.ac.id

Original Source



BAB VI - Akbar 105961107216

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

5%

★ docobook.com

Internet Source

Exclude quotes

On

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

Off

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN



PEMERINTAH KABUPATEN JENEPONTO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Ishaq Iskandar No. 30 Bontosunggu Telp. (0419) 2410044 Kode Pos 92311

IZIN PENELITIAN

Nomor: 73.4/291/IP/DPMPTSP/JP/X/2021

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Teknologi;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
3. Rekomendasi Tim Teknis Izin Penelitian Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Jeneponto Nomor : 287/X/REK-IP/DPMPTSP/2021.

Dengan ini memberikan Izin Penelitian Kepada :

Nama : **AKBAR**
Nomor Pokok : **105961107216**
Program Studi : **AGRIBISNIS**
Lembaga : **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
Pekerjaan Peneliti : **MAHASISWA (S1)**
Alamat Peneliti : **BONTOLANGGA**
Lokasi Penelitian : **DESA TINO KAB JENEPONTO**

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka **MENELITI** dengan Judul :

ANALISIS PEMASARAN BIBIT MANGGA ARUMANIS (MANGIFERA INDICA L.) DI DESA TINO KECAMATAN TAROWANG KABUPATEN JENEPONTO

Lamanya Penelitian : **2021-08-03 s/d 2021-10-23**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
3. Menyerahkan 1 (satu) exemplar Foto Copy hasil penelitian kepada Badan Penanaman Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Jeneponto Cq. Bidang Penelitian & Pengembangan.
4. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini dibenarkan untuk dipergunakan sebagaimana maksudnya.

13/10/2021 21:45:09



Ditetapkan di : Jeneponto
Pada Tanggal : 13 Oktober 2021

KEPALA DINAS,



HI. MERIYANI, SP. M. SI

Pembina Utama Muda

NIP: 19690202 199803 2 010

Dokumen ini merupakan dokumen yang sah dan tidak memerlukan tanda tangan serta cap basah dikarenakan telah ditandatangani secara digital menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi

Tembusan Kepada Yth.:

1. Bupati Jeneponto di Jeneponto
2. Arsip

