

**ANALISIS PEMASARAN KOMODITAS KEMIRI DI DESA
KASERALAU KECAMATAN BATULAPPA
KABUPATEN PINRANG**

**ARDAWIA
105961110720**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIAH MAKASSAR
2024**

**ANALISIS PEMASARAN KOMODITAS KEMIRI DI DESA
KASERALAU KECAMATAN BATULAPPA
KABUPATEN PINRANG**

**ARDAWIA
105961110720**

SKRIPSI

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

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pemasaran Komoditas Kemiri di Desa Kaseralau
Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

Nama : Ardawia

Stambuk : 105964110720

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

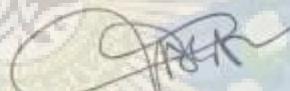
Disetujui

Pembimbing Utama



Ir. Rasdiana Mudatsir, S.P., M.Si
NIDN. 0905078606

Pembimbing Pendamping



Sablan, S.P., M.Si
NIDN. 0911119101

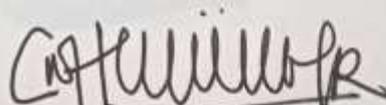
Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd., IPU
NIDN. 0926036803

Ketua Program Studi Agribisnis

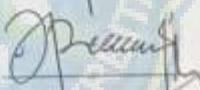


Dr. Nadir, S.P., M.Si
NIDN. 0909068903

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Pemasaran Komoditas Kemiri di Desa Kaseralau
Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang
Nama : Ardawia
Stambuk : 105961110720
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

KOMISI PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. <u>Ir. Rasdiana Mudatsir, S.P., M.Si</u> Ketua Sidang	
2. <u>Sahlan, S.P., M.Si</u> Sekretaris	
3. <u>Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P</u> Anggota	
4. <u>Dr. Andi Rahayu Anwar, S.P., M.Si</u> Anggota	

Tanggal Lulus : 29 Mei 2024

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Analisis Pemasaran Komoditas Kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang** 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 manapun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini.

Makassar, 29 Mei 2024

Ardawia
105961110720

ABSTRAK

ARDAWIA. 105961110720. Analisis pemasaran komoditas kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang. Dibimbing oleh Rasdiana Mudatsir dan Sahlan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran komoditas kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani kemiri sebanyak 120 orang. Penentuan sampel petani dilakukan dengan cara *simple random sampling*, data yang diperoleh ada 18 orang petani kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang. Penentuan sampel pedagang dilakukan dengan *snowball sampling* dengan menelusuri sampel, data yang diperoleh ada 2 orang pedagang yaitu 1 pedagang pengumpul, 1 pedagang besar(luar kabupaten).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran komoditas kemiri terdapat 2 saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran I, petani menjual kemiri kepada pedagang pengumpul kemudian dari pedagang pengumpul dijual ke konsumen. Saluran pemasaran II, petani menjual kemiri ke pedagang pengumpul kemudian dijual kembali ke pedagang besar dari pedagang besar dijual kembali ke konsumen. Margin saluran pemasaran I adalah Rp 5.000/Kg dan margin saluran pemasaran II Rp 6.500/Kg.

Kata Kunci: *Kemiri, Margin, Saluran Pemasaran*

ABSTRACT

ARDAWIA. 105961110720. *Marketing analysis of candlenut commodities in Kaseralau Village, Batulappa Subdistrict, Pinrang Regency. Supervised by Rasdiana Mudatsir and Sahlan.*

This study aims to determine the marketing channels and margins of candlenut commodities in Kaseralau Village, Batulappa District, Pinrang Regency.

The population in this study were all 120 candlenut farmers. Determination of farmer samples was carried out by simple random sampling, the data obtained were 18 hazelnut farmers in Kaseralau Village, Batulappa District, Pinrang Regency. Determination of the trader sample was carried out by snowball sampling by tracing the sample, the data obtained were 2 traders, namely 1 collector trader, 1 large trader (outside the district).

The results showed that the marketing of candlenut commodities there are 2 marketing channels, namely marketing channel I, farmers sell candlenuts to intermediary traders then from intermediary traders sold to consumers. Marketing channel II, farmers sell candlenuts to intermediary traders then sell them back to large traders from large traders sold back to consumers. The margin of marketing channel I is Rp 5,000/Kg and the margin of marketing channel II is Rp 6,500/Kg.

Keywords: *Candlenut, Margin, Marketing Channel*

PRAKATA

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga karya ilmiah yang berjudul “Analisis Pemasaran Komoditas Kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang “ ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam tak lupa pula penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan pendidikan jenjang strata satu (S-1) pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tinggi kepada:

1. Ibunda Ir. Rasdiana Mudatsir, S.P., M.Si selaku pembimbing utama yang senantiasa meluangkan waktu tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan, arahan, petunjuk bagi penulis dalam rangka penulisan skripsi ini.
2. Bapak Sahlan, S.P., M.Si selaku pembimbing pendamping yang senantiasa memberikan nasehat dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
3. Ibunda Dr. Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd., IPU selaku Dekan Fakultas

Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Bapak Dr. Nadir, S.P., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar dan bapak Muh. Ikmal Saleh, S.P., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Orang tua dan saudara-saudara saya tercinta dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan banyak support moral maupun materi serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan segudang ilmu kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan yang telah kebersamai selama penulisan skripsi.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Semoga segala nikmat dan karunia Allah swt senantiasa tercurahkan kepada hamba-Nya. Aamiin.

Makassar, 29 Mei 2024

Ardawia
105961110720

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iv
PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Komoditas Kemiri	6
2.2 Pemasaran Pertanian.....	7
2.3 Saluran Pemasaran.....	8

2.4 Margin Pemasaran	9
2.5 Penelitian Terdahulu	11
2.6 Kerangka Berpikir	13
III. METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian	16
3.2 Teknik Penentuan Sampel	16
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	17
3.4 Teknik Pengumpulan Data	17
3.5 Teknik Analisis Data	18
3.6 Defenisi Operasionl	19
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	20
4.1 Kondisi Geografis	20
4.2 Kondisi Demografis	20
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	25
5.1 Identitas Responden	25
5.2 Saluran Pemasaran	30
5.3 Margin Pemasaran	33
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	35
6.1 Kesimpulan	35
6.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA.....	36
LAMPIRAN	39
RIWAYAT HIDUP	56

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
	<i>Teks</i>	
1.	Luas Area, Produksi Produktivitas dan Petani Kemiri di Kabupaten Pinrang 2022	3
2.	Penelitian Terdahulu	11
3.	Daftar Nama Dusun Dan Jumlah RK	20
4.	Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.....	21
5.	Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Usia Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang	21
6.	Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian Masyarakat Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.....	21
7.	Keadaan Sarana Dan Prasarana Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang	22
8.	Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Umur Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.....	24
9.	Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.....	25
10.	Pengalaman Petani Kemiri Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang	26
11.	Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.....	27

12. Jumlah Petani Berdasarkan Saluran Pemasaran Yang Digunakan Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang	30
13. Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Komoditas Kemiri Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang	30



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Analisis Pemasaran Komoditas Kemiri Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang	15
2.	Saluran Pemasaran Komoditas Kemiri Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.....	30



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Identitas Responden	40
2.	Dokumentasi	41
3.	Peta Lokasi Penelitian.....	43
4.	Surat Izin Penelitian	44
5.	Surat Keterangan Telah Selesai Penelitian	47
6.	Surat Keterangan Bebas Plagiat.....	48



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemiri (*Aleurites Moluccana (L.) Willd*) merupakan salah satu pohon serbaguna yang sudah dibudidayakan secara luas di dunia. Jenis ini merupakan jenis asli Indo-Malaysia dan sudah diintroduksi ke Kepulauan Pasifik sejak jaman dahulu. Di Indonesia, kemiri telah lama ditanam, baik untuk tujuan komersial maupun subsisten untuk menunjang kehidupan masyarakat sehari-hari, terutama bagi masyarakat Indonesia bagian timur. Jenis ini dapat digunakan untuk berbagai tujuan; bijinya dapat digunakan sebagai bahan media penerangan, masakan dan obat-obatan, sedangkan batangnya dapat digunakan untuk kayu (Baharuddin et al., 2021).

Tanaman kemiri adalah tanaman pohon besar yang termasuk dalam tanaman rempah. Kemiri sendiri merupakan tumbuhan yang memiliki banyak manfaat dan memberikan pedapatan yang besar kepada masyarakat. Pohon kemiri (*Aleurites moluccana*) merupakan pohon yang menghasilkan bahan-bahan industri sejak lama kita kenal. Hampir semua bagian atau produk tanaman ini dapat dimanfaatkan dan memiliki nilai ekonomi (Ismail et al., 2019).

Pohon kemiri (*Aleurites Moluccana Willd.*) merupakan jenis tanaman yang mudah ditanam cepat tumbuh dan tidak banyak faktor pembatas untuk dapat tumbuh kembang dengan baik. Produk utama pohon kemiri adalah kemiri isi, namun bagian-bagian lainnya pun dapat dimanfaatkan. Sehingga pohon kemiri sering disebut pohon serbaguna. Buah kemiri isi memiliki banyak manfaat dalam kehidupan sehari-hari selain digunakan untuk keperluan bumbu dapur, kemiri isi

juga dapat digunakan untuk obat-obatan dan kecantikan, dapat dimanfaatkan sebagai sumber energi dan bahan bakar nabati (Muthmainnah et al., 2021).

Kemiri mempunyai nilai ekonomi tinggi yaitu dapat digunakan sebagai penyedap makanan sampai bahan baku industri dan perabot rumah tangga. Di Indonesia kemiri tersebar luas di hampir seluruh wilayah nusantara. Kemiri merupakan komoditi yang mempunyai prospek pasar yang cukup luas, baik di dalam maupun di luar negeri. Sayangnya, pemanfaatan kemiri di Indonesia masih terbatas pada penggunaan tradisional seperti bumbu masak dan obat tradisional dan jarang diproduksi secara komersial. Mengingat kemiri merupakan komoditi yang dimiliki Indonesia dan jumlahnya berlimpah hingga dapat menjadi komoditi andalan ekspor. Apabila kemiri ini dapat diolah menjadi produk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi seperti biodiesel, tentu akan lebih menguntungkan bagi Indonesia (Chynintya & Paramita, 2016).

Salah satu Provinsi penghasil kemiri terbesar di Indonesia adalah Sulawesi Selatan, dengan produksi kemiri sebanyak 14.899 ton pada tahun 2019, 12.898 ton pada tahun 2020, 11.801 ton tahun 2021 (Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, 2023). Sulawesi Selatan memiliki beberapa kabupaten yang juga memproduksi kemiri salah satunya yaitu Kabupaten Pinrang. Pada tahun 2022 produksi kemiri di Kabupaten Pinrang mencapai 458,4 ton (Badan Pusat Statistik Kabupaten Pinrang, 2023). Untuk mengetahui luas area, produksi dan produktivitas komoditi kemiri di Kabupaten Pinrang dapat dilihat data tabel 1.

Tabel 1. Luas Areal, Produksi, Produktivitas dan Tanaman Kemiri di Kabupaten Pinrang

No.	Kecamatan	Luas Areal (Ha)	Produksi (Ton)	Petani (KK)	Produktivitas (Ton/Ha)
1.	Suppa	-	-	-	-
2.	Mattiro sompe	-	-	-	-
3.	Lanrisang	-	-	-	-
4.	Mattiro bulu	-	-	-	-
5.	Watang sawitto	-	-	-	-
6.	Paleteang	-	-	-	-
7.	Tiroang	-	-	-	-
8.	Patampanua	5,0	2,4	11	4,80
9.	Cempa	-	-	-	-
10.	Duampanua	47,0	12,0	60	2,55
11.	Batulappa	445,0	235,0	385	5,28
12.	Lembang	340,0	209,0	969	6,15
Jumlah		837,0	458,4	1425,0	5,48

Sumber : (Badan Pusat Statistik Kabupaten Pinrang, 2023)

Berdasarkan data dari tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah produksi terbanyak di Kabupaten Pinrang adalah Kecamatan Batulappa yaitu sebanyak 235,0 ton dan luas areal kemiri di Kecamatan Batulappa adalah yang paling luas di tahun 2022. Produktivitas kemiri Kecamatan Batulappa sebanyak 5,28 ton/ha. Dengan potensi tersebut petani di Kecamatan Batulappa khususnya Desa Kaseralau masih menghadapi masalah dalam memasarkan hasil produksinya, karena harga yang tidak menentu karena fluktuasi harga yang terjadi setiap saat. Hal terjadi karena jarak antara pedagang dengan petani yang cukup jauh sehingga petani memasarkan kemiri langsung di desa tanpa membawa kepasar kecamatan karena jarak yang relative jauh. Dengan sistem pemasaran tersebut petani kemiri di Desa Kaseralau tidak mendapatkan harga yang sesuai dengan hasil produksinya karena perubahan harga biasa terjadi setiap minggunya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penullis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Pemasaran Komoditas Kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran komoditas kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang?
2. Berapa margin pemasaran komoditas kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah :

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran komoditas kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.
2. Untuk menganalisis margin pemasaran komoditas kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya dan untuk memperluas bacaan akademis di perpustakaan guna memperluas pengetahuan dan wawasan mahasiswa.

2. Sebagai bahan pertimbangan petani dalam mengevaluasi pemasaran langsung dan tidak langsung komoditas kemiri di Desa Kaselalau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komoditi Kemiri

Menurut suparlan (2007) Biji kemiri memberikan kegunaan-kegunaan lain seperti minyak cat, varnish, bumbu pangan, obat-obatan dan kosmetik serta sebagai sumber minyak dalam industri. Setiap biji mempunyai karakteristik lipidia yang berbeda tergantung pada komposisi asam lemak penyusunnya dan bagaimana asam lemak tersusun dalam struktur trigliserida dalam biji. Lemak dan minyak dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dalam industri pangan dan non pangan (Hidayat, 2019).

Kemiri merupakan tanaman asli dari Indonesia dan tersebar di Asia Tenggara, Polinesia, Asia Selatan, dan Brazil. Kemiri (*Aleurites moluccana*) mengandung flavonoid, polifenol, vitamin, folat, protein, karbohidrat, tanin, alkaloid, saponin, steroid, dan terpenoid. Masyarakat memanfaatkan kemiri untuk menumbuhkan rambut, menyembuhkan luka kulit, ulser, diare, asma, dan meningkatkan efek analgesik (Anaba et al., 2021)

Kemiri merupakan tanaman serbaguna yang penting di Indonesia. Inti kemiri telah digunakan untuk berbagai tujuan baik sebagai bahan dasar bumbu masak dan bahan farmasi. Produksi kemiri bertujuan untuk konsumsi lokal dan ekspor (Koji 2000). Biji kemiri tergolong buah batu karena berkulit keras menyerupai tempurung dengan permukaan luar yang kasar berlekuk. Tempurung biji ini tebalnya sekitar 3 - 5 mm, berwarna coklat atau kehitaman. Kemiri yang bersumber dari suatu daerah memiliki tingkat kekerasan (*firmness*) yang berbeda dengan daerah yang lain (Sinaga et al., 2016).

Kemiri adalah tumbuhan yang bijinya dimanfaatkan sebagai sumber minyak dan rempah-rempah. Tumbuhan ini masih sekerabat dengan singkong dan termasuk dalam suku *Euphorbiaceae*. Dalam perdagangan antarnegara dikenal sebagai *candleberry*, *indian walnut*, serta *candlenut*. Pohonnya disebut sebagai *varnish tree* atau *kukui nut tree*. Minyak yang diekstrak dari bijinya berguna dalam industri untuk digunakan sebagai bahan campuran cat dan dikenal sebagai tung oil (Muthmainnah et al., 2021).

2.2 Pemasaran Pertanian

Pemasaran merupakan aktivitas yang sangat penting bagi Perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sekarang sudah banyak pesaing yang memiliki produk yang sejenis, perusahaan harus bisa menentukan strategi yang tepat agar perusahaan bisa terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Perusahaan harus melakukan inovasi produk agar produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan para konsumen dan dapat memuaskan mereka (Lutfi, 2019).

Menurut Daryanto (2011) mengemukakan pengertian pemasaran sebagai berikut: “Suatu proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain” dalam (Baharuddin et al., 2021).

Ada lima faktor yang menyebabkan mengapa pemasaran itu penting, yaitu jumlah produk yang dijual menurun, pertumbuhan penampilan perusahaan juga menurun, terjadinya perubahan yang diinginkan konsumen, kompetensi yang semakin tajam, terlalu besarnya pengeluaran untuk penjualan. Untuk komoditi pertanian, pemasaran terjadi bukan saja ditentukan oleh empat aspek yaitu

kebutuhan yang mendesak, tingkat komersialisasi produsen (petani), keadaan harga yang menguntungkan, karena peraturan (Kotler dan Keller 2016) dalam (Sinulingga, 2023).

2.3 Saluran Pemasaran

Kotler dan Armstrong (2008) mendefinisikan saluran pemasaran (saluran distribusi) adalah sekelompok organisasi yang saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Perusahaan dapat merancang saluran distribusi mereka untuk membuat produk dan jasa tersedia bagi pelanggan dengan cara yang berbeda. Masing-masing lapisan perantara pemasaran yang melakukan sejumlah pekerjaan dalam membawa produk dan kepemilikannya lebih dekat kepada pembeli akhir adalah tingkat saluran (*channel level*). Karena produsen dan konsumen akhir sama-sama melakukan sejumlah pekerjaan, mereka menjadi bagian dari semua saluran dalam (Putri et al., 2018).

Menurut Kotler dan Keller dalam (Hardiansyah, 2018) Saluran pemasaran konsumen terbagi atas beberapa macam yaitu:

1. Saluran tingkat *nol/zero-level channel* (saluran pemasaran langsung) Terdiri dari produsen yang menjual langsung ke pelanggan akhir.
2. Saluran tingkat Satu mengandung satu perantara penjualan, seperti pengecer.
3. Saluran tingkat dua mengandung dua perantara, dalam pasar konsumen biasanya pedagang pengumpul dan pengecer.

4. Saluran tingkat tiga mengandung tiga perantara, seperti pedagang pengumpul, pedagang besar, pengecer.

Menurut Kotler Keller 2009, saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir. Saluran pemasaran berfungsi untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari mereka yang memerlukan atau menginginkannya dalam (Mulyaningsih, 2022).

Menurut Levens (2010), saluran pemasaran memiliki fungsi penting, antara lain: mengumpulkan informasi mengenai konsumen, kompetitor, dan lingkungan pemasaran; mengembangkan komunikasi untuk merangsang pembelian; menemukan kesepakatan harga dan komponen pendukung lainnya; memberikan perkiraan pesanan kepada manufaktur; mengumpulkan dan memindahkan produk melalui saluran pemasaran; menyediakan kredit dan pilihan pembelian lainnya bagi konsumen; dan mengawasi penjualan aktual dari produk atau jasa pada konsumen maupun bisnis dalam (Normayanti et al., 2023).

2.4 Margin Pemasaran

Pengertian marjin pemasaran menurut Saipuddin (2002) Pengertian marjin pemasaran adalah perbedaan harga suatu barang yang diterima produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen yang terdiri dari : biaya-biaya untuk menyalurkan atau memasarkan dan keuntungan lembaga pemasaran atau marjin itu adalah perbedaan harga pada suatu tingkat pasar dari harga yang dibayar dengan harga yang diterima. Marjin pemasaran atau marjin tataniaga adalah perbedaan

antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen, dalam (Haruna, 2017).

Menurut Effendy Dan Anwar (2002) Margin pemasaran merupakan pandangan harga dan biaya dalam pemasaran. Biaya pemasaran adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam proses transfer barang (produk) dari produsen sampai pada konsumen akhir. Pembiayaan pemasaran adalah pembiayaan kegiatan dan investasi modal terhadap barang dan fasilitas-fasilitas yang diperlukan dalam proses tataniaga. Besar kecilnya biaya tataniaga hasil peternak tergantung dari volume (besar kecilnya) lembaga-lembaga tataniaga melakukan kegiatan fungsi-fungsi tataniaga, dan jumlah fasilitas yang diperlukan dalam proses transfer barang dalam (Keloay et al., 2022).

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986) dalam (Haruna, 2017), margin tataniaga (pemasaran) adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar pada penjual pertama (Pr) dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir (Pf) yang jika dituliskan dalam suatu rumus :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M = Margin pemasaran

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Judul penelitian	Metode analisis data	Hasil penelitian
1.	Analisis pemasaran kemiri (<i>Aleurites Muloccana Willd.</i>) (studi kasus: desa kuning 1 kec.bambel kua cane),(Hidayat, 2019)	Metode kuantitatif	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). Saluran pemasaran didaerah penelitian terdiri dari dua saluran pemasaran, saluran pemasaran yang pertama dari petani ke pedagang pengumpul, dan pedagang pengumpul ke pabrik. Saluran pemasaran kedua dari petani agen kecil lalu dari agen kecil ke pedagang pengumpul (agen Besar) lalu dari pedagang pengumpul ke pabrik. 2). Biaya pemasaran terdiri dari biaya transportasi, tenaga kerja, karung goni, dan biaya pengeringan untuk pedagang pengumpul (agen Besar). 3). Share margin yang di peroleh pada saluran I sebesar 79.63% dengan biaya pemasaran sebesar Rp. 378,3/Kg. Share margin yang di peroleh pada saluran II sebesar 82% dengan biaya pemasaran sebesar Rp. 546/Kg. 4). Efisiensi pemasaran pada saluran I sebesar 6,079% < 50%, Efisiensi pemasaran pada saluran II sebesar 11,11% < 50%.
2.	Analisis pemasaran biji kemiri (<i>Aleurites Mollucana(L.) Willd</i>) di desa bakubakulu kecamatan palolo Kabupaten sigi,(Rura et al., 2014)	Metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran kemiri di Bakubakulu. Yang pertama adalah dari petani ke pengepul kecil ke pengepul besar di Bakubakulu ke pedagang besar di Kabupaten Mamuju, Sulawesi Barat. Jalur kedua adalah dari petani ke pedagang pengumpul besar di Bakubakulu ke pedagang besar di Mamuju. Hasil analisis marjin pemasaran total kemiri di Bakubakulu adalah

No	Judul penelitian	Metode analisis data	Hasil penelitian
3.	Analisis Pemasaran Kemiri Rakyat Di Desa Perbulan, Kecamatan Laubaleng, Kabupaten Karo, (Singarimbung, 2013)	Metode kuantitatif	<p>sama yaitu 6,97%. Hasil analisis efisiensi pemasaran kemiri di Bakubakulu berbeda untuk setiap saluran. Efisiensi pemasaran saluran pertama sebesar 1,12% dan saluran kedua sebesar 1,67%: Saluran pemasaran, kemiri, total margin, tingkat efisiensi pemasaran</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat saluran pemasaran kemiri. Rata-rata margin pemasaran yang diperoleh petani adalah 69,75%, pedagang pengumpul menerima rata-rata margin pemasaran 17,21%, pedagang desa menerima rata-rata margin pemasaran 1,90%, rata-rata margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul kabupaten 5,16% dan pedagang pengumpul kabupaten menerima margin pemasaran sebesar 5,43%. Pemasaran kemiri yang terjadi di Desa Perbulan secara umum sudah efisien. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran II dengan tingkat pemasaran II dengan efisiensi pemasaran sebesar 2,34%.</p>
4.	Analisis Margin Pemasaran Kemiri Di Kecamatan Kabola Kabupaten Alor (Demang, 2012)	Metode kuantitatif	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran pertama rata-rata margin pemasaran merupakan selisih harga di tingkat konsumen dan petani sebesar Rp5.020,24/ kg. Harga rata-rata di tingkat pengecer sebesar Rp21.186,90/ kg dan harga rata-rata di tingkat petani (Rp 16.166,67/ kg). Terlihat margin pemasaran berkisar antara Rp4.500/ kg sampai dengan Rp5.150/ kg dengan kisaran harga di tingkat pengecer sebesar Rp.</p>

No	Judul penelitian	Metode analisis data	Hasil penelitian
			16.100/ kg sampai dengan Rp.24.000/ kg dan kisaran harga di tingkat petani adalah Rp. 11.000/ kg sampai dengan Rp.19.000/ kg. Terdapat variasi harga pada setiap lembaga pemasaran karena setiap lembaga pemasaran mengeluarkan biaya pemasaran yang berbeda-beda sehingga harganya pun berbeda-beda. Pada proses pemasaran baik rata-rata margin pemasaran di tingkat konsumen maupun di tingkat petani adalah sebesar Rp 4.321,43/ kg. Margin tersebut merupakan rata-rata selisih harga jual di tingkat pengecer sebesar Rp22.607,14/ kg dan rata-rata di tingkat petani sebesar Rp. 18.285,71/ kg
5.	Saluran Pemasaran Kemiri (<i>Aleurites Moluccana Willd</i>) Di Hutan Kemasyarakatan Oi Rida Desa Maria Utara Kecamatan Wawo Kabupaten Bima, (Iga Tirta Mutia Anggriani & Sitti Latifah, 2023)	Metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran dalam sistem pemasaran di Hutan Kemasyarakatan Oi Rida. Analisis efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran satu (petani-pengepul-pengecer konsumen)

2.6 Kerangka Berpikir

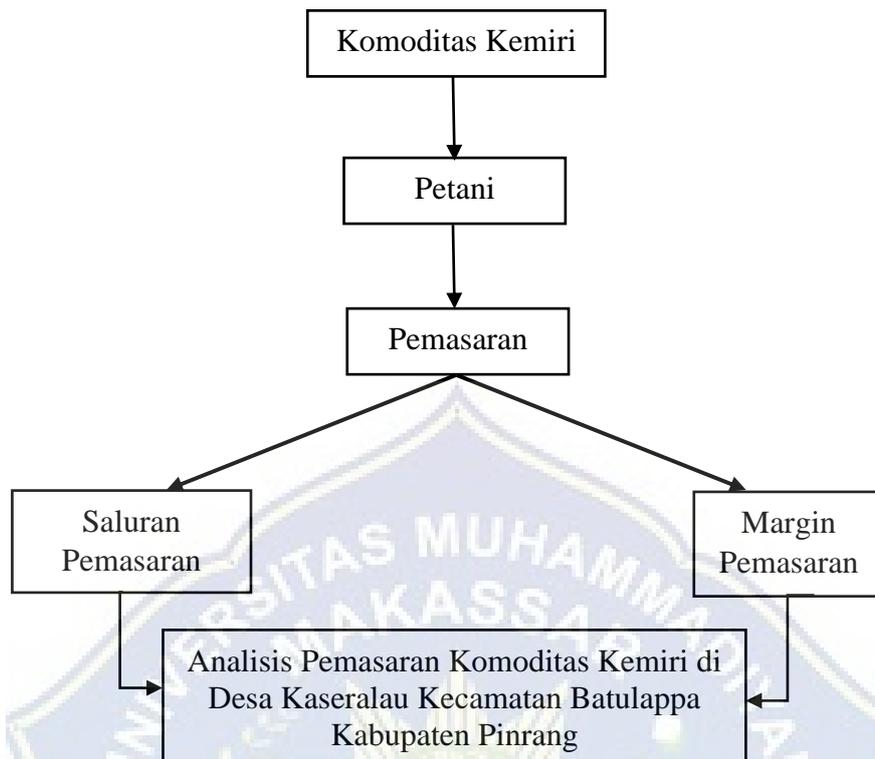
Pemasaran pertanian merupakan kegiatan menyampaikan produk pertanian dari produsen hingga kepada konsumen. Produk tersebut akan melalui jalur pemasaran yang dapat berbeda panjang pendeknya. Saluran pemasaran kemiri dapat dimulai dari petani sebagai produsen diteruskan ke pedagang pengumpul, pedagang pengecer hingga kepada konsumen. Setiap saluran akan melakukan fungsi pemasaran untuk menyampaikan informasi dari petani hingga konsumen

akhir. Fungsi pemasaran tersebut antara lain pembelian, penjualan, packing, transportasi, marketing loss, risk taking, pembiayaan.

Margin pemasaran adalah perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani produsen. Margin pemasaran atau marketing margin terdiri dari biaya-biaya untuk melakukan fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga-lembaga pemasaran. Lembaga-lembaga pemasaran yang melakukan fungsi pemasaran akan menimbulkan biaya. Dalam saluran pemasaran yang melibatkan pedagang terdapat perbedaan harga antara petani dengan harga di tingkat konsumen akhir.

Panjang pendeknya pemasaran dipengaruhi oleh jumlah lembaga yang ikut dalam pemasaran. Dengan begitu lembaga yang terlibat dalam proses pemindahan tersebut ingin memperoleh keuntungan dari biaya-biaya yang telah dikeluarkan dengan menekan harga atau menaikkan harga jual. Hal ini juga mempengaruhi berapa besar kecilnya harga yang diterima dan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Apabila yang terjadi adalah pemasaran yang panjang maka harga yang diterima pemilik usaha kecil dan harga yang dibayarkan konsumen tinggi. Begitu juga sebaliknya apabila rantai pemasaran pendek maka harga yang diterima produsen tinggi.

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan diatas, maka kerangka berpikir dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Analisis Pemasaran Komoditas Kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kaseralau, Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang. Dengan alasan karena Desa Kaseralau merupakan salah satu desa yang penduduknya ada yang melakukan usahatani kemiri. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2024.

3.2 Teknik Penentuan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan subyek penelitian. Penentuan sampel berdasarkan jumlah populasi yang ada yaitu apabila jumlah responden kurang dari 100 maka sampel diambil semua sehingga penelitian yang dilakukan merupakan penelitian populasi. Sedangkan apabila jumlah responden lebih dari 100, maka sampel yang diambil sebanyak 10% - 25% atau lebih (Budianto, 2013).

Populasi dalam penelitian ini adalah petani kemiri yang berjumlah 120 orang di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang Pinrang dari jumlah tersebut 15% diambil sebagai sampel. Dengan cara $\frac{15}{100} \times 120 = 18$ orang petani kemiri sebagai sampel. Penentuan sampel dilakukan dalam penelitian di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang diambil dari populasi dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Penentuan sampel pedagang menggunakan metode *snowball sampling* sehingga mendapatkan sampel pedagang 2 orang terdiri dari 1 pedagang pengumpul dan 1 pedagang besar (luar kabupaten).

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang diperoleh dari wawasan berupa tanggapan yang diberikan oleh informan berupa data lisan dengan penjelasan tentang kemiri. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan petani, pedagang dan konsumen meliputi harga ditingkat petani dan masing-masing dari lembaga pemasaran dengan menggunakan kuisioner yang telah disusun sebelumnya. Sedangkan data sekunder adalah data yang diambil dari instansi terkait untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, serta instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah.

1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung dengan petani kemiri.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada petani kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten

Pinrang untuk memperoleh informasi. Wawancara dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau daftar pertanyaan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik dokumentasi dipergunakan untuk melengkapi sekaligus menambah keakuratan, kebenaran data atau informasi yang dikumpulkan dari bahan-bahan dokumentasi yang ada di lapangan serta dapat dijadikan bahan dalam pengecekan keabsahan data. Analisis dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen yang berada ditempat penelitian atau yang berada diluar tempat penelitian yang ada hubungannya dengan penelitian tersebut.

3.5 Teknik Analisis Data

1. Untuk menjelaskan saluran pemasaran menggunakan analisis deskriptif kualitatif.
2. Untuk menjelaskan margin pemasaran menggunakan rumus margin pemasaran.

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M = Margin pemasaran

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp/Kg).

3.6 Definisi Operasionl

Untuk menghindari kerancuan dan kesalahan pemahaman pengertian dalam penelitian ini, maka dirumuskan beberapa batasan operasional sebagai berikut:

1. Komoditas kemiri adalah salah satu komoditi yang ditanam di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.
2. Petani Kemiri adalah petani yang membudidayakan tanaman kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.
3. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang datang ke lokasi dan membeli kemiri tanpa perantara.
4. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli kemiri dari pedagang pengumpul dalam jumlah besar di luar kabupaten.
5. Konsumen adalah seorang atau sekelompok orang yang membeli kemiri untuk dipakai sendiri atau diolah menjadi makanan maupun obat-obatan.
6. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan untuk konsumen dengan harga yang diterima produsen.
7. Saluran pemasaran adalah proses petani kemiri menyalurkan hasil produksinya kepada konsumen.
8. Pemasaran adalah proses distribusi kemiri dari petani ke konsumen.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Kondisi Geografis

Desa Kaseralau merupakan salah satu dari lima desa yang ada di Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang. Desa Kaseralau terdiri dari tiga desa yaitu Desa Bamba Loka, Desa kaseralau, dan Desa Paleleng. Desa Kaseralau merupakan desa pertanian dan perkebunan.

Pembagian wilayah desa Wilayah administratif Desa Kaselalau terdiri atas tiga desa, yakni Desa Kaselalau, Desa Bamba Loka, dan Desa Paleleng, serta berjumlah enam Kesatuan Keluarga (RK). Di bawah ini daftar nama desa dan nomor RK.

Tabel 3. Daftar Nama Dusun dan Jumlah RK

No.	Nama desa	Jumlah RK
1.	Bamba loka	2
2.	Kaseralau	3
3.	Paleleng	1

Sumber : *Profil Desa Kaseralau, 2024*

Berdasarkan tabel 3, jumlah dusun yang ada di wilayah desa kasarelau terdapat 3 dusun, yaitu dusun Bamba Loka dengan jumlah 2 RK, disusul dusun kasarelau dengan 3 RK. Yang terakhir adalah desa Paleleng yang memiliki 1 RK.

4.2 Kondisi demografis

a. Keadaan Penduduk Berdasarkan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Penduduk desa kaseralau sebanyak 692 KK dengan jumlah jiwa 1.856 orang persentase perbandingan jumlah penduduk perempuan dengan laki-laki sebagai berikut.

Tabel 4. Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)	Persentase(%)
1.	Laki-laki	913	49
2.	Perempuan	943	51
Total		1856	100

Sumber : Profil Desa Kaseralau, 2024

Berdasarkan tabel 4 diatas jumlah total penduduk di desa kaseralau sebanyak 1856 jiwa dengan jumlah penduduk sebanyak 913 jiwa laki-laki dan 943 jiwa penduduk perempuan.

b. Keadaan penduduk berdasarkan Tingkat umur

Penyebaran Penduduk Desa Kaseralau berdasarkan tingkat umur sangat beragam, untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel 5.

Tabel 5. Penyebaran Penduduk Berdasarkan Tingkat Umur Dan Jenis Kelamin Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

No.	Umur (tahun)	Laki-laki	Perempuan	Jumlah(jiwa)	Persentase(%)
1.	0-9	183	203	386	21
2.	10-19	230	226	456	25
3.	20-29	160	158	318	17
4.	30-39	104	115	219	12
5.	40-49	107	96	203	11
6.	50-59	64	66	130	7
7.	60-69	35	51	86	5
8.	70-keatas	30	28	58	3
Total		913	943	1.856	100

Sumber : Profil Desa Kaseralau,2024

Berdasarkan tabel 5, dapat disimpulkan bahwa jumlah usia anak dan remaja perempuan jauh diatas jumlah anak dan remaja laki-laki. Begitupun pada kelompok usia lainnya, jumlah perempuan lebih dominan dari jumlah laki-laki.

c. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Desa Kaselalau merupakan salah satu desa tertinggal di Kabupaten Pinrang. Karena buruknya infrastruktur di desa ini, apalagi akses menuju desa ini masih melalui jalan tanah, sebagian besar masyarakat desa ini sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani. Berikut adalah persentase pekerjaan masyarakat desa kaseralau.

Tabel 6. Keadaan penduduk berdasarkan Mata Pencaharian Masyarakat Di Desa Kaseralau. Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

No.	Mata pencaharian	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	Petani	1340	97,3
2.	ASN	7	1
3.	Buruh Tani	20	1,4
4.	Perangkat desa	9	0,6
	Total	1376	100

Sumber : *Profil Desa Kaseralau, 2024.*

Persentasi jenis mata pencaharian di Desa kasarelau berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas mata pencaharian masyarakat adalah petani, disusul oleh buruh tani dan perangkat desa. Saat ini, jumlah penduduk yang bekerja sebagai perangkat desa sangat sedikit, yaitu 0,6% dari total penduduk.

d. Sarana Dan Prasarana

Sarana adalah suatu alat yang dapat dipergunakan untuk mencapai tujuan, sedangkan prasarana adalah jembatan untuk menuju tingkat sarana. Aktivitas dan kegiatan suatu wilayah sangat tergantung dari sirkulasi perekonomian wilayah tersebut, oleh karena itu sarana dan prasarana sosial ekonomi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dalam bidang Pembangunan.

Jenis sarana yang ada di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang sebagian besar berupa sarana pendidikan, sarana tempat ibadah. Keadaan sarana dan prasarana di Desa Kaseralau dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Keadaan Sarana Dan Prasarana Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

No.	Sarana dan Prasarana	Jumlah
1.	Masjid	5
2	Mushollah	2
3	Taman Kanak-Kanak Dan Paud	5
4	SD	4
5	SMP	2
6.	POSKEDES	1
7.	POLINDES	1

Sumber : *Profil Desa Kaseralau, 2024*

Tabel 7 menjelaskan bahwa sarana dan prasarana yang ada di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang Sebagian besar adalah untuk kegiatan Pendidikan dan keagamaan Dimana jumlah sekolah SD 4, SMP 2, dan TK/PAUD 5. Untuk masjid ada 5 mushollah ada 2. Sarana dan prasarana di desa kaseralau masih belum memadai.

e. Keadaan Pertanian

Potensi pertanian di Desa Kaseralau sangat bagus untuk kedepannya. Sebagian besar masyarakat Desa Kaseralau memiliki mata pencaharian sebagai petani. Sehingga terdapat banyak komoditas yang mereka tanam sesuai dengan kebutuhan mereka. Komoditas pertanian yang terdapat di Desa Kaseralau antara lain: komoditas padi, jagung, cabai, bawang merah, kemiri, kakao, jahe, dan lain lain.

Hasil pertanian di Desa Kaseralau banyak di konsumsi sendiri artinya hasil pertanian mereka tidak secara komersil (tidak untuk dijual hanya untuk memenuhi kebutuhan sendiri), khususnya untuk tanaman padi hasil panennya tidak untuk

dijual hanya untuk konsumsi pribadi saja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Tetapi untuk komoditas cabai, jagung, jahe, dan bawang merah, hasil panennya selain untuk konsumsi pribadi juga untuk dijual kepada pedagang.



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden Petani

5.1.1 Umur Responden

Usia produktif adalah usia penduduk antara 15-59 tahun dan usia non produktif antara 0-14 tahun serta lebih atau sama dengan 60 tahun (Hi.Posi & Yunus, 2023). Usia merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan seseorang dalam bekerja dan cara berpikirnya. Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Tingkat Umur di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

No.	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1.	32-37	4	22
2.	38-43	5	28
3.	44-49	4	22
4.	50-55	4	22
5.	<58	1	6
Jumlah		18	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024

Tabel 8 menunjukkan bahwa umur petani kemiri paling banyak pada kelompok umur 38-43 tahun yaitu sebanyak 5 orang dengan persentase 28% sedangkan kelompok umur paling sedikit adalah <58 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 6%. Hal ini menunjukkan bahwa umur petani kemiri di desa kaseralau termasuk umur produktif. Mengingat petani berada pada usia produktif, diharapkan petani mampu mengenali pasar dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan pendapatan usahatani.

5.1.2 Tingkat Pendidikan Petani Kemiri

Pendidikan berpengaruh terhadap pola pikir petani. Semakin tinggi tingkat pendidikan petani maka ia akan lebih dinamis, berani mananggung resiko dan inovatif dibandingkan dengan petani yang berpendidikan rendah (Baru et al., 2020). Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD/Sederajat	3	16,6
2.	SMP/Sederajat	2	11,1
3.	SMA/Sederajat	12	66,7
4.	S1	1	5,5
	Jumlah	18	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024

Tabel 9 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan yang telah ditempuh petani responden lebih banyak pada tingkat SMA sebanyak 12 orang dengan persentase 66,7%. Kemudian SD dan SMP sebanyak 5 orang dengan persentase 27,8%, dan yang paling sedikit S1 sebanyak 1 orang dengan persentase 5,5%. Hal ini menunjukkan rata-rata tingkat pendidikan petani responden tinggi.

5.1.3 Pengalaman Berusahatani Kemiri

Petani kemiri di Desa Kaseralau memiliki pengalaman yang berbeda-beda dalam menanam kemiri, dan pengalaman bertahun-tahun biasanya mempengaruhi keterampilan dan kemampuan petani. Pengalaman berusahatani responden dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Pengalaman Petani Kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

No.	Pengalaman petani kemiri (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	7-9	8	44
2.	10-12	4	22
3.	13-15	5	28
4.	16-18	0	0
5.	<19	1	6
Jumlah		18	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024

Tabel 10 menunjukkan bahwa terdapat pengalaman petani responden paling lama selama 7-9 tahun yaitu sebanyak 5 orang dengan persentase 44% dan petani responden yang berpengalaman paling sedikit selama <19 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 6%. Semakin lama pengalaman yang dimiliki dalam bertani, semakin mudah pula memproduksi dan memasarkan kemiri. Orang dengan pengalaman yang dimiliki dapat mempengaruhi cara kerja karena semakin lama petani berusaha kemiri maka semakin besar juga pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh petani.

5.1.4 Jumlah Tanggungan Keluarga Responden

Jumlah tanggungan keluarga yang dimaksud adalah jumlah individu / orang yang ditanggung oleh seorang kepala keluarga dalam satu rumah. Jumlah tanggungan keluarga ini akan mempengaruhi berapa jumlah pengeluaran setiap harinya. Selain itu memiliki jumlah tanggungan yang besar akan menimbulkan beban ekonomi yang besar pula. Tanggungan dalam keluarga adalah istri dan anak-anak disamping itu juga bisa merupakan keluarga atau saudara dekat yang tinggal menumpang kepada responden (Yusri, 2020). Jumlah persentase petani responden

berdasarkan jumlah anggota keluarga di Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

No.	Jumlah tanggungan keluarga (orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	2	3	17
2.	3	3	17
3.	4	4	22
4.	5	2	11
5.	6	6	33
Jumlah		18	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024

Tabel 11 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak berdasarkan jumlah tanggungan yaitu 6 orang sebanyak 6 orang dengan persentase 33% dan yang terendah jumlah tanggungan 5 orang sebanyak 2 orang dengan persentase 11%.

5.1.5 Identitas Responden Pedagang

Kegiatan pendistribusian barang dari produsen ke konsumen terdapat pedagang perantara atau disebut juga sebagai lembaga pemasaran. Pedagang atau lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kemiri di Desa Kaseralau adalah pedagang pengumpul dan pedagang besar di luar kabupaten. Layaknya suatu pengalaman dan pola pikir yang cermat dalam hal ini umur, pendidikan dan pengalaman sangat mempengaruhi keberhasilan dalam berdagang.

Pak Imran adalah seorang pedagang pengumpul yang berasal dari Desa Kaseralau, ia berdagang selama 4 thun dan saat ini pak Imran berusia 45 tahun dengan tanggungan keluarga sebanyak 4 orang. Pak Imran hanya membeli kemiri dari petani (produsen) di Desa Kaseralau dengan cara pedagang langsung

medatangi rumah petani. Pedagang pengumpul menjual kemiri langsung ke pedagang besar.

Umur pedagang pengumpul tergolong dalam usia produktif yaitu 45 tahun. Pada usia produktif, pedagang masih mampu bekerja dengan baik didukung dengan fisik yang kuat serta mental dalam melaksanakan peran sebagai pemasaran komoditas kemiri dari produsen ke konsumen.

Tingkat Pendidikan pedagang pengumpul adalah SMP. Tingkat Pendidikan berpengaruh terhadap cara pandang pedagang pengumpul dalam menganalisis kebutuhan pasar. Lama usaha pada pedagang pengumpul adalah 4 tahun. Hal ini akan berpengaruh pada proses pemasaran karena semakin lama pengalaman maka semakin cepat bagi pedagang untuk memasarkan kemiri karena sudah cukup dikenal oleh konsumen.

Ibu nur adalah pedagang besar yang telah berdagang selama 6 tahun dan saat ini berusia 51 tahun dengan tanggungan keluarga sebanyak 3 orang. Ibu nur adalah pedagang yang membeli kemiri dari dalam dan luar Desa Kaseralau dan dari pedagang pengumpul dalam dan luar Desa Kaseralau. Pedagang melakukan pembelian kemiri di tempat tinggal dan di pasar sentral Kota Enrekang.

Umur pedagang besar masih tergolong produktif yaitu 51 tahun. Pada usia produktif, pedagang masih mampu berkerja dengan fisik yang kuat serta mental dalam menyalurkan pemasaran kemiri ke konsumen. Tingkat Pendidikan pedagang besar adalah SMA. Hal ini akan berdampak pada cara pandang pedagang dalam menganalisis kebutuhan pasar khususnya mekanisme pemasaran. Hal ini akan meningkatkan keuntungan pedagang.

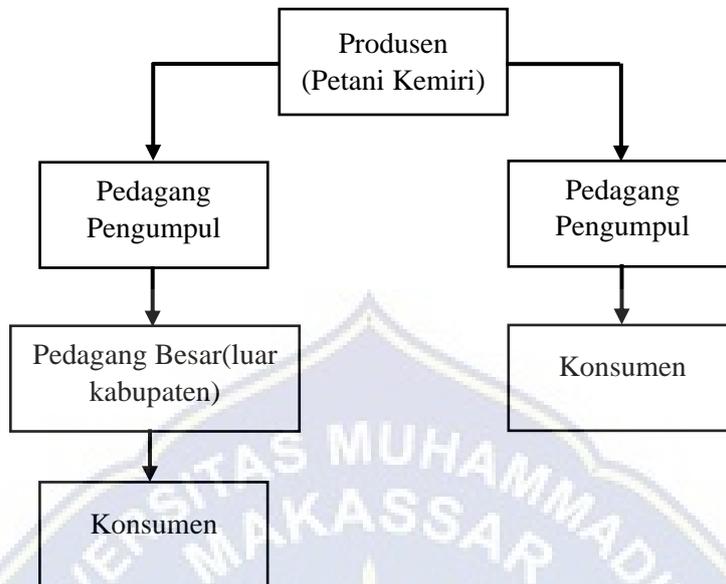
Pengalaman dalam berdagang pedagang besar adalah 6 tahun. Jika dilihat dari pengalaman berdagang sudah termasuk lama. Hal ini akan mempengaruhi proses pemasaran karena semakin lama pengalaman berusaha maka semakin cepat bagi pedagang untuk memasarkan produksi kemiri karena sudah cukup dikenal oleh konsumen dan sudah memiliki pembeli atau pelanggan tetap.

5.3 Saluran Pemasaran

Dalam penelitian ini, saluran pemasaran dapat ditemukan dalam sistem pemasaran, yang mencakup lembaga pemasaran dan aktivitas yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran. Peran lembaga pemasaran sangat penting untuk memperluas distribusi kemiri dari produsen ke konsumen. Di Desa Kaseralau terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan kemiri yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang besar(diluar kabupaten).

Petani bertindak sebagai produsen dalam pemasaran kemiri dan pihak pertama dalam menyalurkan kemiri. Dalam memasarkan kemiri petani menjualnya secara langsung atau melalui perantara pedagang pengumpul.

Pedagang pengumpul adalah pedagang perantara yang aktif membeli dan mengumpulkan kemiri dari petani dan menjualnya ke pedagang pengecer atau ke pedagang besar yang ada diluar kota. Setelah kemiri dipanen dan diproses untuk dipisahkan dari cangkangnya maka hal yang dilakukan petani sebagai produsen adalah meyalurkan kemirinya. Dari informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan responden, saluran pemasaran kemiri di Desa Kaseralau yaitu sebagai berikut.



Gambar 3. Saluran Pemasaran Komoditas Kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

Ket:

Saluran I : Petani-Pedagang Pengumpul-Konsumen.

Saluran II : Petani-Pedagang Pengumpul-Pedagang Besar (luar kabupaten)-
Konsumen

Berdasarkan gambar 3 saluran pemasaran komoditas kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Betulappa Kabupaten Pirang melalui beberapa saluran yaitu:

a. Saluran pemasaran I

Pada saluran pemasaran I, petani menjual kemirinya kepada pedagang pengumpul (pak Imran) penjualan dilakukan dengan cara pedagang penumpul(pak Imran)mendatangi langsung rumah petani untuk membeli kemiri kemudian pedagang pengumpul(pak Imran) menjual kembali kemiri ke konsumen(ibu wati) yaitu orang yang menggunakan kemiri sebagai bumbu masakan yang sudah berlangganan di pak imram untuk membeli kemiri untuk dijadikan bumbu masakan

yang dijual. Penjualan dilakukan secara langsung dengan mendatangi langsung pedagang(pak Imran) diwaktu-waktu tertentu.

b. Saluran pemasaran II

Pada saluran pemasaran II petani menjual kemiri ke pedagang pengumpul (pak imran) dengan cara mendatangi langsung rumah petani kemudian dari pedagang pengumpul menjualnya ke pedagang besar (luar kabupaten) dengan membawa kemiri dari Desa Kaseralau ke pasar sentral Kabupaten Enrekang menggunakan mobil kemudian pedagang besar menjual kembali ke konsumen di pasar tradisional dengan cara konsumen langsung untuk membeli kemiri konsumen yang dimaksud adalah pabrik pengolahan produk. Kemiri yang dijual biasanya digunakan untuk berbagai hal seperti untuk obat-obatan, bumbu masakan.

Adapun jumlah petani berdasarkan saluran pemasaran yang digunakan dalam mendistribusikan lada dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Jumlah Petani Berdasarkan Saluran Pemasaran Yang Digunakan Di Desa Kaseralau Kabupaten Pinrang Kabupaten Pinrang

No.	Saluran pemasaran	Jumlah (orang)	Persentase(%)
1.	Saluran I	3	1
2.	Saluran II	15	83
	Jumlah	18	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah,2024

Berdasarkan tabel 13 diketahui bahwa saluran pemasaran I merupakan saluran yang digunakan oleh petani sebesar 17% atau digunakan oleh 3 orang petani kemiri.

Saluran pemasaran ke II banyak digunakan oleh petani karena petani tidak perlu mengeluarkan tenaga untuk mengangkut kemirinya untuk dijual ke penjual karena pedagang pengumpul akan menjemputnya di depan rumah.

5.2 Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen. Margin pemasaran diartikan juga sebagai selisih antara harga beli dan harga jual pada masing-masing lembaga pemasaran kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang yang terlibat, dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Komoditas Kemiri Di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang

Lembaga pemasaran	Harga beli (Rp/Kg)	Harga jual (Rp/Kg)	Total margin (Rp)	Biaya (Rp/Kg)
Saluran I				
a. Produsen (petani kemiri)	-	25.000		
b. Pedagang pengumpul	25.000	30.000	5.000	10.000
c. Konsumen	30.000	-	-	
	Total		5.000	10.000
Saluran II				
a. Produsen (petani kemiri)	-	25.000		
b. Pedagang pengumpul	25.000	28.500	3.500	15.000
c. Pedagang besar (luar kabupaten)	28.500	31.500	3.000	5.000
d. Konsumen	31.500	-		
	Total		6.500	20.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024

Tabel 14 menunjukkan bahwa saluran pemasaran I petani menjual kemiri ke pedagang dengan harga 25.000 Rp/Kg kemudian pedagang pengumpul menjual ke konsumen akhir dengan harga 30.000 Rp/Kg dan margin terendah ada pada saluran pemasaran I yaitu Rp 5.000 dengan biaya pemasaran 10 Rp/Kg.

Saluran pemasaran II petani menjual kemiri ke pedagang pengumpul dengan harga 25.000 Rp/Kg karena sesuai dengan harga pasar. Pedagang pengumpul menjual kemiri ke pedagang besar dengan harga 28.500 Rp/Kg kemudian pedagang besar menjual kembali di pasar tradisional dengan harga 31.500 Rp/Kg. Margin pemasaran tertinggi adalah pada saluran pemasaran II yaitu Rp 6.500 dengan biaya pemasaran 20.000 Rp/Kg.

Saluran pemasaran I memiliki margin yang lebih rendah karena menggunakan Panjang saluran yang pendek sehingga margin pada saluran I bisa rendah yaitu Rp 5.000/Kg dengan biaya pemasaran Rp 10.000/kg. saluran pemasaran II memiliki margin yang lebih besar dari saluran I karena Panjang saluran yang lebih Panjang dari saluran I karena melalui dua perantara yaitu pedagang pengumpul (pak Imran) dan pedagang besar(ibu nur) sehingga margin saluran II sebesar rp 6.500/Kg dengan biaya pemasaran Rp 20.000/Kg. Hal ini menunjukkan bahwa semakin Panjang saluran pemasaran, maka margin pemasaran semakin besar (Ardillah & Hasan, 2020).

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran komoditas kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang terdapat dua saluran yaitu saluran pemasaran I : produsen (petani kemiri) – pedagang pengumpul – konsumen dan saluran pemasaran II : produsen (petani kemiri) – pedagang pengumpul – pedagang besar (luar kabupaten) –konsumen.
2. Margin pemasaran di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang yaitu saluran I margin pemasaran sebesar Rp 5.000 dan saluran II margin pemasaran sebesar Rp 6.500.

6.2 Saran

1. Petani sebaiknya menggunakan pupuk dalam budidaya kemiri agar kualitas dan jumlah produksi kemiri lebih meningkat.
2. Diharapkan kepada pemerintah untuk memberikan bantuan baik berupa modal maupun pengetahuan tentang budidaya kemiri kepada petani. Dan lebih meningkatkan peran penyuluhan terhadap sosialisasi tentang teknologi terbaru dibidang budidaya kemiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Anaba, F., Ni Luh Putu Ika Mayasari, & Andriyanto. (2021). Potensi Infusa Kemiri (Aleurites Moluccana) Sebagai Analgesik Dan Stimulator Stamina. *Acta Veterinaria Indonesiana*, 9(1), 14–20. <https://doi.org/10.29244/Avi.9.1.14-20>
- Ardillah, F., & Hasan, F. (2020). *Saluran, Margin, Dan Efisiensi Pemasaran Bebek Pedaging Di Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan*. 1, 12–25.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pinrang. (2023). *Kabupaten Pinrang Dalam Angka Pinrang Regency In Figures 2023*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Pinrang.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan. (2023). *Provinsi Sulawesi Selatan Dalam Angka 2023 Sulawesi Selatan In Figure 2023*. Bps Provinsi Sulawesi Selatan.
- Baharuddin, Makkarennu, & Rahmi, M. (2021). *Pemanfaatan Dan Kontribusi Kemiri (Aleurites Moluccana) Sebagai Komoditi Hhbk Terhadap Pendapatan Petani Di Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan*. 17, 26–34.
- Baru, H. G., Tariningsih, D., & Tamba, M. (2020). Analisis Pendapatan Usahatani Cabai Di Desa Antapan (Studi Kasus Di Desa Antapan, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan). *Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem*, 7(2), 809–820.
- Chynintya, G., & Paramita, V. (2016). Pengaruh Temperatur, Kecepatan Putar Ulir Dan Waktu Pemanasan Awal Terhadap Perolehan Minyak Kemiri Dari Biji Kemiri Dengan Metode Penekanan Mekanis (Screw Press). *Metana*, 12(1), 17–18.
- Demang, F. (2012). *Analisis Margin Pemasaran Kemiri Di Kecamatan Kabola Kabupaten Alor*. 2, 782–789.
- Hardiansyah, F. (2018). *Analisis Margin Pemasaran Gula Kelapa Di Desa Karan*.
- Haruna. (2017). *Margin Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto*.
- Hi.Posi, S., & Yunus, M. R. (2023). Dharma Pengabdian Perguruan Tinggi (Depati). *Dharma Pengabdian Perguruan Tinggi (Depati)*, 3(2), 152–161.
- Hidayat, R. (2019). *Analisis Pemasaran Kemiri (Aleurites Muloccana Willd.) (Studi Kasus: Desa Kuning 1 Kec.Bambel Kuta Cane)*.

- Iga Tirta Mutia Anggriani, B. S., & Sitti Latifah. (2023). *Saluran Pemasaran Kemiri (Aleurites Moluccana (L) Willd) Di Hutan Kemasyarakatan Oi Rida Desa Maria Utara Kecamatan Wawo Kabupaten Bima (Marketing Channels Of Candlenut (Aleurites Moluccana (L) Willd) In Oi Rida Community Forest In North Maria Village Waw. L, 1–10.*
- Ismail, A. I., Millang, S., & Makkarennu. (2019). Pengelolaan Agroforestry Berbasis Kemiri (Aleurites Moluccana) Dan Pendapatan Petani Di Kecamatan Mallawa. *Jurnal Hutan Dan Masyarakat*, 11(2), 138–150. <https://doi.org/10.24259/Jhm.V11i2.7996>
- Keloay, F. C., Pangemanan, S. P., & Pandey, J. (2022). Saluran Dan Margin Pemasaran Sapi Potong Di Kecamatan Kawangkoan Kabupaten Minahasa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 984–995.
- Lutfi, A. (2019). Proses Kegiatan Pemasaran Di Pt. Citra Mandiri Wiguna (Perusahaan Media Luar Ruang Di Jakarta. *Laporan Tugas Akhir Thesis*.
- Mulyaningsih, S. (2022). *Pemasaran Cabai Rawit Varietas Ori 212 Dari Desa Cibeureum Kecamatan Sukamatri Kabupaten Ciamis Sampai Pasar Caringin Kota Bandung*. 7–21.
- Muthmainnah, Sribianti, I., & Juliati. (2021). Analisis Nilai Manfaat Ekonomi Tanaman Kemiri (Aleurites Moluccana) Di Desa Bungin Kecamatan Bungin Kabupaten Enrekang. *Jurnal Eboni*, 3(1).
- Normayanti, Mariani, & Fatah, L. (2023). Analisis Pemasaran Bawang Daun (Allium Fistulosum L.) Yang Diproduksi Di Kelurahan Landasan Ulin Utara Kecamatan Liang Anggan Kota Banjarbaru Marketing Analysis Of Spring Onion (Allium Fistulosum L.) In Landasan Ulin Utara Sub-District, Liang Anggan Sub-. *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (Jtam)*, 7(2), 73–82.
- Putri, R. K., Nurmalinga, R., & Burhanuddin. (2018). Analisis Efisiensi Dan Faktor Yang Memengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8, 109 – 135. <https://doi.org/10.22441/Mix.2018.V8i1.007>
- Rura, Y., Umar, S., & Alam, A. S. (2014). Analisis Pemasaran Biji Kemiri (Aleurites Moluccana (L.) Willd). *Warta Rimba*, 2(2), 8–16.
- Sinaga, R., Desrial, & Wulandani, D. (2016). Karakteristik Fisik Dan Mekanik Kemiri (Aleurites Moluccana Wild.) Physical And Mechanical Characteristics Of Candle Nut (Aleurites Moluccana Wild.). *Jurnal Keteknik Pertanian*, 04(1), 97–106. <https://doi.org/10.19028/Jtep.04.1.97-106>
- Singarimbung, B. . (2013). Analisis Pemasaran Kemiri Rakyat Di Desa Perbulan, Kecamatan Laubaleng, Kabupaten Karo. *Jurnal. Program Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara.Medan*, 65–73.

Sinulingga, S. (2023). Analisis Pemasaran Usaha Tani Cabai Merah (Capsicumannum L) Di Desa Budaya Lingga Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo. *Societa Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 11(2), 105. <https://doi.org/10.32502/jsct.v11i2.5579>

Yusri, A. Z. Dan D. (2020). *Analisis Pendapatan*. 7(2), 809–820.



L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1. Identitas Responden

1. Identitas Responden Petani

No.	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Tanggunggan (orang)
1.	Adi	49	SMA	15	6
2.	Hama	50	SD	19	3
3.	Sanawati	48	SMA	15	2
4.	Eda	37	SMA	10	2
5.	Marhana	49	SMP	10	7
6.	Ladir	41	SD	9	3
7.	Masna	45	SMA	14	6
8.	Nur	32	SMA	9	2
9.	Beddu	33	S1	9	2
10.	Laru	53	SMP	13	6
11.	Sinar	39	SMA	12	4
12.	Norma	52	SMA	14	7
13.	Hj Haya	58	SMA	10	2
14.	Diyana	39	SMA	7	5
15.	Fatma	50	SMA	9	6
16.	Ainun	39	SD	9	4
17.	Hasna	41	SMA	9	5
18.	Lela	35	SMA	9	3

2. Identitas Responden Pedagang

No.	Nama	Umur(Tahun)	Pendidikan	Pengalaman(Tahun)	Tanggunggan
1.	Imran	45	SMP	4	4
2.	Nur	51	SMA	6	3

3. Margin Pemasaran

$$M = Pr - Pf$$

Saluran pemasaran I

$$Pr = 25.000$$

$$Pf = 30.000$$

$$= 25.000 - 30.000 = -5.000$$

Saluran pemasaran II

$$Pr = 25.000$$

$$Pf = 31.500$$

$$= 25.000 - 31.500 = -6.500$$

Lampiran 2. Dokumentasi



Gambar 1. Wawancara dengan petani



Gambar 2. Proses pemisahan cangkang kemiri

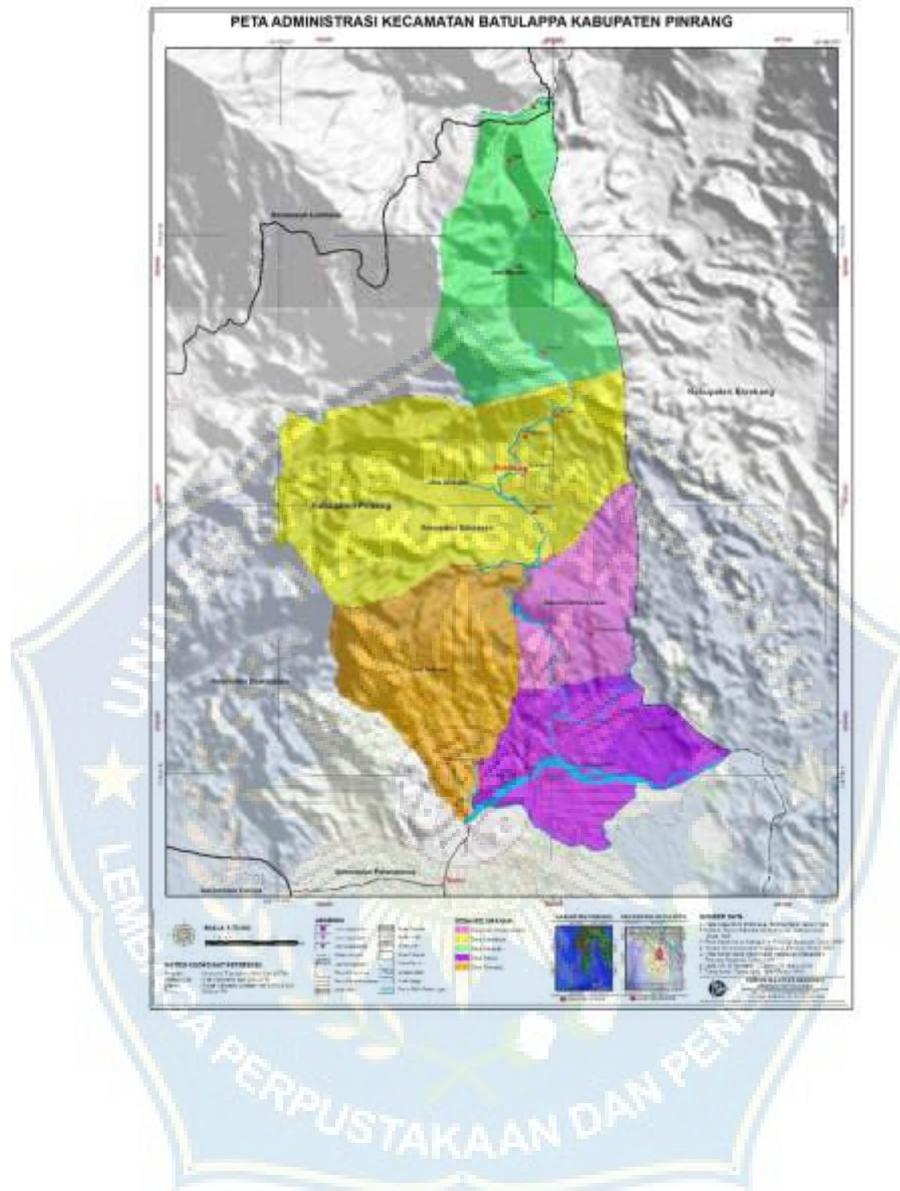


Gambar 3. Foto Pedagang besar



Gambar 4. Foto Pedagang Pengumpul

Lampiran 3. Peta Lokasi Penelitian



Lampiran 4. Surat Izin Penelitian



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.0866972 Fax (0411)0655001 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unitmuha.ac.id

Nomor : 3452/05/C.4-VIII/1/1445/2024

23 January 2024 M

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

11 Rajab 1445

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan

di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 361/EP/A.6-II/1/1445/2024 tanggal 23 Januari 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : ARDAWIA

No. Stambuk : 10596 1110720

Fakultas : Fakultas Pertanian

Jurusan : Agribisnis

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"ANALISIS PEMASARAN KOMODITAS KEMIRI DESA KASERALAU KECAMATAN BATULAPPA KABUPATEN PINRANG"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 26 Januari 2024 s/d 26 Maret 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,



Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd

NBM 1127761



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : 1776/S.01/PTSP/2024 Kepada Yth.
Lampiran : - Bupati Pinrang
Perihal : Izin penelitian Cq Kepala DPMPTSP Kab. Pinrang

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3452/05/c.4-viii/1445/2024 tanggal 23 Januari 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : ARDAWIA
Nomor Pokok : 105961110720
Program Studi : Agribisnis
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" ANALISIS PEMASARAN KOMODITAS KEMIRI DESA KASERALAU KECAMATAN BATULAPPA
KABUPATEN PINRANG "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 26 Januari s/d 26 Maret 2024

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 25 Januari 2024

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Peringgal.*



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU UNIT
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG
Nomor : 503.01/07.PENELITIAN.DPMPITSP/03/2024

Tentang

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Memimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 06-03-2024 atas nama ARDAWIA, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.

- Mengingat** :
1. Undang – Undang Nomor 29 Tahun 1959;
 2. Undang – Undang Nomor 18 Tahun 2002;
 3. Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2007;
 4. Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2009;
 5. Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2014;
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
 8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

- Memperhatikan** :
1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0225/R.T.Teknis-DPMPITSP/03/2024, Tanggal : 06-03-2024
 2. Benda Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0109/BAP.PENELITIAN.DPMPITSP/03/2024, Tanggal : 06-03-2024

M E M U T U S K A N

- Menetapkan** :
- KESATU** : Menerbitkan Surat Keterangan Penelitian kepada :
1. Nama Lembaga : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
 2. Alamat Lembaga : JL. SULTAN ALAUDDIN NO. 259 MAKASSAR
 3. Nama Peneliti : ARDAWIA
 4. Judul Penelitian : ANALISIS PEMASARAN KOMODITAS KEMIRI DI DESA KASERALAU KECAMATAN BATULAPPA KABUPATEN PINRANG
 5. Jangka waktu Penelitian : 3 Bulan
 6. Sasaran target Penelitian : PETANI
 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Batulappa
- KEDUA** : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 06-09-2024.
- KE-TIGA** : Peneliti wajib menaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib menerbitkan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
- KE-EMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 06 Maret 2024



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP, M.Si
 NIP. 197406031993112001
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSE

Lampiran 5. Surat Keterangan Telah Selesai Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN BATULAPPA
DESA KASERALAU
Alamat : *Jln. Poros Loka – Tepulu Kode Pos 91253*

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
Nomor : 065/DK-KB/III/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala Desa Kaseralau menerangkan bahwa :

Nama : ARDAWIA
Tempat/ Tgl Lahir : Tepulu, 16-03-2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Status Perkawinan : Belum Kawin
Alamat : Tepulu Desa Kaseralau Kec. Batulappa Kab. Pinrang
Nik : 7315125603030001

Adalah benar mahasiswa yang telah melakukan penelitian skripsi di desa kaseralau kecamatan batulappa kabupaten pinrang dengan judul "*Analisis Pemasaran Komoditas Kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang*".
Demikian surat keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Loka, 20 Maret 2024

KEPALA DESA KASERALAU

BADARUDDIN

Lampiran 6. Surat Keterangan Bebas Plagiat



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

Alamat Kantor : Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90222 Tlp (0411) 866972,881593, Fax (0411) 865588

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 : Ardawia
Nim : 105961110720
Program Studi : Agribisnis

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	9 %	10 %
2	Bab 2	19 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	7 %	10 %
5	Bab 5	6 %	10 %
6	Bab 6	0 %	5 %

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

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

Makassar, 24 Mei 2024
Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

Ardawla 105961110720 BAB I

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



download.garuda.ristekdikti.go.id
Internet Source



9%



Exclude quotes

On

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

On



Ardawia 105961110720 BAB II

ORIGINALITY REPORT

19% SIMILARITY INDEX
16% INTERNET SOURCES
2% PUBLICATIONS
6% STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



1	core.ac.uk Internet Source	9%
2	chemical-richo17.blogspot.com Internet Source	2%
3	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Muhammadiyah Magelang Student Paper	1%
5	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
6	jurnal.untad.ac.id Internet Source	1%
7	repository.poliupg.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	1%
9	panduanbo.com	

Internet Source

1%

10 eprints.undip.ac.id
Internet Source

<1%

11 repositori.umsu.ac.id
Internet Source

<1%

12 repository.unhas.ac.id
Internet Source

<1%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off



Ardawia 105961110720 BAB III

ORIGINALITY REPORT

10%
SIMILARITY INDEX

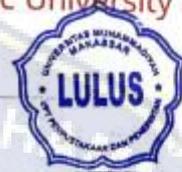
0%
INTERNET SOURCES

0%
PUBLICATIONS

10%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper **10%**



Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches 1%



Ardawia 105961110720 BAB IV

ORIGINALITY REPORT

7% SIMILARITY INDEX **7%** INTERNET SOURCES **2%** PUBLICATIONS **0%** STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	text-id.123dok.com Internet Source		2%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source		2%
3	siskaela.blog.uns.ac.id Internet Source		2%
4	pt.scribd.com Internet Source		1%

Exclude quotes Exclude matches
Exclude bibliography



Ardawia 105961110720 BAB V

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS



PRIMARY SOURCES

1

id.123dok.com

Internet Source

2%

2

Putri Sari, Eliza Eliza, Novia Dewi. "Analysis of Mangosteen Marketing in Pulau Rambai Village Kampa District Kampar Regency", Journal of Agribusiness and Community Empowerment, 2020

Publication

1%

3

www.scribd.com

Internet Source

1%

4

repository.usu.ac.id

Internet Source

1%

5

core.ac.uk

Internet Source

<1%

6

pt.scribd.com

Internet Source

<1%

7

repository.ipb.ac.id

Internet Source

<1%

Ardawia 105961110720 BAB VI

ORIGINALITY REPORT

0%
SIMILARITY INDEX

0%
INTERNET SOURCES

0%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



Exclude quotes

Exclude bibliographies

Exclude bibliography



RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Tepulu 16 Maret 2003 dari Ayah Nasruddin dan Ibu Surianti. Penulis merupakan anak pertama dari lima bersaudara.

Pendidikan formal yang dilalui penulis adalah SDN 154 Batulappa pada 2014. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan SMP di SMP Negeri 1 Enrekang dan lulus pada tahun 2017. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di SMKS PGRI Enrekang dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun yang sama penulis lulus seleksi masuk Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah mengikuti DAD (Darul Akram Dasar) di Benteng Somba Opu, Magang di PB Lentera Agro dan pernah mengikuti KKN-Tematik tepatnya di Desa Tabbinjai Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha dan doa dari kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar. Alhamdulillah Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul “Analisis Pemasaran Komoditas Kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang”.