

**SALURAN DAN EFESIENSI PEMASARAN GULA AREN
DI KELURAHAN KAHU KECAMATAN BONTOCANI
KABUPATEN BONE**

**RISMAN
105961101019**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2023**

**SALURAN DAN EFESIENSI PEMASARAN GULA AREN
DI KELURAHAN KAHU KECAMATAN BONTOCANI
KABUPATEN BONE**

**RISMAN
105961101019**



SKRIPSI

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

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Saluran dan Efisiensi Pemasaran Gula Aren di Kelurahan
Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone

Nama : Risman

Nim : 105961101019

Program Studi : Agribisnis

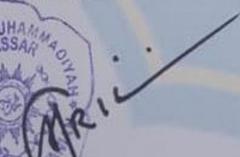
Fakultas : Pertanian

Disetujui
Pembimbing Utama Pembimbing Pendamping

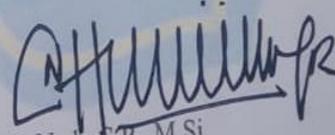

Prof. Dr. H. Ratnawati Tahir, M.Si
NIDN : 0012046603


Astriyanti Syarif S.P., M.Si
NIDN : 0914047601

Mengetahui
Dekan Fakultas Pertanian Ketua Prodi Agribisnis



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


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

KOMISI PENGESAHAN PENGUJI

Judul : Saluran dan Efisiensi Pemasaran Gula Aren di Kelurahan
Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone

Nama : Risman

Nim : 105961101019

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Nama _____ Tanda Tangan _____

1. Prof. Dr. Ir. Ratnawati Tahir, M.Si
Ketua Sidang

2. Asriyati Syarif S.P., M.Si
Sekretaris

3. Sitti Arwati, S.P., M.Si
Anggota

4. Dr. Andi Rahayu Anwar, S.P., M.Si
Anggota

Tanggal Lulus : 31 Agustus 2023

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Saluran dan Efisiensi Pemasaran Gula Aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal dan dikutip dari karya yang diterbitkan manapun dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini.

Makassar, 31 Agustus 2023

RISMAN
NIM : 105961101019

ABSTRAK

RISMAN. 105961101019. Saluran dan Efisiensi pemasaran gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone di bimbing oleh RATNAWATI TAHIR dan ASRIYANTI SYARIF.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran dan efisiensi pemasaran gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone. Informan dalam penelitian ini adalah petani gula aren, pedanggang pengepul, pedagang pasar yang dilakukan secara *snowball*. Data yang digunakan data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan pendekatan deskriptif dan efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian yang diperoleh terdapat empat saluran pemasaran gula aren di Kelurahan Kahu kecamatan Bontocani kabupaten Bone (1) Saluran pemasaran di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone terdiri dari 2 saluran pemasan yakni saluran pemasaran I (Petani-Konsumen). Dan Saluran pemasarn II (Petani-Pedagang Pengumpul-Konsumen), (2) Saluran 1 mempunyai nilai efisiensi 6%, dan saluran 2 memiliki efisiensi sebesar 7,7%

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Gula Aren.



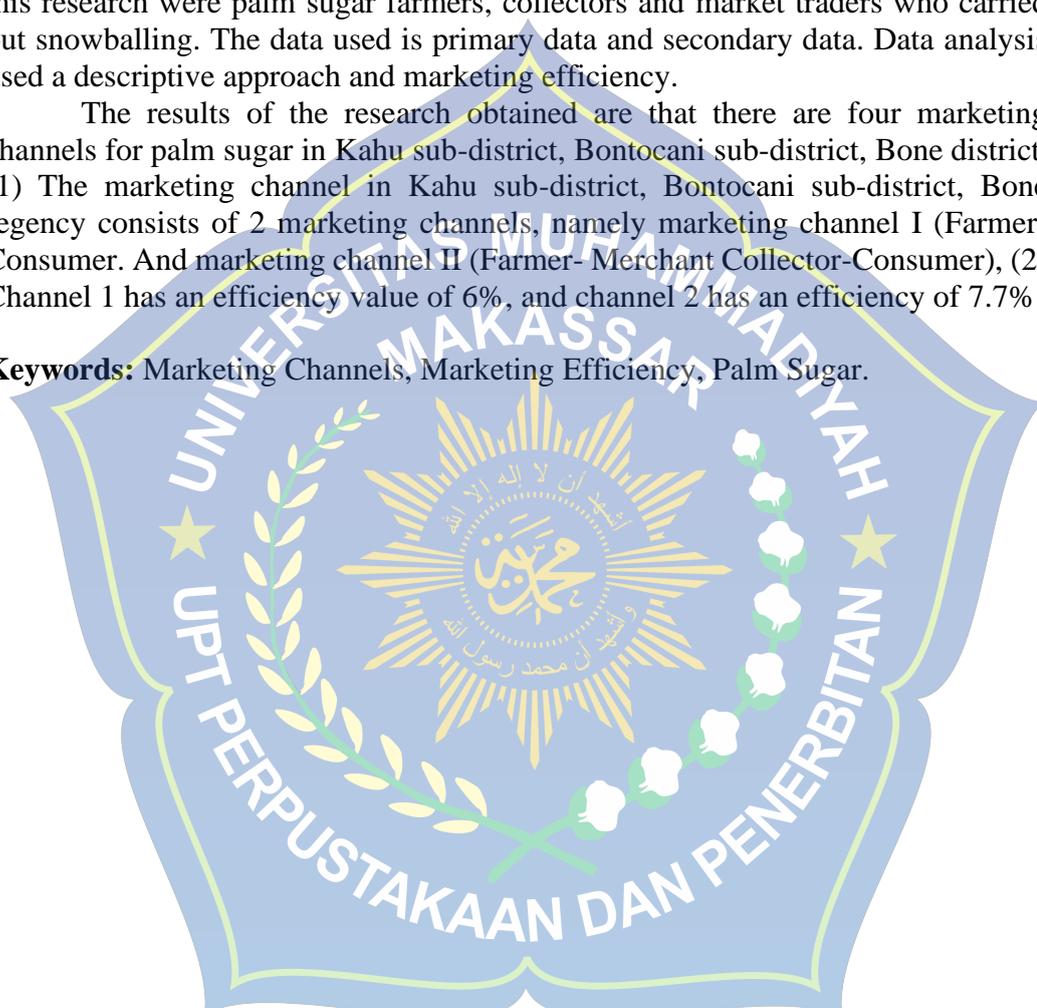
ABSTRACT

RISMAN. 105961101019. Marketing channels and efficiency of palm sugar in Kahu Village, Bontocani District, Bone Regency, guided by RATNAWATI TAHIR and ASRIYANTI SYARIF.

This research aims to determine the marketing channels and efficiency of palm sugar in Kahu Village, Bontocani District, Bone Regency. The informants in this research were palm sugar farmers, collectors and market traders who carried out snowballing. The data used is primary data and secondary data. Data analysis used a descriptive approach and marketing efficiency.

The results of the research obtained are that there are four marketing channels for palm sugar in Kahu sub-district, Bontocani sub-district, Bone district. (1) The marketing channel in Kahu sub-district, Bontocani sub-district, Bone regency consists of 2 marketing channels, namely marketing channel I (Farmer-Consumer. And marketing channel II (Farmer- Merchant Collector-Consumer), (2) Channel 1 has an efficiency value of 6%, and channel 2 has an efficiency of 7.7%

Keywords: Marketing Channels, Marketing Efficiency, Palm Sugar.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Saluran dan Efisiensi gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone”

Dalam penyusunan skripsi ini menghadapi banyak kendala, akan tetapi kendala ini mampu diselesaikan dengan baik berkat arahan dan bimbingan yang senantiasa membimbing kami dan memotivasinya selama penyusunan skripsi ini. Semoga bantuan dan budi baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan amal sholeh yang setimpal dari ALLAH SWT, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga kritikan yang konstruktif penulis sangat harapkan demi penyempurnaan skripsi ini.

1. Prof.Dr.Ir.Ratnawati Tahir, M.Si. selaku pembimbing utama dan Asriyanti Syarif,S.P., M.Si.selaku pembimbing pendamping yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Dr.Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd, IPU. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Pak Nadir S.P., M.Si selaku ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Kedua orang tua, Agung B, Andi Wawan, Rinawati Bakhtiar dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan doa, moril, maupun material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
5. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas

Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga dari tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Makassar, 31 Agustus 2023



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KOMISI PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan penelitian.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Gula Aren	5

2.2 Pemasaran.....	5
2.3 Saluran Pemasaran.....	8
2.4 Lembaga Pemasaran.....	9
2.5 Penelitian Terdahulu.....	13
2.6 Kerangka Pemikiran.....	19
III. METODE PENELITIAN.....	20
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
3.2. Teknik Penentuan Informan.....	20
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	20
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5. Teknik analisis Data.....	21
3.6. Defenisi Operasional.....	23
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	24
4.1 Letak Geografis.....	24
4.2. Iklim.....	24
4.3 Keadaan Penduduk.....	25
4.4 Pendidikan.....	26
4.5. Berdasarkan Mata Pencapaian.....	27

V. HASIL DAN PEMBAHASAN	29
5.1 Karakteristik Informan	29
5.1.1 Petani Gula Aren	29
5.1.2 Umur	30
5.1.3 Tingkat Pendidikan Informan	30
5.1.4 Jumlah Tanggungan Keluarga	31
5.1.5 Pengalaman Berusahatani	32
5.1.6 Identitas Pedagang	33
5.2 Saluran Dan Efisiensi Pemasaran Gula aren	34
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	39
6.1 Kesimpulan	39
6.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	48
RIWAYAT HIDUP	65

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Penelitian terdahulu yang relevan	13
2.	Jumlah penduduk Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone ..	25
3.	Jumlah Tingkat Pendidikan Masyarakat Kelurahan Kahu	26
4.	Klasifikasi Penduduk Menurut Bidang Jenis Mata Pencaharian di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone	27
5.	Umur petani gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani	30
6.	Tingkat Pendidikan Informan di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani	31
7.	Jumlah Tanggungan Keluarga Informan di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani	32
8.	Pengalaman Berusahatani Informan di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani	33
9.	Luas Lahan Petani Informan di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani	34
10.	Biaya pemasaran gula aren dari tiap saluran	37
11.	Nilai efisiensi pemasaran gula aren	37

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka pemikiran penelitian	19
2.	Dokumentasi Pedagang Besar	49
3.	Proses Pembuatan Gula Aren	50
4.	Proses Pengambilan Bahan Gula Aren	51



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	42
2.	Peta Lokasi Penelitian	48
3.	Dokumentasi Pedagang Besar	49
4.	Dokumentasi Proses Pembuatan Gula Aren	50
5.	Dokumentasi Petani Gula Aren	51
6.	Surat Keterangan Bebas Plagiasi	52



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penduduk Indonesia umumnya di pedesaan dengan mata pencaharian pokok disektor pertanian sehingga dapat dikatakan pembangunan pedesaan berkaitan erat dengan pembangunan pertanian. Pembangunan pedesaan merupakan program atau strategi yang didesain untuk meningkatkan kesejahteraan target grup tertentu di pedesaan. Revitalisasi pertanian dan kawasan pedesaan akan memperbaiki dua hal sekaligus yaitu meningkatkan kesejahteraan sebagian besar rakyat dan menciptakan landasan yang kokoh bagi pembangunan ekonomi. (Decky Wenno 2013).

Pengembangan tanaman Aren di Indonesia sangat prospektif. Di samping dapat memenuhi kebutuhan konsumsi di dalam negeri atas produk-produk yang berasal dari pohon Aren, dapat juga meningkatkan penyerapan tenaga kerja, penghasilan petani, pendapatan negara, dan dapat pula melestarikan sumberdaya alam serta lingkungan hidup (Lempang 2012).

Aren merupakan salah satu jenis tanaman palma yang potensial dan dapat tumbuh dengan baik di daerah tropis, termasuk di Indonesia. Dalam literatur bahasa Inggris disebut sugar palm, gomuti palm, dan aren palm. Sesungguhnya tanaman aren (*Arenga pinnata*) sudah sangat lama dikenal di Indonesia dan tingkat dunia. Di Indonesia aren diberi nama yang berbeda antar daerah, misalnya di Sunda disebut kawung, aren di Jawa dan Madura, serta bak juk di Aceh, sementara untuk masyarakat minangkabau disebut anau (Hastuti, 2000)

Potensi tanaman aren untuk menghasilkan gula sangat tinggi, Indonesia memiliki tanaman aren yang sangat melimpah dimana sebagian besar tumbuh

sebagai hutan campuran. Tanaman aren memproduksi gula yang sebagian besar diolah menjadi gula merah. Namun demikian, proses produksi ini masih sangat tradisional sehingga mempunyai mutu yang sangat beragam.(Wuntua.2014).

Gula aren adalah komoditi yang dihasilkan dari tanaman aren yang sudah dikenal masyarakat sejak dulu. Gula aren dihasilkan dari penyadapan nira aren yang selanjutnya disaring dan dimasak dan kemudian mengental. Sebelum dingin gula aren dicetak di dalam cetakan berbentuk setengah lingkaran. Produk dari aren sendiri ada 2 yaitu gula aren dan gula semut. Gula aren sangat cocok dikembangkan sebagai alternative pemanis alami karena selain rasanya, gula aren juga memiliki kandungan alami yaitu kadar protein, lemak, kalium,dan fosfor. Kandungan tersebut lebih tinggi daripada gula tebu. Kelebihan lainnya gula aren juga tidak memiliki kandungan kimia sehingga aman dikonsumsi oleh penderita diabetes (Warsito 2012).

Agroindustri gula aren mempunyai prospek yang cukup bagus untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga pembuat gula merah itu sendiri dan juga masyarakat sekitarnya. Potensi ini didukung dengan adanya prospek pangsa pasar lokal maupun pasar luar negeri yang baik serta proses pembuatannya yang relatif mudah, alat-alat yang dibutuhkan sederhana, dan biaya investasinya relatif kecil. Aliudin et al. (2011).

Di Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone umumnya nira dari pohon aren diolah oleh pengusaha gula aren sebagai gula merah yang masih tergolong usaha rumah tangga. Usaha gula aren ini sudah ada secara turun temurun dan dilakukan secara tradisional dengan menggunakan tenaga kerja keluarga sendiri.

Kemudian, ditengah pesatnya kemajuan teknologi dan meningkatnya kualitas permintaan konsumsi masyarakat, tentunya produk pertanian juga harus berkualitas tinggi. Pemasaran juga diperlukan untuk distribusi gula aren dari produsen / pemasok ke tangan konsumen.

Gula aren dalam pemasaran membutuhkan Saluran pemasaran, dan dari pemasaran diketahui saluran mana yang efisien. Hal ini mendorong dilakukan penelitian tentang saluran dan efisiensi pemasaran di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan yaitu:

1. Bagaimana Saluran pemasaran gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone?
2. Bagaimana Efisiensi Pemasaran gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang maka tujuan yang dapat dikemukakan yaitu:

1. Mengetahui saluran pemasaran gulaaren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone
2. Menganalisis efisiensi pemasaran di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone.

1.4 Kegunaan penelitian

1. Bagi penulis, dengan adanya skripsi ini akan diperoleh tambahan pengalaman

dan pengetahuan dalam melakukan penelitian.

2. Bagi pembaca, sebagai bahan informasi dan referensi dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan saluran pemasaran gula aren.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gula Aren

Aren (*Arenga Pinnata Merr*) merupakan tanaman perkebunan yang berpotensi untuk mengatasi kekurangan pangan. Tanaman ini mudah beradaptasi dengan berbagai kondisi agroklimat, mulai dari dataran rendah hingga ketinggian 1400 mdpl (Efendi, 2010).

Menurut American Heart Foundation, perempuan sebaiknya tidak mengonsumsi lebih dari 100 kalori tambahan dari gula perhari dan laki – laki 150 kalori per harinya. Artinya, untuk perempuan tidak lebih dari 25 gr per hari, dan 37,5 gr untuk laki – laki. Jumlah itu sudah mencakup gula di minuman, makanan, kudapan, permen, dan semua yang dikonsumsi pada hari itu (Darwin, 2013).

Pengambilan aren juga sangat unik, yaitu jika tandan bunga jantan sudah mekar dan berwarna kuning, pengrajin akan memukul tandan bunga jantan dengan cara memar selama beberapa hari. Proses ini berlangsung beberapa hari sampai cairan keluar. Cairan yang keluar akan ditampung dalam batang bambu yang digantung. Cairan manis yang bening dan agak keruh ini disebut getah. Nilai keawetan nira tergolong rendah, sehingga wadah bambu yang terisi penuh harus segera diolah agar nira tetap bisa diolah menjadi gula aren. Biasanya di panen dua kali sehari, pada pagi dan sore hari.

2.2 Pemasaran

Menurut Kotler (2001) pemasaran merupakan salah satu bentuk aktivitas kegiatan manusia yang memiliki landasan untuk mendapatkan kebutuhan dan

keinginan melalui serangkaian proses baik pertukaran, penawaran dan masih banyak lagi hal lainnya. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Purba 2008). Dari definisi tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

Menurut Soekartawi (2002), pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial, juga tidak berakhir pada waktu penjualan atau transaksi. Semua keputusan yang diambil dalam bidang pemasaran harus ditunjukkan untuk menentukan produk, pasar, harga, promosi dan sistem distribusinya. Pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditi yang disertai pemindahan hak milik dan penciptaan guna waktu, guna tempat dan guna bentuk yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran.

Menurut Swasta (2004) Pengertian Pemasaran yang meliputi dari proses kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang dan jasa, penetapan banderol harga dari barang dan jasa tersebut hingga proses promosi maupun pendistribusiannya yang keseluruhannya memiliki tujuan untuk memenuhi

kebutuhan maupun memperoleh keuntungan dari proses pemasaran tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) pemasaran (marketing) yaitu sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Menurut Daryanto (2011) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Tujuan pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk yang dijual akan cocok sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga produk tersebut dapat terjual dengan sendirinya. Idealnya pemasaran menyebabkan pelanggan siap membeli sehingga yang harus difikirkan selanjutnya adalah bagaimana membuat produk tersebut tersedia.

Fungsi utama kegiatan pemasaran dilakukan yaitu untuk memberikan informasi tentang produk yang dijual industry rumah tangga, untuk mempengaruhi keputusan membeli konsumen, dan untuk menciptakan nilai ekonomis suatu barang. Untuk mendapatkan pemasaran yang lebih efisien ada dua persyaratan yang harus dipenuhi yaitu: (a) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, dan (b) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan pemasaran barang itu. Faktor-faktor yang dapat sebagai ukuran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut: a). Keuntungan pemasaran (b). Harga yang diterima

konsumen (c). Tersedianya fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk malancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan, transportasi, dan (d). Kompetisi pasar, persaingan diantara pelaku pemasaran.

2.3 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Penyalur ini secara aktif akan mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli konsumen (Hajar & Fitriani 2016). Menurut Kotler (2001) saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa dari menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Mereka adalah perangkat jalur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, yang berkulminasi pada pembelian dan penggunaan oleh pemakai akhir.

Salah satu peran utama saluran pemasaran adalah mengubah pembeli potensial menjadi pelanggan yang menguntungkan. Saluran pemasaran tidak hanya melayani pasar, tetapi mereka juga harus membentuk pasar. Saluran pemasaran berfungsi untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen. Barang yang lebih cepat ke tangan konsumen biasanya mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana. Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai kepada konsumen.

Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada, dengan jenis saluran distribusi meliputi: saluran distribusi langsung: saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan

paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya dengan cara mendatangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (Putri 2014) Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer.

Pemasaran hasil pertanian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan pemasaran suatu produk, kita harus mempertimbangkan saluran pemasaran yang dapat dipakai untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen.

2.4 Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin (Skar, Utomo Bima Trustho 2008). Menurut Harifuddin (2011) lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya.

Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat dan bentuk yang diinginkan konsumen. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran. (Sariyoga & Anggraeni 2011) lembaga pemasaran adalah

badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya.

Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Lembaga pemasaran merupakan lembaga yang membawa produk dan kepemilikannya lebih dekat ke pembeli akhir merupakan suatu tingkat saluran. Saluran nol tingkat diartikan sebagai saluran dimana pihak petani dalam menjual langsung kepada pihak konsumen. Saluran satu tingkat merupakan satu lembaga tata niaga seperti pengecer. Saluran dua tingkat mencakup dua lembaga tata niaga seperti pedagang besar dan pengecer. Saluran tiga tingkat mencakup tiga lembaga tata niaga seperti petani, pedagang pengumpul, serta pedagang besar. Rohardi et al (1993) mengatakan, dalam pemasaran terdapat beberapa pedagang perantara diantaranya:

1. Pedagang Pengumpul Pedagang pengumpul adalah pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari produsen dan kemudian memasarkannya kembali dalam jumlah yang besar kepada pedagang lain/pedagang besar.
2. Pedagang Besar Pedagang besar adalah pedagang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul dan atau dari produsen, serta menjual kembali kepada pengecer dan pedagang lain atau kepada pembeli untuk industri, lembaga dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama pada konsumen akhir.
3. Pedagang Pengecer Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual barang

hasil pertanian dari produsen ke konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil. Lembaga pemasaran yang berperan dalam proses penyimpanan barang dan jasa dari sektor petani ke konsumen ini akan melakukan fungsi-fungsi tata niaga yang berbeda-beda, pada tiap lembaga tata niaga dimana dalam penyimpanan tersebut terdapat biaya tata niaga. Kemampuan menyampaikan hasil-hasil dari petani ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang seadil-adilnya dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir dari semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan tata niaga barang itu merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi apabila ingin dianggap efisien dalam sistem pemasaran.

2.4 Efisiensi Pemasaran

Sugiyowati (2014) pemasaran untuk komoditas pertanian dalam suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Pasar komoditas pertanian yang tidak efisien akan terjadi jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar.

Efisiensi pemasaran dapat terjadi, yaitu pertama, jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi; kedua, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi;

ketiga, tersedianya fasilitas fisik pemasaran; dan keempat adanya kompetisi pasar yang sehat. Efisien tidaknya suatu sistem pemasaran tidak terlepas dari kondisi persaingan pasar yang bersangkutan. Pasar yang bersaing sempurna dapat menciptakan sistem pemasaran yang efisien karena pasar yang bersaing sempurna memberikan insentif bagi partisipan pasar, yaitu produsen, lembaga-lembaga pemasaran, dan konsumen. Jumiati (2013) berpendapat ada beberapa kriteria yang dapat menyebabkan pemasaran dikatakan efisien antara lain:

- a. Biaya murah Pemasaran dikatakan efisien bila mampu menyampaikan hasil pertanian dari produsen ke konsumen dengan biaya semurah mungkin.
- b. Pembagian keuntungan yang adil. Pemasaran dapat dikatakan efisien bila mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil kepada semua pihak yang ikut dalam kegiatan pemasaran dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir. Maksud dari kata adil ialah harus sesuai dengan peran di tiap jalur dalam kapasitas masing-masing

Efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (2002) adalah persentase antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan, pemasaran tidak akan efisien jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar. Untuk mengukur efisiensi pemasaran digunakan rumus:

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

Dimana:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya Pemasaran (Rp)

TNP = Total Nilai Produk (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan:

$E_p > 50\%$ = Tidak Efisien

$E_p < 50\%$ = Efisien

Pemasaran akan semakin efisien apabila nilai efisiensi pemasaran (E_p) semakin kecil (Soekartawi, 2002).

2.5 Penelitian Terdahulu

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan dalam pembuatan skripsi, sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian terdahulu yang relevan

Penelitian	Judul	Hasil
Rini Nurhayati, M. Husaini, Masyudah Rosni (2020)	Analisis Saluran Dan Efisiensi Pemasaran Beras Di Desa Berangas Kecamatan Pulau Laut Timur Kabupaten Kotabaru	Berdasarkan hasil penelitian, bahwa saluran pemasaran yang ada di Desa Berangas terdiri dari dua saluran pemasaran, yaitu saluran I (Petani-Penggilingan-Pedagang Besar-Konsumen) yang di ikuti petani sebesar 33,33% dan saluran II (Petani-Penggilingan-Pedagang pengecer-Konsumen) yang di ikuti petani sebesar 66,67%. Margin pemasaran saluran I sebesar Rp 4.200,00/Kg, farmer share sebesar 62,05% dan efisiensi pemasaran sebesar 14,00%, Sedangkan saluran II diperoleh margin pemasaran sebesar Rp3.200,00/Kg, farmer share sebesar 70,09% dan efisiensi pemasaran sebesar 11,05%. Berdasarkan kedua saluran pemasaran tersebut, saluran yang paling efisien, saluran II karena total biaya yang dikeluarkan relatif kecil, total margin yang lebih kecil dan efisiensi pemasaran yang lebih kecil.

Penelitian	Judul	Hasil
Arham (2017)	Analisis Saluran Dan Efisiensi Pemasaran Gula Aren Di Desa Umpungeng Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng	Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran terbagi atas 3 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I, saluran pemasaran II dan saluran pemasaran III, gula aren memiliki 3 macam ukuran yakni gula aren berukuran kecil, gula aren berukuran sedang dan gula aren berukuran besar. Efisiensi pemasaran saluran I adalah 2.5%, saluran II adalah 2,27% dan saluran 3 adalah 2,08% dan saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran yang paling efisien
Muhammad Arbi, Thirtawati, Yulian Junaidi (2018)	Analisis Saluran Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik Di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin	hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang terbentuk dari kegiatan pemasaran beras semi oraganik di wilayah Desa Pangkalan Gelebak sebanyak 2 (dua) saluran, yaitu saluran 1 (petani – pengepul tingkat desa – pengepul besar – pengecer - konsumen) dan saluran 2 (petani – pedagang – pengepul – konsumen).
Mega Artha Ilahude (2013)	Analisis sitem Pemasaran kopra dikabupaten Gorongtalo (Suatu studi dikecamatan Limboto)	Hasil penelitian menunjukan bahwa lembaga pemasaran yang terkait dengan pemasaran kopra yaitu petani, pedagang pengumpul desa, dan pedagang pengumpul besar. Terdapat tiga saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran tidak langsung, dengan margin pemasaran pada saluran pertama Rp. 400.000, salurankedua Rp.200.000, dan saluran ketiga Rp. 100.000. dan distribusi margin pemasaran pada saluran I biaya 68,75% lebih besar darikeuntungan 31,25%. Saluran IIdiperoleh biaya 50% sama besardengan keuntungan 50%. Danuntuk saluran III juga diperoleh biaya 50% sama besar dengankeuntungan 50% dari margin pemasaran.

Penelitian	Judul	Hasil
Zulfikar (2019)	Analisis Efisiensi Dan Rantai Pemasaran Usaha Indusrti Rumah Tangga Gula Merah Di	Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran di Desa Batu Mila Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang Desa Batu Mila Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang pemasaran. Margin untuk setiap lembaga pemasaran yaitu pada saluran I margin pemasaran untuk pedagang besar Rp.3.000/Kg, dan margin pemasaran pada saluran II untuk pedagang pengumpul sebesar Rp.2.500/Kg dan pedagang besar sebesar Rp.1.500/Kg. Lembaga pemasaran dengan nilai tingkat efisiensi terendah atau yang paling efisien adalah saluran pemasaran I yakni sebesar (9,51%), dan yang tertinggi atau tidak efisien adalah saluran pemasaran II (12,80%). menggunakan dua saluran
Serly (2018)	Natalia Analisis Saluran Dan Efisiensi Pemasaran Usahatani Pisang Mas (Musa Acuminata) Di Desa Arisan Gading Kecamatan Indralaya Selatan Kabupaten Ogan Ilir	Hasil penelitian menunjukkan petani pisang mas Desa Arisan Gading melakukan pemasaran melalui beberapa saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang paling banyak dilalui oleh petani adalah saluran pemasaran langsung ke pedagang pengecer. Fungsi-fungsi pemasaran yang terjadi pada lembaga pemasaran pisang mas meliputi fungsi pembelian dan fungsi penjualan, fungsi fisik meliputi fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan dan fungsi fasilitas. Biaya pemasaran terbesar dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran pemasaran I dan II yaitu Rp 70.000. Farmer's share terbesar pada saluran III yaitu 40 persen, rasio keuntungan dan biaya pemasaran yang paling menguntungkan pada saluran III yaitu sebesar 1,51 dan nilai efisiensi terkecil pada saluran I yaitu 17,1 persen. Oleh karena itu, saluran pemasaran pisang mas Desa

Penelitian	Judul	Hasil
		Arisan Gading sudah dikategorikan efisien.
Niken Diana Hapsari (2018)	Efisiensi Saluran Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Tradisional Kota Malang	Hasil menginformasikan bahwa, di Sumatera Utara ditemukan dua saluran beras pemasaran. Pertama, petani menjual gabah langsung ke pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul menjualnya kepada pedagang besar (kilang). Di kilang, gabah adalah beras diolah menjadi beras kemudian dijual ke pedagang besar dan pengecer untuk dijual kepada konsumen. Kedua, petani menjual gabah ke penggilingan padi setempat. Di penggilingan beras, gabah diolah menjadi beras kemudian dijual ke pengecer untuk dijual kepada konsumen. Pada saluran pertama, margin pemasaran terbanyak terjadi di kilang sama dengan Rp.216,- dengan net benefit margin sebesar Rp. 89,-/kg. Di saluran sekunder sebagian besar margin pemasaran dan margin keuntungan bersih terjadi pada penggilingan padi desa sama masing-masing menjadi Rp210,- dan Rp85,-/kg. Beberapa permasalahan di agen pemasaran beras ditemukan terutama pada tingkat petani sebagai penghasil beras yaitu pengumpul pedagang, dan penggilingan padi setempat.
Hengki Tandayu (2022)	Sistem Pemasaran Cabai merah Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur	Saluran pemasaran cabai merah ada 2 yaitu, saluran I petani-pengecer-konsumen, sedangkan saluran II petani – tengkulak-pedagang besar – pengecer-konsumen. Margin pemasaran cabai merah di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur pada saluran I sebesar Rp9.000,00/ kg

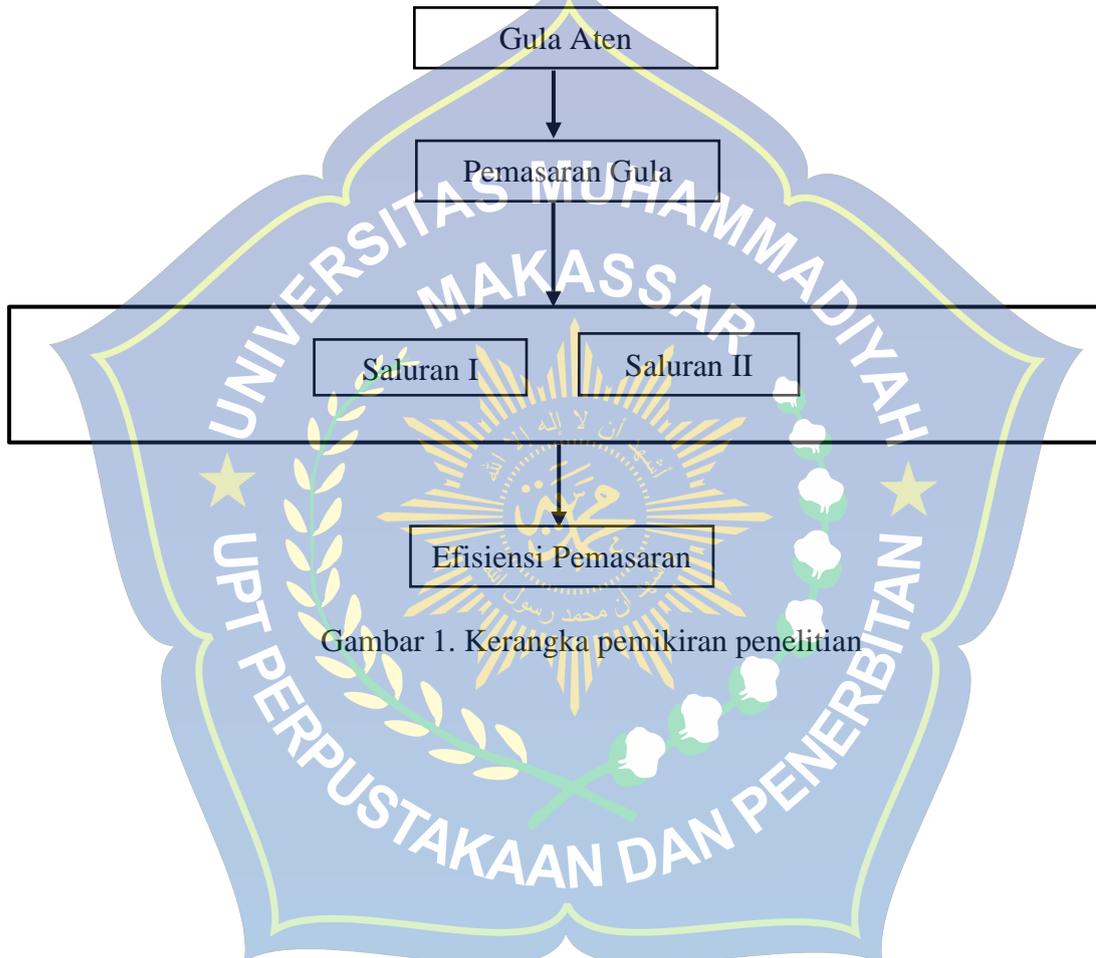
Penelitian	Judul	Hasil
		<p>sedangkan pada saluran II sebesar Rp3.000,00/kg. Farmer share pemasaran cabai merah di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur pada saluran I sebesar 50% sedangkan pada saluran II sebesar 56%, semakin tinggi share produsen semakin baik. RPM (Rasio Profit Margin) pemasaran cabai merah di Desa Margototo Kecamatan Metr Kibang Kabupaten Lampung Timur pada saluran I sebesar 17,66% sedangkan pada saluran II sebesar 0,59%– 0,76%. Saluran pemasaran II cukup efisien, meskipun terdapat 3 lembaga pemasaran yang menghalangi arus cabai merah ke konsumen, karena nilai rasio profit margin pada setiap lembaga pemasaran cukup merata.</p>
<p><i>Aldi Renaldi, Muzdalifah Muzdalifah, Umi Salawat (2020)</i></p>	<p>Analisis sistem Pemasaran Tomatdi Kecamatan Telaga Langsat Kabupaten Hulu Sungai Selatan</p>	<p>Sistem pemasaran tomat yang berada di Kecamatan Telaga Langsat terdapat tiga saluran pemasaran yaitu pertama, petani langsung ke konsumen; kedua, petani pedagang pengecer kemudian ke konsumen; ketiga, petani pedagang pengumpul kemudian pedagang besar selanjutnya pedagang pengecer dan terakhir ke konsumen.Sistem pemasaran tomat yang mempunyai biaya pemasaran tertinggi ada pada saluran pemasaran III yaitu sebesar Rp 3.996,23/kg dan biaya terkecil ada pada saluran II Rp 1.042,15/kg. Marjin total pada sistem pemasaran tomat yang terbesar ada pada saluran III sebesar Rp 8.737/kg dan terkecil pada saluran II sebesar Rp 2.800/kg. Keuntungan terbesar pada sistem pemasaran ini terdapat pada saluran III sebesar Rp 3.835,17/kg, sedangkan keuntungan yang terkecil</p>

Penelitian	Judul	Hasil
		ada pada saluran I sebesar Rp 392,35/kg. Saluran pemasaran paling efisien adalah saluran pemasaran II karena nilai ekonomis dan teknisnya baik dibandingkan saluran pemasaran lainnya.



2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu dasar pemikiran yang mencakup penggabungan antara teori, fakta dan observasi, serta kajian pustaka. kerangka pikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka pemikiran penelitian

III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai Juni 2023, Lokasi penelitian dipilih berdasarkan potensi pengembangan gula aren dan merupakan sentra penghasil gula aren di Kabupaten Bone.

3.2. Teknik Penentuan Informan

Menurut Sukandarumidi (2002), Informan adalah orang-orang yang bisa memberikan informasi, dimana informan penelitian tersebut bisa berupa orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaanya diteliti. Sugiyono (2010), Informan penelitian adalah narasumber yang merujuk pada seseorang yang paham terkait dengan objek penelitian serta mampu memberikan penjabaran tentang topik penelitian yang dingkat.

Penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah orang-orang pilihan peneliti yang dianggap terbaik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan kepada peneliti. Berikut adalah daftar nama informan, yang akan dimintai informasi oleh peneliti. Petani Gula aren, Pedagang, Pengepul dan pengecer yang dilakukan secara *Snowball* (Efek Bola Salju), petani gula aren berjumlah 5 orang, pedagang pengepul berjumlah 2 orang dan pedagang pasar berjumlah 10 orang.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana mengambil data tersebut dan bagaimana data tersebut diolah (Herviani dkk, 2016). Adapun jenis dan sumber data

yang dibunakan dalam penelitian ini yaitu sebaga berikut:

1. Data primer, menurut Sugiyono (2010) bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
2. Data sekunder, menurut Sugiyono (2010) adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknkik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi adalah pengamatan yang dilakukan peneliti secara langsung terhadap kegiatan informan baik petani maupun pedagang. Dalam kegiatan ini peneliti secara langsung mendatangi dan melihat proses Pemasaran pasok gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone.
2. Wawancara adalah proses tanya jawab secara langsung yang dilakukan peneliti terhadap informan, dengan menggunakan kuisisioner sebagai alat untuk mendapatkan gambaran umum serta penjelasan yang terkait dengan aliran produk, aliran keuangan serta aliran informasi.
3. Dokumentasi adalah pengumpulan data terkait dengan mengabadikan gambar, penelusuran, serta sumber kepustakaan yang mendukung data dilapangan.

3.5. Teknik analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yang menggunakan data primer yang seacara langsung diperoleh dari penelitian, serta menyajikan data bersifat deskriptif. Teknik analisis data kualitatif yang bersifat

deskriptif menurut (Miles dan Huberman dalam Muhammad dan Sumarau, 2014) dengan prosedur sebagai berikut ini:

1. Reduksi data adalah data yang telah diperoleh dari lokasi penelitian atau lapangan dituangkan dalam uraian maupun bentuk laporan yang lengkap dan terperinci.
2. Penyajian data adalah dimaksudkan untuk memudahkan peneliti melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari fokus penelitian.
3. Menarik kesimpulan adalah verifikasi data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan secara terus menerus selama kegiatan penelitian berlangsung.
 - a) untuk menjawab rumusan masalah pertama (saluran pemasaran) dianalisis secara deskriptif.
 - b) Untuk menjawab rumusan masalah kedua (efisiensi pemasaran) dianalisis dengan menggunakan efisiensi pemasaran.

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

Dimana:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya Pemasaran (Rp)

TNP = Total Nilai Produk (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan:

$Ep > 50\%$ = Tidak Efisien

$Ep < 50\%$ = Efisien

Pemasaran akan semakin efisien apabila nilai efisiensi pemasaran (Ep) semakin kecil (Soekartawi, 2002).

3.6. Defenisi Operasional

1. Petani adalah seseorang yang mengusahakan tanaman aren untuk dapat memperoleh gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone.
2. Pemasok gula aren adalah orang yang mengusahakan atau memproduksi gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone.
3. Pedagang adalah orang yang membeli gula aren dengan jumlah yang banyak dari petani kemudian dijual kembali ke pedagang pengecer.
4. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses memasarkan Gula aren berupa : transportasi, biaya karung, dan biaya tenaga kerja.
5. Konsumen adalah orang yang menggunakan produk gula aren untuk konsumsi rumah tangga maupun industri.
6. Pemasaran adalah Proses distribusi gula aren dari petani ke konsumen melalui perantara pedagang di desa Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone.
7. Efisiensi Pemasaran adalah prosentase biaya pemasaran dibagi dengan nilai jual produk gula aren di Desa Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis

Secara geografis Kabupaten Bone merupakan salah satu Kabupaten di pesisir timur provinsi Sulawesi selatan yang berjarak sekitar 174 km dari kota Makassar. Dan mempunyai garis pantai sepanjang 138 km dari arah selatan ke utara. Kabupaten Bone merupakan wilayah terluas ketiga setelah Kabupaten Luwu dan Mamuju. Wilayahnya membujur dari utara ke selatan sepanjang 90 km yang meliputi daratan rendah di bagian timur khususnya yang menjadi tepian teluk Bone sehingga bagian barat terdiri atas perbukitan dengan ketinggian rata-rata 150 meter hingga 200 meter dari permukaan laut. Luas wilayah Kabupaten Bone 4558 km² dengan kepadatan penduduk 141 jiwa/km². Kelurahan Kahu merupakan salah satu dari 1 Kelurahan dari 11 Desa di Wilayah Kecamatan Bontocani yang terletak di Ibukota Kecamatan. Kelurahan Kahu mempunyai wilayah seluas ± 34,26M² dengan batas sebagai berikut :

- a. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Langi dan Bulsirua
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Pammusureng
- c. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Kahu
- d. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Bana

4.2. Iklim

Iklim Kelurahan Kahu, sebagaimana di Desa lainnya di Wilayah Indonesia mempunyai Iklim Kemarau dan Penghujan, hal tersebut mempunyai pengaruh langsung terhadap pola tanaman yang ada di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani.

4.3 Keadaan Penduduk

Masalah kependudukan sebagai salah satu dimensi dalam pembangunan bangsa. Perhatian pemerintah terhadap masalah kependudukan selama ini telah terwujud dalam berbagai program pembangunan, baik secara langsung menyentuh masalah kependudukan maupun secara tidak langsung terhadap kehidupan sosial masyarakat.

Program pembangunan yang berorientasi kependudukan tidak hanya mengantisipasi faktor demografi saja seperti kelahiran, kematian dan perpindahan akan tetapi juga meliputi permasalahan kehidupan sosial di segala bidang. Pemerintah sangat membutuhkan data jumlah penduduk dan karakteristiknya misalnya untuk merencanakan penyediaan sarana umum, perumahan, tempat ibadah, fasilitas kesehatan dan tempat rekreasi. Jumlah penduduk di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone dapat di lihat pada Tabel berikut:

Tabel 2. Jumlah penduduk Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone

Lingkungan	Tahun 2022	Prosentase (%)
Kahu	551	39,16
Maroanging	238	16,92
Tanjung	424	30,14
Ulubila	194	13,79
Jumlah	1407	100,00

Sumber : Kantor Kelurahan Kahu dalam Angka tahun 2022

Tabel 2, Menunjukkan bahwa lingkungan Kahu memiliki jumlah penduduk terbesar dengan prosentase sebesar 39,16% sedangkan yang terkecil adalah lingkungan Ulubila dengan prosentase 13,79%, Potensi jumlah penduduk yang dimiliki oleh Lingkungan Kahu memberikan peluang untuk pengembangan pertanian (pohon aren) dan pengembangan usaha gula aren termasuk dalam proses

disribusi gula aren (pemasaran).

4.4 Pendidikan

Pendidikan adalah salah satu aspek yang paling penting dalam pembangunan, dimana sektor pendidikan merupakan integral dari pembangunan secara keseluruhan yang saling terkait antara satu dengan pembangunan lainnya. Oleh karena itu keberhasilan yang di capai dalam aspek pendidikan merupakan salah satu tolak ukur ataupun indikator yang mencerminkan keberhasilan sejauh mana kesuksesan pembangunan tercapai. Menyadari pentingnya pendidikan, pemerintah Indonesia secara terus menerus memperbesar kesempatan belajar dengan cara antara lain menyediakan sarana dan prasarana pendidikan dan diharapkan dapat menjangkau segenap lapisan masyarakat sampai ke daerah-daerah terpencil seperti yang di jelaskan pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Tingkat Pendidikan Masyarakat Kelurahan Kahu

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1	SD	332	31.028
2	SMP	351	32.802
3	SMA	220	20.560
4	Diplomat	36	3.364
5	S1	131	12.242
Jumlah		1.070	100

Sumber : Kantor Kelurahan Kahu Dalam Angka Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 3 dapat menunjukkan bahwa mayoritas Masyarakat Kelurahan Kahu memiliki tingkat pendidikan tamat SMP yaitu sebanyak 351 jiwa atau sebesar 32,803% dan SD sebanyak 332 jiwa atau sebesar 31,028 %. Kedua jenjang tingkat pendidikan SD dan SMP yang mendominasi penduduk di Desa Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone. Maka dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan masyarakat masih tergolong rendah walaupun ada juga penduduk telah

mengenyam pendidikan pada level Diploma dan S1.

4.5. Berdasarkan Mata Pencaharian

Sumber daya manusia memegang peran penting bagi perkembangan wilayah. Pentingnya sumber daya manusia karena manusia selalu berperan aktif dalam setiap kegiatan, utamanya bidang pertanian, mereka bertindak selaku perencana, pelaku sekaligus terwujudnya tujuan pembangunan suatu daerah. Mata pencaharian sangat menentukan tingkat kemakmuran suatu masyarakat, karena jenis mata pencaharian berhubungan langsung dengan sumber pendapatan masyarakat. Mata pencaharian penduduk di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone /sebagian besar bermata pencaharian di bidang pertanian, di samping itu penduduk lainnya bekerja dalam perdagangan, pengusaha dan pegawai negeri sipil. Untuk lebih jelasnya klasifikasi penduduk berdasarkan mata pencaharian secara terperinci dapat di lihat Tabel 4.

Tabel 4. Klasifikasi Penduduk Menurut Bidang Jenis Mata Pencaharian di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone

No	Jenis Mata Pencarian	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	Petani	1.139	83.08
2	Pedagang	40	2.92
3	PNS	168	12.25
4	TNI/POLRI	16	1.17
5	Pertukangan/Bengkel	8	0.58
Jumlah		1371	100,00

Sumber : Kantor Kelurahan Kahu Dalam Angka Tahun 2022

Tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone memiliki mata pencaharian mayoritas sebagai petani yaitu 1.139 jiwa atas 83.08%, ini berarti bahwa kehidupan penduduk di donimasi oleh sektor pertanian. Jenis mata pencaharian petani dalam

Tabel 4. Menurut keterangan penyuluh pertanian adalah semua penduduk yang mengolah kegiatan usahatani baik lahan sawah maupun lahan kering. Dan diantara jumlah tersebut, penduduk yang mengembangkan usahatani gula aren di wilayah penelitian sebanyak 50 orang. Potensi penduduk dengan jenis mata pencaharian sebagai petani merupakan kekuatan dalam usahatani gula aren yang berhubungan dengan aspek penerapan teknologi khususnya penanganan pasca panen (Pengolahan gula aren).



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Informan

Penelitian menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode observasi di gunakan oleh peneliti untuk mengamati di Kelurahan Kahu meliputi penduduk dan produksi pertanian yang ada di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone.

Metode wawancara di gunakan untuk memperoleh data dari karakteristik informan dan proses pendistribusian gula aren. Sedangkan metode dokumentasi di gunakan oleh peneliti untuk memperoleh data-data dari Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone selama turun langsung ke lapangan. Identitas informan dalam penelitian ini adalah petani gula aren dan lembaga pemasaran yang terkait yaitu pedagang kecil yang dan pedagang besar yang berada di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone.

Metode pengumpulan data di ambil dari kuoesioner yang di peroleh dari responden, dimana karakteristik informan diantaranya yaitu umur dan tingkat pendidikan dapat kita lihat pada keterangan berikut :

5.1.1. Petani Gula Aren

Petani yang di maksud di sini yang memanfaatkan sumber daya alam dalam menghasilkan bahan pangan, bahan baku maupun sumber energi, serta mengolah lingkungannya untuk memenuhi kebutuhan hidup yang menggunakan peralatan konvensional dan modern. Ada lima informan petani adalah produsen atau penghasil gula aren yang menjual ke pedagang pengumpul maupun pedagang

besar yang ada di Kelurahan Kahu.

5.1.2 Umur

Umur sangat memengaruhi aktivitas seseorang karena dikaitkan langsung dengan kekuatan fisik dan mental, sehingga berhubungan erat dengan pengambilan keputusan. Informan yang berumur muda relatif cenderung mempunyai kemampuan fisik yang lebih baik di bandingkan dengan informan yang berumur tua. Umur informan dapat di lihat pada Tabel 5 :

Tabel 5. Umur petani gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani

No	Umur	Jumlah (rang)	Persentase (%)
1	40	1	20
2	43	1	20
3	45	1	20
4	47	1	20
5	49	1	20
	Jumlah	5	100

Sumber : Data Primer Setelah Di Olah, 2023

Tabel 5 menunjukkan bahwa Jumlah petani gula aren di Kelurahan Kahu sebanyak 5 petani dengan kisaran umur 40-49 tahun. Dilihat dari Tabel 5 informan berada pada usia produktif. Umur petani mempengaruhi kemampuan fisik bekerja dan cara berfikir pada umumnya petani yang berumur muda dan sehat mempunyai kemampuan fisik yang lebih besar dari pada petani yang berumur lebih tua

5.1.3. Tingkat Pendidikan Informan

Tingkat pendidikan umumnya memengaruhi cara berfikir serta cara bertindak dalam pengambilan keputusan seseorang dalam menjalankan pekerjaannya. Secara umum tingkat pendidikan yang lebih tinggi ditunjang dengan berbagai pengalaman akan dapat memengaruhi produktifitas dan kemampuan kerja yang lebih baik yang nantinya akan mempengaruhi pula peningkatan

pendapatan dalam memperoleh hidup yang layak. Pendidikan formal informan adalah pendidikan yang di peroleh informan dari bangku sekolah.

Tabel 6. Tingkat Pendidikan Informan di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	SD	3	60
2	SMP	1	20
3	SMA	1	20
Jumlah		5	100

Sumber : Kantor Kelurahan Kahu Dalam Angka Tahun 2022

Tabel 6 bahwa tingkat pendidikan informan SD sebanyak 3 orang (40%), SMP sebanyak 1 orang (20%), dan SMA sebanyak 1 orang (20%). Hal ini berpengaruh terhadap tingkat penerapan petani informan dalam melakukan usahatani gula aren. Jika melihat kenyataan berdasarkan Tabel 6 bahwa informan yang mempunyai tingkat pendidikan petani gula aren masih rendah.

5.1.4 Jumlah Tanggungan Keluarga

Penggambaran tentang jumlah anggota keluarga petani untuk melihat seberapa tanggungan keluarga tersebut. Keluarga petani terdiri dari keluarga petani itu sendiri sebagai kepala keluarga, istri anak dan tanggungan lainnya yang berstatus tinggal bersama dalam satu keluarga. Sebagian besar petani menggunakan tenaga kerja yang berasal dari anggota keluarga sendiri yang secara tidak langsung merupakan tanggung jawab kepala keluarga untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Hal ini akan berakibat pada rendahnya kesejahteraan keluarga, karena di satu sisi sumber pendapatan yang terbatas sebagai akibat dari keterbatasan kepemilikan sumber daya, dan disisi lain anggota keluarga yang di tanggung jumlah besar berimplikasi pada besar pula biaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Tabel 7. Jumlah Tanggungan Keluarga Informan di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	1-2	2	40
2	3-4	2	40
3	5-6	1	20
Jumlah		5	100

Sumber : Data Primer Setelah Di Olah, 2023

Tabel 7 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga petani antara 1 -2 sebanyak 2 orang (40%) kemudian tanggungan keluarga 3-4 sebanyak 2 orang (40%) dan kemudian 5-6 sebanyak 1 orang (20%). Keadaan demikian sangat mempengaruhi terhadap tingkat kesejahteraan keluarga dan untuk meningkatkan produksi dalam memenuhi kebutuhannya, sehingga petani berusaha untuk menambah pendapatannya melalui usahatani gula aren sehingga dapat memenuhi semua kebutuhan keluarganya. Tanggung keluarga dapat pula berpotensi sebagai tenaga kerja dalam usaha pengolahan gula aren.

5.1.5 Pengalaman Berusahatani

Pengalaman dapat dilihat dari lamanya seorang petani menekuni suatu usahatani. Semakin lama petani melakukan usahatannya maka semakin besar pengalaman yang dimiliki. Dengan pengalaman yang cukup besar akan berkembang suatu keterampilan dan keahlian dalam menentukan cara yang lebih tepat untuk usahatani gula aren secara efektif dan efisien. Secara jelasnya dapat dilihat Tabel 8 :

Tabel 8. Pengalaman Berusahatani Informan di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani

No	Pengalaman UsahaTani (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	5-10	2	40
2	11-15	3	60
Jumlah		5	100

Sumber : Data Primer Setelah Di Olah, 2023

Tabel 8 menunjukkan bahwa pengalaman petani gula aren selama 5-10 tahun yaitu berjumlah 2 orang (40%) dan pengalaman usahatani 11-15 tahun sebanyak (60%). Hal ini menunjukkan umumnya informan berpengalaman dalam usahatani gula aren. Pengalaman berusahatani sangat erat hubungannya dengan keinginan peningkatan keterampilan petani dalam melaksanakan usahatani gula aren serta keinginan petani mengetahui informasi tentang peningkatan produksi gula aren.

5.1.6 Identitas Pedagang

Pedagang yang terlibat dalam proses pemasaran gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone adalah pedagang pemasok dan pedagang pasar. Pendidikan serta umur yang sangat mempengaruhi keberhasilan dalam berdagang. Kegiatan pendistribusian suatu barang dari tangan produsen ke konsumen memerlukan peran pedagang perantara atau di sebut sebagai lembaga pemasaran. Identitas pedagang pengumpul dan pedagang besar gula aren di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone dapat di lihat pada Tabel 9:

Tabel 9. Luas Lahan Petani Informan di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani

No	Jenis Pedagang	JumlahOrang	Persentase (%)
1	Pedagang Pengumpul	2	20
2	Pedagang besar	8	80
Jumlah		10	100

Sumber : Data Primer Setelah Di Olah, 2023

Tabel 9. Menunjukkan bahwa jumlah pedagang pemasok berjumlah 2 orang atau (20%) dan Pedagang Pasar sebanyak 8 orang atau (80%). Hal ini menunjukkan pemasaran gula aren di dominasi oleh pedagang pasar. Biasanya pedagang besar membeli gula aren dari petani di dalam dan luar Kelurahan Kahu dan dari pedagang pengumpul lainnya. Rata-rata petani yang menjual gula aren merupakan langganan sejak lama, keluarga maupun alasan dengan lokasi saling berdekatan dan mempermudah petani dan pedagang untuk mendistribusikan gula aren.

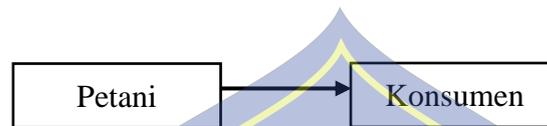
5.2 Saluran Dan Efisiensi Pemasaran Gula aren

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada pemuasan kebutuhan dan keinginan melalui suatu proses pertukaran. Dalam hal ini yang dipertukarkan adalah barang dan jasa, uang serta tenaga.

a. Saluran Pemasaran

Adapun saluran pemasaran gula aren di Kelurahan Kahu adalah sebagai berikut:

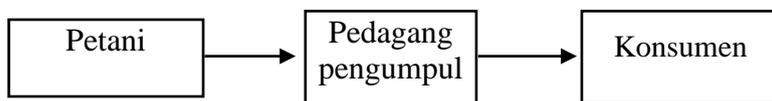
1. Saluran I



1. Petani ke pasar menjual langsung gula aren ke konsumen dengan harga Rp.22.000 /Kg. Adapun biaya pemasaran yang dikeluarkan petani sebesar 1.200 /Kg yang merupakan biaya transportasi sebesar Rp.1.000 /Kg dan biaya kemasan Rp. 200 /Kg.
2. Konsumen ke rumah petani, petani menjual gula aren ke konsumen dengan harga Rp.20.000 /Kg

Pemasaran gula aren untuk dapat terdistribusi dari petani ke konsumen pada dasarnya membutuhkan saluran pemasaran yang berisi Lembaga pemasaran yang terlibat hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sherly (2018) yang melakukan penelitian tentang pemasaran pada komoditas pisang, bahwa petani pisang mas Desa Arisan Gading melakukan pemasaran melalui beberapa saluran pemasaran.

2. Saluran II



Petani menjual gula aren kepada pedagang pengumpul dengan harga Rp . 18.000/kg dan pedagang pengumpul menjual kembali kepada konsumen

dengan harga Rp.22.000/kg, Adapun biaya pemasaran yang dikeluarkan petani yaitu biaya pengemasan sebesar 200 rupiah/kg. Biaya yang di keluarkan pedagang pengumpul adalah biaya transportasi Rp 1.000/kg untuk membeli gula aren kepada petani dan biaya tenaga kerja sebesar Rp.500/kg, jumlah biaya pemasaran pada saluran 2 sebesar Rp. 1.700/kg. biaya pemasaran pada saluran 2 besar disebabkan karena biaya transportasi yang dikeluarkan untuk membeli dari petani serta adanya tambahan biaya tenaga kerja Rp. 500/Kg

b. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan pemasaran yang dijalankan. Ada dua faktor yang sangat menentukan efisien tidaknya saluran pemasaran, yakni keuntungan pemasaran dan harga jual. Untuk mengetahui efisiensi masing-masing saluran pemasaran, maka perlu dilihat besarnya biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran untuk setiap model saluran pemasaran gula aren. Biaya yang dikeluarkan untuk lembaga pemasaran pada saluran pemasaran gula aren di Kelurahan Kahu dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Biaya pemasaran gula aren dari tiap saluran

Saluran Pemasaran	Lembaga pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp)/Kg
Saluran I	Petani	
	Biaya Transportasi	1.000
	Biaya Tenaga Kerja	0
	Biaya Kemasan	200
	Jumlah	1.200
Saluran II	Petani	
	Biaya Transportasi	0
	Biaya Tenaga Kerja	0
	Biaya Kemasan	200
	Pedagang Pengumpul	
	Biaya Transportasi	1.000
	Biaya Tenaga Kerja	500
Biaya kantong plastik	0	
	Jumlah	1.700

Sumber : Data Primer Setelah Di Olah, 2023

Tabel 10. Dapat dilihat biaya pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp1.200/kg yang terdiri dari biaya transportasi 1.000/kg dan biaya kemasan Rp200/kg. Saluran II yang dikeluarkan sebesar Rp1.700/kg yang terdiri dari biaya yang dikeluarkan petani sebesar Rp200/kg yaitu biaya kemasan, biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul sebesar Rp1.500/kg yaitu biaya transportasi dan biaya tenaga kerja Rp500/kg. Nilai efisiensi pemasaran dapat di lihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Nilai efisiensi pemasaran gula aren

No	Biaya pemasaran	Jumlah Penjualan (Kg)	Harga Jual (Rp)/Kg	Nilai Efisiensi
1	1.200	80	22.000	6
2	1.700	80	22.000	7,7

Sumber : Data Primer Setelah Di Olah, 2023

Pada Tabel 11 dapat dilihat nilai efisien pemasaran gula aren, Saluran 1 mempunyai nilai efisiensi 6%, saluran 2 memiliki efisiensi sebesar 7,7% dan

saluran 2 memiliki efisiensi sebesar 10%. Besarnya efisiensi pada setiap saluran berbeda disebabkan oleh adanya perbedaan biaya pemasaran yang dikeluarkan dan jumlah Lembaga pemasaran yang terlibat. Di antara 2 saluran, maka saluran 1 yang paling efisien dibandingkan tiga saluran pemasaran lainnya, karena nilai persentasinya yang lebih rendah yang hanya melibatkan petani dan konsumen (pihak industry). Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Soekartawi (2002), Pemasaran akan semakin efisien apabila nilai efisiensi pemasaran (E_p) semakin kecil.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone yang telah di uraikan, maka dapat di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone terdiri dari 2 saluran pemasan yakni saluran pemasaran I (Petani-Konsumen. Dan Saluran pemasarn II (Petani-PedagangPengumpul-Konsumen)
2. Saluran 1 mempunyai nilai efesiensi 6%, dan saluran 2 memiliki efisiensi sebesar 7,7%

6.2 Saran

1. Menyediakan Lembaga penunjang dalam bentuk koperasi untuk mempermudah pemasaran gula aren dan mengurangi besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan akibat banyaknya Lembaga pemasaran yang terlibat.
2. Perlunya informasi pasar bagi petani sebagai bahan pertimbangan dalam memasarkan gula aren yang melibatkan Lembaga pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliudin, Sariyoga, Setiawan Dan Anggraeni Dian. 2011. Efisiensi Dan Keuntunganusaha Gula Aren Cetak (Kasus Pada Perajin Gula Aren Cetak Di Desa Cimenga, Kecamatan Cikaju, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Jurnal Agro Ekonomi. Vol.29 No.1. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Anonim. 2014. Kategori Pangan. Indonesia: Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 6 Maret 2014 Pukul 12.01 Wib Di [Http://Www.Organisasi.Org/1970/01/Isi-Kandungan-Gizi-Daun-Cincau-Komposisi-Nutrisi-Bahan-Makanan](http://www.organisasi.org/1970/01/isi-kandungan-gizi-daun-cincau-komposisi-nutrisi-bahan-makanan).
- Chopora, Shweta, Dkk. 2017. "Perception Of Performance Indicators In An Agrifood Supply Chain: A Case Study Of India's Public Distribution System". International Journal Food System Dynamics,8(2)
- Daniel S.K. 2021. Identifikasi Rantai Pasokan Minimum Cap Tikus Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Didesa Wanga.
- Effendy, R. (2010). Pendidikan Lingkungan, Sosial, Budaya, Dan Teknologi. Bandung: Cv Maulana Media Grafika.
- Apurwanti E.D.2019. Rantai Pasok Bawang Merah Di Kabupaten Bantul Dengan Pendekatan Food Supply Chain Networks (Fscn).
- Hasibuan, Malayu S.P, 1984, Manajemen Dasar, Pengertian Dan Masalah, Jakarta:Penerbit Gunung Agung.
- Hastuti, Joenita. 2000. Etnobotani Aren Pada Masyarakat Baduy Di Banten. Skripsi Pada Jurusan Manajemen Hutan. Fakultas Kehutanan, Institut Pertanian Bogor.
- Heizer, Jay And Render Barry, (2015), Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan Dan Rantai Pasokan, Edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Herviani, Vina Dan Angky Febriansyah. 2016. Tinjauan Atas Proses Penyusunan Laporan Keuangan Pada Young Entrepreneur Academy Indonesia Bandung. Jurnal Riset Akuntansi, Vol. 8, No.02:19-27. Issn: 2086-0447.
- Hidayati D.R. 2017. Rantai Pasok (Supplay Chan) Pemasaran Komoditas Kacang Tanah Di Kabupaten Bangkalan.
- Julia Gobel, Ria Indriani, Yuriko Boekoesoe. 2019. System Pemasaran Gula ArenDi Kecamatan Attinggola Kabupaten Gorontalo Utara.

- Labombang, Mastura. 2011. Manajemen Risiko Dalam Proyek Konstruksi. JurnalSmartek. Vol. 9 No. 1. Universitas Tadulako. Palu
- Lempang, Mody. 2012. Pohon Aren Dan Manfaat Produksinya. Jurnal Ilmiah Farmasi.
- Mahmudi, 2010. Manajemen Kinerja Sektor Publik. Penerbit Uup Stim Ykpn, Yogyakarta
- Muhammad Fajar Sidik. 2021. Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Agroindustry Gula Merah Aren Di Desa Rambah Tengah Barat Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu.
- Mulyamah. 1987. Manajemen Perubahan. Jakarta: Yudhistira.
- Peraturan Menteri Pertanian. 2013. Pedoman Pembinaan Kelompok Tani Dan Gabungan Kelompok Tani. Nomor82/Permentan/Ot.140/8/2013.
- Purnawirandi Syamsul. 2022. Analisis Produksi Dan Rantai Pasok Pemasaran Gula Aren Di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone.
- Sandra Melly. 2019. Strategi Rantai Pasok Agroindustry Gula Merah Tebu.
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., And Simchi-Levi, E. (2009). Designing And Managing The Supply Chain. Boston: Mcgraw-Hill Company
- Sofian. 2011. Sinopsis Obstetri Jilid 2. Jakarta : Egc
- Taylor, C.N.,Lilis,C., Et All. (2011). Fundamental Of Nursing The Art And Science Of Nursing Care (8th Ed) : Usa : Lippincott Williams& Wilkins.
- Zulfikar. 2019. Analisis Efesien Dan Rantai Pemasaran Usaha Industry Rumah Tangga Gula Merah Di Desa Batu Mila Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.
- Warsito, 2012. Peningkatan Motivasi Dan Hasil Belajar Metematika Melalui Pendekatan Kontruktivisme Dengan Mengoptimalkan Media Information And Communication Technologies (Ict). Skripsi. Surakarta: Ums (Tidak Dipublikasikan)
- Wenno, Decky. 2013. Analisis Pendapatan Petani Jagung Peserta Program Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan Di Kabupaten Nabire

KUISIONER PENELITIAN (PETANI)



Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

ANALISIS SISTEM PEMASARAN GULA AREN DI KELURAHAN BONTOCANI KECAMATAN LIBURENG KABUPATEN BONE

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Pendidikan :

Jumlah tanggungan Keluarga :

Pengalaman Usaha :

B. PRODUKSI DAN HARGA

Jumlah Produksi (kg)			Harga Jual (Rp/kg)
Perhari	Perminggu	Perbulan	

1. Biaya apa saja yang digunakan dalam produksi ?

Jawab :

.....

2. Apakah kendala yang dihadapi dalam proses produksi gula aren ?

Jawab :

.....
.....

3. Biaya tambahan apa saja yang digunakan dalam proses pemasaran gula aren

Jawab :

.....
.....

4. Bagaimana mekanisme penentuan harga jual ?

Jawab

.....



KUISIONER PENELITIAN (PEMASOK/PENGEPUK)

ANALISIS SISTEM PEMASARAN GULA AREN DI KELURAHAN

BONTOCANI KECAMATAN LIBURENG KABUPATEN BONE

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Pendidikan :

Jumlah tanggungan Keluarga :

Pengalaman Usaha :

B. HARGA PEMASARAN

Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)

C. BIAYA OPERASIONAL

No.	Biaya	Jumlah	Harga (Rp)
1.	Tenaga Kerja		
2.	Transportasi		
3.	Pengemasan		
4.	Lainnya		

1. Berapa Harga Beli ?
2. Berapa harga jual ?
3. Menjual kepada ?
4. Hambatan yang dialami dalam proses pembelian gula aren ?
5. Berapa keuntungan per kg ?
6. Berapa jumlah modal yang di sediakan untuk membeli gula aren ?



KUISIONER PENELITIAN (PEDAGANG PASAR)

**ANALISIS SISTEM PEMASARAN GULA AREN DI KELURAHAN
BONTOCANI KECAMATAN LIBURENG KABUPATEN BONE**

A. IDENTITAS RESPONDEN

- 1. Nama :
- 2. Umur :
- 3. Pendidikan :
- 4. Jumlah tanggungan Keluarga :
- 5. Pengalaman Usaha :

1. Berapa harga beli gula aren ?

Jawab :

.....

2. Gula aren di peroleh dari mana ?

Jawab :

.....

3. Berapa banyak kebutuhan gula aren ?

Jawab :

.....

4. Gula aren di peruntuk untuk kebutuhan apa?

Jawab :

.....

5. Bagaimana sistem pemasaran?

Jawab :

Identitas Petani

No	Identitas petani	Umur	Pendidikan	Tanggungan keluarga	Pengalaman usaha
1	Rani	43	SMP	3	6
2	Sudirman	45	SD	2	11
3	P. mmang	49	SD	5	15
4	Manjing	47	SD	4	11
5	Mansur	40	SMA	2	5

Identitas Pedagang

No	Identitas Pedagang	umur	pendidikan	Tanggungan Keluarga	Status Pedagang
1	Alimuddin	45	SMP	3	Pengumpul
2	Hj. Ambo	52	SD	4	Pengumpul
3	P. Guna	50	SD	2	Besar
4	Hj. Manisi	56	SD	4	Besar
5	Rustan	48	SMP	3	Besar
6	P. Esse	60	SD	5	Besar
7	Hj. Tuo	58	SD	2	Besar
8	Ida	39	SMA	3	Besar
9	Ufe	38	SMA	2	Besar
10	Sana	40	SD	3	Besar

LAMPIRAN

Lampiran 2. Peta Lokasi Penelitian



Lampiran 3. Dokumentasi Pedagang Besar



Gambar 2. Dokumentasi Pedagang Besar

Lampiran 4. Dokumentasi Proses Pembuatan Gula Aren



Gambar 3. Proses Pembuatan Gula Aren

Lampiran 5. Dokumentasi Petani Gula Aren



Gambar 4. Proses Pengambilan Bahan Gula Aren

Lampiran 6. Surat Keterangan Bebas Plagiasi

 MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221 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 : Risman
Nim : 105961101019
Program Studi : Agribisnis

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Batas
1	Bab 1	5%	10%
2	Bab 2	12%	25%
3	Bab 3	9%	10%
4	Bab 4	3%	10%
5	Bab 5	2%	10%
6	Bab 6	2%	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 Agustus 2023
Mengetahui
Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan


NBM. 964 594

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
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

BAB I Risman 105961101019

by Tahap Tutup



Submission date: 23-Aug-2023 05:50PM (UTC+0700)

Submission ID: 2149900106

File name: I_14.docx (16.11K)

Word count: 633

Character count: 3907

BAB I Risman 105961101019

ORIGINALITY REPORT

9%	9%	5%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	8%
2	nizamora.blogspot.com Internet Source	2%



BAB II Risman 105961101019

by Tahap Tutup



Submission date: 23-Aug-2023 05:52PM (UTC+0700)

Submission ID: 214990056a

File name: II_14.docx (148.16K)

Word count: 2806

Character count: 18040

BAB II Risman 105961101019

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

ppjp.ulm.ac.id
Internet Source

3%

2

digilib.ulm.ac.id
Internet Source

3%

3

repository.ummat.ac.id
Internet Source

2%

4

jurnal.unej.ac.id
Internet Source

2%

5

Submitted to KYUNG HEE UNIVERSITY
Student Paper

2%

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches



BAB III Risman 105961101019

by Tahap Tutup



Submission date: 23-Aug-2023 05:47:00 (UTC+0700)

Submission ID: 2149901179

File name: III_13.docx (16.53K)

Word count: 695

Character count: 4482

BAB III Risman 105961101019

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.upnyk.ac.id
Internet Source

2

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan
Tinggi Indonesia Jawa Timur
Student Paper

3

Submitted to State Islamic University of
Alauddin Makassar
Student Paper

4

Submitted to Universitas Merdeka Malang
Student Paper

Exclude quotes

On

Exclude bibliography

On

Exclude matches

< 2%



BAB IV Risman 105961101019

by Tahap Tutup



Submission date: 23-Aug-2023 05:55PM (UTC+0700)

Submission ID: 2149901301

File name: IV_13.docx (19.59K)

Word count: 889

Character count: 5349

BAB IV Risman 105961101019

ORIGINALITY REPORT

3% SIMILARITY INDEX **3%** INTERNET SOURCES **2%** PUBLICATIONS **2%** STUDENT PAPER

PRIMARY SOURCES

- 1** text-id.123dok.com
Internet Source
- 2** repository.ar-raniry.ac.id
Internet Source



Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

BAB V Risman 105961101019

by Tahap Tutup



Submission date: 23-Aug-2023 05:55PM (UTC+0700)

Submission ID: 2149901538

File name: V_13.docx (39.43K)

Word count: 2142

Character count: 12417

BAB V Risman 105961101019

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

riset.unisma.ac.id

Internet Source

2%



Exclude quotes

Exclude matches

Exclude bibliography

BAB VI Risman 105961101019

by Tahap Tutup



Submission date: 23-Aug-2023 05:56PM (UTC+0700)

Submission ID: 214990176

File name: VI_14.docx (14.91K)

Word count: 361

Character count: 2169

BAB VI Risman 105961101019

ORIGINALITY REPORT

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

PRIMARY SOURCES

1	id.123dok.com Internet Source	2%
---	----------------------------------	----

Exclude quotes Exclude matches Exclude bibliography 2%



RIWAYAT HIDUP



RISMAN dilahirkan di Desa Hulo, Kecamatan Kahu, Kabupaten Bone pada tanggal 06 Februari 2001. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bakhtiar dan Hasriana. Penulis menempuh pendidikan pertama di SD Inpres 6/75, Kecamatan Kahu, Kabupaten Bone dan tamat pada tahun 2013, setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 2 Salomekko, Kecamatan Patimpeng, Kabupaten Bone dan tamat pada tahun 2016, kemudian pada tahun itu juga penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 6 Bone dan pada tahun 2019, pada tahun yang sama penulis lulus seleksi masuk di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah mengikuti magang di PT. Pabrik Gula Camming, Kabupaten Bone. Penulis melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN-Reguler) di Kelurahan Barombong, Kecamatan Tamalate, Kota Makassar. Berkat petunjuk Allah Swt, usaha disertai doa kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul “Saluran Dan Efisiensi Pemasaran Gula Aren Di Kelurahan Kahu Kecamatan Bontocani Kabupaten Bone”.