

**ANALISIS STRUKTUR DAN KINERJA PEMASARAN KOMODITAS  
JAHE DI DESA BARINGENG KECAMATAN LIBURENG  
KABUPATEN BONE**

**SULVIANA  
105961109117**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2021**

**ANALISIS STRUKTUR DAN KINERJA PEMASARAN KOMODITAS  
JAHE DI DESA BARINGENG KECAMATAN LIBURENG  
KABUPATEN BONE**

**SULVIANA  
105961109117**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
MAKASSAR**  
**SKRIPSI**  
**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Strata Satu (S-1)**



05/02/2022  
—  
1 cap  
Sub. Alumni

R/0043/AGS/22 CD  
SUL  
a<sup>1</sup>

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Jahe di  
Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone

Nama : Sulviana

Stambuk : 105961109117

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

  
Dr. St. Aisyah R, S.Pt., M.Si  
NIDN. 0917068801

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

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis

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

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

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Jahe di  
Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone

Nama : Sulviana

Stambuk : 105961109117

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. St. Aisyah R, S.Pt., M.Si  
Ketua Sidang
2. Hasriani, S.TP., M.Si  
Sekretaris
3. Dr. Amiruddin, S.Pt., M.Pd., MSi  
Anggota
4. Firmansyah, SP., M.Si  
Anggota



Tanggal Lulus : 16 Desember 2021

## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bne adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini.

Makassar, Desember 2021

Sulviana  
1059611109117

## ABSTRAK

**SULVIANA 105961109117.** Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone. Dibimbing oleh ST. AISYAH R. dan HASRIANI.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur dan kinerja pasar jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone.

Populasi dalam penelitian ini adalah petani jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone dengan jumlah 81 orang, sementara yang diambil sebanyak 15% menggunakan rumus slovin dari sampel sebanyak 27 orang. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan penentuan responden pedagang diambil secara sensus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur pasar jahe antar lembaga pemasaran petani dan pedagang yaitu tipe struktur pasar oligopsoni. Kinerja pada saluran pemasaran, margin pemasaran sebesar 19.000, farmer share 70,37%, share keuntungan 77, 27%, dan share biaya 22,73%.

Kata Kunci : Struktur, Kinerja, Pemasaran Jahe.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayahnyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Tak lupa pula penulis ucapkan salam dan salawat kepada Nabi Muhammad SAW, karena beliau adalah yang telah menghantarkan kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh berkah. Adapun judul skripsi yang akan dibahas adalah “Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Komoditas Jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone”. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh sarjana S1 Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis sangat berharap semoga dengan skripsi ini penulis dapat memberikan sedikit gambaran dan memperluas wawasan ilmu yang penulis miliki.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang membantu hingga terselesainya Skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung terutama kepada yang terhormat;

1. Dr. St Aisyah R, S.Pt., M.Si selaku Pembimbing Utama dan Hasriani, S.TP., M.Si selaku Pembimbing Pendamping yang telah membimbing saya dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd., Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P., Selaku Ketua Prodi Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Kedua orangtua dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun materi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
6. Semua teman-teman yang telah membantu penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat sebut persatu.

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.

Makassar, Desember 2021

Sulviana

## DAFTAR ISI

Nomor

HALAMAN

*Teks*

HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KOMISI PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
I.PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
II.TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Tanaman Jahe.....	6
2.2 Tinjauan Pemasaran.....	9
2.3 Perilaku Pasar.....	11
2.4 Kinerja Pasar.....	13
2.5 Penelitian Terdahulu.....	14

2.6 Kerangka Pemikiran.....	16
<b>III.METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	18
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	18
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5 Teknik Analisis Data.....	21
3.6 Definisi Operasional.....	24
<b>IV. GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>26</b>
4.1 Keadaan Geografis.....	26
4.2 Keadaan Sosial.....	28
4.3 Keadaan Ekonomi.....	28
4.4 Keadaan Pertanian.....	29
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
5.1 Indetitas Responden.....	30
5.2 Hasil Produksi Jahe.....	36
5.3 Struktur Pasar.....	37
5.4 Kinerja Pasar.....	39
<b>VI. PENUTUP .....</b>	<b>51</b>
6.1 Kesimpulan .....	51
6.2 Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	<i>teks</i>	Halaman
1.	Perkembangan Produksi Tanaman Biofarmaka Menurut Jenis Tanaman (Kg) di Kecamatan Libureng 2016-2019 .....	2
2.	Tahun, Luas Panen/M <sup>2</sup> , Produksi/Kg Jahe Di Kecamatan Libureng 2016-2019 .....	2
3.	Harga Jahe di Desa Baringeng 2018-2021.....	3
4.	Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	16
5.	Jumlah Data Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Baringeng .....	26
6.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Baringeng .....	27
7.	Status Kepemilikan Sawah Kepala Keluarga.....	28
8.	Status Kepemilikan Kebun Kepala Keluarga .....	28
9.	Tingkat Umur Petani Jahe, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer di Desa Baringeng .....	32
10.	Tingkat Pendidikan Petani Jahe, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer Di Desa Baringeng .....	34
11.	Tanggungan Keluarga Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer Di Desa Baringeng .....	35
12.	Pengalaman Berusaha/tani Responden Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer .....	37
13.	Hasil Produksi Jahe di Desa Baringeng Tahun 2021 .....	38
14.	Struktur Pangsa Pasar Pada Tingkat Petani Jahe di Desa Baringeng .....	39
15.	Struktur Pangsa Pasar Pada Tingkat Pedagang Pengumpul di Desa Baringeng .....	40

16. Marjin Pemasaran Pada Saluran I Pemasaran Jahe.....	44
17. Marjin Pemasaran Pada Saluran II Pemasaran Jahe .....	45
18. Marjin Pemasaran Pada Saluran III Pemasaran Jahe .....	46
19. <i>Farmer Share</i> Pada Saluran I Pemasaran Jahe .....	47
20. <i>Farmer Share</i> Pada Saluran II Pemasaran Jahe .....	48
21. <i>Farmer Share</i> Pada Saluran III Pemasaran Jahe.....	49
22. Persentase <i>Share</i> Biaya dan <i>Share</i> Keuntungan Pada Saluran Pemasaran di Desa Baringeng .....	50



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Jahe Gajah.....	8
2.	Bentuk Saluran Pemasaran.....	11
3.	Kerangka Pikir.....	20
4.	Tanaman Jahe di Desa Baringeng.....	67
5.	Rimpang Jahe di Desa Baringeng.....	67
6.	Proses Pengangkutan Jahe.....	68
7.	Proses Wawancara dengan Pedagang.....	68
8.	Proses Wawancara dengan Petani Jahe di Desa Baringeng.....	69
9.	Proses Pengambilan Data.....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	57
2.	Indetitas Responden di Desa Baringeng .....	61
3.	Hasil Produksi Jahe di Desa Baringeng Tahun 2021 .....	63
4.	Biaya Produksi Jahe di Desa Baringeng .....	64
5.	Struktur Pangsa Pasar di Tingkat Petani Jahe Di Desa Baringeng .....	65
6.	Jumlah Volume Pembelian Pedagang Pengumpul.....	65
7.	Biaya Pemasaran di Desa Baringeng .....	66
8.	Margin Pemasaran, <i>Share</i> Keuntungan, <i>Share</i> Biaya dan <i>Farmer Share</i> ..	67
9.	Dokumentasi Penelitian .....	68
10.	Peta Kabupaten Bone .....	71
11.	Peta Kecamatan Libureng .....	71
12.	Surat penelitian.....	72

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor dibidang ekonomi yang memiliki arti dan kedudukan penting dalam perekonomian nasional. Sektor ini berperan sebagai sumber penghasil bahan makan, sumber bahan baku bagi industri, mata pencaharian sebagian besar penduduk, penghasil devisa negara dari ekspor komoditasnya bahkan berpengaruh besar terhadap stabilitas dan keamanan nasional. Selain perpotensi ekonomi sektor pertanian juga memiliki manfaat ekologi, yaitu membantu melestarikan lingkungan hidup yang berkelanjutan, mengurangi dampak pemanasan global dan pada akhirnya meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Di antara berbagai komoditas pertanian yang ada di Indonesia khususnya Sulawesi Selatan, hortikultura merupakan salah satu komoditas yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan.

Hortikultura memiliki beberapa keunggulan, yaitu: 1) keragaman jenis, 2) ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi, 3) potensi serapan pasar di dalam negeri maupun internasional yang terus meningkat, serta 4) sumber pendapatan khususnya bagi petani. Pasokan hortikultura terdiri dari buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan biofarmaka (Ditjen Hortikultura, 2014). Budidaya tanaman obat banyak dikembangkan karena keadaan tanah dan iklim yang cocok untuk budidaya tanaman obat. Selain itu banyaknya industri yang berbahan baku tanaman obat memungkinkan terus berkembangnya budidaya tanaman obat.

Tabel 1. Perkembangan Produksi Tanaman Biofarmaka Menurut Jenis Tanaman (kg) di Kecamatan Libureng 2016 - 2019

Jenis Tanaman	Tahun (kg)			
	2016	2017	2018	2019
Jahe	12 570 500	8 575 000	5 289 600	2 180 000
Kencur	1 140	684	715	1 749
Kunyit	3 908	11 250	65 700	362
Laos	5 595	7 032	15 754	6 030

Sumber : Badan Pusat Statistik Dinas Pertanian Kabupaten Bone, 2016-2019

Berdasarkan Tabel 1 jahe merupakan salah satu tanaman hortikultura biofarmaka yang dibudidayakan di Kecamatan Libureng. Jahe mempunyai arti penting dalam perwujudan ketahanan pangan. Budidaya tanaman jahe layak untuk diprioritaskan karena selain memiliki nilai ekonomi tinggi, jahe juga dapat dijadikan sebagai wedang (minuman) jahe, permen jahe atau bandrek (minuman mengandung jahe).

Tabel 2. Tahun, Luas Panen/m<sup>2</sup>, Produksi/kg Jahe di Kecamatan Libureng 2016-2019

	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
Luas Panen/m <sup>2</sup>	3 250 000	2 500 000	1 520 000	500 000
Produksi/kg	12 570 500	8 575 000	5 289 600	2 180 000

Sumber: BPS Tingkat Kecamatan Libureng dalam Angka 2020

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan produksi jahe di Kecamatan Libureng mengalami ketidakstabilan yang disebabkan oleh berkurangnya luas panen. Pada setiap tahunnya mengalami penurunan diakibatkan luas panen semakin berkurang. Hal ini karena setiap lahan yang sudah ditanami jahe tidak bisa lagi ditanami kembali disebabkan lahan tersebut sudah ditanami pohon kemiri atau tanaman lain.

Permasalahan yang sering dihadapi petani jahe di Desa Baringeng adalah harga ditingkat produsen dan konsumen yang cukup jauh membuat posisi taar petani lemah dalam menentukan harga di pasar. Tidak hanya itu, akses informasi harga, kerikatan dengan Bandar (pedagang pengumpul) teknologi yang digunakan masih sederhana, peranan kelompok tani belum maksimal hingga akses permodalan yang terbatas .

Pemasaran pertanian khususnya hortikultura masih menjadi bagian yang lemah dalam aliran komoditas karena belum berjalan secara efisien. Hal ini dapat dilihat dari pendistribusian jahe yang dilakukan petani di Desa Baringeng kepada lembaga pemasaran masih terbatas. Pendistribusian hasil panen dilakukan secara langsung kepada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Tabel 3. Harga jahe di Desa Baringeng 2018-2021

No.	Tahun	Harga Jahe (Rp/kg)
1	2018	10 000
2	2019	16 000
3	2020	21 000
4	2021	8 000

Sumber: Petani jahe Desa Baringeng, 2018-2021

Fluktuasi harga pada produk pertanian menjadi permasalahan utama dalam sistem pemasaran. Sering sekali petani mengalami kerugian akibat fluktuasi harga. Fluktuasi harga dapat terjadi karena produksi jahe hanya terkonsentrasi pada daerah tertentu, pola produksi yang tidak sesuai, fasilitas yang tidak memadai, hingga panjangnya rantai pemasaran jahe (Sukayana *et dl*, 2013).

Perubahan harga disebabkan oleh struktur dan kinerja pemasaran. Proses pemasaran saat ini tidak hanya mendistribusikan barang sampai ke konsumen

saja, melainkan diperlukan koordinasi serta kolaborasi antara lembaga pemasaran, agar produk mampu didistribusikan tepat waktu, jumlah, tempat, serta kepemilikan. Apabila salah satu rantai mengalami gangguan maka mempengaruhi rantai lainnya.

Petani di Desa Baringeng masih tergantung pada dengan adanya lembaga pemasaran yang menampung hasil panennya. Pemasaran petani yang tidak efisien ini membuat petani sulit meningkatkan pendapatan. Panjangnya rantai dalam lembaga pemasaran jahe membuat sebagian petani jahe mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Tinggi rendahnya harga yang diterima petani erat kaitannya dengan struktur pasar dan besarnya margin pemasaran sehingga untuk meningkatkan pemasaran petani jahe dapat dicapai apabila struktur pasar dan penyebab tingginya margin pemasaran dapat diketahui.

Sehubungan dengan permasalahan tersebut diatas, penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan judul "*Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efisien saluran pemasaran jahe yang ada di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang dapat dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana struktur pemasaran komoditas jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone ?

2. Bagaimana kinerja pemasaran komoditas jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana struktur pemasaran jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone.
2. Untuk mengetahui bagaimana kinerja pemasaran komoditas Jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti dapat memperoleh informasi dan bahan acuan mengenai pemasaran jahe dan untuk melengkapi program perkuliahan S1. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar dan sebagai salah satu media latih untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan sesuai disiplin yang dipelajari.
2. Bagi petani sebagai bahan informasi untuk mengembangkan dan meningkatkan kinerja pemasaran di Desa Baringeng Kecamatan Kabupaten Bone.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tanaman Jahe

Jahe atau dalam bahasa latinnya dikenal dengan *Zingiber officinale*. Jahe merupakan tanaman yang masuk kedalam keluarga *zingiberacea*. Jahe adalah tanaman yang berimpang dengan buah yang tumbuh didalam tanah seperti umbi-umbian. Kunyit, kencur dan lengkuas masih masuk kedalam keluarga jahe selain dari bentuk dan cara tumbuhnya pun mirip dan sama-sama sering dijadikan untuk bumbu dapur.

Jahe yang dikenali juga dengan sebutan *ginger* dalam bahasa inggris ini merupakan tanaman rimpang yang berasal dari dataran Asia Tenggara yang kemudian menyebar ke berbagai penjuru dunia. Karena jahe terkenal dengan memiliki banyak khasiat dan juga manfaat.

Secara umum jahe memiliki kandungan air, mineral dan juga vitamin. Kandungan mineral dalam jahe terdiri dari kalsium, fosfor dan juga besi. Kandungan vitaminnya terdiri dari vitamin A, vitamin B1, vitamin B3 dan vitamin C. selain itu jahe juga mengandung berbagai zat bioaktif, antioksidan, enzim, dan juga minyak atsiri.

Jahe yang kaya akan berbagai manfaat ini sejak dahulu sudah sering dimanfaatkan untuk bumbu rempah makanan, dimanfaatkan untuk kesehatan dan juga kecantikan. Di daerah yang dingin biasanya jahe dimanfaatkan untuk menghangatkan tubuh dan juga mengembalikan stamina tubuh.

Di Indonesia sendiri tanaman jahe tumbuh subur, karena memang jahe bisa tumbuh subur di daerah yang beriklim tropis. Sehingga menjadi salah satu bahan dagangan yang cukup menguntungkan. Tapi tahukah kamu, jahe memiliki rasa dominan pedas ini ternyata ada beberapa jenis. Di Indonesia sendiri jahe memiliki 3 macam.

1. Jahe Gajah atau Jahe Badak



**Gambar 1. Jahe Gajah**

Sesuai dengan namanya, jahe jenis ini merupakan jahe dengan ukuran yang paling besar diantara jahe yang lain. Ukuran rimpangnya besar dan gemuk. Aromanya sangat tajam, namun rasanya tidak terlalu pedas dibandingkan dengan jahe jenis lain. Arna bagian dalamnya cenderung putih. Serat pada daging jahe ini lebih kecil dan lembut dibandingkan jahe jenis lainnya. Jahe gajah merupakan jahe yang paling disukai oleh orang-orang diluar negeri atau di pasaran internasional.

Dengan kandungan minyak atsiri kurang lebih sampai dengan 2% sehingga rasanya tidak terlalu pedas. Jahe gajah biasanya dimanfaatkan untuk pembuatan bahan utama permen jahe, makanan atau minuman karena dagingnya yang tebal. Tapi ada juga memanfaatkan sebagai rempah untuk masakan.

## 2. Jahe Emprit

Jahe emprit merupakan jahe yang sering dijumpai di pasar-pasar Indonesia. Bentuk rimpangnya lebih ramping dan kecil dibandingkan jahe gajah. Aromanya tidak setajam jahe gajah, namun rasanya lebih pedas dibandingkan jahe gajah. Jahe emprit bagian dagingnya berwarna kuning dan memiliki serat yang lembut. Kandungan minyak atsiri pada jahe emprit bisa mencapai sampai dengan 7% sehingga rasanya cukup pedas. Jahe emprit sering dimanfaatkan untuk dijadikan bumbu masakan nusantara juga bisa dijadikan bahan untuk pembuatan jamu.

## 3. Jahe Merah

Jahe merah memiliki kandungan minyak atsiri paling tinggi dibandingkan dengan jahe gajah maupun jahe emprit. Sehingga rasa pada jahe merah ini paling pedas dibandingkan jahe lainnya. Rimpang pada jahe merah ukurannya kecil, kulit berarnah merah sesuai dengan namanya. Serat pada jahe merah lebih kasar dibandingkan jahe jenis lainnya. Karena rasanya yang pedas, jahe merah sering dimanfaatkan untuk pembuatan obat-obatan herbal. Karena keunggulannya, jahe merah biasanya digunakan untuk meredakan nyeri, menghilangkan pegal-pegal, mengurangi sakit kepala, meredakan demam dan lain-lain.

Jahe merah merupakan jahe yang terkenal dikalangan masyarakat Indonesia. Namun harga jahe merah paling mahal dibanding jahe jenis lainnya. Karena jahe merah sifatnya musiman tidak bisa panen banyak, tergantung pada cuacanya. Karena kelangkaan atau proses panen tidak bisa banyak sedangkan

permintaan dipasaran tinggi sehingga mengakibatkan harga jahe merah yang paling mahal.

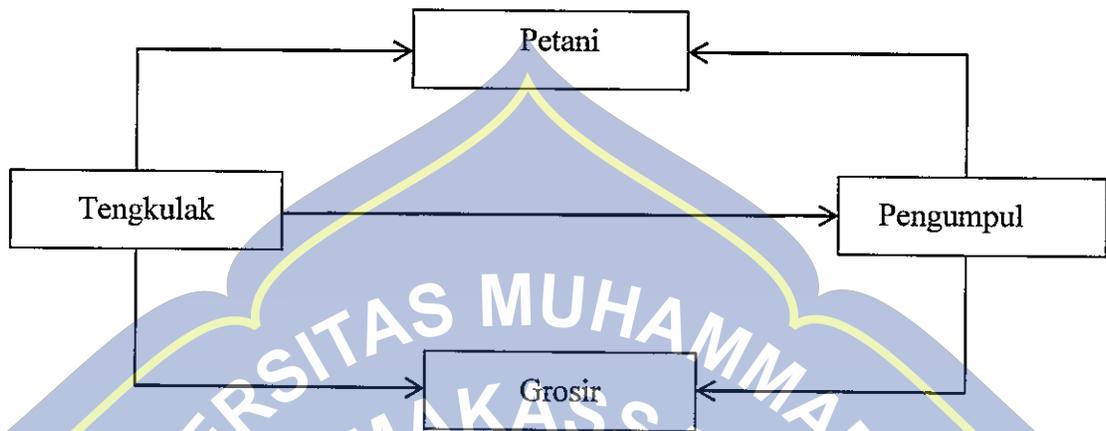
## **2.2 Tinjauan Pemasaran**

Pemasaran menurut Kotler, K (2009) adalah sebuah proses dimana menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk atau jasa kepada individu atau kelompok untuk memenuhi apa yang mereka inginkan dan apa yang mereka butuhkan. Secara umum pemasaran merupakan proses aliran barang yang terjadi di pasar dari barang yang di produksi produsen hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Aliran barang tersebut sering disebut dengan saluran pemasaran.

Tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau jasa yang dipasarkan dapat sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemasaran komoditas pertanian terdapat pelakupelaku ekonomi yang terlibat secara langsung ataupun tidak langsung dengan cara melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran. Terdapat lima pendekatan pemasaran pertanian yaitu, pendekatan komoditi, pendekatan lembaga, pendekatan fungsi, pendekatan teori ilmu ekonomi dan pendekatan sistem (Sudiyono, 2002).

Selama proses pergerakan barang dari produsen ke konsumen akhir, terdapat upaya-upaya dari lembaga-lembaga pemasaran yang dilalui barang tersebut untuk menambah nilai guna terhadap barang tersebut sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Bentuk saluran pemasaran yang terjadi pada suatu komoditas sangat beragam, ada yang berbentuk sederhana dan ada yang

berbentuk rumit sekali. Berikut salah satu bentuk saluran pemasaran menurut (Sudiyono, 2002).



**Gambar 2. Bentuk Saluran Pemasaran**

Menurut Anindita R (2005) terdapat empat jenis kegunaan yang dilakukan dalam kegiatan pemasaran yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan bentuk (*form utility*), yaitu merubah bentuk suatu barang yang ada sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Kegunaan tempat (*place utility*), yaitu kegunaan yang ditimbulkan ketika hasil produksi di suatu tempat yang mensyaratkan menginginkan barang tersebut.
3. Kegunaan waktu (*time utility*) yaitu barang akan lebih berguna jika tersedia dalam waktu yang diinginkan oleh konsumen.
4. Kegunaan milik (*possession utility*) dilakukan ketika barang ditransfer atau ditempatkan atas kontrol dari seseorang yang diinginkan.

### 2.3 Struktur Pasar

Struktur pasar (*market structure*) adalah suatu variabel yang menunjukkan karakteristik dan kondisi suatu pasar seperti jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar. Struktur pasar terkait jumlah dan ukuran distribusi perusahaan dalam pasar serta mudah atau sulitnya masuk dan keluar dari pasar.

Menurut Jaya (2001), struktur pasar adalah suatu variabel yang digunakan dalam menentukan perilaku perusahaan, interaksi perilaku perusahaan dan struktur pasar akan menentukan sebuah kinerja. Selanjutnya memiliki pengaruh terhadap pembentukan dari suatu struktur. Struktur pasar biasanya dinyatakan dalam ukuran distribusi perusahaan pesaing. Elemen struktur pasar adalah pangsa pasar (*market share*), konsentrasi (*consentration*), dan hambatan (*barrier*) (Jaya, 2001).

Menurut Teguh (2010), struktur pasar adalah karakteristik yang menunjukkan kondisi pasar, seperti jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar. Perbedaan pada elemen-elemen itu akan membedakan cara masing-masing pelaku pasar dalam industry berperilaku, yang pada gilirannya akan menentukan perbedaan kinerja pasar yang terjadi.

Struktur pasar berkaitan dengan lingkungan dimana pasar tersebut beroperasi. Lingkungan tersebut menyangkut banyaknya produsen atau perusahaan, fungsi biaya, fungsi keuntungan dan kendala yang menghalangi produsen untuk masuk kedalam suatu industri. Struktur pasar juga

menggambarkan pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan di pasar dalam suatu industri. Untuk memperluas satu pangsa pasar tersebut, suatu perusahaan menghadapi sejumlah rintangan. Semakin besar hambatan untuk masuk, semakin tinggi tingkat konsentrasi struktur pasar. Hambatan masuk meliputi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pemerintah untuk memasuki pasar, yaitu besarnya investasi yang dibutuhkan, efisiensi tingkat produksi, bermacam-macam usaha penjualan, serta besarnya *sunk cost*.

Struktur pasar mengenai berbagai jenis pasar. Pasar persaingan sempurna, monopoli dan oligopoli. Namun, jenis pasar persaingan sempurna dan monopoli sangat jarang ditemukan dalam pasar. Setiap struktur pasar berada diantara pasar monopoli (pangsa pasar yang tinggi dan rintangan untuk masuk tinggi) dan pasar persaingan sempurna (pangsa pasar kecil dan rintangan masuk pasar rendah). Setiap perusahaan memiliki suatu struktur pasar pada masing-masing keadaan tertentu yang mempengaruhi perilaku dari perusahaan.

Keuntungan dan kelemahan pasar monopsoni, pasar persaingan sempurna dan pasar oligopsoni:

1. Pasar monopsoni (keuntungannya adalah kualitas produk yang dijual terjamin, baik dari segi keamanan maupun kesehatannya; lebih hemat biaya, dengan menekan biaya produksi yang tinggi. Sedangkan kelemahannya adalah dengan adanya satu pembeli maka akan lebih banyak tekanan yang dirasakan oleh produsen; produk yang tidak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen akan dibuang atau diletakkan digudang).

2. Pasar persaingan sempurna (keuntungannya adalah tidak ada persaingan dalam pasar ini, penjual tidak memerlukan iklan untuk promosi, menentukan harga dengan transaksi tawar menawar antara penjual dan pembeli. Sedangkan kelemahannya adalah tidak ada dana untuk melakukan riset atau pengembangan produk, para pembeli keterbatasan dalam memilih barang atau jasa karena produk yang dijual sama dan kualitasnyapun sama).
3. Pasar oligopsoni (keuntungannya adalah penjual mendapat keuntungan banyak karena bisa lebih dari satu pembeli yang membeli barangnya, tekanan dari pembeli kepada penjual tidak begitu terlihat, karena adanya sebuah perlindungan. Sedangkan kelemahannya adalah kualitas produk belumpasti atau kurang meyakinkan, keamanan dan kenyamanan rendah karena tidak ada identitas pasti yang dimiliki produk).

#### **2.4 Kinerja Pasar**

Kinerja pasar merupakan hasil keputusan akhir yang dapat diambil dan berhubungan dengan proses tawar menawar serta persaingan pasar. Fungsi dari keragaan atau kinerja pasar adalah untuk melihat sejauh mana pengaruh struktur dan tingkah laku pasar dalam proses pemasaran hasil pertanian. Keragaan pasar juga merupakan salah satu indikator dalam melihat suatu efisiensi pemasaran. Untuk melihat efisien atau tidak dalam pendekatan kinerja pasar terdapat beberapa indikator yaitu (1) harus terdapat kemajuan teknologi, (2) adanya orientasi untuk perkembangan lembaga-lembaga pemasaran, (3) adanya efisiensi peningkatan

penggunaan sumber daya serta, (4) adanya kualitas produk dan maksimasi jasa pemasaran dengan biaya serendah mungkin (Sudiyono, 2002).

Kinerja pasar menurut Teguh (2006) dalam (Sulastrri & Suhono, 2016), merupakan reaksi yang diakibatkan karena terjadinya tindakan-tindakan para pesaing pasar guna bersaing menguasai pasar. Keuntungan dan efisiensi suatu perusahaan yang telah dicapai dapat mengukur kinerja pasar dari perusahaan tersebut. Produsen pada umumnya akan memproduksi pada saat harga sama dengan biaya marginal dan biaya rata-rata.

## 2.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan adalah penelitian yang telah dilakukan oleh orang lain dan diambil untuk menegaskan penelitian dan sebagai teori pendukung dalam menyusun konsep penelitian baru. Penelitian terdahulu yang relevan dapat dilihat pada tabel 4. sebagai berikut:

Tabel 4. Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Menganalisis pemasaran karet di Kabupaten Kapuas (Yuprin, 2009)	Penelitian ini menggunakan metode survei. Saluran pemasaran dijelaskan secara dekriptif dan data kuantitatif dianalisis dengan pendekatan <i>Structure Conduct dan Performance</i> (SCP).	Pemasaran karet terdiri dari enam macam. Struktur pasar di tingkat desa, kecamatan dan kabupaten bersifat oligopsoni. Penampilan pasar ditunjukkan dengan margin pemasaran yang relatif besar dan didominasi oleh <i>share</i> keuntungan yang besar dan tidak merata. Perbedaan penelitian yang dulu dengan sekarang adalah terletak pada objek.

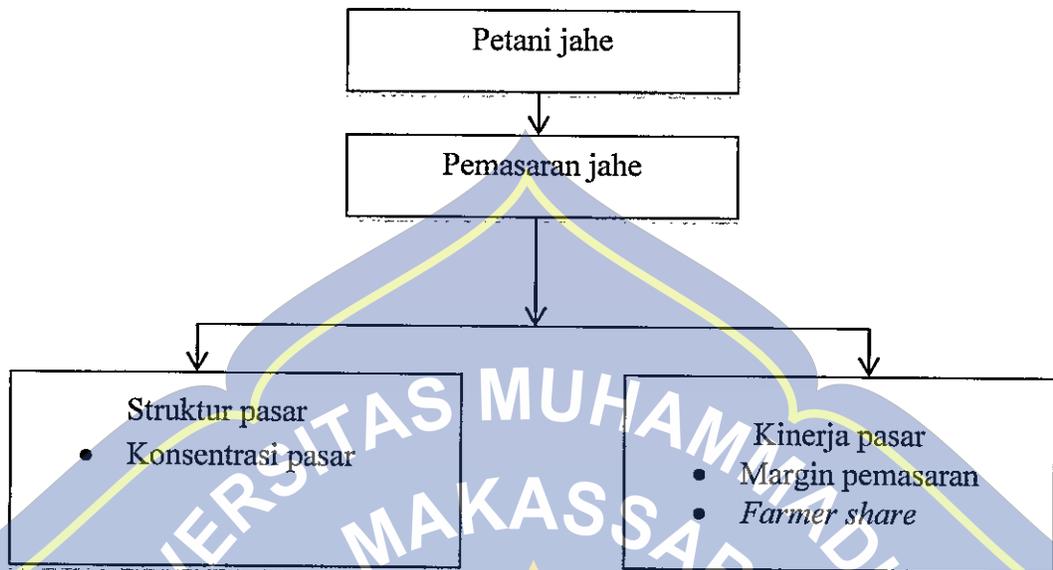
			Menggunakan sampel petani dari dua desa, sedangkan sekarang menggunakan sampel petani dari satu desa.
2	Menganalisis struktur, Perilaku, dan Penampilan Pasar Wortel di Sub Terminal Agrobisnis (Sta) Mantung (Boladina 2012)	Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif deskriptif dan kuantitatif dengan pendekatan SCP.	Struktur pasar mengarah pada pasar oligopsoni, perilaku pasar pada pemasaran wortel sarat dengan berbagai macam kolusi dan penampilan pasar menghasilkan margin pemasaran, share harga, dan R-C ratio yang bervariasi untuk Sembilan saluran pemasaran wortel. Perbedaan penelitian dulu dengan sekarang yaitu penelitian dulu pada struktur pasar menggunakan <i>indeks Hirschman herfindahl (IHH)</i> <i>indeks rosenbluth (R)</i> , koefisien gini dan konsentrasi rasio sedangkan sekarang hanya menggunakan konsentrasi rasio diferensiasi produk, hambatan keluar masuk pasardan informasi pasar.
3	Menganalisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Komoditi Padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda Kabupaten Siak (Dewi <i>et all</i> , 2007)	Analisis data yang digunakan yaitu analisis kualitatif (deskriptif) dan kuantitatif dengan metode pendekatan SCP.	Ada tiga saluran pemasan di dua desa tersebut. Struktur pasar beras adalah pasar oligopsoni. Margin pemasaran menunjukkan bahwa margin dan keuntungan paling banyak didapat oleh pedagang yang melakukan lebih banyak fungsi pemasaran. Perbedaan penelitian dulu dengan sekarang

			yaitu dengan menggunakan analisis <i>indeks Herfindhal</i> (HI) pada struktur pasar, sedangkan sekarang tidak menggunakan analisis <i>Indeks Herfindhal</i> (HI)
4	Strategi Pemasaran Poduk Jahe merah melalui Analisis SWOT pada Berusahatani UD. Barokah Ungaran (Agung Prastiyo)	Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT metode kualitatif dan metode kuantitatif dengan pendekatan SCP.	Hasil analisis SAP sebesar 4,1 diketahui bahwa perusahaan berada pada posisi persaingan <i>strong</i> . Analisis ETOP yang menganalisa factor yang menjadi peluang dan ancama.
5	Analisis Pemasaran kopi di Kecamatan Bermani Ulu Raya Kabupaten Rejang Lebong (Sugiarti 2010)	Metode yang digunakan adalah metode survey. Margin pemasaran kopi pada masing-masing lembaga pemasaran menggunakan analisis kualitatif	Sistem pemasaran kopi di Kecamatan Bermani Ulu Raya telah bekerja kurang efektif dan efisien ditunjukkan dengan rendahnya bagian harga yang diterima petani. Perbedaan penelitian dulu dengan sekarang adalah pendekatan yang digunakan. Penelitian dulu hanya menggunakan analisis margin pemasaran sedangkan sekarang menggunakan pendekatan SCP.
6	Efisiensi Pemasaran Kopra Di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene (Ramadhan, dkk, 2022)	Metode analisis data kuantitatif digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran di setiap saluran pemasaran kopra.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran pertama dan kedua memiliki kategori efisien dalam pemasaran kopra yang diukur melalui tingkat efisiensi sebesar 17, 7% saluran pemasaran pertama dan sebesar 21, 1% saluran pemasaran kedua.

## 2.6 Kerangka Pikir

Pemasaran dianggap sebagai proses mengalirnya barang dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen. Kegiatan dalam memasarkan suatu produk diperlukan peran lembaga pemasaran yang akan membentuk suatu jalur yang disebut saluran pemasaran. Posisi tawar petani yang rendah mengakibatkan petani hanya menerima harga yang diberikan oleh tengkulak. Sehingga keuntungan yang didapatkan petani tidak maksimal. Pedagang atau lembaga pemasaran dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen selalu mengambil keuntungan yang jauh lebih tinggi daripada petani dan juga mengeluarkan biaya-biaya dalam kegiatan pemasaran.

Memasarkan komoditi jahe di Desa Baringeng akan melibatkan beberapa faktor pemasaran, antara lain sistem pemasaran dan lembaga-lembaga pemasaran dalam melakukan fungsi pemasaran dan struktur, perilaku pasar dan keragaman pasar yang menentukan tingkat harga komoditi jahe tersebut. Struktur pasar dapat diketahui dengan melihat jumlah penjualan dan pembelian, informasi pasar, jenis transaksi yang terjadi dan hambatan keluar masuk pasar. Kinerja pasar dapat diketahui dengan melihat margin pemasaran, *share* biaya dan keuntungan.



Gambar 2 Kerangka Pikir Penelitian

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone, pada bulan Juli sampai bulan Oktober pada tahun 2021. Pemilihan lokasi dilaksanakan dengan pertimbangan daerah ini merupakan salah satu lokasi penghasil jahe di Kabupaten Bone.

#### 3.2 Teknik Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para petani jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone dengan jumlah 81 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016). Teknik pengambilan sampel responden yang akan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini mengacu pada jumlah populasi yang telah ditentukan. Menurut Sugiyono (2016) untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin} : n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan : n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

$e =$  Taraf kesalahan (*error*) sebesar (15%)

Berdasarkan dari rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{81}{81 (0,15)^2 + 1}$$

$$n = 27$$

Besarnya ukuran sampel yang diambil adalah 27 sampel petani yang melakukan usahatani jahe selama kurang lebih 5 tahun. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* dengan kriteria petani telah berpengalaman usahatani jahe selama kurang lebih 5 tahun dan memiliki luas lahan minimal 1 Hektar. Menurut Umar (2004), metode *purposive sampling* dimana dalam hal ini sampel berdasarkan pada karakteristik populasi yang diketahui sebelumnya. Sementara untuk lembaga pemasaran jahe diambil secara sensus, yaitu untuk semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jahe di lokasi penelitian sebanyak 5 orang.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang memberikan informasi yang mengenai data berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh melalui proses wawancara secara langsung kepada petani jahe di Desa Baringeng dengan menggunakan daftar

pertanyaan (Kuisisioner) yang telah disediakan sebagai alat bantu dalam pengumpulan data.

## 2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi data ini juga dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu ada tiga tahap diantaranya:

#### 1. Observasi

Metode ini digunakan dalam rangka mencari informasi tentang di Desa Baringeng, untuk mendapatkan gambaran umum dan mengetahui aktifitas petani jahe.

#### 2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan bertanya langsung kepada responden di Desa Baringeng dengan menggunakan pedoman wawancara. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pemasaran jahe factor, penghambat pemasaran jahe baik faktor fisik maupun non fisik serta upaya mengatasinya dan produktifitas pemasaran jahe.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi pada penelitian di Desa Baringeng meliputi data sekunder daerah penelitian ini seperti jenis tanah, monografi desa dan foto-foto yang dapat menunjang kegiatan penelitian.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Teknik kuantitatif adalah metode yang difokuskan pada angka. (Sugiyono, 2010).

#### 3.5.1 Analisis Struktur Pasar (*Market Structure*)

Struktur pasar dianalisis secara kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan untuk melihat rasio konsentrasi produksi jahe di Desa Baringeng. Pengukuran konsentrasi dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$CR4 = \frac{S1+S2+S3+S4}{SN}$$

Dimana :

CR4 = Konsentrasi Rasio

S1 = Volume penjualan jahe oleh pedagang 1,2,3,4 (ton/tahun)

SN = Total penjualan seluruh jahe oleh pedagang di Desa Baringeng

Rumus Pangsa Pasar

$$Si = \frac{Vi}{\sum Vi}$$

Dimana:

•  $S_i$  : Pangsa pasar pembeli

$V_i$  : Jumlah produk pembeli

$\sum V_i$  : Total produksi pembeli

Menurut Yuprin (2009) kriteria untuk menentukan struktur pasar

adalah :

a.  $CR_4 < 20\%$  : merupakan pasar yang bersaing dan mendekati model persaingan sempurna

b.  $20\% \leq CR_4 \leq 80\%$  : merupakan pasar yang tidak sempurna oligopsoni

c.  $CR_4 > 80\%$  : merupakan pasar sangat terkonsentrasi dan cenderung kearah monopsoni

### 3.5.2 Analisis Kinerja Pasar (*Market performance*)

Kinerja pasar menggambarkan gejala pasar yang terlihat akibat interaksi antara struktur pasar (*market structure*) dan perilaku pasar (*market conduct*). Kinerja pasar dianalisis secara kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif dilakukan untuk melihat besar margin pemasaran, rasio profit margin, *share* harga, *share* biaya dan *share* keuntungan.

#### a) Margin Pemasaran

Margin pemasaran digunakan untuk melihat perbedaan harga Jahe Baringeng pada tingkat petani dengan harga jahe Baringeng di tingkat eceran atau

konsumen (Anggraini *et al.*, 2013). Berikut adalah rumus untuk margin pemasaran.

$$M = H_p - H_b$$

Dimana :

M = margin pemasaran

H<sub>p</sub> = Harga Penjualan (Rp/kg)

H<sub>b</sub> = Harga Pembelian (Rp/kg)

b) *Farmer's share*

*Farmer's share* digunakan untuk membandingkan harga yang dibayar konsumen terhadap harga produk yang diterima petani (Kohl dan Uhl, 2002) dalam (Asmarantaka, 2012). Besarnya nilai bagian petani dapat dihitung berdasarkan rumus :

$$F_s = P_r - P_f$$

Keterangan :

P<sub>f</sub> = harga ditingkat petani

P<sub>r</sub> = harga yang dibayarkan konsumen

c) *Share* harga, *Share* Biaya dan *Share* Keuntungan

*Share* harga adalah harga jahe Baringeng ditingkat petani dibagi dengan harga jahe di Desa Baringeng yang dibayarkan konsumen dikali dengan 100%.

Berikut adalah rumus untuk menghitung *share* harga (Dyanasari *et al.*, 2010).

$$S_p = \frac{P_r}{P_r} \times 100\%$$

Dimana :

Sp = Bagian yang diterima petani (%)

Pf = Harga jahe di tingkat petani (Rp)

Pr = Harga jahe yang dibayarkan oleh konsumen akhir (Rp)

Berikut rumus *share* biaya dan *share* keuntungan (Baladina, 2012)

Rumus *Share* Biaya :

$$S_{bi} = \frac{B_i}{P_r - P_f}$$

Rumus *Share* Keuntungan:

$$S_{ki} = \frac{K}{P_r - P_f}$$

Keterangan :

S<sub>Bi</sub> = *Share* biaya lembaga pemasaran ke-i

S<sub>Ki</sub> = *Share* keuntungan lembaga pemasaran ke-i

P<sub>r</sub> = harga di tingkat pengecer

P<sub>f</sub> = harga di tingkat petani

B<sub>i</sub> = Biaya pemasaran lembaga pemasaran ke-i

K<sub>i</sub> = Keuntungan lembaga pemasaran ke-i

### 3.6 Defenisi Operasional

1. Petani jahe adalah seseorang yang bergerak dibidang bisnis pertanian utamanya dengan cara melakukan pengolahan tanah dengan tujuan untuk menumbuhkan dan memelihara tanaman jahe, dengan harapan untuk memperoleh hasil dari tanaman tersebut untuk digunakan sendiri ataupun menjualnya kepada orang lain.

2. Pemasaran jahe adalah kegiatan yang dilakukan oleh petani untuk mempromosikan suatu produk jahe yang mereka punya
3. Analisis pasar adalah suatu penganalisan atau penyelenggaraan untuk mempelajari berbagai masalah pasar
4. Kinerja pasar adalah aktivitas yang terjadi di pasar dan hasil keputusan akhir yang dapat diambil dan berhubungan dengan proses tawar menawar serta persaingan pasar.
5. Struktur pasar adalah informasi tentang perilaku pasar dan kinerja pasar melalui keadaan pasar.



## IV. GAMBARAN UMUM

### 4.1 Keadaan Geografis

Desa Baringeng adalah salah satu desa di Kecamatan Libureng yang mempunyai luas wilayah 22,10 Km<sup>2</sup>. Adapun batas-batas wilayah Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Desa Tompo Bulu Kecamatan Libureng
- Sebelah Timur : Desa Ponre-Ponre Kecamatan Patimpeng
- Sebelah Selatan : Desa Mattiro walie Kecamatan Bonto Cani
- Sebelah Barat : Kecamatan Camba Kabupaten Maros

Desa Baringeng memiliki 4 dusun, yakni Dusun Assarajangnge, Batu Pute, Lappa Dihompong, dan Uluanra. Jumlah penduduk Desa Baringeng sebanyak 1.111 jiwa yang terdiri dari 560 laki-laki dan 551 perempuan dengan jumlah Kepala Keluarga sebanyak 221 KK. Sedangkan jumlah Keluarga Miskin (Gakin) 165 KK dengan persentase 54,21 % dari jumlah keluarga yang ada di Desa Baringeng.

Tabel 5. Jumlah Data Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Baringeng

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	560	50,41
2	Perempuan	551	49,59
	<b>Jumlah</b>	<b>1.111</b>	<b>100</b>

Sumber : Sistem Data Desa di Desa Baringeng, 2021

Jumlah penduduk merupakan suatu gambaran tentang kependudukan pada suatu wilayah secara kuantitatif yang dapat dijadikan sebagai dasar pengembangan wilayah dalam konteks pembangunan agar tepat sasaran, dimana penduduk merupakan dalam setiap kegiatan yang terjadi disuatu wilayah,

sehingga dibutuhkan sumber daya yang baik untuk memanfaatkan sumber daya kuantitasnya. Umur seorang petani dapat berpengaruh pada produktivitas kerja mereka dalam kegiatan usahatani. Umur akan mempengaruhi petani dalam mempelajari, memahami inovasi dalam usahatannya yang dijalankannya. Umur juga erat kaitannya dengan pola pikir petani dalam menentukan sistem manajemen yang akan diterapkan dalam kegiatan usahatannya dapat dilihat pada Tabel 7 dibawah ini:

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Baringeng

No.	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	0-14	166	14,94
2	15-29	148	13,32
3	30-44	353	31,78
4	45-59	294	26,46
5	60-74	96	8,64
6	75+	54	4,86
<b>Jumlah</b>		<b>1.111</b>	<b>100</b>

Sumber : Sistem Data Desa Baringeng, 2021

Tabel 6. Menunjukkan bahwa kelompok umur yang mendominasi penduduk di Desa Baringeng adalah kelompok umur 30-44 tahun yakni sebanyak 353 jiwa atau 31,78%. Sedangkan umur yang paling sedikit adalah kelompok umur 75 tahun keatas sebanyak 54 jiwa atau 4,86%.

#### 4.2 Keadaan Ekonomi

Desa Baringeng merupakan desa agrarian, hal dapat kita lihat bahwa sebagian besar wilayah desa diperuntukkan untuk lahan pertanian dan perkebunan. Untuk lebih jelas berikut adalah tabel yang menunjukkan status kepemilikan lahan penduduk Desa Baringeng.

Tabel 7. Status Kepemilikan Sawah Kepala Keluarga

No.	Kepemilikan Sawah	Jumlah (Ha)	Persentase (%)
1	Milik sendiri	151	87
2	Sewa	6	4
3	Bagi hasil	11	6
4	Lebih dari 2 kepemilikan	1	1
5	Tidak punya	-	-
6	Tanah Negara	4	2
<b>Total</b>		<b>173</b>	<b>100</b>

Sumber : Sistem Data Base Desa (SDD) Desa Baringeng, 2021

Berdasarkan tabel 7. dapat kita ketahui bahwa status kepemilikan sawah kepala keluarga terbanyak terdapat milik sendiri dengan luas lahan berjumlah 151 Hektar dengan persentase 87% sedangkan yang paling sedikit yaitu status lebih dari 2 kepemilikan dengan luas lahan kurang lebih 1 Hektar dengan persentase 1%. Hal ini dikarenakan di Desa Baringeng hampir semua penduduk mempunyai sawah sendiri.

Tabel 8. Status Kepemilikan Kebun Kepala Keluarga

No.	Kepemilikan Kebun	Jumlah (Ha)	Persentase (%)
1	Milik sendiri	51	99
2	Sewa	-	-
3	Bagi hasil	1	1
4	Lebih dari 2 kepemilikan	-	-
5	Tidak punya	-	-
6	Tanah Negara	-	-
<b>Total</b>		<b>52</b>	<b>100</b>

Sumber : Sistem Data Base Desa (SDD) Desa Baringeng, 2021

Berdasarkan tabel 8. dapat kita ketahui bahwa kepemilikan luas lahan kebun di Desa Baringeng berjumlah 51 Hektar dengan persentase 99%. Hal ini membuktikan bahwa penduduk di Desa Baringeng tidak ada yang menyewa lahan untuk berkebun.

### 4.3 Keadaan Pertanian

Luas lahan pertanian di Desa Baringeng seluas 1.625 hektar dan luas lahan yang sementara tidak diusahakan adalah 419 hektar. Luas lahan kebun menurut kecamatan di Desa Baringeng seluas 55,84% berada di Kecamatan Libureng. Desa Barieng terdapat luas panen padi sawah 40.695 Ha dan produksinya 393.147 ton, selanjutnya luas panen jagung dengan luas lahan 31.991 Ha dan produksinya 202.396 ton. Lahan sawah atau lahan pertanian yang berpetak-petak dan dibatasi oleh saluran kondisi tanaman pangan di Kabupaten Bone didukung dengan lahan sawah yang ada di beberapa kecamatan. Menurut data Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Holtikultura Kabupaten Bone. Pada tahun 2021 dihasilkan 1.400.247 ton padi dan 505.396 ton jagung.

Tanaman hortikultura sayuran yang paling banyak di Kabupaten Bone adalah bawang merah dimana dari 303 hektar luas panen mampu menghasilkan 2.900 ton pada tahun 2021. Sedangkan pada jenis buah-buahan yang paling banyak dihasilkan di kabupaten bone tahun 2021 adalah Pisang yang di panen menghasilkan 250.280 kuintal. Untuk menahan/menyalurkan air, yang biasanya ditanami padi sawah.

Luas lahan tanaman biofarmaka menurut jenis tanaman di Desa Baringeng yaitu 262 hektar untuk tanaman jahe, untuk tanaman kencur, 0,9 hektar untuk tanaman kunyit, 0,2 hektar untuk tanaman temulawak.

## V.HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah petani jahe dan lembaga pemasaran di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone. Responden dalam penelitian ini berjumlah kurang lebih 33 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Berdasarkan data responden, akan didapatkan melalui data pertanyaan yang diajukan. Penggolongan yang dilakukan kepada responden dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dengan jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian ini. Gambaran umum responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Petani

Petani dalam penelitian ini berlokasi di Desa Baringeng Kecamatan Libureng dan berjumlah 27 orang. Hasil produksi petani dijual ke pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

b. Pedagang pengumpul

Pedagang pengumpul dalam penelitian ini berlokasi di Desa Baringeng. Pedagang pengumpul langsung mengambil hasil produksi jahe ke petani dan menjualnya ke pedagang pengecer atau ke industri.

c. Pedagang pengecer

Pedagang pengecer berlokasi di Desa Baringeng dan di Camba Kabupaten Maros. Pedagang pengecer membeli jahe dari pedagang pengumpul

dan ada juga langsung ke petani jahe. Pedagang pengecer menjualnya di pasar tradisional dan di perusahaan industri jahe

d. Konsumen

Konsumen dalam penelitian ini berlokasi di Desa Baringeng dan ada juga di Tinco Kecamatan Libureng. Konsumen membeli jahe dari pedagang dengan harga yang sangat tinggi. Hal ini dikarenakan sudah beberapa lembaga pemasaran yang ada di penjualan jahe hingga sampai ketangan konsumen.

## 5.2 Identitas Responden

Identitas responden dalam penelitian ini adalah petani jahe dan lembaga pemasaran yang terkait yaitu pengumpul dan pengecer yang ada di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone. Metode pengumpulan data diambil dari kuesioner yang diperoleh dari responden, dimana karakteristik responden diantaranya yaitu, umur, pengalaman usahatani, tanggungan keluarga dan tingkat pendidikan dapat kita lihat pada keterangan berikut :

a. Umur

Umur akan memberikan gambaran secara umum mengenai keadaan responden di tinjau dari kelompok usia dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 9. Tingkat Umur Petani Jahe, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone

No.	Responden	Umur (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Petani	30-35	6	22,22
		36-41	4	14,82
		42-47	8	29,63
		48-53	3	11,11
		54-59	3	11,11
		60-65	3	11,11
<b>Jumlah</b>			<b>27</b>	<b>100</b>
2	Pedagang pengumpul	27-37	1	33,33
		38-48	2	66,67
		<b>Jumlah</b>		<b>3</b>
3	Pedagang pengecer	26-27	1	50
		28-29	1	50
		<b>Jumlah</b>		<b>2</b>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 9 dari hasil wawancara responden tingkat umur petani jahe di Desa Baringeng, diketahui petani jahe tingkat umur terbanyak terdapat pada rentang usia 42-47 dengan jumlah 8 orang petani jahe dengan persentase 29,63%, jumlah responden petani jahe pada umur 30-35 yaitu 6 orang petani jahe dengan persentase 22,22%, jumlah responden petani pada usia 36-41 yaitu 4 orang petani jahe dengan persentase 14,82%, yang memiliki umur paling sedikit berada pada umur 48-53, 54-59, 60-65 tahun masing-masing sebanyak 3 orang dengan persentase 11,11%. Prasetia *et al*, (2015) yang menyatakan bahwa umur produktif seseorang dalam melakukan pekerjaan adalah 15-65 tahun. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan semua petani jahe dalam usia produktif yaitu umur 30 sampai 65 tahun dengan jumlah 27 orang petani jahe.

Berdasarkan tabel 9. dapat kita ketahui pedagang pengumpul terdiri dari 3 responden yang memiliki umur yang banyak pada rentang 38 sampai 48 dengan persentase 67%, pada rentang waktu 27 sampai 37 sebanyak 1 orang dengan

persentase 33%. Penelitian Chamdi (2003) mengemukakan bahwa usia produktif berkisar 20-45 tahun masih memiliki semangat yang tinggi dan mudah untuk mengadopsi hal-hal baru. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan seluruh pedagang pengumpul yang ada di Desa Baringeng masih memiliki usia yang produktif untuk berdagang.

Pedagang pengecer terdiri dari 2 responden yang memiliki umur pada rentang 26 sampai 27 sebanyak 1 orang dengan persentase 50%, pada rentang waktu 28 sampai 29 sebanyak 1 orang dengan persentase 55%. Penelitian Chamdi (2003) mengemukakan bahwa usia produktif berkisar 20-45 tahun masih memiliki semangat yang tinggi dan mudah untuk mengadopsi hal-hal baru. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan seluruh pedagang pengecer yang ada di Desa Baringeng masih memiliki usia yang produktif untuk berdagang.

#### b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat keterampilan dan ilmu yang dimiliki seseorang, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin mudah dalam melakukan inovasi dalam mengelola usahanya. Untuk mengetahui tingkat pendidikan responden dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 10. Tingkat Pendidikan Petani Jahe, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer di Desa Baringeng

No.	Responden	Tingkat pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Petani	Tidak sekolah	4	15
		SD	12	44
		SMP	8	30
		SMA	3	11
<b>Jumlah</b>			<b>27</b>	<b>100</b>
2	Pedagang pengumpul	SD	2	67
		SMP	-	-
		SMA	1	33
<b>Jumlah</b>			<b>3</b>	<b>100</b>
3	Pedagang Pengecer	SMA/SMK	2	100
		<b>Jumlah</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang tidak bersekolah sebanyak 4 orang dengan persentase 15%, tingkat pendidikan yang paling banyak mencapai 12 orang adalah tingkat pendidikan Sekolah Dasar dengan persentase 44%, tingkat pendidikan Sekolah Menengah Pertama sebanyak 8 orang dengan persentase 30%, di tingkat yang paling sedikit adalah Sekolah Menengah Atas sebanyak 3 orang dengan persentase 11%. Hal ini menunjukkan masih kurangnya perhatian petani jahe dalam hal pendidikan karena masih Banyak yang berhenti sampai ditingkat pendidikan Sekolah Dasar.

Tingkat pendidikan dalam saluran pemasaran jahe pada tingkat pedagang pengumpul, tingkat SD sebanyak 2 orang dengan persentase 67% dan tingkat pendidikan SMA sebanyak 1 orang dengan persentase 33%. Saluran pemasaran pada tingkat pedagang pengecer dengan tingkat SMA 1 orang dengan persentase 50 % dan tingkat SMK 1 orang dengan persentase 50%. Menurut Hasin (2003) tingkat pendidikan formal yang dimiliki akan menunjukkan tingkat pengetahuan

serta wawasan yang luas untuk petani menerapkan apa yang diperoleh meningkatkan usahataniya.

c. Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga adalah banyaknya anggota keluarga yang masih berada dalam tanggungan kepala keluarga. Semakin banyak tanggungan keluarga akan semakin banyak besar pula kebutuhan yang diperlukan, kebutuhan keluarga merupakan tanggung jawab keluarga. Namun dalam pemenuhannya, kebutuhan keluarga diusahakan bersama lewat kerja sama anggota keluarga, jumlah tanggungan keluarga dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 11. Tanggungan Keluarga Petani Jahe, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer di Desa Baringeng

No.	Responden	Tanggungan Keluarga	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Petani	1-2	1	4
		3-4	23	85
		5-6	3	11
<b>Jumlah</b>			<b>27</b>	<b>100</b>
2	Pedagang Pengumpul	1-2	1	33
		3-4	2	67
<b>Jumlah</b>			<b>3</b>	<b>100</b>
3	Pedagang Pengecer	3-4	2	100
<b>Jumlah</b>			<b>2</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden memiliki jumlah tanggungan dalam keluarga berkisar 3-4 orang yaitu sebanyak 23 orang responden dengan persentase 85%. Dapat disimpulkan bahwa tanggungan keluarga dari responden untuk masih masuk dalam kategori wajar dan

tidak membebani responden untuk memenuhi segala kebutuhan dari anggota keluarga yang mereka tanggung.

Pedagang pengumpul memiliki jumlah tanggungan keluarga 1-2 sebanyak 1 orang dengan persentase 33%. Tanggungan keluarga 3-4 sebanyak 2 orang dengan persentase 66%. Umumnya pedagang pengumpul yang memiliki banyak tanggungan keluarga mungkin merasakan beban yang berat karena terkait dengan besarnya biaya rumah tangga yang harus dikeluarkan oleh mereka sebagai kepala keluarga. Namun disisi lain banyaknya jumlah tanggungan keluarga merupakan potensi pula bagi mereka karena anggota keluarga yang ditanggung dapat membantu secara langsung atau menjadi tenaga kerja dalam berdagang.

Pedagang pengecer memiliki jumlah tanggungan keluarga 3 sebanyak 1 orang dengan persentase 50%. Tanggungan keluarga 4 sebanyak 1 orang dengan persentase 50%. Tanggungan keluarga menurut Mandang (2020) adalah semakin banyak anggota keluarga akan semakin besar pula beban hidup yang akan ditanggung atau harus dipenuhi.

#### d. Pengalaman Usahatani

Pengalaman berperan penting dalam menjalankan usahatani jahe, dengan pengalaman yang cukup petani akan dapat meminimalisir kerugian ataupun memaksimalkan penggunaan faktor produksi agar lebih efektif. Persentase pengalaman usahatani jahe dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 12. Pengalaman Berusahatani Petani Jahe, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer di Desa Baringeng

No.	Responden	Lama Berusahatani	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Petani	3-4	11	41
		5-6	16	59
<b>Jumlah</b>			<b>27</b>	<b>100</b>
2	Pedagang pengumpul	6-13	2	67
		14-21	1	33
<b>Jumlah</b>			<b>3</b>	<b>100</b>
3	Pedagang pengecer	5-6	1	50
		7-8	1	50
<b>Jumlah</b>			<b>2</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan data tabel diatas dapat diketahui lama berusahatani 3 sampai tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 41%, dan lama berusahatani 5-6 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 59%. Pengalaman bertani Jahe yang lama akan membuat petani mengetahui apa yang terjadi selama kegiatan usahatani jahe dijalankan. Kemudian dapat cara menangani hama tanaman yang setiap tahunnya menyerang tanaman jahe.

Pengalaman berusaha pedagang pengumpul dalam penelitian ini sangat beragam mulai lama berdagang 6-13 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 67%, dan 14-21 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 33%. Pengalaman berusaha pedagang pengecer dalam penelitian ini lama berdagang 5-6 tahun 1 orang dengan persentase 50%, dan 7-8 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 50%. Pengalaman usahatani menurut Soekartawi (2003) sangat mempengaruhi petani dalam menjalankan kegiatan usahatani yang dapat dilihat dari hasil produksi. Petani yang sudah lama berusahatani memiliki tingkat

pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan yang tinggi dalam menjalankan usahatani.

### 5.3 Hasil Produksi Jahe

Produksi Jahe tahun ini di Desa Baringeng mengalami penurunan di karenakan cuaca/iklim yang tidak menentu mengakibatkan banyak rimpang jahe yang terkena hama dan penyakit, begitupun dari perawatan kebun jahe masih banyak petani yang kurang memperhatikan perawatannya baik dari segi pemupukan maupun membasmi hama dan gulma yang ada di lahan jahe petani dari faktor inilah yang membuat penurunan produksi jahe. Hasil produksi jahe dapat kita lihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 13. Hasil Produksi Jahe di Desa Baringeng tahun 2021

No.	Luas lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Produksi (Kg)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)
1	0,9-1,4	22	116.042	8.000	928.336.000
2	1,5-2	5	41.180	8.000	329.440.000
<b>Jumlah</b>		<b>27</b>	<b>157.222</b>		<b>1.257.776.000</b>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat bahwa hasil produksi jahe di Desa Baringeng luas lahan 0,9-1,4 Hektar sebanyak 22 orang dengan jumlah produksi 116.042 Kg. Selanjutnya luas lahan 1,5-2 Hektar sebanyak 5 orang dengan produksi 41.180 hektar. Petani menyadari perubahan iklim khususnya curah hujan dan dampaknya terhadap produksi tanaman pangan telah mampu mengembangkan strategi mata pencaharian, serta adaptasi yang mereka lakukan dengan cara yang terus menerus bisa dilakukan untuk mengatasi dampak perubahan iklim yang tidak menentu terhadap produksi tanaman jahe (Ayunwuy, dkk, 2010 dalam Hidayati, 2015).

## 5.4 Struktur Pasar

Struktur pasar dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan diferensiasi produk dan informasi pasar. Sedangkan analisis kuantitatif dilakukan untuk melihat rasio konsentrasi (CR4). Adapun hasil pada penelitian ini dengan melihat hasil analisis struktur pasar di Desa Baringeng adalah sebagai berikut :

### a. Petani

Alat analisis yang digunakan untuk menentukan CR4 pada tingkat petani adalah pangsa pasar. Adapun untuk mengetahui pengambilan nilai dari pangsa pasar adalah mengambil dari data yang tingkat produksinya tertinggi kemudian dibagi dengan seluruh jumlah total produksi yang ada pada data. Untuk mengetahui nilai CR4 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 14. Struktur Pangsa Pasar pada Tingkat Petani Jahe di Desa Baringeng

No.	Nama	Produksi (kg)	Pangsa Pasar (%)
1	Petani 1	9150	27,17
2	Petani 2	9000	26,72
3	Petani 3	7900	23,46
4	Petani 4	7630	22,65
<b>Total</b>		<b>33680</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel pangsa pasar struktur pasar pada tingkat petani dapat dihitung menggunakan CR4 adalah sebagai berikut :

$$=27,17 + 26,17 + 23,46 + 22,65$$

$$=100\%$$

Hasil perhitungan CR4 di tingkat petani menunjukkan bahwa nilai 100% oligopsoni konsentrasi pada tingkat penuh. Sesuai menurut Jaya (2001) dimana oligopsoni dapat dibedakan atas dua jenis yaitu oligopsoni longgar dan oligopsoni penuh. Dari hasil penelitian terdapat 27 petani jahe sebagai responden di Desa Baringeng, komoditas yang di yang dipasarkan petani tidak memiliki kekuatan untuk menentukan harga jual jahe.

b. Pengumpul

Analisis yang digunakan untuk menentukan CR4 pada tingkat petani adalah pangsa pasar. Adapun untuk mengetahui pengambilan nilai dari pangsa adalah mengambil dari data yang tingkat penjualan tertinggi kemudian tertinggi kemudian dibagi dengan seluruh jumlah total penjualan yang ada pada data. Untuk mengetahui nilai CR4 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 15. Struktur Pangsa Pasar pada Tingkat Pedagang Pengumpul di Desa Baringeng.

No	Nama	Produksi (kg)	Pangsa Pasar (%)
1	Pengumpul 1	9000	45
2	Pengumpul 2	7000	35
3	Pengumpul 3	4000	20
<b>Total</b>		<b>20000</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer setelah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel pangsa pasar struktur pasar pada tingkat pedagang pengumpul dapat dihitung menggunakan CR4 adalah sebagai berikut:

$$=45+35+20$$

$$=100\%$$

Hasil perhitungaan CR4 tingkat pedagang pengumpul menunjukkan nilai konsentrasi pada tingkat oligopsoni penuh pedagang pengumpul sebesar 100%.

Pangsa pasar suatu perusahaan diukur melalui penjualannya, dalam bentuk persentase dari seluruh penjualannya pasar yang berkisar 0% hingga 100% (Jaya, 2011). Semakin tinggi pangsa pasar semakin tinggi kekuatan pasar yang dimiliki pedagang tersebut atau dikatakan oligopsoni penuh. Berdasarkan hasil penelitian komoditas yang dijual pengumpul menjual kepedagang besar, konsumen dan ke industri.

## 5.5 Kinerja Pasar

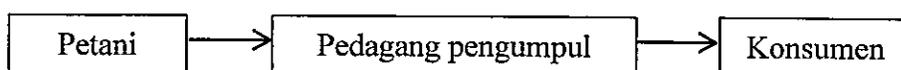
Kinerja pasar dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer share*, *share* biaya dan *share* keuntungan.

### 5.5.1 Saluran Pemasaran

Menurut Kotler (2002), saluran pemasaran adalah serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran adalah alur atau jalur yang dilalui komoditas dari tangan produsen sampai konsumen untuk dikonsumsi. Saluran pemasaran juga merupakan saluran yang digunakan petani sebagai produsen untuk menyalurkan hasil pertanian sampai ke konsumen. Adapun pola saluran pemasaran yang terdapat di Desa Baringeng adalah sebagai berikut:

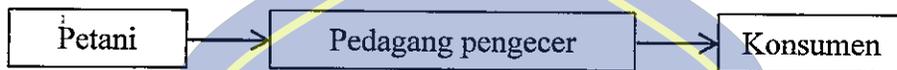
Berdasarkan hasil penelitian, maka pemasaran jahe di Desa Baringeng terdapat tiga pola saluran pemasaran, yaitu:

#### 1. Saluran Pemasaran I Tingkat Satu



Saluran pemasaran satu menurut Kotler dan Keller (2007) adalah saluran pemasaran satu tingkat dimana petani menjual jahe dengan perantara pedagang pengumpul. Jumlah petani yang menjual jahe kepedagang pengumpul sebesar 40,74% atau 11 orang petani jahe dari 27 sampel petani jahe.

## 2. Saluran Pemasaran II Tingkat Satu



Saluran pemasaran kedua adalah saluran pemasaran satu tingkat dimana petani menjual jahe dengan perantara pedagang. Jumlah petani yang menjual jahe dengan perantara pedagang pengecer sebesar 22,22% atau 6 orang petani jahe dari 27 sampel petani jahe.

## 3. Saluran Pemasaran III Tingkat Dua



Saluran pemasaran ketiga adalah saluran pemasaran 2 tingkat dimana petani menjual jahe dengan dua perantara sampai kekonsumen. Jumlah petani menjual jahe dengan perantara pedagang sebesar 37,04% atau 10 orang petani jahe dari 27 sampel petani jahe.

Berdasarkan pola saluran pemasaran di Desa Baringeng terdapat 3 pola pemasaran, dimana pada pola pemasaran petani langsung menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul dengan kisaran harga Rp 8.000/kg sampai Rp 9.000/kg, setelah itu pedagang pengumpul menjual dengan kisaran harga

19.000/kg ke pedagang pengecer, setelah itu pedagang pengecer menjual jahe dengan kisaran harga Rp 27.000/kg sampai Rp 29.000/kg ke industri. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tewarniate (2016) yang menunjukkan terdapat tiga pola pemasaran jahe yaitu saluran I : petani, pedagang pengumpul, konsumen. saluran II : petani, pedagang pengecer, konsumen. saluran III : petani, pedagang penumpul, pedagang pengecer, konsumen.

### **5.5.2 Marjin Pemasaran**

Menurut Asmaratanka (2012) menjelaskan defenisi marjin sebagai cerminan dari aktivitas-aktivitas bisnis atau fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan dalam sistem pemasaran. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran maka kegiatan pemasaran dari produsen kepada konsumen akan semakin besar perbedaan harga komoditi dari harga yang diterima produsen dibandingkan dengan harga yang harus dibayarkan konsumen. Berikut adalah hasil analisis marjin pemasaran pada saaluran pemasaran yang ada di Desa Baringeng.

#### **1. Marjin pemasaran saluran I**

Marjin pemasaran saluran I terdiri dari petani jahe, pedagang pengumpul, konsumen. Tabel berikut ini dapat dilihat hasil analisis marjin pemasaran dalam pemasaran jahe.

Tabel 16. Margin Pemasaran pada Saluran I Pemasaran Jahe di Desa Baringeng

No.	Uraian	Harga dan biaya (Rp/kg)	Margin
1	Petani <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga Jual</li> </ul>	8.000	7.000
2	Pedagang pengumpul <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga beli</li> <li>• Harga jual</li> <li>• Biaya pemasaran</li> <li>• Keuntungan bersih</li> </ul>	8.000 15.000 2.500 4.500	
3	Konsumen	15.000	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 16 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran I harga jual jahe dari petani ke pedagang pengumpul Rp. 8.000 dengan biaya pemasaran 1 kg jahe sebesar Rp. 2.500 dan margin yang diperoleh petani adalah sebesar Rp. 7.000. Menurut Hanafih dan Saefuddin menyatakan margin pemasaran sebagai perbedaan harga yang dibayarkan penjual pertama dan harga yang dibayarkan oleh pembeli terakhir. Hal tersebut menunjukkan selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen sampai ke produsen.

## 2. Margin Pemasaran Saluran II

Bentuk rantai pemasaran saluran pemasaran II terdiri dari petani jahe, pedagang pengecer, dan konsumen. Tabel berikut dapat dilihat hasil analisis margin pemasaran yang di terima oleh petani jahe dalam pemasaran jahe.

Tabel 17. Biaya dan Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran II di Desa Baringeng

No.	Uraian	Biaya dan Harga (Rp/kg)	Margin
1	Petani - Harga jual	9.000	11.000
2	Pedagang pengecer - Harga beli - Harga jual - Biaya pemasaran - Keuntungan	9.000 20.000 2.500 8.500	
3	Konsumen	20.000	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 17. Dapat dilihat bahwa saluran pemasaran II harga jual petani jahe dari petani ke pedagang pengecer Rp. 9.000 dengan biaya pemasaran 1 kg jahe sebesar Rp.2.500 dan margin yang diperoleh petani adalah sebesar Rp.11.000. Hal ini adalah selisih harga dari produsen ke konsumen. Menurut Illahude (2013), menyatakan margin pemasaran adalah perbedaan harga yang di bayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli akhir. Biaya pemasaran semakin tinggi jika banyak pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran terhadap produk sebelum sampai ke konsumen akhir.

### 3. Saluran Pemasaran III

Bentuk rantai pemasaran jahe saluran III terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Dapat kita lihat analisis margin pemasaran yang diterima oleh petani dalam pemasaran jahe di bawah ini.

Tabel 18. Margin Pemasaran pada Saluran Pemasaran III di Desa Baringeng

No.	Uraian	Biaya dan harga (Rp/kg)	Margin
1	Petani - Harga jual	8.000	11.000
2	Pedagang pengumpul - Harga beli - Harga jual - Biaya pemasaran - Keuntungan	8.000 19.000 2.500 8.500	
3	Pedagang pengecer - Harga beli - Harga jual - Biaya pemasaran - Keuntungan	19.000 27.000 2.500 5.500	8.000
4.	Konsumen	27.000	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa margin pemasaran jahe yang diperoleh dari pedagang pengumpul sebesar Rp. 11.000 per kg. Kemudian pedagang pengumpul melanjutkan pemasaran selanjutnya ke pedagang pengecer sehingga dapat di ketahui margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 8.000 per kg dan keuntungan yang diperleh pedagang pengecer sebesar Rp. 5.500 per kg.

Bedasarkan hasil perhitungan margin pemasaran pada ketiga saluran pemasaran di Desa Baringeng dapat disimpulkan bahwa total margin tertinggi pada saluran III yaitu Rp.19.000, sedangkan total margin pada saluran I yaitu Rp. 7.000 dan total margin pada saluran pemasaran II sebesar Rp.11.000.

Pada saluran pemasaran III memiliki total margin tertinggi karena saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran terpanjang di Desa Baringeng. Sebaliknya saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran terpendek dalam pemasaran jahe di Desa Baringeng. Hal ini

menunjukkan bahwa semakin panjang saluran pemasaran, maka semakin tinggi margin pemasaran.

### 5.5.3 Farmer share

Analisis tentang *farmers share* bermanfaat untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani dari harga ditingkat konsumen yang dinyatakan efisien dalam persentase 50% (Ningsih, 2016). *Farmer share* adalah persentase perbandingan antara bagian harga yang diterima oleh petani dengan bagian harga di konsumen akhir. Beberapa hal yang mempengaruhi *farmer share* diantaranya tingkat pemrosesan, biaya, jumlah produk, kegunaan bentuk, tempat dan waktu yang ditambahkan oleh petani dan pedagang perantara yang terhubung dalam suatu saluran pemasaran. *Farmer share* berhubungan negatif dengan margin pemasaran, bila margin pemasaran tinggi maka bagian yang diterima petani semakin rendah.

Tabel 19. *Farmer Share* pada Saluran I Pemasaran di Desa Baringeng

No.	Uraian	Harga dan biaya (Rp/kg)	<i>Farmer Share</i> (%)
1	Petani <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga Jual</li> </ul>	8.000	53,33
2	Pedagang pengumpul <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga beli</li> <li>• Harga jual</li> <li>• Biaya pemasaran</li> <li>• Keuntungan bersih</li> </ul>	8.000 15.000 2.500 5.500	
3	Konsumen	15.000	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 19 dapat dilihat bahwa bagian yang petani pada saluran pemasaran 1 adalah dengan *farmer share* sebesar 53,33%. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa saluran pemasaran di Desa Baringeng bisa dikatakan efisien dikarenakan *farmer share* bagian yang diterima petani lebih dari 50% dan saluran

pemasarannya pendek. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Iswahyudi (2019) menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang lebih pendek menunjukkan lembaga pemasaran yang terlibat lebih sedikit, sehingga persentase harga yang diterima petani lebih tinggi. Untuk saluran pemasaran II dapat dilihat *farmer share* pada tabel di bawah ini.

Tabel 20. *Farmer Share* Saluran Pemasaran II di Desa Baringeng

No.	Uraian	Biaya dan harga (Rp/kg)	<i>Farmer share</i> (%)
1	Petani		
	- Harga jual	9.000	
2	Pedagang pengecer		45,00
	- Harga beli	9.000	
	- Harga jual	20.000	
	- Biaya pemasaran	2.500	
	- Keuntungan	8.500	
3	Konsumen	20.000	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan 20 dapat dilihat bahwa bagian yang petani pada saluran pemasaran II adalah dengan *farmer share* sebesar 45,00%.

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa saluran pemasaran di Desa Baringeng bisa dikatakan efisien dikarenakan *farmer share* bagian yang diterima petani lebih dari 50% dan saluran pemasarannya pendek. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Melisa (2017) menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang lebih pendek menunjukkan lembaga pemasaran yang terlibat lebih sedikit, sehingga persentase harga yang diterima petani lebih tinggi. Tetapi pada kenyataannya yang didapat oleh pedagang pengecer dan pedagang pengumpul lebih besar dari petani di Desa Baringeng karena jahe yang dijual oleh pedagang ke konsumen sudah di beri sentuhan dengan mensortir jahe sehingga *share* yang diterimah oleh pedagang jauh lebih besar.

Tabel 21. *Farmer Share* Pada Saluran III di Desa Baringeng

No.	Uraian	Biaya dan harga (Rp/kg)	<i>Farmer Share</i> (%)
1	Petani - Harga jual	8.000	42,11
2	Pedagang pengumpul - Harga beli - Harga jual - Biaya pemasaran - Keuntungan	8.000 19.000 2.500 8.500	
3	Pedagang pengecer - Harga beli - Harga jual - Biaya pemasaran - Keuntungan	19.000 27.000 2.500 6.500	100,00
4.	Konsumen	27.000	

Sumber : *Data Primer Setelah Diolah, 2021*

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa bagian yang diterima petani pada saluran pemasaran dengan *farmer share* sebesar 42,11%.

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa saluran pemasaran di Desa Baringeng bisa dikatakan efisien dikarenakan *farmer share* bagian yang diterima petani lebih dari 50% dan saluran pemasarannya pendek. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Melisa (2017) menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang lebih pendek menunjukkan lembaga pemasaran yang terlibat lebih sedikit, sehingga persentase harga yang diterima petani lebih tinggi. Tetapi pada kenyataannya yang didapat oleh pedagang pengecer dan pedagang pengumpul lebih besar dari petani di Desa Baringeng karena jahe yang dijual oleh pedagang ke konsumen sudah diberi sentuhan dengan mensortir jahe sehingga *share* yang diterimah oleh pedagang jauh lebih besar.

#### 5.5.4 *Share* Biaya dan *Share* Keuntungan

*Share* biaya adalah biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga

pemasaran terkait sedangkan *share* keuntungan adalah keuntungan-keuntungan yang didapat oleh lembaga pemasaran yang terkait. Persentase *share* biaya dan *share* keuntungan pada saluran pemasaran di Desa Baringeng dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 22. Persentase *Share* Biaya dan *Share* Keuntungan pada Saluran Pemasaran di Desa Baringeng

No	Uraian	Harga Rata-Rata (Rp/kg)	Share (%)	
			Sbi (%)	Ski (%)
1	Petani			
	a. Harga Jual	8.000		
2	Pengumpul			
	a. Harga Beli	8.000		
	b. Biaya Sortir	500	4,55	
	c. Biaya Tenaga Kerja	1.000	9,09	
	d. Biaya Pengangkutan	1.000	9,09	
	e. Harga Jual	19.000		
	f. Keuntungan	8.500		77,27
3	Pengecer			
	a. Harga Beli	19000		
	b. Biaya Sortir	500	6,25	
	c. Biaya Tenaga Kerja	1000	12,5	
	d. Biaya Pengangkutan	1000	12,5	
	e. Harga Jual	27000		
	f. Keuntungan	5.500		68,75
4	Konsumen			
	a. Harga beli	27.000		
	Margin Pemasaran	19.000		
	<b>Jumlah</b>		<b>53,98</b>	<b>146,02</b>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 22 dapat diketahui persentase *share* biaya (Sbi) dari saluran pemasaran jahe pedagang pengumpul di Desa Baringeng untuk biaya sortir 4,55%, biaya tenaga kerja 9,09%, dan biaya pengangkutan adalah 9,09%. Hasil total pada keseluruhan biaya pada saluran pemasaran pedagang pengumpul

jahe di Desa Baringeng adalah 22,73%. Persentase *share* biaya (Sbi) dari saluran pemasaran pedagang pengecer di Desa Baringeng untuk biaya sortir 6,25%, biaya tenaga kerja 12,5%, biaya pengangkutan 12,5%. Hasil total pada keseluruhan biaya pada saluran pemasaran jahe pedagang pengecer di Desa Baringeng adalah 31,25%. Biaya yang sering terlibat saat menentukan biaya pemasaran hasil penelitian ini antara lain biaya transportasi, biaya pemrosesan dan biaya atas modal yang digunakan. Jenis biaya yang dikeluarkan pada tiap-tiap komoditi akan berbeda, sedangkan dalam perhitungan biaya pemasaran ini kita perlu merincinya ke dalam berbagai kegiatan pemasaran. (Anindita dan Baladina, 2017)

*Share* keuntungan (Ski) pada tingkat pedagang pengumpul dengan saluran pemasaran sebesar 77,27%. Sedangkan *share* keuntungan pada tingkat pedagang pengecer pada saluran pemasaran jahe di Desa Baringeng sebesar 68,75%. Dari total keseluruhan *share* keuntungan pada saluran pemasaran adalah 146,02%. Dari hasil penelitian di Desa Baringeng dapat kita ketahui bahwa saluran pemasaran ini menguntungkan karena *share* keuntungan lebih besar dari *share* biaya, semakin besar perbedaan harga komoditas dari harga yang diterima produsen dibandingkan dengan harga yang harus dibayar oleh konsumen. Apabila perbandingan *share* keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran merata, maka sistem pemasarannya dikatakan efisien. Apabila perbandingan *share* keuntungan dengan biaya pemasaran masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran merata dan cukup logis, maka sistem pemasarannya dikatakan efisien (Jumiati dkk, 2013).

## VI. PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Struktur pasar di Desa Baringeng yaitu dilihat dari struktur pasar yang terlibat dalam pemasaran yaitu petani jahe, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Berdasarkan hasil penelitian terjadi diferensiasi produk dan konsentrasi pasar yang dihitung menggunakan CR4 yaitu pada tingkat petani 100% oligopsoni penuh dan tingkat pedagang pengumpul 100% oligopsoni penuh. Dimana semakin tinggi pangsa pasar akan semakin tinggi kekuatan pedagang.
2. Kinerja pasar di Desa Baringeng dapat dilihat dari margin pemasarannya relatif besar, untuk *farmer share* bisa dikatakan efisien karena bagian yang diterima petani lebih dari 50% dan saluran pemasarannya pendek. Untuk *share* biaya dan *share* keuntungan pada tingkat pedagang pengumpul, persentase *share* keuntungan 73,11% lebih besar dari persentase *share* biaya 26,88%. Untuk *share* biaya dan *share* keuntungan pada pedagang pengecer, persentase *share* keuntungan 68,75% lebih besar dari persentase *share* biaya 31,25%.

## 6.2 Saran

Adapun saran yang diajukan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Pemerintah daerah setempat agar lebih memperhatikan petani jahe yang ada di Desa Baringeng untuk mengembangkan produksi jahe karna di Desa Baringeng produksi jahe berpotensi besar menjadi salah satu sumber pendapatan bagi petani jahe.
2. Pedagang pengumpul agar kiranya struktur pasar di Desa Baringeng diarahkan menjadi tipe pasar persaingan sempurna dan kinerja pemasaran diperbaiki dengan cara meningkatkan efisiensi pemasaran dengan memperkecil nilai efisiensi pemasaran dengan cara menimalisir biaya pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrew E. Sikula dalam Mangkunegara, Hesti Wulansih (2013) “*Analisis Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Karyawan Pada Perusahaan Furniture CV Mugiharjo Boyolali*” dalam Jurnal Vol 4 2013 *Repository*, Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Surakarta, 28 Desember 2015 11:30
- Anggraini *et all.* 2013. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu*. Lampung. Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis vol. 1, No.1
- Anonim. 2008. *Buku Pintar Tanaman Obat*. Jakarta : PT. Agromedia Pustaka
- Anindita, R. 2005. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus, Surabaya.
- Amalia. *et al.*, 2013. *Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Bauran Pemasaran dan Swot pada Perusahaan Popsy Tubby*. Jurnal Manajemen dan StartUp Bisnis, 293-306.
- Asmarantaka R. W, 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor (ID) : Institut Pertanian Bogor
- Chamdi, A.N.2003, *Kajian Profil Sosial Ekonomi Usaha Kambing di Kecamatan Kredenen Kabupaten Grobogan Prosiden Seminar Nasional Teknologi Peternakan Dan Veteriner*. Bogor 29-30 Sebtember 2003. Bogor: Publithubang Peternakan Departemen Pertanian.
- Dyanasari. 2010. *Pendekatan S-C-P pada Pengukuran Efisiensi Pemasaran di Kabupaten Probolinggo*. Buana Sains. Vol. 10, No. 1. 2010.
- Fadhil Ramadhan, M., R, S. A., Sahlan, S., & Arwati, S. (2022). Efisiensi Pemasaran Kopra Di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene. *KAPITA: Jurnal Agribisnis & Pembangunan Pertanian*, 1(1), 54-57. <https://doi.org/10.52562/kapita.v1i1.308>
- Hasim, Hasman 2003. *Analisis Hubungan Faktor Sosial Ekonomi Petani Terhadap Program Penyuluhan Pertanian*. Laporan Hasil Penelitian. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Husein Umar. 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Cet ke 6. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jaya, wihana Kirana. (2001). *Ekonomi Industri*. BPFE, Yogyakarta. Perekonomian Indonesia. Jakarta: Erlangga.

- Jumiati, E, Darwanto, Slamet, dan Masyhuri. 2013. *Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Kelapa dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur*
- Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium*. Jilid 2, PT Prenhalilind. Jakarta.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro. 2007. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Erlangga. Jakarta
- Mandang m, 2020. *Karakteristik Petani Berlahan Sempit di Desa Tolok Kecamatan Tompasso*, Agri Sosial Ekonomi Unirat ISSN (P) 1907-4298, ISSN (E) 2685-063, Terakreditasi Jurnal Nasional Sinta 5, Volume 16 Nomor 1, Januari 2020: 105-114.
- Melisa, 2017. *Analisis Struktur, Perilaku dan Penampilan Pasar Kentang di Desa Sumber brantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu*. Universitas Brawijaya Malang
- Ningsih, 2016. Wida dkk. *Formulasi Masker Peel Off Dengan Beberapa Konsentrasi Ekstrak Etanol Buah Naga Super Merah (Hylocereus costaricensis (F.A.C Weber) Britton & Rose)*. Scientia Vol.6 No.1. Sekolah Tinggi Farmasi Indonesia Yayasan Perintis: Padang.
- Nitisemito dan Burhan 2004. *Marketing. Galia Indonesia*, Jakarta. Jurnal Vol 1 No 2 Januari 2011, Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin.
- Paimin, Burhananto, 2005. *Seri Agribisnis Budi Daya Pengolahan, Perdagangan Jahe*. Cetakan XVII. Penebar Swadaya. Jakarta: 7-8
- Soekartawi. 2003. *Analisis Usahatani*. Jakarta: UI Press
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sukayana, Darmaan, ijayanti. *Jurnal Agribisnis dan Agroisata (Journal of Agribusiness and agroisata)*, 2013. 15, 2013.

Teguh, Muhammad. 2010. *Ekonomi Industri*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Yuprin. 2009. *Analisis Pemasaran Karet di Kabupaten Kapuas*. Jakarta.



L



N

Lampiran 1. Kuesioner penelitian

**KUISIONER**

**A. Identitas Responden**

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur (Tahun) :
4. Pekerjaan :
5. Pendidikan :
6. Jumlah anggota keluarga :
7. Jumlah pendapatan (per putaran panen) :

**B. Petani**

1. Sudah berapa lama Saudara/i bekerja sebagai petani jahe:..... (tahun)
2. Apakah Saudara/i memiliki usaha lain:.....
3. Berapa jumlah luas lahan yang Saudara/i miliki:.....
4. Berapa produksi yang dihasilkan dalam sekali panen:..... (ton/kg)
5. Berapa harga jual jahe Saudara/i:..... (kg)
6. Berapa jumlah pendapatan Saudara/i dalam sekali panen:..... Rp
7. Berapa jumlah penjualan /hari/minggu/bulan untuk komoditi jahe
8. Apakah Saudara/i menentukan harga jual:.....
9. Jika Ya, bagaimana Saudara/i menentukan harga jual:.....
10. Bagaimana sistem upah/bayar dalam menjual jahe kepada pedagang pengumpul/konsumen jahe:.....
11. Dari manakah modal usaha yang anda miliki:.....
12. Darimana Saudara/i memperoleh benih/bibit:.....

13. Berapa harga benih/bibit tersebut:Rp .....
14. Bagaimana saudara mendapatkan informasi mengenai harga jual jahe.....
15. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan:.....
16. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan:.....
17. Berapa upah tenaga kerja /orang :.....
18. Apa alasan saudara/i melakukan usaha budidaya jahe:.....
19. Sebelum melakukan penjualan apakah saudara/i melakukan penyortiran terlebih dahulu:.....
20. Menurut saudara jahe ini dijual kemanakah yang lebih menguntungkan dari pelaku pemasaran, berikan alasannya?.....
21. Dengan siapa saudara melakukan penjualan jahe:

Lembaga pemasaran	Alamat/lokasi	Harga jual (Rp/kg)	Jumlah penjualan

**C. Lembaga Pemasaran**

• **Pedagang pengumpul**

1. Sudah berapa lama saudara sebagai pedagang pengumpul jahe.. (tahun)
2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain:.....
3. Selain jahe apalagi yang dikumpulkan:.....
4. Diperoleh darimakah jehe tersebut:.....
5. Berapa harga beli jahe dari petani:Rp .....
6. Dengan siapa saudara melakukan penjualan jahe:

Lembaga pemasaran	Alamat/lokasi	Harga jual (Rp/kg)	Jumlah penjualan

7. Berapa banyak jahe yang anda beli dari petani:..... (kg/sekali panen)
8. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi jahe:.....
9. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan:.....
10. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan..... (orang)
11. Berapa upah tenaga kerja per orang: Rp.....

• **Pedagang pengecer**

1. Sudah berapa lama saudara sebagai pedagang pengecer jahe..... (tahun)
2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain:.....
3. Selain jahe apalagi yang dikumpulkan:.....
4. Diperoleh darimanakah jahe tersebut:.....
5. Berapa pendapatan saudara dalam satu kali pemasaran :Rp.....
6. Dengan siapa saudara melakukan penjualan jahe:.....

Lembaga pemasaran	Alamat/lokasi	Harga jual (Rp/kg)	Jumlah penjualan

7. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi jahe:.....
8. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan:.....
9. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan..... (orang)
10. Berapa upah tenaga kerja per orang.....

• **Konsumen**

1. Apakah pekerjaan anda saat ini:.....

2. Berapa jumlah pembelian jahe dalam sekali membeli:..... kg/ons
3. Berapa kali anda membeli jahe dalam seminggu:.....
4. Berapa harga beli jahe: Rp.....
5. Di bandingkan dengan harga rempah lain, apakah menurut anda rempah jahe ini cukup mahal: .....



Lampiran 2. Indetitas Responden di Desa Baringeng

1. Indetitas Responden Petani Jahe

No	Nama Responden	Umur (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Tanggungjawab Keluarga	Pengalaman (Tahun)	Luas Lahan (Ha)
1	Adi	33	SMP	Petani	3	4	1,0
2	Rajja	57	SD	Petani	2	5	1,2
3	Jabire	50	SD	Petani	4	5	1,0
4	Mana	41	SD	Petani	4	4	1,0
5	Taming	61	Tidak Sekolah	Petani	5	5	1,0
6	Maing	50	SD	Petani	3	5	1,3
7	Ajis	32	SMA	Petani	3	5	1,0
8	Hj. Hana	45	SMP	Petani	4	5	0,9
9	Kacca	52	SMP	Petani	4	4	2,0
10	Hemma	54	SD	Petani	3	6	1,5
11	Cari	46	SD	Petani	6	4	1,0
12	Bato	38	SD	Petani	4	4	1,0
13	Atte	58	Tidak Sekolah	Petani	3	6	1,0
14	Batti	39	SMP	Petani	4	4	1,2
15	Hj. Eni	43	SD	Petani	3	3	1,0
16	Matong	35	SMP	Petani	4	5	1,5
17	Syuking	63	Tidak Sekolah	Petani	4	5	1,1
18	Hamsa	30	SMA	Petani	4	4	1,0
19	Sudi	45	SMP	Petani	3	5	1,4
20	Abbi	31	SMA	Petani	3	4	1,0
21	Katto	46	SD	Petani	3	6	1,6
22	Amri	47	SMP	Petani	5	6	2,0
23	Bolong	43	SD	Petani	4	5	1,0
24	Baha	41	SD	Petani	3	4	1,0
25	Abe	34	SMP	Petani	3	4	1,0
26	Halking	46	SD	Petani	4	5	1,0
27	Tahere	65	Tidak Sekolah	Petani	3	5	1,0
<b>Jumlah</b>		<b>1225</b>			<b>98</b>	<b>127</b>	<b>31,7</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>45,37</b>			<b>3,63</b>	<b>4,7</b>	<b>1,17</b>

2. Indetitas Pedagang Pengumpul di Desa Baringeng

No.	Nama Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Tanggunggan Keluarga
1	Sabri	47	SD	Pedagang Pengumpul	4
2	Kise	39	SD		4
3	Irwan	27	SMA	Pedagang Pengumpul	2
<b>Jumlah</b>		<b>113</b>			<b>10</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>37,67</b>			<b>3,33</b>

3. Indetitas Pedagang Pengecer di Desa Baringeng

No.	Nama Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Tanggunggan Keluarga
1	Usri	26	SMK	Pedagang Pengecer	3
2	Faisal	29	SMA	Pedagang Pengecer	4
<b>Jumlah</b>		<b>55</b>			<b>7</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>27,5</b>			<b>3,5</b>

Lampiran 4. Biaya Produksi Jahe di Desa Baringeng

No	Nama Responden	Jumlah Produksi (kg)	Harga (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Biaya Pupuk (Rp)	Biaya Herbisida (Rp)
1	Adi	5.300	8.000	3.000.000	700.000	650.000
2	Rajja	7.000	8.000	4.300.000	980.000	799.000
3	Jabire	5.255	8.000	2.700.000	700.000	615.000
4	Mana	5.500	9.000	3.100.000	840.000	585.000
5	Taming	5.000	8.000	2.500.000	560.000	550.000
6	Maing	7.350	9.500	5.000.000	1.120.000	875.000
7	Ajis	5.600	9.000	3.500.000	840.000	600.000
8	Hj. Hana	4.500	8.000	2.000.000	420.000	500.000
9	Kacca	9.000	8.000	6.000.000	1.400.000	1.250.000
10	Hemma	7.500	8.000	5.200.000	1.120.000	1.127.000
11	Cari	4.657	8.000	2.400.000	420.000	479.000
12	Bato	4.800	8.000	2.600.000	560.000	525.000
13	Atte	5.100	8.000	2.700.000	700.000	657.000
14	Batti	6.850	8.000	4.000.000	840.000	739.000
15	Hj. Eni	5.000	8.000	3.000.000	560.000	535.000
16	Matong	7.630	8.000	5.400.000	1.260.000	1.200.000
17	Syuking	6.500	8.000	5.000.000	840.000	750.000
18	Hamsa	5.100	8.000	2.800.000	560.000	500.000
19	Sudi	7.450	9.000	5.200.000	1.120.000	1.000.000
20	Abbi	5.000	8.000	2.500.000	560.000	450.000
21	Katto	7.900	8.000	5.500.000	1.260.000	1.159.000
22	Amri	9.150	9.000	6.000.000	1.540.000	1.399.000
23	Bolong	5.150	8.000	2.800.000	560.000	480.000
24	Baha	5.000	8.000	2.500.000	560.000	500.000
25	Abe	5.300	8.000	3.000.000	700.000	650.000
26	Halking	5.230	8.000	2.800.000	700.000	600.000
27	Tahere	5.700	9.000	3.200.000	840.000	685.000
<b>Total</b>		<b>163.522</b>	<b>222.500</b>	<b>98.700.000</b>	<b>22260000</b>	<b>19859.000</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>6.056,37</b>	<b>8.240,74</b>	<b>3.655.556</b>	<b>824.444,4</b>	<b>735.518,5</b>

Lampiran 5. Struktur Pangsa Pasar di Tingkat Petani Jahe di Desa Baringeng

No.	Nama	Produksi (kg)	Pangsa Pasar (%)
1	Petani 1	9.150	27,17
2	Petani 2	9.000	26,72
3	Petani 3	7.900	23,46
4	Petani 4	7.630	22,65
<b>Total</b>		<b>33.680</b>	<b>100</b>

Lampiran 6. Jumlah Volume Pembelian Pedagang Pengumpul

No.	Nama Responden	Volume Pembelian (kg)	Harga Pembelian (Rp)	Volume Jual (kg)	Harga Jual (Rp)	Penerimaan (Rp)
1	Sabri	9.000	8.000	7.000	15.000	105.000.000
2	Kise	7.000	8.000	4.000	15.000	60.000.000
3	Irwan	4.000	8.000	2.500	15.000	37.500.000
<b>Total</b>		<b>20.000</b>	<b>24.000</b>	<b>13.500</b>	<b>45.000</b>	<b>202.500.000</b>

Lampiran 7. Biaya Pemasaran di Desa Baringeng

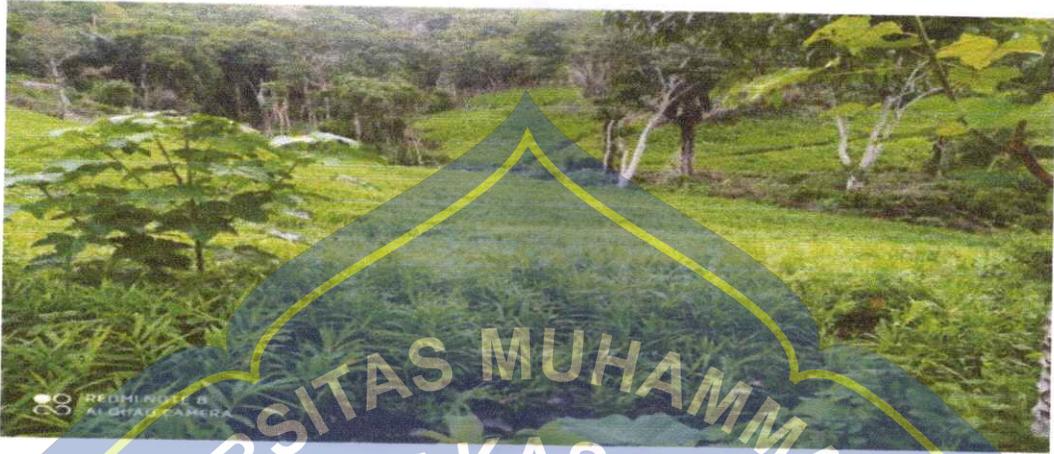
No.	Nama Responden	Volume Beli (kg)	Harga Beli (Rp)	Volume Jual (kg)	Harga Jual (Rp)	Biaya (Rp/kg)		Total Biaya (Rp)
						Sortir	Tenaga Kerja	
1	Sabri	9.000	8.000	7.000	19.000	500	1.000	2500
2	Kise	7.000	8.000	4.000	19.000	500	1.000	2500
3	Irwan	4.000	9.000	2.500	19.000	500	1.000	2500
<b>Jumlah</b>		<b>20.000</b>	<b>25.000</b>	<b>13.500</b>	<b>57.000</b>	<b>1.500</b>	<b>3.000</b>	<b>7500</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>6.666,67</b>	<b>8.333</b>	<b>4500</b>	<b>19.000</b>	<b>500</b>	<b>1.000</b>	<b>2500</b>



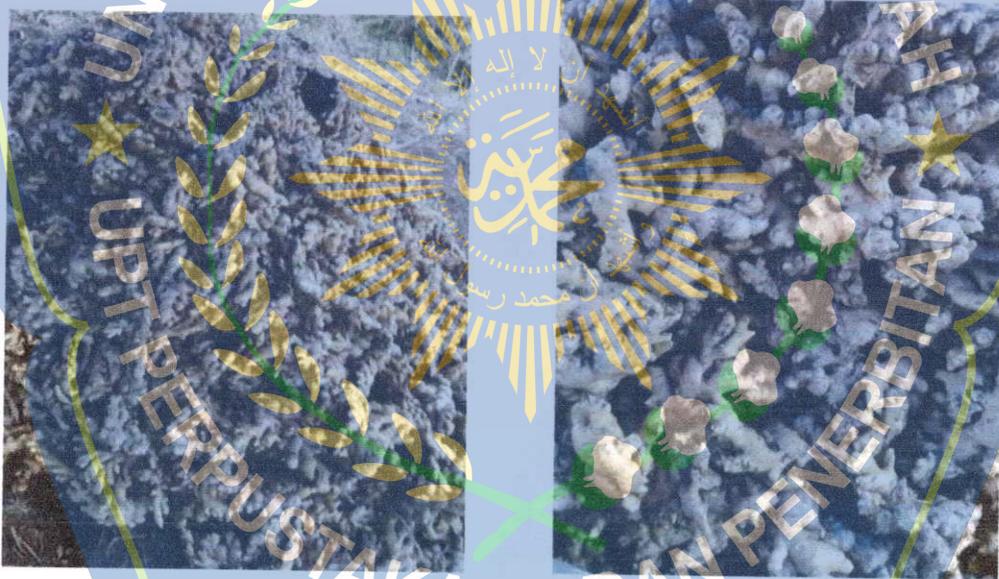
Lampiran 8. Margin Pemasaran, *Share* Keuntungan, *Share* Biaya dan *Farmer Share*

No.	Uraian	Harga Rata-Rata (Rp/kg)	Share (%)		farmer's Share	Margin
			Sbi (%)	Ski (%)		
1	Petani					
	a. Harga Jual	8.000				11.000
2	Pengumpul					
	a. Harga Beli	8.000				
	b. Biaya Sortir	500	4,55			
	c. Biaya Tenaga Kerja	1.000	9,09			
	d. Biaya Pengangkutan	1.000	9,09			
	e. Harga Jual	19.000				
	f. Keuntungan	6.800		77,27	42,11	
3	Pengecer					8.000
	a. Harga Beli	19.000				
	b. Biaya Sortir	500	6,25			
	c. Biaya Tenaga Kerja	1.000	12,5			
	d. Biaya Pengangkutan	1.000	12,5			
	e. Harga Jual	27.000				
	f. Keuntungan	5.500		68,75	70,37	
4	Konsumen					
	a. Harga beli	27.000				
Margin Pemasaran		19.000				
<b>Jumlah</b>			<b>53,98</b>	<b>146,02</b>	<b>112,48</b>	<b>19.000</b>

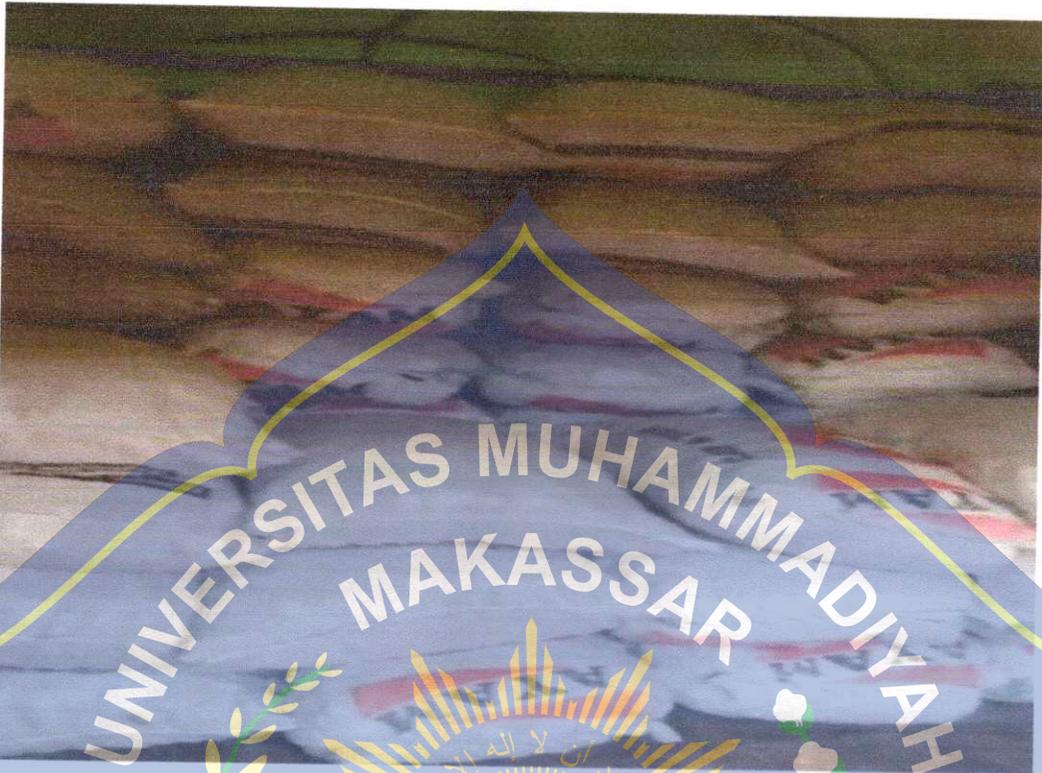
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian



Gambar 4. Tanaman jahe di Desa Baringeng



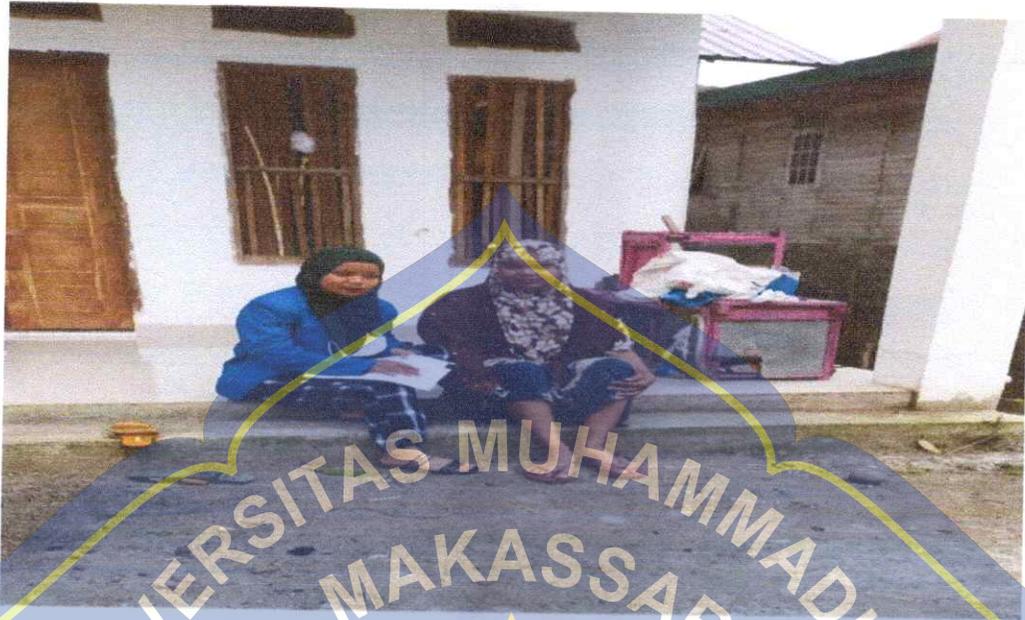
Gambar 5. Rimpang jahe di Desa Baringeng



Gambar 6. Proses Pengangkutan Jahe



Gambar 7. Proses wawancara dengan pedagang

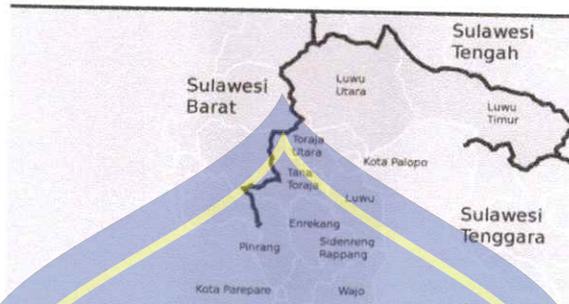


Gambar 8. Proses wawancara dengan petani



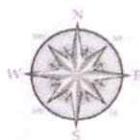
Gambar 9. Proses Pengambilan Data

Lampiran 9. Peta Kabupaten Bone



Lampiran 10. Peta Kecamatan Libureng

SKETSA PETA KECAMATAN LIBURENG



Lampiran 11. Surat Penelitian

  
PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

1 2 0 2 1 1 0 3 0 0 8 7 7 7

Nomor : 18278/S.01/PTSP/2021  
Lampiran :  
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada Yth.  
Bupati Bone

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 4152/05/C4-VIII/III/40/2021 tanggal 14 Juli 2021 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **SULVIANA**  
Nomor Pokok : 105961109117  
Program Studi : Agribisnis  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)  
Alamat : Jl. Cili Maududin No. 259, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :  
**"ANALISIS STRUKTUR DAN KINERJA PEMASARAN KOMODITAS JAHE DI DESA BARINGENG KECAMATAN LIBURENG KABUPATEN BONE"**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 16 Juli s/d 16 September 2021

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.  
Dokumen ini ditandatangani secara elektronik dan Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan **barcode**.  
Demikian surat izin penelitian ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diberitkkan di Makassar  
Pada tanggal : 16 Juli 2021

**A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN**  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

  
**Dr. JAYADI NAS, S.Sos., M.Si**  
Pangkat : Pembina Tk.I  
Nip : 19710501 199803 1 004

Tembusan Yth  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar  
2. Pwiringgul

SIMAP PTSP 16-07-2021

Jl. Bougainville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax: (0411) 448936  
Website : <http://simap.sulsejprov.go.id> Email : [ptsp@sulsejprov.go.id](mailto:ptsp@sulsejprov.go.id)  
Makassar 90231

Nomor : 18278/S.01/PTSP/2021  
Halaman : 2 (3)

Lampiran Surat Izin Penelitian

Kepada Yth :



SULVIANA 105961109117-BAB 1

by Tahar Tutup

Submission date: 24-Nov-2021 09:37AM (UTC+0700)

Submission ID: 1711639096

File name: BAB\_1\_sulvi.docx (32.95K)

Word count: 885

Character count: 5493

SULVIANA 105961109117-BAB 1

ORIGINALITY REPORT

8% SIMILARITY INDEX  
7% INTERNET SOURCES  
4% PUBLICATIONS  
2% STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

5%  
★ johannessimatupang.wordpress.com  
Internet Source

turnitin  
  
Name Instruktor: Mirfayana

Exclude quotes  Off  
Exclude bibliography  On  
Exclude matches  2%



SULVIANA105961109117-BAB 2

by Tahap Tutulip-2



Submission date: 24-Nov-2021 09:38AM (UTC+0700)

Submission ID: 3711640061

File name: BAB 2.docx (148.83K)

Word count: 1968

Character count: 12671

SULVIANA 105961109117-BAB 2

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.umm.ac.id  
Internet Source

8%

2

repository.uma.ac.id  
Internet Source

5%

3

you-gonever.acu  
Internet Source

4%

UPT

PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Exclude quotes

or

Exclude bibliography

or

Exclude text

1

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
MAKASSAR  
SULVIANA 105961109117-BAB 3  
by Tahap Tutup-3

Submission date: 25-Nov-2021 10:17AM (UTC+0700)  
Submission ID: 1712378879  
File name: BAB\_3\_6.docx (32.16K)  
Word count: 986  
Character count: 5908



SULVIANA 105961109117-BAR 3

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCES PRINT)

3%

★ Submitted to LL Dikti IX Turnin Consortium  
Student Paper

Exclude quotes  
Exclude bibliography

Of

On

Name Instructur

Mujayana

★

UPT

PERPUSTAKAAN

DAN

PENERBITAN

★

Scanned by TapScanner

SULVIANA 105061509117-BAB 4  
by Tahap Tutup-4

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Submission date: 24 Nov-2021 09:40AM (UTC+0700)  
Submission ID: 171164985  
File name: BAB\_4.docx (27.1K)  
Word count: 751  
Character count: 4172

Scanned by TapScanner

SULVIANA 105961109117-BAB 4

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 Juriko Nikita Rambat, Martha M. Sendow, Jean F. J. Timban. "DAMPAK PEMBANGUNAN INDUSTRI PABRIK SEMEN TERHADAP MASYARAKAT SEKITAR DI DESA SOLOG KECAMATAN LOLAK KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2018  
Publication 2%

Submitted to LL Dikti IX Turnitin Consortium  
Student Paper 2%

Exclude quotes Off  
Exclude bibliography Off

Exclude matches 2%



Scanned by TapScanner

SULVIANA 105901109117-BAB 5

by Tahap Tutup-5

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
MAKASSAR



Submission date: 24-Nov-2021 09:53AM (UTC+0700)

Submission ID: 1711650936

File name: BAB 5.docx (76.55k)

Word count: 3729

Character count: 22721

Scanned by TapScanner

SULVIANA 105961109117-BAB 5

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 repository.usu.ac.id  
Internet Source

turnitin

2%

2 library.net  
Internet Source

2%

Nama Instruktur: Mirfayana

Exclude quotes  Off

Exclude bibliography  Off

Exclude matches



SULVIANA 105961109117-BAB 6

by TapScanner

Submission date: 25 Nov 2021 10:19AM (UTC+0700)

Submission ID: 1712379694

File name: BAB\_6\_SULVI.docx (21.62K)

Word count: 210

Character count: 1301

Scanned by TapScanner

SULVIANA 105961109117-BAB 6

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

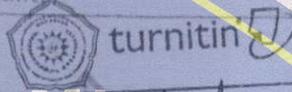
0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

4%

★ doku.pub  
Internet Source



Name Instructors: Sulviana

Exclude quotes

Off

Exclude matches

2%

Exclude bibliography

Off

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Scanned by TapScanner

## RIWAYAT HIDUP



Sulviana dilahirkan di Desa Lamoncong Kecamatan Bonto Cani Kabupaten Bone pada tanggal 10 Oktober 1998 dari ayah Maing dan ibu Hania dan merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara

Jenjang pendidikan formal yang kami lalui mulai dari SD di SD Negeri 5/81 Lamoncong pada tahun 2005-2011. Kemudian dilanjutkan di SMP Negeri 5 Libureng pada tahun 2011-2014, setelah lulus dari SMP kami melanjutkan di SMA Negeri 1 Kahu pada tahun 2014-2017. Setelah lulus dari SMA, setelah itu kami mengikuti seleksi dan masuk di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti perkuliahan, kami pernah melakukan kegiatan magang di Balai Besar Pelatihan Pertanian BBPP Batang Kaluku di Kabupaten Gowa pada tahun 2020 selama 40 hari dan kami juga pernah mengikuti kegiatan KKP (Kuliah Kerja Profesi) di Kabupaten Bulukumba pada tahun 2020 selama 2 bulan.

Tugas terakhir dalam pendidikan perguruan tinggi diselesaikan dengan menulis skripsi yang berjudul "Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Jahe di Desa Baringeng Kecamatan Libureng Kabupaten Bone".