

**ANALISIS MARGIN DAN EFISIENSI PEMASARAN SUKUN  
DI KECAMATAN LAMURU KABUPATEN BONE**

**EDIL SAPUTRA  
105960166414**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

**ANALISIS MARGIN DAN EFISIENSI PEMASARAN SUKUN  
DI KECAMATAN LAMURU KABUPATEN BONE**

**EDIL SAPUTRA**  
**105960166414**

**SKRIPSI**

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

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Sukun Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone

Nama : Edil Saputra

Stanbuk : 105960166414

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Pembimbing

  
Dr. Ir. Kasifih, M.P.  
NIDN. 0015036602

Disetujui

Pembimbing II

  
Firmansyah, S.P., M.Si.  
NIDN. 0930097503

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

  
  
H. Barhanuddin, S.Pi., M.P.  
NIDN. 0912066901

Ketua Prodi Agribisnis

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

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Sukun Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone

Nama : Edil Saputra

Stanbuk : 105960166414

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



KOMISI PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. <u>Dr. Ir. Kasifah, M.P.</u> Ketua Sidang	
2. <u>Firmansyah, S.P., M.Si.</u> Sekertaris	
3. <u>Ir. Nailah Husain, M.Si.</u> Anggota	
4. <u>Ardi Rumallang, S.P., M.M.</u> Anggota	

Tanggal Lulus :

## ***ABSTRAK***

**EDIL SAPUTRA.105960166414.** Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone. Dibimbing oleh KASIFAH dan FIRMANSYAH

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai margin dan efisiensi pemasaran sukun. Metode dasar penelitian ini adalah metode deskriptif dan pelaksanaannya dengan teknik survei. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan dengan metode *purposive*, yaitu Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone. sedangkan penentuan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Saluran pemasaran I memiliki margin pemasaran Rp 3.000 per Kg lebih tinggi di bandingkan saluran pemasaran II dan III pada Sukun sebesar Rp 2.000 per kg. saluran pemasaran II dan III memiliki persentase sama besar yaitu 25,00 %. bahwa saluran pemasaran sukun yang paling efisien yaitu saluran pemasaran I sebesar 2,62 %, sedangkan saluran pemasaran yang paling tidak efisien adalah saluran pemasaran III sebesar 6,04 %.

## KATA PENGANTAR



Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis dengan penuh ketenangan hati dan keteguhan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pendapatan Margin dan Efisiensi Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Tidak sedikit kendala yang dihadapi penulis dalam penyusunan skripsi ini, akan tetapi kendala itu dapat diselesaikan dengan baik berkat arahan dan bimbingan yang senantiasa membimbing, memotivasi dan memberi semangat selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Ir. Kasifah, M.P, selaku pembimbing I dan Firmansyah, S.P,M.Si. selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
2. Bapak H. Burhanuddin, S.Pi., M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

3. Bapak Amruddin, S.Pt., M.Si selaku ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Kedua orangtua ayahanda Musallam dan ibu Bungatang, dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga skripsi dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
6. Kepada pihak pemerintah Kecamatan Lamuru yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Daerah tersebut.

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 ilmu bagi pihak yang membutuhkan.

Makassar, Mei 2018

Edil Saputra

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
<i>ABSTRAK</i> .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Tanaman Sukun.....	5
2.2. Pengertian Pemasaran .....	6
2.3. Saluran Pemasaran .....	9
2.4. Margin Pemasaran.....	12
2.5. Efisiensi Pemasaran.....	14
2.6. Kerangka Berfikir.....	17



III.	METODE PENELITIAN .....	19
	3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
	3.2. Teknik Pengumpulan Sampel.....	19
	3.3. Sumber Data .....	19
	3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	20
	3.5. Teknik Analisis Data .....	20
	3.6. Definisi Operasional.....	22
IV.	GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	23
	4.1. Letak Geografis.....	23
	4.1.1. Gambaran Umum Kecamatan Lamuru.....	23
	4.2. Keadaan Penduduk.....	26
	4.3. Pendidikan.....	28
	4.4. Sarana Transportasi .....	28
	4.6. Usaha Tani Sukun .....	29
V.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
	5.1. Hasil Penelitian .....	32
	5.1.1. Identitas Petani Responden .....	32
	5.1.2. Umur Petani Responden.....	32
	5.1.3. Tingkat Pendidikan Petani Responden.....	33
	5.1.4. Tingkat Produksi Petani Responden .....	34
	5.1.5. Jumlah Pohon Sukun Petani Responden .....	35
	5.1.6. Status Pekerjaan .....	35
	5.2. Identitas Responden Pedagang Pengumpul dan Pengecer .....	36

5.2.1. Pedagang Pengumpul Kecamatan .....	37
5.2.2. Pedagang Pengumpul Desa .....	39
5.2.3. Pedagang Pengecer.....	40
5.3. Saluran dan Margin Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru.....	42
5.3.1. Saluran Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru .....	42
5.3.2. Margin Pemasaran Sukun .....	52
5.4. Efisiensi Ekonomis Pemasaran Sukun.....	53
VI. KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI .....	55
6.1. Kesimpulan.....	55
6.2. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA .....	57

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Data Peroduksi Buah Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone ....	3
2.	Luas Desa/Kelurahan Di Kecamatan Lamuru dan Jarak Keadaan Akhir Tahun 2017 .....	25
3.	Jumlah Penduduk Kecamatan Lamuru, Kabupaten Bone, Dirinci Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Desa/ Kelurahan Keadaan Akhir Tahun 2017 .....	27
4.	Usaha Tani Sukun di Kecamatan Lamuru Kcamatan Bone .....	29
5.	Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Lamuru, Kabupaten Bone.....	32
6.	Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone .....	33
7.	Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Produksi Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone .....	34
8.	Jumlah Pohon dan Persentase Petani Responden Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone .....	35
9.	Identitas Responden Pedagang Pengumpul Kecamatan Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone .....	37
10.	Identitas Responden Pedagang Pengumpul Desa Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone. ....	39
11.	Identitas Responden Pedagang Pengecer Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone. ....	41
12.	Jenis Saluran Pemasaran dan Jumlah Petani Responden di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone .....	44
13.	Rata-Rata Biaya Keuntungan dan Margin Pemasaran Sukun Pada Saluran Pemasaran I di Kabupaten Bone .....	46
14.	Rata-rata, Keuntungan dan Margin Pemasaran Sukun Pada Saluran Pemasaran II di Kabupaten Bone .....	49

15. Rata-rata Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Sukun Pada Saluran Pemasaran III di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone..... 51
16. Persentase Margin Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru dari Hasil Perbandingan Antara Harga Sukun di Tingkat Akhir Konsumen Dengan Total Margin Pemasaran. ....53
17. Efisiensi Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.. ....54

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kerangka Pikir Margin dan Efisiensi Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone .....	18
2.	Pola Saluran Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone .....	43

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>Teks</b>
1.	Kuesioner Penelitian
2.	Peta Lokasi Penelitian
3.	Karakteristik Responden Petani Sukun Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.
4.	Identitas Pedagang Pengumpul Kecamatan.
5.	Identitas Pedagang Pengumpul Desa.
6.	Identitas Pedagang Pengecer.
7.	Penghitungan Biaya Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran Pedagang Pengumpul kecamatan.
8.	Penghitungan Biaya Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran Pedagang Pengumpul Desa.
9.	Penghitungan Biaya Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran Pedagang Pengecer.
10.	Dokumentasi Bersama Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer.

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Tanaman sukun merupakan tanaman yang dapat hidup di iklim tropis dan dataran rendah. Daerah yang mempunyai suhu sekitar 20o C hingga 40o C dengan curah hujan tinggi serta lembap merupakan lokasi yang sangat ideal bagi tanaman sukun untuk bisa tumbuh utamanya di Kabupaten Bone. Buah sukun yang kerap banyak di jadikan orang untuk dijadikan sayur sebagai pelengkap menu makanan untuk keluarga, namun disisi lain ternyata sukun tidak hanya buahnya yang bermanfaat bagi kita, akan tetapi daunnya juga mempunyai beberapa kandungan dan khasiat (Santoso, 2011).

Pohon sukun tidaklah asing di dengar di semua kalangan, dimana pohon sukun sering kita jumpai dimana-mana dengan tinggi pohon biasa mencapai 30 m. Buah sukun memiliki kandungan karbohidrat yang tinggi tetapi rendah kalori. Buah sukun kerap di konsumsi oleh berbagai kalangan, karena buah sukun memiliki cita rasa yang cukup enak, biasanya buah sukun di olah dengan cara di rebus, di goreng tau di jadikan kripik. Warna daun sukun yang sering kita jumpai itu memiliki warna hijau tua mengkilap, dan bentuknya besar-besar, Saat ini, mungkin saja kita tidak pernah menyadari seperti apakah kegunaan dari daun sukun itu. Padahal khasiat daun sukun sendiri sebenarnya sangatlah banyak. Daun sukun mengandung kalium, yang sangat berguna karena dapat menguraikan batu ginjal

sehingga bisa larut dengan mudah dan keluar dari tubuh bersama dengan urine (Mubyarto,2001).

Komoditas sukun yang dihasilkan petani di kecamatan Lamuru, telah dikenal di wilayah Sulawesi Selatan. Data tahun terakhir (2012) bahwa Kecamatan Lamuru adalah salah satu daerah pengembangan sukun di Kabupaten Bone.

Tabel 1. Data produksi buah sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.

No	Tahun	Luas lahan (ha)	Jumlah pohon	Produksi (kuintal)
1	2013	5.638,5	779	448
2	2014	5.638,5	779	572
3	2015	5.638,5	779	532

Sumber: Kabupaten Bone dalam angka.

Sistem pemasaran sukun yang baik akan mengalirkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan memberi indikasi tentang perubahan penawaran dan permintaan sukun kepada produsen. Sedangkan efisiensi berarti mampu mengalirkan hasil produksi dengan biaya seminimal mungkin, tingkat harga dan keuntungan yang wajar dan adil serta penjualannya dapat dilakukan dengan tepat. Bagian yang diterima oleh produsen sukun akan meningkat dengan sistem pemasaran buah sukun yang baik. Hal ini dapat dikaji melalui besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, dan margin pemasaran sukun Sehingga dapat diketahui sejauh mana efisiensi pemasaran sukun tersebut (Syukur,1999).

Berdasarkan kondisi dilapangan bahwa produsen yang mengusahakan sukun di Kecamatan Lamuru pada umumnya lemah dalam permodalan, tidak



mempunyai fasilitas-fasilitas yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran yang lebih menguntungkan serta kurangnya informasi pasar yang menyebabkan produsen menjual hasil pengolahannya ke pedagang setempat. Keadaan tersebut yang membuat lemahnya produsen sukun dalam kegiatan pemasaran dan cenderung menerima berapa saja harga yang ditawarkan dari pedagang atau tengkulak.

Adanya selisih harga yang relatif tinggi antara harga sukun yang dibayar oleh konsumen dengan harga ditingkat produsen menunjukkan bahwa masih tingginya biaya pemasaran dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran, sehingga efisiensi pemasaran juga belum dapat tercipta dalam meningkatkan bagian yang diterima produsen sukun. Hal ini juga masih dipengaruhi oleh panjang pendeknya saluran pemasaran sukun tersebut.

Dari pemikiran diatas maka penulis bermaksud mengangkat permasalahan tersebut dalam penelitian dengan judul “Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana margin pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone ?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru kabupaten Bone ?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui margian pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.
2. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru kabupaten Bone.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Beberapa manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi ilmiah terutama bidang disiplin keilmuan agribisnis dalam aspek pemasaran, sehingga dapat menambah wawasan , pengetahuan, pengalaman.Selain itu juga sebagai referensi untuk penelitian mengenai sistem pemasaran sukun.
2. hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun suatu kebijakan menyangkut sistem pemasaran untuk tujuan efisiensi pemasaran.
3. Bagi dunia usaha, penelitian ini diharapkan memberikan masukan untuk mencari alternatif pemasaran yang lebih efisien untuk meminimalkan biaya pemasaran dan meningkatkan keuntungan. Selain itu diharapkan adanya perbaikan pemasaran sukun.
4. Bagi kemajuan ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap khazanah perkembangan ilmu pengetahuan bidang pemasaran sukun.

## II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Tanaman Sukun

Tanaman sukun menghasilkan buah yang memiliki kandungan gizi tinggi, dan potensial di jadikan sebagai bahan makanan pokok alternative pengganti beras. Buah sukun umumnya di jadikan makanan ringan/ tambahan dengan cara di bakar, rebus, di goreng dan di buat keripik. Namun dapat pula di olah menjadi gaplek sukun, tepung sukun dan pati sukun yang selanjutnya dapat di olah menjadi beraneka ragam masakan (Widowati, 2003; Departemen Pertanian, 2003).

Manfaat lainnya adalah tajuknya yang rindang dan perakaran yang dalam dan menyebar luas, menjadikan tanaman sukun sebagai tanaman yang cocok untuk kegiatan penghijauan dan konservasi lahan. Kayunya yang sudah tua, dapat di gunakan untuk bahan bangunan (konstruksiringan), papan yang dikilapkan, bahan pembuatan kotak/peti, mainan dan bahan baku pulp (Feriyanto, 2006). Daunnya bias untuk pakan ternak, juga berguna sebagai obat herbal tradisional untuk mengatasi gangguan jantung dan ginjal. Dilaporkan di Trinidad dan Bahama, daun sukun di percaya dapat menurunkan tekanan darah, mengatasi penyakit asma infeksi kulit sakit gigi diare(<http://www.destinationtropicals.com>).

Tanaman Sukun terdapat di berbagai wilayah di indonesia. Dan di kenal dengan berbagai nama seperti, suune (Ambon), Amo (Maluku Utara), Karara (Bima), Baka atau Bakara (Sulawesi Selatan). Tanaman dapat tumbuh dan dibudidayakan di berbagai jenis tanah mulai dari tepi pantai sampai pada lahan

ketinggian 600 m dari permukaan laut. Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi yang mengembangkan tanaman Sukun. Produksi buah sukun dapat mencapai 50-150 buah/tanaman, produktivitas tanaman tergantung daerah dan iklimnya. Paling sedikit setiap tanaman dapat menghasilkan 25 buah dengan rata-rata 200-300 buah permusim. Untuk setiap hektar lahan dapat menghasilkan buah sukun sebanyak 16-32 ton. Topografi wilayah yang berbukit-bukit yang sebagian besar merupakan area Hutan rakyat (Dahuri 2007)

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan manfaat buah sukun dan dapat menambah pendapatan petani, Kabupaten Bone mempunyai iklim dan tanah yang subur telah mengembangkan tanaman sukun, Keadaan potensi lahan kering di Kecamatan Lamuru pada umumnya berupa tegalan (5.343,2 ha), perkebunan (5.638,5 ha), pekarangan (1.747,8 ha) dan hutan rakyat (938 ha). Kawasan perkebunan pada umumnya ditanami tanaman sukun oleh karena itu, kecamatan ini lebih dikenal sebagai daerah penghasil komoditas buah lokal. Komoditas buah yang cukup dikenal selain sukun ialah pisang dan pepaya (BPS Kab. Bone 2015). Komoditas sukun yang dihasilkan petani di kecamatan Lamuru, telah dikenal di wilayah Sulawesi Selatan. Data tahun terakhir (2014) bahwa kecamatan Lamuru adalah sentra pengembangan sukun di Kabupaten Bone

## **2.2 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah tindakan-tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang serta jasa dan yang menimbulkan distribusi fisik mereka. Proses pemasaran yaitu meliputi aspek fisik dan nonfisik. Aspek fisik menyangkut perpindahan barang-barang ke tempat di mana mereka dibutuhkan. Sedangkan

pada aspek nonfisik dalam arti bahwa para penjual harus mengetahui apa yang diinginkan oleh para pembeli dan pembeli harus pula mengetahui apa yang dijual. (Firdaus, 2009).

Pengertian pemasaran banyak didefinisikan oleh para pakar dengan sudut pandang yang berbeda-beda. Kolter dan Armstrong (2004) berpendapat bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial yang manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan produk lain. Pemasaran - Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Mursid (2004) mengemukakan definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.

Menurut Majid (2001), definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dari definisi tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran

merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus secara penuh tanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba. Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan akan mengetahui adanya cara dan falsafah yang terlibat didalamnya. Cara dan falsafah baru ini disebut konsep pemasaran (*marketing concept*). Konsep pemasaran tersebut dibuat dengan menggunakan tiga faktor dasar yaitu:

1. Saluran perencanaan dan kegiatan perusahaan harus berorientasi pada konsumen/ pasar.
2. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri.
3. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisasi.

Menurut Swastha dan Irawan, (2005) mendefinisikan konsep pemasaran sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Bagian pemasaran pada suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam rangka mencapai besarnya volume penjualan, karena dengan tercapainya sejumlah volume penjualan yang diinginkan berarti kinerja bagian pemasaran dalam memperkenalkan produk telah berjalan dengan benar. Penjualan dan pemasaran sering dianggap sama tetapi sebenarnya berbeda. Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Ini berbeda dengan konsep penjualan yang menitikberatkan pada keinginan perusahaan (Swasta dan Irawan, 2005)

Falsafah dalam pendekatan penjualan adalah memproduksi sebuah pabrik, kemudian menyakinkan konsumen agar bersedia membelinya. Sedangkan pendekatan konsep pemasaran menghendaki agar manajemen menentukan keinginan konsumen terlebih dahulu, setelah itu baru melakukan bagaimana caranya memuaskan.

### **2.3 Saluran Pemasaran**

Dalam perekonomian yang telah maju, para produsen tidak menjual hasil produksi mereka secara langsung kepada pemakai akhir. Banyak cara yang dapat digunakan untuk mendistribusikan barang dan juga kepada pembeli. Sebuah perusahaan mungkin mendistribusikan barangnya secara langsung kepada konsumen meskipun jumlahnya cukup besar, sedangkan perusahaan lain mendistribusikan produknya lewat perantara. Dan tidak sedikit perusahaan yang menggunakan beberapa kombinasi saluran distribusi untuk mencapai segmen pasar yang berbeda.

Proses penyaluran produk sampai kepada pembeli akhir dapat panjang ataupun pendek, sesuai dengan kebijaksanaan saluran distribusi yang dianut oleh masing-masing perusahaan. Untuk itu, setiap perusahaan hendaknya dapat menentukan mata rantai yang paling tepat, sebab mata rantai yang tepat untuk perusahaan tertentu belum tentu tepat untuk perusahaan orang lain, begitu juga sebaliknya. Mata rantai jalur distribusi itu akan menjadi panjang bilamana sebelum jatuh ketangan pemakai, produk yang bersangkutan harus melalui berbagai macam perantara. Sebaliknya, mata rantai jalur distribusi tadi dapat menjadi pendek bilamana produsen secara langsung menghubungi pembeli akhir untuk menawarkan produk mereka.

Ada beberapa alternatif jenis saluran yang dapat digunakan berdasarkan jenis produk dan segmen pasarnya, yaitu:

- a. Saluran distribusi barang konsumsi
- b. Saluran distribusi barang industri
- c. Saluran distribusi jasa

#### 1. Saluran Distribusi Barang Konsumsi

Saluran Distribusi Barang Konsumsi Penjualan barang konsumsi ditujukan untuk pasar konsumen, dimana umumnya dijual melalui perantara. Hal ini dimaksudkan untuk menekan biaya pencapaian pasar yang luas menyebar yang tidak mungkin dicapai produsen satu persatu. Dalam menyalurkan barang konsumsi ada lima jenis saluran yang dapat digunakan.



a. Produsen - Konsumen

Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan yang paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah). Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

b. Produsen - Pengecer - Konsumen

Seperti halnya dengan jenis saluran yang pertama (Produsen - Konsumen), saluran ini juga disebut sebagai saluran distribusi langsung. Di sini, pengecer besar langsung melakukan pembelian kepada produsen. Adapula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen. Namun alternatif akhir ini tidak umum dipakai.

c. Produsen - Pedagang Besar - Pengecer – Konsumen

Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Di sini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar, kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

d. Produsen - Agen - Pengecer - Konsumen

Di sini, produsen memilih agen sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar, dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

e. Produsen - Agen - Pedagang Besar - Pengecer - Konsumen

Dalamsaluran distribusi, sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlihat dalam saluran distribusi ini terutamaagen penjualan.

## **2.4 Margin Pemasaran**

Hanafiah dan Saefuddin (2006) mendefinisikan margin pemasaran sebagai perbedaan harga yang dibayarkan penjual pertama (produsen) dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. Berdasarkan pengertian tersebut menunjukkan selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran yang saling berinteraksi. Margin pemasaran juga dinyatakan sebagai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan sejak tingkat produsen sampai tingkat konsumen.

Komponen margin pemasaran terdapat dua komponen yaitu komponen biaya pemasaran dan komponen keuntungan lembaga pemasaran, besarnya biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran berbeda-beda untuk setiap jenis produk dan tingkat lembaga pemasaran. Perbedaan waktu dilakukan kegiatan atau aktivitas pemasaran juga merupakan salah satu faktor yang menimbulkan perbedaan pada biaya dan margin keuntungan dan yang didapatkan oleh lembaga pemasaran.

Limbong dan Sitorus (2005) menyatakan bahwa margin pemasaran memiliki tiga sifat umum yaitu :

- a. Margin pemasaran pada setiap komoditi pertanian adalah berbeda-beda dikarenakan perbedaan jasa yang diberikan.

- b. Margin pemasaran produk hasil pertanian cenderung akan naik dalam jangka panjang dan menurunnya bagian harga yang diterima petani akibat dari efek upah buruh dalam jangka panjang dan bertambah tingginya pendapatan masyarakat karena kemajuan pembangunan ekonomi.
- c. Margin pemasaran relatif stabil dalam jangka pendek terutama dalam hubungannya dengan berfluktuasinya harga-harga produk hasil pertanian.

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga jual dan harga beli pada setiap lembaga pemasaran. Secara matematis dapat di rumuskan sebagai berikut.

(Suherty, dkk, 2003) :

$$M_i = P_{si} - P_{bi}$$

$$M_i = C_i + i$$

$$P_{si} - P_{bi} = C_i + i$$

$$i = P_{si} - P_{bi} - C_i$$

$$MT = \sum M_i$$

Dimana :

$M_i$  = Margin pemasaran pada pasar tingkat ke-i

$P_{si}$  = Harga jual pada pasar tingkat ke-i

$P_{bi}$  = Harga beli pada pasar tingkat ke-i

$C_i$  = Biaya lembaga pemasaran tingkat ke-i

$i$  = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

MT = Margin total

$i = 1, 2, 3, \dots, n$

## 2.5 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan pangkal pokok dari tujuan yang ingin dicapai dalam setiap sistem pemasaran hasil pertanian dan merupakan fokus utama dalam penelitian ini yakni bagaimana mendistribusikan hasil pertanian dari produsen ke konsumen dengan cara efisien. Dalam literature mengenai pemasaran, terdapat beberapa definisi yang cukup berbeda antar ahli dalam memaknai efisiensi pemasaran. Secara umum, suatu system pemasaran dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan produk dari tingkat petani ke tangan konsumen akhir dengan cara memuaskan kepentingan semua *stakeholders* dalam pemasaran secara adil sesuai dengan tingkat pengorbanannya masing-masing.

Fokus terhadap efisiensi pemasaran sangat penting karena dalam sistem pemasaran hasil pertanian, terdapat *conflict of interest* dari tiga pilar utama yaitu produsen yang menginginkan harga yang tinggi, sementara konsumen menghendaki harga yang murah dan lembaga pemasaran yang menginginkan keuntungan yang maksimal. Persoalannya kemudian bahwa dalam pemasaran komoditi pertanian, studi empiris menunjukkan bahwa pihak yang paling banyak dirugikan adalah petani, sedangkan pedagang pada umumnya memperoleh keuntungan yang lebih besar atau dengan kata lain sistem pasar masih jauh dari prinsip keadilan. Oleh karena itu kajian efisiensi pemasaran menjadi penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana sistem pemasaran Sukun mencapai tingkat efisiensi.

Secara konseptual, definisi efisiensi pemasaran antara ahli cukup beragam, tergantung pada penekanannya masing-masing. Efisiensi sebagai peningkatan ratio

output (*consumer satisfaction*) terhadap input (*labour, capital dan management*). Peningkatan ini dapat dicapai dengan beberapa cara : (a) Keluaran tetap sedang masukan menurun; (b) keluaran meningkat sedangkan masukan tetap konstan; (c) Keluaran meningkat dalam persentase lebih besar dibandingkan dengan peningkatan masukan, (d) Keluaran menurun dengan persentase lebih rendah dibanding penurunan masukan.

Mubyarto (1991) mengemukakan bahwa sistem pemasaran dikatakan efisien bila memenuhi dua syarat: (a) Mampu menyampaikan hasil dari petani kepada konsumen dengan harga serendah-rendahnya (efisien secara teknis); (b) Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tata niaga barang itu (Efisien secara harga/ekonomi). Menurut Tomek dan Robinson indikator yang sering digunakan untuk melihat efisiensi operasional adalah margin pemasaran, yaitu tingkat perbedaan harga di tingkat petani untuk suatu produk yang sama. Hal ini dikarenakan margin terdiri dari biaya dan keuntungan, semakin besar keuntungan yang terlibat dalam proses pemasaran, maka margin akan menjadi lebih besar sehingga sistem pemasaran menjadi tidak efisien. Indikator efisiensi operasional yang lain bahwa efisiensi operasional dicerminkan oleh biaya dan margin pemasaran.

Mengenai indikator efisiensi harga, Soekartawi (2001), menjelaskan bahwa efisiensi harga salah satunya dapat dilihat dari hubungan biaya dengan harga. Pendapat lain bahwa efisiensi harga dicerminkan oleh kolerasi harga antara harga pasar yang satu dengan harga di pasar pada daerah lainnya maupun korelasi

antaraharga ditingkat konsumen (harga eceran) dengan harga ditingkat petaniprodusen.

Pengukuran efisiensi pemasaran yang menekankan pada konsepmargin dan korelasi harga tidak berlaku mutlak, sebab bisa jadi pada kasus tertentu margin pemasaran tinggi dan korelasi pemasaran jugatinggi. Tingginya margin pemasaran disebabkan oleh jarak dari satu pasarke pasar yang lain jauh akibatnya biaya transportasi tinggi. Artinya margindan korelasi harga sebagai indikator efisiensi pemasaran tidak salingmelengkapi sehingga diperlukan indikator yang lain Hanafiah dan Saefuddin (2006) memberikan alternatif pendekatan efisiensi yaitu konsepinput-output ratio. Input yang dimaksud adalah tenaga kerja, modal danmanajemen yang digunakan dalam proses pemasaran dan output adalahkepuasan konsumen terhadap komoditi dan hasil yang didapatkan olehlembaga tersebut. Perubahan yang mengakibatkan berkurangnya biayainput untuk menghasilkan komoditi dan jasa tanpa mengurangi kepuasankonsumen dikatakan sebagai peningkatan efisiensi, sebaliknya perubahanyang menyebabkan berkurangnya biaya input untuk menghasilkankomoditi atau jasa tidak dapat dijadikan indikator efisiensi pemasaran.

Nilai tersebut diperoleh dari nilai harga petani dibagi dengan penjumlahan dari biaya pemasaran dan margin pemasaran yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 2002):

$$\text{Eps} = \frac{B}{H} \times 100\%$$

Dimana:

Eps= Efisiensi pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

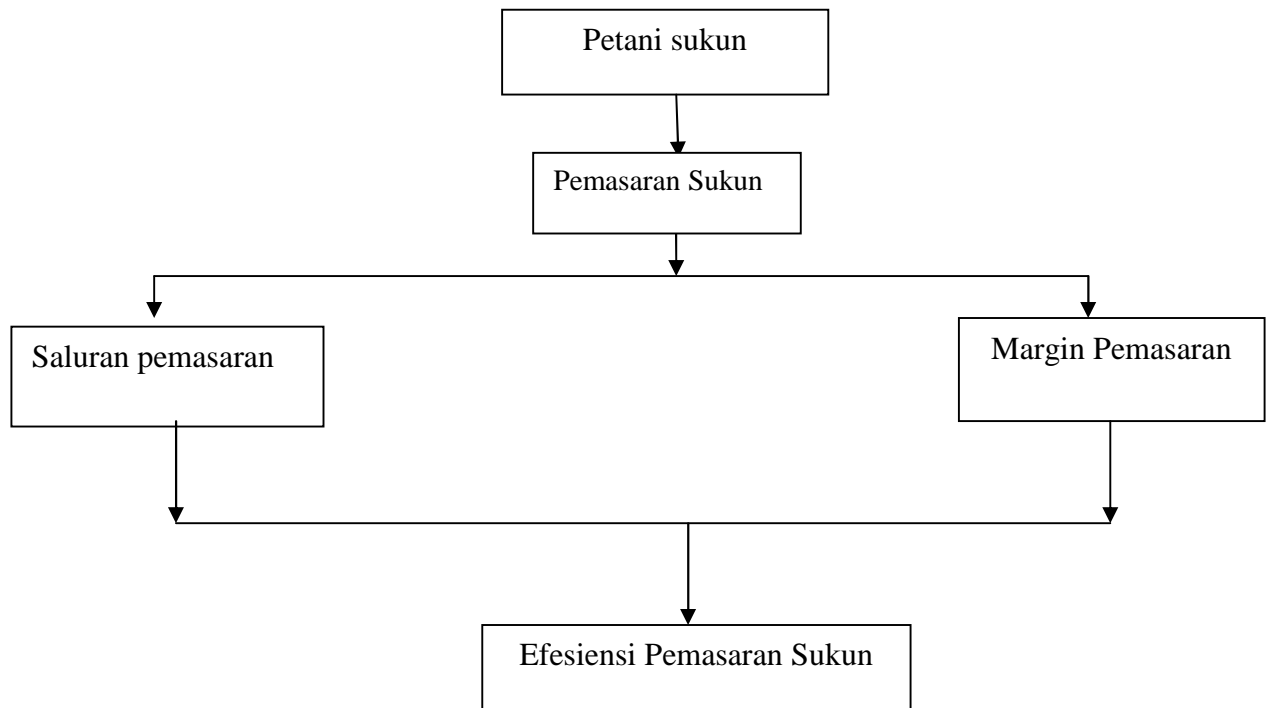
HE = Harga Eceraan

## **2.6 Kerangka Pikir**

Sukun merupakan salah satu alternatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen Indonesia yang semakin meningkat setiap tahunnya. Upaya pengembangan sukun didukung pula oleh tingkat kebutuhan sukun bagi industri maupun konsumsi rumah tangga, ketersediaan bahan baku dan potensi lahan, volume produksi sukun, dan harga sukun murah. Namun, pengembangan usaha sukun ini menghadapi beberapa kendala antara lain keterbatasan modal dan aplikasi teknologi, serta rendahnya kualitas sumber daya manusia dalam penguasaan teknologi.

Produk olahan sukun yang dirasa layak untuk dikembangkan. Telah cukup banyak kelompok-kelompok perajin yang memproduksi sukun, tetapi masih terdapat beberapa kendala yang harus segera diatasi. Kendala yang ada terkait dengan teknologi proses produksi, sanitasi pengolahan, teknologi pengemasan, manajemen produksi, dan manajemen pemasaran.

Sukun yang dihasilkan terdapat di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone, Petani lokal salurkan untuk ditentukan oleh saluran pemasaran, dan margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran. Adapun kerangka pikir penelitian dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. Kerangka Pikir Margin dan Efisiensi Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.



### **III METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone. Karena mengingat Bone khususnya di kecamatan lamuru dikenal dengan buah sukunya. Penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai Mei 2018.

#### **3.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Metode pengambilan sampel pada petani sukun di lakukan secara *purposive* sebanyak 20 Orang petani sukun. Untuk sampel pedagang di lakukan secara *snowball sampling* sehingga berdasarkan metode tersebut terdapat 3 pedagang pengumpul Desa, 5 pedagang pengumpul Kecamatan, dan 2 pedagang Pengecer.

#### **3.3 Sumber Data**

##### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung di lapangan, meliputi data identitas responden, biaya-biaya, harga bahan baku, harga jual pada produsen dan harga jual pada konsumen.

##### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari kantor Camat Lamuru, serta instansi – instansi yang terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS) yang meliputi data keadaan umum lokasi dan data sosial ekonomi dan Dinas Kehutanan dan Perkebunan di Kabupaten Bone.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap sasaran penelitian untuk mendapatkan data-data yang berhubungan pemasaran sukun.
2. Wawancara yaitu dengan melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak tertentu dalam hal pemasaran sukun.
3. Dokumentasi, teknik ini dilakukan melalui teknik pencatatan data yang diperlukan baik dari responden maupun dari instansi terkait yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Teknis analisis data yang akan digunakan dalam penelitian di Kecamatan Lamuru Kabuapten Bone yaitu :

#### **A. Analisis Efisiensi Pemasaran**

##### **1. Margin Pemasaran**

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga jual dan harga beli pada setiap lembagapemasaran. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut.

(Suherty, dkk, 2003) :

$$M_i = P_{si} - P_{bi}$$

$$M_i = C_i + i$$

$$P_{si} - P_{bi} = C_i + i$$

$$i = P_{si} - P_{bi} - C_i$$

$$MT = M_i$$

Dimana :

$M_i$  = Margin pemasaran pada pasar tingkat ke- $i$

$P_{si}$  = Harga jual pada pasar tingkat ke- $i$

$P_{bi}$  = Harga beli pada pasar tingkat ke- $i$

$C_i$  = Biaya lembaga pemasaran tingkat ke- $i$

$i$  = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke- $i$

MT = Margin total

$i = 1, 2, 3, \dots, n$

## **2. Efisiensi Pemasaran Metode Acharya**

Nilai tersebut diperoleh dari nilai harga petani dibagi dengan penjumlahan dari biaya pemasaran dan margin pemasaran yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 2002):

$$Eps = \frac{B}{H} \times 100\%$$

Dimana:

Eps= Efisiensi pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

HE = Harga Eceraan

### **3.6. Definisi Operasional**

1. Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli sukun.
2. Pemasaran adalah berpindahnya hak milik atas barang serta jasa dari produsen ke konsumen.
3. Saluran pemasaran adalah rute dan status kepemilikan yang ditempuh oleh suatu produk ketika produk ini mengalir dari penyedia bahan mentah melalui produsen sampai ke konsumen akhir.
4. Margin pemasaran dapat digunakan untuk mengetahui distribusi margin pemasaran yang terjadi dari biaya dan keuntungan dari setiap aktifitas lembaga pemasaran yang berperan aktif, serta untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani sukun.
5. Efisiensi saluran pemasaran diukur secara teknis dan ekonomis bertujuan untuk lebih meningkatkan keuntungan yang diterima lembaga pemasaran sukun.

## **IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **4.1. Letak Geografis**

#### **4.1.1. Gambaran Umum Kecamatan Lamuru**

Secara geografis kabupaten bone merupakan salah satu kabupaten di pesisir timur propinsi Sulawesi selatan yang berjarak sekitar 174 km dari kota Makassar. Dan mempunyai garis pantai sepanjang 138 km dari arah selatan kearah utara.

Kabupaten Bone merupakan wilayah terluas ketiga setelah Kabupaten Luwu dan Mamuju. Wilayahnya membujur dari utara ke selatan sepanjang 90 km yang meliputi daratan rendah di bagian timur khususnya yang menjadi tepian teluk Bone sehingga bagian barat terdiri atas perbukitan dengan ketinggian rata-rata 150 meter hingga 200 meter dari permukaan laut. Luas wilayah Kabupaten Bone 4558 km<sup>2</sup> dengan kepadatan penduduk 141 jiwa/km<sup>2</sup>. Dari luas wilayah tersebut pada tahun 2017 kabupaten Bone secara administrative terbagi kedalam 27 kecamatan, 329 desa dan 43 kelurahan ([www.litbangbone.com](http://www.litbangbone.com)).

Secara astronomis Kabupaten Bone terletak pada posisi 4° 13'-5°06' Lintang Selatan dan antara 119°42'-120°40' Bujur Timur dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Wajo dan Soppeng
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Sinjai dan Gowa
- c. Sebelah Timur berbatas dengan Teluk Bone
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Maros, Pangkep dan Barru.

Kabupaten Bone merupakan daerah yang beriklim sedang. Kelembaban udara berkisar sekitar 95% - 99% dengan temperatur berkisar 26°C - 43°C. Pada periode April-September, bertiup angin timur yang membawa hujan. Sebaliknya pada bulan Oktober- Maret bertiup angin barat, saat dimana mengalami musim kemarau Kabupaten Bone.

Dari 27 wilayah Kecamatan yang ada dalam wilayah Kabupaten Bone, Kecamatan Lamuru merupakan wilayah pemerintah daerah dimana lokasi penelitian berada. Wilayah ini terletak di bagian barat Kabupaten Bone yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Soppeng. Jarak antara Ibukota kecamatan yaitu Lalebata sekitar 57 km, sedangkan jarak antara Ibukota Kecamatan dengan Ibukota Propinsi adalah 125 km (Lamuru dalam angka 2017).

Kecamatan Lamuru seluas 208 km<sup>2</sup> yang secara administratif terbagi dalam 12 desa dan satu kelurahan. Kedua belas wilayah desa/ kelurahan tersebut membentang dari utara ke selatan dan merupakan dataran rendah yakni 100 - 200 m di atas permukaan laut. Bagian timur wilayah ini mengalir sungai Walannae sedangkan di bagian barat terdiri atas wilayah pegunungan dengan ketinggian rata-rata 400 - 800 m di atas permukaan laut.

Tabel 2. Luas Desa/Kelurahan Di Kecamatan Lamuru dan Jarak Keadaan Akhir Tahun 2017

Kode	Desa / Kelurahan	Luas (Km <sup>2</sup> )	Jarak (Km)		Tinggi dari Permukaan Laut (Mapl)
			Dari Ibukota Kecamatan	Dari Ibukota Kabupaten	
012	Turu Cinnae	17,00	7,00	69,00	110
013	Mamminasae	38,00	6,00	67,00	120
014	Mattampa Bulu	39,00	4,00	66,00	132
015	Barakkae	15,00	6,50	66,00	165
016	Massenrempulu	15,00	11,50	71,00	244
017	Mattappawalie	15,00	6,00	53,00	115
018	Poleonro	10,00	2,50	59,50	112
019	Lalebata	10,00	0,50	62,50	118
020	Sengeng Palie	13,00	2,50	64,50	134
021	Padaelo	13,00	41,00	46,00	137
022	Seberang	12,00	39,00	42,00	154
023	Barugae	11,00	43,00	44,00	182
	Jumlah	208,00			

*Sumber Data :Kecamatan Lamuru dalam angka*

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa luas kecamatan lamuru adalah 208,00 km<sup>2</sup>. Desa Mattampa Bulu merupakan desa terluas dikecamatan lamuru dengan luas sekitar 39,00 km<sup>2</sup>, disusul dengan desa Mamminasae termasuk desa terluas kedua dengan luas sekitar 38,00 km<sup>2</sup>, namun ada beberapa desa yang mempunyai luas yang sama, dan terdapat dua desa di Kecamatan Lamuru yang mempunyai luas sekitar 10,00 km<sup>2</sup> yaitu Desa Poleonro dan Kelurahan Lalebata, dan kedua desa tersebut merupakan desa yang terkecil di Kecamatan Lamuru.

Secara administratif Kecamatan Lamuru terletak pada batas-batas wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Soppeng.
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan kecamatan Ulaweng dan Kecamatan Bengo.
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan kecamatan Lappariaja.
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tellu Limpoe.

#### **4.2. Keadaan Penduduk**

Salah satu dimensi dalam proses pembangunan bangsa adalah masalah kependudukan. Perhatian pemerintah terhadap masalah kependudukan selama ini telah terwujud dalam berbagai bentuk program pembangunan, baik secara langsung menyentuh masalah kependudukan maupun secara tidak langsung terhadap kehidupan sosial masyarakat. Program pembangunan yang berorientasi kependudukan tidak hanya mengantisipasi faktor demografi saja seperti kelahiran, kematian, dan perpindahan akan tetapi juga meliputi permasalahan kehidupan sosial di segala bidang.

Pemerintah sangat membutuhkan data jumlah penduduk dan karakteristiknya, misalnya untuk merencanakan penyediaan sarana umum, perumahan, tempat ibadah, fasilitas kesehatan dan tempat rekreasi.

Wilayah kecamatan Lamuru terbagi atas 1 kelurahan dan 11 Desa. Ke 12 desa tersebut adalah sebagai berikut :

Adapun jumlah penduduk di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 3.



Tabel 3. Jumlah Penduduk Kecamatan Lamuru, Kabupaten Bone, Dirinci Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Desa/ Kelurahan Keadaan Akhir Tahun 2017

Kode	Desa / Kelurahan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
012	Turu Cinnae	1.322,00	1.525,00	2.847,00
013	Mamminase	911,00	1.039,00	1.950,00
014	Mattampa Bulu	1.514,00	1.640,00	3.154,00
015	Barakkae	930,00	1.052,00	1.982,00
016	Massenrempulu	1.132,00	1.281,00	2.413,00
017	Mattampawalie	980,00	1.205,00	2.185,00
018	Poleonro	818,00	938,00	1.756,00
019	Lalebata	799,00	948,00	1.747,00
020	Sengengpalie	1.075,00	1.225,00	2.300,00
021	Padaelo	668,00	739,00	1.407,00
022	Seberang	615,00	726,00	1.341,00
023	Baruga	745,00	853,00	1.598,00
	Jumlah	11.509,00	13.171,00	24.680,00

Sumber : Kecamatan Lamuru dalam angka

Tabel 3 menunjukkan bahwa pada tahun 2017 jumlah penduduk pada Kecamatan Lamuru secara keseluruhan sebanyak 24.680 jiwa, sedangkan berdasarkan jenis kelamin pada tahun 2013 jumlah penduduk Kecamatan Lamuru menurut jenis kelamin laki-laki sebanyak 11.509 jiwa dan perempuan sebanyak 13.171 jiwa. Dan dapat pula dilihat pada tabel diatas bahwa desa yang memiliki jumlah penduduk paling banyak adalah Desa Mattampa Bulu dengan jumlah penduduk secara keseluruhan sebanyak 3.154 jiwa, menyusul Desa Turu Cinae dengan jumlah penduduk terbanyak kedua di Kecamatan Lamuru sebanyak 2.847 jiwa secara keseluruhan, kemudian jumlah penduduk terbanyak ketiga adalah Desa Massenrempulu dengan jumlah penduduk secara keseluruhan sebanyak 2.413 jiwa, sedangkan Desa yang mempunyai jumlah penduduk yang paling sedikit di Kecamatan Lamuru adalah Desa Seberang dengan jumlah penduduk sebanyak 1.341 jiwa.

### **4.3. Pendidikan**

Pendidikan adalah salah satu aspek yang sangat penting dalam pembangunan. Pembangunan sector pendidikan merupakan integral dari pembangunan secara keseluruhan yang saling terkait antara satu dengan pembangunan lainnya. Oleh karena itu keberhasilan yang dicapai dalam aspek pendidikan merupakan salah satu tolak ukur ataupun indicator yang mencerminkan keberhasilan sejauh mana kesuksesan pembangunan tercapai.

Menyadari pentingnya pendidikan, pemerintah Indonesia secara terus menerus memperbesar kesempatan belajar dengan cara antara lain menyediakan sarana dan prsarana pendidikan dan diharapkan dapat menjangkau segenap lapisan masyarakat sampai kedaerah-daerah terpencil.

pendidikan yang ada di Kecamatan Lamuru sudah bisa dikatakan sangat memadai, karena di Kecamatan Lamuru sudah terdapat beberapa sekolah dasar SD, bahkan setiap desa sudah mempunyai sarana pendidikan sekolah dasar SD, dan di Kecamatan Lamuru juga terdapat beberapa Sekolah menengah SMP dan Madrasa Stanawia MTS, dan juga terdapat beberapa sekolah SMA.

### **4.4. Sarana Transportasi**

Jalan poros Kecamatan Lamuru menuju ke Kota Kabupaten, sudah menggunakan jalan beraspal, meskipun aspal yang dilewati menuju ke Kota Kabupaten sudah mengalami kerusakan diberbagai titik, dan dalam lingkungan pemukiman penduduk sebagian besar sudah menggunakan aspal meskipun masih ada beberapa titik yang menggunakan jalan setapak. Dari Kota Kabupaten menuju ke Kecamatan Lamuru menggunakan sarana transportasi darat berupa mobil

angkutan Kota dan transportasi roda dua. Jarak yang ditempuh ±64 km. Mobil angkutan kota biasanya berangkat pagi hari, dan pada siang hari, sarana transportasi dari Kecamatan Lamuru menuju Ke Kabupate bone sudah sangat banyak, dan kebanyakan masyarakat kKecamatan Lamuru sudah menggunakan kendaraan pribadi jika menuju ke Kota Kabupaten, tapi hal ini tidak mengurangi kendaraan transportasi umum untuk menuju ke Kota Kabupaten.

#### 4.5. Usahatani Sukun

Usahatani sukun merupakan langkah awal sebelum terjadinya proses pemasaran sukun hingga ke konsumen. Petani sukun sebagai produsen berusaha untuk membudidayakan sukun agar sukun yang di hasilkan dapat di terima oleh konsumen. Berikiut ini akan di sajikan Tabel 4 mengenai usaha tani sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.

Tabel 4 . Usahatani Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone

No.	Uraian	Jumlah Respon	Persentase (%)
1.	Asal Bibit Sukun		
	a. Beli dari pembibit	8	40,00
	b. Bantuan dari pemerintah	12	60,00
	Jumlah	20	100,00
2.	Sistem Tanam		
	a. Tumpangsari	20	100,00
	Jumlah	20	100,00
3.	Alasan Menanam Sukun		
	a. Menguntungkan	15	75,00
	b. Mudah pemasannya	5	25,00
	Jumlah	20	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Saat memulai untuk menanam sukun, sebanyak 12 petani memperoleh bibit sukun yang diberikan dari pemerintah dan sebanyak 8 petani membeli dari

pembibit. Petani memilih bantuan dari pemerintah dengan alasan kualitas bibit sukun baik dan tanpa menggunakan biaya untuk membeli.

Sistem tanam dalam usahatani sukun yang diterapkan oleh petani sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone berupa sistem tanam tumpang sari. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 20 petani yang menerapkan sistem tanam tumpang sari dalam usahatani sukun dengan alasan petani mengharapkan terdapat tambahan pendapatan dari usahatani sukun. Petani biasanya menerapkan sistem tanam tumpang sari sukun dengan tanaman kakao.

Petani memiliki beberapa alasan yang mendasarinya menjalankan usahatani sukun sebanyak 15 petani mengusahakan sukun dengan alasan usahatani sukun lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan usahatani lainnya. Alasan lain yang mendasari petani menjalankan usahatannya adalah pemasaran sukun dianggap lebih mudah jika dibandingkan dengan pemasaran komoditas lainnya karena sukun hanya melakukan satu kali penanaman.

Berdasarkan hasil penelitian, masalah yang di peroleh oleh petani sukun dalam menjalankan usahatannya adalah kurangnya modal karena tingginya biaya perawatan tanaman sukun terutama untuk peremajaan. Harapan petani mengenai usahatani sukun adalah agar adanya pinjaman modal dan harga sukun yang selalu tinggi.

Lembaga pemasaran atau pedagang yang terlibat pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone adalah pedagang pengumpul Kecamatan, pedagang pengumpul Desa, dan pedagang pengecer. Lembaga pemasaran tersebut

tidak hanya mendistribusikan sukun di wilayah Kabupaten Bone melainkan di luar Kabupaten Bone. Identitas responden lembaga pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone meliputi umur, tingkat pendidikan dan pengalaman berdagang sukun.

Faktor umur dan kondisi fisik pedagang berpengaruh pada aktifitas pemasaran sukun yang di jalankannya karena pada umumnya pedagang terlibat secara langsung baik selama proses pembelian maupun penjualan sukun sehingga dibutuhkan kondisi fisik yang sehat. Faktor pendidikan mempengaruhi pengambilan keputusan yang di lakukan oleh pedagang dalam memasarkan sukunya. Pendidikan yang di tempuh mempermudah pedagang sukun dalam menjalankan usahanya terutama dalam perhitungan pendapatan serta penyerapan teknologi baru yang dapat menunjang usahanya.

Pengalaman yang dimiliki pedagang dapat dilihat dari berapa lama mereka menjalankan usahanya dalam memasarkan sukun. Pengalaman usaha membantu pedagang dalam mengamati dan memprediksi keadaan pasar sehingga pedagang dapat menentukan strategi pemasaran yang akan di jalankan. Berikut ini identitas responden lembaga perantara pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.

## V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Hasil Penelitian

#### 5.1.1. Identitas Petani Responden

Identitas petani responden merupakan gambaran secara umum latar belakang petani responden dalam menjalankan usahatani sukun. Identitas responden mencakup beberapa hal yaitu umur petani, tingkat pendidikan petani, pengalaman dalam usahatani sukun, luas lahan tanaman usahatani sukun, dan status pekerjaan.

#### 5.1.2. Umur Petani Responden

Badan pusat statistik kabupaten Bone membagi komposisi penduduk menurut umur dalam dua golongan yaitu golongan umur non produktif adalah golongan umur 0-14 tahun dan umur lebih dari 65 tahun serta golongan umur produktif adalah umur antara 15-64 tahun. Berdasarkan hasil penelitian jumlah petani responden berdasarkan kelompok umur terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Lamuru, Kabupaten Bone.

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah Petani	Persentase (%)
1.	33 – 37	5	25,00
2.	38 – 42	7	35,00
3.	43 – 47	3	15,00
4.	48 – 52	5	25,00
Jumlah		20	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2018

Pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa petani responden pada kelompok umur 38-42 memiliki jumlah terbanyak yaitu 7 petani atau sebesar 35%. Meskipun demikian semua petani responden berada pada umur produktif antara 33-52 tahun. Dalam menjalankan usaha sukun dibutuhkan tenaga yang besar karna topografi lahan pertanian sukun yang berbukit dan perawatan tanaman sukun dilakukan secara intensif. Petani yang berada pada umur produktif pada umumnya bersikap lebih terbuka terhadap informasi maupun teknologi terkini yang berkaitan dengan usahatani sukun, sehingga diharapkan petani mampu mengembangkan usahataniya untuk meningkatkan usahataniya.

### 5.1.3. Tingkat Pendidikan Petani Responden

Pendidikan berperan dalam upaya pengembangan usahatani sukun dan pemasarannya karna disamping kemampuan dan keterampilan petani itu sendiri pendidikan dasar terutama baca, tulis dan hitung sangat mempengaruhi keputusan yang diambil petani dalam menjalankan usahataniya dan memasarkan sukunnya serta dapat meminimalkan resiko tingkat kecurangan yang mengakibatkan kerugian dipihak petani. Jumlah dan persentase petani responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Petani	Persentase (%)
1.	Tamat SD	8	40,00
2.	Tamat SMP	7	35,00
3.	Tamat SMA	5	25,00
Jumlah		20	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2018

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa mayoritas petani sukun memiliki tingkat pendidikan tamat SD yaitu sebanyak 8 petani atau sebesar 40%. Maka dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan petani sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone masih relative rendah. Meskipun demikian sebagian besar petani responden telah memiliki kemampuan baca tulis dan hitung.

#### 5.1.4. Tingkat Produksi Petani Responden

Hasil wawancara menyebutkan bahwa rata-rata tanaman sukun mulai berbuah pada umur 4-5 tahun. Jumlah produksi buah pertahun mampu mencapai ratusan butir dalam satu pohon. Tanaman sukun yang subur dan terpelihara akan menghasilkan buah yang lebih banyak daripada tanaman yang kurus. Tabel 7 menyajikan daftar produksi buah sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.

Tabel 7. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Produksi Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone

No.	Produksi Sukun (Kwintal/Musim)	Jumlah Petani	Persentase (%)
1.	5 – 10	7	35,00
2.	11 -16	8	40,00
3.	17 - 22	5	25,00
Jumlah		20	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2018

Analisis data pada Tabel 7 dapat diketahui bahwa mayoritas petani sukun memiliki tingkat perproduksi Sukun sebesar 11 – 16 kwintal permusim yaitu sebanyak 8 petani atau sebesar 40%. Maka dapat dikatakan bahwa tingkat produksi petani sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone masih relative rendah.



### 5.1.5. Jumlah Pohon Sukun Petani Responden

Pohon sukun dapat tumbuh sampai dengan 30 meter, Tetapi di pedesaan pohon sukun biasanya hanya tumbuh setinggi belasan meter saja. Dalam satu pohon sukun dapat memproduksi buah sebanyak 100 buah, produksi sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone tergantung dari banyaknya pohon oleh petani, Tabel 8 menyajikan daftar pohon sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.

Tabel 8. Jumlah Pohon dan Persentase Petani Responden Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone

No.	Pohon Sukun	Jumlah responden	Persentase (%)
1.	6 – 11	9	45,00
2.	12 – 17	7	35 ,00
3.	18 – 23	4	20 ,00
	Jumlah	20	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2018

Pada Tabel 8 dapat di lihat bahwa sebagian besar petani responden memiliki pohon sukun antara 6 - 11 pohon yaitu sebanyak 9 petani atau sebesar 45 %. Lahan tanam sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone. Petani yang memiliki pohon sukun 18 - 23 pohon pada umumnya memiliki lahan di beberapa tempat yang berbeda yang akan berdampak pada semakin besarnya biaya yang harus dikeluarkan.

### 5.1.6. Status Pekerjaan

Status pekerjaan usahatani sukun terbagi menjadi dua, yaitu usaha tani sukun sebagai pekerjaan pokok dan pekerjaan sampingan. Berdasarkan hasil penelitian, seluruh petani responden menjadikan usahatani sukun sebagai

pekerjaan sampingan. Hal ini dikarenakan usahatani tanaman sukun merupakan tanaman tahunan dan pendapatan yang di terima tidak terlalu besar.

## **5.2. Identitas Responden Pedagang Pengumpul dan Pengecer**

Lembaga pemasaran atau pedagang yang terlibat pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone adalah pedagang pengumpul Kecamatan, pedagang pengumpul Desa, dan pedagang pengecer. Lembaga pemasaran tersebut tidak hanya mendistribusikan sukun di wilayah Kabupaten Bone melainkan di luar Kabupaten Bone. Identitas responden lembaga pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone meliputi umur, tingkat pendidikan dan pengalaman berdagang sukun.

Faktor umur dan kondisi fisik pedagang berpengaruh pada aktifitas pemasaran sukun yang di jalankannya karena pada umumnya pedagang terlibat secara langsung baik selama proses pembelian maupun penjualan sukun sehingga dibutuhkan kondisi fisik yang sehat. Faktor pendidikan mempengaruhi pengambilan keputusan yang di lakukan oleh pedagang dalam memasarkan sukunnya. Pendidikan yang di tempuh mempermudah pedagang sukun dalam menjalankan usahanya terutama dalam perhitungan pendapatan serta penyerapan teknologi baru yang dapat menunjang usahanya.

Pengalaman yang dimiliki pedagang dapat dilihat dari berapa lama mereka menjalankan usahanya dalam memasarkan sukun. Pengalaman usaha membantu pedagang dalam mengamati dan memprediksi keadaan pasar sehingga pedagang dapat menentukan strategi pemasaran yang akan di jalankan. Berikut ini

identitas responden lembaga perantara pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.

### 5.2.1 Pedagang Pengumpul Kecamatan

Pedagang pengumpul Kecamatan menyerap sebagian besar sukun yang diproduksi petani dan menyuplai sukun untuk daerah di luar Kabupaten Bone. Sasaran utama pedagang pengumpul kecamatan adalah pasar induk di kota-kota besar. Identitas pedagang pengumpul Kecamatan pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone dapat di lihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Identitas Responden Pedagang Pengumpul Kecamatan Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone

No	Uraian	Pedagang Pengumpul Kecamatan (Orang)	Persentase(%)
1.	Umur (tahun)		
	a. 34-37	1	20,00
	b. 38-41	1	20,00
	c. 42-45	3	60,00
	Jumah	5	100,00
2.	Pendidikan		
	a. Tamat SD	1	20,00
	b. Tamat SMP	2	40,00
	c. Tamat SMA	2	40,00
	Jumlah	5	100,00
3.	Pengalaman Berdagang (Tahun)		
	a. 5-9	1	20,00
	b. 10-14	3	20,00
	c. 15	1	60,00
	Jumlah	5	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Responden pedagang pengumpul kecamatan pada pemasaran sukun yang ada di Kecamatan Lamuru kabupaten Bone sebanyak 5 pedagang. Berdasarkan

Tabel 9 dapat di ketahui bahwa semua responden pedagang pengumpul kecamatan pemasaran sukun tergolong dalam usia produktif yaitu antara 34-45 tahun. Usia produktif sangat menunjang aktivitas pedagang pengumpul kecamatan dalam memasarkan sukun karena sebagian besar pedagang pengumpul kecamatan terlibat secara langsung dalam proses jual beli sukun mulai dari petani hingga memasarkannya ke luar kota. Dengan berpartisipasi secara langsung dalam menjalankan usahanya pedagang pengumpul kecamatan memiliki kesempatan yang besar untuk memperluas pangsa pasarnya dikenakan selama berlangsungnya proses jual beli pedagang dapat memperoleh informasi-informasi mengenai harga dan permintaan sukun.

Tingkat pendidikan responden pedagang pengumpul kecamatan sebagian besar adalah tamat SMP dan SMA yaitu sebanyak 2 pedagang atau 40 % dari keseluruhan responden pedagang pengumpul kecamatan. Tingkat pendidikan pedagang pengumpul kecamatan masi tergolong cukup tinggi. Seluru responden pedagang pengumpul kecamatan membekali diri dengan kempuan baca,tulis,dan hitung, sehingga usaha yang di jalankannya tidak terhambat masalah tingkat pendidikan.

Setelah kemampuan dasar yang telah di miliki pedagang, lamanya menjalankan usaha menjadi faktor penting untuk dapat bertahan dalam menjalankan usaha jual beli sukun. Keseluruhan responden pedagang pengumpul kecamatan telah mejalankan usahanya selama lebi 5 tahun. Pengalaman dalam menjalankan usaha membuat pedaganng memiliki kemampuan untuk membaca kondisi pasar yang akan datang. Kempuan dalam membaca kondisi pasar

sangat membantu pedagang pengumpul kecamatan untuk menghindarkan diri dari kerugian mengingat pedagang pengumpul kecamatan merupakan pedagang yang menjalankan usahanya dengan modal finansial yang besar. Dalam satu kali transaksi dengan volume pembelian sukun sebanyak 3 responden pedagang pengumpul membutuhkan modal sekitar Rp 15.000.000,00.

### 5.2.2. Pedagang Pengumpul Desa

Pedagang pengumpul desa dalam pemasaran sukun berperan dalam penyediaan sukun bagi konsumen dalam Kabupaten Bone dan kota-kota di sekitar kabupaten Bone. Identitas responden pedagang pengumpul desa pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone dapat di lihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Identitas Responden Pedagang Pengumpul Desa Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.

No	Uraian	Pedagang Pengumpul Desa (Orang)	Persentase (%)
1.	Umur (Tahun)		
	a. 34-37	1	33,33
	b. 38-41	2	66,67
	Jumlah	3	100,00
2.	Pendidikan		
	a. Tamat SD	2	66,67
	b. Tamat SMA	1	33,33
	Jumlah	3	100,00
3	Pengalaman Berdagang		
	a. 5-9	2	66,67
	b. 10-14	0	0,00
	c. 15-19	0	0,00
	d. 20	1	33,33
	Jumlah	3	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Tabel 10 menunjukka bahwa umur pedagang pengumpul desa berada dalam usia produktif yaitu antara 34-41 tahun.pada usia ini pedagang pengumpul desa masih mampu bekerja dengan baik didukung dengan fisik yang kuat dalam

melaksanakan peran sebagai penyalur pemasaran sukun dari petani ke konsumen. Seluruh responden pedagang pengumpul desa telah mengikuti pendidikan formal dengan tingkat pendidikan yang berbeda. Tingkat pendidikan sebagian besar pedagang pengumpul desa adalah tamat SD sebanyak 2 pedagang atau 66,67 % dari keseluruhan responden pedagang pengumpul desa. Pendidikan yang di miliki di harapkan dapat menjadi modal bagi pedagang untuk memperhatikan keadaan pasar dan memperlancar usahanya.

Responden pedagang pengumpul desa telah menjalankan usaha jual beli sukun selama lebih dari 5 tahun. Semakin lama pengalaman berdagang semakin mudah mereka untuk mendapatkan pasokan sukun dari petani dan mendapatkan kepercayaan dari petani karena mereka sudah di kenal oleh petani

### **5.2.3. Pedagang Pengecer**

Pedagang pengecer dalam penelitian ini berdomisili di Kecamatan Lamuru dan mendapatkan sukun di pedagang pengumpul desa. Sukun yang di peroleh di jual kembali kepada konsumen di pasar tradisional di Kabupaten Bone. Identitas responden pedagang pengecer sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Identitas Responden Pedagang Pengecer Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.

No	Uraian	Pedagang Pengecer (Orang)	Persentase (%)
1.	Umur (Tahun)		
	a. 41-44	1	50,00
	b. 45-48	1	50,00
	Jumlah	2	100,00
2.	Pendidikan		
	a. Tamat SD	2	100,00
	Jumlah	2	100,00
3.	Pengalaman Berdagang (Tahun)		
	a. 10-14	1	50,00
	b. 15- 19	1	50,00
	Jumlah	2	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 11 dapat di ketahui bahwa umur pedagang pengecer sukun tergolong dalam usia produktif antara 41-48 tahun. Seluruh responden pedagang pengecer telah mengikuti pendidikan formal. Tingkat pendidikan sebagian besar pedagang pengecer adalah tamatan SD Sebanyak 2 pedagang atau 100 %. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi pedagang pengecer dalam membaca informasi pasar. Informasi pasar sangat berguna bagi pengecer terutama informasi harga sukun karena akan mempengaruhi besar kecilnya volume pembelian sukun dari pedagang pengumpul desa.

Lama usaha berdagang pada responden pedagang pengecer sukun yaitu lebih dari 5 tahun selama menjalankan usahanya berapa pedagang pengecer telah melakukan perpindahan tempat dagang. Pedagang pengecer yang pada mulanya hanya memasarkan sukunnya di pasar desa beralih ke pasar daerah dengan alasan semakin banyaknya pedagang pasar di desa menyebabkan persaingan semakin

bertambah sehingga pendapatan yang di peroleh pedagang pengecer semakin berkurang.

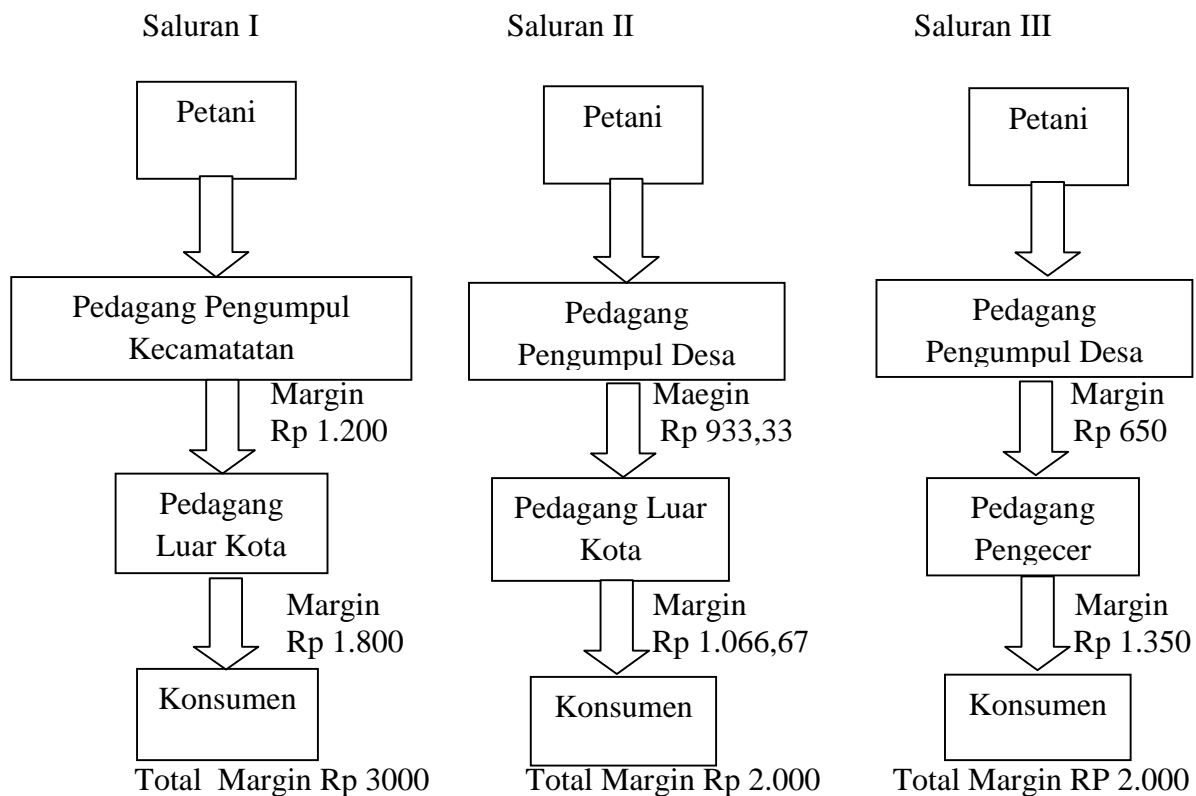
Konsumen sukun adalah orang-orang yang membeli sukun untuk di konsumsi sendiri atau menjualnya kembali dalam bentuk makanan olahan. Akan tetapi, dalam penelitian ini pedagang luarkota di anggap sebagai konsumen. Hal ini dikarenakan adanya pembatasan dan transaksi pembelian dan penjualan sukun yang di lakukan oleh pedagang luar kota berlangsung di luar kabupaten Bone.berdasarkan hasil penelitian, untuk konsumen dalam kabupaten Bone Sukun di konsumsi dalam skala rumah tangga. Biasanya volume pembeliannya dalam jumlah kecil berkisar antara 1-5 buah. Konsumen akhir sukun pada saluran I dan II adalah konsumen luar kabupaten Bone atau pedagang luar kota. Sedangkan konsumen pada saluran III adalah konsumen dalam kabupaten.

### **5.3 Saluran dan Margin Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru**

#### **5.3.1 Saluran Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru**

Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Adanya pola saluran pemasaran sukun dapat di ketahui dengan cara mengikuti arus pemasaran sukun mulai dari petani hingga sampai kepada konsumen, berdasarkan penelitian yang telah di laksanakan, dapat di ketahui pola pemasaran sukun di Kabupaten Bone adalah sebagai berikut :





Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone

Kegiatan pemasaran sukun di ketiga saluran pemasaran yang ada melibatkan lembaga pemasaran. Pada saluran pemasaran I, lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran yang terlibat dalam pemasaran sukun adalah pedagang pengumpul kecamatan. Pada saluran pemasaran II, lembaga pemasaran yang berperan adalah pedagang pengumpul Desa dan pada saluran pemasaran III melibatkan pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer sebagai lembaga pemasaran. Adapun jumlah petani berdasarkan saluran pemasaran sukun yang di gunakan dalam mendistribusikan sukun dapat di lihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Jenis Saluran Pemasaran dan Jumlah Petani Responden di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone

No	Saluran Pemasaran	Jumlah Petani	Persentase (%)
1	Saluran I	11	55,00
2	Saluran II	6	30,00
3	Saluran III	3	15,00
	Jumlah	20	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Tabel 12 menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang paling banyak digunakan petani adalah saluran pemasaran I yaitu sebanyak 11 petani (55 %) di mana petani langsung menjual Sukunnya kepada pedagang pengumpul kecamatan yang akan di jual ke pedagang sukun di luar kota. Alasan petani lebih memilih saluran pemasaran 1 karena proses penjualan sukun dianggap lebih mudah, baik dalam proses pembelian maupun masalah pembayaran terutama oleh petani yang memproduksi sukun dalam jumlah besar dan pedagang pengumpul kecamatan dapat menyerap sukun dalam jumlah yang lebih banyak jika di bandingkan dengan lembaga pemasaran yang lainnya. Sedangkan alasan petani memilih saluran pemasaran II dan III lebih pada kesesuaian harga yang di tawarkan oleh pedgang pengumpul dan alasan kepercayaan

Proses mengalirnya barang dari produsen ke konsumen memerlukan biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Semakin panjang rantai pemasaran maka biaya yang di lakukan dalam pemasaran akan semakin meningkat. Selain itu, besarnya biaya pemasaran suatu produk tergantung pada jenis perlakuan terhadap produk itu sendiri. Selain biaya, keuntungan jga menjadi pertimbangan lembaga pemasaran dalam memasarkan sukunnya. Besarnya biaya yang harus di keluarkan serta keuntungan yang di

dapatkan akan berpengaruh terhadap margin pemasaran. Pada saluran pemasaran I Pemasaran sukun melibatkan pedagang pengumpul kecamatan yang berperan dalam penyediaan sukun pada saluran pemasaran I di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone dan di lihat pada Tabel 13

Tabel 13. Rata-Rata Biaya Keuntungan dan Margin Pemasran Sukun Pada Saluran Pemasaran I di Kabupaten Bone

No	Uraian	Nilai Rp/Kg	Persentase (%)
1	Petani		
	a. Harga di tingkat petani	6.500,00	68,42
	b. Biaya Pemasaran		
	A. Biaya Panen	0,00	0,00
	B. Biaya Pengangkutan	0,00	0,00
	Jumlah Biaya	0,00	0,00
	c. Harga yang di terima petani	6.500,00	68,42
2	Pedagang Pengumpul Kecamatan		
	a. Harga Beli	6.500,00	68,42
	b. Biaya Pemasaran		
	1). Biaya Sortasi	19,37	0,20
	2). Biaya Pengemasan	0,00	0,00
	3). Biaya Pengangkutan	188,30	1,98
	Jumlah Biaya	207,67	2,18
	c. Keuntungan	992,33	10,44
	d. Margin Pemasaran	1.200,00	12,62
	e. Harga Jual	7.700,00	81,06
3	Pedagang Luar Kota		
	a. Harga Beli	7.700,00	81,06
	b. Biaya Pemasaran		
	1). Biaya Retribusi	3,78	0,04
	2). Biaya Pengangkutan	37,87	0,40
	Jumlah Biaya	41,65	0,44
	c. Keuntungan	1.758,00	18,50
	d. Margin Pemasaran	1.800,00	18,94
	e. Harga Jual	9.500,00	100,00
	Konsumen	9.500,00	100,00
4	a. Total Biaya Pemasaran	249,13	2,62
	b. Total Keuntungan	2.750,33	28,96
	c. Total Margin Pemasaran	3.000,00	30,52

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 13 dapat diketahui bahwa saluran pemasaran I pada komoditi sukun, Pedagang yang terkait adalah Pedagang luar kota, pedagang pengumpul, petani pada saluran ini petani tidak mengeluarkan biaya dalam panen maupun dalam kegiatan pemasaran sukun, petani sukun juga tidak melakukan sortasi. Sortasi adalah proses pemisahan sukun cacat yang tidak layak di jual.

Pedagang pengumpul kecamatan pada saluran pemasaran I mengeluarkan biaya pemasran yang berupa biaya sortasi, beserta biaya pengangkutan. Kegiatan sortasi di lakukan pedagang pengumpul di rumah petani. Pedagang pengumpul kecamatan tidak melakukan fungsi penyimpanan karena sukun yang di beli dari petani akan langsung di jual. Biaya pemasran terbesar yang harus di lakukan oleh pedagang pengumpul kecamatan adalah biaya pengangkutan yaitu sebesar Rp 188,30 per kg untuk setiap kualitas sukun. Hal ini di karenakan pangsa pasar yang berada di luar kota, sehingga di butuhkan biaya yang besar untuk mendistribusikan sukun hingga ke pembeli. Harga jual sukun di tingkat pedagang pengumpul kecamatan untuk sukun seharga Rp 7.700 per buah. Selama berlangsungnya proses jual beli sukun dari pedagang pengumpul kecamatan dengan pedagang di pasar induk, biaya pemasaran yang terjadi di tanggung oleh pedagang pasar induk.

Pedagang luar kota pada saluran pemasaran I mengeluarkan biaya sebesar Rp 41,65 per Kg. Dengan keuntungan sebesar Rp 1.758 per Kg. Pada saluran pemasaran I total biaya pemasaran sukun Rp 249,13 per Kg. Keuntungan pemasaran diperoleh dari penjumlahan keuntungan dari tiap lembaga pemasaran. Keuntungan pemasaran untuk sukun Rp 2.750,33 per kg. Total margin pemasaran

pada saluran pemasaran I untuk sukun Rp 3.000 per Kg. Tingginya nilai margin pemasaran pada saluran pemasaran I dikarenakan besarnya biaya pemasaran yang harus di keluarkan pedagang pengumpul kecamatan dalam memasarkan sukunnya.

Pendistribusian sukun yang di hasilkan petani ke luar Kabupaten Bone tidak hanya melibatkan pedagang pengumpul kecamatan, tetapi juga melibatkan pedagang pengumpul desa. Pedagang pengumpul desa berdomisili di desa sampel dan membeli sukun langsung dari petani desanya. Saluran pemasaran sukun yang melibatkan pedagang pengumpul desa sebagai lembaga pemasaran terangkai dalam saluran pemasran II. Pedagang pengumpul desa pada saluran pemasaran II berperan dalam penyediaan sukun di kota kota sekitar Kabupaten Bone. Rata-rata biaya, keuntungan dan margin pemasran sukun pada saluran pemasaran II dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Rata-rata, Keuntungan dan Margin Pemasaran Sukun Pada Saluran Pemasaran II di Kabupaten Bone

No	Uraian	Nilai Rp/Kg	Persentase (%)
1	Petani		
	a. Harga di Tingkat Petani	6.000,00	75,00
	b. Biaya Pemasaran		
	1) Biaya panen	0,00	0,00
	2) Biaya pengangkutan	0,00	0,00
	Jumlah biaya	0,00	0,00
	c. Harga yang di terima petani	6.000,00	75,00
2	Pedagang Pengumpul Desa		
	a. Harga Beli	6.000,00	75,00
	b. Biaya Pemasaran		
	1) Biaya Sortasi	17,00	0,21
	2) Biaya Pengemasan	0,00	0,00
	3) Biaya pengangkutan	370,00	4,62
	Jumlah Biaya	387,00	4,83
	c. Keuntungan	546,33	6,83
	d. Margin Pemasaran	933,33	11,66
	e. Harga Jual	6.933,33	86,66
3	Pedagang Luar Kota		
	a. Harga Beli	6.933,33	86,66
	b. Biaya Pemasaran		
	1). Biaya Retribusi	5,00	0,06
	2). Biaya Pengangkutan	50,00	0,62
	Jumlah Biaya	55,00	0,68
	c. Keuntungan	1.011,67	12,64
	d. Margin Pemasaran	1.066,67	13,34
	e. Harga Jual	8.000,00	100,00
	Konsumen	8.000,00	100,00
4	a. Total Biaya Pemasaran	442,00	5,52
	b. Total Keuntungan	1.558,00	19,47
	c. Total Margin Pemasaran	2000,00	25,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 14 menunjukkan bahwa saluran pemasaran II pada pemasaran sukun pedagang yang terkait adalah pedagang pengumpul desa. Petani pada saluran ini tidak mengeluarkan biaya panen maupun pengangkutan. Harga yang di terimah petani sukun Rp 6000,00 per Kg.

Pada saluran pemasaran II pedagang pengumpul desa mengeluarkan biaya pemasaran yaitu berupa biaya sortasi, dengan biaya pengangkutan. Biaya paling tinggi adalah biaya pengangkutan, yaitu sebesar Rp 370 per Kg untuk setiap kualitas sukun. Pedagang pengumpul desa menjual sukun kepada pedagang luar kota seperti Makassar, Soppeng, Barru, Pare-Pare. Sehingga diperlukan biaya pengangkutan yang tinggi agar sukun dapat sampai ke tangan pedagang luar kota. Pedagang pengumpul desa tidak melakukan. Pedagang pengumpul desa tidak menanggung biaya pemasaran yang terjadi selama proses jual beli dengan pedagang luar kota di pasar berlangsung. Harga jual sukun di tingkat pedagang pengumpul desa untuk sukun Rp 6.933,33 per kg.

Pedagang luar kota pada saluran pemasaran I mengeluarkan biaya sebesar Rp 55 per. Keuntungan yang diperoleh pedagang luar kota Rp 1.011,67 per Kg. Total biaya pemasaran pada saluran pemasaran II Rp 442 per Kg dengan keuntungan pemasaran sebesar Rp 1.558 per Kg. Margin pemasaran pada saluran pemasaran II sebesar Rp 2.000 per Kg. Besarnya nilai margin ini disebabkan oleh besarnya biaya pemasaran yang harus dikeluarkan pedagang pengumpul desa. Rata-rata biaya, keuntungan, dan margin pemasaran sukun pada saluran pemasaran III di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Rata-rata Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Sukun Pada Saluran Pemasaran III di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone

No	Uraian	Nilai Rp/Kg	Persentase (%)
1	Petani		
	a. Harga di Tingkat Petani	6.000,00	75,00
	b. Biaya Pemasaran		
	1) Biaya panen	0,00	0,00
	2) Biaya pengangkutan	0,00	0,00
	Jumlah biaya	0,00	0,00
	c. Harga yang di terima petani	6.000,00	75,00
2	Pedagang Pengumpul Desa		
	a. Harga Beli	6.000,00	75,00
	b. Biaya Pemasaran		
	1) Biaya Sortasi	28,00	0,35
	2) Biaya Pengemasan	0,00	0,00
	3) Biaya pengangkutan	280,00	3,05
	Jumlah Biaya	308,00	3,85
	c. Keuntungan	342,00	4,27
	d. Margin Pemasaran	650,00	8,12
	e. Harga Jual	6.650,00	83,12
3	Pedagang Pengecer		
	a. Harga beli	6.650,00	83,12
	b. Biaya Pemasaran		
	1) Biaya Retribusi	8,35	0,10
	2) Biaya Pengemasan	0,00	0,00
	3) Biaya Pengangkutan	166,66	2,08
	Jumlah Biaya	175,01	2,18
	c. Keuntungan	1.174,09	14,68
	d. Margin Pemasaran	1.350,00	16,86
	e. Harga Jual	8.000,00	100,00
4	Konsumen		
	a. Harga Beli	8.000,00	100,00
	a. Total Biaya Pemasaran	483,01	6,03
	b. Total Keuntungan	1.516,09	18,96
	c. Total Margin Pemasaran	2.000,00	25,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Pada Tabel 15 dapat di ketahui bahwa pedagang yang terlibat dalam saluran pemasaran III yaitu pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer. Selanjutnya dari pedagang pengecer, Sukun di paksakan kepada konsumen. Pada saluran pemasaran III, pemasaran sukun di tujukan untuk memenuhi kebutuhan



sukun di Kabupaten Bone. Sama seperti pada saluran pemasaran I dan II, petani pada saluran pemasaran III juga mengeluarkan biaya pemasaran yang berupa biaya sortasi dan biaya pengangkutan. Petani pada saluran pemasaran III tidak mengeluarkan biaya. Harga yang diterima petani sukun Rp 6000,00 per Kg.

Harga jual sukun di tingkat pedagang pengumpul desa sebesar Rp 6.400,00 Kg dengan biaya pemasaran yang terdiri dari biaya sortasi dan biaya pengangkutan. Sedangkan di tingkat pedagang pengecer, biaya pemasaran yang terdiri dari biaya retribusi dan biaya pengangkutan. Biaya retribusi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk membayar keamanan dan kebersihan pajak di pasar, pemungutannya dilakukan setiap hari. Harga jual sukun pada saluran pemasaran III di tingkat pedagang pengecer sebesar Rp 8.000,00 per Kg. Selisih harga jual di tingkat petani dan harga beli di tingkat Konsumen yang cukup besar dipengaruhi oleh pola saluran pemasaran dan lembaga pemasaran yang terlibat. Terdapat dua pedagang yang terlibat sebelum sukun sampai ketangan konsumen, di mana masing-masing pedagang tersebut mengambil keuntungan sehingga harga yang diterima oleh konsumen cukup tinggi.

Pada saluran pemasaran III total biaya pemasaran sukun diperoleh dari penjumlahan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani, pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer. Total biaya pemasaran pada saluran pemasaran III Rp 483,01 per Kg. Besarnya margin pemasaran pada saluran pemasaran III sebesar Rp 2.000 per Kg. Besarnya biaya pemasaran yang harus ditanggung oleh pedagang pengecer memberi kontribusi yang besar terhadap besarnya nilai margin pemasaran sukun pada saluran pemasaran III.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa masing-masing lembaga pemasaran mengeluarkan biaya pemasaran yang berbeda. Dalam hal ini, lembaga pemasaran melakukan fungsi penjualan dan pembelian sehingga perlu mengeluarkan biaya sebagai akibat dari penjualan dan pembelian tersebut. Sedangkan keuntungan pemasaran yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Keuntungan pemasaran di tingkat pedagang pengumpul kecamatan lebih besar dibandingkan dengan pedagang pengumpul desa. Hal ini sebanding dengan besarnya biaya yang telah dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Sama halnya dengan margin pemasaran, margin pemasaran dipengaruhi oleh biaya dan keuntungan pemasaran.

Pedagang pengumpul kecamatan merupakan lembaga pemasaran yang mengeluarkan biaya dan memperoleh keuntungan yang lebih besar daripada lembaga pemasaran sukun lainnya, maka besarnya margin pemasaran di tingkat pedagang pengumpul kecamatan lebih besar dibandingkan pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer.

### **5.3.2 Margin Pemasaran Sukun**

Sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran sukun secara ekonomis adalah dengan melihat margin dan bagian yang diterima petani pada setiap saluran pemasaran yang ada, dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Persentase Margin Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru dari Hasil Perbandingan Antara Harga Sukun di Tingkat Akhir Konsumen Dengan Total Margin Pemasaran.

No	Saluran Pemasaran	Harga di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Total MarginPemasran (Rp/Kg)	Persentase Margin Pemasaran (%)
1	Saluran I	9.500,00	3.000,00	31,58
2	Saluran II	8.000,00	2.000,00	25,00
3	Saluran III	8.000,00	2.000,00	25,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Saluran pemasaran I memiliki margin pemasaran Rp 3.000 per Kg lebih tinggi di bandingkan saluran pemasaran II dan III pada Sukun sebesar Rp 2.000 per kg. Hal ini disebabkan karena pada saluran pemasaran I biaya yang dikeluarkan rendah dan keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran lebih tinggi. Berdasarkan persentase margin pemasarannya, saluran pemasaran II dan III memiliki persentase sama besar yaitu 25,00 %. Saluran pemasaran I pada pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone merupakan saluran pemasaran paling banyak digunakan oleh petani responden yaitu sebanyak 11 responden.

#### 5.4 Efisiensi Ekonomis Pemasaran Sukun

Efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang di nilai dari segi besarnya sumber / biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang di jalankan. Ada 2 faktor yang sangat menentukan efisien tidaknya sebuah saluran pemasaran, yakni keuntungan pemasaran dan harga jual/eceran. Efisiensi pemasaran terjadi apabila biaya pemasaran dapat di tekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi. Adapun efisiensi pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone. Dapat di lihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Efisiensi Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone.

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
I	249,33	9.500,00	2,62
II	442,00	8.000,00	5,52
III	483,00	8.000,00	6,04

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Dari Tabel 17, dapat di lihat bahwa saluran pemasaran sukun yang paling efisien yaitu saluran pemasaran I sebesar 2,62 %, sedangkan saluran pemasaran yang paling tidak efisien adalah saluran pemasaran III sebesar 6,04 %, Hal ini terjadi karena biaya pemasaran pada saluran pemasaran I lebih kecil. Sebaliknya tidak efisiennya saluran pemasaran III disebabkan karena biaya pemasaran yang lebih tinggi dan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran ini.

## **VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone di Kabupaten dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Margin pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone pada saluran pemasaran I memiliki margin pemasaran sebesar Rp 3.000 per Kg tertinggi di antara saluran pemasaran sukun yang ada. sedangkan saluran pemasaran II dan III memiliki margin pemasaran yang sama yaitu sebesar Rp 2.000 per Kg.

2. Efisiensi pemasaran sukun di Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone di antaranya saluran pemasaran sukun yang paling efisien yaitu saluran pemasaran I sebesar 2,62 %, Hal ini terjadi karena biaya pemasaran pada saluran pemasaran I lebih kecil di bandingkan saluran pemasaran II dan III sedangkan saluran pemasaran yang paling tidak efisien adalah saluran pemasaran III sebesar 6,04 %, karena biaya pemasaran yang lebih tinggi.

### **6.2 Saran**

Masalah yang muncul pada saat penelitian adalah petani cenderung menjual sukunnya kepada pengepul tanpa melakukan proses *grading*. Berdasarkan permasalahan inilah maka dapat disarankan :

1. Perlu adanya upaya perbaikan kualitas Sukun agar Sukun yang dihasilkan dapat diserap oleh pasar modern. Sehingga petani dapat memiliki alternatif lain kepada siapa Sukun yang dihasilkannya akan dijual.
2. Untuk meningkatkan pendapatan, diharapkan petani melakukan penjualan produksinya dalam bentuk *grading* sehingga penerimaan ditingkat petani lebih tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2015. *Laporan Akhir Tahun Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Bone*. Bone.
- Biro Pusat Statistik (BPS) Kab.Bone, 2013. Bone dalam Angka 2012. BPS Kabupaten Bone.
- Budiarto, 2008. *Perberdayaan Industri Kecil yang Berbasis Agroindustri Perdesaan*. Jurnal SEPA Vol 5 No 1 September 2008. ISSN:1829-9946.
- Dahuri. 2007. *Aneka Produk Olahan Sukun*. Swadaya. Jakarta.
- Downey, W.D dan S.P Erickson, 1989. *Manajemen Agribisnis*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Firdaus Muhammad. 2009. *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara : Jakarta
- Hanafiah, dan Saefuddin. 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- [http:// zaythecillas.blogspot.com](http://zaythecillas.blogspot.com)
- Kolter dan Gary Amstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Ed ke-9 PT Elex Kompotindo Gramedia. Jakarta
- Limbong,W,H, danSitorus, P, 1987.Pengantar TataniagaPertanian. JurusanIlmu-ilmuSosialEkonomiPertanian.IPB.Bogor.183 h.
- Limbong, W.H & Panggabean Sitorus. 2005. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Ed pertama. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor
- Majid, 2001. *Pengertian, Konsep, Definisi Pemasaran*. Diakses Pada tanggal 18 April 2002.
- Mubyarto, 20001.*Pengantar Ekonomi Pertanian*. Edisis Ketiga. LP3ES,Jakarta.
- Mursid. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Aksara Bekerja Sama Antar Universitas Studi Ekonomi UI, Jakarta.
- Nurbayti Arlina Lubis. 2004. *Peranan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Produk Dan Jasa*. Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara
- Santoso, I, 2011.*Pengantar Agroindustri*. UB Press. Malang.

- Soekartawi, 1987. *Seuntai Usahatani* Indonesia. Rajawali. Jakarta. 1988.  
Prinsip dasar Komunikasi Pertanian. Universitas Indonesia. Press. Jakarta. 113 h.
- Soekartawi, 2003. *Teori Ekonomi Produksi*. Rajawali Press. Jakarta.
- Soekartawi, 2001. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Suherty, L., A.W. Muhaimin dan Z. Fanan. 2003. *Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk*. Jurnal Ilmiah Wacana. 6 (1) : 8 – 20.
- Syukur. 1999. *Industri Gula merah dan Pemanis Lainnya. Di dalam Ekonomi Gula Indonesia*. Bibliografi. IPB. Bogor
- Swastha dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta
- Widowati, 2003, *Pengelolaan Tanaman Sukun*. Departemen Pertanian.



# PETA WILAYAH KEC. LAMURU

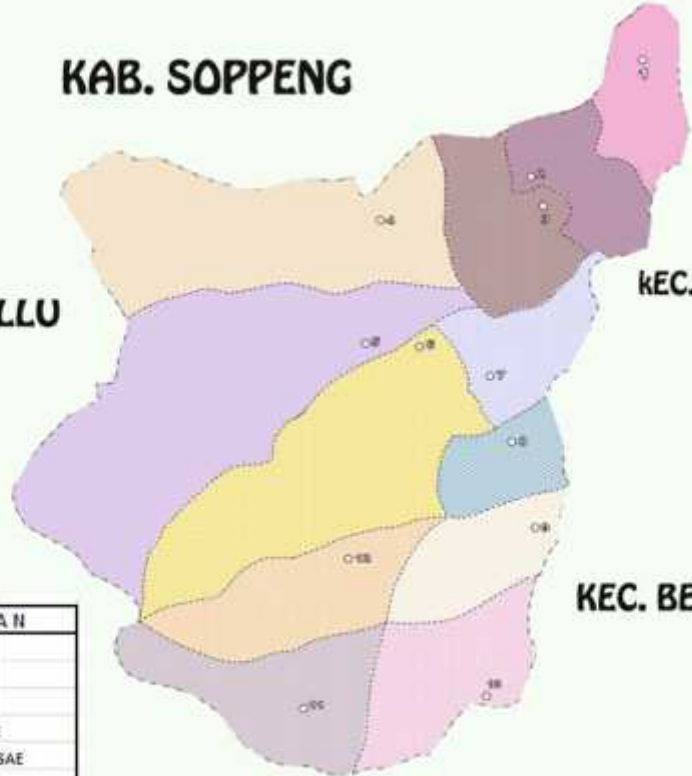
KAB. SOPPENG

KEC. TELLU  
LIMPOE

KEC. ULAWENG

KEC. BENGU

KEC. LAPPARIAJA



KETERANGAN	
1	BARUGAE
2	SEBERANG
3	PADAELO
4	TURUCINAE
5	MAMMINASAE
6	MATAMPA BULU
7	SENGNGENG PALIE
8	LALEBATA
9	POLEONRO
10	MATAMPAWALIE
11	MA SENRENG PULU
12	BARAKKAE
---	BATAS KABUPATEN
---	BATAS KECAMATAN
---	BATAS DESA
○	IBU KOTA DESA

Lampiran 3. Karakteristik Responden Petani Sukun Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone

No	Nama Petani Sampel	Umur (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Tanggungungan Keluarga	Pohon Sukun	Status Pekerjaan	Produksi (Kwintal/Musim)
1	Sah Risal	50	SD	2	21	Sampingan	22
2	Hamzah	33	SMA	3	7	Sampingan	5
3	Sire	38	SMP	2	6	sampingan	7
4	Masse	49	SD	4	14	Sampingan	13
5	Juma	40	SMP	3	11	Sampingan	12
6	Azis	37	SD	2	7	Sampingan	5
7	Hatta	52	SMP	5	22	Sampingan	20
8	Anas	34	SMA	2	8	Sampingan	8
9	Musallam	42	SMA	4	16	Sampingan	17
10	Bire	45	SD	3	9	Sampingan	8
11	Aci	35	SMA	5	6	Sampingan	5
12	Ancu	43	SMP	2	10	Sampingan	11
13	Muttar	39	SMP	3	17	Sampingan	18
14	H. Bure	51	SD	3	23	Sampingan	22
15	Cakka	42	SD	2	18	Sampingan	15
16	Hamma	47	SD	4	15	Sampingan	14
17	Hadade	41	SMP	2	13	Sampingan	11
18	H. Passene	48	SD	6	12	Samoingan	11
19	Mire	37	SMP	2	9	Sampingan	8
20	Tenni	41	SMA	5	13	Sampingan	12
	Jumlah	843		64	257		244
	Rerata	42,15		3,2	12,85		12,2

Lampiran 4. Identitas Pedagang Pengumpul Kecamatan

No	Nama Pedagang Pengumpul Kecamatan	Umur (Tahun)	Pendidikan Trakhir	Tanggunggan Keluarga	Pengalaman Berdagang (Tahun)
1	Asri	37	SMA	5	10
2	Supriadi	42	SD	3	12
3	Selli	45	SMP	2	17
4	Ari	40	SMP	3	8
5	Adi	43	SMA	4	14
	Jumlah	207		17	61
	Rerata	41,4		3,4	12,2

Lampiran 5. Identitas Pedagang Pengumpul Desa

No	Nama Pedagang Pengumpul Desa	Umur (Tahun)	Pendidikan Trakhir	Tanggunggan Keluarga	Pengalaman Berdagang (Tahun)
1	Sule	36	SMA	2	6
2	Bare	41	SD	3	21
3	Anto	38	SD	2	9
	Jumlah	115		7	36
	Rerata	38,33		2,33	12

Lampiran 6. Identitas Pedagang Pengecer

No	Nama Pedagang Pengecer	Umur (Tahun)	Pendidikan Trakhir	Tanggunggan Keluarga	Pengalaman Berdagang (Tahun)
1	Senna	47	SD	3	16
2	Inna	42	SD	2	13
	Jumlah	89		5	29
	Rerata	44,5		2,5	14,5

Lampiran 7. Penghitungan Biaya Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran Pedagang Pengumpul kecamatan.

a. Biaya dan Keuntungan Total

Respon	Volume penjualan/pembelian (Kg)	Harga Jual (Rp)	Harga Beli (Rp)	Penjualan (Rp)	Harga Pokok Penjualan (Rp)	Keuntungan Kotor (Rp)	Biaya Transportasi (Rp)	Biaya Sortasi (Rp)	Keuntungan Pemasaran (Rp)
1	3.000	7.700	6.500	23.100.000	19.000.000	4.100.000	600.000	50.000	3.450.000
2	2.700	7.000	6.500	18.900.000	17.550.000	1.350.000	400.000	50.000	900.000
3	2.000	7.700	6.500	15.400.000	13.000.000	2.400.000	500.000	50.000	1.850.000
4	3.000	7.500	6.500	22.500.000	19.500.000	3.000.000	550.000	50.000	2.400.000
5	2.500	7.500	6.500	18.750.000	16.250.000	2.500.000	400.000	50.000	2.050.000

b. Biaya dan Keuntungan per Kg

Responden	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Sortasi (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
1	6.500,00	7.700,00	200,00	16,67	1.200,00	1.150,00	216,67
2	6.500,00	7.000,00	148,15	18,52	500,00	333,33	166,67
3	6.500,00	7.700,00	250,00	25,00	1.200,00	925,00	275,00
4	6.500,00	7.500,00	183,33	16,67	1.000,00	800,00	200,00
5	6.500,00	7.500,00	160,00	20,00	1.000,00	820,00	180,00
Jumlah	32.500,00	37.400,00	941,48	96,86	4.900,00	4.028,33	1.038,34
Rerata	6.500,00	7.480,00	188,30	19,37	980,00	805,66	207,67

Lampiran 8. Penghitungan Biaya Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran Pedagang Pengumpul Desa

a. Biaya dan Keuntungan Total

Respon	Volume penjualan/pembelian (Kg)	Harga Jual (Rp)	Harga Beli (Rp)	Penjualan (Rp)	Harga Pokok Penjualan (Rp)	Keuntungan Kotor (Rp)	Biaya Transportasi (Rp)	Biaya Sortasi (Rp)	Keuntungan Pemasaran (Rp)
1	2.500	7.000	6.000	17.500.000	15.000.000	2.500.000	400.000	40.000	2.060.000
2	2.000	6.800	6.000	13.600.000	12.000.000	1.600.000	350.000	35.000	1.215.000
3	2.000	7.000	6.000	14.000.000	12.000.000	2.000.000	350.000	35.000	1.615.000

b. Biaya dan Keuntungan Total per Kg

Responden	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Sortasi (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
1	6.000,00	7000,00	160,00	16,00	1000,00	824,00	176,00
2	6.000,00	6.800,00	175,00	17,05	800,00	607,05	192,05
3	6.000,00	7.000,00	175,00	17,05	1000,00	807,05	192,05
Jumlah	18.000,00	20.800,00	1.110,00	51,00	2.800,00	2.239,00	561,00
Rerata	6000,00	6.933,33	370,00	17,00	933,33	746,33	187,00

Lampiran 9. Penghitungan Biaya Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran Pedagang Pengecer

a. Biaya dan Keuntungan Total

Respon	Volume	Harga Jual	Harga	Penjualan	Harga Pokok	Keuntungan	Biaya	Biaya	Keuntungan
nden	penjualan/pe	(Rp)	Beli (Rp)	(Rp)	Penjualan	Kotor (Rp)	Transportasi	Retribusi	Pemasaran
	mbelian (Kg)				(Rp)		(Rp)	(Rp)	(Rp)
1	1.500	8000	6.800	12.000.000	10.200.000	1.800.000	200.000	10.000	1.590.000
2	1.000	8000	6.500	8.000.000	6.500.000	1.500.000	200.000	10.000	1.290.000

b. Biaya dan Keuntungan Per Kg

Responden	Harga Beli	Harga Jual	Biaya	Biaya	Margin	Keuntungan	Biaya Pemasaran
	(Rp/Kg)	(Rp/Kg)	Transportasi	Retribusi	(Rp/Kg)	Pemasaran	(Rp/Kg)
			(Rp/Kg)	(Rp/Kg)		(Rp/Kg)	
1	6.800,00	8.000,00	133,33	6,67	1.200,00	1.060,00	140,00
2	6.500,00	8.000,00	200,00	10,00	1.500,00	1.290,00	210,00
Jumlah	13.300,00	16.000,00	333,33	16,67	2.700,00	2.350,00	350,00
Rerata	6.650,00	8.000,00	166,66	8,35	1.350,00	1.175,00	175,00

Lampiran 10. Dokumentasi Bersama Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer.



Gambar. Wawancara Petani Sukun Bersama Bapak Sah Rizal di Kecamatan Lamuru



Gambar. Wawancara Pedagang Pengumpul Bapak Supriadi di Kecamatan Lamuru



Gambar. Wawancara Pedagang Pengecer Bersama Ibu Senna di Pasar Terong Kota Makassar



Gambar. Pohon Suukun di Kecamatan Lamuru



## **BIOGRAFI PENULIS**



Edil Saputra, lahir di Matango pada tanggal 06 Februari 1996 dari pasangan suami istri Bapak Musallam dan Ibu Bungatan. Peneliti adalah anak Pertama dari tiga bersaudara. Peneliti sekarang bertempat di Makassar tinggal di Jalan kacon deng lalang. Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SD 149 Tungke lulus tahun 2008, SMP Negeri 1 lappariaja lulus tahun 2011, SMA Negeri 1 Lappariaja lulus tahun 2014, dan mulai tahun 2014 mengikuti Program S1 Agribisnis Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Agribisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS PERTANIAN**

Jl. Sultan Alauddin Makassar No. 259 Makassar, Telp (0411) 866772, 881593, Fax 0411 865 588

Nomor : ...587...../FP/C.2-II/IV/39/2018  
Lamp : 1 (Satu) Proposal Penelitian  
Hal : Pengantar Penelitian

Kepada Yth:  
**Ketua LP3M UNISMUH Makassar**  
Di-  
Makassar

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubungan rencana pelaksanaan Penelitian mahasiswa Fakultas Pertanian UNISMUH Makassar, maka kami mohon Bapak untuk memberikan surat Pengantar Izin Penelitian Kepada mahasiswa dibawah ini,

Nama : Edil Saputra  
Stambuk : 105960166414  
Jurusan : Agribisnis  
Waktu Pelaksanaan : April – mei 2018  
Judul : Analisis margin dan efisiensi pemasaran sukun di kecamatan lamuru kabupaten bone

Atas perhatian dan kerjasamanya kami haturkan jazakumullah khairan katsira.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 11 April 2018 M  
24 Rajab 1439 H



H. Perhanuddin, S.Pi., M.P.  
NBM : 853 947



# UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 E-mail :lp3mu@umh@plasa.com



nomor : 290/Izn-5/C.4-VIII/IV/37/2018  
jumlah : 1 (satu) Rangkap Proposal  
jenis : Permohonan Izin Penelitian

25 Rajab 1439 H  
11 April 2018 M

Kepada Yth,  
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel  
Cq. Kepala UPT P2T BKPMD Prov. Sul-Sel  
di -  
Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 587/FP/C.2-II/IV/39/2018 tanggal 11 April 2018, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : EDIL SAPUTRA  
No. Stambuk : 10596 0166414  
Fakultas : Fakultas Pertanian  
Jurusan : Agribisnis  
Pekerjaan : Mahasiswa

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

**"Analisis margin dan efisiensi pemasaran sukun di kecamatan lamuru Kabupaten Bone"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 14 April 2018 s/d 14 Juni 2018.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.  
Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,  
  
**Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.**  
NBM 101 7716



1 2 0 1 8 1 9 1 4 2 4 5 2

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

Nomor : 4354/S.01/PTSP/2018  
Lampiran :  
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada Yth.  
Bupati Bone

di-  
**Tempat**

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 290/izn-05/C.4-VIII/IV/37/2018 tanggal 11 April 2018 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **EDIL SAPUTRA**  
Nomor Pokok : 105960166414  
Program Studi : Agribisnis  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)  
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

**" ANALISIS MARGIN DAN EFISIENSI PEMASARAN SUKUN DI KECAMATAN LAMURU KABUPATEN BONE "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **16 April s/d 16 Mei 2018**

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

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditertbitkan di Makassar  
Pada tanggal : 13 April 2018

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



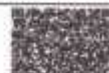
**A. M. YAMIN, SE., MS.**  
Pangkat : Pembina Utama Madya  
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;  
2. Peninggal

MAP PTSP 16-04-2018



Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077. Fax. (0411) 448936  
Website : <http://p2tbkpmdd.sulselprov.go.id> Email : [p2t\\_provulseli@yahoo.com](mailto:p2t_provulseli@yahoo.com)  
Makassar 90222





**PEMERINTAH KABUPATEN BONE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 3 WatamponeTelp. (0481) 25056

**IZIN PENELITIAN**

Nomor: 070/12.528/IV/IP/DPMPTSP/2018

**DASAR HUKUM :**

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Teknologi;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;

Dengan ini memberikan Izin Penelitian Kepada :

**N a m a** : **EDIL SAPUTRA**  
**NIP/Nim/Nomor Pokok** : 105960166414  
**Jenis Kelamin** : Laki-Laki  
**Alamat** : Dusun Matango Desa Tungke Kec. Bengo  
**Pekerjaan** : Mahasiswa UNISMUH Makassar

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka Penulisan Skripsi dengan Judul :

**" ANALISIS MARGIN DAN EFISIENSI PEMASARAN SUKUN DI KECAMATAN LAMURU  
KABUPATEN BONE"**

Lamanya Penelitian : 20 April 2018 s/d 20 Mei 2018

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Camat Lamuru Kabupaten Bone.
2. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 ( satu ) exemplar Foto Copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bone.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Watampone, 20 April 2018

**KEPALA,**

**Drs. MUHAMMAD AKBAR, MM**

Pangkat : Pembina Utama Muda

Nip : 19660717 198603 1 009

Tembusan Kepada Yth.:

1. Bupati Bone di Watampone
2. Ketua DPRD Kab. Bone di Watampone
3. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kab. Bone di Watampone
4. Camat Lamuru Kab. Bone di Lalebata
5. Arsip.