

**EFISIENSI PEMASARAN BIBIT KAKAO DI DESA CENDANA
KECAMATAN BURAU KABUPATEN LUWU TIMUR**

**EVA ZULHIJAH
105960201015**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019**

**EFISIENSI PEMASARAN BIBIT KAKAO DI DESA CENDANA
KECAMATAN BURAU KABUPATEN LUWU TIMUR**

**EVA ZULHIJAH
105960201015**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana
Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur

Nama : Eva Zulhijah

Stambuk : 105960201015

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

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

Khaeriyah Darwis, S.P., M.Si
NIDN. 0918018701

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Prodi Agribisnis

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

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

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana
Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur

Disusun oleh : Eva Zulhijjah

NIM : 105960201015

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



Tanggal Lulus : 5 Agustus 2019

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao Di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Makassar, 5 Agustus 2019

Eva Zulhijjah
105960201015



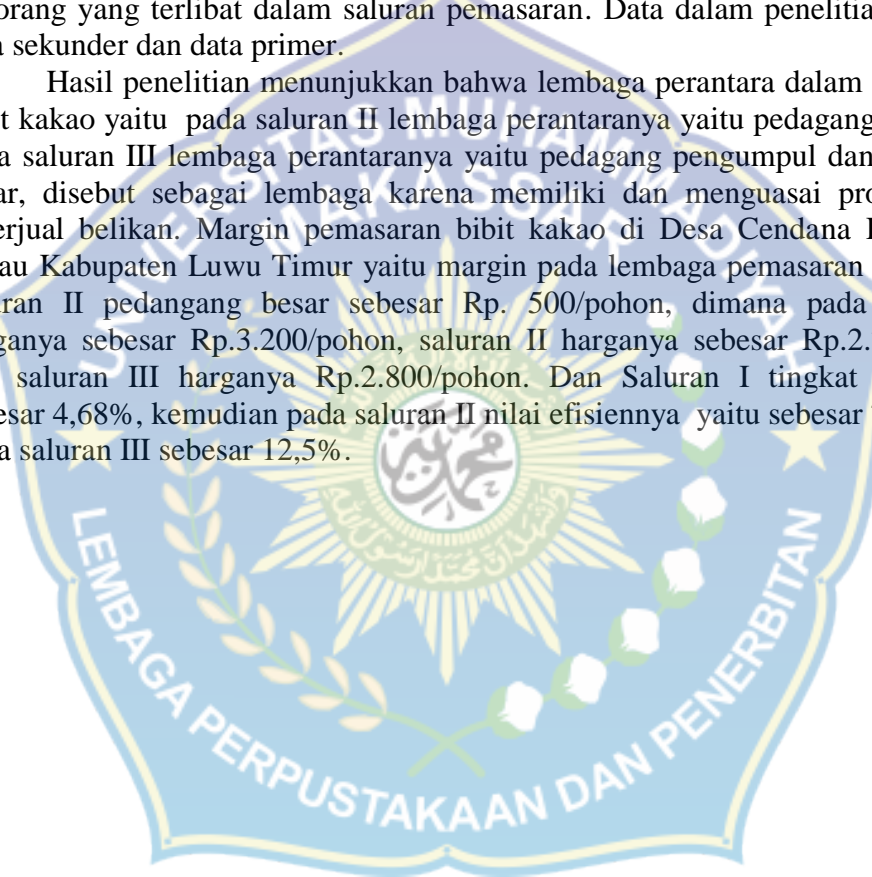
ABSTRAK

EVA ZULHIJAH.105960201015. Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao Di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur. Dibimbing oleh MUH. ARIFIN FATTAH dan KHAERIYAH DARWIS.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao Di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.

Sumber data yang digunakan merupakan data yang diperoleh *Snowball Sampling* yakni dengan menelusuri keseluruhan populasi dijadikan sampel yakni 30 orang yang terlibat dalam saluran pemasaran. Data dalam penelitian ini ialah data sekunder dan data primer.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga perantara dalam pemasaran bibit kakao yaitu pada saluran II lembaga perantaranya yaitu pedagang besar dan pada saluran III lembaga perantaranya yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar, disebut sebagai lembaga karena memiliki dan menguasai produk yang diperjual belikan. Margin pemasaran bibit kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur yaitu margin pada lembaga pemasaran yaitu pada saluran II pedagang besar sebesar Rp. 500/pohon, dimana pada saluran I harganya sebesar Rp.3.200/pohon, saluran II harganya sebesar Rp.2.700/pohon dan saluran III harganya Rp.2.800/pohon. Dan Saluran I tingkat efisiennya sebesar 4,68%, kemudian pada saluran II nilai efisiennya yaitu sebesar 7,40% dan pada saluran III sebesar 12,5%.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadidar Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao Di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur”.

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

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yag terhormat:

1. Dr. Ir. Muh. Arifin Fattah, M.Si. selaku pembimbing 1 dan Khaeriyah Darwis, S.P., M.Si. selaku pembimbing 2 yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak H. Burhanuddin, S.Pi., M.P. selaku dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P. selaku ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Nadir, S.P., M.Si selaku sekertaris Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

5. Kedua orang tua ayahanda tercinta H. Muh. Amir Dg. Manrapi dan ibunda tersayang Hj. Junaeda, kakak-kakakku tercinta Eka Fatmala Sari dan Muh. Syakir Tahir, adikku Arrafif Asfa Syakir, dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
7. Kepada seluruh teman-teman seangkatan di Beringin Kelas D, Metamorfosis Angkatan 2015, yang senantiasa memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
8. Kepada pihak pemerintah Kabupaten Luwu Timur khususnya Kepala Desa Cendana beserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Desa tersebut.
9. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat sebut satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, sehingga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Semoga Kristal-kristal Allah senantiasa tercurah kepadanya. Aamiin.

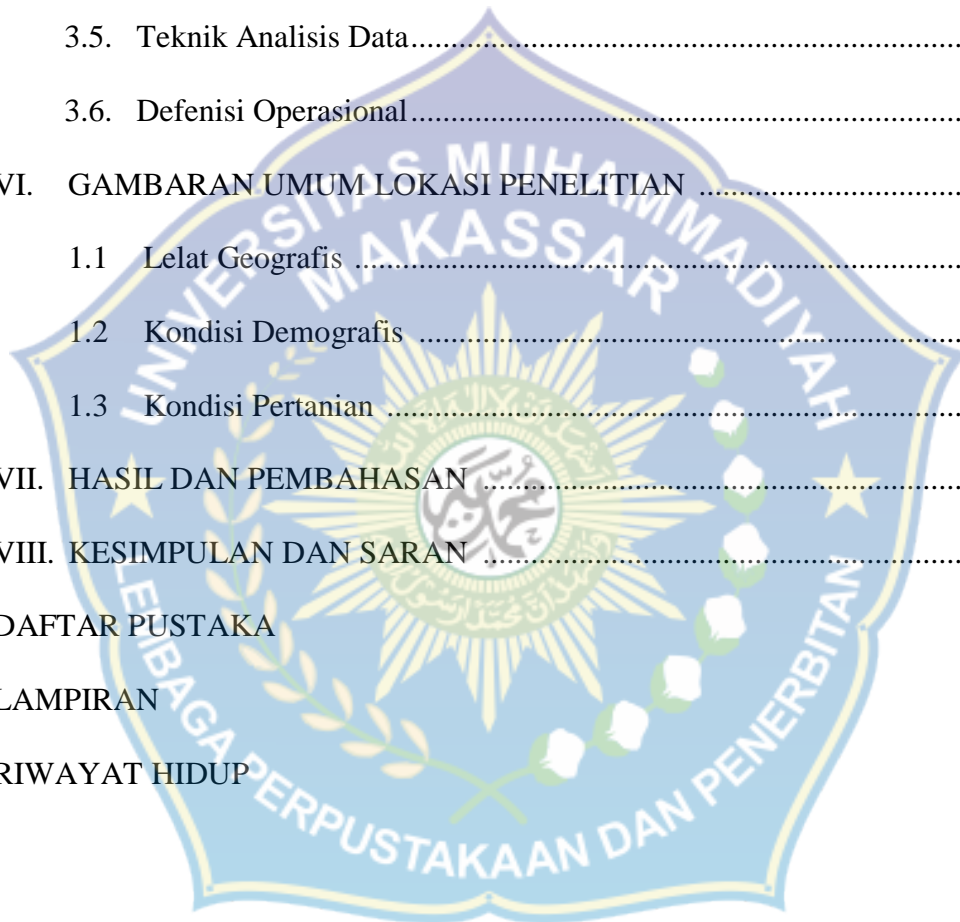
Makassar, 5 Agustus 2019

Eva Zulhijah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Bibit Kakao	5
2.2. Pemasaran	5
2.3. Bentuk Saluran Pemasaran.....	7
2.4. Lembaga Perantara.....	10
2.5. Margin dan Efisiensi Pemasaran.....	14
2.6. Kerangka Pemikiran.....	16

III. METODE PENELITIAN.....	18
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	18
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	18
3.3. Jenis dan Sumber Data	19
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5. Teknik Analisis Data.....	21
3.6. Defenisi Operasional.....	22
VI. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	23
1.1 Lelat Geografis	23
1.2 Kondisi Demografis	24
1.3 Kondisi Pertanian	28
VII. HASIL DAN PEMBAHASAN	29
VIII. KESIMPULAN DAN SARAN	45
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Cendana Kecamatan Bauru Kabupaten Luwu Timur.....	24
2.	Keadaan Penduduk Berdasarkan Usia di Desa Cendana Kecamatan Bauru Kabupaten Luwu Timur	25
3.	Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Desa Cendana Kecamatan Bauru Kabupaten Luwu Timur	26
4.	Keadaan Penduduk Berdasarkan Pendidikan di Desa Cendana Kecamatan Bauru Kabupaten Luwu Timur	27
5.	Umur Responden Petani Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Bauru Kabupaten Luwu Timur, 2019	30
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga Desa Cendana Kecamatan Bauru Kabupaten Luwu Timur, 2019	31
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Desa Cendana Kecamatan Bauru Kabupaten Luwu Timur, 2019	32
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha Tani Desa Cendana Kecamatan Bauru Kabupaten Luwu Timur, 2019	33
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan Petani Desa Cendana Kecamatan Bauru Kabupaten Luwu Timur, 2019	34
10.	Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Bauru Kabupaten Luwu Timur, 2019	41
11.	Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Bauru Kabupaten Luwu Timur, 2019	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur	17
2.	Saluran Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendan Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur	37



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Identitas Responden Petani Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019	53
2.	Identitas Responden Pedagang Pengumpul Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019	54
3.	Identitas Responden Pedagang Besar Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019	54
4.	Biaya Pemasaran Untuk Saluran I, 2019	55
5.	Biaya Pemasaran Untuk Saluran II, 2019	55
6.	Biaya Pemasaran Untuk Saluran III, 2019	55
7.	Pilihan Saluran Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019	56
8.	Lampiran Gambar.....	57



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan pertanian di Kabupaten Luwu Timur pada dewasa saat ini cukup membanggakan. Khususnya dibidang perkebunan bibit kakao, dimana bibit kakao merupakan komoditi andalan yang banyak diusahakan petani di Kabupaten Luwu Timur terutama di Desa Cendana Kecamatan Burau. Dinas Pertanian Luwu Timur akan membagikan 1.130.160 bibit tanaman kakao untuk petani sebagai apresiasinya untuk mengembangkan pemasaran pembibitan kakao, bibit tersebut untuk 1.385 Ha kebun kakao untuk petani yang tergabung dalam 55 kelompok tani dari 33 desa di sembilan kecamatan, pemerintah Luwu Timur juga memberi dukungan dengan adanya pembibitan kakao dengan untuk menjadikan daerah ini menjadi penangkar bibit di Sulawesi Selatan dan dengan adanya bibit kakao ini pemerintah juga mengharapkan mampu menghasilkan bibit berkualitas, sekaligus dapat meningkatkan produksi dan pendapatan petani nantinya (Dinas Pertanian Luwu Timur 2017).

Usahatani bibit kakao di Kabupaten Luwu Timur tampaknya memiliki arti yang sangat penting, karena langsung berhubungan dengan upaya peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Usahatani bibit kakao memiliki peluang yang sangat bagus dalam membantu menciptakan lapangan kerja dan sebagai sumber pendapatan. Berdasarkan fenomena diatas, maka penelitian mempunyai inisiatif untuk melakukan penelitian mengenai pendapatan dan efisiensi pemasaran bibit kakao.

Bibit kakao yang dibudidayakan di Kecamatan Burau yaitu jenis Bibit Hibrida. Lokasi di Kecamatan Burau yang memang dianggap sesuai dengan budidaya bibit kakao yaitu di Desa Cendana lokasi yang sangat strategis karena permukiman di Desa tersebut tidak terlalu panas karena berada di area pegunungan, kondisi iklim, kemampuan petani dan lokasi penanaman yang saling mendukung, akan menghasilkan bibit yang berkualitas dengan tingkat produktivitas yang cukup tinggi, dan ditambah lagi bibit yang dihasilkan petani di daerah ini telah dikenal dan diakui kualitasnya. Oleh karena itu, selama beberapa tahun terakhir ini, pemerintah daerah telah berupaya dan berusaha untuk meningkatkan produksi bibit kakao (Dinas Pertanian Luwu Timur 2017).

Meskipun bibit kakao merupakan komoditas yang potensial untuk dikembangkan namun permasalahan sering muncul dalam pengembangan komoditas tersebut. Salah satunya masalah pendapatan, hasil produksi dan efisiensi pemasaran, di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur. Di tingkat pembudidaya bibit kakao dari segi pemasaran tidak memiliki saluran pemasaran yang panjang.

Efisiensi pemasaran merupakan pangkal pokok dari tujuan yang ingin dicapai dalam setiap sistem pemasaran hasil pertanian. Secara umum, suatu sistem pemasaran dikatakan efisiensi ketika mampu menyampaikan produk dari tingkat petani produsen ke tangan konsumen akhir. Dari uraian yang dikemukakan di atas, maka menarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka adapun Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana Lembaga Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur?
2. Bagaimana Margin Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur?
3. Bagaimana Tingkat Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Lembaga Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur?
2. Untuk mengetahui Margin Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur?
3. Untuk mengetahui Tingkat Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur?

Berdasarkan penelitian ini, kegunaan penelitian yaitu sebagaia berikut :

1. Penelitian ini diharapkan memberikan pertimbangan dalam sistem pemasaran kepada pemerintah untuk tujuan peningkatan Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao.
2. Memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ilmu pengetahuan bidang pemasaran hasil pertanian.
3. Penelitian ini dapat juga menjadi rujukan bagi para peminat bidang ilmu pengembangan pemasaran produk pertanian lainnya.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bibit Kakao

Pembibitan Kakao adalah suatu kegiatan untuk menghasilkan atau memproduksi bibit. Kegiatan yang dilakukan dalam pembibitan terdiri dari perencanaan pembibitan, pembangunan persemaian, penyiapan media bibit, perlakuan pendahuluan terhadap benih sebelum disemaikan, penyemaian benih, penyampihan bibit, pemeliharaan bibit, pengepakan dan pengangkutan bibit serta administrasi pembibitan (Willy, 2010).

Biji kakao yang dijadikan sebagai benih kakao dapat berasal dari bagian ujung, tengah dan pangkal buah. Masing-masing bagian biji tersebut besarnya berbeda-beda. Biji bagian tengah ukurannya lebih besar dari bagian yang lain. Oleh karena itu, pada penjelasan diatas perbanyak kakao dengan biji kakao untuk dikecambahkan hingga menjadi bibit.

2.2 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 butuhkan. 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).

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 akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba. Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan akan mengetahui adanya cara dan falsafah yang terlibat didalamnya.

Pemasaran dapat diartikan sebagai runtutan kegiatan atau jasa untuk memindahkan suatu produk dari titik produsen ke titik konsumen. Komponennya adalah: a) Kegiatan yang disebut jasa merupakan fungsi yang merubah produk berdasarkan bentuk, waktu, tempat atau kepemilikan; b) Produsen adalah asal produk dijual pertama yakni petani; c) Konsumen merupakan tujuan akhir dalam transaksi pasar (Anindita, 2003).

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pemasaran merupakan sebuah kegiatan yang dimulai jauh sebelum barang tersebut diproduksi. Keputusan dalam pemasaran harus dibuat untuk menentukan produk, harga, promosi, dan distribusinya namun tetap memperhatikan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian. Dengan begitu konsumen akan memiliki pandangan yang baik tentang perusahaan. Perusahaan mengharapkan agar proses pembelian terus terjadi secara berkesinambungan agar usahanya terus berjalan sesuai dengan harapan.

2.3 Bentuk Saluran Pemasaran

Menurut Amirullah (2002), bentuk saluran pemasaran dan distribusi ada dua yaitu :

a. Saluran pemasaran langsung

Saluran pemasaran langsung adalah suatu cara yang dilakukan perusahaan untuk menyalurkan barang kepada konsumen secara langsung tanpa melalui perantara. Dalam saluran distribusi ini pengusaha berusaha untuk menyalurkan produk yang dibeli oleh konsumen secara langsung ke tempat konsumen, dengan demikian maka diharapkan konsumen akan merasa puas karena konsumen tidak perlu lagi memikirkan masalah pengangkutan barang yang dibelinya itu ke rumah mereka. Disamping masalah transportasi barang konsumen juga akan mendapatkan keuntungan lain yaitu mereka dapat mengecek keutuhan barang tersebut sesampainya dirumah. Bahkan lebih dari itu biasanya konsumen juga memperoleh fasilitas barang yang dikirimkan kerumah mereka.

Oleh karena itu, pengusaha harus mengetahui agar mereka dapat menanamkan pengaruhnya, guna memasarkan barangnya dikemudian hari. Disamping pertimbangan tersebut yang perlu diperhatikan oleh pengusaha adalah pasar industri ini pada umumnya merupakan pembelian dalam jumlah yang besar, sehingga memberikan hasil yang besar pula. Konsep ini juga ada terjadi pada pasar pemerintah, karena pasar pemerintah pada umumnya keputusan pembeliannya melibatkan banyak orang.

b. Saluran pemasaran tidak langsung

Saluran pemasaran tidak langsung adalah suatu proses produksi yang dilakukan perusahaan untuk menyalurkan barang produksinya secara tidak langsung, yaitu dengan cara menggunakan perantara dagang, misalnya dengan menggunakan bantuan pedagang atau pengecer untuk mengirimkan barang pada konsumen.

Dalam hal ini pengusaha bekerja sama dengan pihak lain untuk membantu menyalurkan barangnya kepada konsumen. Pihak luar tersebut merupakan penyalur atau pedagang perantara. Cara penyaluran tidak langsung ini pada umumnya dilakukan oleh pengusaha lain yang bergerak dalam perdagangan atau penyaluran suatu barang.

Hal ini disediakan karena barang-barang konsumsi menyangkut lokasi pasar yang sangat luas dan menyebar ke seluruh pasar. Untuk menyalurkan secara langsung bagi barang konvinen akan dibutuhkan biaya yang sangat mahal. Bagi barang perabot rumah tangga ataupun barang mewah pada umumnya di lakukan dengan penyaluran langsung, karena untuk jenis barang ini frekuensi pembeliannya agak jarang dan nilai atau barang serta jumlah pembelian juga cukup banyak, sehingga penyaluran langsung akan memakai biaya yang tidak terlalu mahal. Di samping itu dalam hal ini pengusaha juga perlu menjalin hubungan yang lebih akrab dengan konsumennya, agar konsumen menjadi konsumen yang loyal.

Yang mempengaruhi kemampuannya untuk melayani pelanggannya, antara lain: produsen, perantara pemasaran, pelanggan, pesaing, dan kelompok masyarakat (Kotler & Armstrong 2004).

a. Produsen

Produsen hasil-hasil pertanian adalah orang yang memproduksi hasil pertanian. Para petani yang berada di desa yang menjual hasil pertaniannya seperti gabah/beras, buah-buahan dan sayuran-sayuran merupakan seorang produsen. Tanpa produsen, tidak akan ada hasil pertanian yang dapat dibeli dan dikonsumsi oleh masyarakat/konsumen dan tentunya juga tidak akan ada kegiatan tataniaga dan produsen hasil-hasil pertanian, mereka juga adalah konsumen hasil-hasil industri seperti kain, pupuk, obat-obatan, dan lainnya. Petani produsen dalam proses penjualannya lebih banyak berhubungan dengan pedagang pengumpul (*local assemblers*).

b. Saluran pemasaran

Saluran pemasaran yaitu serangkaian organisasi yang paling saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran berisi sekumpulan perantara pemasaran yang melakukan berbagai fungsi dan menyanggah berbagai nama, antara lain pedagang, agen, dan fasilitator. Perantara pemasaran membantu perusahaan untuk mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan barang ke pembeli akhir.

Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi (Kotler, 2005).

c. Pelanggan

Perusahaan yang berfokus pada pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus alat pemasaran. Perusahaan harus mempelajari pasar pelanggannya dengan seksama, karena setiap tipe pasar mempunyai karakteristik sendiri-sendiri yang memerlukan penelitian cermat dari pihak penjual.

d. Pesaing

Promosi yang memiliki para pesaing, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi area keunggulan dan kelemahan kompetitif. Perusahaan yang berhasil adalah yang merancang dan mengoperasikan sistem untuk mengumpulkan keterangan-keterangan secara berkesinambungan tentang para pesaing mereka. Artinya perusahaan harus memberikan nilai dan kepuasan pelanggan yang lebih besar seimbang para pesaingnya.

2.4 Lembaga Perantara

Perantara adalah lembaga atau individu yang menjalankan kegiatan khusus di bidang distribusi. Pada umumnya alasan utama perusahaan menggunakan perantara adalah bahwa perantara dapat membantu meningkatkan efisiensi distribusi. Dengan adanya perantara, maka kontak penjualan yang terjadi antara produsen dengan pembeli lebih banyak dan sering terjadi. Hal ini berarti

memasukkan perantara kedalam saluran distribusi akan mengurangi jumlah pekerjaan yang harus dilakukan oleh produsen (Winardi, 2004).

Menurut Assuari (2002), semakin pendek rantai tataniaga dari suatu barang hasil pertanian maka akan mengakibatkan biaya tataniaga semakin rendah, margin tataniaga juga akan semakin rendah, dan harga yang harus dibayarkan konsumen juga semakin rendah serta harga yang diterima produsen akan semakin tinggi, sehingga saluran pemasaran tersebut akan semakin efisien.

Perantara itu sendiri di bagi menjadi dua:

a. Perantara Pedagang

Pada dasarnya, perantara pedagang (*merchant middleman*) ini menjadi tanggung jawab terhadap pemilikan semua barang yang dipasarkannya. Dalam hubungannya dengan pemindahan, kegiatan perantara pedagang ini berbeda dengan lembaga lain. Berbagai macam perantara agen, antara lain : perusahaan transpor, perusahaan pergudangan dan sebagainya adapun lembaga-lembaga yang termaksud dalam golongan perantara pedagang menurut (Swastha dan Irawan, 2007) adalah :

1. Pedagang besar

Pedangan besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain dan atau kepada pemakai industri, pemakai lembaga, dan pemakai yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir.

2. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi (non bisnis).

b. Perantara agen

Perantara agen ini dibedakan dengan perantara pedagang karena tidak mempunyai hak milik atas semua barang yang ditangani. Dengan demikian agen dapat didefinisikan, sebagai lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan (Swastha dan Irawan, 2007).

Keuntungan dalam menggunakan perantara adalah :

- a. Membantu mencari konsumen
- b. Membantu dalam kegiatan promosi
- c. Membantu penyediaan informasi
- d. Membantu dalam pengepakan dan pembungkusan. (Swastha dan Irawan, 2007)

Tetapi dalam penggunaan perantara juga terdapat beberapa kendala, yaitu :

- a. Terbatasnya jumlah tenaga pengiriman
- b. Terbatasnya jumlah barang
- c. Tebatasnya jumlah armada pengiriman

Penetapan saluran distribusi sangat penting bagi perusahaan sebab suatu saluran distribusi yang tepat akan dapat memperlancar arus barang dan jasa sampai ke konsumen akhir.

Menurut Armand (2002), lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Dalam melakukan fungsi pemasaran pada prinsipnya ada empat tipe fungsi pemasaran yaitu :

1. Fungsi pertukaran (*Exchange Function*) dalam pemasaran produk-produk pertanian meliputi kegiatan yang menyangkut pengalihan hak pemilikan dalam sistem pemasaran. Fungsi pertukaran ini terdiri dari fungsi penjualan dan pembeli.
2. Fungsi fisik (*Physycal Function*) meliputi kegiatan-kegiatan yang secara langsung diperlukan terhadap komoditi-komoditi pertanian, sehingga komoditi-komoditi pertanian tersebut mengalami tambahan guna tempat dan guna waktu.
3. Fungsi penyediaan fasilitas (*Fasilitating Functition*), pada hakekatnya adalah untuk melancarkan fungsi pertukaran dan fungsi fisik, yang meliputi standarisasi, penanggulangan resiko, informasi harga, dan penyediaan dana.
4. Fungsi penyimpanan, dalam masyarakat modern sangat kompleks sekali dan membutuhkan biaya yang besar sekali. Usaha untuk mengurangi biaya fungsi penyimpanan ini yang dapat dilakukan adalah 1) menyediakan struktur dan konstruksi tempat penyimpanan sesuai dengan karakteristik hasil pertanian,

- 2) penggunaan bahan kimia untuk mengurangi atau menghindari serangan hama penyakit selama penyimpanan, 3) perlu dilakukan pengendalian hasil sebelum dilakukan penyimpanan, 4) penetapan waktu panen yang sesuai, dan 5) menekan ongkos fasilitas fisik yang kurang penting.

Apabila fungsi-fungsi pemasaran diatas berjalan dengan lancar maka aliran produk pertanian dari produsen sampai kepada konsumen akhir mengalami kenaikan nilai guna komoditi-komoditi pertanian.

2.5 Margin dan Efisiensi Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan di tingkat pengecer (konsumsi) dengan harga yang diterima oleh produsen. Dengan kata lain, margin pemasaran merupakan perbedaan harga di tingkat konsumen (harga yang terjadi karena perpotongan kurva permintaan primer dengan kurva penawaran turunan) dengan harga di tingkat produsen (harga yang terjadi karena perpotongan kurva penawaran primer dengan permintaan turunan) (Hastuti dan Rahim, 2007).

Margin pemasaran yaitu selisih harga jual dengan harga beli dan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran. Margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Dalam pembahasan ini akan diuraikan margin pemasaran melalui dari tingkat pedagang pengumpul desa sampai ke pedagang besar pada masing-masing saluran pemasaran (Rosmawati, H, 2011).

Efisiensi pemasaran adalah tolak ukur atas produktivitas proses pemasaran dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran (Downey dan Steven, 1994 dalam Hastuti dan Rahim, 2007).

Sudut pandang marketing mix, efisiensi pemasaran menurut Downey dan Erikson (1992) dalam Hastuti dan Rahim (2007) dapat dilihat dari masing-masing elemen, yaitu:

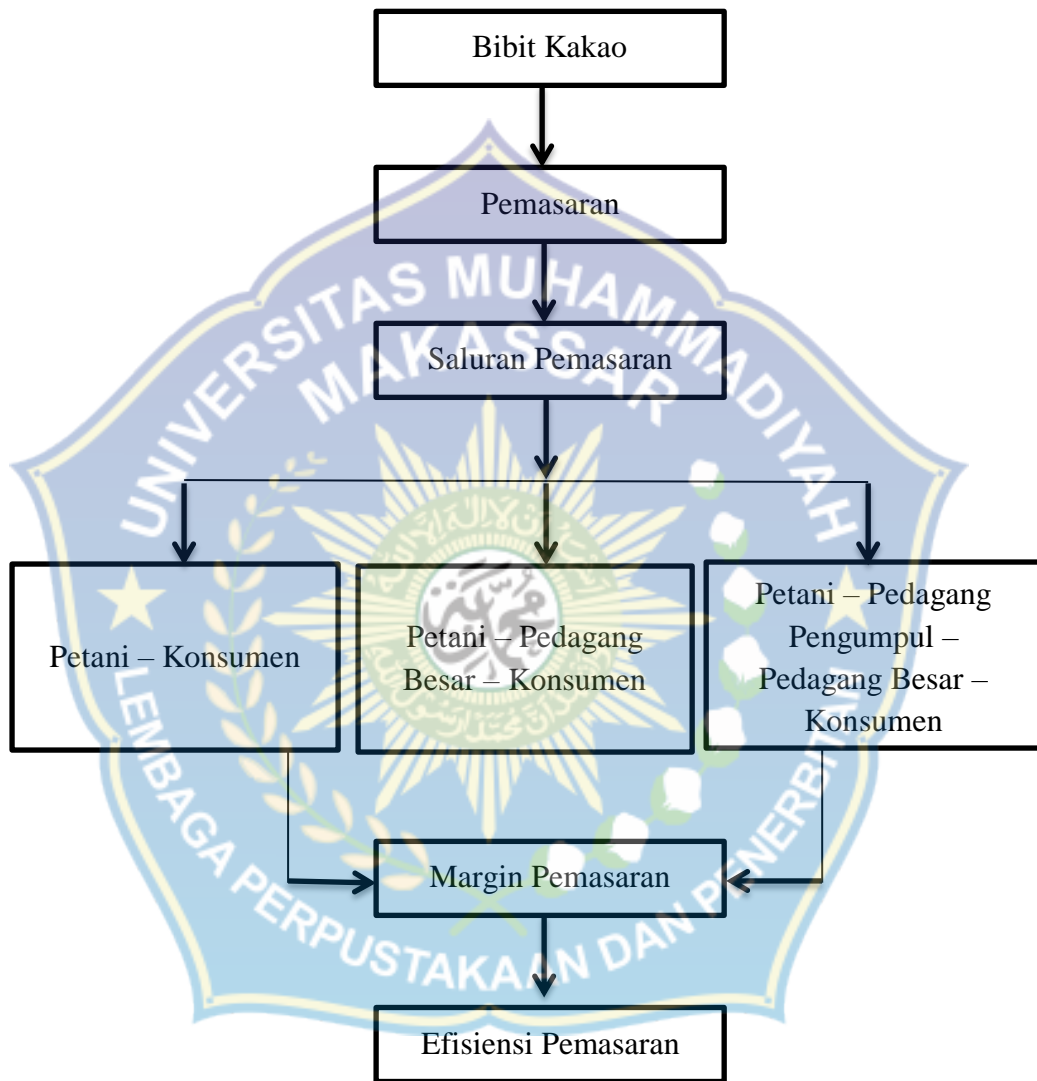
1. Efisiensi produk merupakan usaha untuk menghasilkan suatu produk melalui penghematan harga serta penyederhanaan prosedur teknis produksi guna keuntungan maksimum.
2. Efisiensi distribusi dinyatakan sebagai produk dari produsen menuju ke pasar sasaran melalui saluran distribusi yang pendek atau berusaha menghilangkan satu atau lebih maka rantai pemasaran yang panjang di mana distribusi produk berlangsung dengan tindakan penghematan biaya dan waktu.
3. Efisiensi harga yang menguntungkan pihak produsen dan konsumen diikuti dengan keuntungan yang layak diambil oleh setiap mata rantai pemasaran sehingga harga yang terjadi di tingkat petani tidak berbeda jauh dengan harga yang terjadi di tingkat konsumen.
4. Efisiensi promosi mencerminkan penghematan biaya dalam melaksanakan pemberitahuan di pasar sasaran mengenai produk yang tepat, meliputi penjualan perorangan atau missal dan promosi.

Efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran. Efisiensi harga adalah menyangkut harga komoditi pisang mulai dari petani ke pedagang besar sampai ke konsumen akhir pada masing-masing saluran pemasaran.

2.6 Kerangka Pikir

Pembibitan Kakao adalah suatu kegiatan untuk menghasilkan atau memproduksi bibit. Pembibitan kakao di Desa Cendana dalam memasarkan diperlukan saluran pemasaran. Saluran pemasaran terdiri dari yaitu petani langsung ke konsumen, petani ke pedagang besar kemudian ke konsumen dan petani ke pedagang pengumpul ke pedagang besar kemudian ke konsumen. Karena dalam penelitian ini akan mengetahui efisiensi pemasaran bibit kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.

Berdasarkan pada uraian sebelumnya maka dalam kerangka pikir pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burea Kabupaten Luwu Timur.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan, di mulai dari bulan Mei sampai Juli 2019, di Desa Cendana di Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur. Dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan daerah yang dominan petani Bibit Kakao.

3.2 Teknik Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu petani dengan pedagang yang membudidayakan bibit kakao yang berada di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, dengan jumlah keseluruhan petani 300 orang, penentuan populasi dan sampel dilakukan dengan metode *Snowball Sampling* dengan mengambil sampel 30 orang dari 10% populasi sampel petani bibit kakao.

Sampel dalam penelitian ini adalah petani yang berada di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur yang diperoleh dengan menggunakan metode menurut (Suharsimi Arikunto 2006) yaitu sebagai berikut:

Apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya sehingga penelitiannya merupakan penelitian, jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-55% atau lebih tergantung sedikit banyaknya dari:

1. Kemampuan penelitian dilihat dari waktu, tenaga dan dana.
2. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena ini menyangkut banyak sedikitnya dana.

3. Besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti untuk meneliti yang resikonya besar, tentu saja jika sampelnya besar hasilnya akan juga besar (Arikunto Suharsimi, 2006).

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif.

1. Data kuantitatif adalah data informasi yang berupa simbol angka atau bilangan. Berdasarkan simbol-simbol angka tersebut, perhitungan secara kuantitatif dapat dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter nilai data bisa berubah-ubah atau bersifat variatif. Data kuantitatif tidak membutuhkan banyak waktu dan sangat mudah dilakukan.
2. Data kualitatif adalah data informasi yang berbentuk kalimat verbal bukan berupa simbol angka atau bilangan. Data kualitatif didapat melalui suatu proses menggunakan teknik analisis mendalam dan tidak bisa diperoleh secara langsung. Dengan kata lain untuk mendapatkan data kualitatif lebih banyak membutuhkan waktu dan sulit dikerjakan karena harus melakukan wawancara, observasi, diskusi atau pengamatan.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data primer adalah sumber data yang di peroleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara jajak pendapat dari individu atau kelompok maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian hasil pengujian.

2. Data sekunder adalah data yang di peroleh melalui media perantara atau secara tidak langsung, yang berupa buku catatan, bukti yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data melalui penelitian ini sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap keadaan penduduk. Untuk melakukan observasi atas kehidupan masyarakat desa cukup melakukan peninjaun-peninjauan.
2. Wawancara, yaitu penulis melakukan tanya jawab secara langsung dengan petani mengenai Bibit Kakao.
3. Dokumentasi, yaitu tidak setiap kejadian dapat ditulis dengan jelas didaftar isian maupun pada saat wawancara, namun bila kejadian tersebut akan dapat bercerita banyak jadi bila mana kejadian tersebut dilukiskan, dengan gambar atau foto.
4. Kuesioner, yaitu dalam penelitian ini alat yang digunakan penulis adalah dalam bentuk pedoman wawancara dengan menyusun daftar pertanyaan. Bentuk kuesioner yang digunakan sebagai metode utama untuk mengetahui luas lahan pembibitan, tanggungan keluarga dan sebagainya.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif yaitu merupakan penelitian yang mendeskripsikan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subjek yang diteliti, serta interaksinya dengan lingkungan kemudian di analisa dan dibuat kesimpulannya. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kuantitatif.

Untuk rumusan masalah ke dua, Menurut Soekartawi (2002) untuk menghitung margin pemasaran menggunakan rumus :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran

Pr = Harga Ditingkat Pengecer

Pf = Harga Ditingkat Petani

Untuk menghitung rumusan masalah ke tiga, Menurut Soekartawi (2002) untuk mengetahui efisiensi pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Eps = \frac{BP}{HE} \times 100\%$$

Dimana:

Eps = Efisiensi Pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

HE = Harga Eceran

3.6 Definisi Operasional

1. Petani Bibit Kakao adalah Petani yang menyemai, menanam dan memelihara bibit kakao yang berada di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.
2. Bibit Kakao adalah salah satu hasil pertanian yang menjadi produksi oleh petani dan kemudian dijual ke konsumen.
3. Pedagang Pengumpul adalah pedagang yang membeli bibit kakao langsung ke petani.
4. Saluran Pemasaran adalah jalur yang dilalui oleh bibit kakao dari produsen ke konsumen akhir.
5. Margin Pemasaran adalah perbedaan antara harga yang di bayar oleh konsumen untuk bibit kakao tersebut dengan harga yang di terima.
6. Biaya Pemasaran adalah semua biaya yang sejak saat bibit kakao selesai diproduksi sampai dengan bibit kakao tersebut berubah kembali dalam bentuk uang tunai.
7. Efisiensi Pemasaran adalah kemampuan suatu sistem pemasaran untuk menyampaikan bibit kaka ke tangan konsumen dengan harga yang murah.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis

Desa Cendana merupakan salah satu Desa dari 18 Desa yang ada di Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur. Desa Cendana terdiri dari 5 Dusun yaitu Dusun Dongi-Dongi, Dusun Kelapa Dua, Dusun Korondui, Dusun Wae manggori dan Dusun Mattirowali.

Pada tahun 1997 Desa Cendana merupakan hasil pemekaran dari Desa Jalajja pada saat itu terdiri dari 4 Dusun yaitu Dusun Dongi-Dongi, Dusun Kelapa Dua, Dusun Cendana dan Dusun Koronduy.

Luas wilayah Desa Cendana adalah sekitar 24,91 Km² yang terdiri dari area perkebunan Kakao dan selebihnya adalah wilayah permukiman. Desa Cendana adalah terletak pada daerah pegunungan yang secara geografis berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara : Hutan Konversi
- b. Sebelah Timur : Desa Bone Pute
- c. Sebelah Selatan : Desa Jalajja
- d. Sebelah Barat : Desa Batu Putih

4.2 Kondisi Demografis

4.2.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Penduduk merupakan faktor penentu terbentuknya suatu negara atau wilayah dan sekaligus sebagai modal utama suatu negara dikatakan berkembang atau maju, bahkan suksesnya pembangunan disegala bidang dalam negara tidak bisa terlepas dari peran penduduk, baik dalam segala bidang sosial, ekonomi, politik, budaya, dan pendidikan, sekaligus sebagai faktor utama dalam pembangunan fisik maupun non fisik. Oleh karena itu kehadiran dan perannya sangat menentukan bagi perkembangan suatu wilayah baik dalam skala kecil maupun besar.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	815	51,97
2.	Perempuan	754	48,03
	Jumlah	1.568	100

Sumber : Kantor Desa Cendana, 2018.

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan penduduk yang berjenis kelamin perempuan dimana jumlah penduduk laki-laki sebanyak 815 jiwa atau 51,97% dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 754 jiwa atau 48,03%.

4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Usia

Penduduk adalah sekelompok manusia yang bertempat tinggal di suatu tempat dalam kurun waktu yang cukup lama. Usia produktif adalah penduduk pada usia kelompok usia antara 15 tahun sampai dengan 64 tahun seseorang masuk dalam usia produktif jika sudah melebihi batasan minimum umur yang ditentukan dan tidak melewati batas maksimum umurnya. Orang-orang yang masih dapat bekerja dengan baik untuk menghasilkan suatu produk dan jasa yang masih terikat kontrak pekerjaan pada suatu perusahaan dapat dikatakan dia adalah usia produktif.

Tabel 2. Keadaan Penduduk Berdasarkan Usia di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.

No.	Kelompok Umur	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	0 – 9	49	3,12
2.	10 – 19	126	8,03
3.	20 – 29	247	15,75
4.	30 – 39	250	15,94
5.	40 – 49	345	22,03
6.	50 – 59	250	15,94
7.	60 – 69	220	14,03
8.	70+	81	5,16
Jumlah		1.568	100

Sumber : Kantor Desa Cendana, 2018.

Dari Tabel 2 menunjukkan bahwa penduduk di Desa Cendana masih berada pada kelompok penduduk yang berusia mudah, dan pada umur 20 – 29

sampai dengan 60 – 69 tahun dapat dilihat dari usia produktif biasanya masyarakat sudah dapat berfikir dengan baik karena telah memiliki pengalaman dan ilmu yang cukup dan pada umur 70 tahun keatas dapat dikategorikan sebagai usia non produktif karena dimana cara bekerjanya tidak seperti orang yang berusia produktif.

4.2.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencapaian

Kondisi lingkungan dan keadaan alam yang dihuni manusia berbeda-beda. Manusia menempati daerah masing-masing, antara lain di daerah perkotaan, pedesaan, pegunungan disekitar hutan, di sekitar pantai dan lain-lainnya. Setiap manusia berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya yang disebut dengan kegiatan ekonomi.

Tabel 3. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencapaian di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.

No.	Mata Pencapaian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Petani	700	95,23
2.	PNS	1	0,15
3.	Non PNS	27	3,67
4.	Pedagang	7	0,95
Jumlah		735	100

Sumber : Kantor Desa Cendana, 2018.

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas pekerjaan masyarakat adalah di bidang pertanian dimana masyarakat yang bermata pencapaian sebagai petani sebanyak 700 jiwa dengan persentase 95,23% disini dapat kita lihat bahwa

masyarakat di Desa Cendana masih menggunakan sumber daya alam yang ada untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

4.2.4 Keadaan Penduduk Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam pengelolaan usahatani. Tinggi rendahnya tingkat pendidikan seorang petani disuatu desa akan berpengaruh terhadap cara pola pikir masyarakat semakin tinggi tingkat pendidikan masyarakat maka akan semakin bagus kualitas pola pikir masyarakat dengan pendidikan yang tinggi manusia mendapatkan pengetahuan dan ilmu yang lebih tinggi. Berikut keadaan penduduk berdasarkan pendidikan.

Tabel 4. Keadaan Penduduk Berdasarkan Pendidikan di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	SD	250	35,41
2.	SMP	229	32,42
3.	SMA	211	29,88
4.	S1/D3	16	2,29
Jumlah		706	100

Sumber : Kantor Desa Cendana, 2018.

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan masyarakat di Desa Cendana masih tergolong rendah karena pada tingkat S1/D3 hanya sebanyak 16 orang atau 2,29% sedangkan ditingkat pendidikan yang paling tinggi yaitu SD dengan sebanyak 250 jiwa atau 35,41%

4.3 Kondisi Pertanian

Saat ini di Desa Cendana terdapat kelompok tani sawit 1 kelompok dan 10 kelompok tani kakao dan kelompok tani cengkeh dengan anggota masing-masing 10 sampai 20 orang perkelompok. Keberadaan kelompok ini banyak membantu masyarakat dalam pengadaan saprodi, meskipun diakui bahwa manajemennya masih perlu pembenahan agar kesejahteraan petani dapat terealisasi. Dan saat ini juga di Desa Cendana sedang memproduksi bibit kakao sebagai ladang bisnis dan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pembibitan kakao merupakan salah satu komoditi yang terunggul pada 6 tahun terakhir yang dikembangkan di Desa Cendana usaha ini hanya awalnya merupakan mata pencaharian tambahan selain sebagai petani kakao. Namun karena belakangan ini bibit kakao lebih menguntungkan dari pada kakao, merencanakan beramai-ramai untuk memproduksi bibit kakao.

Lahan perkebunan berupa lahan kebun yang subur yang terbentang luas tersebar di setiap Dusun. Hal ini berpotensi untuk dapat meningkatkan jumlah produksi pertanian dibidang perkebunan dengan cara intensifikasi budidaya dengan sentuhan teknologi yang tepat. Adapun pada bidang peternakan, jenis ternak yang berpotensi dikembangkan adalah ternak besar (sapi, kerbau, kuda, dan kambing).

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Karakteristik petani responden yang diuraikan dalam pembahasan berikut menggambarkan berbagai aspek keadaan petani bibit kakao yang mengetahui tentang pendapatan dan efisiensi pemasaran bibit kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur berbagai aspek yang dimaksud selanjutnya, meliputi : a. umur petani, b. pendidikan, c. pengalaman berusahatani, dan d. tanggungan keluarga.

5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umumnya seseorang yang masih muda dan sehat memiliki kemampuan fisik yang kuat dibandingkan dengan yang berumur tua. Seseorang yang masih muda lebih cepat menerima hal-hal baru, berani mengambil resiko dan lebih dinamis, seseorang yang relatif tua mempunyai kapasitas penggolongan yang lebih matang dan memiliki banyak pengalaman dalam mengelola usahanya. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data mengenai kelompok umur responden sebagai berikut:

Tabel 5. Umur Responden Petani Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019.

No.	Kelompok Umur (tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	24 – 29	3	10
2.	30 – 35	4	13,33
3.	36 – 41	2	6,67
4.	42 – 47	15	50
5.	48 – 53	3	10
6.	54 – 59	3	10
	Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Tabel 5 terlihat bahwa usia responden terbanyak berdasarkan tingkat umur adalah berumur 42 – 47 yaitu sebesar 50% dan sedangkan yang paling sedikit adalah berumur 36 – 41 yaitu sebesar 6,67%, melihat kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa keseluruhan responden berada pada usia produktif dan hal ini tentunya sangat berdampak positif dalam pengembangan usaha bibit kakao. Hal ini sesuai dengan pendapat Daniel (2002), bahwa yang dimaksud usia produktif adalah kisaran usia 15 sampai 64 tahun.

5.1.2 Karakteristik Responden Menurut Tanggungan Keluarga

Jumlah anggota keluarga merupakan banyaknya tanggungan keluarga pada setiap petani, semakin banyaknya tanggungan keluarga akan semakin banyak biaya pengeluaran. Pada umumnya petani yang mempunyai jumlah tanggungan keluarga, yang banyak kurang memperhatikan masalah pendidikan dan kesehatan.

Pada intinya mereka hanya memperhatikan kebutuhan pokok setiap hari dan ini masih menjadi hal yang biasa dikalangan masyarakat pedesaan.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019.

No.	Tanggungan Keluarga	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1	1	3,33
2.	2	7	23,33
3.	3	11	36,67
4.	4	5	16,67
5.	5	4	13,33
6.	6	2	6,67
	Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Tabel 6 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga petani responden yang paling banyak 3 sebanyak 11 orang atau 36,67% sedangkan jumlah tanggungan keluarga yang paling sedikit yaitu 1 sebanyak 1 orang atau 3,33%. Keadaan demikian sangat mempengaruhi terhadap tingkat kesejahteraan keluarga dan untuk meningkatkan produksi dalam memenuhi kebutuhannya.

5.1.3 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan dan ketarampilan mempunyai pengaruh bagi petani didalam pengelolaan usahanya. Semakin tinggi tingkat pendidikan formal maupun non formal seseorang diharapkan mempunyai pola pikir semakin rasional. Pada umumnya masyarakat pedesaan mempunyai tingkat pendidikan rendah, hal ini

merupakan salah satu faktor penghambat dalam proses pengambilan keputusan dalam penerpa teknologi yang baru. Tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupten Luwu Timur, 2019.

No.	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	21	70
2.	SMP	6	20
3.	SMA	3	10
	Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Pada Tabel 7 dapat diketahui bahwa persentase tingkat pendidikan terbesar petani bibit kakao yang melakukan usaha dengan rata-rata berpendidikan SD yaitu sebanyak 70%, berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa pendidikan responden masih sangat rendah. Hal ini sesuai dengan pendapat Soekartawi (1995), yang menyatakan bahwa rendahnya pendidikan pekerja merupakan kendala dalam menyerap informasi baru, khususnya yang berkaitan dengan proses inovasi teknologi. Sedangkan pendidikan yang tinggi akan berpengaruh terhadap pengetahuan dan keterampilan sehingga akan meningkatkan produktifitas kerja dan akan menentukan keberhasilan usahanya.

5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman

Pengalaman merupakan faktor yang berperan dalam pengambilan keputusan. Pengalaman mempunyai pengaruh dalam melakukan pemeliharaan lingkungan, responden yang berpengalaman akan lebih cepat menerapkan teknologi dan lebih responsif terhadap inovasi, karena itu kegiatan pengalaman selalu memberikan manfaat. Pengalaman responden disajikan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha Tani Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019.

No.	Pengalaman Usaha Tani	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1	2	6,67
2.	2	7	23,33
3.	3	11	36,67
4.	4	4	13,33
5.	5	5	16,67
6.	6	1	3,33
	Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa pengalaman petani yang paling banyak yaitu 3 sebanyak 11 orang atau 36,67% sedangkan yang paling sedikit yaitu 6 sebanyak 1 orang atau 3,33%. Hal ini tentu berpengaruh dalam mengelola usaha masing-masing responden khususnya dalam pencapaian hasil produksi yang lebih baik. Sesuai dengan pendapat Soekartawi (2006), bahwa pengalaman berusahatani yang cukup lama menjadikan petani lebih matang dan

lebih berhati-hati, dalam mengambil keputusan terhadap usahanya. Kegagalan dimasa lalu dapat dijadikan pelajaran sehingga ia lebih berhati-hati dalam bertindak. Sedangkan petani yang kurang berpengalaman umumnya lebih cepat mengambil keputusan karena lebih berani menanggung resiko.

5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

Luas lahan yang dimiliki petani sangat mempengaruhi tingkat pendapatan petani. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemilikan lahan rata-rata sebagai berikut:

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan Petani Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019.

No.	Luas Lahan (m ²)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	13 – 21	14	46,67
2.	22 – 30	11	36,67
3.	31 – 39	2	6,67
4.	40 – 48	1	3,33
5.	49 – 57	1	3,33
6.	58 – 66	1	3,33
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa luas lahan petani yang paling tertinggi yaitu 13 – 21 m² dengan jumlah 14 orang atau 46,67%. Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan lahan usahatani bibit kakao cukup luas sehingga

petani dapat memanfaatkan lahan secara optimal untuk meningkatkan produksi dan pendapatan serta kesejahteraan bagi petani.

5.2 Pemasaran Bibit Kakao

Saluran pemasaran dalam penelitian ini dapat diidentifikasi dalam sistem pemasaran yaitu lembaga pemasaran yang dilakukan setiap lembaga pemasaran. Untuk memperluas dan memperlancar pemasaran bibit kakao sangat dibutuhkan peran lembaga pemasaran untuk menyalurkan bibit kakao dari produsen hingga sampai ke konsumen di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur terdapat lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan bibit kakao di antaranya adalah petani, pedagang pengumpul dan pedagang besar.

a. Produsen/Petani Bibit Kakao

Produsen/petani bibit kakao merupakan petani yang menyemai, menanam dan memelihara bibit kakao atau orang yang melakukan usaha bibit kakao disekitar rumahnya dan ada juga yang menyewa lahan. Lahan yang dipakai untuk membudidayakan bibit kakao yaitu petani memanfaatkan lahan yang kosong di sekitar rumahnya dan ada juga petani yang menyewa lahan untuk melakukan pembibitan.

Produksi bibit kakao sebelum dijual ke pedagang pengumpul, pedagang besar atau ke konsumen, terlebih dahulu dirawat atau memelihara selama 6 bulan kemudian baru bisa untuk dijual.

b. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul sangat berperan dalam memasarkan bibit kakao. Pedagang pengumpul adalah orang yang membeli bibit kakao dari petani, umumnya bibit kakao yang dibeli adalah bibit kakao yang sudah siap untuk diangkat atau sudah berumur 6 bulan. Pembayaran dilakukan secara cash/tunai sehingga petani langsung memperoleh uang atau hasil dari penjualan bibit kakao.

Fungsi yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah fungsi pertukaran pembelian dan penjualan, sedangkan fungsi fisik yaitu pengangkutan.

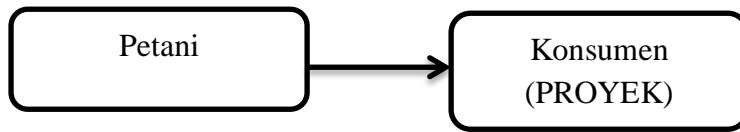
c. Pedagang Besar

Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli bibit kakao dari pedagang pengumpul dalam jumlah yang banyak untuk dijual ke konsumen yang berada di Sulawesi Tenggara.

Fungsi pemasaran meliputi fungsi pertukaran, dan fungsi fisik. Fungsi pertukaran yakni pembelian dan penjualan. Sedangkan fungsi fisik yaitu pengangkutan, untuk pengangkutan bibit kakao dilakukan di kediaman petani masing-masing.

Untuk memasarkan bibit kakao sampai ke konsumen setiap lembaga melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan pada akhirnya akan menimbulkan biaya pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian dan penelusuran langsung lembaga pemasaran, diketahui bahwa pemasaran bibit kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur terdapat tiga saluran pemasaran yaitu sebagai berikut:

Saluran I



Saluran II



Saluran III



Gambar 2. Saluran Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendan Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.

Pada Gambar 2. Saluran pemasaran bibit kakao di Desa Cendana dari petani ke konsumen (PROYEK) tidak melalui lembaga perantara. Pada saluran I, petani yang memasarkan bibit kakao langsung ke konsumen (PROYEK) karena dimana petani bibit kakao merupakan sebagai orang satu-satunya sebagai pedagang besar dari Desa Cendana yang bernama Akbar. Hal ini sesuai dengan pendapat Mursid (1997), yang mengemukakan bahwa secara fisik dikenal 3 macam penyaluran suatu barang produksi yaitu :

- a. Penyaluran langsung, yaitu penyaluran yang dilakukan langsung dari produsen ke konsumen.
- b. Penyaluran semi langsung, yaitu penyaluran dari produsen melalui satu perantara misalnya pengecer atau pengumpul baru ke konsumen.

- c. Penyaluran tidak langsung, yaitu penyaluran tidak langsung menggunakan atau lebih perantara baru ke konsumen.

Pendistribusian saluran pemasaran II, merupakan saluran pemasaran yang menggunakan satu lembaga perantara yaitu pedagang besar. Dimana saluran pemasaran ini dimulai dari petani ke pedagang besar dan terakhir dijual ke konsumen (PROYEK) karena dimana petani atau pedagang pengumpul disana sebagai petani bibit kakao di Desa Cendana dan pedagang pengumpul di Desa tersebut ada tiga orang yaitu Ilham, Masri, dan Suardi.

Pada saluran III, merupakan saluran pemasaran yang menggunakan dua lembaga yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar. Dimana saluran pemasaran ini dimulai dari petani ke pedagang pengumpul lalu ke pedagang besar dan ke konsumen (PROYEK). Petani bibit kakao di Desa Cendana sebagian besar ke saluran ke III, disebabkan karena simpel tidak memakan waktu yang lama, dan tidak ribet.

Saluran pemasaran bibit kakao di Desa Cendana dari petani ke konsumen (PROYEK) melalui perantara yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar. Hal ini menunjukkan bahwa untuk sampai ke konsumen, bibit kakao melalui satu perantara atau disebut saluran tidak langsung. Hal ini sesuai dengan pendapat Rahim dan Hastuti (2008), yang mengatakan bahwa jalur tidak langsung yaitu saluran pemasaran melalui lembaga-lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul, pasar modern, pasar tradisional dan pedagang pengecer.

Proyek disebut konsumen karena proyek tersebut termaksud anggaran negara dan bekerjasama dengan Dinas Pertanian Sulawesi, kemudian bibit kakao yang telah dibeli ke pedagang pengumpul dan pedagang besar kemudian proyek yang memberikan kembali ke petani sebagai bantuan dari pemerintah.

5.3 Lembaga Pemasaran Bibit Kakao

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan aktivitas pemasaran, menyalurkan jasa dan produk pertanian kepada konsumen akhir serta memiliki jejaring dan koneksitas dengan badan usaha dan atau individu lainnya. Lembaga pemasaran muncul sebagai akibat kebutuhan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan sesuai waktu, tempat dan bentuknya.

Adapun lembaga perantara dalam pemasaran bibit kakao yaitu pada saluran II lembaga perantaranya yaitu pedagang besar dan pada saluran III lembaga perantaranya yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar, disebut sebagai lembaga karena memiliki dan menguasai produk yang diperjual belikan.

- a. Pedagang pengumpul, disebut sebagai lembaga perantara yaitu dimana pedagang pengumpul merupakan sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada ke pedagang besar. Peran pedagang pengumpul yaitu untuk membeli bibit kakao kepada petani kemudian menjual kembali ke pedagang besar, adapun jumlah pedagang pengumpul di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur yaitu 3 orang atas nama Ilham, Masri, dan Suardi.

- b. Pedagang besar, disebut sebagai lembaga perantara yaitu dimana pedagang besar merupakan sebuah usaha yang membeli dan kemudian menjualnya lagi ke konsumen akhir. Peran pedagang besar yaitu untuk membeli bibit kakao kepada pedagang pengumpul kemudian menjualnya kembali ke konsumen, adapun jumlah pedagang besar di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur yaitu 1 orang yang bernama Akbar.

5.4 Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga di tingkat produsen atau merupakan jumlah biaya pemasaran dengan keuntungan yang diharapkan oleh masing-masing lembaga analisis margin pemasaran dapat mencerminkan efisiensi pemasaran, namun dengan hanya melihat besarnya margin pemasaran saja belum dapat menyimpulkan bahwa pemasaran itu sudah efisien, oleh karena itu harus dilihat distribusi keuntungan maupun biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat, semakin banyak pedagang perantara yang terlibat dalam saluran pemasaran maka semakin besar margin pemasaran yang terbentuk.

Besarnya margin bagi pedagang perantara semakin menguntungkan secara ekonomis berarti pemasarannya efisien dari sisi konsumen sebaliknya, makin besar margin semakin tinggi harga yang harus dibayar konsumen sehingga kurang efisien secara ekonomis tetap konsekuensi yang diinginkan konsumen tidak perlu datang langsung ke lokasi produsen yang semakin sulit dijangkau.

Margin total adalah penjualan dari margin yang terdapat pada masing-masing tingkat lembaga pemasaran. Besarnya margin pada berbagai saluran

pemasaran berbeda-beda yang di sebabkan oleh panjang pendeknya saluran pemasaran. Adapun margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran bibit kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

Tabel 10. Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019.

Saluran Pemasaran	Bibit Kakao		Margin (Rp/Pohon)
	Harga Beli (Rp/Pohon)	Harga Jual (Rp/pohon)	
Saluran I			
- Petani	-	3.200	-
- Konsumen (PROYEK)	3.200	-	-
Total	3.200	3.200	-
Saluran II			
- Petani	-	2.700	-
- Pedagang Besar	2.700	3.200	500
- Konsumen (PROYEK)	3.200	-	-
Total	5.900	5.900	500
Saluran III			
- Petani	-	2.700	-
- Pedagang Pengumpul	2.700	2.800	100
- Pedagang Besar	2.800	3.200	400
- Konsumen (PROYEK)	3.200	-	-
Total	8.700	8.700	500

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Tabel 10 dapat dilihat bahwa total margin pada lembaga pemasaran yaitu pada saluran II sebesar Rp. 500/pohon dan pada saluran III sebesar Rp.500/pohon . Hal ini sesuai dengan pendapat Daniel (2002) yang menyatakan bahwa semakin panjang jarak dan semakin banyak perantara yang terlibat dalam pemasaran, maka biaya pemasaran semakin tinggi. Angka margin pemasaran pada tabel 10

menunjukkan bahwa eksistensi lembaga pemasaran dalam proses pendistribusian produk mengakibatkan berbedanya harga akhir yang diterima konsumen. Perbedaan harga akhir ini disebabkan karena masing-masing lembaga pemasaran menginginkan margin yang ditujukan untuk menutupi biaya pemasaran dan mendapatkan keuntungan/laba dari proses pemasaran yang dilakukan. Selain itu, besarnya harga akhir menunjukkan pula bahwa semakin panjang saluran yang dilalui oleh pemasaran produk, maka semakin besar harga yang diterima konsumen. Hal ini disebabkan karena harga akan naik mengikuti setiap saluran yang dilalui sebagai konsekuensi dari adanya margin yang diinginkan oleh masing-masing lembaga pemasaran.

Bisa dilihat dari tabel diatas bahwa terdapat perbedaan harga beli bibit kakao ditingkat konsumen, dimana pada saluran I harganya sebesar Rp.3.200/pohon, saluran II harganya sebesar Rp.2.700/pohon dan saluran III harganya Rp.2.800/pohon. Adanya perbedaan ini, dimana pada saluran pemasaran I lebih besar harganya karena pedagang besar langsung ke konsumen (PROYEK) dan pada saluran II dan III lebih kecil harganya dibandingkan pada saluran I karena dimana saluran II dan III mempunyai lembaga perantara yaitu pedagang pengumpul kemudian pedagang besar menjual bibit kakao dengan harga yang lebih tinggi atau sama dengan harga pada saluran I.

5.5 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan suatu perbandingan antara biaya pemasaran dengan harga jual ditingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen, untuk menentukan efisiensinya pemasaran bibit kakao di Desa Cendan Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur harus diketahui seberapa besar biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam memasarkan bibit kakao dan berapa harga ditingkat konsumen dari setiap saluran pemasaran. Efisiensi pemasaran bibit kakao di Desa Cendan Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

Tabel 11. Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019.

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/pohon)	Nilai Jual (Rp/pohon)	Efisiensi (%)
I	150	3.200	4,68
II	200	2.700	7,40
III	350	2.800	12,5

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Pada Tabel 11 dapat kita lihat bahwa tingkat efisien saluran pemasaran bibit kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur yang paling efisien pada saluran I tingkat efisiennya sebesar 4,68%, kemudian pada saluran II nilai efisiennya yaitu sebesar 7,40% dan pada saluran III sebesar 12,5%. Banyaknya rangkaian jual beli yang dialami oleh suatu komoditi sejak diproduksi sampai pada konsumen akhir juga mempengaruhi efisiensi pemasaran produk-produk yang bersangkutan. Semakin banyak jumlah transaksi yang

dialami suatu barang sebelum mencapai konsumen akhir semakin besar biaya pemasaran yang ditimbulkannya, karena setiap transaksi dijadikan sumber-sumber keuntungan bagi pelakunya. Semakin tinggi biaya pemasaran menunjukkan semakin rendahnya efisiensi sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran juga sangat dipengaruhi oleh efisiensi sistem transportasi yang menghubungkan lokasi produsen dan konsumen (dilon, 1998 dalam syamsiah 2008).



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Lembaga perantara dalam pemasaran bibit kakao yaitu pada saluran II lembaga perantaranya yaitu pedagang besar dan pada saluran III lembaga perantaranya yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar, disebut sebagai lembaga karena memiliki dan menguasai produk yang diperjual belikan.
2. Margin pemasaran bibit kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur yaitu margin pada lembaga pemasaran yaitu pada saluran II pedagang besar sebesar Rp. 500/pohon, dimana pada saluran I harganya sebesar Rp.3.200/pohon, saluran II harganya sebesar Rp.2.700/pohon dan saluran III harganya Rp.2.800/pohon .
3. Saluran pemasaran bibit kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur terdapat tiga saluran pemasaran. Saluran I tingkat efisiennya sebesar 4,68%, kemudian pada saluran II nilai efisiennya yaitu sebesar 7,40% dan pada saluran III sebesar 12,5%.

6.2 Saran

Dari hasil penelitian, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut :

Efisiensi pemasaran dapat di capai apabila biaya pemasaran lebih rendah dibandingkan nilai produk, hal itu bisa dicapai dengan memperpendek rantai pemasaran. Salah satu caranya pemerintah harus turut adil dalam mengatur kebijakan mengenai pemasaran bibit kakao dengan cara membuat pasar bibit kakao.



DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, R. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran Hasil Pertanian*. Jurusan Sosial Ekonomi Unibraw Malang. *Jurnal Penelitian Analisis Efisiensi Pemasaran Rumput Laut*.
- Amirullah, 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik) : Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Armand, 2002. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Brawijaya Press. Malang.
- Assuari, M. 2016. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Raja Grafinso Persada. Jakarta. *Jurnal Penelitian Analisis Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik*.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Askara. Jakarta.
- Firdaus Muhammad. 2009. *Manajemen Agribisnis*. PT.Bumi Aksara. Jakarta.
- Hastuti dan Rahim, 2008. *Ekonomi Produksi Pertanian*. Swadaya. Bogor.
- Ismar Ivan. 2017. Dinas Pertanian Luwu Timur.
- Kolter dan Gary Amstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Ed ke-9 PT Elex Kompotindo Gramedia. Jakarta.
- Kotler, 2005. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. *Jurnal Penelitian Analisis Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik*.
- Mursid. M. 1997. *Manajemen Pemasaran dan Saluran Pemasaran*. <http://gudangilmu.com/2012/02/manajemen-pemasaran-usahatani.html> di akses tanggal 16 Juni 2019 pukul 09:22 WITA.
- Rosmawati, H, 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lenkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. *Jurnal Agronobis*, Vol.3, No.5, Maret 2011 ISSN : 1979 - 5245X.
- Syamsiah, 2008. *Analisis Pemasaran Dan Tingkat Pendapatan Nelayan Pada Agribisnis Pengapasan Ikan Cakalang*. *Jurnal Pertanian*. *Fakutas Pertanian Unismuh Makassar*, Makassar.

Soekartawi, 2002. *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. Penerbit PT.Raja Grafindo. Jakarta.

Soekartawi. 2003. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia Jakarta.

Swastha dan Irawan, 2007, *Asas-Asas Markating*. Liberty, Yogyakarta.

Winardi, 2004. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press. Jakarta.

Willy, Bryan. 2010. *Standar Pembibitan*. <http://bryanwilly32/2010/07/standar-pembibitan.html>. Diakses tanggal 15 April 2019 pukul 18:35 WITA.



L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1 Kuisoner Penelitian

**EFISIENSI PEMASARAN BIBIT KAKAO DI DESA CENDANA DI
KACAMATAN BURAU KABUPATEN LUWU TIMUR**

Kode/No.Sampel :
Wawancara :
Dusun/RT/RW :
Desa :

1. Identitas Responden

1. Nama Petani :
2. Alamat :
3. Umur :
4. Pendidikan :
5. Tanggungan keluarga :
6. Status pemilikan lahan :
7. Luas lahan pembibitan :
8. Pengalaman bertani bibit kakao :

2. Penerimaan petani bibit kakao

Komoditi	Jumlah	Harga	Nilai (Rp)
Bibit kakao			

3. Pemasaran Bibit Kakao

a. Penjualan

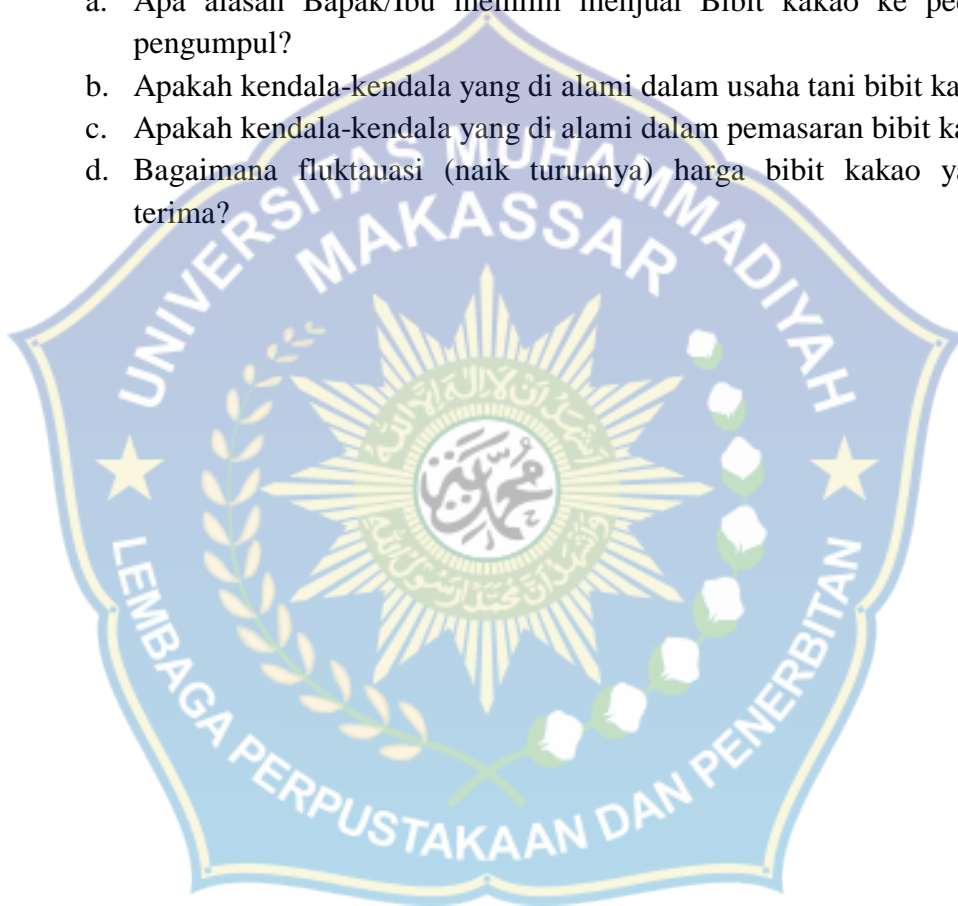
No.	Pemasaran	Harga Bibit Kakao
1.	Petani – Konsumen	
2.	Petani – Pedagang Besar – Konsumen	
3.	Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Konsumen	

b. Biaya Pemasaran

Komoditi	Transportasi (Rp) (Rp) (Rp) (Rp)	Total biaya (Rp)
Bibit kakao					

4. Pertanyaan Pendukung

- a. Apa alasan Bapak/Ibu memilih menjual Bibit kakao ke pedagang pengumpul?
- b. Apakah kendala-kendala yang di alami dalam usaha tani bibit kakao?
- c. Apakah kendala-kendala yang di alami dalam pemasaran bibit kakao?
- d. Bagaimana fluktauasi (naik turunnya) harga bibit kakao yang di terima?



**EFISIENSI PEMASARAN BIBIT KAKAO DI DESA CENDANA DI
KACAMATAN BURAU KABUPATEN LUWU TIMUR**

Kode/No.Sampel :
Wawancara :
Dusun/RT/RW :
Desa :

1. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Alamat :
3. Umur :
4. Pendidikan :
5. Tanggungan keluarga :
6. Pekerjaan sampingan :
7. Pengalaman berdagang :

2. Pembelian dan penjualan bibit kakao

a. Pembelian dan penjualan bibit kakao

Rantai pemasaran	Harga (Rp)	
	Petani	Konsumen
Pedagang pengumpul		

b. Biaya pemasaran

Komoditi	Transportasi (Rp) (Rp) (Rp) (Rp)	Total biaya (Rp)
Bibit kakao					

3. Pertanyaan pendukung

- a. Apa alasan Bapak/Ibu selama menjadi pedagang Bibit kakao?
- b. Apakah ada perlakuan khusus Bibit Kakao setelah di beli?
- c. Beberapa volume penjualan Bibit kakao dalam satu bulan? (buah)
- d. Beberapa lama penyimpanan Bibit kakao setelah di beli?

Lampiran 2. Identitas Responden Petani Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019.

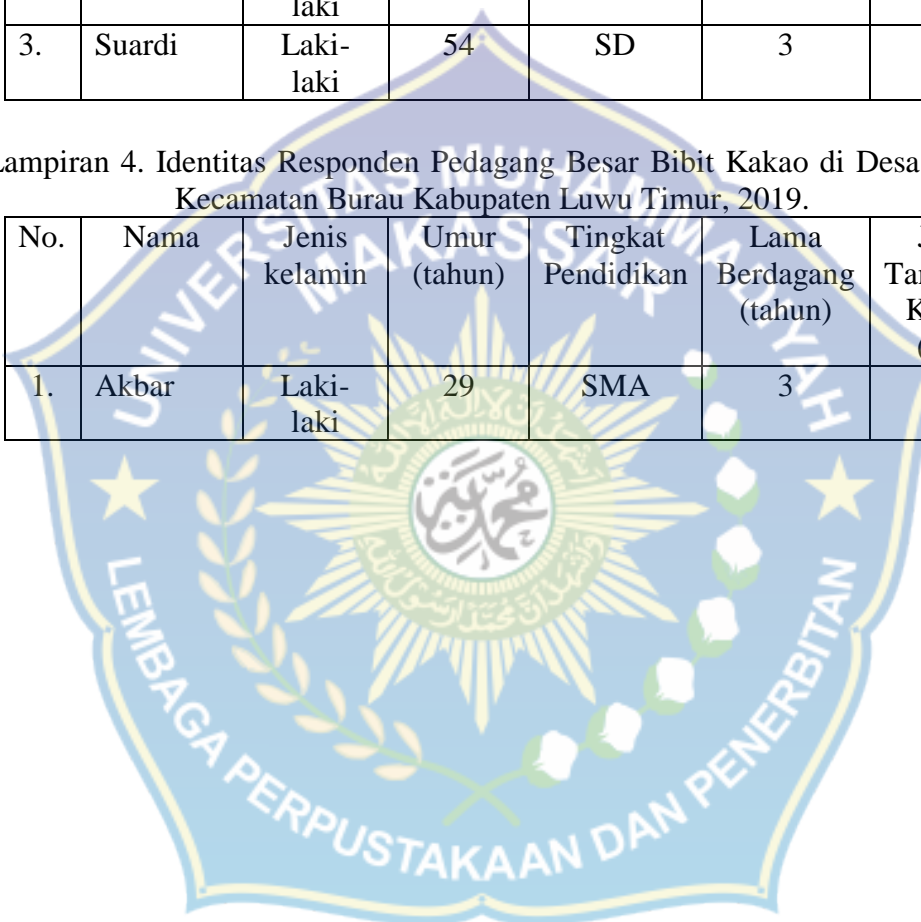
No.	Responden	Umur	Pendidikan	Pengalaman Bertani	Tanggungjawab Keluarga	Luas Lahan (m ²)
1.	Ilham	25	SD	3	2	40
2.	Masri	37	SMP	4	5	25
3.	Rusli	42	SMP	3	3	17
4.	Dedi	42	SMP	3	4	50
5.	Baharuddin	24	SD	2	3	31
6.	Hermansyah	37	SD	3	4	19,5
7.	Arisman	33	SD	1	3	19,5
8.	Syafaruddin	32	SMP	2	2	16,5
9.	Rusdin	40	SD	3	2	66
10.	Ilyas	58	SD	2	3	30,5
11.	Suardi	54	SD	4	4	13,5
12.	Amiruddin L	46	SD	5	5	25
13.	Emmang	50	SD	5	2	13
14.	Sudirman	42	SD	2	1	20
15.	Sudarno	32	SMA	5	6	15,5
16.	Fajar Akbar	32	SMA	3	5	24
17.	Rusman	43	SD	5	3	31
18.	Amsabir	51	SMP	5	5	30
19.	Abdullah	46	SMP	4	3	19
20.	Lamin	46	SD	1	3	24
21.	Akbar	29	SMA	4	3	13
22.	Hapate	42	SD	6	6	24
23.	Anto	46	SD	3	2	14,5
24.	Tahir	46	SD	3	3	15,5
25.	H. Suardi	43	SD	2	3	22,5
26.	H. Maming	59	SD	2	2	26
27.	Na'atang	43	SD	2	4	21
28.	Sultan	48	SD	3	2	28,5
29.	Sundu	43	SD	3	4	14,5
30.	Buhera	45	SD	3	3	28,5

Lampiran 3. Identitas Responden Pedagang Pengumpul Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019.

No.	Nama	Jenis kelamin	Umur (tahun)	Tingkat Pendidikan	Lama Berdagang (tahun)	Jumlah Tanggungan Keluarga (orang)
1.	Ilham	Laki-laki	25	SD	2	2
2.	Masri	Laki-laki	37	SMP	3	5
3.	Suardi	Laki-laki	54	SD	3	4

Lampiran 4. Identitas Responden Pedagang Besar Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019.

No.	Nama	Jenis kelamin	Umur (tahun)	Tingkat Pendidikan	Lama Berdagang (tahun)	Jumlah Tanggungan Keluarga (orang)
1.	Akbar	Laki-laki	29	SMA	3	3



Lampiran 5. Biaya Pemasaran Untuk Saluran I, 2019.

No.	Biaya Pemasaran (Rp/Pohon)		Total Biaya (Rp/pohon)
	Tenaga Kerja (pengangkutan)	Transportasi (mobil pengangkutan)	
1.	100	50	150

Lampiran 6. Biaya Pemasaran Untuk Saluran II, 2019.

No.	Biaya Pemasaran (Rp/Pohon)			Total Biaya (Rp/pohon)
	Transportasi (mobil pengangkutan)	Transportasi (motor)	Tenaga Kerja (pengangkutan)	
1.	50	50	100	200

Lampiran 7. Biaya Pemasaran Untuk Saluran III, 2019.

No.	Biaya Pemasaran (Rp/Pohon)			Total Biaya (Rp/pohon)
	Transportasi (mobil pengangkutan)	Tenaga Kerja (pengangkutan)	Biaya lain	
1.	50	100	200	350

Lampiran 8. Pilihan Saluran Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, 2019.

No.	Responden	Luas Lahan (m ²)	Pilihan Saluran
1.	Ilham	40	II
2.	Masri	25	II
3.	Rusli	17	III
4.	Dedi	50	III
5.	Baharuddin	31	III
6.	Hermansyah	19,5	III
7.	Arisman	19,5	III
8.	Syafaruddin	16,5	III
9.	Rusdin	66	III
10.	Ilyas	30,5	III
11.	Suardi	13,5	II
12.	Amiruddin L	25	III
13.	Emmang	13	III
14.	Sudirman	20	III
15.	Sudarno	15,5	III
16.	Fajar Akbar	24	III
17.	Rusman	31	III
18.	Amsabir	30	III
19.	Abdullah	19	III
20.	Lamin	24	III
21.	Akbar	13	I
22.	Hapate	24	III
23.	Anto	14,5	III
24.	Tahir	15,5	III
25.	H. Suardi	22,5	III
26.	H. Maming	26	III
27.	Na'atang	21	III
28.	Sultan	28,5	III
29.	Sundu	14,5	III
30.	Buhera	28,5	III



Gambar 3. Foto Bersama Pedagang Pengumpul Bibit Kakao



Gambar 4. Foto Bersama Pedagang Pengumpul Bibit Kakao



Gambar 5. Foto Bersama Pedagang Besar Bibit Kakao



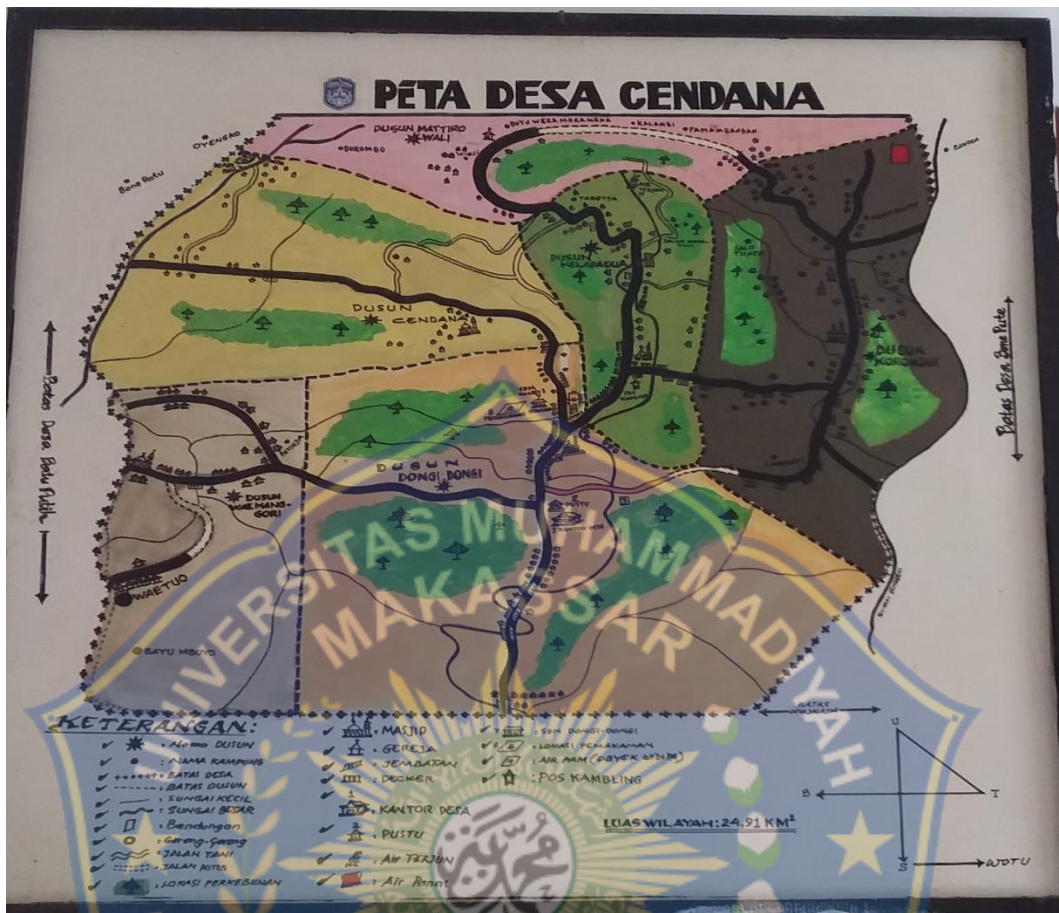
Gambar 6. Foto Bersama Petani Bibit Kakao



Gambar 7. Foto Bersama Petani Bibit Kakao



Gambar 8. Foto Bersama Petani Bibit Kakao



Gambar 9. Peta Lokasi Penelitian

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kabupaten Bone tanggal 10 Maret 1997 dari ayah H.Muh.Amir Dg.Manrapi dan ibu Hj.Junaeda. Penulis merupakan anak ke dua dari dua bersaudara.

Pendidikan formal yang dilalui penulis adalah SDN 104 JALAJJA lulus pada tahun 2009. Pada tahun yang sama penulis lulus masuk seleksi SMPN 3 BURAU dan lulus pada tahun 2012. Setelah selesai, penulis melanjutkan studinya di SMAN 1 BURAU atau sekarang lebih dikenal SMAN 7 LUWU TIMUR lulus pada tahun 2015. Pada tahun yang sama, penulis lulus seleksi masuk Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah magang di PT. PERKEBUNAN NUSANTARA XIV Unit usaha Luwu Burau. Tugas akhir dalam pendidikan tinggi diselesaikan dengan menulis skripsi yang berjudul “Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao Di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.



**KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI
PRODI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

TAHUN 2019

Nama : Ewa Zulhyjan
 Nim : 105900201015
 Tempat Tanggal Lahir : 10 Maret 1991
 Alamat / Asal Daerah : An-Sultan Alwaddien (Luwu Timur)
 Nomor HP : 085 323 721 919
 Pembimbing : 1 Dr. Lamah Arkan Fattah, M.Si
 : 2 Khairuzah Darwis, S.P., M.Si

NO	Hari Tanggal/Bulan/Tahun	Catatan Pembimbing	Paraf
	22/April/2019	Konsultasi Judul	
	29/April/2019	Perbaikan latar belakang	
	1/April/2019	Kerangka Refer	
	1/April/2019	Acc proposal	
	6/April/2019	Acc proposal	
	5/Julai/2019	Catatan harian, saluran pemasaran	
	6/Julai/2019	Saluran pemasaran	
	6/Julai/2019	Acc seminar hasil	
	8/Julai/2019	Acc seminar hasil	
	15/Julai/2019	Efisiensi Pemasaran	
	15/Julai/2019	Acc Ujian Skripsi	
	29/Julai/2019	Kesimpulan, efisiensi pemasaran BAB IV	
	29/Julai/2019	Acc ujian skripsi	

Ketua Program Studi Agribisnis

Dr. Sri Wardiyati, S.P., M.P
 NIDN. 873 162



Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao
di Desa Cendana Kecamatan
Burau Kabupaten Luwu Timur

by Eva Zulhijjah

Submission date: 24-Jul-2019 08:08AM (UTC+0700)

Submission ID: 1154475235

File name: SKRIPSI1.docx (2.93M)

Word count: 8304

Character count: 50934

Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur

ORIGINALITY REPORT

6%	7%	0%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

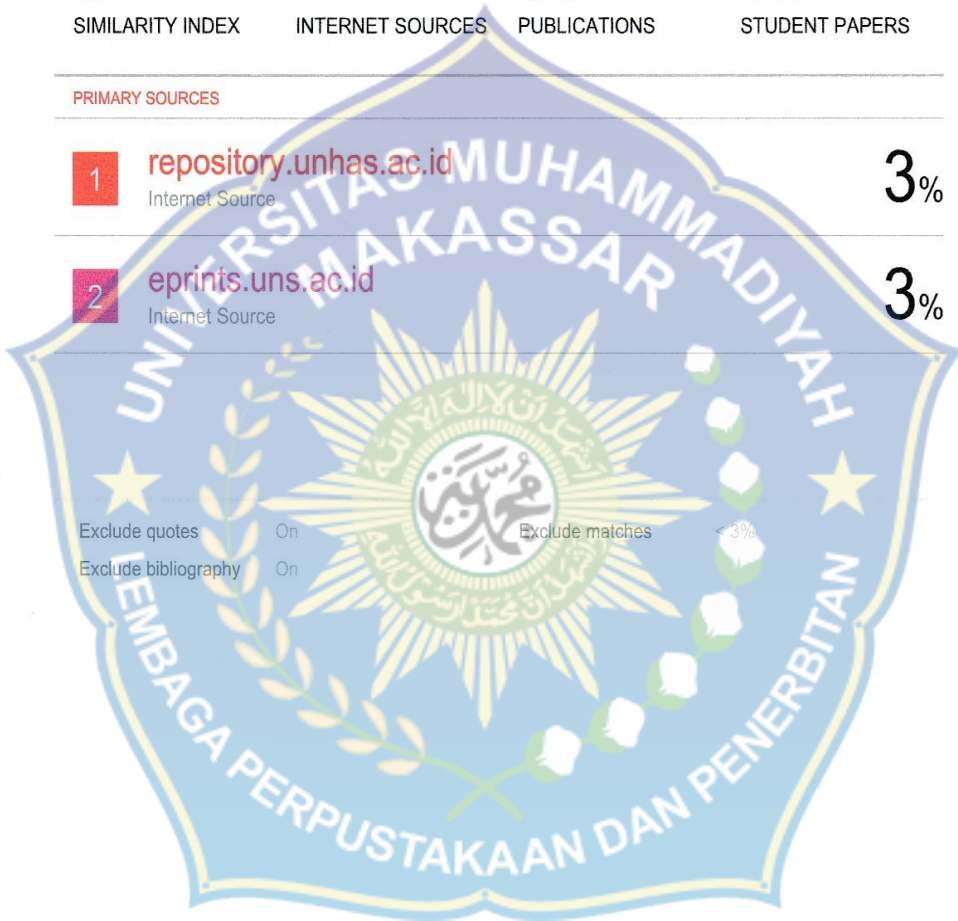
PRIMARY SOURCES

1	repository.unhas.ac.id Internet Source	3%
2	eprints.uns.ac.id Internet Source	3%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 3%





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 E-mail :lp3munismuh@plasa.com



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 1562/05/C.4-VIII/III/1440/2019
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian

15 Ramadhan 1440 H
20 May 2019 M

Kepada Yth,
Bapak / Ibu Bupati Luwu Timur
Cq. Ka. Badan Kesbang, Politik & Linmas
di –

Luwu Timur

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 383/FP/A.2-II/V/1440/2019 tanggal 20 Mei 2019, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **EVA ZULHIJAH**
No. Stambuk : **10596 0201015**
Fakultas : **Fakultas Pertanian**
Jurusan : **Agribisnis**
Pekerjaan : **Mahasiswa**

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

"Efisiensi Pemasaran Bibit Kakao di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 25 Mei 2019 s/d 25 Juli 2019.

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.

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Ketua LP3M,

Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.
NBM 101 7716



**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN
TERPADU SATU PINTU**

Jalan Soekarno Hatta Telp. 081 234 577 756

Website: dpmpstsp.luwutimurkab.go.id Email: kppt@luwutimurkab.go.id

M A L I L I, Kode pos 92981

Malili, 31 Mei 2019

K e p a d a

Nomor : 96/DPMPTSP/V/2019
Lampiran : -
Perihal : **Izin Penelitian**

Yth. Kepala Desa Cendana
Di -
Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur

Berdasarkan Surat dari Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 383/FP/A.2-II/V/1440/2019, tanggal 20 Mei 2019, tentang Permohonan Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan bahwa yang namanya tersebut dibawah ini :

Nama : **EVA ZULHIJJAH**
Tempat / Tanggal Lahir : Bakke / 10-03-1997
No.Stambuk : 10596 0201015
Fakultas : Fakultas Pertanian
Jurusan : Agribisnis
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : -

Bermaksud untuk melakukan Penelitian di Instansi Bapak / Ibu dalam rangka pelaksanaan Penyusunan Skripsi dengan judul :

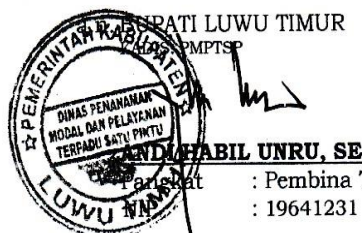
"EFISIENSI PEMASARAN BIBIT KAKAO DI DESA CENDANA KECAMATAN BURAU KABUPATEN LUWU TIMUR"

Yang akan dilaksanakan dari : tanggal **27 Mei s/d 25 Juli 2019**

Sehubungan dengan hal tersebut di atas pada prinsipnya Pemkab Luwu Timur dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan terlebih dahulu melapor kepada Pemerintah setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang – undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat Daerah setempat.
4. Melaporkan hasilnya, selambat – lambatnya 7 (tujuh) hari setelah kegiatan dilaksanakan kepada Bupati Luwu Timur Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Luwu Timur.
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian disampaikan untuk diketahui.



BUPATI LUWU TIMUR

DPMPTSP

ANDI HABIL UNRU, SE

Pejabat : Pembina Tk.I (IVb)

: 19641231 198703 1 208

Tembusan :

1. Bupati Luwu Timur (sebagai Laporan) di Malili;
2. Ketua DPRD Luwu Timur di Malili;
3. Dinas Pendidikan di Malili;
4. Dekan Fakultas Pertanian di Tempat;
5. Sdr. (M) **EVA ZULHIJJAH** di Tempat.



PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR
KECAMATAN BURAU
DESA CENDANA

Alamat : Dongi-Dongi Desa Cendana

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

NOMOR : 132/192/DC/VI/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AKISMAN, S.Kom
Jabatan : Sekretaris Desa Cendana
Alamat : Desa Cendana Kec.Burau Kab.Luwu Timur

Dengan ini menyatakan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Eva Zulhijjah
Stambuk : 105960201015
Program Studi : Agribisnis
Alamat : Desa Jalajja Kec.Burau Kab.Luwu Timur
Sekolah/Universitas : Universitas Muhammadiyah Makassar

Telah melakukan penelitian di Desa Cendana Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur selama 30 hari, terhitung mulai tanggal 27 mei s/d 25 juli 2019 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi Penelitian yang berjudul "EFISIENSI PEMASARAN BIBIT KAKAO DI DESA CENDANA KECAMATAN BURAU KABUPATEN LUWU TIMUR"

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunkan seperlunya.

Cendana, 24 juni 2019

An.KEPALA DESA CENDANA

Sekretaris Desa Cendana



AKISMAN, S.Kom