

**ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN AGROINDUSTRI DANGKE
DI KELURAHAN MATARAN KECAMATAN ANGGERAJA
KABUPATEN ENREKANG**

**NUR AZIZA
105960195315**



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

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

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pendapatan dan Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

Nama : Nur Aziza

Stambuk : 105960195315

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Telah diperiksa dan disetujui
Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Amruddin, S.Pt., M.Pd., M.Si
NIDN: 0922076902

Pembimbing II



Isnaini Junais, S.TP., M.Si
NIDN: 0926088401

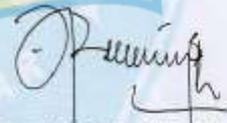
Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis



Dr. T. Burhanuddin, S.Pt., M.P.
NIDN: 0912066901



Dr. Sri Mardiyati, SP., MP
NIDN: 0921037003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Pendapatan dan Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang
Nama : Nur Aziza
Stambuk : 105960195315
Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

KOMISI PENGUJI

Nama Tanda Tangan

1. Amruddin, S.P., M.Pd., M.Si
Ketua Sidang
2. Isnaini Junnis, S.TP., M.Si
Sekretaris
3. Dr. Ir. Irwan Mado, M.P
Anggota
4. Ardi Rumallang, S.P., M.M
Anggota



Tanggal Lulus : 29 Agustus 2019

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN AGROINDUSTRI DANGKE DI KELURAHAN MATARAN KECAMATAN ANGGERAJA KABUPATEN ENREKANG** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apa pun di perguruan tinggi mana pun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Makassar, Agustus 2019

Nur Aziza
105960196415

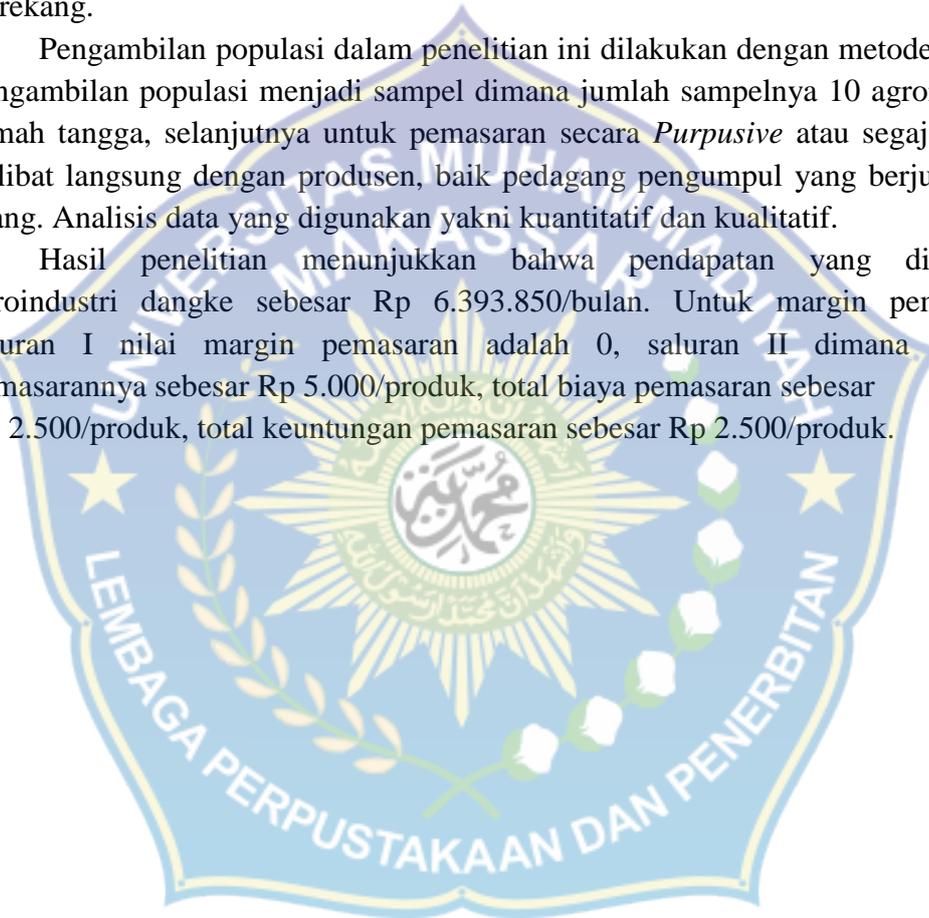
ABSTRAK

NUR AZIZA. 105960195315. *Analisis Pendapatan dan Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.* Dibimbing oleh, **AMRUDDIN** dan **ISNAM JUNAIS**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pendapatan dan Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

Pengambilan populasi dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sensus pengambilan populasi menjadi sampel dimana jumlah sampelnya 10 agroindustri rumah tangga, selanjutnya untuk pemasaran secara *Purpusive* atau segaja yakni terlibat langsung dengan produsen, baik pedagang pengumpul yang berjumlah 3 orang. Analisis data yang digunakan yakni kuantitatif dan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh agroindustri dangke sebesar Rp 6.393.850/bulan. Untuk margin pemasaran saluran I nilai margin pemasaran adalah 0, saluran II dimana margin pemasarannya sebesar Rp 5.000/produk, total biaya pemasaran sebesar Rp 2.500/produk, total keuntungan pemasaran sebesar Rp 2.500/produk.



KATA PENGANTAR



Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, yang telah dilimpahkan kepada penulis dengan penuh ketenangan hati dan keteguhan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Pendapatan dan Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang”.

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 senangtiasa membimbing, memotivasi dan memberi semangat selama penyusunan skripsi ini.

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

1. Amruddin, S.Pt., M.Pd., M.Si, selaku pembimbing I dan Isnam Junais, S.TP., M.Si selaku pembimbing II yang senang tiasa 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. Ibu Dr. Sri Mardiyati, SP., MP selaku ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Kedua orangtuaku ayahanda Ahmad Guling dan ibunda Saripa, dan saudara-saudariku tercinta Salmi Ahmad, Juslan, Yusril Ahmad yang banyak memberikan doa, dorongan, perhatian dan kasih sayangnya dengan tulus sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
6. Kepada teman-teman kelas C Jurusan Agribisnis angkatan 2015 dan terlebih kepada saudari Nurhamdayani, Dina Andini, dan Nur Rahmi A. Arsad yang senantiasa memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada kakanda Muslim, S.Pt, yang telah membantu dari awal dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi sehingga dapat menyelesaikan dengan baik.
8. Kepada pihak Pemerintah Kabupaten Enrekang khususnya kepala Pak Lurah Mataran berserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di Daerah tersebut.
9. Seluruh teman-teman Metarmorfosis 015 pertanian atas dukungannya, semangat, bantuan pikiran, dan doanya yang penulis tidak dapat sebut satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Makassar, Agustus 2019

Nur Aziza



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Dangke Sapi.....	6
2.2 Pemasaran.....	12
2.3 Bentuk Saluran Pemasaran	13
2.4 Lembaga Pemasaran.....	16
2.5 Margin dan Pemasaran.....	19
2.6 Pendapatan.....	20
	9

2.7	Penerimaan Produksi.....	26
2.8	Penelitian Terdahulu.....	27
2.9	Kerangka Pemikiran.....	28
III.	METODE PENELITIAN.....	29
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.2	Teknik Penentuan Sampel.....	29
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5	Teknik Analisis Data.....	32
3.6	Definisi Operasional.....	38
IV.	GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	
4.1.	Letak Geografis.....	35
4.2	Keadaan Demografis.....	36
4.2.1	Keadaan Penduduk Berdasarkan Pendidikan.....	37
4.2.2	Mata Pencarian Penduduk.....	38
4.3	Sarana dan Prasarana.....	39
4.4	Kondisi Pertanian/Peternak.....	39
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	
5.1	Identitas Responden.....	41
5.1.1	Umur Responden.....	42
5.1.2	Tingkat Pendidikan.....	43
5.1.3	Jumlah Tanggungan.....	44
5.1.4	Jenis Pekerjaan.....	45
5.1.5	Pengalaman Berusaha.....	46
5.2	Pendapatan Agroindustri Dangke.....	47
		10

5.2.1 Penerimaan Agroindustri Dangke perhari.....	49
5.2.2 Biaya Agroindustri Dangke.....	50
5.2.3 Pendapatan Agroindustri Dangke.....	51
5.3 Saluran Pemasaran Dangke.....	52
5.3.1 Margin Pemasaran Dangke.....	54
5.3.2 Margin Pemasaran Dangke pada Saluran I.....	55
5.3.3 Margin Pemasaran Dangke pada Saluran II.....	56
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
6.1 Kesimpulan.....	58
6.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Jumlah Penduduk di Kelurahan Mataran kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang 2018.....	36
2.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan 2018.....	37
3.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan/Mata Pencaharia 2018.....	38
4.	Jumlah Sarana dan Prasana yang terdapat di kelurahan Mataran 2018....	39
5.	Jumlah Kepemilikan Sapi Perah Pada Agroindustri Dangke Di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	41
6.	Jumlah Responden Berdasarkan Umur Agroindustri Dangke Dan Pedagang Di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	42
7.	Tingkat Pedidikan Responden Agroindustri Dangke Dan Pedagang di Kelurahan Mataram Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	42
8.	Identitas Responden Peternak dan pedagang Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	45
9.	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Agroindustri Dangke Dan Pedagang di Kelurahan Mataram Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	46
10.	Indentitas Responden Peternak berdasarkan Pengalaman Agroindustri Dangke Dan Pedagang di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	47
11.	Penerimaann Agroindustri di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	49
12.	Rincian Biaya Rata – rata Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	50
13.	Pendapatan Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	51

14. Saluran Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	53
15. Margin Pemasaran Saluran 1 Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	55
16. Margin Pemasaran Saluran 2 pada Tingkat Pedagang Pengumpul Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pikir Penelitian Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Agroindustri Dangke Di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
1.	Kuisioner Penelitian	63
2.	Peta Lokasi Penelitian	67
3.	Identitas Responden Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	68
4.	Biaya Penyusutan Alat Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	69
5.	Biaya Penyusutan Alat Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	70
6.	Biaya Pajak Rumah Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	71
7.	Biaya Upah Tenaga Kerja Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	72
8.	Biaya Listrik Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	73
9.	Biaya Variabel Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	74
10.	Penerimaan Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	75
11.	Total Biaya dan Pendapatan Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	76
12.	Pendapatan Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	77
13.	Saluran I Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	78

14. Saluran II Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019	78
15. Dokumentasi Penelitian	79
16. Surat Penelitian	80
17. Riwayat hidup peneliti	84



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan (Sulsel) meluncurkan program yang di kenal dengan nama Gerakan Pengembangan Ekonomi Masyarakat (Gerbang Emas). Salah satu sasaran dari program ini adalah mendorong pengembangan populasi sapi perah sehingga dapat menjadikan Provinsi Sulsel sebagai produsen susu segar terbesar di luar Pulau Jawa. Target ini cukup realistis mengingat kondisi agroklimat, agrokultur, dan agroekonomi yang cukup potensial dalam mendukung pengembangan sapi perah tersebut (Abrianto. P 2010).

Pengembangan sapi perah mempunyai dampak positif terhadap perekonomian daerah dan nasional. Dampak positif tersebut antara lain adalah penghematan devisa negara, menciptakan lapangan kerja, pendapatan peternak dan perbaikan gizi masyarakat. Tujuan utama pemeliharaan sapi perah saat ini adalah memperoleh produksi susu, pedet (anak sapi) dan pupuk kandang. Kawasan usaha sapi perah pada umumnya ada di sekitar kota besar yang mempunyai jaringan transportasi yang memadai, karena memudahkan pemasaran dan dapat membentuk jalur tataniaga susu. (Kariyasa dan Kasryno, 2004)

Susu merupakan hasil perahan yang diperoleh dari sapi atau kerbau serta hewan menyusui lainnya, yang dapat diminum atau dapat dipergunakan sebagai bahan pangan yang aman dan sehat. Susu merupakan sumber gizi lengkap yang mengandung kalori, protein, lemak, hidrat arang, kalsium, fosfor, zat besi, dan asam amino esensial. Susu telah dipergunakan manusia untuk pangan baik dalam

bentuk aslinya maupun dalam bentuk yang telah diolah menjadi berbagai produk lainnya. Kabupaten Enrekang adalah salah satu daerah yang menjadi prioritas pengembangan peternakan sapi perah di Sulawesi Selatan (Saleh, 2004).

Pemerintah Kabupaten Enrekang menjadikan dangke sebagai produk pangan lokal unggulan dan merupakan makanan tradisional yang sangat digemari, terbuat dari susu segar berbentuk kubah karena menggunakan tempurung kelapa sebagai cetaknya dan dibungkus dengan daun pisang. Produk ini dikenal sebagai “keju Enrekang” yang memiliki nilai gizi yang tinggi. Berdasarkan bahan baku pembuatan dangke, dapat dikategorikan sebagai dangke susu sapi dan dangke susu kerbau. (Rahman, 2014)

Masyarakat Enrekang pada umumnya, hanya mengenal satu jenis dangke yakni dangke susu kerbau. Namun karena tingginya permintaan dan kebutuhan dangke dan kemampuan dalam memproduksi susu kerbau yang sangat terbatas, yang juga disebabkan karena penurunan populasi kerbau. Sehingga pengolah dangke mencoba mencari alternatif bahan baku lain dalam pembuatan dangke kepada susu sapi. Beberapa karakteristik yang dimiliki dangke yang berasal dari susu kerbau adalah tampak lebih putih, tekstur lebih halus, dan aroma lebih tajam.

Rata-rata satu buah dangke dibuat dari 1,25 – 1,5 liter susu segar. Dangke diproduksi secara tradisional dengan teknologi yang sederhana. Berdasarkan jumlah air yang dikandung di dalamnya, dangke termasuk dalam golongan keju lunak (*soft cheese*) dengan kadar air 45,75 % berwarna putih dan bersifat elastis. Kebanyakan dangke dikonsumsi oleh masyarakat Enrekang dengan cara digoreng, dimasak, dan dibakar, atau kombinasi dari ketiga cara tersebut. (Isyana F 2012)

Di Kabupaten Enrekang dangke dikenal sejak tahun 1905. Seperti halnya dengan industri lainnya, industri dangke kurang mendapat perhatian dalam pengembangannya sehingga produk ini kurang di kenal. Pada hal produk tersebut memiliki potensi yang besar untuk menjadi salah satu sumber protein hewani dalam rangka pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat.

Dangke sapi adalah sejenis makanan bergizi yang dibuat dari susu sapi. Teknik pengolahan dangke ini memungkinkan susu dapat disimpan dalam jangka waktu yang lama (susu diubah bentuk menjadi dangke) dengan tanpa mengurangi nilai gizi yang dikandungnya. Usaha pembuatan/pengolahan dangke dikategorikan sebagai industri berskala rumah tangga. Sebab mulai dari produksi bahan mentah sampai pada pengolahannya menjadi dangke dilakukan oleh anggota keluarga. Umumnya bahan baku yang digunakan untuk membuat dangke diperoleh dari susu segar dari ternak mereka sendiri. Dangke sekilas mirip tahu, karena warna dan teksturnya putih dan kenyal. Biasanya dangke digunakan sebagai makanan atau lauk pauk dengan cara digoreng, dipanggang atau tergantung selera yang mengkonsumsinya (Anggraeni, A 2000).

Pemasaran dangke merupakan faktor yang sangat penting dalam penentuan harga dan pada akhirnya menentukan pendapatan produsen susu sapi perah. Harga yang tinggi belum tentu memberikan keuntungan yang tinggi bagi produsen. Produksi perlu diperhatikan efisiensi pemasarannya. Tingginya biaya pemasaran akan berpengaruh terhadap harga yang dibayar konsumen dan harga pada tingkat produsen. (Zulfikar, 2014)

Kabupaten Enrekang merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Selatan yang memprioritaskan pengembangan peternakan sapi perah. Dukungan dari Dinas Peternakan Kabupaten Enrekang melalui program-program pemberian modal bagi peternak, dan Inseminasi Buatan (IB) yang bertujuan mengembangkan produksi susu untuk mendukung kegiatan pengolahan dangke yang diolah dari susu sapi atau susu kerbau (Syamsul & Rauf, 2013).

Pekerjaan masyarakat Kabupaten Enrekang antara lain adalah bertani, berdagang, dan beternak seperti di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Usaha ternak ini berupa ternak sapi dan kerbau perah yang menghasilkan susu.

Dari uraian yang dikemukakan di atas, maka menarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Usaha Agroindustri Dangke Di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Berapa besar pendapatan yang diperoleh agroindustri dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang?
2. Bagaimana pemasaran dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pendapatan yang diperoleh agroindustri dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.
2. Mengetahui pemasaran agroindustri di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

Adapun kegunaan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan memberikan pertimbangan dalam perbaikan sistem pemasaran kepada pemerintah untuk tujuan peningkatan pemasaran dan pendapatan agroindustri dangke.
2. Memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ilmu pengetahuan bidang pemasaran hasil peternakan dan dapat juga menjadi rujukan bagi para peminat bidang ilmu pengembangan pemasaran produk pertanian, khususnya peternakan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Dangke Sapi

Dangke sapi adalah makanan tradisional yang berasal dari [Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan, Indonesia](#). Dangke terbuat dari fermentasi susu sapi yang diolah secara tradisional dengan nilai gizi yang tinggi karena di dalamnya terkandung zat-zat gizi seperti protein, lemak, vitamin dan mineral. Makanan khas dari Kabupaten Enrekang itu diolah dari susu sapi, kerbau atau kambing dengan penambahan getah papaya (enzim papain) melalui proses pemanasan sederhana. Salah satu kendala yang dialami dalam pengembangan makanan tradisional tersebut adalah ketidakseragaman kualitas produk yang dihasilkan oleh masyarakat dan masa simpan produk yang masih cukup singkat sehingga relatif sulit dalam menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas (Yusron, 2008).

Khususnya di Kabupaten Enrekang, susu sapi segar yang diperah sebagian besar diperuntukkan untuk pembuatan dangke dalam skala usaha rumah tangga. Untuk menghasilkan sebuah dangke berukuran setengah tempurung kelapa, dibutuhkan sekitar 1,25-1,50 liter susu segar, tergantung jenis sapi yang digunakan (JICA, 2009).

Dilihat sepintas, dangke mirip dengan tahu karena teksturnya yang kenyal, namun warnanya putih agak kekuningan. Rasanya gurih dengan aroma khas keju parmesan. Dangke aman untuk kesehatan karena diproses tanpa bahan pengawet. Dangke yang masih dalam keadaan panas dibungkus dengan daun pisang dan

kadang kala agar bisa tahan lama dilakukan pengawetan dengan ditaburi garam dapur, setelah itu siap dipasarkan (Ridwan, 2004).

Berdasarkan penelitian Gunawan dalam Ridwan (2004), pengaruh penggunaan garam dan kemasan terhadap daya simpan dari produk olahan susu tradisional masyarakat Sumatera Utara yang memiliki karakteristik produk yang hampir sama dengan dangke di Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa penggaraman dengan larutan garam jenuh perbandingan 1:1 mampu mempertahankan daya simpan hari keenam. Pengemasan dapat mempertahankan tekstur dan warna, pengemasan dapat mempertahankan penguapan air. Pengemasan yang terbaik adalah dengan menggunakan *plastic poliprofilen* atau dengan pengemasan menggunakan *aluminium foil*.

Sebagai salah satu produk olahan susu, dangke memiliki nilai tambah (*added value*) tersendiri dari limbahnya yakni berupa *whey* dangke yang juga dapat diolah menjadi produk olahan bergizi tinggi lainnya, misalnya dalam bentuk *nata de whey*. Namun untuk saat ini, *whey* hanya dimanfaatkan untuk dijadikan sebagai susu substitusi (tambahan/pengganti) bagi pedet sapi perah (JICA, 2009).

Saat ini produksi dangke Enrekang mampu memenuhi permintaan konsumen yang peminatnya tersebar di Makassar, Kalimantan, Papua, Jakarta hingga Malaysia. Dengan harga jual antara Rp 8 - 15 ribu per potongnya, peternak bisa mendapat keuntungan antara Rp 6 - 8 juta untuk setiap ekor sapi (Margianto, 2011).

Makanan tradisional merupakan makanan khas suatu daerah yang diolah secara tradisional turun temurun dari bahan yang tersedia di daerah tersebut.

Makanan tradisional umumnya diolah secara tradisional dengan peralatan sederhana dalam industri rumah tangga yang lingkungannya kurang menunjang (Ridwan, 2004).

Dangke adalah susu sapi yang dikentalkan (koagulasi) sehingga terbentuk padat seperti tahu bisa digoreng atau dibakar, dangke disantap sebagai lauk bersama sambal. Dangke sangat mirip dengan dali ni hordo yang populer di Tapanuli. Bedanya, dali ni hordo bisa dimasak lagi dengan kuah kuning dan gurih, sedangkan dangke diperlakukan layaknya tahu goreng (Winarno, 2004).

Menurut Ridwan (2011), bahwa dangke merupakan produk makanan tradisional, walaupun digemari konsumen, seringkali tidak dapat bersaing karena pengemasannya yang kurang menarik dan bentuk serta ukurannya tidak lagi sesuai dengan selera zaman. Dangke di Kabupaten Enrekang terdiri dari dua jenis yaitu dangke yang berbahan dasar susu sapi dan dangke yang berbahan dasar susu kerbau. Kedua jenis dangke tersebut memiliki ciri khas masing-masing. Keberadaan dua jenis dangke tersebut memberikan kesempatan kepada konsumen atau pembeli untuk menentukan jenis dangke yang sesuai dengan selera mereka. Dangke terbuat dari fermentasi susu sapi yang diolah secara tradisional. Dangke memiliki tekstur seperti [tahu](#) dan memiliki rasa yang mirip dengan [keju](#). Dangke juga terkenal memiliki kandungan protein betakaroten yang cukup tinggi. Dangke dibuat dengan merebus campuran susu sapi, garam, dan sedikit getah buah pepaya. Hasil rebusan tersebut kemudian disaring, dibuang airnya, dan kemudian dicetak sesuai bentuk yang diinginkan. Dangke dapat langsung disajikan atau diolah lagi menjadi variasi makanan lain seperti dangke bakar dan sejenisnya.

Berdasarkan hasil penelitian Ridwan (2004) dari sejumlah 100 orang responden terpilih, 79% mengkonsumsi dangke tersebut dalam bentuk digoreng, 3% dimasak, 1% dibakar, 2% kombinasi digoreng-masak dan sisanya 15% kombinasi digoreng-bakar. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi produk dangke di Kabupaten Enrekang masih dalam bentuk yang tradisional, belum ada diversifikasi yang luas atas produk tersebut. Hal ini akan berpengaruh pada jumlah konsumsi masyarakat atas produk tersebut.

Konsumsi masyarakat Kabupaten Enrekang terhadap produk dangke adalah 25% responden mengkonsumsi 1- 2 buah/hari, 14% respon mengkonsumsi 3-4 buah/hari dan sisanya 61% mengkonsumsi secara tidak menentu, tergantung keinginan dan kebutuhan. Nilai tersebut masih cukup rendah jika dibandingkan dengan jumlah rata-rata anggota keluarga per rumah tangga yang berada pada kisaran 3-6 orang. Hal ini menyiratkan bahwa dengan potensi jumlah penduduk dan rata-rata jumlah anggota keluarga per rumah tangga yang relatif besar, maka terdapat adanya potensi peningkatan tingkat konsumsi masyarakat, yang salah satu alternatifnya dengan memberikan kampanye konsumsi protein hewani, yang barengi dengan peningkatan diversifikasi produk dangke, sehingga tidak terfokus pada bentuk goreng, masak dan bakar. Rendahnya tingkat konsumsi tersebut mungkin juga disebabkan karena adanya persepsi masyarakat akan harga dangke tersebut yang masih dirasakan agak mahal. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data bahwa 76% responden menganggap bahwa harga dangke yang ada tergolong sedang, dan sisanya 24% responden menganggap bahwa harga dangke yang beredar di masyarakat tergolong mahal (Ridwan, 2004).

Konsumsi dangke sudah menjadi kebiasaan masyarakat dan bersifat turun temurun, bahkan ada kecenderungan bahwa dangke sudah merupakan bagian penting dari menu makan sehari-hari. Sejak bayi dan masa anak-anak kebiasaan makan dangke telah dibentuk oleh lingkungan keluarga. Hasil penelitian Ridwan (2005) menunjukkan bahwa terdapat delapan atribut yang menjadi pertimbangan utama dan sekaligus menjadi parameter konsumen dalam menilai produk dangke mana yang lebih baik dibandingkan dengan lainnya. Hasil yang diperoleh mengindikasikan bahwa konsumen dangke di Kabupaten Enrekang masih merupakan konsumen konvensional dengan pandangan utama dalam mengkonsumsi suatu produk terfokus pada atribut yang menjadi karakteristik utama berupa aroma, rasa, dan harga, sementara atribut lainnya masih dianggap sebagai pelengkap. Fenomena tersebut di atas dapat dimaklumi karena produk dangke merupakan makanan khas tradisional.

Produk dangke mempunyai keistimewaan sebagai produk tradisional sehingga ke-khasan produk merupakan kontributor nilai tambah terbesar dalam produk ini, hal ini sehingga karakteristik produk perlu untuk dipertahankan dan dilestarikan. Karakteristik produk yang dimaksud, bukan hanya pada bentuk dan komposisi produk, namun juga pada kemasan produk. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh JICA (2009) menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang pada pasar tradisional di Kabupaten Enrekang mengaku produk dangke yang dikemas selain menggunakan daun pisang dan produk yang dicetak dalam bentuk kotak kurang diminati oleh pelanggan.

Disisi lain keadaan ini secara tidak langsung menghambat perkembangan inovasi teknologi dalam proses pembuatan dangke, karena tuntutan permintaan konsumen yang menginginkan produk yang konvensional, proses pembuatannya pun bertahan pada keadaan konvensional. Lebih lanjut Gultom dan Siagian (2005) mengemukakan bahwa salah satu kendala perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah inovasi yang dibatasi oleh karakteristik dasar produk yang seringkali harus tetap dijaga, perubahan warna atau tampilan (kemasan) produk sangat berpengaruh terhadap perubahan minat pelanggan akan produk yang dihasilkan.

Proses produksi pembuatan dangke dengan metode yang konvensional diduga masih tidak memperhatikan aspek klinis dan keamanan produk. Hasil observasi langsung dilakukan oleh tim peneliti (JICA, 2009) melaporkan bahwa kebanyakan pengrajin dangke tidak melakukan desinfeksi yang baik pada peralatan yang digunakan pada saat pengambilan susu (pemerahan), alat penyaring saat penyaringan susu, peralatan dalam pembuatan dangke dan bahan pengemas (daun pisang) yang digunakan. Hal ini berdampak pada daya simpan dangke pada suhu ruang yang relatif sangat pendek, dangke paling tidak dapat bertahan hingga sore saat dijual dipasar, bahkan dalam beberapa jam saja bagian permukaan dangke sudah mulai nampak kekuningan. Penyimpanan pada suhu dingin dapat bertahan hingga lima hari (Murni Yuniwati 2008) dan hingga kurang lebih 21 hari pada suhu beku (JICA, 2009).

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 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).

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.

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

Bentuk saluran distribusi ada dua, yaitu (Amirullah, 2002):

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 di rumah. Bahkan lebih dari itu biasanya konsumen juga memperoleh fasilitas barang yang dikirimkan ke rumah mereka.

Dipihak lain pengusaha juga memperoleh keuntungan dengan adanya kontak langsung tersebut karena mereka akan dapat mengetahui karakteristik dari konsumen mereka. Dengan adanya informasi tersebut, pengusaha akan dapat mengetahui barang yang sesuai dengan karakteristik konsumen tersebut.

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 besar 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 disebabkan karena barang-barang konsumsi menyangkut lokasi pasar yang sangat luas dan menyebar ke seluruh pasar. Untuk menyalurkan secara langsung bagi barang konvinien akan dibutuhkan biaya yang sangat mahal. Bagi barang perabot rumah tangga ataupun barang mewah pada umumnya dilakukan 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 sayur-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. Perantara pemasaran

Saluran pemasaran yaitu serangkaian organisasi yang 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 menyandang berbagai nama, antara lain pedagang, agen, dan fasilitator. Perantara pemasaran membantu perusahaan untuk mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan barang ke pembeli akhir.

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 dimiliki 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 ketimbang 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).

Perantara itu sendiri di bagi menjadi dua :

a. Perantara pedagang

Pada dasarnya, perantara pedagang (*merchant middleman*) ini bertanggung 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 termasuk dalam golongan perantara pedagang menurut (Rahardi *et al* 1993) antara lain terdiri dari:

1. Pedagang Pengumpul

Pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari petani produsen dan kemudian memasarkannya kembali dalam partai besar kepada pedagang lain.

2. Pedagang Besar

Pedagang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul dan atau langsung dari petani produsen, serta menjual kembali kepada pengecer dan 28 pedagang lain dan atau kepada pembeli untuk industri, lembaga dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama pada konsumen akhir.

3. Pedagang Pengecer

Pedagang yang menjual barang hasil pertanian ke konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil.

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 Irawan, 2007)

Tetapi dalam penggunaan perantara juga terdapat beberapa kendala, yaitu :

- a. Terbatasnya jumlah tenaga pengiriman
- b. Terbatasnya jumlah barang
- c. Terbatasnya 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 pembelian.

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 (*Fasilatating 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 Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan di tingkat pengecer (konsumen) dengan harga

yang diterima oleh produsen. Dengan kata lain, margin pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat 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).

2.6 Pendapatan

Pendapatan bersih adalah selisih antara penerimaan total dengan pengeluaran total. Penerimaan tersebut bersumber dari hasil pemasaran atau penjualan hasil usaha sedangkan pengeluaran merupakan biaya total yang digunakan selama proses pendapatan. Pendapatan dapat diartikan dari dua pendekatan, yaitu : pendapatan menurut ilmu ekonomi diartikan sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam satu periode seperti keadaan semula. Definisi tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Secara garis besar pendapatan didefinisikan sebagai jumlah harta kekayaan awal periode ditambah

perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang.
(Kadarsan, Halimah W. 1995)

Menurut Suratiyah (2008), faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya biaya dan pendapatan sangatlah kompleks. Namun demikian, faktor tersebut dapat dibagi ke dalam dua golongan sebagai berikut:

1. Faktor internal dan faktor eksternal
2. Faktor manajemen

Faktor manajemen juga sangat menentukan dimana peternak sebagai manajer harus dapat mengambil keputusan dengan berbagai pertimbangan ekonomis sehingga diperoleh hasil yang memberikan pendapatan yang maksimal. Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang. Produksi dipengaruhi oleh beberapa faktor produksi usaha industri yang dapat menghasilkan produksi dengan baik adalah tanah, modal, tenaga kerja dan manajemen.

2.6.1 Tanah

Tanah sebagai salah satu faktor produksi merupakan pabrik hasil-hasil pertanian yaitu tempat dimana produksi berjalan dan darimana hasil produksi ke luar. Faktor produksi tanah mempunyai kedudukan paling penting. Hal ini terbukti dari besarnya balas jasa yang diterima oleh tanah dibandingkan faktor-faktor produksi lainnya. Potensi ekonomi lahan pertanian organik dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang berperan dalam perubahan biaya dan pendapatan ekonomi lahan. Setiap lahan memiliki potensi ekonomi bervariasi (kondisi produksi dan pemasaran), karena lahan pertanian memiliki karakteristik berbeda yang

disesuaikan dengan kondisi lahan tersebut. Maka faktor-faktornya bervariasi dari satu lahan ke lahan yang lain dan dari satu negara ke negara yang lain. Secara umum, semakin banyak perubahan dan adopsi yang diperlukan dalam lahan pertanian, semakin tinggi pula resiko ekonomi yang ditanggung untuk perubahan-perubahan tersebut. Kemampuan ekonomi suatu lahan dapat diukur dari keuntungan yang didapat oleh petani dalam bentuk pendapatannya. Keuntungan ini bergantung pada kondisi-kondisi produksi dan pemasaran. Keuntungan merupakan selisih antara biaya (*costs*) dan hasil (*returns*).

2.6.2 Modal (Sarana Produksi)

Dalam kegiatan proses produksi pertanian organik, maka modal dibedakan menjadi dua macam yaitu modal tetap dan tidak tetap. Perbedaan tersebut disebabkan karena ciri yang dimiliki oleh modal tersebut. Faktor produksi seperti tanah, bangunan, dan mesin-mesin sering dimasukkan dalam kategori modal tetap. Dengan demikian modal tetap didefinisikan sebagai biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak habis dalam sekali proses produk tersebut. Peristiwa ini terjadi dalam waktu yang relative pendek dan tidak berlaku untuk jangka panjang (Soekartawi, 2003).

Sebaliknya dengan modal tidak tetap atau modal variabel adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan habis dalam satu kali dalam proses produksi tersebut, misalnya biaya produksi yang dikeluarkan untuk membeli benih, pupuk, obat-obatan, atau yang dibayarkan untuk pembayaran tenaga kerja. Besar kecilnya modal dalam usaha pertanian tergantung dari :

Skala usaha, besar kecilnya skala usaha sangat menentukan besar-kecilnya modal yang dipakai makin besar skala usaha makin besar pula modal yang dipakai.

Macam komoditas, komoditas tertentu dalam proses produksi pertanian juga menentukan besar-kecilnya modal yang dipakai. Tersedianya kredit sangat menentukan keberhasilan suatu agroindustri.

2.6.3 Tenaga Kerja

Faktor produksi tenaga kerja, merupakan faktor produksi yang penting dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi dalam jumlah yang cukup, bukan saja dilihat dari tersedianya tenaga kerja tetapi juga kualitas dan macam tenaga kerja perlu pula diperhatikan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada faktor produksi tenaga kerja adalah : 1) Tersedianya tenaga kerja setiap proses produksi diperlukan tenaga kerja yang cukup memadai. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan perlu disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga jumlahnya optimal. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan ini memang masih banyak dipengaruhi dan dikaitkan dengan kualitas tenaga kerja, jenis kelamin, musim dan upah tenaga kerja. 2) Kualitas tenaga kerja dalam proses produksi, apakah itu proses produksi barang-barang pertanian atau bukan, selalu diperlukan spesialisasi. Persediaan tenaga kerja spesialisasi ini diperlukan sejumlah tenaga kerja yang mempunyai spesialisasi pekerjaan tertentu, dan ini tersedianya adalah dalam jumlah yang terbatas. 3) Jenis kelamin kualitas tenaga kerja juga dipengaruhi oleh jenis kelamin, apalagi dalam proses produksi pertanian. Tenaga kerja pria mempunyai spesialisasi dalam bidang pekerjaan tertentu seperti mengolah tanah, dan tenaga kerja wanita mengerjakan tanam. 4) Tenaga kerja

musiman pertanian ditentukan oleh musim, maka terjadilah penyediaan tenaga kerja musiman dan pengangguran tenaga kerja musiman.

2.6.4 Manajemen

Manajemen terdiri dari merencanakan, mengorganisasikan dan melaksanakan serta mengevaluasi suatu proses produksi. Karena proses produksi ini melibatkan sejumlah orang (tenaga kerja) dari berbagai tingkatan, maka manajemen berarti pula bagaimana mengelola orang-orang tersebut dalam tingkatan atau dalam tahapan proses produksi (Soekartawi, 2003).

2.6.5 Pendapatan dan Biaya

Pendapatan pada prinsipnya mempunyai sifat menambah atau menaikkan nilai kelayakan pemilik usaha, baik dalam bentuk penerimaan maupun tagihan. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya yang dikeluarkan. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pendapatan adalah semua barang, jasa dan uang yang diperoleh atau diterima oleh seseorang atau masyarakat dalam suatu periode tertentu dan biasanya diukur dalam satu tahun.

Untuk mengatur tingkat pendapatan peternak beberapa konsep dapat digunakan sebagai ukuran pendapatan usahatani antara lain:

a) Pendapatan kotor

Pendapatan kotor yaitu nilai produk total agroindustri dalam jangka waktu tertentu yang meliputi seluruh produk yang dihasilkan baik yang (1) dijual, (2) dikonsumsi rumah tangga petani, (3) digunakan dalam usahatani seperti untuk bibit atau makanan ternak, (4) digunakan untuk pembayaran, dan

(5) untuk disimpan. Untuk menghitung nilai produk tersebut, harus dikalikan dengan harga pasar yang berlaku, yaitu harga jual bersih ditingkat petani.

b) Pendapatan bersih

Sementara pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor agroindustri dengan pengeluaran total usaha. Pendapatan agroindustri dipengaruhi oleh penerimaan usaha dan biaya produksi. Pendapatan agroindustri ditentukan oleh harga jual produk yang diterima ditingkat peternak maupun harga-harga faktor produksi yang dikeluarkan peternak sebagai biaya produksi. Jika harga produk atau harga faktor produksi berubah, maka pendapatan agroindustri juga akan mengalami perubahan.

c) Biaya tetap (*Fixed cost*)

Biaya tetap adalah seluruh perbelanjaan-perbelanjaan yang besarnya tetap berapapun jumlah output yang dihasilkan. Contoh-contoh bagi fixed cost (*biaya tetap*) yang dalam kenyataan adalah misalnya: sewa (*rent*), asuransi (*insurance*), biaya pemeliharaan (*maintenance cost*), biaya penyusutan barang-barang modal (*depreciation*) biaya bagi hasil (*profit sharing*), gaji (baik gaji karyawan tetap maupun biaya gaji pemimpin, dan sebagainya. Dari semua biaya yang tergolong dalam fixed cost itu bersifat independent (tidak tergantung) terhadap besarnya output yang dihasilkan.

d) Biaya Variabel (*Variable Cost/VC*)

Variable cost merupakan biaya untuk pengadaan atau pembelian sumber-sumber variabel atau variable resources yang besarnya berubah-ubah sesuai output yang dihasilkan dengan perkataan lain, besarnya biaya variabel itu berbanding

lurus (atau berjalan searah) dengan besarnya jumlah output yang dihasilkan. Contoh-contoh variable cost antara lain: upah, bahan-bahan mentah, bahan bakar, transportasi dan sebagainya.

e) Biaya Total (*Total Cost/TC*)

Biaya total merupakan penjumlahan dari semua jenis biaya yang ada, yaitu penjumlahan seluruh biaya yang dikeluarkan, baik untuk *fixed resources* maupun *variable resources* karena biaya variabel merupakan unsur biaya total, maka biaya total memiliki sifat sebagaimana yang juga dimiliki oleh biaya variabel, yakni bahwa besarnya biaya total itu berubah-ubah relatif perubahan jumlah output yang dihasilkan. Namun, *fixed cost* yang juga bagian dari biaya total, nilai eksistensinya tetap tidak berubah.

Biaya usaha dibedakan menjadi: Biaya tetap (*fixed cost*): biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Yang termasuk biaya tetap adalah sewa tanah, pajak, alat pertanian, dan iuran irigasi; Biaya tidak tetap (*variable cost*): biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh, seperti biaya saprodi (tenaga kerja, pupuk, pestisida, dan bibit).

2.7 Penerimaan Produksi

Produksi juga berkaitan dengan cara bagaimana sumber daya atau masukan dipergunakan untuk menghasilkan produk atau keluaran. Produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Lebih lanjut Putong mengatakan produksi atau memproduksi menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu

barang akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih dari bentuk semula. Lebih spesifik lagi produksi adalah kegiatan perusahaan dengan mengombinasikan dengan berbagai input untuk menghasilkan output dengan biaya yang minimum.

Penerimaan produksi petani pada dasarnya juga terdiri atas dua bagian yakni: penerimaan kotor yaitu penerimaan yang berasal dari penjualan hasil pertanian. Penerimaan ini diperoleh dengan perhitungan jumlah hasil produksi dikalikan dengan harga atau: $\text{Penerimaan} = \text{Produksi} \times \text{Harga (Rp)}$, dimana;

TR = Total penerimaan

Q = Jumlah Hasil Produksi

P = Harga produksi.

Selain penerimaan kotor dikenal istilah penerimaan bersih yaitu penerimaan yang diperoleh dari hasil perhitungan penjualan hasil produksi pertanian setelah dikurangi dengan biaya produksi yang digunakan. Atau: $\Pi = \text{TR} - \text{TC}$ dimana;

Π = Pendapatan

TR = Penerimaan kotor

TC = Total Biaya produksi yang dikeluarkan

2.8 Penelitian Terdahulu

Hasil menunjukkan dari penelitian bahwa saluran pemasaran ada dua pola yaitu peternak/pembuat dangke-konsumen yang kedua yaitu peternak/pembuat dangke pedagang pengumpul-konsumen dan saluran yang efisien pada kedua saluran pemasaran tersebut yaitu keduanya sudah efisien karena bagian yang di

terima produsen (farmer's share) lebih tinggi daripada persentase margin. (Zulfikar, 2014)

Penelitian lain yang dilakukan Hasnita (2018) pada 23 industri rumah tangga usaha dangke. Penelitian menggunakan Analisis SWOT dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi dangke yaitu 173 buah/responden perbulan, volume penjualan sebesar 157 buah/responden perbulan, biaya sebesar Rp 1.664.890, dengan harga Rp 17.130/responden perbulan dan pendapatan pemilik usaha dangke yaitu Rp 1.024.520 perbulan.

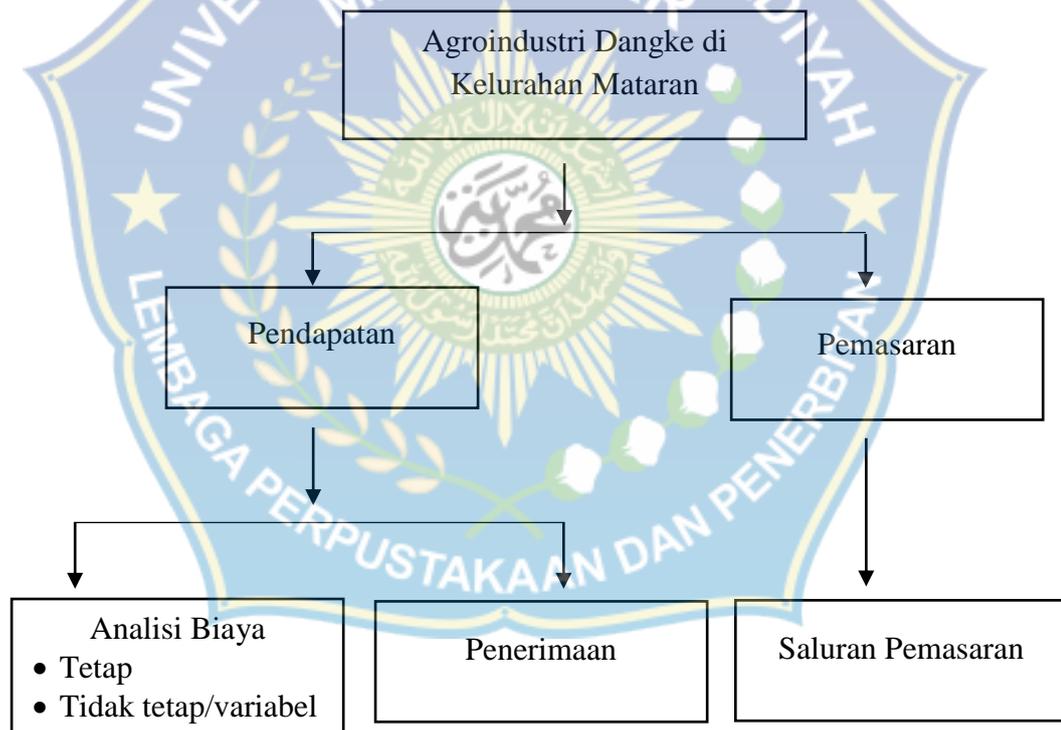
Sedangkan Irmayani (2011) menyatakan bahwa strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha sapi perah di Kabupaten Enrekang yakni antara lain Meningkatkan populasi sapi perah, pemberdayaan kredit usaha, optimalisasi lahan, penerapan teknologi untuk memudahkan dalam pengembangan usaha sapi perah, kemitraan usaha, memperbaiki manajemen pemeliharaan sapi perah, penataan kawasan dan meningkatkan teknologi. Sedangkan untuk prioritas strategi yang terlebih dahulu dilaksanakan dalam pengembangan usaha sapi perah di Kabupaten Enrekang yaitu meningkatkan populasi sapi perah, pemberdayaan kredit usaha dan optimalisasi lahan.

2.9 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini diawali dengan melakukan suatu analisis pendapatan. Sebagian besar pemasaran tidak mengetahui seberapa besar pendapatan yang mereka terima setiap hari, mereka hanya mengetahui bahwa usaha yang mereka lakukan menguntungkan. Oleh karena itu analisis pendapatan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pendapatan yang mereka terima setiap kali produksi.

Ancaman-ancaman yang sering mengganggu keberlangsungan agroindustri dangke ini adalah peternak yang tidak dapat menentukan harga jual karena kurangnya permintaan di daerah lokal sehingga menyebabkan penumpukan atau kelebihan produk. Selama ini untuk mengatasi masalah agroindustri dangke mencari informasi atau jaringan-jaringan di luar yang mampu menampung atau membeli hasil produksi pengusaha dangke.

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



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian Analisi Pendapatan Dan Pemasaran Agroindustri Dangke Di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) karena daerah ini merupakan penghasil dangke berbahan baku susu segar. Waktu penelitian ini dilakukan selama dua bulan yaitu mulai pada bulan Juni sampai bulan Juli 2019.

3.2 Teknik Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu pengusaha agroindustri kecil dangke yang mengelola susu segar sapi menjadi dangke, dengan jumlah agroindustri dangke 10 agroindustri rumah tangga. Penentuan sampel dilakukan dengan metode sensus (pengambilan populasi menjadi sampel), dimana jumlah sampelnya adalah 10 agroindustri rumah tangga.

Selanjutnya untuk menentukan pemasaran yang ikut berperan dalam saluran pemasaran dangke dilakukan secara *Purposive* (sengaja) yakni yang terlibat langsung dengan produsen, baik pedagang pengumpul yang berjumlah 3 orang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. 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 kualitatif adalah data informasi yang berbentuk kalimat verbal bukan berupa simbol angka atau bilangan. Dengan kata lain untuk mendapatkan data kualitatif lebih banyak membutuhkan waktu dan sulit dikerjakan karena harus melakukan wawancara, observasi, diskusi atau pengamatan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Data primer adalah sumber data yang di peroleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian hasil pengujian (benda). 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

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Observasi pengamatan, dimana observer hanya menjadi penonton saja (non participant). Untuk melakukan observasi atas kehidupan masyarakat desa tersebut, observer tidak perlu menjadi penduduk desa tersebut, melainkan kalau cukup melakukan peninjauan-peninjauan.
- b. Wawancara yaitu pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan secara langsung terhadap peternak yang mengenai agroindustri dangke.

- c. 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 dengan foto.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk rumusan masalah pertama 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 kuantitatif:

Untuk menghitung pendapatan agroindustri dangke di gunakan rumus:

- a. Rumus pendapatan:

$$\Pi = TR - TC$$

Dimana:

Π = pendapatan bersih

TR = Penerimaan total (P X Q)

TC = biaya total (TFC + TVC)

- b. Analisis menggunakan rumus margin pemasaran yaitu :

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan :

Mp = Margin Pemasaran dangke (Rp/produk)

Pr = Harga dangke ditingkat konsumen (Rp/produk)

P_f = Harga dangke ditingkat produsen (Rp/produk)

Sedangkan untuk rumusan masalah kedua digunakan analisis kualitatif untuk memperoleh gambaran pemasaran di lokasi pemilik.

3.6 Definisi Operasional

1. Pengusaha agroindustri dangke adalah produsen yang mengolah susu segar sapi menjadi dangke di Kelurahan Mataran Kabupaten Enrekang Kecamatan Anggeraja.
2. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang mengumpulkan hasil dangke dari produsen.
3. Saluran pemasaran adalah jalur yang dilalui oleh produk dari produsen ke konsumen akhir.
4. Margin pemasaran adalah selisih harga yang diterima pengusaha agroindustri dangke dengan harga yang harus dibayarkan oleh konsumen dalam satuan Rp/Produk.
5. Biaya pemasaran adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang diukur dalam Rp/Produk.
6. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan selama pemasaran dangke dengan satuan rupiah per bulan yang diukur dalam Rp/Produk.
7. Pemasaran adalah kemampuan suatu sistem pemasaran untuk menyampaikan produk ke tangan konsumen dengan harga yang semurah murahnya.
8. Biaya tetap adalah seluruh perbelanjaan-perbelanjaan yang besarnya tetap berapapun jumlah output yang dihasilkan.

9. Biaya Variabel Variable cost merupakan biaya untuk pengadaan atau pembelian sumber-sumber variabel atau variable resources yang besarnya berubah-ubah sesuai output yang dihasilkan dengan perkataan lain, besarnya biaya variabel itu berbanding lurus (atau berjalan searah) dengan besarnya jumlah output yang dihasilkan.



VI. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis

Kelurahan Mataran merupakan salah satu Kelurahan yang terletak di Kecamatan Anggeraja Provinsi Sulawesi Selatan dengan luas Kelurahan Mataran adalah 4,98 Km². Kelurahan Mataran dengan jarak dari Ibukota Kabupaten 27 Km bisa ditempu dengan naik roda dua dan empat.

Secara Geografis Kelurahan Mataran berada pada ketinggian 700-1000 M diatas permukaan laut, dengan curah hujan rata-rata pertahun 1.224 MM pertahun. Kondisi topografis bervariasi umumnya berada pada daerah aliran sungai Mata Allo, yang sebagian besar penduduk bermata pencaharian sebagai petani bawang merah, peternak dan tanaman sayuran-sayuran lainnya disamping itu juga ada yang bekerja di sector jasa, Pegawai Negeri Sipil dan lain sebagainya. Kelurahan Mataran memiliki batas- batas wilayah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Desa bubun Lamba
Sebelah Timur : Desa Tampo
Sebelah Selatan : Kelurahan Lakawan
Sebelah Barat : Desa Singki

Sedangkan secara Administasi Wilayah Kelurahan Mataran dibagi dalam 3 (tiga) Lingkungan yaitu:

1. Lingkungan Belalang
2. Lingkungan Sossok, I
3. Lingkungan Sossok I

4.2 Kondisi Demografis

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 bidang sosial, ekonomi, politik, budaya dan pendidikan, sekaligus sebagai faktor utama dalam pembangunan fisik maupun nonfisik. Oleh karena kehadiran dan peranannya sangat menentukan bagi perkembangan suatu wilayah, baik dalam skala kecil maupun besar.

Berdasarkan data yang diperoleh, bahwa jumlah penduduk berdasar jenis kelamin di Kelurahan Mataran dilihat pada Tabel 01.

Tabel 01. Jumlah Penduduk di Kelurahan Mataran kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

No	Kelurahan Mataran	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Jumlah KK
1	Ling k Belalang	428	436	864	209
2	Lingk.Sossok 1	297	297	594	155
3	Lingk. Soosk 2	535	497	1.032	267
	Jumlah	1.260	1.230	2.490	631

Sumber : Kantor Kelurahan Mataran dalam Angka Tahun 2018

Tabel 01 menjelaskan bahwa jumlah penduduk di Kelurahan Mataran yaitu berjumlah 2.490 jiwa dimana laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan, jumlah penduduk perempuan sebanyak 1.230 jiwa, sedangkan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1.260 jiwa.

Keadaan penduduk Kelurahan Mataran dihitung mulai angka bayi sampai umur berlanjut. Keadaan penduduk Kelurahan Mataran masih sangat potensial

untuk mengembangkan satu titik usaha yang maksimal karena masih banyak didominasi oleh umur yang masih produktif, sehingga pola pikir untuk mengembangkan usaha di bidang pertanian terkhusus pada penciptaan ekonomi sampingan pada tahapan-tahapan usaha-usaha sampingan.

4.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Pendidikan

Menurut Soejono (1976), kemampuan seseorang di dalam berusaha tani maupun ikut kegiatan di lingkungan sekelilingnya sebagian ditentukan oleh tingkat pendidikannya, baik yang bersifat formal maupun informal. Tingkat pendidikan pada umumnya dapat berpengaruh terhadap adap pengetahuan seorang, sampai pada tingkat pengusaha, terutama pada proses kecepatan dan ketepatan dalam pengambilan keputusan usaha. Oleh karena itu, data penduduk berdasarkan pendidikan merupakan hal yang cukup penting diketahui. Data penduduk berdasarkan pendidikan di Kelurahan Mataran dapat dilihat pada Tabel 02.

Tabel 02. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kelurahan Mataran kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Tidak tamat SD	200	8,61
2	Tamat SD	600	25,84
3	Tamat SMP	512	22,05
4	Tamat SMA	700	30,15
5	Tamat D3	108	4,65
6	Tamat S1	202	8,70
Jumlah		2322	100,00

Sumber : Kantor Kelurahan Mataran dalam Angka Tahun 2018

Tabel 02 menjelaskan bahwa penduduk Kelurahan Mataran yang tidak tamat SD berjumlah 200 orang dan selebihnya sudah mendapat ijazah SD 600

orang, tamat SMP 512 orang, tamat SMA 700 orang, tamat D3 108 orang dan tamat S1 202 orang.

4.2.2 Mata Pencaharian Penduduk

Mata pencaharian penduduk Kelurahan Mataran Kecamatan Anggerja Kabupaten Enrekang sebagian besar adalah petani. Namun tidak semua penduduk Kelurahan Mataran bermata pencaharian sebagai petani karena ada juga sebagian masyarakat yang mata pencahariannya sebagai buruh tani, PNS, pengrajin industri, peternak, dan pengusaha kecil dan menengah, untuk lebih jelasnya dilihat pada Tabel 03.

Tabel 03. Mata Pencaharian Penduduk di Kelurahan Mataran kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Petani	700	43,08
2	Buruh Tani	100	6,15
3	PNS	245	15,08
4	Pengrajin Industri	100	6,154
5	Peternak	200	12,31
6	Pengusaha kecil dan menengah	150	9,23
7	Pensiunan PNS/TNI/POLRI	130	8
Jumlah		1625	100

Sumber : Kantor Kelurahan Mataran dalam Angka Tahun 2018

Tabel 03 menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang mempunyai mata pencaharian dari sektor pertanian sebanyak 700 orang. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas perekonomian didominasi oleh sektor pertanian.

4.3 Sarana dan Prasarana

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

Jenis sarana yang ada di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang sebagian besar berupa sarana pendidikan, sarana kesehatan, sarana tempat ibadah, sarana pemerintahan

Keadaan sarana dan prasarana di Kelurahan Mataran dapat dilihat pada Tabel 04.

Tabel 04. Sarana dan Prasarana di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah (Unit)	Persentasi (%)
1	Kantor Lurah	1	8,33
2	Tk	1	8,33
3	SMP	1	8,33
4	SMA	1	8,33
5	SD	2	16,67
6	Posyandu	2	16,67
7	Mesjid	4	33,33
Jumlah		12	100,00

Sumber : Kantor Kelurahan Mataran dalam Angka Tahun 2018

4.4 Kondisi Pertanian/Peternakan

Kelurahan Mataran memiliki dengan luas tanah mencapai 4,98 Km², sehingga potensial untuk dilakukan usaha pertanian dan peternakan. Untuk usaha pertanian biasanya ditanam bawang merah dan sayur-sayuran lainnya. Sedangkan usaha peternakan seperti sapi potong, sapi perah, ayam potong. Dari

sekian banyak usaha pertanian dan peternakan yang paling di utamakan adalah tanaman bawang merah sedangkan ternak sapi adalah usaha sampingan di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Usaha peternakan sapi perah yang diusahakan di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang pada umumnya masih menggunakan pemeliharaan tradisional. Peternak menggembalakan sapi perah di kebun yang tersedia pakan yang cukup yang tidak terlalu jauh dari rumah mereka. Pada umumnya petani yang di Kelurahan Mataran memelihara sapi perah sebagai pekerjaan sampingan dan pekerjaan utama petani.

Kepemilikan sapi perah menunjukkan banyaknya sapi yang dimiliki oleh responden, jumlah kepemilikan ternak yang dimiliki oleh responden di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang bervariasi. Adapun jumlah populasi kepemilikan sapi perah yang dimiliki oleh responden di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada Tabel 05.

Tabel 05. Jumlah Kepemilikan Sapi Perah Pada Agroindustri Dangka Di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

No	Jumlah Sapi Perah (Ekor)	Jumlah Peternak/Pembuat Dangka (Orang)	Persentase (%)
1	1 – 3	8	80,00
2	4 – 6	2	20,00
	Jumlah	10	100,00

Sumber : Data Primer Telah diolah, 2019.

Tabel 05 menunjukkan bahwa jumlah kepemilikan sapi perah mulai yang dimiliki oleh responden sangat beragam yakni berkisaran antara 7 ekor sampai 10 ekor. Kepemilikan ternak tersebut akan berpengaruh dengan jumlah produksi yang dihasilkan karena semakin banyak sapi perah yang memproduksi maka akan semakin meningkat pula produksi susu yang dihasilkan.

5.1.1 Umur Responden

Sumber daya manusia adalah salah satu faktor pendukung keberhasilan suatu usaha dimana termasuk dalam hal ini umur seseorang. Umur seorang peternak dan pedagang berpengaruh terhadap kerja, sebab umur erat kaitannya dengan kemampuan kerja serta pola pikir dalam menentukan corak dan bentuk serta pola manajemen yang diterapkan dalam usaha. Berdasarkan hal inilah, maka peranan tingkatan umur bagi peternak dan pedagang tidak dapat diabaikan. Umur akan mempengaruhi peternak dan pedagang dalam mempelajari, memahami dan mengadopsi inovasi dalam berusaha yang dijalankannya, umur juga berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas kerja yang dilakukan peternak dan pedagang. Responden yang diamati dalam penelitian ini adalah peternak dan pedagang yang ada di dapat dilihat pada Tabel 06.

Tabel 06. Jumlah Responden Berdasarkan Umur Agroindustri Dangka Dan Pedagang Di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	30 – 35	10	76,92
2	37 – 43	1	7,70
3	44 – 45	2	15,38
	Jumlah	13	100,00

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 06 terlihat bahwa pada umur 30 – 35 memiliki persentase yang lebih yakni 76,92 %. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki usia yang berbeda-beda, sehingga peternak dan pedagang dapat menerima pengetahuan dan informasi tentang agroindustri dan berdagang Hal ini sesuai pendapat, (Ahmadi,2001), bahwa memang daya ingat seseorang itu

salah satunya dipengaruhi oleh umur. Dari uraian ini maka dapat kita simpulkan bahwa bertambahnya umur seseorang dapat berpengaruh pada penambahan pengetahuan yang diperolehnya, akan tetapi pada umur-umur tertentu atau menjelang usia lanjut kemampuan penerimaan atau mengingat suatu pengetahuan akan berkurang.

5.1.2 Tingkat Pendidikan Responden

Indikator lain yang dianggap berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha adalah tingkat pendidikan. Perbedaan tingkat pendidikan akan menyebabkan pula perbedaan cara dan pola pikir peternak dan pedagang dalam mengadopsi berbagai inovasi dan teknologi yang dapat meningkatkan produktifitas dan efisiensi usaha. Tingkat pendidikan adalah strata pendidikan formal tertinggi yang berhasil dicapai oleh peternak dan pedagang sampai pada saat penelitian dilakukan, yaitu SD, SMP, SMA dan S1 . Karakteristik tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 07.

Tabel 07. Tingkat Pendidikan Responden Agroindustri Dangke Dan Pedagang di Kelurahan Mataram Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD	6	46,15
2	SMP	3	23,09
3	SMA	2	15,38
4	S1	2	15,38
Jumlah		13	100,00

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019

Tabel 07 menunjukkan bahwa peternak dan pedagang responden yang memiliki pendidikan SD sebanyak 6 orang atau 46.15 %, SMP sebanyak 3 orang

atau 23,08 %, SMA sebanyak 2 orang atau 15,38 % dan S1 sebanyak 2 orang atau 15,38 %. Jadi tingkat pendidikan peternak dan pedagang responden menunjukkan bahwa tingkat pendidikan sebagian besar responden masih tergolong rendah, hal ini disebabkan kurangnya fasilitas pendidikan yang ada di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Tingkat pendidikan merupakan faktor internal yang mempengaruhi motivasi peternak dan pedagang dalam menjalankan usahanya. Semakin tinggi tingkat pendidikan formal yang ditempuh peternak dan pedagang maka semakin tinggi pula tingkat motivasinya dalam menjalankan usaha. Hal ini sesuai dengan pendapat Hendrayani dkk (2009) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang tentunya akan semakin tinggi pula daya serap teknologi dan semakin cepat untuk menerima inovasi yang datang dari luar dan begitu juga sebaliknya.

5.1.3 Jumlah Tanggungan Keluarga

Penggambaran tentang jumlah anggota keluarga peternak dan pedagang bertujuan untuk melihat seberapa besar tanggungan keluarga tersebut. Keluarga petani terdiri dari petani itu sendiri sebagai kepala keluarga, istri, anak dan tanggungan lainnya yang berstatus tinggal bersama dalam satu keluarga. Jumlah tanggungan keluarga dalam suatu rumah tangga adalah tanggungan keluarga yang terdiri dari kepala rumah tangga, istri dan anak serta anggota keluarga lainnya yang menjadi tanggungan dari kepala keluarga.

Anggota keluarga sebagai tanggungan merupakan salah satu modal tenaga kerja, sebab mereka akan ikut mengelola agroindustri dangke . Hal ini sejalan

karena pada umumnya tenaga kerja yang terlibat langsung dalam agroindustri dangke berasal dari anggota keluarga itu sendiri. Di lain pihak besarnya jumlah keluarga adalah beban berat bagi peternak dalam menghidupi keluarganya, namun di sisi lain merupakan sumber tenaga kerja bagi keluarga Tanggungan keluarga peternak dan pedagang responden dapat disajikan pada Tabel 08 berikut ini.

Tabel 08. Identitas Responden Peternak dan pedagang Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

No	Tanggungan Keluarga	Jumlah	Persentase (%)
1	3 – 6	6	46,15
2	7 – 8	5	38,47
3	9 – 10	2	15,38
Jumlah		13	100,00

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019

Tabel 08 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga peternak dan pedagang responden 3 – 6 sebanyak 6 orang atau 46,15 %. Keadaan demikian sangat mempengaruhi tingkat kesejahteraan keluarga dan untuk peningkatan produksi dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini sesuai dengan pendapat (Soekartawi, 2000) bahwa jumlah tanggungan keluarga peternak dan pedagang cenderung turut berpengaruh pada kegiatan agroindustri dangke, karena keluarga yang relatif besar merupakan sumber tenaga keluarga.

5.1.4 Jenis Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang tentu ada kaitannya dengan tingkat pendapatan yang diperoleh. Jenis pekerjaan sangat mempengaruhi sikap seseorang. Secara umum dalam penelitian ini sebagian besar mata pencariannya sebagai petani.

Tabel 09. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Agroindustri Dangke Dan Pedagang di Kelurahan Mataram Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Petani	5	38,46
2	PNS	3	23,08
3	Peternak	2	15,08
4	Pedagang	3	23,08
Jumlah		13	100,00

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019

Tabel 09 menunjukkan bahwa dari 13 orang responden yang diteliti, 5 orang atau 38,46 % diantaranya merupakan petani, 3 orang atau 23,08 % merupakan PNS, 2 orang atau 15,08 % merupakan peternak dan 3 orang atau 23,08 % merupakan pedagang. Berdasarkan pekerjaan responden sebagian besar adalah petani karena di daerah Kelurahan Mataram hal ini menunjukkan bahwa aktivitas perekonomian didominasi oleh sektor pertanian.

5.1.5 Pengalaman Berusaha

Pengalaman peternak dan pedagang adalah lamanya seseorang menggeluti usaha yang dinyatakan dalam tahun. Pengalaman peternak dan pedagang ini merupakan salah satu faktor penentu dalam keberhasilan agroindustri dangke dan berdagang sebab semakin lama mengelola agroindustri dangke maka semakin banyak pula mengetahui dan mengenal hal-hal yang berkaitan dengan agroindustri

dangke. Dengan demikian tingkat keberhasilan dapat semakin besar karena pengalaman adalah guru yang paling baik.

Tabel 10. Identitas Responden Peternak berdasarkan Pengalaman Agroindustri Dangke Dan Pedagang di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

No	Pengalaman Usaha (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	2 – 6	5	38,46
2	7 – 8	5	38,46
3	9 – 10	3	23,08
Jumlah		13	100,00

Sumber : Data primer setelah di olah 2019

Berdasarkan Tabel 10 dapat memperlihatkan bahwa jumlah pengalaman peternak dan pedagang responden 2 – 6 tahun dan 7 – 8 tahun masing-masing sebanyak 5 orang atau 38,46 %. Hal ini sesuai dengan pendapat Hendrayani (2009) yang menyatakan bahwa pengalaman bertani/beternak merupakan modal penting untuk berhasilnya suatu kegiatan usaha tani. Berbedanya tingkat pengalaman masing-masing peternak dan pedagang maka akan berbeda pula pola pikir mereka dalam menerapkan inovasi pada kegiatan usahanya. Penerapan teknologi dan manajemen yang baik akan mempengaruhi perilaku berusaha dalam melakukan agroindustri dangke dan berdagang yang dimiliki. Semakin lama pengalaman seseorang maka keterampilan yang dimiliki akan lebih tinggi dan berkualitas.

5.2 Pendapatan Agroindustri Dangke

Produksi yang dihasilkan pada agroindustri dangke, ditentukan oleh faktor manajemen, sarana produksi dan lingkungan pada saat itu, jika komponen sarana produksi terpenuhi, pengelolaan usaha dengan baik, dan faktor lingkungan menunjang maka produksi yang dihasilkan akan tinggi.

Pembiayaan agroindustri dangke biasa kita kenal ada dua biaya yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap besarnya tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi yang dihasilkan, sedangkan biaya tidak tetap (variabel) adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh.

Biaya adalah nilai dari semua korbanan atau input ekonomis yang diperlukan dan dapat diukur untuk menghasilkan suatu produk. Semakin banyak faktor produksi yang digunakan (hingga batas kebutuhan batas optimum) maka tanaman akan menghasilkan produksi yang maksimal.

Biaya biasa dipergunakan untuk mengetahui pendapatan yang diterima peternak pada agroindustri dangke. Pada analisis ini akan hitung biaya dan pendapatan agroindustri dangke.

Produksi adalah suatu proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi atau menambah nilai suatu produk (barang dan jasa) agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

Analisis pendapatan dalam agroindustri dangke diperlukan untuk mengetahui selisih besarnya hasil produksi yang diperoleh dengan besarnya biaya-biaya yang dikeluarkan selama satu tahun pemeliharaan. Melalui analisis pendapatan ini peternak dapat membuat suatu rencana berkaitan dengan agroindustri dangke yang dikelolanya.

Untuk dapat menganalisa pendapatan dari agroindustri dangke maka sebelumnya harus diketahui semua komponen pengeluaran selama proses produksi serta penerimaan yang diperoleh dari hasil penjualan hasil produksi.

5.2.1 Penerimaan Agroindustri Dangke dalam perbulan

Produksi adalah suatu proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi atau menambah nilai suatu produk (barang dan jasa) agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Sedangkan jumlah produksi di kali dengan harga jual akan di peroleh penerimaan. Adapun penerimaan yang diperoleh dari agroindustri dangke dalam perbulan yaitu, dapat di lihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Penerimaann Agroindustri di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

No	Uraian	Jumlah (Rp/Bulan)
1	Produksi (Produk)	10.050
2	Harga (Rp)	192.000
3	Penerimaan (Rp)	192.150.000
4	Rata - rata/Bulan (Rp)	19.215.000

Sumber: Data Primer Setelah di Olah 2019

Dari Tabel 11 menunjukkan bahwa penerimaan dari agroindustri dari 10 pengusaha sebesar Rp 192.159.000/bulan dengan rata-rata penerimaan dari setiap agroindustri dangke sebesar Rp 19.215.000/bulan, dengan hasil yang diperoleh selama perbulan adalah 10.050 produk dengan harga jual dangke perbuah adalah Rp 192,000/bulan, (Lampiran 10).

5.2.2 Biaya Agroindustri Dangke

Adapun rincian biaya – biaya pada agroindustri dangke dalam satu bulan di Kelurahan Mataran sebagaimana tercantum pada lampiran 11. Sedangkan rata – rata penggunaan biaya produksi dapat di lihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Rincian Biaya Rata – rata Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

No	Uraian	Jumlah (Rp/Bulan)
1	Biaya Tetap	
	1. NPA	395.383
	2. Pajak Rumah	10.167
	3. Tenaga kerja	3.375.000
	4. Listrik	163.5000
2	Biaya Variabel	
	1. Bahan Bakar	53.200
	2. Garam	3.900
	3. Susu	8.820.000
Total Biaya		12.821.150

Sumber : Data Primer Setelah di Olah 2019

Dari Tabel 12 menunjukkan bahwa total biaya oleh 10 agroindustri dangke sebesar Rp 128.211.500/bulan dengan rata – rata dari setiap agroindustri sebesar Rp 12.821.150/bulan (Lampiran 11). Adapun total biaya yang di keluarkan oleh setiap agroindustri dangke merupakan seluruh biaya yang di keluarkan pada proses pembuatan dangke antara lain biaya bahan bakar, garam, susu, biaya penyusutan alat, pajak rumah, tenaga kerja dan listrik. Adapun biaya yang di keluarkan terkait dengan biaya variable yaitu biaya bahan bakar yang di gunakan oleh agroindustri dalam pembuatan dangke yang di keluarkan sebesar Rp 532.000 dengan rata – rata Rp 53.200/bulan, jenis bahan bakar yang digunakan yakni tabung gas, biaya garam yang digunakan oleh setiap agroindustri dangke dalam pembuatan dangke yang di keluarkan sebesar Rp 39.000/bulan dengan rata – rata Rp 3.900/bulan, dan untuk biaya susu yang dikeluarkan

Rp 88.200.000/bulan dengan rata - rata Rp 8.820.000/bulan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada (Lampiran 11)

Sedangkan biaya tetap yang dikeluarkan oleh setiap agroindustri dangke terdiri dari biaya penyusutan alat sebesar Rp 3.953.833/bulan dengan rata – rata Rp 395.383/bulan adapun alat yang digunakan dalam pembuatan kompor, panci, saringan, sendok besar, ember susu, baskom, dan tempurung kelapa, untuk biaya pajak rumah yang dibayar oleh agroindustri dangke setiap tahunnya sebesar Rp 101.667/tahun dengan rata – rata Rp 10.167/bulan, adapun biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja pada agroindustri dangke Rp 33.750.000/bulan dengan rata – rata Rp 3.375.000/bulan, sedangkan untuk biaya listrik yang dikeluarkan Rp 1.635.000 dengan rata – rata Rp 163.500/bulan.(Lampiran 11)

5.2.3 Pendapatan Agroindustri Dangke

Pendapatan agroindustri dangke merupakan pengurangan dari total penerimaan agroindustri dangke dengan total biaya yang di kelurakan dalam agroindustri dangke. Penerimaan dihitung dari banyaknya jumlah dangke yang diterima dalam bentuk rupiah. Untuk lebih jelasnya pendapatan yang di terima oleh agroindustri dangke dapat di lihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Pendapatan Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

No	Uraian	Jumlah (Rp/Bulan)
1	Penerimaan	19.215.000
2	Total Biaya	12.821.150
3	Pendapatan	63.938.500
4	Rata - rata/bulan	6.393.850

Sumber : Data Primer Setelah di Olah, 2019

Dari Tabel 13 menunjukkan bahwa pendapatan yang di peroleh oleh 10 agroindustri sebesar Rp 63.938.500/bulan dengan rata – rata pendapatan dari setiap agroindustri sebesar Rp 6.393.850/bulan. Pendapatan yang di peroleh ini merupakan pendapatan bersih agroindustri dangke atau dapat dikatakan bahwa sebagai keuntungan bagi agroindustri dangke yang di usahkan.

Dari pendapatan 10 agroindustri pada pembuatan dangke sebesar Rp 6.393.850/bulan diperoleh dari penerimaan yang di terima sebesar Rp 19.215.000/bulan di kurangi dengan total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 12.821.150/bulan (Lampiran 12)

5.3 Saluran Pemasaran Dangke di Kelurahan Mataran

Saluran pemasaran dalam penelitian ini dapat diidentifikasi dalam sistem pemasaran yaitu lembaga pemasaran, yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran. Untuk memperluas dan memperlancar pemasaran dangke sangat dibutuhkan peran lembaga pemasaran untuk menyalurkan dangke dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen. Di Kelurahan Mataran terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan dangke yaitu pembuat dangke, pedagang pengumpul dan konsumen.

Produsen dalam pemasaran dangke bertindak sebagai pihak pertama dalam penyaluran dangke. Dalam memasarkan dangke produsen menjualnya secara langsung atau lewat pedagang pengumpul dan menjual dangke di pasar.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan 13 responden di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dalam memasarkan Dangke diketahui ada beberapa saluran pemasaran dari pembuat dangke hingga sampai ke konsumen adalah sebagai berikut :

Tabel 14. Saluran Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

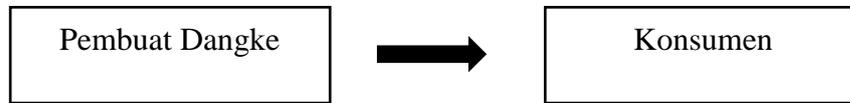
No	Saluran Pemasaran	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pembuat Dangke – Konsumen	10	76,92
2	Pembuat Dangke - Pedagang Pengumpul – Konsumen	3	23,08
3	Total	13	100,00

Sumber : Data Primer Setelah di Olah, 2019

Berdasarkan Tabel 14 menunjukkan bahwa terdapat 2 saluran pemasaran dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Dari hasil penelitian diketahui bahwa terlihat berbagai saluran pemasaran yang terjadi di daerah tersebut pembuat dangke menjual dangkenya ke pedagang pengumpul dan pembuat dangke yang langsung menjual dangkenya langsung ke konsumen.

Jumlah responden dilokasi penelitian berjumlah 13 orang , dimana ada 10 orang (76,92%) yang menggunakan pola saluran pemasaran satu, 10 pembuat dangke dan 3 pedagang pengumpul sebesar (23,08%).

1. Saluran Pertama



Saluran pemasaran langsung adalah pemasaran produk yang terjadi secara langsung antara produsen dengan konsumen. Sistem pemasaran ini dilakukan di Kelurahan Mataran dimana para peternak mengolah langsung dangke tersebut yang usahanya masih skala rumah tangga dan menjualnya dirumah sendiri langsung ke pembeli atau konsumen dangke karena rumahnya berada dekat dengan jalan poros sehingga banyak pembeli yang singgah.

2. Saluran kedua



Pada pola pemasaran ini pedagang pengumpul membeli dangke di beberapa wilayah yang ada di kelurahan Mataran dan membawanya ke pasar lokal. Pada pola pemasaran tersebut pembuat dangke tidak dapat menjualnya langsung ke konsumen seperti pada pola pertama karena daerah yang di tempati jauh dari jalan poros sehingga dangke yang di buatnya dibeli oleh pedagang pengumpul.

5.3.1 Margin Pemasaran Dangke

Margin pemasaran adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan di tingkat pengecer (konsumen) dengan harga yang diterima oleh produsen. Dengan kata lain, margin pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat 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).

5.3.2 Margin Pemasaran Dangke pada Saluran I

Bentuk saluran pemasaran ini merupakan yang paling pendek dan sederhana karna tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang di hasilkanya dengan langsung ke konsumen atau konsumen yang mendatangi tempat produsen. Oleh karena itu saluran ini di sebut saluran pemasaran langsung sehingga saluran ini tidak memiliki margin pemasaran karena saluran ini tidak memiliki harga beli.

Tabel 15. Margin Pemasaran Saluran 1 Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

No	Uraian	Harga (Rp/Produk)
1	Produsen	
	a. Harga Jual	20.000
2	Konsumen	
	a. Harga Beli	20.000
	Margin Pemasaran (MP)	0

Sumber : Data Primer Setelah di Olah, 2019

Pada Tabel 15 menunjukkan bahwa saluran pemasaran antara produsen dengan konsumen potensial yang ada di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang adalah dengan share keuntungan sebesar 100%, dikarenakan produsen tidak menambah biaya transportasi dan lainnya, semua ditanggung oleh konsumen sendiri. Sehingga margin pemasarannya bernilai 0.

5.3.3 Margin Pemasaran Dangke pada Saluran II

Saluran pemasaran yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pedagang pengumpul. Disini pedagang pengumpul langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kekonsumen. Pedagang pengumpul yang terlibat pada saluran ini adalah pedagang pengumpul kecamatan karena menetap di Kecamatan Anggeraja dan berdagang di wilayah kecamatan tersebut. Adapun margin pemasaran dangke pada saluran II dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Margin Pemasaran Saluran 2 pada Tingkat Pedagang Pengumpul Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

No	Uraian	Harga (Rp/Produk)
1	Produsen	
	a. Harga jual	20.000
2	Pedagang Pengumpul	
	a. Harga Beli	20.000
	b. Biaya Transportasi	1.500
	c. Biaya Plastik	1.000
	Total Biaya Pemasaran	2.500
3	d. Harga Jual	25.000
	e. Margin Pemasaran	5.000
	f. Keuntungan Pemasaran	2.500

Sumber : Data Primer Setelah di Olah, 2019

Berdasarkan Tabel 16 Menunjukkan bahwa, total biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 2.500/produk meliputi transportasi dan kantong plastik. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul tingkat kecamatan sebesar Rp 5.000/produk. Dan keuntungan yang diperoleh Rp 2.500/produk Adapun harga pembelian sebesar Rp 20.000/produk, karena pedagang pengumpul

kecamatan membeli dangke langsung dari produsen atau tanpa melalui perantara. Pada saluran ini pedagang pengumpul kecamatan hanya menjual langsung ke konsumen. Jadi total biaya pemasaran oleh pedagang pengumpul tingkat kecamatan sebesar Rp 2.500/produk, margin pemasaran sebesar Rp 5.000/produk dan keuntungan pemasaran Rp 2.5000/produk.

Temuan peneliti ini sama dengan judul efisiensi pemasaran dangke di kelurahan cendana kabupaten enrekang dengan hasil menunjukkan bahwa saluran pemasaran ada dua pola yaitu peternak/pembuat dangke-konsumen yang kedua yaitu peternak/pembuat dangke-pedagang pengumpul-konsumen dan saluran yang efisiensi pada kedua saluran pemasaran tersebut yaitu kedua sudah efisien karena bagian yang di terima produsen (*farmer' share*) lebih tinggi daripada persentase margin.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pendapatan dan pemasaran agroindustri dangke di kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dapat disimpulkan berikut :

1. Rata – rata pendapatan yang diterima pemilik agroindustri dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang selama sebulan sebesar Rp 6.393.850/bulan.
2. Pola saluran pemasaran agroindustri dangke dari produsen sampai ke konsumen akhir :
 1. Produsen – konsumen
 2. Produsen – Pedagang Pengumpul – Konsumen

6.2 Saran

- a. Untuk pengusaha agroindustri dangke diharapkan agar tetap mempertahankan pendapatan yang diterima serta memperhatikan dan lebih meningkatkan agroindustri dangke.
- b. Sebaiknya produsen agroindustri dangke menambah kapasitas produksinya agar dapat memenuhi permintaan masyarakat yang di sekitar lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrianto, P. 2010. "Dangke, Olahan Susu Sapi Tradisional Khas Enrekang Sulawesi Selatan" (online), ([http:dangke-olahan-susu-sapi-tradisional-khas-enrekang Sulawesi-selatan.html](http:dangke-olahan-susu-sapi-tradisional-khas-enrekang-Sulawesi-selatan.html)), diskses tanggal 19 januari 2012
- Ahmadi. 2001. Ilmu Usahatani. Penerbar Swadaya : Jakarta.
- Amirullah, 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Anggraeni, A. 2000. Kerangan Produksi Susu Sapi Perah : Kajian pada Faktor Koreksi Pengaruh Lingkungan Internal. *Wartazoa* 9(2): 41—49.
- Armand, 2002. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Brawijaya Press. Malang.
- Firdaus, M. 2009. *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Gultom, P. Dan P. Siagian. 2005. Kajian Peningkatan Sumber Daya UKM yang Berdaya Saing Tinggi. *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM* 1:124-135.
- Hasnita, 2018 Analisis Strategi Pengembangan Industri Rumah tangga Usaha Dangke. *Wiratani Vol.1 No.2, Desember 2018*.
- Hastuti dan Rahim, 2007. *Ekonomi Produksi Pertanian*. Swadaya. Bogor.
- Hendrayani dkk, 2009. Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Motivasi Berternak Sapi. *Jurnal Perternakan*.
- Irmayani, 2011, Strategi Pengembangan Usaha Sapi Perah Di Kabupaten Enrekang. *Jurnal agribisnis Vol. X (3) September 2011*.
- Isyana F, 2012. Studi Tingkat Higene dan Cemaran Salmonella sp pada Pembuatan Dangke Susu Sapi di Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang.
- Japan International Cooperation Agency (JICA), 2009. Laporan Hasil Kegiatan: Identifikasi dan Kajian Komoditi Utama Propinsi Sulawesi Selatan: Komoditas Susu. JICA Dn UNHAS. Makassar.
- Kadarsan, Halimah W. 1995. *Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.

- Kariyasa Dan Kasryno. 2004 . Dinamika pemasaran dan prospek pengembangan ternak sapi di Indonesia. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian.
- Kolter dan Gary Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Ed ke-9 PT Elex Komotindo Gramedia. Jakarta.
- Margianto, 2011. *Dangke, Keju Lokal yang Gurih Kenyal*. KOMPAS.Com. Diakses 18 April 2015.
- Rahardi, F., Rony P dan Asiani B, 1993. *Agribisnis Tanaman Sayuran*. Penebar Swadaya Jakarta.
- Rahman, Syamsul 2014. *Studi Pengembangan Dangke sebagai Pangan Lokal Unggulan dari Susu Di Kabupaten Enrekang*. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan* 3 (2) 2014.
- Ridwan, M. 2004. Analisis Kinerja Kualitas Industri Kecil Makanan Khas Tradisional Dangke di Kabupaten Enrekang Sulawesi Selatan, Kerjasama Dengan Lembaga Penelitian UNHAS Makassar, Makassar
- Ridwan, M. 2005. Strategi Pengembangan “Dangke” Sebagai Produk Unggulan Lokal di Kabupaten Enrekang Sulawesi Selatan. Tesis, Bogor : Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Ridwan, M. 2011. Potensi Pengembangan Industri Dangke. <http://www.Damandiri.Or.id/pdf>. Diakses 16 April 2015.
- Rosmawati, H, 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. *Jurnal AgronobiS*, Vol. 3, No. 5, Maret 2011 ISSN: 1979 – 8245X.
- Saleh, E. 2004. Teknologi Pengolahan Susu dan Hasil Ikutan Ternak, Program Studi Produksi Ternak, Fakultas Pertanian Universitas, Sumatera Utara, Digitized by USU digital librari. Sumatera Utara. <Shttp://www.kr.co.id/web/detail>. Diakses 16 april 2015.
- Soejono, 1076 . Faktor-faktor yang *Mempengaruhi Organisasi dan Produksi Usahatani*. Direktorat Bina Sarana Usaha Tanam Pangan, Jakarta.
- Soekartawi, 2000. Pengantar Angoindustri. PT Raja Granfindo Perdada. Jakarta.
- Soekartawi, 2003. Teori Ekonomi Produksi dengan Pokoh Bahasa Analisis Cobb-Douglas. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suratiyah, K, 2008. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Bogor.

- Swastha dan Irawan, 2007, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Syamsul, R. & Rauf, A., 2013. *IbM Kelompok Usaha Sapi Perah dan Pengolah Dangke di Kabupaten Enrekang*.
- Winardi, 2004. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press. Jakarta.
- Winarno. 2004. *Kimia Pangan dan Gizi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Yuniwati, Murni. 2008. *Pemanfaatan Enzim Papain Sebagai Penggumpal Dalam Pembuatan Dangke*. Yogyakarta : IST AKPRINDO.
- Yusron, Z. 2008. *Dangke Makanan Alternatif, bisa mencegah gizi buruk*.
Shttp://www.kr.co.id/web/detail. Diakses 16 april 2015.
- Zulfikar, 2014. *Skripsi : Efisiensi Pemasaran Dangke di Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang*. Fakultas Sains Dan Teknologi, Univesitas Islam Negeri Alauddin Makassar.



L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN
AGROINDUSTRI DANGKE**

1. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki Wanita
4. Pendidikan :
5. Pekerjaan Utama :
6. Lama Berusaha Dangke Sapi :tahun
7. Jumlah Tanggungan Keluarga :orang

2. BIAYA USAHA PEMBUATAN DANGKE

a. Biaya Variabel (sarana produksi dan tenaga kerja)

No	Uraian	Satuan (unit)	Jumlah (unit)	Harga (Rp/unit)	Nilai (Rp)
1					
2					
3					
	Jumlah				

b. Biaya Tetap (Biaya pemeliharaan dan gaji)

No	Jenis Peralatan	Nilai Baru (Rp)	Nilai Sekarang (Rp)	Lama Pemakaian (Bln)	Jumlah Unit	Total NPA (Rp)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
Jumlah						

c. Jumlah Produksi Dangke Dalam Perbulan

Jumlah Produksi (Produk/Bulan)	Harga Dangke	Total (Rp)
Jumlah		

3. PEMASARAN DANGKE

a. Penjualan Produk

No	Dangke	Peternak Didatangi			Peternak Mendatangi				
		A	B	C	A	B	C	D	E
1									
2									
3									

Keterangan :

- A. Pedagang Pengumpul B. Pedagang Perantara C. Pedagang Perantara
D. Pasar E. Rumah ke rumah (berdagang keliling)

PERTANYAAN PENDUKUNG

1. Apa alasan Bapak/Ibu memilih menjual produk dangke ke (pedagang pengumpul.....)?

-

2. Berapa perbedaan atau selisih keuntungan antar pedagang-pedagang tersebut ?

-

3. Apa kendala-kendala yang dialami dalam pemasaran produk dangke ?

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden Pedagang

2. Umur
3. Pendidikan Terakhir
4. Pekerjaan Pokok
5. Pekerjaan Sampingan
6. Pengalaman Berdagang

B. PEMBELIAN DAN PENJUALAN DANGKE

- a. Pembelian dan Penjualan Produk

No	Aktor Rantai Pemasaran	Harga Beli (Rp/Produk)		Harga Jual (Rp/Produk)	
		Saluran I	Saluran II	Saluran I	Saluran II
1	Pembuat Dangke – Konsumen				
2	Pembuat Dangke -Pedagang Pengumpul-konsumen				

PERTANYAAN PENDUKUNG

1. Berapa pembelian dangke dalam satu bulan ?

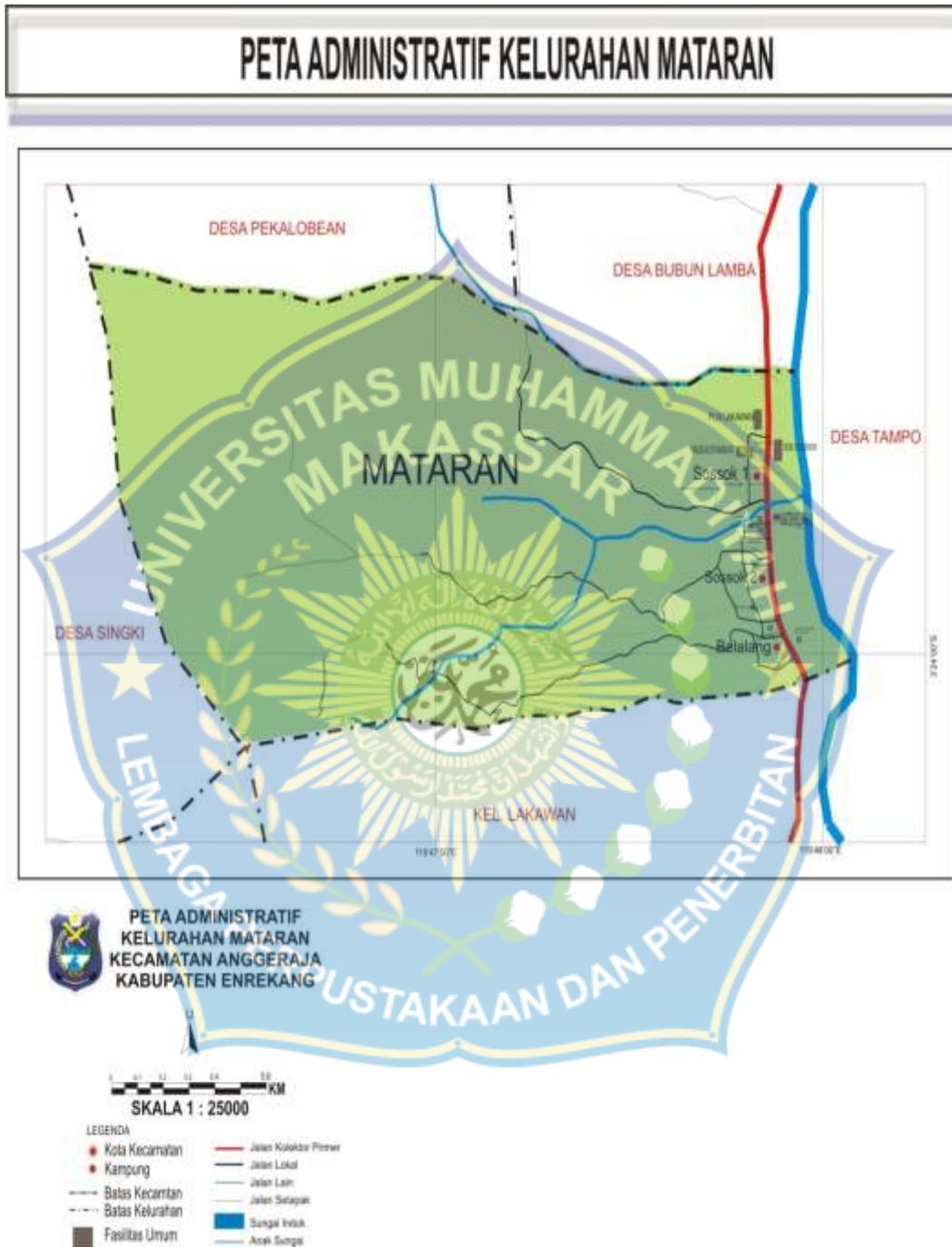
-
1. Berapa lama penyimpanan dangke setelah dibeli ?

.....
2. Berapa penjualan dangke dalam satu bulan ?

.....
3. Apa kendala-kendala Bapak/Ibu selama menjadi pedagang dangke ?



Lampiran 2 Peta Lokasi Penelitian



Lampiran 3 Identitas Responden Agroindustri Dangke dan Pedagang di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019

No	Nama Responden	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Lama berusaha	Tanggungjawab Keluarga (Orang)
		(Thn)				(Thn)	
1	Feby	48	L	SMP	Petani	5	5
2	Rahman	35	L	SD	Peternak	10	8
3	Ansar	33	L	SMA	PNS	7	10
4	Suriadi	40	L	SD	Petani	8	5
5	Rusdi	30	L	SD	PNS	5	7
6	Nasrul	35	L	SMP	Petani	6	9
7	Darwan	34	L	SD	Petani	8	10
8	Dariatmo Hasri	50	L	S1	PNS	9	3
9	Lestari	30	P	SD	Peternak	10	7
10	Juliati Jamila	31	P	SD	Petani	8	5
Pedagang Pengumpul							
11	Fatmawati	30	P	SMP	Pedagang	3	8
12	Tati	33	P	SMA	Pedagang	8	7
13	Rasna	32	P	S1	Pedagang	4	6

**Lampiran 4 Biaya Penyusutan Alat Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten
Enrekang Tahun 2019**

Nama Responden	Kompore					Panci					Saringan					Sendok Besar				
	Jumlah	Nilai Baru	Nilai Sekarang	Lama Pakai	NPA	Jumlah	Nilai Baru	Nilai Sekarang	Lama Pakai	NPA	Jumlah	Nilai Baru	Nilai Sekarang	Lama Pakai	NPA	Jumlah	Nilai Baru	Nilai Sekarang	Lama Pakai	NPA
		(Rp)	(Rp)	(Bln)	(Rp)		(Rp)	(Rp)	(Bln)	(Rp)		(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)		(Bln)	(Rp)	(Rp)	(Bln)
1	2	3	4	$5=(2-3 \times 1/4)$	6	7	8	9	$10=(7-8 \times 6/9)$	11	12	13	14	$15=(12-13 \times 11/14)$	16	17	18	19	$20=(18 \times 16/19)$	
Feby	1	600.000	300.000	7	42.857	2	400.000	200.000	3	133.333	1	25.000	5.000	4	5.000	1	50.000	20.000	3	10.000
Rahman	2	550.000	200.000	8	87.500	2	450.000	200.000	8	62.500	1	20.000	2.500	8	2.188	1	45.000	30.000	4	3.750
Ansar	1	650.000	350.000	7	42.857	3	500.000	250.000	7	107.143	1	25.000	5.000	5	4.000	2	50.000	35.000	5	6.000
Suriadi	1	700.000	400.000	2	150.000	3	600.000	250.000	8	131.250	1	30.000	7.000	8	2.875	1	30.000	20.000	5	2.000
Rusdi	2	500.000	250.000	5	100.000	2	340.000	200.000	5	56.000	1	25.000	3.000	5	4.400	2	50.000	30.000	5	8.000
Nasrul	2	600.000	320.000	6	93.333	3	300.000	100.000	6	100.000	1	25.000	3.000	5	4.400	1	35.000	20.000	4	3.750
Darwan	1	750.000	370.000	2	190.000	2	540.000	250.000	12	48.333	1	30.000	6.500	8	2.938	2	50.000	35.000	5	6.000
Dariatmo Hasri	1	500.000	230.000	9	30.000	3	300.000	100.000	9	66.667	1	35.000	5.000	9	3.333	1	30.000	20.000	6	1.667
Lestari	1	600.000	250.000	10	35.000	2	250.000	100.000	10	30.000	1	30.000	5.000	10	2.500	2	45.000	20.000	5	10.000
Juliati Jamila	2	650.000	300.000	8	87.500	2	500.000	250.000	8	62.500	1	20.000	4.500	8	1.938	1	55.000	20.000	4	8.750
Jumlah	14.000	6100.000	2970.000	64.000	859.048	24.000	4180.000	1900.000	76.000	797.726	10.000	265.000	46.500	70.000	33.571	14.000	440.000	250.000	46.000	59.917
Rata - rata	1.400	610.000	297.000	6.400	85.905	2.400	418.000	190.000	7.600	79.773	1.000	26.500	4.650	7.000	3.357	1.400	44.000	25.000	4.600	5.992

Lampiran 5 Biaya Penyusutan Alat Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019

Nama Responden	Ember Susu					Baskom					Tempurung Kelapa					TOTAL NPA (Rp)
	Jumlah	Nilai Baru	Nilai Sekarang	Lama Pakai	NPA	Jumlah	Nilai Baru	Nilai Sekarang	Lama Pakai	NPA	Jumlah	Nilai Baru	Nilai Sekarang	Lama Pakai	NPA	
		(Rp)	(Rp)	(Bln)	(Rp)		(Rp)	(Rp)	(Bln)	(Rp)		(Rp)	(Bln)	(Rp)		
21	22	23	24	25=(22-23x21/24)	26	27	28	29	30=(27-28x26/29)	31	32	33	34	35=(32-33x31/34)		
Feby	2	1.000.000	600.000	4	200.000	2	50.000	20.000	3	20.000	30	5.000	2.000	4	22.50	433.690
Rahman	3	600.000	300.000	7	128.571	3	55.000	15.000	4	30.000	25	5.000	3.000	5	10.00	324.509
Ansar	2	800.000	400.000	5	160.000	2	50.000	15.000	2	35.000	30	6.000	4.000	4	15.00	370.000
Suriadi	3	950.000	600.000	6	175.000	3	45.000	10.000	3	35.000	30	7.000	5.000	3	20.00	516.125
Rusdi	2	1.000.000	500.000	3	333.333	2	55.000	25.000	4	15.000	25	8.000	4.000	3	33.33	550.067
Nasrul	3	750.000	500.000	5	150.000	3	60.000	25.000	3	35.000	30	5.000	3.000	3	20.00	406.483
Darwan	3	800.000	500.000	6	150.000	2	55.000	20.000	2	35.000	25	6.000	4.000	4	12.50	444.771
Dariatmo Hasri	3	900.000	500.000	6	200.000	3	50.000	30.000	4	15.000	25	7.000	3.000	5	20.00	336.667
Lestari	2	750.000	400.000	7	100.000	2	45.000	10.000	3	23.333	30	8.000	4.000	4	30.00	230.833
Juliati Jamila	2	890.000	500.000	6	130.000	2	50.000	20.000	2	30.000	30	7.000	5.000	3	20.00	340.688
Jumlah	25.000	8.440.000	4.800.000	55.000	1.726.905	24.000	515.000	190.000	30.000	273.333	280.000	64.000	37.000	38.000	203.333	3.953.833
Rata-rata	2.500	844.000	480.000	5.500	172,690	2.400	51.500	19.000	3.000	27.333	28,000	6.400	3.700	3.800	20.333	395.383

Lampiran 6 Biaya Pajak Rumah Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019

No	Nama Responden	Jumlah	Pajak	Bulan	Biaya	Total Biaya
		Pembuat dangke	Rumah		(Rp/Bulan)	(Rp)
1	Feby	1	150.000	12	12.500	12.500
2	Rahman	1	100.000	12	8.333	8.333
3	Ansar	1	115.000	12	9.583	9.583
4	Suriadi	1	120.000	12	10.000	10.000
5	Rusdi	1	140.000	12	11.667	11.667
6	Nasrul	1	100.000	12	8.333	8.333
7	Darwan	1	135.000	12	11.250	11.250
8	Dariatmo Hasri	1	140.000	12	11.667	11.667
9	Lestari	1	120.000	12	10.000	10.000
10	Juliati Jamila	1	100.000	12	8.333	8.333
Jumlah		10	1.220.000	120	101.667	101.667
Rata-rata		1	122.000	12	10.167	10.167

Lampiran 7 Biaya Upah Tenaga Kerja Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019

No	Nama Responden	Jumlah	Jumlah	Gaji	Gaji	Total
		Pembuat dangke	Tenaga Kerja	(Rp/Orang)	(Rp/Hari)	(Rp/Bulan)
1	Feby	1	3	40.000	120.000	3.600.000
2	Rahman	1	2	50.000	100.000	3.000.000
3	Ansar	1	3	55.000	165.000	4.950.000
4	Suriadi	1	2	45.000	90.000	2.700.000
5	Rusdi	1	2	50.000	100.000	3.000.000
6	Nasrul	1	3	30.000	90.000	2.700.000
7	Darwan	1	2	50.000	100.000	3.000.000
8	Dariatmo Hasri	1	3	40.000	120.000	3.600.000
9	Lestari	1	2	45.000	90.000	2.700.000
10	Juliati Jamila	1	3	50.000	150.000	4.500.000
Jumlah		10	25	455.000	1.125.000	33.750.000

Rata-rata	1	2.50	45.500	112.500	3.375.000
-----------	---	------	--------	---------	-----------

Lampiran 8 Biaya Listrik Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019

No	Nama Responden	Rata-rata penggunaan/Hari	Biaya	Total Biaya
			(Rp/Bulan)	(Rp)
1	Feby	7.000	210.000	210.000
2	Rahman	7.000	210.000	210.000
3	Ansar	5.500	165.000	165.000
4	Suriadi	6.500	195.000	195.000
5	Rusdi	5.000	150.000	150.000
6	Nasrul	4.000	120.000	120.000
7	Darwan	4.500	135.000	135.000
8	Dariatmo Hasri	3.500	105.000	105.000
9	Lestari	7.000	210.000	210.000
10	Juliati Jamila	4.500	135.000	135.000
Jumlah		54.500	1.635.000	1.635.000

Rata-rata	5.450	163.500	163.500
------------------	--------------	----------------	----------------

Lampiran 9 Biaya Variabel Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019

Nama Responden	Bahan Bakar				Garam				Susu				Total (Rp)
	Satuan	Jumlah	Harga	Nilai	Satuan	Jumlah	Harga	Nilai	Satuan	Jumlah	Harga	Nilai	
			(Rp/kg)	(Rp)			(Rp/bungkus)	(Rp)			(Rp/liter)	(Rp)	
Feby	kg	3	15.000	45.000.00	Bungkus	1	5.000.00	5.000.00	Liter	1.050	12.000.00	12.600.000	12.650.000
Rahman	kg	4	17.000	68.000.00	Bungkus	1	2.000.00	2.000.00	Liter	600	10.000.00	6.000.000	6.070.000
Ansar	kg	4	15.000	60.000.00	Bungkus	1	3.000.00	3.000.00	Liter	900	10.000.00	9.000.000	9.063.000
Suriadi	kg	3	17.000	51.000.00	Bungkus	1	5.000.00	5.000.00	Liter	600	12.000.00	7.200.000	7.256.000
Rusdi	kg	4	15.000	60.000.00	Bungkus	1	3.000.00	3.000.00	Liter	600	13.000.00	7.800.000	7.863.000
Nasrul	kg	3	18.000	54.000.00	Bungkus	1	3.000.00	3.000.00	Liter	600	10.000.00	6.000.000	6.057.000
Darwan	kg	4	17.000	68.000.00	Bungkus	1	5.000.00	5.000.00	Liter	1.050	12.000.00	12.600.000	12.673.000
Dariatmo Hasri	kg	3	15.000	45.000.00	Bungkus	1	3.000.00	3.000.00	Liter	900	10.000.00	9.000.000	9.048.000
Lestari	kg	2	18.000	36.000.00	Bungkus	1	5.000.00	5.000.00	Liter	600	12.000.00	7.200.000	7.241.000
Juliati Jamila	kg	3	15.000	45.000.00	Bungkus	1	5.000.00	5.000.00	Liter	900	12.000.00	10.800.000	10.850.000
Jumlah		33	162.000	532.000.00		10	39.000.00	39.000.00		7.800.00	113.000.00	88.200.000.00	88.771.000
Rata-rata		3.3	16.200	53.200		1	3.900	3.900		780	11.300	8.820.000	8.877.100

Lampiran 10 Penerimaan Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019

No	Nama	Jumlah Produksi Dangke				
		Jumlah Ternak Laktasi	(Produk/hari)	(Produk/Perbulan)	Harga Jual Dangke	Penerimaan
		(Ekor)			(Rp)	(Rp)
1	Feby	3	40	1.200	20.000	24.000.000
2	Rahman	2	30	900	18.000	16.200.000
3	Ansar	3	35	1.050	20.000	21.000.000
4	Suriadi	2	30	900	17.000	15.300.000
5	Rusdi	1	30	900	20.000	18.000.000
6	Nasrul	4	35	1.050	18.000	18.900.000
7	Darwan	2	40	1.200	17.000	20.400.000
8	Dariatmo Hasri	4	30	900	20.000	18.000.000
9	Lestari	1	30	900	25.000	22.500.000
10	Juliati Jamila	2	35	1.050	17.000	17.850.000
Jumlah		24	335	10.050	192.000	192.150.000
Rata-rata		2.4	33.5	1.005	19.200	19.215.000

Lampiran 11 Total Biaya dan Pendapatan Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019

No	Biaya Tetap					Biaya Variabel				Total Biaya (Rp)	Penerimaan (Rp)	Pendapatan (Rp)
	NPA	Pajak	Tenaga Kerja	Listrik	Total	Bahan Bakar	Garam	Susu	Total			
	(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)			
1	433.690	12.500	3.600.000	210.000	4.256.190	45.000	5.000	12.600.000	12.650.000	16.906.190	24.000.000	7.093.810
2	324.509	8.333	3.000.000	210.000	3.542.842	68.000	2.000	6.000.000	6.070.000	9.612.842	16.200.000	6.587.158
3	370.000	9.583	4.950.000	165.000	5.494.583	60.000	3.000	9.000.000	9.063.000	14.557.583	21.000.000	6.442.417
4	516.125	10.000	2.700.000	195.000	3.421.125	51.000	5.000	7.200.000	7.256.000	10.677.125	15.300.000	4.622.875
5	550.067	11.667	3.000.000	150.000	3.711.734	60.000	3.000	7.800.000	7.863.000	11.574.734	18.000.000	6.425.266
6	406.483	8.333	2.700.000	120.000	3.234.816	54.000	3.000	6.000.000	6.057.000	9.291.816	18.900.000	9.608.184
7	444.771	11.250	3.000.000	135.000	3.591.021	68.000	5.000	12.600.000	12.673.000	16.264.021	20.400.000	4.135.979
8	336.667	11.667	3.600.000	105.000	4.053.334	45.000	3.000	9.000.000	9.048.000	13.101.334	18.000.000	4.898.666
9	230.833	10.000	2.700.000	210.000	3.150.833	36.000	5.000	7.200.000	7.241.000	10.391.833	22.500.000	12.108.167
10	340.688	8.333	4.500.000	135.000	4.984.021	45.000	5.000	10.800.000	10.850.000	15.834.021	17.850.000	2.015.979
Jumlah	3.953.833	101.667	33.750.000	1.635.000	39.440.500	532.000	39.000	88.200.000	88.771.000	128.211.500	192.150.000	63.938.500
Rata-rata	395.383	10.167	3.375.000	163.500	3.944.050	53.200	3.900	8.820.000	8.877.100	12.821.150	19.215.000	6.393.850

Lampiran 12 Pendapatan Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun 2019

No	Nama Responden	Jumlah Pembuatan dangke	Total Biaya	Penerimaan	Pendapatan
			(Rp)	(Rp)	(Rp)
1	Feby	1	16.906.190	24.000.000	7.093.810
2	Rahman	1	9.612.842	16.200.000	6.587.158
3	Ansar	1	14.557.583	21.000.000	6.442.417
4	Suriadi	1	10.677.125	15.300.000	4.622.875
5	Rusdi	1	11.574.734	18.000.000	6.425.266
6	Nasrul	1	9.291.816	18.900.000	9.608.184
7	Darwan	1	16.264.021	20.400.000	4.135.979
8	Dariatmo Hasri	1	13.101.334	18.000.000	4.898.666
9	Lestari	1	10.391.833	22.500.000	12.108.167
10	Juliati Jamila	1	15.834.021	17.850.000	2.015.979
Jumlah		10	128.211.500	192.150.000	63.938.500
Rata-rata		1	12.821.150	19.215.000	6.393.850

**Lampiran 13 Saluran I Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan
Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun
2019**

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Produk)
1	Produsen	
	a. Harga Jual	20.000
2	Konsumen	
	a. Harga Beli	20.000
	Margin Pemasaran (MP)	0

**Lampiran 14 Saluran II Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan
Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang Tahun
2019**

No	Uraian	Biaya (Rp/Produk)
1	Produsen	
	a. Harga Jual	20.000
2	Pedagang Pengumpul	
	a. Harga Beli	20.000
	b. Biaya Transportasi	1.500
	c. Biaya Plastik	1.000
	Total Biaya Pemasaran	2.500
3	d. Harga Jual	25.000
	e. Margin Pemasaran	5.000
	f. Keuntungan Pemasaran	2.500

Lampiran 15 Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Melakukan wawancara di tempat penelitian



Gambar 2. Melakukan wawancara di tempat penelitian



Gambar 3. Proses Memandikan sapi perah



Gambar 4. Keadaan kandang sapi perah



Gambar 5. Proses memeras susu sapi perah



Gambar 6. Proses pembuatan dangke sapi



Gambar 7. Proses Pencetakan dangke



Gambar 8. Dangke sapi



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)865388 Makassar 90221 E-mail: ip3m@umh@plasma.com



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 1567/05/C.4-VIII/III/1440/2019

15 Ramadhan 1440 H

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

20 May 2019 M

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Bapak / Ibu Bupati Enrekang

Cq. Ka. Kantor Penanaman Modal & Pelayanan Terpadu Satu

di -

Enrekang

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 386/FP/A.2-II/V/1440/2019 tanggal 20 Mei 2019, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **NUR AZIZA**

No. Stambuk : **10596 0195315**

Fakultas : **Fakultas Pertanian**

Jurusan : **Agribisnis**

Pekerjaan : **Mahasiswa**

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

"Analisis Pendapatan dan Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataram Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang"

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 Jazakumulahu khaeran katziraa.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,

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



PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jenderal Sudirman Km. 3 Pinang Enrekang Telp./Fax (0421)-21079
ENREKANG

Enrekang, 12 Juni 2019

Nomor : 250/DPMPTSP/IP/V/2019
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada
Yth. Kepala Lurah Mataran
Di-
Kec. Anggeraja

Berdasarkan Surat Dari Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar, Nomor: 1567/05/C.4-VIII/III/1440/2019, tanggal 20 Mei 2019, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nur Aziza
Tempat Tanggal Lahir : Tawau, 20 Januari 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Instansi/Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Dusun Marena Desa Pekalombean Kec. Anggeraja

Bermaksud akan mengadakan Penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul: "*Analisis Pendapatan dan Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.*"

Dilaksanakan mulai, Tanggal 12 Juni 2019 s/d 30 Juni 2019

Pada prinsipnya dapat menyetujui kegiatan tersebut diatas dengan ketentuan:

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Pemerintah/Instansi setempat.
2. Tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan.
3. Mentaati semua peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) berkas foto copy hasil Skripsi kepada Bupati Enrekang Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Enrekang.

Demikian untuk mendapat perhatian.

a.n. BUPATI ENREKANG
Kepala DPM PTSP Kab. Enrekang



Harwan Srwati, SE
Pangkat: Pembina Utama Muda
Nip K A B . 19670329 198612 1 001

Tembusan Yth:

01. Bupati Enrekang (Sebagai Laporan).
02. Asisten Administrasi Umum Setda Kab. Enrekang.
03. Kepala BAKESBANG PDL Kab. Enrekang.
04. Camat Anggeraja.
05. Universitas Muhammadiyah Makassar.
06. Yang Bersangkutan (Nur Aziza).
07. Pertinggal.



**PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG
KECAMATAN ANGGERAJA
KELURAHAN MATARAN
Jl. Jend. Sudirman No. 120 (0420) 2310778
SOSSOK**

SURAT KETERANGAN

No. 26 / KM /VI/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini Lurah mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang menerangkan :

1. Nama : NUR AZIZA
2. Tempat/Tanggal Lahir : Tawau, 20 Januari 1995
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Jurusan : Agribisnis
6. NIM : 105960195315
7. Alamat : Dusun Marena Desa Pekalobean Kec. Anggeraja

Yang bersangkutan benar-benar telah melaksanakan penelitian di Wilayah Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja dalam rangka menyusun skripsi dengan judul "*Analisis Pendapatan dan Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang*" mulai tanggal 12 Juni sampai dengan 30 Juni 2019.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang Bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sossok, 24 Juni 2019

LURAH MATARAN

MUHLIS, SE

NIP. 19741109 199402 1 004



KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI
PRODI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
TAHUN 2019

Nama : NUR AZIZA
NIM : 105 360 195 315
Tempat Tgl Lahir : TAWAU, 20 JANUARI 1995
Alamat/Asal Daerah : TIDUNG IV STP II / ENDEKANG
No HP : 085311090569
Pembimbing : 1. AMF UDDIN, S.Pt., M.Pd., M.Si
2. ISNAM JUNAID, STP, M.Gi

Hari Tanggal/Bulan/Tahun	Catatan Pembimbing	Paraf
22 April 2019	Konfirmasi awal Perbaikan rumus statistik Perbaikan pustaka/Teori	AA
25 April 2019	Koreksi perbaikan, tambahkan aksesori proposisi	AA
25 April 2019	Pesukungan, surat pedulung	AA
26 Juli 2019	Asistensi, hasil dan pembahasan	AA
29 Juli 2019	Kawin teman peneliti yang sudah peneliti sebelumnya,	AA
30 Juli 2019	Perbaikan pembahasan	AA
2 Agustus 2019	Perbaikan lampiran tabel pendahuluan	AA
5 Agustus 2019	Perbaikan pembahasan, kesimpulan	AA
6 Agustus 2019	Perbaikan Abstrak	AA
7 Agustus 22 Agustus	Ace seminar Holbiq Seminar straipei	AA

Ketua Program Studi
Agribisnis

ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN AGROINDUSTRI DANGKE DI KELURAHAN MATARAN KECAMATAN ANGGERAJA KABUPATEN ENREKANG

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	repositori.un-alauddin.ac.id Internet Source	7%
2	repositori.unhas.ac.id Internet Source	4%
3	journal.ift.or.id Internet Source	3%
4	bibitnurkasanah.blogspot.com Internet Source	3%

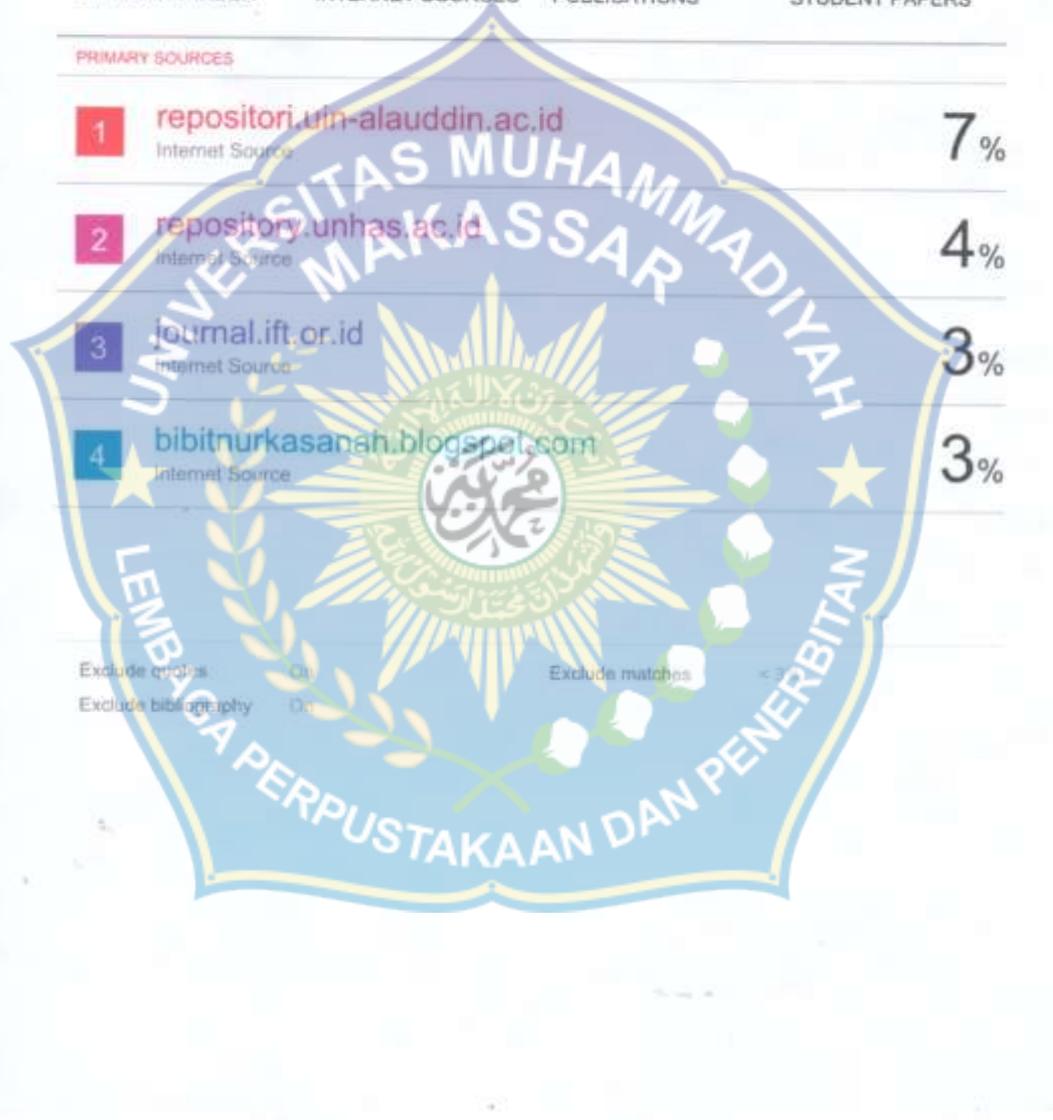
Exclude emails

Or

Exclude matches < 3

Exclude bibliography

Or





ANALISIS PENDAPATAN DAN
PEMASARAN AGROINDUSTRI
DANGKE DI KELURAHAN
MATARAN KECAMATAN
ANGGERAJA KABUPATEN
ENREKANG

by Nur Aziza Aziza

Submission date: 02-Aug-2019 12:52PM (UTC+0700)

Submission ID: 1156974880

File name: SKRIPSI_JADIII_-_Copy.docx (264,71K)

Word count: 9546

Character count: 62294

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Tawau tanggal 20 Januari 1995 dari ayah Ahmad Guling dan ibu Sariipa. Penulis merupakan anak ke tiga dari empat bersaudara.

Pendidikan formal yang dilalui penulis SMAN 1 Anggeraja dengan jurusan IPA (Ilmu Pengetahuan Alam) dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2015, penulis lulus seleksi masuk Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah magang di Kelurahan Kalumeme Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba dan KKP (kuliah kerja profesi) di Desa Barugaya Kecamatan Polongbangkeng Kabupaten Takalar selama 2 bulan pada semester ganjil 2017/2018.

Selain itu selama tahun ajaran 2016/2017 sampai ajaran 2017/2018, penulis aktif menjadi pengurus Himpunan Mahasiswa Agribisnis. Tugas akhir dalam pendidikan tinggi diselesaikan dengan menulis skripsi yang berjudul “Analisis Pendapatan dan Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang”.