

**SKRIPSI**  
**ANALISIS PEMASARAN LADA DI DESA TOKALIMBO**

**KECAMATAN TOWUTI KABUPATEN LUWU TIMUR**

**OLEH:**  
**IMA DEVY SARI**  
**45 18 033 018**



**JURUSAN AGRIBISNIS**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS BOSOWA**  
**MAKASSAR**

**2022**

**HALAMAN JUDUL**

**ANALISIS PEMASARAN LADA DI DESA TOKALIMBO  
KECAMATAN TOWUTI KABUPATEN LUWU TIMUR**

**IMA DEVY SARI**

**45 18 033 018**

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana (S-1) Jurusan Agribisnis**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS BOSOWA**

**MAKASSAR**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul** : Analisis Pemasaran Lada di Desa Tokalimbo, Kecamatan  
Towuti, Kabupaten Luwu Timur

**Nama** : Ima Devy Sari

**Stambuk** : 45 18 033 018

**Jurusan** : Agribisnis

**Fakultas** : Pertanian

Skripsi Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Ir. Hj. Suryawati Salam, M.Si**  
NIDN. 0020095840

**Dr. Ir. Abdul Halik, M.Si**  
NIDN. 0915016401

Mengetahui :

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis

**Ir. Andi Tenri Iutriyah, M.Si, Ph.D.**  
NIDN. 00221268047

**Dr. Ir. Faidah Azuz, M.Si.**  
NIDN. 0011065702

**Tanggal Lulus : 2 Maret 2023**

## PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI

Nama : Ima Devy Sari

No. Stambuk : 4518033018

Jurusan : Agribisnis

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Pemasaran Lada di Desa Tokalimbo, Kecamatan Towuti, Kabupaten Luwu Timur**” merupakan karya tulis seluruh ide yang ada dalam skripsi ini, kecuali yang saya nyatakan sebagai kutipan, merupakan ide yang saya susun sendiri. Selain itu, tidak ada bagian dari skripsi ini yang telah saya gunakan sebelumnya untuk memperoleh gelar atau sertifikat akademik.

Jika pernyataan diatas terbukti sebaliknya, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan oleh Fakultas Pertanian Universitas Bosowa Makassar.

Makassar, 2 Maret 2023



Ima Devy Sari

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya-Nya yang selalu menyertai penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan judul "**Analisis Pemasaran Lada Di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur**" Salam dan Shalawat juga penulis panjatkan kepada Rasulullah Shalallahu 'Alaihi Wa Sallam yang telah membawa ummat Islam di jalan kebenaran hingga saat ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Agribisnis Strata-1 di Fakultas Pertanian Universitas Bosowa Makassar.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menyusun skripsi ini hingga selesai. Segala keikhlasan dan kerendahan hati penulis ucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Suryawati Salam, M.Si selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak Dr.Ir. Abdul Halik, M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah berkenan mendidik, meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Rektor Universitas Bosowa.
3. Kepada Ibu Ir. Andi Tenri Fitriah, M.Si.,Ph.,D selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Bosowa.
4. Kepada Ibu Ir. Faidah Azus, M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis.
5. Bapak/Ibu Dosen, serta Staf Fakultas Pertanian Univesitas Bosowa, khususnya Dosen Program Studi Agribisnis.

6. Kepada kedua orang tua saya tercinta, bapak saya yang tidak pernah menuntut saya meskipun dalam menyelesaikan studi saya mengalami keterlambatan ia tidak pernah sedikitpun menunjukkan rasa kecewanya kepada saya dan senantiasa selalu mendukung saya apapun yang saya lakukan terutama dalam proses mengerjakan skripsi. Dan terkhusus untuk almarhumah ibu saya tercinta yang semasa hidupnya tidak pernah berhenti mendoakan saya dan memberikan yang terbaik untuk saya, meskipun sekarang ia sudah tidak bisa lagi mendoakan saya tetapi saya yakin dengan semua kemudahan yang saya dapatkan selama mengerjakan skripsi dan disetiap perjalanan hidup saya itu semua berkat doa ibu untuk saya selama ia hidup yang diijabah oleh Allah SWT. Dan untuk kakak saya tercinta saya mengucapkan banyak terimakasih atas segala doa, kasih sayang, kerja keras, motivasi, semangat, saran yang telah di berikan kepada saya selama ini.
7. Kepada seluruh petani lada yang ada di Desa Tokalimbo dan para pedagang lada, terima kasih atas kesediaannya memberikan informasi dan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan Jusrianti, Meliana dan Elis yang menemani saya dari awal masuk di Universitas Bosowa sampai pada saat ini, Kepada teman yang telah membantu saya selama proses pengambilan data di Kantor Desa Tokalimbo. Kepada teman-teman KKN angkatan 52 Universitas Bosowa yang ada di posko 3 dusun buludua Desa Balusu, terkhususnya teman saya yang bernama Astri, Benolon, dan Jessica yang selalu menghibur dan menemani saya healing ketika saya sedang mengalami stres selama mengerjakan skripsi.

Oleh karena itu saya mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada mereka karena telah membantu dan mendukung saya selama proses menyelesaikan tugas akhir.

Untuk semua pihak yang telah ikut serta dalam membantu dan memberikan masukan serta solusi selama proses menyelesaikan tugas akhir yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu tanpa mengurangi rasa hormat, penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan jika ada kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pengembangan ilmu.

Makassar, 12 oktober 2022

Penulis

## ABSTRAK

**Ima Devy Sari 2022 ” Analisis Pemasaran Lada Di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti, Kabupaten Luwu Timur”** Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Bosowa dibimbing oleh Ibu Dr.Ir. Suryawati Salam, M.Si dan Bapak Dr.Ir. Abdul Halik, M.Si. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan juli-agustus. Adapun tujuan melakukan penelitian ini yaitu guna mengetahui saluran dan margin pemasaran lada yang ada di desa tokalimbo. Jumlah petani yang menjadi responden pada penelitian ini sebanyak 27 petani diambil dari 15% populasi petani yang ada di desa tokalimbo, serta beberapa respobnden lainnya yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, dan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di desa tokalimbo terdapat beberapa lembaga pemasaran yang membentuk 1 saluran pemasaran yaitu dari petani lada dijual ke pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar, pedagang besar menjual ke pedagang pengecer, pedagang pecengcer menjual ke konsumen. Adapun margin terbesar dalam saluran pemasaran tersebut terdapat di pedagang pengumpul yaitu sebesar Rp.5.000/Kg, dan margin terkecil berada pada pedagang besar yaitu Rp. 3.000/Kg. hal ini terjadi Karena biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar cukup sedikit.

**Kata kunci: analisis pemasaran lada, saluran pemasaran lada, produksi lada di desa tokalimbo tahun 2022.**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KEORISINILAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Konsep Pemasaran .....	6
2.2 Saluran Pemasaran.....	6
2.3 Peran Lembaga Tataniaga.....	9
2.4 Margin pemasaran .....	10
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Tempat dan waktu .....	12
3.2 Populasi dan Sampel.....	12
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	13
3.4 Jenis dan Sumber data .....	13
3.5 Analisis Data.....	14
3.6 Konsep Operasional.....	14
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
4.1 Letak Geografis .....	16

4.2 Kondisi Iklim.....	17
4.3 Demografi Desa Tokalimbo .....	17
4.3.1 Umur .....	17
4.3.2 Tingkat Pendidikan .....	18
4.3.3 Jenis Pekerjaan .....	19
4.4 Sarana Dan Prasarana .....	21

## **Bab V Hasil Dan Pembahasan**

5.1 Identitas Responden .....	23
5.1.1 Umur Responden.....	23
5.1.2 Tingkat Pendidikan Responden.....	24
5.1.3 Jumlah Tanggungan Keluarga.....	25
5.1.4 Pengalaman Berusahatani .....	26
5.1.5 Luas Lahan Responden .....	27
5.1.6 Jumlah Tanaman Lada Responden.....	28
5.2 Analisis Pemasaran Lada .....	29
5.2.1 Luas Lahan Dan Produksi Lada. ....	29
5.2.2 Jumlah Tanaman Lada Dan Produksi Lada .....	30
5.3 Saluran Pemasaran Lada .....	30
5.4 Margin Pemasaran Lada .....	33

## **BAB VI PENUTUP**

6.1 Kesimpulan.....	35
6.2 Saran .....	35

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Halaman

<b>Tabel 1. Jumlah Penduduk Menurut Usia.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 2. Tingkat Pendidikan Penduduk.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 3. Jenis Pekerjaan Penduduk.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabel 4. Sarana Dan Prasarana .....</b>	<b>21</b>
<b>Tabel 5. Umur Petani Responden .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabel 6. Tingkat Pendidikan Petani Responden .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabel 7. Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Responden .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabel 8. Pengalaman Berusahatani Lada Petani Responden.....</b>	<b>27</b>
<b>Tabel 9. Luas Lahan Petani Respdnen .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 10. Jumlah Tanaman Lada Petani Responden .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 11. Luas Lahan Dan Produksi Lada .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 12. Jumlah Tanaman Dan Produksi Lada .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 13. Margin Dan Total Biaya Pemasaran Lada .....</b>	<b>35</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1. Identitas Petani Responden .....</b>	<b>39</b>
Lampiran 2. Rekapitulasi Total Nilai Penjualan Petani Lada <b>(Rp/Tahun) .....</b>	<b>41</b>
<b>Lampiran 3. Rekapitulasi Total Pengeluaran Biaya Pedagang Pengumpul (Rp/Tahun). .....</b>	<b>42</b>
<b>Lampiran 4. Rekapitulasi Total Pengeluaran Biaya Pedagang Besar (Rp/Tahun) .....</b>	<b>44</b>
Lampiran 5. Rekapitulasi Total Pengeluaran Biaya Pengecer <b>(Rp/Tahun).....</b>	<b>45</b>
Lampiran 6. Rekapitulasi Keuntungan Pedagang Pengumpul <b>(Rp/Tahun).....</b>	<b>47</b>
<b>Lampiran 7. Rekapitulasi Keuntungan Pedagang Besar (Rp/Tahun) .....</b>	<b>48</b>
Lampiran 8. Rekapitulasi Keuntungan Pedagang Pengecer <b>(Rp/Tahun).....</b>	<b>50</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara agraris karena memiliki sektor pertanian, perikanan dan kehutanan yang besar sehingga sangat berpengaruh terhadap perekonomian bangsa. Sektor pertanian, perikanan dan kehutanan memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai sumber pertumbuhan, lapangan kerja, pendapatan maupun sumber devisa negara. Sektor pertanian, perikanan dan kehutanan hingga saat ini masih menjadi sektor andalan bagi bangsa Indonesia karena kebanyakan dari penduduk Indonesia mempunyai mata pencaharian di bidang pertanian, perikanan dan kehutanan (Dewi dkk dalam Simatupang dkk, 2021).

Subsektor pertanian yang memiliki peranan penting dalam memberikan pertumbuhan perekonomian Indonesia adalah subsektor perkebunan. Subsektor ini merupakan penghasil utama komoditi ekspor nonmigas yang mampu memberikan devisa negara dalam jumlah yang cukup besar. Hasil perkebunan yang selama ini telah menjadi andalan untuk komoditas ekspor antara lain karet, teh, kopi, kelapa sawit, lada dan tembakau. Lada merupakan salah satu komoditas perkebunan yang berperan penting dalam kegiatan ekspor dan impor. Indonesia adalah pemasok lada putih ke beberapa negara, seperti Vietnam dengan volume pengiriman mencapai 14.882 ton, diikuti oleh Amerika Serikat mencapai 2.356 ton, Jerman mencapai 1.979 ton dan berbagai negara lainnya (BPS, 2019). Hal ini berarti peluang Indonesia sangat besar dalam perdagangan dan bisnis lada.

Pembangunan sektor perkebunan diharapkan tumbuh dan berkembang seiring dengan pertumbuhan sektor lain agar dapat memperbaiki keadaan perekonomian dalam masyarakat. Pembangunan perkebunan subsektor bahan baku industri harus dapat tumbuh dengan cepat, agar secara fungsional semakin mampu berperan dalam penyediaan bahan baku industri, peningkatan pendapatan pertanian, penciptaan lapangan kerja serta peningkatan penerimaan devisa melalui ekspor hasil-hasil tanaman industri.

Komoditas perkebunan mempunyai prospek yang lebih baik karena cocok diusahakan diareal pedesaan dan memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi sehingga mampu meningkatkan pendapatan petani dan memperluas kesempatan kerja di wilayah pedesaan. Lada merupakan rempah-rempah yang banyak diminati masyarakat sehingga dapat dikatakan lada adalah raja rempah. Lada putih pun dibudidayakan di berbagai belahan nusantara, umumnya menggunakan stek batang untuk mendapatkan lada yang berkualitas tinggi. Lada memberikan efek yang hangat dan pedas ketika dikonsumsi. Lada menjadi primadona di berbagai masakan dan menjadi item wajib yang harus ada di dapur. Selain itu, lada putih menjadi salah satu tanaman obat keluarga atau toga yang akan membantu meredakan sakit ringan. (Fitri Aisyah 2019)

Lada atau pepper (*Piper Nigrum*) disebut juga dengan merica/sahang, merupakan jenis tanaman yang banyak dimanfaatkan sebagai bumbu dapur (rempah-rempah) atau juga diolah menjadi pepper oil. Jenis lada yang umum dikenal orang-orang yaitu lada putih dan lada hitam. Tujuan lada putih diekspor yaitu untuk membantu tambahan devisa negara dalam perekonomian

di Indonesia dan memperluas pangsa pasar lada putih. Dengan demikian, komoditi lada memiliki peluang yang strategis untuk tetap dikembangkan (Zakaria dalam Wardani dkk 2019).

Besarnya produksi lada harus didukung dengan pola pemasaran yang baik, karena pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi kelangsungan usaha. Kegiatan pemasaran yang di dalamnya terdapat berbagai macam peran lembaga pemasaran, marketing mix, serta saluran distribusi memungkinkan hasil-hasil pertanian dapat disampaikan hingga ke tangan konsumen. Proses dalam pemasaran memerlukan biaya pemasaran yang akan digunakan untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Hal ini perlu adanya perhatian masalah efisiensi pemasaran agar hasil pertanian sampai di tangan konsumen dengan harga yang wajar dan lembaga pemasaran yang terlibat masih mampu menjalankan fungsi pemasaran secara baik (Permadi, 2017).

Kabupaten Luwu Timur memiliki luas areal tanam sebesar 5.188 Ha yang menghasilkan lada sebanyak 2.987 ton pertahunnya. Lada dalam proses produksinya membutuhkan banyak modal, sedangkan banyak petani yang berusahatani lada merupakan petani kecil sehingga modal merupakan salah satu kendala yang dihadapi dalam pengembangan usahatani lada. Sistem pemasaran lada yang ada saat ini belum memberikan insentif yang besar bagi peningkatan kesejahteraan petani. Hal ini disebabkan karena harga yang tidak menentu karena perubahan harga yang terjadi setiap saat. Besarnya produksi lada harus didukung dengan pola pemasaran yang baik. Pola pemasaran mempunyai peranan yang penting saat melakukan kegiatan usahatani.

Kegiatan pemasaran yang di dalamnya terdapat berbagai macam peran lembaga pemasaran serta saluran distribusi memungkinkan hasil-hasil pertanian hingga sampai ke konsumen. Namun, dengan berbagai macam peran lembaga pemasaran serta saluran distribusi pemasaran sehingga menyebabkan selisih harga yang diterima oleh petani (Prasetyo 2019).

Proses pemasaran lada juga merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Pemasaran lada efisien akan menguntungkan bagi petani karena petani akan mendapatkan keuntungan yang tinggi dari proses pemasaran tersebut. Di Kabupaten Luwu Timur, ada 3 desa yang menjadi lumbung lada yaitu Bantilang dengan jumlah produksi lada pada tahun 2022 yaitu sebanyak, Ranteanging dan Tokalimbo. Petani lada di wilayah ini pernah berjaya saat harga jual lada masih kisaran Rp.120.000,00/Kg, harga tersebut adalah harga yang telah ditentukan oleh pasar. Namun pada tahun 2022 harga lada menurun sehingga hanya bisa mencapai kisaran Rp.75.000/kg di Kabupaten Luwu Timur.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pemasaran Lada (*Piper Nigrum L*) Di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah saluran pemasaran lada yang ada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur.
2. Berapakah besar margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran lada yang ada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur.

### **1.3 Tujuan**

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran lada yang ada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur.
2. Untuk menganalisis besarnya margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran lada yang ada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur.

### **1.4 Manfaat**

Adapun manfaat penelitian, sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini di harapkan dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan bagi peneliti sebagai hasil pengamatan langsung dalam pengembangan petani lada.
2. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai acuan dan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep Pemasaran**

Pemasaran (marketing) merupakan salah satu instrumen terpenting dalam dunia bisnis untuk mencapai target pasar. Pemasaran juga merupakan kunci dari kesuksesan bisnis di era milenium ini. Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa kesuksesan bisnis sebuah perusahaan tergantung pada implementasi strategi pemasarannya. Dan kini pemasaran dianggap sebagai alat pemenuhan kepuasan konsumen.

Konsep pemasaran didominasi oleh bauran pemasaran. Bauran pemasaran atau marketing mix adalah konsep pemasaran dengan customer oriented yang menggunakan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, digunakan oleh pemasar untuk mencapai tujuan pemasaran atau target pasar yang dituju. Neil H. Borden, seorang professor bidang Marketing and Advertising di Harvard Business School mengenalkan untuk pertama kalinya konsep marketing mix dengan dua belas elemen, yaitu Product Planning, Pricing, Branding, Channels of Distribution, Personal Selling, Advertising, Promotions, Packaging, Display, Servicing, Physical Handling, dan Fact Finding and Analysis (Fathoni, M. A. 2018).

#### **2.2 Saluran Pemasaran**

Lembaga pemasaran sebagai lembaga perantara diperlukan untuk memperlancar distribusi pemasaran dan meningkatkan kegunaan hasil yaitu kegunaan tempat, waktu, bentuk dan kegunaan (Desiana dkk, 2017). Lembaga

pemasaran melaksanakan fungsi pemasaran. Selanjutnya (Desiana, dkk 2017) menjelaskan bahwa fungsi pemasaran itu antara lain fungsi pertukaran, fungsi pengadaan secara fisik dan fungsi pelancar. Dengan merencanakan rancangan, manajemen, evaluasi dan modifikasi saluran pemasaran, para produsen dapat memastikan bahwa produk mereka tersedia kapan dan di mana pelanggan ingin membelinya.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangka proses penyaluran barang dari produsen kepada konsumen. Saluran pemasaran merupakan saluran yang menghubungkan pembeli dengan penjual. Terdapat dua jenis saluran, yaitu saluran komunikasi dan saluran distribusi. Saluran komunikasi mengirimkan ke pembeli dan menerima pesan dari pembeli sasaran. Saluran distribusi menunjukkan, menjual, dan mengirimkan fisik produk atau layanan kepada pembeli atau pemakai. Adapun jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

a) Produsen - Konsumen

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

b) Produsen - Pengecer – Konsumen.

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

c) Produsen - Pedagang Besar - Pengecer – Konsumen.

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

d) Produsen - Agen - Pengecer – Konsumen.

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

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

Dalam saluran distribusi, sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada tokotoko kecil. Agen yang terlihat dalam saluran distribusi ini terutama agen penjualan. (Lubis .N 2004)

### **2.3 Peran Lembaga Tataniaga**

Peran lembaga tataniaga dalam pemasaran adalah seberapa besar peran lembaga dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Fungsi tataniaga melakukan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara maksimal, apabila peran tataniaga pemasaran berperan sebagaimana mestinya, pemasaran dapat meningkatkan nilai ekonomi dan nilai tambah hasil produksi (Limbong dalam Fariz, D 2018).

Pendekatan fungsional (the functional approach) bermanfaat dalam mempertimbangkan bagaimana pekerjaan harus dilakukan, menganalisis biaya-biaya pemasaran dan memahami perbedaan biaya antar lembaga dan peran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran. Dalam mendistribusikan produk dari produsen ke konsumen dilaksanakan berbagai peran lembaga pemasaran seperti fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas, dari ketiga peran diatas semuanya berguna bagi peningkatan kegunaan barang yaitu kegunaan waktu, tempat, bentuk, dan kegunaan kepemilikan. Sistem pemasaran berkaitan dengan peran lembaga pemasaran dalam menyampaikan dari tangan produsen ke tangan konsumen. Oleh karena itu, hal ini memiliki keterkaitan pada perbedaan lokasi dan kegiatan lembaga pemasaran yang mengakibatkan penyebaran harga dan keuntungan antar lembaga pemasaran menjadi tidak merata.

Adanya lembaga pemasaran akan menyebabkan harga berubah setelah sampai di konsumen, di mana yang menjadi penyebab hal tersebut adalah setiap lembaga pemasaran berusaha melakukan fungsi pemasaran yang

menambah nilai guna (utilitas) tersebut sehingga memperbesar biaya pemasaran. Besarnya biaya pemasaran biasanya dibebankan kepada pihak produsen dan konsumen dengan cara meningkatkan harga konsumen atau menekan harga produsen (Fariz, D 2018).

#### **2.4 Margin pemasaran**

Margin pemasaran atau margin tataniaga menunjukkan selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran. Margin tataniaga adalah perubahan antara harga petani dan harga eceran . Margin tataniaga hanya merepresentasikan perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, tetapi tidak menunjukkan jumlah kuantitas produk yang dipasarkan. Margin tataniaga merupakan penjumlahan antara biaya tataniaga dan margin keuntungan. Nilai margin pemasaran adalah perbedaan harga di kedua tingkat sistim pemasaran dikalikan dengan kuantitas produk yang dipasarkan. Cara perhitungan ini sama dengan konsep nilai tambah (value added).

Margin pemasaran adalah perbedaan antara biaya yang dibayarkan melalui pembeli dan biaya yang diperoleh dengan menggunakan petani. Margin pemasaran adalah biaya penawaran yang diinginkan sebagai hasil dari permintaan dan penyediaan layanan. Tim margin pemasaran terdiri dari biaya yang diinginkan dengan bantuan perusahaan pemasaran untuk meningkatkan fungsi pemasaran atau disebut biaya iklan dan pemasaran atau biaya praktis, dan pendapatan dari lembaga periklanan. (Irawan,2017).

Berikut adalah rumus untuk perhitungan margin pemasaran :

$$\mathbf{MP=Pr-Pf}$$

Keterangan :

MP : Margin Pemasaran (Rp)

Pr : Harga Ditingkat Konsumen (Rp)

Pf : Harga Ditingkat Produsen (Rp)

Menurut Limbong Dan Sitorus (2010) margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Margin pemasaran dapat juga diartikan sebagai nilai dari jasa- jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen hingga ke tingkat konsumen.

Dua alternatif dari margin pemasaran yaitu:

1. Perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen.
2. Merupakan harga dari kumpulan jasa-jasa pemasaran sebagai akibat adanya permintaan dan penawaran jasa-jasa tersebut.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur lamanya waktu penelitian dari bulan Juli-Agustus 2022.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah sekumpulan data yang mempunyai karakteristik yang sama menjadi objek inferensi, statistika inferensi mendasarkan diri pada dua konsep dasar, populasi sebagai keseluruhan data, baik nyata maupun imajiner, dan sampel, sebagai bagian dari populasi yang digunakan untuk melakukan inferensi (pendekatan/penggambaran) terhadap populasi tempatnya berasal (Marlina, T. H. M., & Balatuf, F., 2020).

Populasi dalam penelitian ini adalah petani lada yang berjumlah 180 petani yang ada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur.

##### **2. Sampel**

Sampel dalam penelitian ini adalah ditentukan secara acak sebesar 15% sehingga sampel berjumlah 27 petani. Pemilihan sampel diatas diambil dari beberapa kriteria yaitu petani. berdasarkan kualitas hasil produksi lada, pengalaman berusahatani, dan jenis pekerjaan yaitu

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah;

#### 1. Wawancara

Pada metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung untuk mendapatkan informasi data yang dapat menjelaskan permasalahan penelitian.

#### 2. Dokumentasi

Dokumen merupakan kegiatan penelitian dengan mengamati berbagai dokumen yang berkaitan dengan topik dan tujuan penelitian baik dokumen tertulis, gambar, maupun elektronik.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Sedangkan sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu Primer dan Sekunder

1. Primer adalah data yang di peroleh secara langsung dari lapangan dengan menggunakan kuesioner.
2. Sekunder adalah data yang di peroleh dari suatu instansi-instansi yang berkaitan dengan penelitian.

### 3.5 Analisis Data

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Saluran lembaga pemasaran yaitu dari Produsen - Pedagang pengumpul – Pedagang besar – Pedagang Pengecer – Konsumen.

b. Pengukuran margin pemasaran

Metode pengukuran margin pemasaran yang dikemukakan oleh

(Sihombing dalam Latumahina dkk 2021)

Berikut adalah rumus untuk perhitungan margin pemasaran:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga ditingkat pengecer (Rp/kg)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/kg)

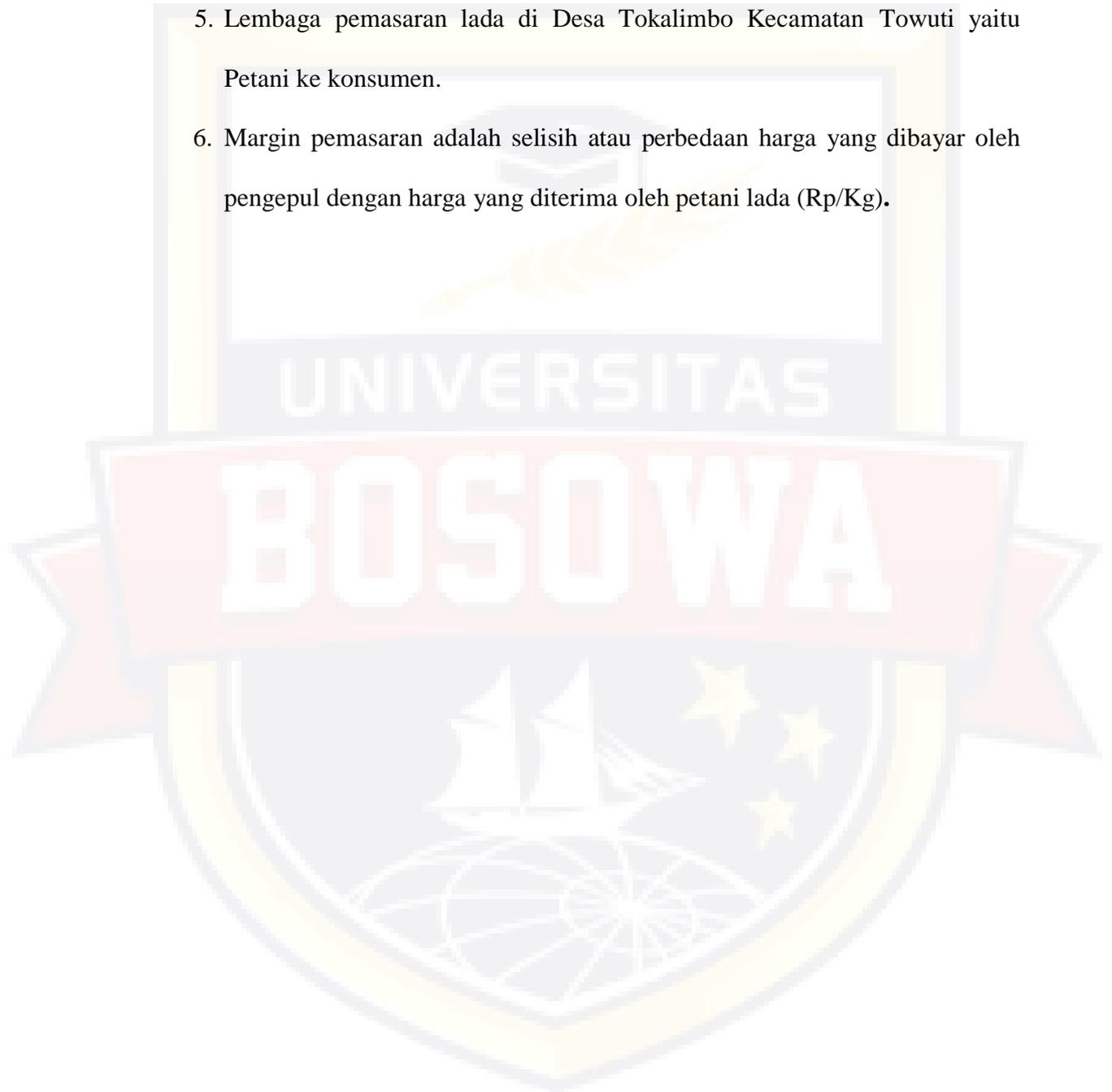
### 3.6 Konsep Operasional

Konsep Operasional adalah suatu unsur penelitian yang merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur dalam rangka memudahkan pelaksanaan penelitian di lapangan, sehingga memerlukan operasionalisasi dari masing-masing konsep yang digunakan dalam menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dengan kata-kata yang dapat diuji dan diketahui kebenarannya.

1. Tanaman lada adalah suatu usahatani yang diusahakan oleh petani di Desa Tokalimbo Kecamatan Tuwuti Kabupaten Luwu Timur.
2. Petani lada merupakan seorang yang mampu mengusahakan tanaman lada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur.
3. Pemasaran merupakan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen akhir di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur.
4. Saluran pemasaran atau saluran distribusi adalah struktur perusahaan yang

terdiri dari perusahaan yang saling berhubungan, mulai dari awal produk yang dibuat hingga penjual akhir.

5. Lembaga pemasaran lada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti yaitu Petani ke konsumen.
6. Margin pemasaran adalah selisih atau perbedaan harga yang dibayar oleh pengepul dengan harga yang diterima oleh petani lada (Rp/Kg).



## BAB IV

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### 4.1. Letak Geografis

Kabupaten Luwu Timur terdiri dari 11 Kecamatan, 3 Kelurahan dan 124 Desa. Pada tahun 2017, Kabupaten ini memiliki luas wilayah **6.944,88 Km<sup>2</sup>** dan jumlah penduduk sebesar 294.383 jiwa dengan sebaran penduduk 42 jiwa/Km<sup>2</sup>. Kecamatan Towuti merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Luwu Timur dengan luas wilayah 1.820,48 Km<sup>2</sup>, terdiri dari luas daratan 1.219.000 Km<sup>2</sup> dan luas danau sebesar 601,48 Km<sup>2</sup>. Desa Tokalimbo merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Towuti dengan luas wilayah 383 Km<sup>2</sup> yang terdiri dari dua Dusun yakni Dusun Beau dan Dusun Babosolo dengan jumlah Rukun Tetangga (RT) sebanyak lima RT.

Di Kabupaten Luwu Timur ada 5 desa di Kecamatan Towuti yang jadi lumbung lada. Yaitu Desa Bantilang, Masiku, Loeha, Ranteangin Dan Desa Tokalimbo. 5 desa ini mampu menghasilkan puluhan hingga ratusan ton lada setiap tahunnya. Luas areal tanaman lada di Kabupaten Luwu Timur mencapai 5.926,13 hektar dan disebut tersebarnya di pulau Sulawesi.

Secara umum keadaan topografi Desa Tokalimbo adalah daerah pesisir yang sebagian besar adalah perairan Danau Towuti, mata pencaharian warga Desa Tokalimbo mayoritas sebagai petani lada, pedagang dan nelayan. Untuk menjangkau Desa Tokalimbo dari Ibu kota Kabupaten Luwu Timur (Malili) kita harus menempuh jarak kurang lebih 74 Km akses darat kemudian dengan penyebrangan di Danau Towuti memakan waktu kurang

lebih 1,5 jam dengan menggunakan perahu/rap. Adapun batas-batas wilayah

Desa Tokalimbo yaitu:

Sebelah Utara : Desa Loeha Kecamatan Towuti

Sebelah Selatan : Sulawesi Tenggara

Sebelah Barat : Desa Timampu Kecamatan Towuti

Sebelah Timur : Desa Bantilang Kecamatan Towuti

#### **4.2 Kondisi Iklim**

Iklim Desa Tokalimbo sebagaimana desa lain di wilayah Indonesia beriklim tropis dengan dua musim, yakni musim hujan dan musim kemarau.

Iklim tersebut berpengaruh terhadap pola tanah yang ada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur.

#### **4.3 Demografi Desa Tokalimbo**

##### **4.3.1. Umur**

Desa Tokalimbo, Kecamatan Towuti, Kabupaten Luwu Timur sampai pada tahun 2022 mempunyai jumlah penduduk 975 jiwa, dengan jumlah laki-laki sebanyak 548 jiwa dan perempuan sebanyak 427 jiwa. Untuk mengetahui klasifikasi penduduk di Desa Tokalimbo berdasarkan tingkat penduduk usia sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Penduduk Menurut Usia.

No.	Kelompok usia (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	0-19 tahun	353	36,21
2.	20-54 tahun	531	54,46
3.	55 tahun lebih	91	9,33
	<b>Total</b>	<b>975</b>	<b>100%</b>

Sumber Kantor Desa Tokalimbo 2022.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui penduduk di Desa Tokalimbo yang berumur 0-9 tahun berjumlah 353 orang yang apabila dipersenkan yaitu (36,21 %), umur 20-54 tahun berjumlah 531 orang (54,46%), umur 55 tahun keatas berjumlah 91 orang (9,33%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa di Desa Tokalimbo didominasi penduduk paling banyak yaitu kelompok usia 20-54 tahun (54,46%) dimana usia tersebut adalah usia produktif. Sedangkan penduduk dengan rentan usia diatas 55 tahun merupakan kelompok penduduk paling sedikit (9,33%).

#### 4.3.2 Tingkat Pendidikan

Berdasarkan data terakhir tahun 2022 tingkat pendidikan warga Desa Tokalimbo, dapat diklasifikasikan berdasarkan tamatan sekolahnya. Hal ini dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Penduduk.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Tamat tk	101	10,36
2.	Tamat sd	348	35,69

3.	Tamat smp	125	12,82
4.	Tamat sma	192	19,69
5.	Tamat S1	30	3,08
6.	Diploma	11	1,13
7.	S2	1	0,10
8.	Belum sekolah	145	14,87
9.	Tidak tamat SD	22	2,26
	<b>Total</b>	<b>975</b>	<b>100%</b>

Sumber: Kantor Desa Tokalimbo tahun 2022.

Dari tabel di atas dapat dilihat tingkat pendidikan penduduk di Desa Tokalimbo yang tamat TK berjumlah 101 orang yang jika dipersenkan sebanyak (10,36%), tamat SD berjumlah 348 orang (35,69%), tamat SMP berjumlah 125 orang(12,82%), tamat SMA berjumlah 192 orang (19,69%), tamat S1 berjumlah 30 orang (3,08%), Diploma berjumlah 11 orang (1,13%), S2 1 orang (0,10%), belum sekolah berjumlah 145 orang (14,87%), dan tidak tamat SD berjumlah 22 orang (2,26%).

#### 4.3.3 Jenis Pekerjaan

Berdasarkan data yang terdapat di kantor Desa Tokalimbo, mata pencaharian penduduk dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Jenis Pekerjaan Penduduk.

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Petani	180	18,46
2.	Belum bekerja	197	20,20
3.	IRT	194	19,90
4.	Pelajar	283	29,03
5.	Tidak punya pekerjaan	52	5,33
6.	PNS	7	0,72
7.	Honorer	5	0,51
8.	Wiraswasta	26	2,67
9.	Aparat desa	13	1,33
10.	Karyawan swasta	18	1,85
	<b>Total</b>	975	100%

*Sumber kantor Desa Tokalimbo tahun 2022.*

Melihat tabel yang ada di atas dapat diketahui jenis pekerjaan masyarakat di desa tokalimbo. Yaitu petani yang berjumlah 180 orang yang jika dipersenkan menjadi (50,70%), Pegawai Negri Sipil (PNS) sebanyak 7 orang (1,97%), nelayan berjumlah 142 orang (40%), wiraswasta sebanyak 26 orang (7,33%).

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Desa Tokalimbo didominasi oleh petani. Hal ini di sebabkan karena adanya ketersediaan lahan yang memadai untuk melakukan usahatani. Dan kondisi

tanah yang ada di Desa Tokalimbo juga termasuk tanah yang subur, hal ini merupakan faktor utama yang mendorong minat masyarakat untuk bertani.

#### 4.4 Sarana Dan Prasarana

Sarana merupakan segala sesuatu yang dipergunakan sebagai alat untuk mencapai sebuah tujuan. Sedangkan prasarana merupakan segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses untuk mencapai tujuan dari prasarana.

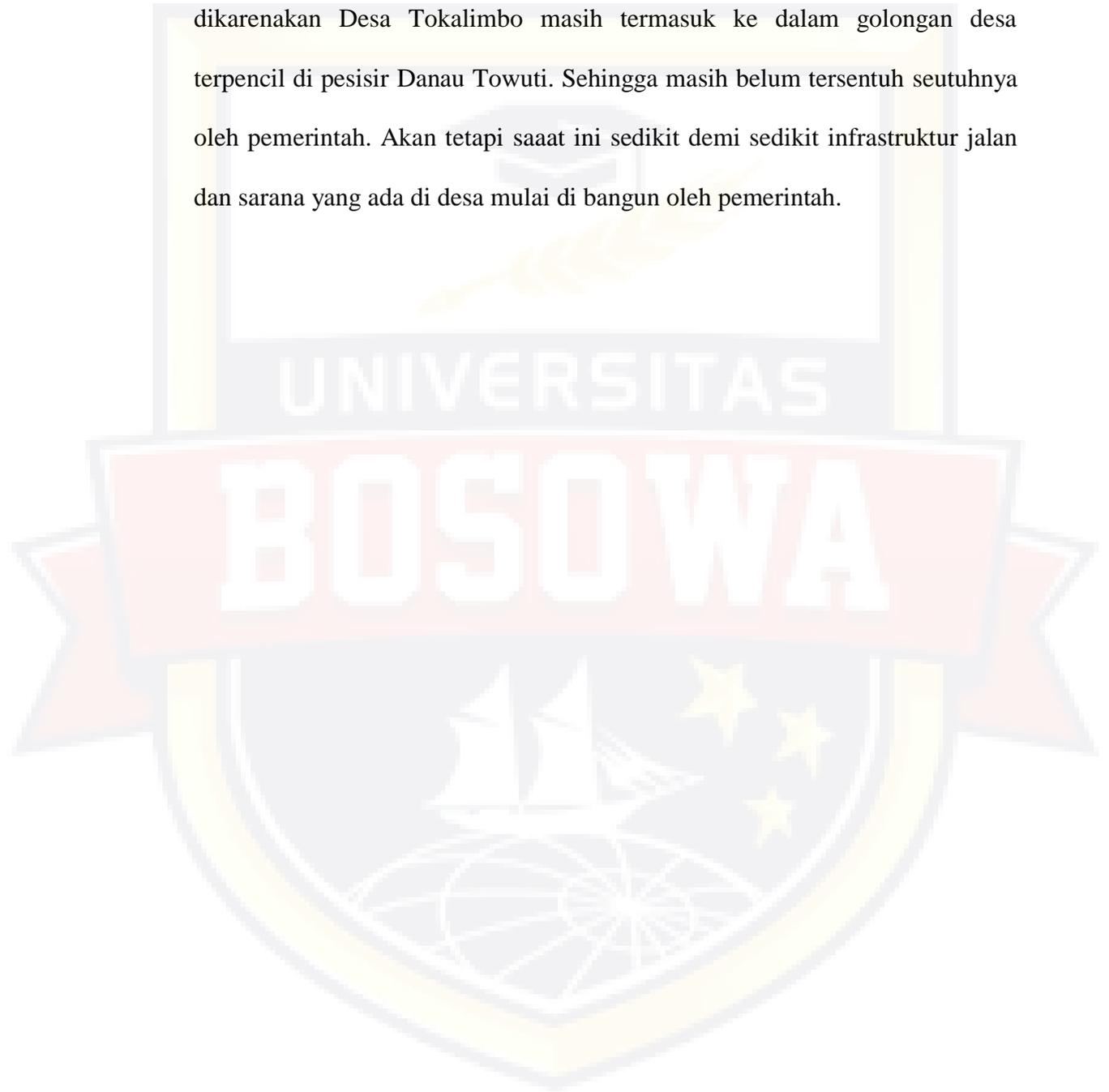
Tabel 4. Sarana Dan Prasarana.

No.	Jenis Sarana Dan Prasarana	Jumlah Unit
1.	Tk	1
2.	Sd	1
3.	Masjid	2
4.	Posyandu	2
5.	Aula	1
6.	Pos keamanan	1
7.	Jalan desa	4

Sumber: kantor Desa Tokalimbo tahun 2022.

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa di Desa Tokalimbo terdapat 1 unit Taman Kanak-Kanak (TK), 1 unit Sekolah Dasar (SD), Masjid sebanyak 2 unit, Posyandu sebanyak 2 unit, Aula 1 unit, Pos keamanan 1 unit, dan Jalan desa sebanyak 4 unit.

Jadi dapat disimpulkan bahwa sarana pendidikan dan sarana kesehatan yang ada di Desa Tokalimbo masih sangat minim. Hal ini dikarenakan Desa Tokalimbo masih termasuk ke dalam golongan desa terpencil di pesisir Danau Towuti. Sehingga masih belum tersentuh seutuhnya oleh pemerintah. Akan tetapi saat ini sedikit demi sedikit infrastruktur jalan dan sarana yang ada di desa mulai di bangun oleh pemerintah.



## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Identitas Responden

##### 5.1.1 Umur Petani

Umur responden di dalam penelitian ini relative berbeda-beda. Umur petani responden pada saat dilakukan penelitian dinyatakan dalam tahun. Umur petani responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Umur Petani Responden.

<b>Umur (Tahun)</b>	<b>Jumlah(orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
30 – 39	6	22,22
40 – 49	10	37,04
50 – 59	7	25,93
60+	4	14,81
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer Yang Diambil Di Lapangan 2022.*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berumur 30-39 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase (22,22%), responden yang berumur 40-49 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase (37,04%), responden yang berumur 50-59 tahun sebanyak 7 orng dengan persentase (25,93%) dan responden ang berumur 60 keatas berjumlah 4 orang yang apabila di persenkan menjadi (14,81%). Jadi dapat diketahui bahwa petani di desa tokalimbo didominasi oleh umur di atas 40 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa minat generasi muda dalam bidang pertanian masih rendah.

Umur yang produktif merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam kegiatan berusahatani. Menurut (Hasyim dalam Gustri dkk 2021), petani dengan usia produktif akan bekerja lebih baik dan lebih maksimal dibandingkan dengan petani non produktif. Namun, petani yang usianya lebih tua dapat memahami kondisi lapangan dengan lebih baik. Hal ini sesuai dengan pendapat (Novia dalam Gusti dkk 2021) yang menyatakan bahwa petani yang usianya lebih tua biasanya memiliki pemahaman yang relatif kurang, namun memiliki kelebihan dalam mengenali kondisi lahan usahatani.

### 5.1.2 Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan merupakan kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan pada diri seseorang. Pendidikan adalah salah satu faktor yang sangat menunjang bagi kegiatan pemasaran khususnya di bidang pertanian. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin tinggi pula pengetahuan dan akan semakin selektif dalam melakukan kegiatan usahatani dan pemasaran. Berikut adalah tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini :

Tabel 6. Tingkat Pendidikan Petani Responden.

No.	Pendidikan	Jumlah Petani (orang)	Persentase (%)
1.	TTSD-SD	12	44,44
2.	SMP	8	29,63
3.	SMA	7	25,93
	<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Yang Diambil Di Lapangan 2022.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pendidikan petani responden yang ada di Desa Tokalimbo didominasi oleh petani yang berpendidikan rendah yaitu Tidak Tamat Sekolah Dasar (SD) dan yang hanya tamatan Sekolah Dasar (SD) yang berjumlah 12 orang yang jika dipersenkan menjadi (94,44%), kemudian tamatan Sekolah Menengah Pertama (SMP) berjumlah 8 orang (29,63%) dan tamatan Sekolah Menengah Atas berjumlah 7 orang (25,93%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan petani responden yang ada di Desa Tokalimbo masih sangat minim, dilihat dari tabel yang ada di atas petani yang Tidak Tamat Sekolah Dasar (TTSD) dan Sekolah Dasar jumlahnya hampir mencapai setengah dari sampel yang diambil pada petani lada yaitu 12 orang (44,44%).

Hal ini dapat terjadi karena para petani responden lebih memilih untuk bertani daripada melanjutkan pendidikan di tingkat yang lebih tinggi, karena adanya beberapa faktor yaitu terkendala oleh biaya, dukungan orang tua dan beberapa faktor lainnya.

### **5.1.3 Jumlah Tanggungan Keluarga**

Jumlah tanggungan keluarga merupakan banyaknya jumlah orang yang secara langsung biaya hidupnya di tanggung oleh responden. Baik itu anak, istri, orang tua dan yang lainnya. Besarnya jumlah tanggungan keluarga sangat berpengaruh terhadap pendapatan keluarga. Banyaknya tanggungan keluarga juga berpengaruh terhadap keinginan untuk

meningkatkan pendapatan. Karena semakin banyak jumlah tanggungan keluarga semakin banyak pendapatan yang dibutuhkan.

Tabel 7. Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Responden.

No.	Jumlah tanggungan keluarga	Jumlah petani (Orang)	Persentase(%)
1.	2-3	12	44,44
2.	4-5	15	55,56
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Yang Diambil Di Lapangan 2022.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah tanggungan keluarga petani responden yang ada di Desa Tokalimbo yaitu jumlah tanggungan keluarga sebanyak 2-3 orang tanggungan dimiliki oleh 12 petani responden yang jika di persentasekan sebanyak (44,44%), dan 15 orang petani memiliki jumlah tanggungan keluarga sebanyak 4-5 orang tanggungan (55,56%).

#### 5.1.4 Pengalaman Berusahatani .

Pengalaman berusahatani juga dapat mempengaruhi kinerja petani, dan juga berpengaruh dalam melakukan usahatani. Semakin lama pengalaman petani maka semakin matang pula keputusan yang diambil untuk keputusan dalam melakukan kegiatan bertani. Adapun pengalaman berusahatani lada petani responden di Desa Tokalimbo sebagai berikut:

Tabel 8. Pengalaman Berusahatani Lada Petani Responden.

No.	Pengalaman Berusahatani (Tahun)	Jumlah petani (Orang)	Persentase(%)
1.	4-6	6	22,22
2.	7-10	21	77,78
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Yang Diambil Di Lapangan 2022.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pengalaman berusahatani lada petani responden di Desa Tokalimbo didominasi oleh petani yang sudah bergelut dibidang bertani lada selama 7-10 tahun yang jika dipersenkan sebanyak (77,78%) sedangkan petani yang memiliki pengalaman berusahatani lada selama 4-6 tahun yaitu berjumlah 6 orang (22,22%).

Pengalaman berusahatani lada petani responden didominasi selama 7-10 tahun. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengalaman petani responden dalam bidang bertani lada sudah cukup matang. Petani responden sudah cukup paham tentang perawatan tanaman lada dan cara meningkatkan hasil produksi.

#### 5.1.5 Luas Lahan Responden

Luas lahan pada penelitian ini adalah jumlah keseluruhan lahan yang dimiliki oleh setiap responden yaitu petani lada, baik itu lahan yang sudah terisi penuh tanaman lada maupun yang sebagian lahan belum terisi penuh.

Berikut ini adalah luas lahan yang dimiliki petani responden yang ada di Desa Tokalimbo.

Tabel 9. Luas Lahan Petani Respdnen.

No.	Luas Lahan (Ha)	Jumlah petani (Orang)	Persentase(%)
1.	<1 – 1	22	81,48
2.	2 - >2	5	18,52
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer Yang Diambil Di Lapangan 2022.*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa luas lahan yang dimiliki petani responden di Desa Tokalimbo didominasi oleh <1-1 hektar (Ha) sebanyak 22 orang petani yang jika dipersenkan (81,48 %). Kemudian luas lahan 2->2 hektar (Ha) sebanyak 5 orang petani (18,52%), Jadi dapat disimpulkan bahwa luas lahan yang dimiliki oleh petani responden yang ada di Desa Tokalimbo umumnya adalah kurang lebih 1 hektar (Ha).

#### 5.1.6 Jumlah Tanaman Lada Responden.

Tanaman lada yang dimiliki oleh petani responden di Desa Tokalimbo jumlahnya relative berbeda-beda, Berikut jumlah tanaman lada petani di Desa Tokalimbo.

Tabel 10. Jumlah Tanaman Lada Petani Responden.

Jumlah Tanaman (Pohon)	Jumlah Petani (Orang)	Persentase (%)
<1.000	8	29,63
>1.000	19	70,37
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer Yang Diambil Di Lapangan 2022.*

Melihat tabel di atas dapat dilihat bahwa petani responden di Desa Tokalimbo yang memiliki tanaman lada kurang dari 1.000 pohon lada yaitu sebanyak 8 orang petani responden yang apabila dipersenkan menjadi (29,63%), sedangkan petani responden yang memiliki lebih dari 1.000 pohon lada yaitu sebanyak 19 orang petani (70,37%). Jadi dapat disimpulkan bahwa di Desa Tokalimbo petani dominan memiliki tanamaan lada lebih dari 1.000 pohon.

## 5.2 Analisis Pemasaran Lada

### 5.2.1 Luas Lahan Dan produksi Lada.

Jumlah Produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah produksi lada petani responden selama satu kali panen, tanaman lada hanya dapat dipanen satu kali dalam setahun, yang berarti tanaman lada termasuk tanaman tahunan. Berikut ini adalah jumlah produksi lada berdasarkan luas lahan petani responden yang ada di Desa Tokalimbo.

Tabel 11. Luas Lahan dan Produksi lada.

Luas lahan (Ha)	Jumlah petani	Jumlah produksi (Kg/tahun)	Rata-rata produksi (Kg/tahun)
<1-1	22	28.730,30	1.305,92
2->2	5	14.167,00	2.833,40
Total	27	42.897,30	1.588,79

*Sumber: Data Primer Yang Diambil Di Lapangan 2022*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 22 orang petani responden di Desa Tokalimbo yang memiliki luas lahan kurang dari satu sampai satu hektar dapat menghasilkan produksi lada sebanyak 28.730,30 Kg. Sedangkan

5 orang petani responden yang memiliki luas lahan dua sampai lebih dari 2 hektar dapat menghasilkan 14.167,00 Kg lada pertahunnya.

### 5.2.2 Jumlah Tanaman Lada Dan produksi Lada.

Berikut ini adalah jumlah produksi lada berdasarkan jumlah tanaman lada yang dimiliki oleh petani responden yang ada di Desa Tokalimbo.

Tabel 12. Jumlah Tanaman Dan Produksi Lada

Jumlah tanaman (pohon)	Jumlah petani	Jumlah produksi (Kg/tahun)	Rata-rata produksi (Kg/tahun)
<1000	8	3.527,1	440,88
>1.000	19	39.370,20	2.072,12
Total	27	42.897,30	1.588,79

Sumber: Data Primer Yang Diambil Di Lapangan 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah tanaman lada kurang dari 1.000 pohon yang dimiliki oleh 8 orang petani responden di Desa Tokalimbo dapat memproduksi 3.527,1 Kg/tahun sedangkan 19 orang petani responden yang memiliki jumlah tanaman lada lebih dari 1.000 pohon dapat memproduksi 39.370,20 Kg/tahun. Jadi rata-rata produksi lada di Desa Tokalimbo pada tahun 2022 adalah 1.588,79 Kg.

### 5.3 Saluran Pemasaran Lada

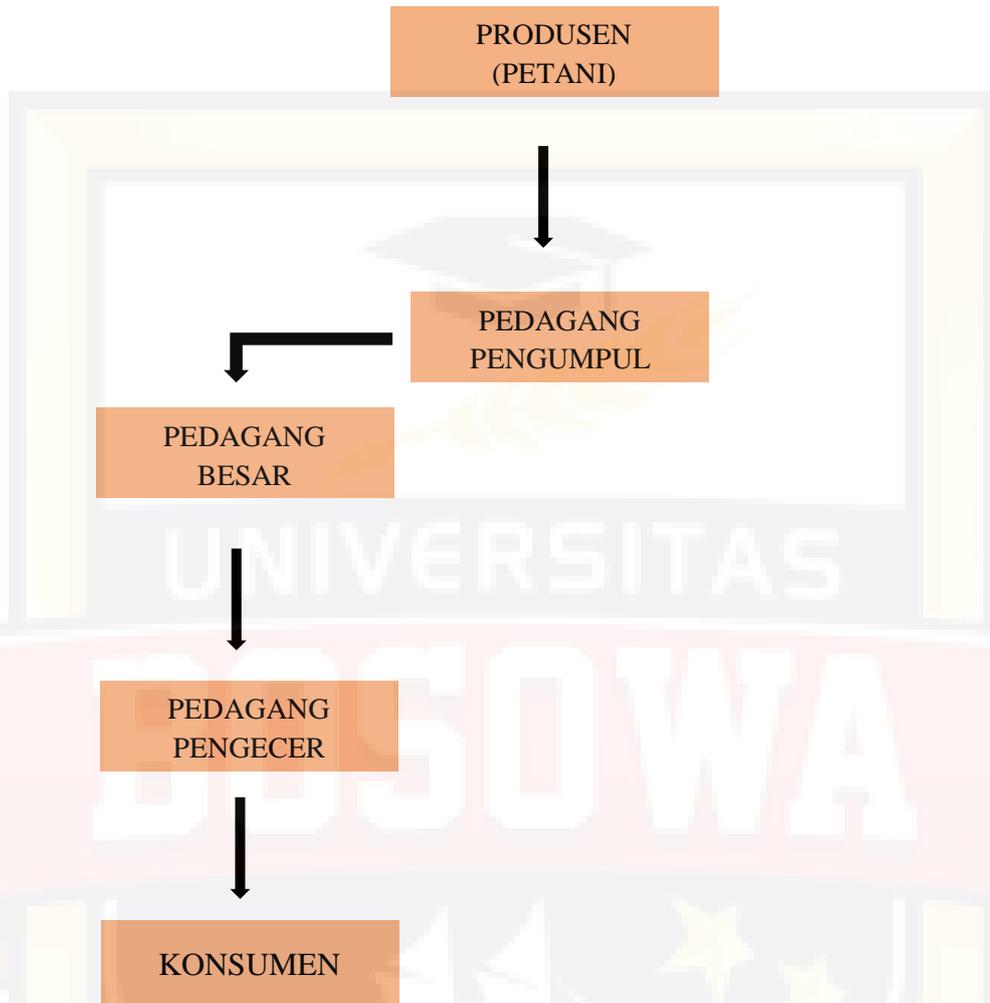
Saluran pemasaran dalam penelitian ini dapat diketahui setelah melakukan penelusuran saluran pemasaran dari petani sampai dengan konsumen sehingga dapat diidentifikasi dalam sistem pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran. Untuk memperluas dan memperlancar pemasaran lada sangat dibutuhkan peran lembaga pemasaran

untuk menyalurkan lada dari produsen (petani) hingga sampai ketangan konsumen.

Petani dalam pemasaran lada yaitu sebagai produsen dan merupakan pihak pertama dalam penyaluran lada. Untuk memasarkan lada petani menjualnya secara langsung kepada pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul adalah yang membeli dan mengumpulkan lada dari petani di Desa Tokalimbo dan kemudian menjualnya kepada pedagang besar yang ada di Makassar. Pedagang besar kemudian menjual lada yang telah dibeli dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer. Setelah itu pedagang pengecer kemudian menjualnya kepada para konsumen

Dari informasi yang didapat dari petani responden melalui proses wawancara dapat diketahui bahwa setelah petani selesai melakukan proses pasca panen terhadap hasil produksi lada maka hal yang dilakukan selanjutnya yaitu menyalurkan hasil produksinya. Saluran pemasaran lada yang ada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu timur terdapat beberapa lembaga pemasaran yang tergabung dalam satu saluran pemasaran yang dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 1. Saluran Pemasaran



Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa terdapat beberapa lembaga pemasaran yang membentuk satu saluran pemasaran lada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur. Yaitu dari produsen (petani) kemudian dijual ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang mengumpulkan hasil produksi lada petani yang ada di Desa Tokalimbo dengan cara menjemput hasil produksi lada kerumah para produsen (petani) kemudian diangkut ke gudang milik pedagang pengumpul, di gudang tersebutlah lada ditimbang untuk mengetahui beratnya produksi lada yang dimiliki oleh petani. Dalam hal ini pedagang pengumpul merupakan

bagian yang penting yang menghubungkan rantai pasar tersebut sehingga memiliki peran penting dalam proses perdagangan lada yang ada di Desa Tokalimbo.

Dalam proses pembelian hasil produksi lada tidak ada lagi proses tawar-menawar antara produsen dan pedagang pengumpul karena harga lada yang dibeli ditentukan oleh harga yang ada di pasaran. Dan semua kualitas lada yang dibeli oleh pedagang pengumpul di petani responden dalam penelitian ini memiliki kualitas yang sama yaitu kualitas tinggi. Jadi harga lada yang dibeli juga sama yaitu Rp.75.000,00/Kg. Harga tersebut adalah harga yang ditentukan oleh pedagang yang mengikuti harga yang ada dipasaran.

Setelah itu pedagang pengumpul selanjutnya menjual lada hasil produksi petani Desa Tokalimbo ke pedagang besar yang ada di Makassar dengan harga mencapai Rp.80.000,00/Kg. Kemudian pedagang besar menjual lada ke pedagang pengecer dengan harga mencapai Rp.83.000/Kg. Selanjutnya pedagang pengecer menjual lada ke pada para konsumen dengan harga sebesar Rp.86.500.

#### **5.4 Margin pemasaran lada.**

Margin pemasaran lada adalah selisih harga yang diterima konsumen dengan harga yang diterima petani (produsen) yang meliputi biaya pemasaran dan keuntungan yang diterima oleh lembaga-lembaga pemasaran.

Untuk melihat margin analisis pemasaran lada pada saluran pemasaran ini serta rincian biaya yang dikeluarkan oleh pedagang dan pengecer dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 13. Margin dan Total biaya pemasaran lada.

No	Keterangan	Harga Beli	Margin	Harga Jual
1	Petani	-	-	-
2	Pedagang Pengumpul	75.000	- Biaya = 2.100 - Keuntungan = 2.900 - Total = 5.000	80.000
3	Pedagang Besar	80.000	- Biaya = 1.000 -Keuntungan = 2.000 - Total = 3.000	83.000
4	Pedagang Pengecer	83.000	- Biaya = 1.200 - Keuntungan = 2.300 - Total = 3.5000	86.500
5	Konsumen	86.000	-	-

Sumber: Data Primer Yang Diambil Di Lapangan 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa margin terbesar pada lembaga saluran pemasaran lada yang ada di Desa Tokalimbo adalah pedagang pengumpul yaitu memiliki margin sebesar Rp.5.000/Kg. Hal ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul juga besar yaitu Rp.2.100/Kg. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul di antaranya adalah biaya transportasi mulai dari menjemput lada hasil produksi petani sampai membawanya ke pedagang besar untuk di jual, biaya buruh dan biaya lainnya.

Sedangkan margin terkecil terdapat pada pedagang besar yaitu Rp.3.000/Kg. hal ini disebabkan sedikitnya biaya yang dikeluarkan yaitu Rp.1.000/Kg. Pedagang besar tidak mengeluarkan biaya transportasi karena pedagang pengecer datang langsung untuk mengambil barang di gudang pedagang besar. Pedagang besar hanya mengeluarkan biaya penyimpanan dan biaya untuk menggaji para buruh.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1. Kesimpulan**

1. Saluran pemasaran lada yang ada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timurdapat diketahui bahwa rantai pasar pada penjualan lada dimulai dari produsen (petani) kemudian ke pedagang dalam desa, kemudian ke pedagang pengecer dan selanjutnya akan sampai pada konsumen.
2. Margin terbesar pada saluran pemasaran lada yang ada di Desa Tokalimbo Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur terdapat pada pedagang pengumpul ke pedagang besar yaitu Rp.5.000/Kg

#### **6.2. Saran**

Adapun beberapa saran dalam penelitian ini yaitu :

1. Kondisi pemasaran lada yang terbilang masih sangat sederhana dimana petani hanya mengandalkan pedagang pengumpul yang ada di dalam desa memasarkan atau menjual hasil produksinya maka dari itu petani lada diharapkan dapat memperluas jaringan dalam memasarkan produknya agar harga jual lada petani juga bias meningkat.
2. Kepada para petani lada untuk memelihara dan merawat tanamannya dan menanami tanaman lada di lahan milik sendiri yang masih kosong atau belum ditanami.
3. Kepada seluruh Masyarakat Desa Tokalimbo khususnya petani lada untuk melakukan kerja sama sesama petani dan membentuk kelompok tani untuk memudahkan dalam proses pemasaran dan berusahatani lada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Desiana, C., D. Rochdiani, & C. Pardani. (2017). Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta (Studi Kasus Di Desa Kalijaya, Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo GALUH*, Volume 4(2):162-173
- Fariz, D. (2018). *PERAN DAN FUNGSI LEMBAGA TATANIAGA DALAM PEMASARAN AYAM SENTUL PADA KELOMPOK TANI GEMAH RIPAHA* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Fathoni, M. A. (2018). Konsep pemasaran dalam perspektif hukum Islam. *Jurnal Hukum dan Syariah*, 9(1), 136-137.
- Fitri Aisyah Umar Patandian, F. I. T. R. I. (2019). *Strategi Pemasaran Lada Putih Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Timampu Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur* (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Gusti, Irganov Maghfiroh, Siwi Gayatri, and Agus Subhan Prasetyo. "Pengaruh Umur, Tingkat Pendidikan dan Lama Bertani terhadap Pengetahuan petani tentang Manfaat dan Cara Penggunaan Kartu Tani di Kecamatan Parakan, Kabupaten Temanggung." *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah* 19.2 (2021): 209-221.
- Irawan, 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Nilam (Progestemon Cablin Bent) (Studi Kasus : Desa Pantai Tinjau Kec. Sekerak Kab. Aceh Tamiang) *Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Latumahina, Y., Timisela, N. R., & Luhukay, J. M. (2021). Analisis Margin Pemasaran Produk Sagu (Studi Kasus Bioindustri Sawa) di Negeri Waraka Kabupaten Maluku Tengah. *Agrilan: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 9(1), 32-44.
- Limbong, 2010. Pengantar Tataniaga Pertanian. Bogor : *Institut Pertanian Bogor*, *Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian*
- LUBIS, Arlina Nurbaity. Peranan saluran distribusi dalam pemasaran produk dan jasa. *FE Jurusan Manajemen Universitas Sumatera Utara, e-USU Repository Universitas Sumatera Utara*, 2004
- Marlina, T. H. M., & Balatuf, F. (2020). Analisis Efisiensi Faktor Produksi Usahatani Kentang (*Solanum Tuberosum*). *Vegetasi*, 16(2).

Permadi, R. 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Kepok di Kabupaten Seruyan. *UNES Journal of Agricultural Scienties*, 1 (1), 120-128.

Prasetyo, Budi. *Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Lada Di Desa Bantilang, Kecamatan Towuti, Kabupaten Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan*. Diss. Universitas Hasanuddin, 2019.

Simatupang, B., Tua, M., Yazid, M., & Thirtawati, T. (2021). *Analisis Pemasaran Lada Di Desa Muara Rungga Kecamatan Pasemah Air Keruh Kabupaten Empat Lawang* (Doctoral Dissertation, Sriwijaya University).

Soekartawi, 2004. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta*.

Whardani, H., Sudrajat, I. S., & Widiatmi, S. (2019). *Analisis Pemasaran Lada Putih (Piper Nigrum) di Kecamatan Simpang Pesak Kabupaten Belitung Timur*.

**BOSOWA**



## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Identitas Petani Responden

<b>Nama Responden</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Umur (Tahun)</b>	<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Pengalaman Berusahatani (Tahun)</b>	<b>Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)</b>	<b>Luas Lahan (Ha)</b>	<b>Status Kepemilikan Lahan</b>	<b>Jumlah Tanaman Lada (Pohon)</b>
H. Jufri	L	61	TTSD	10	2	2.5	Milik sendiri	3.000
Masturi	P	37	SMA	7	2	0,5	Milik sendiri	1.000
Suparman	L	55	SMA	10	2	2,0	Milik sendiri	2.500
Marsus	L	45	SMP	10	4	2,0	Milik sendiri	2.100
Sahir	L	48	SD	9	4	2,0	Milik sendiri	1.900
H. Sardin	L	54	SD	10	7	2,0	Milik sendiri	2.000
Sudri	L	42	SMA	9	4	1,0	Milik sendiri	2.000
Sahabuddin	L	44	SMA	10	4	1,0	Milik sendiri	2.000
Burhan	L	35	SMA	10	4	1,0	Milik sendiri	2.000
Robi	L	38	SMA	7	3	1,0	Milik sendiri	1.000
Nasrun	L	47	SMA	5	5	1,0	Milik sendiri	500
Aris	L	57	TTSD	10	3	1,0	Milik sendiri	1.800
Wisno	L	45	TTSD	7	4	1,0	Milik sendiri	1.500
Suharman	L	47	TTSD	5	4	1,0	Milik sendiri	650
Satri	L	49	TTSD	9	4	1,0	Milik sendiri	1,500
Jumardi	L	50	TTSD	9	2	1,0	Milik sendiri	2.000
A.Husin	L	72	SMP	9	2	1,0	Milik sendiri	800
Nawir	L	53	SD	7	3	1,0	Milik sendiri	900
Ramang	L	63	SD	7	4	1,0	Milik sendiri	700
Ayus	L	33	SD	10	4	1,0	Milik sendiri	1.700
Rusli	L	45	SD	9	5	1,0	Milik sendiri	1.000
Wiwin	L	32	SMP	4	3	1,0	Milik sendiri	400

Syarifuddin	L	63	SMP	6	2	1,0	Milik sendiri	600
Alisman	L	38	SMP	6	5	1,0	Milik sendiri	1.200
Umar	L	53	SMP	9	4	1,0	Milik sendiri	1.000
Iwan M	L	40	SMP	6	4	1,0	Milik sendiri	700
Hajar	L	58	SMP	7	3	1,0	Milik sendiri	1.200



**Lampiran 2. Rekapitulasi Total Nilai Penjualan Petani Lada (Rp/Tahun)**

No.	Nama	Jumlah Tanaman Lada (Pohon)	HargaJual (Rp)	Produksi (Kg)	Nilai Penjualan
1.	H. Jufri	3.000	75.000	3.718,60	278.895.000
2.	Masturi	1.000	75.000	1.290	96.750.000
3.	Suparman	2.500	75.000	2.915,10	218.632.500
4.	Marsus	2.100	75.000	2.613	195.975.000
5.	Sahir	1.900	75.000	2.427,60	182.070.000
6.	H. Sardin	2.000	75.000	2.492,70	186.952.000
7.	Sudri	2.000	75.000	2.117,30	158.797.500
8.	Sahabuddin	2.000	75.000	2.501,80	187.635.000
9.	Burhan	2.000	75.000	2.412,70	180.952.500
10.	Robi	1.000	75.000	1.215,20	91.140.000
11.	Nasrun	500	75.000	197,90	14.842.500
12.	Aris	1.800	75.000	1.863,10	139.732.500
13.	Wisno	1.500	75.000	1.637,40	122.805.000
14.	Suharman	650	75.000	281,40	21.105.000
15.	Satri	1.500	75.000	1.907,10	143.032.500
16.	Jumardi	2.000	75.000	2.798,10	209.857.500
17.	A. Husin	800	75.000	754,20	56.565.000
18.	Nawir	900	75.000	821,50	61.612.500
19.	Ramang	700	75.000	509,70	38.227.500
20.	Ayus	1.700	75.000	2.045,20	153.390.000

21.	Rusli	1.000	75.000	1.090,30	81.772.500
22.	Wiwin	400	75.000	172,30	12.922.500
23.	Syarifuddin	600	75.000	217,20	16.290.000
24.	Alisman	1.200	75.000	1.572,40	117.930.000
25.	Umar	1.000	75.000	1.124,50	84.337.500
26.	Iwan M	700	75.000	572,90	42.967.500
27.	Hajar	1.200	75.000	1.628,10	122.107.500
	<b>Total</b>	<b>37.600</b>	-	<b>42.897,30</b>	<b>3.217.297.000</b>

**Lampiran 3. Rekapitulasi Total Pengeluaran Biaya Pedagang pengumpul (Rp/Tahun).**

No.	Produksi	Biaya/Kg	Total biaya
1.	3.718,60	2.100	7.809.060
2.	1.290	2.100	2.709.000
3.	2.915,10	2.100	6.121.710
4.	2.613	2.100	5.487.300
5.	2.427,60	2.100	5.097.960
6.	2.492,70	2.100	5.234.670
7.	2.117,30	2.100	4.446.330
8.	2.501,80	2.100	5.253.780
9.	2.412,70	2.100	5.066.670
10.	1.215,20	2.100	2.551.920
11.	197,90	2.100	415.590
12.	1.863,10	2.100	3.912.510

13.	1.637,40	2.100	3.438.540
14.	281,40	2.100	590.940
15.	1.907,10	2.100	4.004.910
16.	2.798,10	2.100	5.876.010
17.	754,20	2.100	1.583.820
18.	821,50	2.100	1.725.150
19.	509,70	2.100	1.070.370
20.	2.045,20	2.100	4.294.920
21.	1.090,30	2.100	2.289.630
22.	172,30	2.100	361.830
23.	217,20	2.100	456.120
24.	1.572,40	2.100	3.302.040
25.	1.124,50	2.100	2.361.450
26.	572,90	2.100	1.203.090
27.	1.628,10	2.100	3.419.010
<b>Jml</b>	<b>42.897,30</b>	<b>56.700</b>	<b>90.084.330</b>

**Lampiran 4. Rekapitulasi Total Pengeluaran Biaya Pedagang Besar (Rp/Tahun).**

No.	Produksi	Biaya/Kg	Total biaya
1.	3.718,60	1.000	3.718.600
2.	1.290	1.000	1.290.000
3.	2.915,10	1.000	2.915.100
4.	2.613	1.000	2.613.000
5.	2.427,60	1.000	2.427.600
6.	2.492,70	1.000	2.492.700
7.	2.117,30	1.000	2.117.300
8.	2.501,80	1.000	2.501.800
9.	2.412,70	1.000	2.412.700
10.	1.215,20	1.000	1.215.200
11.	197,90	1.000	197.900
12.	1.863,10	1.000	1.863.100
13.	1.637,40	1.000	1.637.400
14.	281,40	1.000	281.400
15.	1.907,10	1.000	1.907.100
16.	2.798,10	1.000	2.798.100
17.	754,20	1.000	754.200
18.	821,50	1.000	821.500
19.	509,70	1.000	509.700
20.	2.045,20	1.000	2.045.200
21.	1.090,30	1.000	1.090.300
22.	172,30	1.000	172.300

23.	217,20	1.000	217.200
24.	1.572,40	1.000	1.572.400
25.	1.124,50	1.000	1.124.500
26.	572,90	1.000	572.900
27.	1.628,10	1.000	1.628.100
<b>Jumlah</b>	<b>42.897,30</b>	<b>27.000</b>	<b>42.897.300</b>

**Lampiran 5. Rekapitulasi Total Pengeluaran Biaya Pengecer (Rp/Tahun).**

No	Produksi	Biaya/Kg	Total biaya
1	3.718,60	1.200	4.462.320
2	1.290	1.200	1.548.000
3	2.915,10	1.200	3.498.120
4	2.613	1.200	3.135.600
5	2.427,60	1.200	2.913.120
6	2.492,70	1.200	2.991.240
7	2.117,30	1.200	2.540.760
8	2.501,80	1.200	3.002.160
9	2.412,70	1.200	2.895.240
10	1.215,20	1.200	1.458.240
11	197,90	1.200	237.480
12	1.863,10	1.200	2.235.720
13	1.637,40	1.200	1.964.880
14	281,40	1.200	337.680

15	1.907,10	1.200	2.288.520
16	2.798,10	1.200	3.357.720
17	754,20	1.200	905.040
18	821,50	1.200	985.800
19	509,70	1.200	611.640
20	2.045,20	1.200	2.454.240
21	1.090,30	1.200	1.308.360
22	172,30	1.200	206.760
23	217,20	1.200	260.640
24	1.572,40	1.200	1.886.880
25	1.124,50	1.200	1.349.400
26	572,90	1.200	687.480
27	1.628,10	1.200	1.953.720
<b>Jumlah</b>	<b>42.897,30</b>	<b>32.400</b>	<b>51.476.760</b>

**Lampiran 6. Rekapitulasi Keuntungan Pedagang Pengumpul (Rp/Tahun).**

No.	Produksi (Kg)	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Margin (Rp)	Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	3.718,60	278.895.000	297.488.000	18.593.000	7.809.060	10.783.940
2	1.290	96.750.000	103.200.000	6.450.000	2.709.000	3.741.000
3	2.915,10	218.632.500	233.208.000	14.575.500	6.121.710	8.453.790
4	2.613	195.975.000	209.040.000	13.065.000	5.487.300	7.577.700
5	2.427,60	182.070.000	194.208.000	12.138.000	5.097.960	7.040.040
6	2.492,70	186.952.000	199.415.500	12.463.500	5.234.670	7.228.830
7	2.117,30	158.797.500	169.384.000	10.586.500	4.446.330	6.140.170
8	2.501,80	187.635.000	200.144.000	12.509.000	5.253.780	7.255.220
9	2.412,70	180.952.500	193.016.000	12.063.500	5.066.670	6.996.830
10	1.215,20	91.140.000	97.216.000	6.076.000	2.551.920	3.524.080
11	197,90	14.842.500	15.832.000	989.500	415.590	573.910
12	1.863,10	139.732.500	149.048.000	9.315.500	3.912.510	5.402.990
13	1.637,40	122.805.000	130.992.000	8.187.000	3.438.540	4.748.460
14	281,40	21.105.000	22.512.000	1.407.000	590.940	816.060
15	1.907,10	143.032.500	152.568.000	9.535.500	4.004.910	5.530.590
16	2.798,10	209.857.500	223.848.000	13.990.500	5.876.010	8.114.490
17	754,20	56.565.000	60.336.000	3.771.000	1.583.820	2.187.180
18	821,50	61.612.500	65.720.000	4.107.500	1.725.150	2.382.350
19	509,70	38.227.500	40.776.000	2.548.500	1.070.370	1.478.130
20	2.045,20	153.390.000	163.616.000	10.226.000	4.294.920	5.931.080
21	1.090,30	81.772.500	87.224.000	5.451.500	2.289.630	3.161.870

22	172,30	12.922.500	13.784.000	861.500	361.830	499.670
23	217,20	16.290.000	17.376.000	1.086.000	456.120	629.880
24	1.572,40	117.930.000	125.792.000	7.862.000	3.302.040	4.559.960
25	1.124,50	84.337.500	89.960.000	5.622.500	2.361.450	3.261.050
26	572,90	42.967.500	45.832.000	2.864.500	1.203.090	1.661.410
27	1.628,10	122.107.500	130.248.000	8.140.500	3.419.010	4.721.490
<b>Jumlah</b>	<b>42.897,30</b>	<b>3.217.297.000</b>	<b>3.431.783.500</b>	<b>214.486.500</b>	<b>90.084.330</b>	<b>124.402.170</b>
<b>Rata-rata(Rp Kg)</b>	<b>1.588,79</b>	<b>119.159.148</b>	<b>127.103.093</b>	<b>7.943.944</b>	<b>3.336.457</b>	<b>4.607.488</b>

**Lampiran 7. Rekapitulasi Keuntungan Pedagang Besar (Rp/Tahun)**

No.	Produksi (Kg)	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Margin (Rp)	Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	3.718,60	297.488.000	308.643.800	11.155.800	1.134.173	10.021.627
2	1.290	103.200.000	107.070.000	3.870.000	393.290	3.476.710
3	2.915,10	233.208.000	241.953.300	8.745.300	889.105,50	7.856.194
4	2.613	209.040.000	216.879.000	7.839.000	796.965	7.04.,035
5	2.427,60	194.208.000	201.490.800	7.282.800	740.438	6.542.362
6	2.492,70	199.415.500	206.894.100	7.478.600	760.273,50	6.718.326
7	2.117,30	169.384.000	175.735.900	6.351.900	645.776,50	5.706.123
8	2.501,80	200.144.000	207.649.400	7.505.400	763.049	6.742.351
9	2.412,70	193.016.000	200.254.100	7.238.100	735.873,50	6.502.226
10	1.215,20	97.216.000	100.861.600	3.645.600	370.636	3.274.964
11	197,9	15.832.000	16.425.700	593.700	60.359,50	533.340
12	1.863,10	149.048.000	154.637.300	5.589.300	568.245,50	5.021.054

13	1.637,40	130.992.000	135.904.200	4.912.200	499.407	4.412.793
14	281,4	22.512.000	23.356.200	844.200	85.827	758.373
15	1.907,10	152.568.000	158.289.300	5.721.300	581.665,50	5.139.634
16	2.798,10	223.848.000	232.242.300	8.394.300	851.620,50	7.542.679
17	754,2	60.336.000	62.598.600	2.262.600	230.031	2.032.569
18	821,5	65.720.000	68.184.500	2.464.500	250.557,50	2.213.942
19	509,7	40.776.000	42.305.100	1.529.100	155.458,50	1.373.641
20	2.045,20	163.616.000	169.751.600	6.135.600	623.786	5.511.814
21	1.090,30	87.224.000	90.494.900	3.270.900	332.541,50	2.938.358
22	172,3	13.784.000	14.300.900	516.900	34.460	482.440
23	217,2	17.376.000	18.027.600	651.600	66.246	585.354
24	1.572,40	125.792.000	130.509.200	4.717.200	479.582	4.237.618
25	1.124,50	89.960.000	93.333.500	3.373.500	342.972,50	3.030.527
26	572,9	45.832.000	47.550.700	1.718.700	174.734,50	1.543.965
27	1.628,10	130.248.000	135.132.300	4.884.300	496.570,50	4.387.729
<b>Jumlah</b>	<b>42.897,30</b>	<b>3.431.783.500</b>	<b>3.560.475.900</b>	<b>128.692.400</b>	<b>13.063.645</b>	<b>115.628.755</b>
<b>Rata-rata (RpKg)</b>	<b>1.588,79</b>	<b>127.103.093</b>	<b>131.869.478</b>	<b>7.531.914</b>	<b>637.603</b>	<b>4.282.546</b>

**Lampiran 8. Rekapitulasi Keuntungan Pedagang Pengecer (Rp/Tahun)**

No.	Produksi (Kg)	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Margin (Rp)	Total Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	3.718,60	308.643.800	321658900	13.015.100	4.462.320	8.552.780
2	1.290	107.070.000	111585000	4.515.000	1.548.000	2.967.000
3	2.915,10	241.953.300	252156150	10.202.850	3.498.120	2.477.835
4	2.613	216.879.000	226024500	9.145.500	3.135.600	6.009.900
5	2.427,60	201.490.800	209987400	8.496.600	2.913.120	5.583.480
6	2.492,70	206.894.100	215618550	8.724.450	2.991.240	5.733.210
7	2.117,30	175.735.900	183146450	7.410.550	2.540.760	4.869.790
8	2.501,80	207.649.400	216405700	8.756.300	3.002.160	5.754.140
9	2.412,70	200.254.100	208698550	8.444.450	2.895.240	5.549.210
10	1.215,20	100.861.600	105114800	4.253.200	1.458.240	2.794.960
11	197,9	16.425.700	17118350	692.650	237.480	455.170
12	1.863,10	154.637.300	161158150	6.520.850	2.235.720	4.285.130
13	1.637,40	135.904.200	141635100	5.730.900	1.964.880	3.766.020
14	281,4	23.356.200	24341100	984.900	337.680	647.220
15	1.907,10	158.289.300	164964150	6.674.850	2.288.520	4.386.330
16	2.798,10	232.242.300	242035650	9.793.350	3.357.720	6.435.630
17	754,2	62.598.600	65238300	2.639.700	905.040	1.734.660
18	821,5	68.184.500	71059750	2.875.250	985.800	1.889.450
19	509,7	42.305.100	44089050	1.783.950	611.640	1.172.310
20	2.045,20	169.751.600	176909800	7.158.200	2.454.240	4.703.960
21	1.090,30	90.494.900	94310950	3.816.050	1.308.360	2.507.690
22	172,3	14.300.900	14903950	603.050	206.760	396.290

23	217,2	18.027.600	18787800	760.200	260.640	499.560
24	1.572,40	130.509.200	136012600	5.503.400	1.886.880	3.616.520
25	1.124,50	93.333.500	97269250	3.935.750	1.349.400	258.6350
26	572,9	47.550.700	49555850	2.005.150	687.480	1.317.670
27	1.628,10	135.132.300	140830650	5.698.350	1.953.720	3.744.630
Jumlah	42.897,30	3.560.475.900	3.710.616.450	150.140.550	51.476.760	98.663.790
Rata-Rata (Rpkg)	1.588,79	131.869.478	137.430.239	5.220.666	1.906.547	3.497.663



**Lampiran 9. Dokumentasi Penelitian.**

