

ANALISIS PEMASARAN GULA KELAPA
(Studi Kasus di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang)
ANALYSIS OF PALM SUGAR MARKETING
(Case Study in Karangduren Village of Tengaran District of Semarang Regency)

Andi Indrawan¹

Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Farming Semarang

ABSTRACT

This research aims to (1) find out marketing channels of palm sugar; (2) analyzing costs, benefits and marketing margins; and farmer's share (3) analyzing level of marketing efficiency of the palm sugar at Karangduren Village of Tengaran District of Semarang Regency. The basic method used in this research is descriptive method. A research technique used is survey and sampling method used is purposive sample. The samples marketing agencies used were snowball sampling method. Data was collected through interviews, observation and recording. The results showed that there are four types of marketing channels of palm sugar at the Karangduren Village of Tengaran District of Semarang Regency., namely: Channel 1: Manufacturers - Consumers, Channel 2: Manufacturers-Wholesalers Gatherer-Consumer, Channel 3: Manufacturers-Wholesalers-Retailers-Consumer, Channel 4: Manufacturers-Wholesalers Gatherer-Wholesalers-Retailers-Consumer. Farmer's share on the marketing channel 1: 100.00%, Channel 2: 95.24%, Channel 3: 92.42% and Channel 4: 90.91%, farmer's share from each marketing channels different from one to others, It influences by the amount of marketing costs, marketing advantages and marketing margins from each of marketing channels. The fourth of marketing channels in Karangduren Village is efficient which is marketing channel 1 is the most efficient marketing channel which is the shortest marketing channel where it was the lowest marketing margin and the highest farmer's share. From the results of survey can conclude that there are four types marketing channels of palm sugar Karangduren Village of Tengaran District of Semarang Regency. Marketing costs, marketing advantages and marketing margins have influence for farmer's share value. The shorter of marketing channels the more efficient it's marketing channels.

Keywords: Channels, Margins, Marketing Efficiency

INTISARI

Penelitian bertujuan:(1) mengetahui pola saluran pemasaran gula kelapa; (2) menganalisis biaya, keuntungan, marjin pemasaran, *farmer's share*; dan (3) menganalisis tingkat efisiensi pemasaran gula kelapa di Desa Karangduren, Tengaran, Semarang. Metode dasar yang digunakan: deskriptif. Teknik penelitian: survey. Metode penentuan sample *purposive*. Penentuan sampel lembaga pemasaran menggunakan *snow ball sampling*. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan pencatatan. Hasil: terdapat 4 pola saluran pemasaran, yaitu: 1: Produsen-Konsumen; 2: Produsen-Pedagang Pengumpul-Konsumen; 3: Produsen-Pedagang Besar-Pedagang Pengecer-Konsumen; 4: Produsen-Pedagang Pengumpul-Pedagang Besar-Pedagang Pengecer-Konsumen. *Farmer's share* Saluran 1: 100,00%, Saluran 2: 95,24%, Saluran 3: 92,42% dan Saluran 4: 90,91%, *farmer's share* masing-masing saluran berbeda, dipengaruhi besarnya biaya, keuntungan dan marjin pemasaran masing-masing saluran. Empat saluran pemasaran di Desa Karangduren efisien dengan saluran pemasaran 1 paling efisien yang merupakan saluran pemasaran paling pendek dengan marjin pemasaran paling rendah dan *farmer's share* paling tinggi. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang terdapat empat pola saluran pemasaran gula kelapa. Biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan marjin pemasaran pemasaran gula kelapa mempengaruhi *farmer's share*. Semakin pendek saluran pemasaran gula kelapa semakin efisien saluran pemasaran.

Kata kunci: Saluran, Marjin, Efisiensi Pemasaran.

¹ Alamat penulis untuk korespondensi: Andri Indrawan. email: andi.indrawan88@gmail.com

PENDAHULUAN

Latar Belakang. Pembangunan pertanian di Indonesia dengan prinsip kemandirian dan berkelanjutan senantiasa harus diwujudkan sebagai prasyarat bagi keberlanjutan eksistensi bangsa dalam mengatasi ancaman kelangkaan pangan dunia yang dampaknya semakin terlihat nyata. Pembangunan pertanian diartikan sebagai rangkaian berbagai upaya untuk meningkatkan pendapatan petani, menciptakan lapangan kerja, mengentaskan kemiskinan, memantapkan ketahanan pangan dan mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah.

Kegiatan pertanian tidak hanya terbatas pada penggarapan lahan (prapanen), panen, pascapanen dan pemasaran. Melalui model agroindustri, suatu kegiatan pertanian dapat memberikan nilai tambah baik dengan mengolah, transformasi produk, memperpanjang masa simpan atau meningkatkan fungsional produk. Agroindustri dapat menghemat biaya dengan mengurangi kehilangan produksi pasca panen. Perkembangan agroindustri akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah pedesaan dan secara langsung meningkatkan pendapatan petani yang pada akhirnya diharapkan akan mengurangi ketimpangan pendapatan masyarakat.

Tanaman kelapa merupakan salah satu komoditas perkebunan atau pertanian dalam arti luas yang banyak dimanfaatkan hasilnya dalam pengembangan agroindustri utamanya industri pengolahan. Dari tanaman kelapa dapat dihasilkan atau dimanfaatkan untuk berbagai produk yang mempunyai nilai ekonomi yang cukup tinggi diantaranya: Buah kelapa, gula kelapa, gula semut, kopera, *nata decoco*, *virgin coconut oil (VCO)*, *Hydro coconut oil (HCO)*, arang tempurung, sabutret dan masih banyak produk yang lain. Dari produk dari tanaman kelapa berkontribusi terhadap devisa melalui

ekspor produk-produknya, serta membantu penyerapan tenaga kerja dari sektor hulu sampai sektor hilir.

Tanaman kelapa dapat tumbuh hampir di sebagian besar wilayah Indonesia, karena secara *agroklimat* sebagai negara beriklim tropis, Indonesia sangat cocok untuk tumbuhnya tanaman kelapa, dimana tanaman kelapa tumbuh baik pada daerah dengan curah hujan antara 1300-2300 mm/tahun, bahkan sampai 3.800 mm atau lebih, sepanjang tanah mempunyai drainase yang baik, sinar matahari dengan lama penyinaran minimum 120 jam/bulan sebagai sumber energi fotosintesis, tanaman kelapa sangat peka pada suhu rendah dan tumbuh paling baik pada suhu 20-28°C dan tanaman kelapa tumbuh baik di daerah dataran rendah sampai dengan menengah (<http://ditjenbun.pertanian.go.id>).

Areal tanaman kelapa di Indonesia merupakan yang terluas di dunia (FAO, 2011) dengan 31,2% dari total luas areal kelapa dunia dari total luas areal kelapa dunia. (<http://ekonomi.inilah.com>).

Pengembangan tanaman kelapa di Indonesia diusahakan hampir sebagian besar provinsi di Indonesia. Salah satu pengembangan tanaman kelapa yang cukup banyak yaitu di Provinsi Jawa Tengah. Luas areal tanaman kelapa di Provinsi Jawa Tengah dalam beberapa tahun cenderung stabil. Dari data series luas areal tanaman kelapa di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2014 yaitu 229.527,94 ha (Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2014). Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan tanaman kelapa di Provinsi Jawa Tengah tergolong tinggi dengan luasan yang cukup besar. Tanaman kelapa di Provinsi Jawa Tengah tersebar di beberapa kabupaten, salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang merupakan daerah pengembangan tanaman kelapa yaitu Kabupaten Semarang dengan luas 7.448,47 ha, dari beberapa

kecamatan penghasil kelapa di Kabupaten Semarang, Kecamatan Tenganan merupakan salah satu daerah pengembangan tanaman kelapa yang paling banyak dengan luas 838 ha (Dinas Pertanian, Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Semarang Tahun 2014). Kecamatan Tenganan meliputi 15 (lima belas) Desa/kelurahan dengan luas wilayah 4729,55 ha (<https://id.wikipedia.org>). Salah satu desa di Kecamatan Tenganan yang merupakan desa sentra pengembangan tanaman kelapa berikut pengolahan nira menjadi gula kelapa yaitu Desa Karangduren. Desa Karangduren terdiri dari 6 (enam) dusun dengan luas wilayah 510,181 ha dengan penggunaan tanah sawah seluas 46,436 ha, tanah tegalan seluas 210,825 ha, tanah pemukiman seluas 189,940 ha dan lain-lain 62,980 ha. Secara agroklimat Desa Karangduren mempunyai ketinggian sekitar 600 dpl, kelerengan rata-rata 0-10%, curah hujan rata-rata 3.000 mm dan suhu rata-rata 27 °C (UPTD Dinas Pertanian, Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Semarang Kecamatan Tenganan Tahun 2014), merupakan tempat yang ideal untuk tumbuhnya tanaman kelapa. Mayoritas masyarakat Desa Karangduren Kecamatan Tenganan menanam atau mempunyai tanaman kelapa karena tanaman kelapa merupakan salah satu sumber pendapatan bagi masyarakat di Desa Karangduren. Selain diambil buah kelapanya, sebagian masyarakat Desa Karangduren memanfaatkan pohon kelapa untuk diambil niranya guna diolah menjadi gula kelapa.

Di Desa Karangduren gula kelapa merupakan produk agroindustri rumahtangga yang mampu menopang dan mendukung gerak perekonomian keluarga maupun wilayah, mampu menyerap tenaga kerja serta memberi dukungan bahan baku pada usaha atau industri yang lain. Seiring dengan berkembangnya agroindustri gula kelapa di Desa Karangduren, hal ini berimplikasi pada pentingnya alur distribusi gula kelapa serta pola pemasaran

yang tepat. Kegiatan agroindustri akan memberikan nilai tambah yang maksimal bagi pelaku industri bila dilengkapi dengan sistem atau pola pemasaran yang tepat. Pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan produsen. Produksi yang baik akan sia-sia jika tidak didukung dengan harga pasar yang baik, karena tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai dengan pemasaran yang baik dan efisien.

Agroindustri gula kelapa di Desa Karangduren, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang belum dikembangkan secara masif. Para perajin gula kelapa masih berjalan sendiri-sendiri. Pemasaran produknya sebagian besar masih *sporadic*. Kegiatan agroindustri yang memberikan nilai tambah dan dilengkapi dengan sistem pemasaran yang tepat, akan memberi sumbangan pendapatan yang lebih besar. Sistem pemasaran gula kelapa yang baik akan mengalirkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan memberi indikasi tentang perubahan penawaran dan permintaan gula kelapa kepada produsen. Sedangkan efisiensi berarti mampu mengalirkan hasil produksi dengan biaya seminimal mungkin, tingkat harga dan keuntungan yang wajar dan adil serta penjualannya dapat dilakukan dengan tepat. Bagian yang diterima oleh produsen gula kelapa akan meningkat dengan sistem pemasaran gula kelapa yang baik. Hal ini dapat dikaji melalui besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, dan margin pemasaran gula kelapa. Sehingga dapat diketahui sejauh mana efisiensi. Dengan mengelaborasi dari hal tersebut menjadi gagasan atau ide untuk kami melakukan penelitian terkait Analisis Pemasaran Gula Kelapa Studi Kasus di Desa Karangduren, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang. Dari penelitian terdahulu di Kabupaten Kulonprogo bahwa secara umum ada 3 saluran pemasaran, *farmer's share* ketiga

saluran pemasaran besar karena marjin pemasaran kecil (Utomo, 2007).

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian. Penelitian ini dilakukan di Desa Karangduren, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa Desa Karangduren, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang merupakan salah satu Desa produsen gula kelapa yang cukup banyak di Kecamatan Tenganan Maupun Kabupaten Semarang. Selain itu gula kelapa yang dihasilkan mempunyai kualitas baik dengan rata-rata berwarna kuning kecoklatan dan cukup tahan lama. Survei data primer telah dilaksanakan pada bulan Juni 2021.

Metode Dasar Penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif, yaitu penelitian yang didasarkan pada pemecahan masalah-masalah aktual yang ada pada masa sekarang. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan, kemudian dianalisis (Metode ini sering disebut dengan metode analitik) (Surakhmad, 1994).

Teknik penelitian yang digunakan adalah penelitian survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu

pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1995).

Metode Penentuan Sampel. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun yang dijadikan pertimbangan dalam pengambilan sampel adalah sampel merupakan perajin atau produsen gula kelapa di daerah penelitian yang memproduksi atau menghasilkan gula kelapa rata-rata lebih dari atau sama dengan 3 kg per hari dan rutin memproduksi gula kelapa. Dalam penentuan lokasi sampel adalah sampel merupakan 3 Dusun dari 6 Dusun di Desa Karangduren yang paling banyak memproduksi gula kelapa yaitu: Dusun Kaligintung, Kuncen dan Cabean Wetan, merupakan produsen gula kelapa terbanyak sebagaimana dalam Tabel 1.

Penentuan sampel lembaga pemasaran di Desa Karangduren, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang dengan menggunakan metode *snow ball sampling* yaitu penelusuran saluran pemasaran gula kelapa yang ada di Desa Karangduren, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang mulai dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan informasi yang diberikan oleh produsen. Peneliti menggunakan metode ini karena tidak ada kerangka sampel lembaga pemasarannya atau dengan kata lain tidak ada data mengenai lembaga pemasaran di dinas terkait.

Tabel 1. Jumlah Produsen Gula Kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tenganan Kabupaten Semarang

Nama Dusun	Jumlah Produsen Gula Kelapa
Karangduren	4
Kaligintung	11
Kuncen	14
Cabean Wetan	16
Cabean Kulon	6
Wadilelo	5
Jumlah	56

Sumber: Pemerintah Desa Karangduren Kecamatan Tenganan Kabupaten. Semarang Tahun 2021.

Metode Pengumpulan Data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara wawancara terstruktur dengan menyiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dicatat secara sistematis dan dikutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi, kondisi umum lokasi penelitian, jumlah produsen gula kelapa ditingkat Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang dan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1. Wawancara

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara langsung kepada responden yang berdasarkan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya.

2. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai daerah yang akan diteliti.

3. Pencatatan

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer dan data sekunder, dengan mencatat data yang diperoleh secara langsung dari responden dan yang ada pada instansi pemerintah atau lembaga yang terkait penelitian ini.

Metode Analisis Data. Metode yang digunakan untuk mengetahui pola saluran pemasaran gula kelapa yang ada di di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang dengan metode deskriptif. Untuk mengetahui besaran biaya pemasaran dan marjin pemasaran pada lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya dan marjin pemasaran.

1. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen ke konsumen.

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan :

B_p : Biaya pemasaran

$B_{p1,2,3\dots n}$: Biaya pemasaran tiap lembaga

pemasaran

1,2,3....n : Jumlah lembaga

2. Keuntungan pemasaran adalah penjumlahan dari keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran.

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + K_{p3} + \dots + K_{pn}$$

Keterangan :

K_p : Keuntungan pemasaran

3. Marjin Pemasaran adalah selisih harga tingkat produsen dan tingkat konsumen akhir.

$$M = P_r - P_f$$

Marjin yang diperoleh pedagang perantara dari sejumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara dirumuskan sebagai berikut:

$$M = B_p + K_p$$

Keterangan :

P_r : Harga di tingkat konsumen

P_f : Harga di tingkat produsen

M : Marjin Pemasaran

K_p : Keuntungan pemasaran

B_p : Biaya pemasaran

4. Efisiensi pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran dilakukan dengan cara memperhitungkan bagian yang diterima produsen (*farmer's share*). Semakin besar bagian yang diterima produsen maka pemasaran semakin efisien. Rumus :

$$M_p = \frac{P_r - P_f}{P_r} \times 100\%$$

$$F = 1 - \frac{M_p}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan :

- F : Bagian yang diterima produsen (*farmer's share*)
 Pr : Harga di tingkat konsumen
 Pf : Harga di tingkat produsen
 Mp : Marjin pemasaran dalam %

Menurut Darmawanti (2005) bila bagian yang diterima produsen <50% dan marjin pemasaran >50% berarti pemasaran belum efisien dan bila bagian yang diterima produsen >50% dan marjin pemasaran <50% maka pemasaran dikatakan efisien.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sistem pemasaran yang tepat pada kegiatan agroindustri memberikan nilai tambah dan memberi sumbangan pendapatan yang lebih besar. Sistem pemasaran gula kelapa yang tepat akan mengalirkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan memberi indikasi tentang perubahan penawaran dan permintaan gula kelapa kepada produsen. Sedangkan efisiensi berarti mampu mengalirkan hasil produksi dengan biaya seminimal mungkin, tingkat harga dan keuntungan yang wajar, adil dan penjualannya dapat dilakukan dengan tepat.

Bagian yang diterima oleh produsen gula kelapa akan meningkat dengan sistem pemasaran gula kelapa yang baik. Hal ini dapat dikaji melalui pola saluran pemasaran, besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, marjin pemasaran, dan *farmer's share* serta tingkat efisiensi pemasarannya.

Pola Saluran Pemasaran. Berdasarkan penelitian lapangan yang dilakukan di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang terdapat 4 pola saluran pemasaran gula kelapa, yaitu:

Saluran 1: Produsen – Konsumen

Saluran 2: Produsen – Pedagang Pengumpul – Konsumen

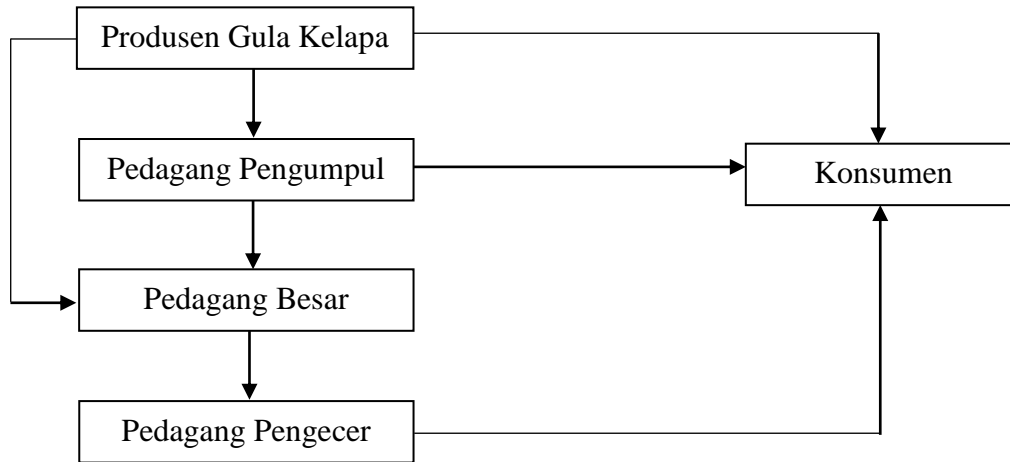
Saluran 3: Produsen – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen

Saluran 4: Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen

Dari pola saluran yang ada dapat digambarkan pada satu kesatuan saluran pemasaran tersaji pada Gambar 2 .

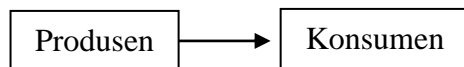
Dari gambar pola saluran pemasaran gula kelapa yang ada di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang, diketahui bahwa terdapat 4 (empat) pola saluran pemasaran yang mendistribusikan gula kelapa dari produsen sampai dengan konsumen. Sesuai hipotesis bahwa diduga terdapat beberapa saluran pemasaran di Desa Karangduren Kecamatan tenggaran Kabupaten Semarang, sehingga hipotesis diterima, terbukti pada saluran pemasaran 1.tiap-tiap saluran memiliki perbedaan dari panjang pendeknya saluran tergantung jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam tiap-tiap saluran, sehingga membentuk pola saluran pemasaran yang berbeda-beda.

Dari hasil penelitian di lapangan 4 (empat) pola saluran pemasaran mempunyai ciri-ciri yang berbeda-beda dan dapat dapat dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran Gula Kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang Tahun 2021.

1. Saluran pemasaran 1



Gambar 3. Pola Saluran Pemasaran Gula Kelapa 1 di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang Tahun 2021.

Saluran pemasaran 1 merupakan saluran pemasaran yang hanya melibatkan produsen gula kelapa dengan konsumen. Produsen yang menjadi responden pada saluran pemasaran 1 ini adalah sejumlah 8 orang yang berada di Dusun Kaligintung Desa Karangduren. Konsumen pada saluran pemasaran 1 ini merupakan produsen jenang yang berada di Desa Karangduren, dimana Desa Karangduren merupakan sentra

pembuatan jenang dengan perajin jenang sejumlah 17 produsen.

Pola pemasaran pada saluran ini dilakukan secara langsung yaitu produsen mendatangi konsumen, cara pembayarannya dilakukan secara tunai. Saluran pemasaran 1 ini merupakan saluran pemasaran yang terpendek karena hanya melibatkan produsen dan konsumen tanpa melalui lembaga pemasaran.

2. Saluran Pemasaran 2



Gambar 4. Pola Saluran Pemasaran Gula Kelapa 2 di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang Tahun 2021.

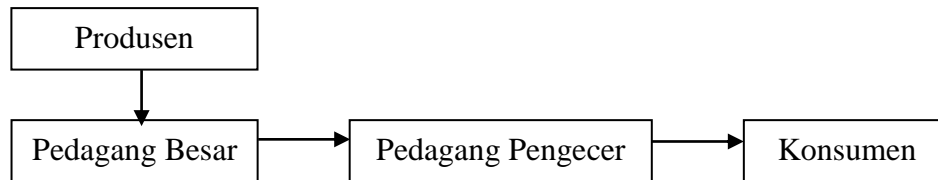
Saluran pemasaran 2 merupakan saluran pemasaran yang melibatkan produsen gula kelapa, pedagang pengumpul dan konsumen. Produsen yang menjadi responden pada saluran pemasaran 2 ini adalah sejumlah 4 orang yang berada di Dusun Cabean Wetan dan Kuncen. Pedagang pengumpul berjumlah 1 orang yang bertempat di Dusun Kuncen. Konsumen pada saluran pemasaran 2 ini merupakan produsen jenang yang berada di Kecamatan Karanggede Kabupaten Boyolali.

Pola pemasaran pada saluran ini dilakukan dengan cara produsen mendatangi pedagang pengumpul untuk menjual gula kelapanya karena jarak yang tidak terlalu jauh, cara pembayarannya dilakukan secara tunai, sedangkan pedagang pengumpul menjual gula kelapa ke konsumen yaitu produsen jenang di Kecamatan Karanggede Kabupaten Boyolali dengan sarana sepeda motor, pembayarannya pun dilakukan secara tunai. Saluran pemasaran 3 merupakan saluran pemasaran yang melibatkan produsen gula kelapa, pedagang pengumpul dan

konsumen. Produsen yang menjadi responden pada saluran pemasaran 3 ini sejumlah 13 orang yang berada di Dusun Cabean Wetan dan Kuncen. Pedagang besar berjumlah 1 orang yang bertempat di Dusun Kaligintung. Pedagang pengecer berjumlah 4 orang yang berada di pasar Boyolali. Konsumen pada saluran pemasaran 3 ini merupakan konsumen yang membeli untuk dikonsumsi secara langsung/rumah tangga maupun untuk bahan baku industri olahan.

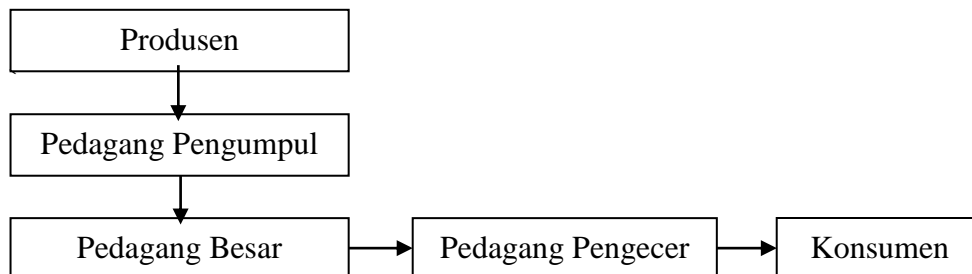
Pola pemasaran pada saluran ini dengan dilakukan dengan cara Pedagang besar mengambil gula kelapa dari produsen dengan waktu selama 5 hari sekali, kemudian pedagang besar mengumpulkan gula kelapa dari produsen untuk kemudian dibawa ke pedagang pengecer di pasar Boyolali dengan sarana berupa mobil, kemudian dari pedagang pengecer dijual ke konsumen. Pola pembayaran dalam transaksi gula kelapa dilakukan secara tunai ketika gula kelapa diserahkan

3. Saluran Pemasaran 3



Gambar 5. Pola Saluran Pemasaran Gula Kelapa 3 di Desa Karangduren Tahun 2021.

4. Saluran Pemasaran 4



Gambar 6. Pola Saluran Pemasaran Gula Kelapa 4 di Desa Karangduren Tahun 2021.

Saluran pemasaran 4 merupakan saluran pemasaran yang melibatkan produsen gula kelapa, pedagang pengumpul dan konsumen. Produsen yang menjadi responden pada saluran pemasaran 4 ini adalah sejumlah 5 orang yang berada di Dusun Kuncen. Pedagang pengumpul sejumlah 1 orang yang berada di Dusun Kuncen. Pedagang besar berjumlah 1 orang yang bertempat di Dusun Kaligintung. Pedagang Pengecer berjumlah 4 orang yang berada di pasar Boyolali. Konsumen pada saluran pemasaran 4 ini merupakan konsumen yang membeli untuk dikonsumsi secara langsung/ rumah tangga maupun untuk bahan baku industri olahan.

Pola pemasaran pada saluran ini dengan dilakukan dengan cara Pedagang besar mengambil gula kelapa dari produsen dengan waktu selama 5 hari sekali, kemudian pedagang besar mengumpulkan gula kelapa dari produsen untuk kemudian dibawa ke pedagang pengecer di pasar Boyolali dengan sarana berupa mobil, kemudian dari pedagang pengecer dijual ke konsumen. Cara pembayaran dalam transaksi gula kelapa dilakukan secara tunai ketika gula kelapa diserahkan.

Masing-masing saluran pemasaran dalam proses jual beli maupun pemilihan lembaga pemasaran dilakukan berdasarkan kebiasaan kedekatan dan kepercayaan serta kemudahan dalam memasarkannya, disamping itu juga

didukung oleh perbedaan harga yang tidak terlampaui banyak dari masing-masing lembaga pemasaran dapat terlihat sebagaimana dalam Tabel 11.

A. Biaya, Keuntungan Marjin Pemasaran dan *Farmer's Share*

1. Komponen Biaya

Komponen biaya meliputi biaya di tingkat produsen atau yang disebut biaya produksi, pada lembaga pemasaran disebut biaya pemasaran.

a. Biaya Produksi

Dalam produksi gula kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tenganan Kabupaten Semarang terdiri dari 2 komponen biaya berdasarkan jenis biayanya, yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Masing-masing biaya juga terdiri dari beberapa jenis biaya berdasarkan kebutuhan dalam proses pembuatan gula kelapa dari pengambilan nira dari pohon kelapa sampai menjadi gula kelapa yang siap dipasarkan.

Biaya Produksi gula kelapa dapat dikelompokkan berdasarkan jenis biayanya dan dari jenis pekerjaan dalam pembuatan/ produksi gula kelapanya sebagaimana dalam Tabel 12 dan Tabel 13.

Tabel 11. Harga Jual Gula Kelapa di Tingkat Produsen Di Desa Karangduren Kecamatan Tenganan Kabupaten Semarang

Saluran Pemasaran	Harga Jual (Rp)
Saluran 1	14.750
Saluran 2	15.000
Saluran 3	15.250
Saluran 4	15.000

Tabel 12. Komponen Biaya Produksi Gula Kelapa Berdasar Jenis Biaya di Desa Karangduren Kecamatan Tenggaran Kabupaten Semarang

No	Komponen Biaya
A	Biaya Tetap
1.	Deres
2.	Pengasah
3.	Tempat Nira
4.	Tambang/tali
5.	Pengangkut
6.	Cetakan
7.	Ember
8.	Gayung
9.	Alat Pengaduk
10.	Wajan
11.	Tungku Pemasakan
12.	Saringan
13.	Penuang Gula
14.	Tempat Pengereng
B	Biaya Tidak Tetap
1.	Injet
2.	Kayu Bakar
3.	Sekam/Grajen

Dalam pembuatan gula kelapa juga dapat dikelompokkan pada jenis pekerjaannya, yaitu pengambilan nira dan biaya pembuatan gula seperti pada Tabel 13. Biaya pengambilan nira merupakan komponen biaya yang terdiri dari segala hal yang dibutuhkan dalam proses

Dari data di lapangan diketahui bahwa dalam proses pengambilan nira sampai dengan pembuatan gula kelapa dilakukan dengan bahan-bahan yang sudah biasa digunakan dan dilakukan dengan cara tradisional. Dalam prosesnya dikerjakan oleh tenaga kerja rumah tangga atau dalam keluarga, dimana laki-laki sebagai pengambil nira dan ibu-ibu sebagai pengolah gula.

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang ditimbulkan dari proses pemasaran oleh lembaga pemasaran. Dalam pemasaran gula kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tenggaran Kabupaten Semarang terdiri dari

pengambilan nira dari pohon sampai dengan nira siap diolah. Sedangkan biaya pembuatan gula merupakan komponen biaya yang terdiri dari segala hal yang dibutuhkan dalam proses pengolahan nira menjadi gula kelapa yang siap untuk dipasarkan.

beberapa komponen sebagaimana Tabel 14. Pada lembaga pemasaran sesuai dengan Tabel 14 diketahui bahwa tiap lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsinya akan menimbulkan biaya, namun karena gula kelapa merupakan bahan setengah jadi sehingga tidak terlalu banyak membutuhkan biaya. Komponen biaya yang umum digunakan adalah keranjang ataupun bronjong untuk mengangkut gula kelapa yang merupakan biaya tetap. Adapun biaya tidak tetapnya terbatas pada transportasi, tenaga kerja untuk mengangkut gula kelapa/kuli panggul, retribusi tempat dan plastik untuk pedagang pengecer.

Tabel 13. Komponen Biaya Produksi Gula Kelapa Berdasar Jenis Pekerjaan di Desa Karangduren Kecamatan Tenggaran Kabupaten Semarang

No	Komponen Biaya
A	Biaya Pengambilan Nira
1.	Deres
2.	Pengasah
3.	Tempat Nira
4.	Tambang/tali
5.	Pengangkut
6.	Injet
B	Biaya Pembuatan Gula
1.	Cetakan
2.	Ember
3.	Gayung
4.	Alat Pengaduk
5.	Wajan
6.	Tungku Pemasakan
7.	Saringan
8.	Penuang Gula
9.	Tempat Pengering
10.	Kayu Bakar
11.	Sekam/Grajen

Tabel 14. Komponen Biaya Pemasaran Lembaga Pemasaran Gula Kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tenggaran Kabupaten Semarang

Komponen Biaya	
Biaya Tetap	
a.	Keranjang Pengangkut
b.	Bronjong Plastik
Biaya Tidak Tetap	
a.	Transportasi
b.	Plastik
c.	Kuli Panggul
d.	Retribusi/karcis

2. Rata-Rata Biaya, Keuntungan, Marjin Pemasaran dan *Farmer's Share* Pemasaran Gula Kelapa

Rata-rata biaya, keuntungan, marjin pemasaran dan *farmer's share* pemasaran gula kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tenggaran Kabupaten Semarang pada tiap-tiap saluran pemasaran yaitu :

a. Saluran Pemasaran 1

Saluran pemasaran 1 merupakan saluran pemasaran terpendek, yang hanya melibatkan produsen dan konsumen serta tidak melibatkan lembaga pemasaran. Rata-Rata Biaya, Keuntungan,

Tabel 15. Rata-Rata Biaya, Keuntungan, Marjin Pemasaran, *Farmer's Share* Pemasaran Gula Kelapa di Desa Karangduren Saluran Pemasaran 1

Uraian	Rp/kg	Persentase (%)
Produsen		
a. Harga jual	14.750,00	
b. Biaya produksi		
1) Biaya tetap	188,60	
2) Biaya tidak tetap	1.019,67	
Total biaya produksi	1.208,27	
c. Keuntungan produsen	13.541,73	
Konsumen		
Harga beli	14.750,00	
a. Total biaya pemasaran	0,00	
b. Total keuntungan pemasaran	0,00	
c. Total marjin harga	0,00	
d. Marjin pemasaran		0,00
e. <i>Farmer's share</i>		100,00

Marjin Pemasaran dan *farmer's Share* Pemasaran Gula Kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang untuk saluran pemasaran 1 yaitu pada Tabel 15.

Sesuai dengan Tabel 15 diketahui bahwa harga jual di tingkat produsen Rp. 14.750,00/kg dan sama dengan harga yang ada ditingkat konsumen perajin jenang. Dalam produksi gula kelapa pada saluran pemasaran 1 membutuhkan rata-rata biaya produksi Rp. 1.208,27/kg, sehingga produsen memiliki keuntungan Rp. 13.541,73/kg.

Pada saluran pemasaran 1 ini tidak ada biaya pemasaran maupun keuntungan pemasaran karena tidak ada lembaga pemasaran yang terlibat. Karena harga di tingkat produsen dan konsumen tidak ada perbedaan maka tidak ada marjin pemasaran atau 0,00 % dan *farmer's share* 100,00 %. Selain *farmer's share* yang tinggi saluran pemasaran ini juga cukup baik dalam mendukung ekonomi Desa Karangduren karena dapat memasok bahan baku pembuatan jenang, yang merupakan produk makanan

olahan unggulan di Desa Karangduren sehingga mampu menyerap banyak tenaga kerja. Di Desa Karangduren terdapat 17 Perajin/produsen jenang yang sangat membutuhkan bahan baku gula kelapa, sehingga merupakan pasar yang sangat terbuka, bahkan dalam memenuhi kebutuhan bahan baku berupa gula kelapa produsen jenang sampai mendatangkan gula kelapa dari daerah lain, sehingga pasokan gula kelapa dari Karangduren sendiri masih sangat dibutuhkan.

b. Saluran Pemasaran 2

Saluran pemasaran 2 merupakan saluran yang mempunyai 1 lembaga hanya pada saluran pemasaran yaitu pedagang pengumpul.

Rata-Rata Biaya, Keuntungan, Marjin Pemasaran dan *Farmer's Share* Pemasaran Gula Kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang untuk saluran pemasaran 2 yaitu pada Tabel 16.

Tabel 16.Rata-Rata Biaya, Keuntungan, Marjin Pemasaran, *Farmer's Share* Pemasaran Gula Kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang Saluran Pemasaran 2

Uraian	Rp/kg	Persentase (%)
Produsen		
a. Harga jual	15.000,00	
b. Biaya produksi		
1) Biaya tetap	205,38	
2) Biaya tidak tetap	1.021,63	
Total biaya produksi	1.227,01	
c. Keuntungan produsen	13.772,99	
Pedagang Pengumpul		
a. Harga beli	15.000,00	
b. Biaya pemasaran		
1) Biaya tetap	5,17	
2) Biaya tidak tetap	566,04	
Total biaya pemasaran	571,21	
c. Harga Jual	15.750,00	
d. Keuntungan pemasaran	178,79	
e. Marjin harga	750,00	
Konsumen		
Harga beli	15.750,00	
a. Total biaya pemasaran	571,21	
b. Total keuntungan pemasaran	178,79	
c. Total marjin harga	750,00	
d. Marjin pemasaran		4,76
e. <i>Farmer's share</i>		95,24

Sesuai dengan Tabel 16 diketahui bahwa harga jual di tingkat produsen Rp. 15.000,00/kg. Dalam produksinya pembuat gula kelapa membutuhkan rata-rata biaya produksi Rp. 1.227,01/kg, sehingga produsen memiliki keuntungan Rp. 13.772,99/kg. Harga beli di tingkat pedagang pengumpul Rp. 15.000,00/kg dengan harga jual di tingkat konsumen yaitu Rp. 15.750,00/kg. Konsumen untuk saluran pemasaran 2 yaitu produsen jenang di Kecamatan Karanggede Kabupaten Boyolali. Biaya pemasaran pada pedagang pengumpul

yang merupakan satu-satunya lembaga pemasaran yang terlibat adalah Rp. 571,21/kg, sehingga diperoleh keuntungan pemasaran Rp. 178,79/kg. Biaya pemasaran pada saluran ini cukup tinggi karena pedagang pengumpul setiap harinya hanya membawa sekitar 26,5 kg sehingga biaya transportasinya per kilogramnya menjadi tinggi, marjin harga di tingkat produsen dan konsumen Rp. 750,00/kg, adapun prosentase marjin pemasaran 4,76%, sehingga dapat diketahui *farmer's share* pada saluran pemasaran ini adalah 95,24 %.

c. Saluran Pemasaran 3

Saluran pemasaran 3 merupakan saluran pemasaran yang melibatkan 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang besar dan pedagang pengecer dan tidak melibatkan pedagang pengumpul, dimana pedagang pengecer berada di pasar Boyolali sedangkan konsumen

merupakan konsumen rumahtangga maupun konsumen untuk usaha/industri.

Rata-Rata Biaya, Keuntungan, Marjin Pemasaran dan *Farmer's Share* Pemasaran Gula Kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang untuk saluran pemasaran 3 yaitu pada Tabel 17.

Tabel 17. Rata-Rata Biaya, Keuntungan, Marjin Pemasaran, *Farmer's Share* Pemasaran Gula Kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang Saluran Pemasaran 3

Uraian	Rp/kg	Persentase (%)
Produsen		
a. Harga jual	15.250,00	
b. Biaya produksi		
1) Biaya tetap	169,58	
2) Biaya tidak tetap	994,97	
Total biaya produksi	1.164,56	
c. Keuntungan produsen	14.085,56	
Pedagang Besar		
a. Harga beli	15.250,00	
b. Biaya pemasaran		
1) Biaya tetap	0,86	
2) Biaya tidak tetap	186,25	
Total biaya pemasaran	187,11	
c. Harga jual	15.750,00	
d. Keuntungan pemasaran	312,89	
e. Marjin harga	500,00	
Pedagang Pengecer		
a. Harga beli	15.750,00	
b. Biaya pemasaran		
1) Biaya tetap	1,07	
2) Biaya tidak tetap	224,33	
Total biaya pemasaran	225,41	
c. Harga jual	16.500,00	
d. Keuntungan pemasaran	524,59	
e. Marjin harga	750,00	
Konsumen		
Harga beli	16.500,00	
a. Total biaya pemasaran	412,51	
b. Total keuntungan pemasaran	837,49	
c. Total marjin harga	1.250,00	
d. Marjin pemasaran		7,58
e. <i>Farmer's share</i>		92,42

Sesuai dengan Tabel 17 diketahui bahwa harga jual di tingkat produsen Rp. 15.250,00/kg, dalam produksinya pembuat gula kelapa membutuhkan rata-rata biaya produksi Rp. 1.164,56/kg, sehingga produsen memiliki keuntungan Rp. 14.085,56/kg. Harga beli di tingkat pedagang besar Rp. 15.250,00/kg dengan harga jual Rp. 15.750,00/kg. Biaya pemasaran pada pedagang besar adalah Rp. 187,11/kg, sehingga diperoleh keuntungan pemasaran Rp. 312,89/kg dengan margin harga Rp. 500,00/kg. Pada pedagang pengecer di pasar Boyolali harga beli gula dari pedagang besar yaitu Rp. 15.750,00/kg, dengan biaya pemasaran Rp. 225,41/kg, harga jual ke konsumen Rp. 16.500,00/kg sehingga diperoleh keuntungan pemasaran Rp. 524,59/kg dengan margin harga Rp. 750,00/kg. Total biaya pemasaran pada saluran pemasaran 3 ini Rp. 412,51/kg, total keuntungan pemasaran Rp. 837,49/kg dan margin harga di tingkat produsen dan konsumen 1.250,00/kg, prosentase margin pemasaran 7,58 % sehingga dapat diketahui *farmer's share* pada saluran pemasaran 3 ini adalah 92,42 %.

d. Saluran Pemasaran 4

Saluran pemasaran 4 merupakan saluran pemasaran yang paling panjang pada pemasaran gula kelapa di Desa Karangduren yang melibatkan 3 lembaga pemasaran. yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer di pasar Boyolali. Gula kelapa dari produsen ditampung oleh pedagang pengumpul kemudian diambil oleh pedagang besar untuk dibawa ke pedagang pengecer yang ada di pasar Boyolali. Konsumen pada saluran pemasaran ini merupakan konsumen rumah tangga maupun konsumen untuk usaha.

Rata-Rata Biaya, Keuntungan, Margin Pemasaran dan *Farmer's Share*

Pemasaran Gula Kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang untuk saluran pemasaran 4 yaitu pada Tabel 18.

Sesuai dengan Tabel 18 diketahui bahwa psds saluran 4 harga jual di tingkat produsen Rp. 15.000,00/kg, dalam produksinya pembuat gula kelapa membutuhkan rata-rata biaya produksi Rp. 1.169,10/kg sehingga produsen memiliki keuntungan Rp. 13.380,90/kg. Di tingkat pedagang pengumpul harga beli gula kelapa Rp. 15.000,00/kg dengan biaya pemasaran Rp. 161,29/kg dan harga jual Rp. 15.300,00/kg sehingga diperoleh keuntungan pemasaran Rp. 138,71/kg dengan margin harga 300,00. Harga beli di tingkat pedagang besar Rp. 15.300,00/kg dengan harga jual Rp. 15.750,00/kg, biaya pemasaran pada pedagang besar adalah Rp. 187,11/kg, sehingga diperoleh keuntungan pemasaran Rp. 262,89/kg dengan margin harga Rp. 450,00/kg. Pada pedagang pengecer di pasar Boyolali harga beli gula dari pedagang besar Rp. 15.750,00/kg, dengan biaya pemasaran Rp. 225,41/kg, harga jual ke konsumen Rp. 16.500,00/kg, sehingga diperoleh keuntungan pemasaran Rp. 524,59/kg dengan margin harga Rp. 750,00/kg. Pada saluran pemasaran ini membutuhkan total biaya pemasaran Rp. 573,80 /kg dan total keuntungan pemasaran Rp. 926,20/kg dan margin harga Rp. 1.500,00/kg, dengan prosentase margin pemasaran 9,09%, sehingga dapat diketahui *farmer's share* pada saluran pemasaran ini adalah Rp. 90,91 %.

Dari ke-4 saluran pemasaran yang ada di desa karangduren dapat diketahui bahwa besaran biaya, keuntungan dan margin pemasaran mempengaruhi *farmer's share*. Sesuai hipotesis bahwa biaya, keuntungan dan margin pemasaran mempengaruhi *farmer's share* sehingga hipotesis

Tabel 18. Rata-Rata Biaya, Keuntungan, Marjin Pemasaran dan *Farmer's Share* Pemasaran Gula Kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang Saluran Pemasaran 4

Uraian	Rp/kg	Persentase (%)
Produsen		
a. Harga jual	15.000,00	
b. Biaya produksi		
1) Biaya tetap	181,32	
2) Biaya tidak tetap	987,78	
Total biaya produksi	1.169,10	
c. Keuntungan produsen	13.380,90	
Pedagang Pengumpul		
a. Harga beli	15.000,00	
b. Biaya pemasaran		
1) Biaya tetap	0,00	
2) Biaya tidak tetap	161,29	
Total biaya pemasaran	161,29	
c. Harga jual	15.300,00	
d. Keuntungan pemasaran	138,71	
e. Marjin harga	300,00	
Pedagang Besar		
a. Harga beli	15.300,00	
b. Biaya pemasaran		
1) Biaya tetap	0,86	
2) Biaya tidak tetap	186,25	
Total biaya pemasaran	187,11	
c. Harga jual	15.750,00	
d. Keuntungan pemasaran	262,89	
e. Marjin harga	450,00	
Pedagang Pengecer		
a. Harga beli	15.750,00	
b. Biaya pemasaran		
1) Biaya tetap	1,07	
2) Biaya tidak tetap	224,33	
Total biaya pemasaran	225,41	
c. Harga jual	16.500,00	
d. Keuntungan pemasaran	524,59	
e. Marjin harga	750,00	
Konsumen		
Harga beli	16.500,00	
a. Total biaya pemasaran	573,80	
b. Total keuntungan pemasaran	926,20	
c. Total marjin harga	1.500,00	
d. Marjin pemasaran		9,09
e. <i>Farmer's share</i>		90,91

Tabel 19. Perbandingan Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, Margin Pemasaran serta *Farmer's Share* Saluran Pemasaran Gula Kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Semarang

Uraian	Saluran Pemasaran			
	1	2	3	4
Biaya Pemasaran (Rp/kg)	0,00	571,21	412,51	573,80
Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)	0,00	178,79	837,49	926,20
Margin Pemasaran (%)	0,00	4,76	7,58	9,09
<i>Farmer's Share</i> (%)	100,00	95,24	92,42	90,91

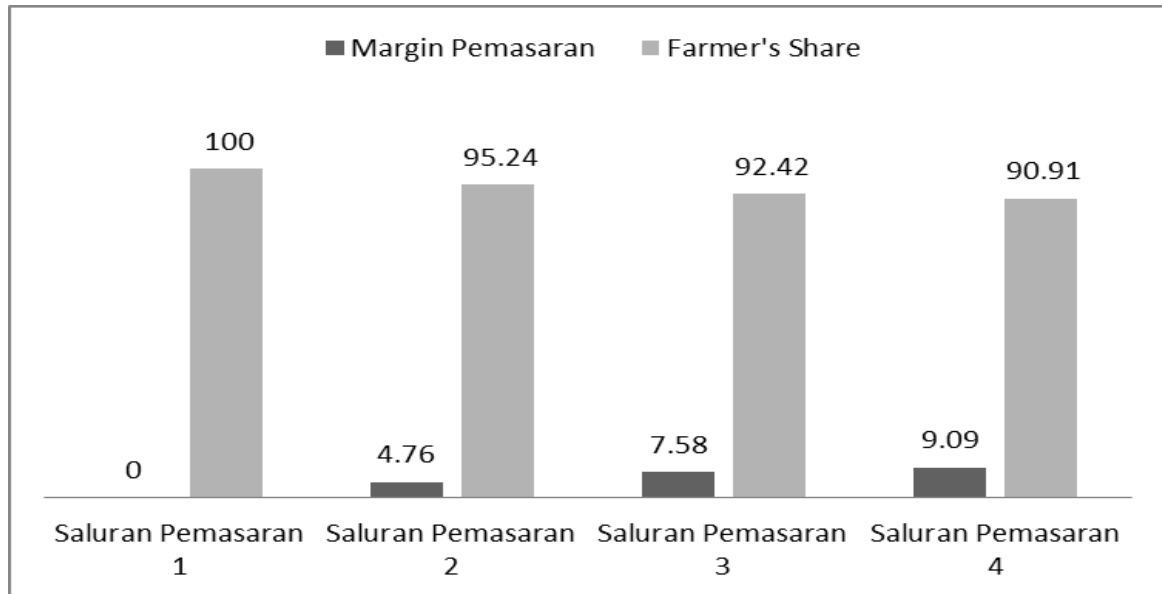
diterima, terbukti pada saluran pemasaran 1. Adapun perbandingan biaya, keuntungan dan margin pemasaran serta *farmer's share*nya dapat dilihat dalam table 19.

Efisiensi Pemasaran. Menurut Agustono (1989) cara untuk mengetahui efisiensi pemasaran secara ekonomis dapat dilakukan dengan menggunakan analisis margin pemasaran dan menghitung *farmer's share*nya. Untuk mengetahui saluran pemasaran gula kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang yang lebih efisien dapat diketahui dengan cara membandingkan margin pemasaran dan besarnya *farmer's share* dari masing-masing saluran pemasaran .

Saluran pemasaran 1 tidak melibatkan lembaga pemasaran dan hanya melibatkan produsen dan konsumen, gula kelapa dari produsen langsung ke konsumen yaitu perajin jenang yang juga berada dalam satu dusun, sehingga harga di tingkat produsen dan konsumen sama serta tidak menimbulkan biaya pemasaran, mempunyai prosentase margin pemasarannya 0,00 % dan *farmer's share* 100,00 %, Dilihat dari prosentase margin pemasaran dan *farmer's share*nya saluran pemasaran 1 efisien karena memiliki prosentase margin pemasaran < 50% dan *farmer's share* >50%. Pada saluran pemasaran 2 yang melibatkan produsen, pedagang pengumpul dan konsumen perajin jenang mempunyai prosentase margin pemasaran 4,76 % dan

farmer's share 95,24 %. Dilihat dari prosentase margin pemasaran dan *farmer's share*nya saluran pemasaran 2 efisien karena memiliki prosentase margin pemasaran < 50% dan *farmer's share* >50%. Pada saluran pemasaran 3 yang melibatkan produsen, pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen, mempunyai prosentase margin pemasaran 7,58 % *farmer's share* 92,42 %. Dilihat dari prosentase margin pemasaran dan *farmer's share*nya saluran pemasaran 3 efisien karena memiliki prosentase margin pemasaran < 50% dan *farmer's share* >50 %. Pada saluran pemasaran 4 yang melibatkan produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen, mempunyai prosentase margin pemasaran 9,09 % dan *farmer's share* 90,91 %. Dilihat dari prosentase margin pemasaran dan *farmer's share*nya saluran pemasaran 4 efisien karena memiliki prosentase margin pemasaran <50% dan *farmer's share*>50%.

Dari 4 saluran pemasaran yang ada di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang efisien dengan melihat prosentase margin pemasaran dan *farmer's share*nya yang semuanya memiliki prosentase margin pemasaran < 50% dan *farmer's share* >50%, sebagaimana dapat tergambarkan pada diagram/gambar 7.



Gambar 7. Perbandingan Prosentase Margin Pemasaran dan Farmer's Share Pemasaran Gula Kelapa Di Desa Karangduren Kecamatan tenggaran Kabupaten Semarang Tahun 2021.

Semua saluran pemasarandi Desa Karangduren efisien, bahkan bisa dikatakan sangat efisien dengan prosentase margin pemasaran yang sangat rendah dan *farmer's share* yang sangat tinggi, hal ini dipengaruhi oleh panjang pendeknya saluran pemasaran. Dari ke-4 saluran pemasaran saluran pemasaran 1 adalah saluran pemasaran paling efisien yang merupakan saluran pemasaran yang paling pendek dikikuti saluran pemasaran 2, saluran pemasaran 3 dan saluran pemasaran 4. Sesuai hipotesis bahwa saluran pemasaran paling pendek adalah saluran pemasaran yang paling efisien sehingga hipotesis diterima, terbukti pada saluran pemasaran 1.

Semua saluran pemasaran efisien hal ini terjadi karena jarak antara produsen sampai dengan konsumen tidak terlalu jauh atau masih dalam satu kawasan, sehingga mempengaruhi biaya pemasaran menjadi rendah yang berpengaruh pada harga jual produk gula kelapa

ataupun margin pemasarannya juga rendah. Selaian faktor jarak, pilihan saluran pemasaran juga cukup beragam sehingga berpengaruh terhadap perbedaan harga pada tiap-tiap lembaga pemasaran yang tidak terlalu besar, atau dapat dikatakan harga *kompetitif*. Hal tersebut sangat menguntungkan bagai petani produsen gula kelapa sehingga dapat memperoleh harga jual gula kelapa yang maksimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan. Dari pemasaran gula kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu :

1. Terdapat empat pola saluran pemasaran gula kelapa di Desa Karangduren.

2. Biaya, keuntungan dan margin pemasaran gula kelapa di Desa Karangduren mempengaruhi *farmer's share*.
3. Semakin pendek saluran pemasaran gula kelapa di Desa Karangduren saluran pemasaran semakin efisien.

Saran. Pemasaran gula kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tenganan Kabupaten Semarang efisien, dimana *farmer's share* yang tinggi serta margin harga yang rendah, sehingga persaingan harga akan mejadi sehat dan merupakan keuntungan bagi petani. Namun dalam sisi pendapatan petani produsen tidak cukup besar, hal ini terjadi karena produksi dari tiap-tiap produsen gula kelapa di Desa Karangduren tidak terlalu banyak yaitu rata-rata 6 kg per hari, sehingga mempengaruhi pendapatan petani/produsen gula. Penyebab minimnya produksi lebih banyak karena jumlah pohon kelapa yang mulai berkurang dan kualitas pohon kelapa yang tidak semuanya baik. Disamping itu penderes kelapa yang makin berkurang dan usianya sebagian besar sudah tua serta kurangnya regenerasi.

Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan peremajaan dan penambahan tanaman kelapa dengan bibit yang baik dan yang sudah teruji/direkomendasikan oleh Pemerintah/Dinas. Untuk mengatasi regenerasi yang tidak berjalan dengan baik, diperlukan dukungan dari semua pihak serta diperlukan sosialisasi tentang prospek dan keuntungan usaha gula kelapa.

Di Desa Karangduren produsen cukup memiliki pilihan dalam menentukan saluran mana yang dipilih/ menentukan tempat penjualan produk gula kelapanya ditambah adanya produsen jenang yang ada di Desa Karangduren yang cukup banyak sehingga sangat memudahkan dalam produsen menjual gulanya.

Saluran pemasaran 1 yang merupakan saluran pemasaran yang paling efisien,

merupakan saluran pemasaran yang dapat menjadi rekomendasi bagi petani/ produsen gula kepala, selain berada dalam satu Desa dukungan bahan baku kepada produsen jenang, maka secara tidak langsung akan ikut memajukan Desa Karangduren. Dalam setiap produksi jenang akan melibatkan banyak tenaga kerja yang secara tidak langsung akan mengurangi pengangguran di Desa Karangduren juga akan meningkatkan gerak perekonomian di Desa Karangduren yang akan berdampak pada peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Agustono. 1989. *Margin Pemasaran Bawang Merah Di Kabupaten Brebes*. FPUNS. Surakarta

Anna Juwita Permata. 2014. *Agroindustri Kelapa Strategi Pacu Ekonomi Desa*. <http://ekonomi.inilah.com/read/detail/2085777/agroindustri-kelapa-strategi-pacu-ekonomi-Desa>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016.

Anonim. 2013. *Budidaya Tanaman Kelapa*. <http://ditjenbun.pertanian.go.id/bbptpmedan/berita-198-budidaya-tanaman-kelapa.html>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016

_____2014. *Tenganan.Semarang* <https://id.wikipedia.org/wiki/Tenganan>, Semarang. Diakses pada tanggal 15 Maret 2016.

Darmawanti. 2005. *Analisis Mendong Di Kabupaten Sleman*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Tidak Dipublikasikan

Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Tengah. 2015. *Statistik Perkebunan Jawa Tengah Tahun 2014*.

- Dinas Pertanian Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Semarang. 2015. *Statistik Perkebunan Kabupaten Semarang Tahun 2014*.
- Dyanti. 2002. *Studi Komparatif Gula Merah Kelapa dan Gula Merah Aren*. Skripsi. Jurusan Teknologi Pangan dan Gizi, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor. Tidak Dipublikasikan
- Issoesetiyo dan T, Sudarto. 2001. *Gula Kelapa Produk Hilir Sepanjang Masa*. Arkola. Surabaya
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mubyarto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta
- Nurhayati.1999. *Analisis Perbandingan Biaya Dan Keuntungan Usaha Tani White Melon Dengan Komoditi Lainnya*.Skripsi. Universitas SebelasMaret. Surakarta. Tidak Dipublikasikan
- Pemerintah Desa Karanguren kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang *Profil Desa Karangduren Tahun 2015*.
- Rahim, A dan Hastuti, D. 2007.*Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta 59
- Rasyaf, M. 1996. *Memasarkan Hasil Peternakan*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Rohardi, F., Rony Palungkun dan Asiani Budiarti. 1993. *Agrobisnis Tanaman Sayur*. Swadaya. Jakarta
- Setyamidjaja, D. 1995. *Bertanam Kelapa*. Kanisius. Yogyakarta
- Singarimbun, M dan S. Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES, Jakarta.1997. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES, Jakarta
- Soekartawi. 1991. *Agrobisnis Teori dan Aplikasi*. Rajawali Press. Jakarta
- _____. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Rajawali Press. Jakarta
- _____. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Swastha, B dan Irawan. 1991, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- UPTD Dinas Pertanian perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Semarang Kecamatan Tengaran Tahun 2015, *Kondisi Umum Desa Karangduren Tahun 2015*.
- Utomo, Bimo. 2007. *Analisis Pemasaran Gula Kelapa Di Kabupaten Kulon Progo*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Tidak Dipublikasikan.