

ANALISIS PEMASARAN AGROINDUSTRI RUMAH TANGGA GULA KELAPA DI KECAMATAN WULUHAN KABUPATEN JEMBER

Claresta Febriana Putri*)

*)Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah
Jember

e-mail: clarestafe@gmail.com

ABSTRAK

Gula kelapa adalah usaha yang banyak ditekuni oleh penduduk kecamatan Wuluhan. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui: 1) perbedaan keuntungan, 2) pola saluran pemasaran, 3) margin pemasaran, dan 4) efisiensi pemasaran gula kelapa setiap skala usaha di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember.

Penelitian menggunakan metode deskriptif dan survey dengan lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive method*). Kecamatan Wuluhan sebagai salah satu dari dua kecamatan penghasil gula kelapa di Kabupaten Jember. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *Snowball Rolling*. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi, wawancara dan instansional. Analisis data menggunakan analisis keuntungan, margin pemasaran, share harga serta uji LSD untuk perbandingan keuntungan antar skala usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Ada perbedaan tingkat keuntungan antara skala kecil dengan menengah, dan skala kecil dengan besar pada taraf kepercayaan 99%. Sedangkan antara skala besar dan menengah tidak berbeda nyata. Rata-rata keuntungan/25 pohon/bulan pada skala kecil Rp 142.418, skala menengah Rp. 518.633, dan paling tinggi pada skala besar yaitu sebesar Rp. 872.474. 2) saluran pemasaran terdiri atas: a. saluran nol tingkat digunakan oleh 11,11% pengrajin dari skala kecil, b. saluran satu tingkat digunakan oleh 84,44% dari pengrajin skala kecil dan menengah, c. saluran tiga tingkat digunakan oleh 4,44% pengrajin dari skala besar. 3) Margin saluran pemasaran nol tingkat Rp. 0,-/kg, satu tingkat Rp. 700,-/kg dan tiga tingkat Rp. 1575,-/kg. 4) Seluruh saluran pemasaran efisien dengan *share harga* 100% pada saluran nol tingkat, 93,13% pada saluran satu tingkat dan 87,40% pada saluran tiga tingkat.

Kata Kunci : Gula Kelapa, Keuntungan, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, dan Efisiensi Pemasaran.