

MARKETING ANALYSIS OF AGROINDUSTRY COCONUT SUGAR IN SUB DISTRICT JEMBER REGENCY

Claresta Febriana Putri *)

*) Faculty of Agriculture, Agribusiness Studies Program, University of
Muhammadiyah Jember
e-mail: clarestafe@gmail.com

ABSTRACT

Coconut sugar is a business that many people in Wuluhan sub-district. The purpose of the research is to know: 1) difference of profit, 2) marketing channel pattern, 3) marketing margin, and 4) marketing efficiency of palm sugar every business scale in Wuluhan Sub-district, Jember Regency.

The research used descriptive method and survey with purposive method. Wuluhan sub-district as one of two coconut producing sub-districts in Jember Regency. Sampling was done using Snowball Rolling method. Technique Data collection is done by observation, documentation, interview and instansional. Data analysis uses profit analysis, marketing margin, price share and LSD test for profit comparison between business scale.

The results show that: 1) There is a difference of profit level between small and medium scale, and small scale with big at 99% confidence level. While between large and medium scale is not significantly different. Average profit / 25 trees / month on a small scale Rp 142.418, medium scale Rp. 518,633, and the highest on a large scale of Rp. 872.474. 2) marketing channel consists of: a. zero channel rate is used by 11.11% of small-scale craftsmen, b. one-level channels are used by 84.44% of small and medium-sized craftsmen, c. Three-level channels are used by 4.44% of large-scale craftsmen. 3) Margin marketing channel zero rate Rp. 0, - / kg, one level Rp. 700, - / kg and three levels Rp. 1575, - / kg. 4) All marketing channels are efficient with price share 100% on zero channel rate, 93.13% on one level channel and 87.40% on three level channels.

Keywords: Coconut Sugar, Profits, Marketing Channels, Marketing Margin, and Marketing Efficiency.

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

PENDAHULUAN

Latar belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya menggantungkan hidup pada sektor pertanian. Selain sebagai penyedia lapangan pekerjaan, sektor pertanian juga berperan sebagai penyumbang devisa negara serta sebagai penyedia kebutuhan pangan dalam negeri. Produk pertanian mempunyai peranan penting bagi masyarakat. Salah satunya adalah sebagai bahan baku dalam kegiatan industri, baik industri besar, industri menengah, industri kecil maupun industri rumah tangga.

Pengolahan hasil pertanian bertujuan untuk mengawetkan, menyajikan produk menjadi lebih siap dikonsumsi serta meningkatkan kualitas produk sehingga dapat disajikan dalam bentuk yang lebih baik dan dapat lebih memberikan kepuasan kepada konsumen. Terdapat banyak produk pertanian yang sangat potensial untuk ditingkatkan nilainya sehingga dapat memperoleh harga jual yang lebih tinggi.

Sebagai penggerak pembangunan pertanian, agroindustri diharapkan dapat memainkan peranan penting kegiatan pembangunan daerah dalam sasaran pemerataan pembangunan ekonomi. Keberadaan agroindustri di pedesaan diharapkan dapat meningkatkan permintaan terhadap komoditas pertanian, karena sektor agroindustri berperan dalam mengubah produk pertanian menjadi barang yang lebih berguna bagi kebutuhan masyarakat.

Keadaan alam Indonesia yang beriklim tropis membuat tanaman kelapa banyak tumbuh dan berkembang di Indonesia khususnya di sepanjang daerah

pantai, karena tanaman kelapa dapat tumbuh dengan baik di lingkungan yang bersuhu kurang lebih 27° C dan pada ketinggian tempat 0 - 450 meter dpl.

Tabel 1.5 Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Perkebunan Kelapa Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Jember Tahun 2014

No	Kecamatan	Luas Area (Ha)	Produksi (kw)	Produktivitas (kw/ha)
1	Kencong	467,67	3686,18	7,95
2	Gemukmas	420,86	3316,36	7,88
3	Puger	792,33	6616,00	8,35
4	Wuluhan	940,84	7771,37	8,26
5	Ambulu	702,78	5938,47	8,45
6	Tempurejo	298,80	2318,69	7,76
7	Silo	231,70	1888,35	8,15
8	Mayang	318,54	2468,71	7,75
9	Mumbulsari	353,91	2802,95	7,92
10	Jenggawah	549,76	4101,17	7,46
11	Ajung	65,76	468,21	7,12
12	Rambipuji	422,10	3478,08	8,24
13	Balung	340,13	2503,34	7,36
14	Umbulsari	418,49	3167,95	7,57
15	Semboro	75,36	516,97	6,68
16	Jombang	123,40	869,97	7,05
17	Sumberbaru	288,49	2244,42	7,78
18	Tanggul	170,58	1252,03	7,34
19	Bangsalsari	316,60	2403,01	7,59
20	Panti	116,42	873,17	7,50
21	Sukorambi	131,39	885,57	6,74
22	Arjasa	139,65	1020,87	7,31
23	Pakusari	65,44	484,27	7,40
24	Kalisat	256,24	1921,82	7,50
25	Ledokombo	308,19	2388,45	7,75
26	Sumberjambe	109,46	890,97	8,14
27	Sukowono	167,75	1306,80	7,79
28	Jelbuk	151,90	1139,22	7,50
29	Kaliwates	49,23	350,03	7,11
30	Sumbersari	19,35	132,52	6,85
31	Patrang	202,03	1519,28	7,52
	Jumlah	9011,15	70725,20	7,85

Sumber: Badan Pusat Statistik Jember (2015).

Tabel 1.5 menunjukkan bahwa produksi kelapa paling tinggi terdapat di Kecamatan Wuluhan yakni sebesar 11.402,52 ton. Potensi tanaman kelapa di Kabupaten Jember dimanfaatkan warga sebagai penghasil gula kelapa, meskipun hanya ada di dua kecamatan, yaitu kecamatan Wuluhan dan Tempurejo, meskipun

dengan produksi yang relatif kecil. Meskipun demikian, usaha gula kelapa ini banyak dijadikan pengrajin sebagai mata pencaharian utama, dengan kontribusi sebesar 60% dari total pendapatan keluarga.

Potensi kelapa yang besar di Kecamatan Wuluhan dimanfaatkan sebagian warganya sebagai pengrajin gula merah. Desa Lojejer merupakan desa yang memiliki pengrajin gula kelapa paling banyak, sehingga gula kelapa merupakan komoditas industri unggulan menurut desa, seperti nampak pada Tabel 1.5 berikut.

Tabel Komoditas Industri Unggulan Menurut Desa Tahun 2014

No	Desa	Komoditas Industri Unggulan		
		Genteng	Tempe/Tahu	Gula Kelapa
1	Lojejer	28	-	122
2	Ampel	1	-	9
3	Tanjungrejo	30	-	4
4	Kesilir	1	-	-
5	Dukuh Dempok	4	-	37
6	Tamansari	220	-	-
7	Glundengan	1	-	-
Tahun 2014		285	-	172

Sumber : Kantor Kecamatan Wuluhan (2015)

Industri gula kelapa di Kecamatan Wuluhan termasuk dalam kelompok industri rumah tangga. Kendala yang banyak dihadapi industri ini adalah keterbatasan modal, akses pasar, teknologi, manajemen dan lain lain. Sebagai akibatnya, para pengrajin tidak banyak mempunyai inovasi baru, misalnya dalam hal standarisasi dan diversifikasi produk ataupun kemasan, sehingga nilai jual produk rendah dan sangat tergantung pada para tengkulak desa.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disusun perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada perbedaan keuntungan industri rumah tangga gula kelapa antar skala usaha di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember ?
2. Apakah ada perbedaan saluran pemasaran industri rumah tangga gula kelapa antar skala usaha di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember ?
3. Apakah ada perbedaan margin pemasaran industri rumah tangga gula kelapa antar skala usaha di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember ?
4. Apakah ada perbedaan efisiensi pemasaran industri rumah tangga gula kelapa antar skala usaha di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perbedaan keuntungan industri rumah tangga gula kelapa antar skala usaha di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui perbedaan saluran pemasaran industri rumah tangga gula kelapa antar skala usaha di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember
3. Untuk mengetahui perbedaan margin pemasaran industri rumah tangga gula kelapa antar skala usaha di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember.
4. Untuk mengetahui perbedaan efisiensi pemasaran industri rumah tangga gula kelapa antar skala usaha di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dibidang sosial ekonomi pertanian.

2. Sebagai bahan informasi bagi pemerintah dalam pengembangan usaha agroindustri gula kelapa di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember.
3. Sebagai bahan informasi bagi pemilik usaha agroindustri gula kelapa mengenai pemasaran usaha yang telah dilaksanakan selama ini.
4. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti lain dalam penelitian sejenis.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dan survey. Metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian (kecamatan) dilaksanakan secara sengaja (*purposive method*) di Kecamatan Wuluhan dengan pertimbangan bahwa kecamatan tersebut merupakan satu dari dua kecamatan yang mempunyai usaha industri pengolahan gula kelapa di Kabupaten Jember.

Penentuan Sampel

Penentuan sampel (responden) dilakukan secara *non random sampling* menggunakan metode *Snow Ball Rolling* (Penarikan sampel pola bola salju). Teknik *Snow Ball Rolling* yaitu penarikan sampel berdasarkan informasi dari sampel pertama demikian seterusnya sampai jumlah sampel itu di anggap cukup (Danim, 2000).

Sampel penelitian berjumlah 90 pengrajin gula kelapa yang dibagi dalam tiga skala usaha, yaitu skala kecil, menengah dan besar dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Skala kecil: jumlah pohon yang dikelola ≤ 25 pohon.
- b. Skala menengah: jumlah pohon yang dikelola 26 – 50 pohon.
- c. Skala besar: jumlah pohon yang dikelola > 50 pohon.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dari pelaku usaha gula kelapa di Kecamatan Wuluhan.
- b. Dokumentasi yaitu teknik dengan melakukan dokumentasi terhadap data-data yang ada pada usaha gula kelapa.
- c. Wawancara yaitu mengadakan diskusi langsung pada responden dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dengan menggunakan kuisioner yang telah disiapkan.
- d. Instansional yaitu mengumpulkan data dengan mencatat data yang sudah tersedia di kantor-kantor atau instansi yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengukur keuntungan antar skala usaha dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\pi &= TR - TC \\ TR &= P \cdot Q \\ TC &= TFC + TVC\end{aligned}$$

Keterangan:

π = Keuntungan (Rupiah)

TR= *Total Revenue* atau Penerimaan Total (Rupiah)

TC= *Total Cost* atau Total Biaya (Rupiah)

P= *Price* atau Harga satuan produksi (kg)

Q= *Quantity* atau Total Produksi (kg)

TFC= *Total fixed cost* atau total biaya tetap (Rupiah)

TVC= *Total variable cost* atau total biaya variabel (Rupiah)

2. Untuk mengetahui saluran pemasaran gula kelapa pada tiap skala usaha dengan cara melakukan pengamatan dan wawancara langsung di lapang.
3. Untuk mengukur margin pemasaran menggunakan rumus (Sutarno, 2014):

$$MP = Pr - Pf$$

di mana:

MP = Margin Pemasaran
Pr = Harga di tingkat pengeceran
Pf = Harga ditingkat petani/pengrajin

4. Untuk mengukur efisiensi pemasaran digunakan indikator *share harga* dihitung dengan menggunakan rumus (Downey dan Erickson:1992):

$$Share\ harga = Sp = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

Sp= Bagian harga yang diterima produsen/pengrajin
Pf= Harga ditingkat produsen/pengrajin
Pr= Harga ditingkat konsumen

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika $Sp \geq 40\%$ berarti pemasaran gula kelapa bagi pengrajin adalah efisien.

Jika $Sp < 40\%$ berarti pemasaran gula kelapa bagi pengrajin adalah tidak efisien.

Selanjutnya untuk menguji hipotesis pertama yaitu mengetahui perbedaan tingkat keuntungan digunakan uji LSD. Hipotesis yang diajukan adalah:

Ho: tidak ada perbedaan variabel yang dibandingkan antar masing-masing usaha berdasarkan skala usaha, atau dapat dinyatakan:

$$\mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = 0$$

Ha: ada perbedaan variabel yang dibandingkan antar masing-masing usaha berdasarkan skala usaha, atau:

$$\mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3 \neq 0$$

Pengujian hipotesis dilakukan secara statistik menggunakan uji-F dengan formulasi sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{\text{kuadrat tengah antar grup}}{\text{kuadrat tengah dalam grup}} \begin{cases} \leq F_{\alpha;(v_1, v_2)}, \text{ maka } H_0 \text{ diterima} \\ > F_{\alpha;(v_1, v_2)}, \text{ maka } H_0 \text{ ditolak} \end{cases}$$

Jika $F_{hitung} <$ dari F tabel, maka dapat dinyatakan bahwa perbedaan antara beberapa kelompok skala usaha tersebut secara statistik tidak signifikan. Akan tetapi apabila terbukti $F_{hitung} \geq F$ tabel, maka dari uji-F tersebut dihasilkan kesimpulan yang memutuskan bahwa H_0 ditolak. Dalam pengertian terdapat perbedaan yang signifikan diantara kelompok-kelompok yang diperbandingkan tersebut. Untuk mengetahui kelompok-kelompok manakah yang berbeda secara signifikan, maka perlu dilakukan pengujian lebih lanjut. Hal ini disebabkan pengertian secara statistik menggunakan uji-F tidak memberikan berapa besar derajat beda antara rata-rata kelompok yang satu dengan rata-rata kelompok yang lainnya dan kelompok manakah yang menunjukkan perbedaan. Untuk itu digunakan uji-LSD (*Least Significance Difference*) atau uji beda nyata terkecil. Pengujian dilakukan dengan mempergunakan rumus sebagai berikut (Sutiarso, 1995) :

$$LSD(\alpha) = t \left(\frac{\alpha}{2}; v \right) \sqrt{(KT \text{ error} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right))}$$

dengan kriteria pengambilan keputusan apabila :

$$|\bar{X}_1 - \bar{X}_2| < \text{LSD}(\alpha), \text{ maka } \bar{X}_1 \text{ dan } \bar{X}_2 \text{ tidak berbeda secara signifikan}$$

Keterangan:

k = jumlah grup (kelompok) yang diperbandingkan

n = $n_1 + n_2 + \dots + n_k$ = total pengamatan

v_1 = derajat bebas antar grup = (k-1)

v_2 = derajat bebas dalam grup/error = (n-k)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Keuntungan

Keuntungan yang akan diterima tidak hanya bergantung pada tingginya jumlah produksi, akan tetapi juga dipengaruhi oleh harga jual dan besarnya jumlah biaya yang dikeluarkan. Karena keuntungan merupakan selisih antara penerimaan dengan jumlah biaya.

Penerimaan

Penerimaan yang diterima produsen atau pengrajin adalah total hasil penjualan output. Penerimaan ini diperoleh dari harga jual dikalikan dengan hasil produksi yang dihasilkan, perbedaan skala juga menentukan perbedaan penerimaan yang diterima. Untuk lebih jelasnya penerimaan yang diterima setiap skala usaha terdapat pada Tabel 6.2.

Tabel 6.2 Rata-rata Penerimaan Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa per 25 Pohon/bulan di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember, Tahun 2016

No Responden	Jumlah Pohon (btg)	Produksi (kg/hari)	Harga Jual rata-rata (Rp/kg)	Penerimaan	
				Rp/usaha/bulan	Rp/25 pohon/bulan
SKALA KECIL	23	11	9.059	2.537.586	2.710.151
SKALA MENENGAH	39	19	9.500	4.811.130	3.042.153
SKALA BESAR	63	30	10.925	8.450.488	3.377.321

Sumber: Hasil analisis data primer (2016).

Tabel 6.2 menjelaskan penerimaan yang diterima skala kecil/25 pohon/bulan adalah Rp.2.710.151, sedangkan skala menengah adalah Rp.3.042.153 dan penerimaan yang diterima skala besar adalah Rp.3.377.321, terlihat jelas adanya perbedaan penerimaan antar skala usaha, untuk mengetahui analisis perhitungan perbedaan penerimaan terdapat pada Tabel 6.3.

Tabel 6.3 Analisis Uji beda Perbedaan Penerimaan Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa per 25 Pohon/bulan di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember, Tahun 2016

Dependent Variable	(I) skala	(J) skala	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Penerimaan	Kecil	Menengah	-3.32003E5	85133.29165	.000	-501214.3474	-162791.0763
	Kecil	Besar	-6.67170E5	1.74725E5	.000	-1.0145E6	-319885.7821
	Menengah	Besar	3.35167E5	1.61699E5	.041	13774.0512	656560.7604

Sumber: Analisis data primer (2016).

Berdasarkan analisis uji beda pada Tabel 6.3, diketahui bahwa perbedaan penerimaan skala kecil dengan skala menengah dan besar adalah signifikan pada taraf kepercayaan 99%, sedangkan perbedaan penerimaan skala besar dengan menengah adalah signifikan pada taraf kepercayaan 95%.

Perbedaan pada taraf kepercayaan ini dikarenakan tingkat penerimaan yang diterima oleh skala kecil lebih rendah jika dibandingkan dengan skala menengah dan skala besar. Namun pada skala menengah tingkat penerimaan yang diterima berbeda sedikit dengan skala besar. Hal ini karena harga jual dan produksi yang dihasilkan oleh skala besar lebih tinggi dibandingkan skala menengah.

Biaya

Biaya adalah pengeluaran yang dilakukan selama proses usaha itu dijalankan, seperti biaya peralatan, biaya sewa pohon, biaya tenaga kerja dan biaya pembelian untuk bahan-bahan produksi. Biaya peralatan adalah biaya yang dipakai untuk membeli alat-alat untuk dipakai selama proses usaha gula kelapa.

Biaya sewa pohon adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar pohon kelapa yang digunakan untuk produksi gula kelapa. Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja selama kegiatan usaha gula

kelapa berlangsung. Biaya bahan-bahan produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan produksi. Biaya yang dikeluarkan antar skala usaha terdapat pada Tabel 6.4 berikut ini.

Tabel 6.4 Alokasi Biaya Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa per 25 Pohon/bulan di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember, Tahun 2016

No	Jenis Biaya	Skala Kecil		Skala Menengah		Skala Besar	
		(Rp)	Persentase (%)	(Rp)	Persentase (%)	(Rp)	Persentase (%)
A.	Biaya Tetap						
	Peralatan	107.750	4,19	87.177	3,45	83.751	3,34
	Biaya Pemasaran	159.625	6,21	184.860	7,32	278.223	11,10
	∑ Biaya Tetap	267.375	10,41	272.037	10,78	361.974	14,45
B.	Biaya Variabel						
	Sewa pohon	294.412	11,46	308.750	12,23	357.500	14,27
	Tenaga Kerja	1.511.299	58,85	1.528.903	60,58	1.331.920	53,17
	Natrium Bisulfat	84.255	3,38	63.693	2,52	62.679	2,50
	Janggal Jagung	410.392	15,98	350.137	13,87	390.774	15,60
	∑ Biaya Variabel	2.300.358	89,58	2.251.483	89,21	2.142.873	85,54
C.	Biaya Total	2.567.733	100	2.523.520	100	2.504.847	100

Sumber: Hasil Analisis Data Primer (2016).

Berdasarkan Tabel 6.4 menunjukkan bahwa total biaya produksi skala kecil per 25 pohon/bulan adalah sebesar Rp. 2.567.733, terdiri dari biaya tetap sebesar Rp. 267.375(4,47%) adalah biaya peralatan dan biaya pemasaran, biaya variabel yang dikeluarkan pengrajin skala kecil senilai Rp. 2.300.358 (95,53%) yang terdiri dari biaya sewa pohon (12,22%), biaya tenaga kerja (62,75%), natrium bisulfat (3,49%), dan biaya janggal (17,04%).

Pengrajin skala menengah mengeluarkan biaya usaha/25 pohon/bulan sebesar Rp.2.523.520, yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp.272.037(3,94%) dan biaya variabel Rp.2.251.483(96,03%). Biaya tetap adalah biaya peralatan (3,94%), sedangkan biaya variabel meliputi biaya sewa pohon (13,98%), tenaga kerja (64,42%), biaya natrium bisulfat (2,76%), dan biaya janggal (14,87%).

Total biaya produksi skala besar/25 pohon/bulan sebesar Rp.2.504.847, yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp.361.974(3,96%) dan biaya variabel Rp.2.142.873 (96,01%). Biaya tetap hanya biaya peralatan sebesar (3,96%), sedangkan biaya variabel meliputi biaya sewa pohon (11,45%), tenaga kerja (63,09%), biaya natrium bisulfat (2,96%), dan biaya janggal (18,51%).

Berdasarkan pada Tabel 6.4 pengeluaran biaya yang paling tinggi antar skala usaha adalah skala kecil, untuk mengetahui analisis perhitungan perbedaan biaya terdapat pada Tabel 6.5.

Tabel 6.5 Analisis Perbedaan Biaya Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa per 25 Pohon/bulan di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember, Tahun 2016

Dependent Variable	(I) skala	(J) skala	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Biaya	Kecil	Menengah	1.23930E5	1.00786E5	.222	-76392.7735	324253.4163
	Kecil	Besar	11929.67647	2.06850E5	.954	-399206.7840	423066.1370
	Menengah	Besar	1.12001E5	1.91429E5	.560	-268484.4870	492485.7769

Sumber: Analisis Data Primer (2016).

Berdasarkan analisis uji beda pada Tabel 6.5, dapat diketahui bahwa perbedaan biaya antar skala usaha tidak signifikan pada taraf kepercayaan 95%. Artinya tidak ada perbedaan biaya usaha antara skala kecil dengan skala menengah, skala kecil dengan skala besar dan skala menengah dengan skala besar.

Hal ini karena penggunaan bahan produksi dan penggunaan peralatan yang digunakan antar skala usaha adalah sama, hanya jumlahnya yang berbeda. Sehingga biaya yang dikeluarkan juga hampir tidak ada beda (lampiran 7). Perbedaan jumlah inilah yang menyebabkan waktu proses produksi yang digunakan pada masing-masing skala usaha juga berbeda. Pada skala kecil

memerlukan waktu 3 sampai 4 jam, pada skala menengah memerlukan waktu 4 sampai 5 jam, sedangkan pada skala besar memerlukan waktu sampai 6 jam.

6.2.3 Keuntungan

Keuntungan merupakan tujuan yang diharapkan seorang produsen atau pengrajin dari suatu kegiatan usaha yang dilakukannya. Perbedaan skala juga mempengaruhi perbedaan keuntungan yang diterima oleh setiap pengrajin antar skala, hal ini disebabkan karena penerimaan dan biaya yang dikeluarkan juga berbeda. Pada Tabel 6.6 ditunjukkan tentang perbedaan penerimaan, biaya dan keuntungan yang diterima.

Tabel 6.6 Penerimaan, Biaya dan Keuntungan Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa per 25 Pohon/bulan di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember Tahun 2016

Variabel	Skala Kecil (Rp)	Skala Menengah (Rp)	Skala Besar (Rp)
Penerimaan	2.710.151	3.042.153	3.377.321
Biaya	2.567.733	2.523.520	2.504.847
Keuntungan	142.418	518.633	872.474

Sumber: Hasil Analisis Data Primer (2016).

Tabel 6.6 menunjukkan bahwa pengrajin skala kecil biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.2.567.733 dengan penerimaan sebesar Rp.2.710.151, dan keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.142.418, dengan demikian terlihat bahwa keuntungan pengrajin gula kelapa skala kecil paling rendah jika dibandingkan dengan keuntungan yang diterima oleh skala menengah dan skala besar dikarenakan jumlah produksi nira kelapa yang diolah sedikit dan penggunaan biaya yang sama dengan pengrajin skala menengah dan besar seperti biaya tenaga kerja, biaya penggunaan peralatan, dan biaya bahan seperti natrium bisulfat dan janggel jagung.

Pengrajin skala menengah penerimaan yang diterima sebesar Rp.3.042.153 dengan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.2.523.520, sedangkan keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.518.633, dengan demikian keuntungan pengrajin skala menengah masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh skala besar. Perbedaan penerimaan dan keuntungan ini berbeda nyata pada analisis uji beda (Tabel 6.3 dan Tabel 6.7), sedangkan perbedaan biaya tidak berbeda nyata (Tabel 6.5).

Penerimaan yang diterima pengrajin skala besar adalah Rp.3.377.321 dan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.2.504.847, sedangkan keuntungan yang diterima sebesar Rp.872.474. Dengan demikian keuntungan pengrajin skala besar merupakan yang tertinggi dari antar skala, hal ini karena jumlah produksi yang dihasilkan lebih banyak dan intensifikasi juga perlakuan yang lebih baik, maka dari itu pengrajin skala besar memberi harga jual yang tinggi pula. Jika dibandingkan dengan upah minimum regional (UMR) Kabupaten Jember tahun 2016 sebesar Rp.1.763.392 keuntungan yang diperoleh masing-masing skala usaha masih tergolong rendah terutama pada skala kecil.

Apabila dilihat berdasarkan skala usaha, usaha gula kelapa yang dimiliki para pengrajin menunjukkan adanya perbedaan penerimaan, biaya yang dikeluarkan dan keuntungan. Untuk mengetahui perbedaan keuntungan secara statistik dapat ditunjukkan dapat ditunjukkan pada Tabel 6.7.

Tabel 6.7 Analisis Perbedaan Keuntungan Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa per 25 Pohon/bulan di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember, Tahun 2016

Dependent Variable	(I) skala	(J) skala	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound

	Kecil	Menengah	-4.47911	1.35383	.001	-716999.7238	-178821.3892
Keuntungan	Kecil	Besar	-6.79100	2.77856	.017	-1.2314E6	-126830.1326
	Menengah	Besar	2.31189	2.57141	.371	-279907.2357	742285.7110

Sumber: Analisis Data Primer (2016).

Berdasarkan analisis uji beda pada Tabel 6.5, diketahui bahwa perbedaan keuntungan pada skala kecil dengan skala menengah dan skala kecil dengan skala besar berbeda nyata pada taraf kepercayaan 99%. Sedangkan pada perbedaan keuntungan skala menengah dan besar tidak berbeda nyata, artinya tidak ada perbedaan keuntungan antar skala menengah dengan skala besar.

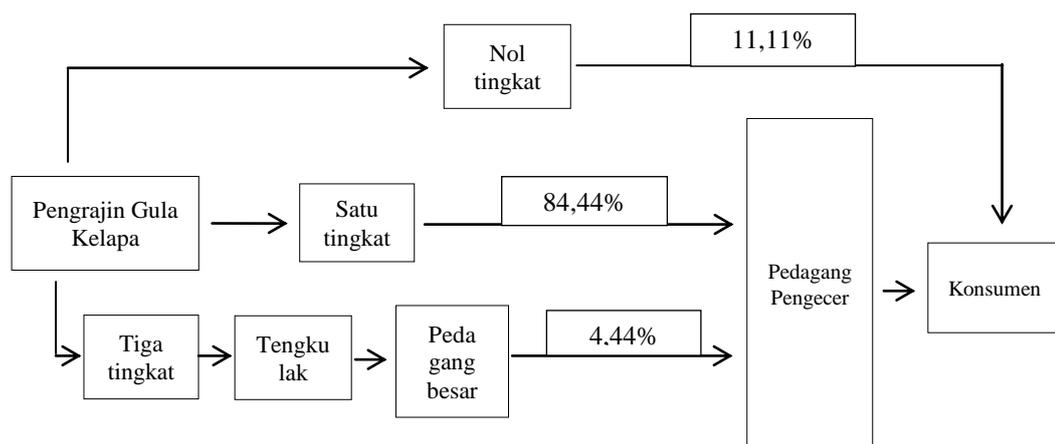
Pada dasarnya besarnya keuntungan pengrajin dari usaha gula kelapa tergantung pada jumlah produksi yang dihasilkan, harga jual dan biaya produksi yang dikeluarkan. Jika produksi gula kelapa meningkat dan diimbangi dengan kenaikan harga jual, maka akan memberikan dampak secara langsung terhadap peningkatan keuntungan pengrajin gula kelapa, namun jika kenaikan produksi ini mengakibatkan harga jual yang menurun maka tidak begitu mempengaruhi keuntungan usaha gula kelapa.

Berdasarkan hasil keuntungan ini jika dibandingkan dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu Prayuginingsih dan Santosa (2016) menunjukkan perbedaan keuntungan usaha yang berbeda hal ini dikarenakan banyak biaya yang dikeluarkan dalam usaha gula kelapa kelapa bukan merupakan pengeluaran tunai seperti: sewa pohon, biaya mengambil nira, dan memasak nira menjadi gula, sehingga kebutuhan keluarga pengrajin tidak diperoleh dari keuntungan tetap pendapatan gula kelapa.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran yang digunakan oleh pengrajin gula kelapa melalui beberapa pertimbangan yaitu harga jual, lembaga pemasaran, biaya pemasaran yang dikeluarkan, kapasitas produksi gula kelapa dan adanya jaminan pasar. Dengan adanya saluran pemasaran yang efisien akan menghasilkan harga yang sesuai baik pada tingkat produsen maupun konsumen, sehingga akan dapat memacu produsen untuk lebih giat dalam mengelola usaha gula kelapa tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat 3 (tiga) jenis saluran pemasaran yang dipilih oleh pengrajin gula kelapa untuk memasarkan hasil produksinya. Saluran pemasaran yang dipilih oleh para pengrajin gula kelapa di daerah penelitian adalah saluran pemasaran nol tingkat, satu tingkat dan tiga tingkat. Pada Gambar 1.3 menjelaskan mengenai macam-macam saluran pemasaran gula kelapa yang terjadi di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember.



Gambar 1.3
Saluran Pemasaran Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember, Tahun 2016.

Penggunaan saluran pemasaran nol tingkat sebanyak 11,11% pengrajin gula kelapa, sedangkan saluran satu tingkat sebanyak 84,44% dan penggunaan pada saluran tiga tingkat sebesar 4,44%.

1. Saluran Pemasaran Nol Tingkat

Saluran pertama adalah saluran pemasaran nol tingkat. Saluran pemasaran ini dinamakan saluran pemasaran nol tingkat karena tidak ada saluran pemasaran lain yang terlibat, pengrajin langsung ke konsumen akhir tanpa melalui lembaga pemasaran lain. Saluran pemasaran nol tingkat digunakan oleh 5 pengrajin yaitu pengrajin gula kelapa skala kecil dengan persentase 5,56% pengrajin dari 90 pengrajin gula kelapa yang ada di Desa Lojejer Kecamatan Wuluhan.

Pengrajin yang menggunakan saluran ini adalah pengrajin gula kelapa dengan pengolahan pohon kelapa kurang dari 25 pohon, karena jumlah produksinya tidak banyak pemasarannya langsung ke konsumen. Pada pemasaran gula kelapa melalui saluran nol tingkat ini, pengrajin dengan harga jual sebesar Rp.9.059,-/kg. Untuk lebih jelasnya jenis saluran pemasaran yang digunakan oleh pengrajin gula kelapa berdasarkan skala terdapat pada Tabel 6.8 berikut ini.

Tabel 6.8 Penggunaan Saluran Pemasaran Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember, Tahun 2016

Saluran Pemasaran	Skala Besar		Skala Menengah		Skala Kecil	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Nol Tingkat	-	-	-	-	10	11,11
Satu Tingkat	-	-	63	70,00	13	14,44
Dua Tingkat	-	-	-	-	-	-
Tiga Tingkat	4	4,44	-	-	-	-
Jumlah	4	4,44	63	70,00	23	25,55

Sumber: Hasil analisis data primer (2016).

2. Saluran Pemasaran Satu Tingkat

Saluran pemasaran kedua adalah saluran pemasaran satu tingkat, saluran pemasaran ini dinamakan saluran pemasaran satu tingkat karena proses penyaluran gula kelapa dari pengrajin ke konsumen melalui satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengepul atau tengkulak. Saluran pemasaran tingkat satu digunakan oleh 68 pengrajin dengan persentase 75,55% dari 90 pengrajin gula kelapa yang ada di desa lojejer Kecamatan Wuluhan. Pengrajin yang menggunakan saluran pemasaran ini adalah sebagian pengrajin gula kelapa skala kecil dan menengah dengan jumlah pohon kelapa berkisar 40-50 pohon dengan harga jual sebesar Rp. 9.500,-/kg.

3. Saluran Pemasaran Tiga Tingkat

Saluran yang terakhir adalah saluran pemasaran tiga tingkat karena gula kelapa dijual hingga sampai pada konsumen dengan melalui tiga lembaga pemasaran yaitu tengkulak, pedagang besar dan pengecer. Bentuk saluran pemasaran ini merupakan bentuk saluran pemasaran yang hanya digunakan oleh pengrajin gula kelapa skala besar untuk menyalurkan hasil produksinya. Harga jual dari pengrajin adalah Rp.10.925,-/kg dan harga yang dijual pengecer kepada konsumen sebesar Rp.12.500,-/kg.

Margin Pemasaran Setiap Macam Saluran Pemasaran

Margin pemasaran juga sebagai salah satu indikator efisiensi pemasaran, semakin rendah margin pemasaran maka semakin menguntungkan bagi konsumen dikarenakan harga jual yang murah. Hasil penelitian margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran terdapat pada Tabel 6.9.

Tabel 6.9 Margin Pemasaran Pada Masing-Masing Pelaku Pasar dalam Saluran Pemasaran Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember, Tahun 2016

Pelaku	Saluran Pemasaran					
	Tingkat Nol		Tingkat Satu		Tingkat Tiga	
	Harga jual (Rp/kg)	Selisih Harga (Rp)	Harga jual (Rp/kg)	Selisih Harga (Rp)	Harga jual (Rp/kg)	Selisih Harga (Rp)
1. Produsen/pengrajin	9.059	-	9.500	-	10.925	-
2. Pedagang Tengkulak					11.500	575
3. Pedagang besar	-	-	-	-	11.950	450
4. Pedagang Pengecer	-	-	10.200	700	12.500	550
5. Konsumen	9.059	-	10.200	-	12.500	-
Margin Pemasaran		0		700		1.575

Sumber: Hasil Analisis Data Primer (2016).

Pada saluran pemasaran nol tingkat tidak ada selisih harga jual pada pengrajin/produsen gula kelapa dengan lembaga pemasaran lainnya, hal ini karena tidak ada lembaga pemasaran lain yang terlibat. Proses pemasaran gula kelapa langsung pada konsumen akhir yang mendatangi rumah pengrajin, hal inilah yang menyebabkan harga jual rendah. Harga jual pada pemasaran nol tingkat sebesar Rp.9.050,-.

Harga jual di tingkat produsen pada pemasaran satu tingkat sebesar Rp.9.500,-. Harga ini lebih tinggi dibanding harga jual saluran pemasaran nol tingkat karena pengrajin mengantar produknya kepada pedagang pengecer. Margin pemasaran pada saluran pemasaran satu tingkat sebesar Rp.700,-/kg. Hal ini karena ada satu lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang pengecer. Harga jual ditingkat produsen juga lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual saluran nol tingkat.

Pada saluran pemasaran tiga tingkat harga jual ditingkat produsen sebesar Rp.10.925,- karena produsen mengantar produknya kepada tengkulak yang jaraknya lebih jauh dibanding pedagang pengecer pada saluran pemasaran satu

tingkat sehingga pengrajin memerlukan biaya transportasi yang lebih banyak. Margin pemasaran sebesar Rp.1.575,-/kg karena ada tiga lembaga pemasaran yang terlibat, harga ditingkat produsen juga lebih tinggi dibandingkan saluran pemasaran lainnya.

Meskipun saluran pemasaran tiga tingkat mempunyai margin pemasaran yang besar namun tidak dapat dihindari, terutama untuk memenuhi permintaan konsumen yang lokasinya jauh dari tempat pengrajin. Berdasarkan hasil analisis ini jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yaitu utomo (2008) menunjukkan bahwa ditinjau dari segi ekonomis, saluran pemasaran gula kelapa dua tingkat di Kabupaten Kulon Progo paling efisien karena margin pemasarannya paling rendah dibandingkan dengan saluran pemasaran tiga tingkat dan satu tingkat.

Efisiensi Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran

Efisiensi pemasaran diukur dari *share harga* yang diterima pengrajin/produsen, semakin tinggi nilai *share harga* maka semakin efisien. *Share harga* adalah ratio antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen. Guna melihat tingkat efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember terdapat pada Tabel 6.10 berikut.

Tabel 6.10 Efisiensi Pemasaran pada Setiap Saluran Pemasaran Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember, Tahun 2016

No	Saluran Pemasaran	Harga tingkat produsen (Rp/kg)	Harga tingkat konsumen (Rp/kg)	Margin Pemasaran (Rp/kg)	Share Harga Produsen (%)
1.	Saluran pemasaran nol tingkat	9.059	9.059	0	100

2.	Saluran pemasaran satu tingkat	9.500	10.200	700	93,13
3.	Saluran pemasaran tiga tingkat	10.925	12.500	1.575	87,40

Sumber : Hasil analisis data primer (2016).

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 6.10 didapatkan hasil bahwa *share harga* ditingkat pengrajin saluran pemasaran nol tingkat adalah sebesar 100%, artinya seluruh harga yang dibayar konsumen sepenuhnya dinikmati oleh pengrajin. Pada saluran pemasaran satu tingkat *share harga* sebesar 93,13%, artinya 93,13% dari harga yang dibayar oleh konsumen dinikmati oleh pengrajin. *Share harga* pada saluran pemasaran tiga tingkat adalah 87,40%, artinya 87,40% dari harga yang dibayar oleh konsumen tersebut dinikmati oleh pengrajin.

Share harga dari ketiga saluran pemasaran menunjukkan hasil lebih dari 40%. Menurut Downey dan Erickson (1992) jika *share harga* $\geq 40\%$ maka saluran pemasaran dikatakan efisien. Berdasarkan hal tersebut maka saluran pemasaran gula kelapa di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember termasuk dalam kategori efisien.

Dari ketiga saluran pemasaran gula kelapa di Kecamatan Wuluhan, saluran nol tingkat merupakan saluran pemasaran dengan harga jual kepada konsumen paling rendah, namun konsumen harus membeli langsung kepada pengrajin. Konsumen yang tempat tinggalnya jauh dari tempat tinggal pengrajin tidak mungkin menggunakan saluran pemasaran nol tingkat karena biaya transportasi kerumah pengrajin jauh lebih mahal daripada harga jual pada saluran pemasaran tiga tingkat. Hal ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran nol tingkat tidak selalu paling baik dan saluran pemasaran panjang tidak selalu paling buruk

tergantung pada banyak hal, antara lain: jarak antara konsumen dan produsen, keterlibatan lembaga pemasaran, dan jumlah produk yang akan dipasarkan.

Pengrajin skala besar yang menghasilkan gula merah dalam jumlah banyak tidak mungkin hanya menggunakan saluran pemasaran nol tingkat untuk memasarkan seluruh produknya. Seluruh sampel pengrajin skala besar menggunakan saluran pemasaran tiga tingkat karena hanya pedagang tengkulak dari luar kota bermodal besar yang mampu membeli seluruh produk yang dihasilkan setiap hari. Sementara pengrajin skala menengah dapat menggunakan saluran pemasaran nol atau satu tingkat asal dapat menjual seluruh produk yang dihasilkan setiap hari.

Berdasarkan hasil analisis ini jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yaitu utomo (2008) menunjukkan bahwa share harga paling tinggi terdapat pada saluran pemasaran dua tingkat sebesar 86,7%. Hal ini karena harga jual ditingkat produsen dan ditingkat pedagang tidak berbeda jauh.

KESIMPULAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan tentang analisis pemasaran agroindustri rumah tangga gula kelapa di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada perbedaan tingkat keuntungan antara skala kecil dengan skala menengah, dan skala kecil dengan skala 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. Ada tiga macam saluran pemasaran gula kelapa, yaitu: 1) saluran pemasaran nol tingkat digunakan oleh 11,11% pengrajin yang seluruhnya merupakan dari skala kecil, 2) saluran satu tingkat digunakan oleh 84,44% pengrajin, terdiri dari pengrajin skala kecil dan menengah, 3) saluran tiga tingkat digunakan oleh 4,44% pengrajin, seluruhnya merupakan pengrajin skala besar.
3. Ada perbedaan margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran. Margin pemasaran terendah terdapat pada saluran pemasaran nol tingkat yaitu Rp.0,-/kg, tertinggi pada saluran pemasaran tiga tingkat sebesar Rp.1.575,-/kg, sedangkan pada saluran pemasaran satu tingkat, Rp.700,-/kg.
4. Ada perbedaan efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran. Seluruh saluran pemasaran yang digunakan efisien, tercermin dari *share harga* yang lebih besar dari 40%. *Share harga* pengrajin tertinggi terdapat pada saluran

pemasaran nol tingkat sebesar 100%, terendah pada saluran pemasaran tiga tingkat sebesar 87,40%, sedangkan pada saluran pemasaran satu tingkat sebesar 93,13%.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan kondisi di lokasi penelitian umumnya pengrajin gula kelapa dalam melaksanakan usahanya masih menggunakan cara-cara tradisional karena keterbatasan kemampuan SDM, penggunaan teknologi dan modal, oleh karena itu pengrajin memerlukan bantuan kredit lunak dari lembaga keuangan. Selain itu juga diperlukan penyuluhan dan pelatihan untuk meningkatkan ketrampilan produsen dan peningkatan kualitas produksi.
2. Pengrajin diharapkan bisa meningkatkan produksi pengolahan agroindustri gula kelapa dengan mempersiapkan peremajaan pohon kelapa penghasil nira kelapa agar keberlanjutan produksi dapat dipertahankan.
3. Bagi pemerintah daerah agar mendorong dan mengontrol pengembangan agroindustri gula kelapa dengan diintensifikannya penyuluhan tentang penerapan pengolahan agroindustri yang baik agar usaha gula kelapa ini tetap layak diusahakan. Selain itu diharapkan pemberian bantuan pinjaman modal kepada pengrajin gula kelapa dengan syarat yang mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arofah, S. 2014. *Analisis Pemasaran Buah Naga di Kabupaten Jember*. Skripsi tidak diterbitkan. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah. Jember.
- Boyd, H.W. 2000. *Manajemen Agribisnis*. Buku Kedua. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- BPS Kabupaten Jember, 2008-2014. *Kabupaten Jember Dalam Angka*. Kantor Biro Pusat Statistik Jember.
- BPS Kabupaten Jember, 2015. *Kecamatan Wuluhan dalam Angka 2014*. Kantor Biro Pusat Statistik Jember.
- Danim, S. 2000. *Metode Penelitian Untuk Ilmu-ilmu Perilaku*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Dewan Gula Indonesia. 2012. *Kondisi Pergulaan Indonesia*. Sekretariat Dewa Gula Indonesia. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian 2014. *Statistik Ekspor Impor Komoditas Pertanian 2001-2013*. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Downey, W.B dan Erickson. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Downey, D.W dan J. K Trocke. 1981. *Agribusiness Management*. MC Graw-Hill, Inc. Us of America.
- Hernanto, F. 1996. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Istiyanti, E. 2010. *Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman*. *Mapeta*, 12(2): 116-124. Yogyakarta.
- Kotler, P. dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi . Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 1997 . *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*. Edisi 9. Prentice. Hail. New Jersey.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Jakarta : PT. Bina Pustaka LP3S. Jakarta.
- Munawir, S. 1998. *Analisis Laporan Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Pendek)*. Buku Kedua BPFE. Yogyakarta.
- Nazir, M. 1999. *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia. Jakarta.

- Nugraheni, M D. 2002. *Analisis Efisiensi Industri Gula Kelapa di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember*. Skripsi. Universitas Jember. Jember.
- _____, 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Dua. Prentice. Hail. New Jersey.
- Partadiredja, A. 1983. *Pengantar Ekonometrika*. Badan Penerbitan Fakultas Ekonomi. Yogyakarta.
- Prayuginingsih, H. dan T. H Santosa. 2016. *Analisis Curahan Waktu Kerja dan Kontribusi Pendapatan Wanita Pengrajin Gula Kelapa Terhadap Pendapatan Keluarga di Kabupaten Jember*. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah. Jember.
- Saladin, D. 1996. *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Mandar Maju. Bandung.
- Soekartawi. 1987. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasinya*. CV. Rajawali. Jakarta.
- Soekartawi. 1990. *Ilmu Usahatani*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Soekartawi. 1999. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sofiani, V. 2015. *Analisis Pendapatan Dan Pola Pemasaran Petani Gula Kelapa di Desa Semedo Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah. Sukabumi.
- Stanton, W. J. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Erlangga. Jakarta.
- Sutarno. 2014. *Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kabupaten Wonogiri*. *e-Journal Agrineca*. 14 (1): 1-10.
- Sutiarso, E. 1995. *Analisis Usahatani Kopi Rakyat, Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Jember*. Jember.
- Swastha. B. 1997. *Saluran Pemasaran*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Utomo. 2008. *Analisis Pemasaran Gula Kelapa di Kabupaten Kulon Progo*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.