

KOMPARASI KEUNTUNGAN PEMASARAN CENGKEH SEGAR DAN CENGKEH KERING (*Syzygium aromaticum L.*) DI DESA TELUK ARU KECAMATAN PULAU LAUT KEPULAUAN KABUPATEN KOTABARU

Maspriansyah; Ilhamiyah; Siti Erlina
Program Studi Agribisnis; Fakultas Pertanian; Dosen Pembimbing 1; Dosen Pembimbing 2
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin Kalimantan Selatan
Jl. Adhyaksa No.2 Kayu Tangi Banjarmasin
Email : Masprisnyahpri@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola pemasaran cengkeh segar dan cengkeh kering, mengetahui keuntungan pemasaran cengkeh segar dan cengkeh kering, mengetahui komparasi keuntungan pemasaran cengkeh segar dan cengkeh kering, mengetahui sistem pemasaran manakah yang lebih efisien penjualan cengkeh segar atau cengkeh kering. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu mengambil secara sengaja terhadap petani cengkeh di Desa Teluk Aru. Jumlah petani cengkeh yang ada di Desa Teluk Aru yang memenuhi syarat ada 20 orang petani cengkeh yang di ambil sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Di desa Teluk Aru terdapat dua pola saluran pemasaran yaitu Pola 1 : Petani Cengkeh Segar → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen (Sulawesi) dan Pola 2 : Petani Cengkeh Kering → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen (Sulawesi), Komparasi keuntungan cengkeh kering lebih menguntungkan di dibandingkan dengan cengkeh segar, pada cengkeh segar keuntungan ditingkat petani Rp 37.950,44 (kg) sedangkan cengkeh kering keuntungannya sebesar Rp 59.432,69 (kg), ditingkat pengumpul keuntungan cengkeh segar Rp 12.120,28 (kg) sedangkan cengkeh kering keuntungannya sebesar Rp 19.413,45 (kg) dan ditingkat pedagang besar cengkeh segar keuntungannya Rp 28.810,92 (kg) sedangkan cengkeh kering keuntungannya sebesar Rp 27.051.30 (kg) Saluran pemasaran cengkeh kering lebih menguntungkan di dibandingkan dengan cengkeh segar karena pada saluran pemasaran cengkeh kering tidak memerlukan modal yang banyak untuk melakukan pengolahan pengeringan. Komparansi keuntungan pemasaran cengkeh segar dan cengkeh kering di Desa Teluk Ara Kecamatan Pulau Laut kepulauan yang efisien terdapat pada saluran pemasaran cengkeh kering.

Kata Kunci : Komparansi, Keuntungan Pemasaran, Cengkeh Segar, Cengkeh Kering

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the marketing pattern of fresh and dry cloves, to know the marketing advantages of fresh and dry cloves, to know the comparative advantage of marketing fresh cloves and dry cloves, to find out which marketing system is more efficient in selling fresh cloves or dried cloves. The sampling method used in this study was purposive sampling method, that is, deliberately taking clove farmers in Teluk Aru Village. The number of clove farmers in Teluk Aru Village who met the requirements was 20 clove farmers who were taken as samples. The results showed that in Teluk Aru village there were two patterns of marketing channels, namely Pattern 1: Fresh Clove Farmers → Collector Traders → Wholesaler → Consumers (Sulawesi) and Pattern 2: Dried Clove Farmers → Collector Traders → Wholesaler → Consumers (Sulawesi), Comparison of the benefits of dry cloves is more profitable compared to fresh cloves, for fresh cloves the profit at the farmer level is Rp. 37,950.44 (kg) while dry cloves the profit is Rp. 59,432.69 (kg), at the collector level the profit of fresh cloves is Rp. Meanwhile, the profit of dry cloves is IDR 19,413.45 (kg) and at the wholesale level of fresh cloves the profit is IDR 28,810.92 (kg) while the profit of dry cloves is IDR 27,051.30 (kg). the dry clove marketing channel does not require a lot of capital to carry out drying processing. The profit compensation for the efficient marketing of fresh and dry cloves in Teluk Ara Village, Pulau Laut Subdistrict, archipelago is found in the dry clove marketing channel.

Keywords: Comparability, Marketing Profits, Fresh Cloves, Dried Cloves

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dengan maksud menciptakan permintaan yang efektif.

Cengkeh merupakan tanaman perkebunan yang ada di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan yang merupakan salah satu sumber penghasilan utama bagi masyarakat di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan. Cengkeh merupakan salah satu tanaman perkebunan yang penting karena cengkeh banyak manfaatnya antara lain, bahan industri rokok yang banyak di konsumsi oleh masyarakat, bahan farmasi dan sebagai bumbu makanan.

Pemasaran yang dilakukan oleh petani cengkeh di desa Teluk Aru pada umumnya menjual cengkeh dalam bentuk cengkeh segar seharga Rp.60.000/ kg, sedangkan petani yang menjual cengkeh dalam bentuk kering seharga Rp.80.000/ kg, dimana saya langsung menanyakan harga kepada masyarakat di Desa Teluk Aru. dalam hal ini terdapat perbedaan harga yang cukup besar penjualan cengkeh segar dan penjualan setelah pengeringan. Proses pengeringan memerlukan waktu 2-3 hari dengan matahari panas. Apabila menjual dalam bentuk segar maka kuantitas cengkeh lebih sedikit di banding cengkeh kering dalam takaran per kg. Dengan demikian berapa besar signifikansi perbedaan keuntungan petani yang menjual dalam bentuk segar dan yang menjual dalam bentuk kering menjadi penting untuk diketahui.

Tanaman budidaya cengkeh merupakan sumber penghasilan utama masyarakat Teluk Aru dan merupakan yang ke dua terbanyak di hasilkan di Kecamatan Pulau Laut Kepulauan. Usaha tanaman cengkeh ini sudah berlangsung cukup lama, namun dalam 3 tahun terakhir penghasilan atau keuntungan yang didapat petani dari penjualan cengkeh menurun, karena salah satu faktornya adalah panen yang serentak sehingga dipasaran cengkeh sangat melimpah dan menyebabkan harga cengkeh turun di pasaran.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola pemasaran cengkeh segar dan cengkeh kering, mengetahui keuntungan pemasaran cengkeh segar dan cengkeh kering, mengetahui komparasi keuntungan pemasaran cengkeh segar dan cengkeh kering, mengetahui Sistem pemasaran manakah yang lebih efisien penjualan cengkeh segar atau cengkeh kering.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini di laksanakan di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan Kabupaten Kotabaru. Waktu pelaksanaan penelitian di mulai pada tanggal 02 bulan juni tahun 2020.

Metode Penentuan Sampel

Penetapan responden petani cengkeh di lakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu mengambil secara sengaja terhadap petani cengkeh di Desa Teluk Aru dengan kriteria luas lahan 1-3 ha, lahan milik sendiri dan memiliki pengalaman bertani cengkeh minimal 15 tahun. Jumlah petani cengkeh yang ada di Desa Teluk Aru Berjumlah 57 orang dari jumlah petani cengkeh tersebut yang memenuhi syarat ada 20 orang petani cengkeh yang di ambil sebagai sampel.

Analisis Data

Data yang di peroleh dikumpulkan kemudian dipilih sesuai dengan tujuan penelitian dan pengolahan data. Setelah data dipilah kemudian dihitung berdasarkan formulasi rumus yang ada dan meliputi:

1. Analisis saluran pemasaran
Analisis pemasaran ini menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan mengilustrasikan kondisi suatu variabel secara apa adanya, sistematis, dan sedetail mungkin.
2. Menurut Ramadhan (2009) untuk mengetahui margin pemasaran dapat dilakukan dengan Rumu:

$$Mi = Pri - Pfi$$

Keterangan :

Mi = Marjin pemasaran pada lembaga ke i

Pri = Harga jual pada tingkat lembaga ke i

Pfi = Harga beli pada tingkat lembaga ke i

3. Menurut Sunyoto (2012) untuk mengetahui keuntungan dalam pemasaran dapat dilakukan dengan rumus:

$$\pi_i = M_i - C_i$$

Keterangan :

π_i = Keuntungan pemasaran yang diperoleh lembaga ke i

M_i = Marjin pemasaran pada tingkat lembaga ke i

C_i = Biaya yang dikeluarkan pada tingkat ke i

4. Limbong dan Sitorus (1987) untuk mengetahui *Farmer's Share* dapat dilakukan dengan rumus:

$$F_s = P_f / P_r \times 100\%$$

Keterangan :

F_s = *Farmer's share*

P_f = harga yang diterima petani

P_r = harga yang dibayar konsumen

5. Efisiensi

Setiap kegiatan fungsi pemasaran memerlukan biaya yang selanjutnya diperhitungkan kedalam harga produk. Lembaga pemasaran menaikkan harga persatuan kepada konsumen atau menekan harga ditingkat produsen. Dengan demikian efisiensi pemasaran perlu dilakukan melalui penurunan biaya pemasaran (Anindita, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Responden

Umur Petani dan Pedagang Cengkeh

Usia produktif dan usia tidak produktif dapat mempengaruhi kegiatan yang dilakukan petani. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh rata-rata usia petani dan pedagang cengkeh yang menjadi responden di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-rata Usia Petani dan Pedagang Cengkeh yang dijadikan Responden di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan (Data Primer, 2020).

No	Jenis responden	Umur (thn)	Jumlah	Persentase%
1	Petani	17-60	19	95,00
		>60	1	05,00
		Jumlah	20	100
2	Pedagang pengumpul	37	1	100
		Jumlah	1	100
3	Pedagang besar	45	1	100
		Jumlah	1	100

Pada Tabel 1 menunjukkan usia petani di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan melihat keadaan usia tersebut maka seluruh petani responden berusia produktif (25-59 tahun) yang artinya responden masih mampu untuk bekerja dan tumpuan bagi keluarganya, hal ini sangat mendukung dalam pengelolaan budidaya cengkeh di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan.

Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor sangat penting, karena pendidikan sangat berpengaruh terhadap cara berpikir seseorang dan merupakan modal dasar untuk suksesnya pembangunan di bidang pertanian. Selain itu

mempengaruhi pula pada penerimaan dan penyerapan teknologi baru. Tingkat pendidikan yang dimiliki responden dapat mempengaruhi kemampuan responden dalam mengelola usahanya, rata-rata tingkat pendidikan petani dan pedagang cengkeh yang menjadi responden di desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata tingkat pendidikan Petani dan Pedagang Cengkeh yang Menjadi Responden di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan (Data Primer, 2020).

No	Jenis Responden	Pendidikan	Jumlah(Jiwa)	Persentasi%
1	Petani	SD	11	55,00
		SLTP	6	30,00
		SLTA	3	15,00
Jumlah			20	100
2	Pedagang pengumpul	SLTA	1	100
Jumlah			1	100
3	Pedagang besar	SD	1	100
Jumlah			1	100

Ditinjau dari Pendidikan formal petani responden maka pendidikan terbesar adalah SD sebanyak 11 orang (55,00%) dan terkecil adalah Sekolah dasar (SLTA) 3 orang (15,00%). Keadaan ini menyebabkan kurangnya penyerapan teknologi dan manajemen usaha tani cengkeh karena mereka berpendidikan SLTA kebawah (Hariandja, 2002).

Pedagang pengumpul di Desa Teluk Aru berpendidikan SLTA yaitu sebanyak 1 orang (100%). Pedagang besar berpendidikan SD memiliki presentasi yang sama yaitu sebanyak 1 orang (100%).

Tingkat pendidikan sangat penting dalam rangka peningkatan produksi dan pendapatan bagi para petani pembudidaya

cengkeh dan pedagang (pengumpul, dan pedagang besar) ditingkat pemasaran, tingkat Pendidikan akan berpengaruh pada pola fikir sikap dan perilaku seseorang dalam dunia usaha apapun hal ini berkaitan erat dengan tingkat Pendidikan yang dimiliki (Hariandja, 2002).

Pengalaman kerja

Pada umumnya pengengolahan usaha dan pemasaran sangat dibutuhkan pengalaman dalam pengelolaan usaha untuk dapat menentukan peluang dan resiko dari usahanya, pengalaman petani dan pedagang cengkeh yang menjadi responden dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rata-rata tingkat Pengalaman Petani dan Pedagang Cengkeh yang Menjadi Responden di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan (Data Primer, 2020)

No	Jenis responden	Pengalaman(thn)	Jumlah jiwa	Persentase%
1	Petani	>5	20	100
Jumlah			20	100
2	Pedagang pengumpul	6-9	1	100
Jumlah			1	100
3	Pedagang besar	5-12	1	100
Jumlah			1	100

Tabel 3 menunjukkan bahwa >5 tahun (sangat berpengalaman) yaitu sebanyak 20 orang (100%). Pengalaman dalam menangani cengkeh. strategi pemasaran untuk pedagang pengumpul dominan adalah 6-9 tahun

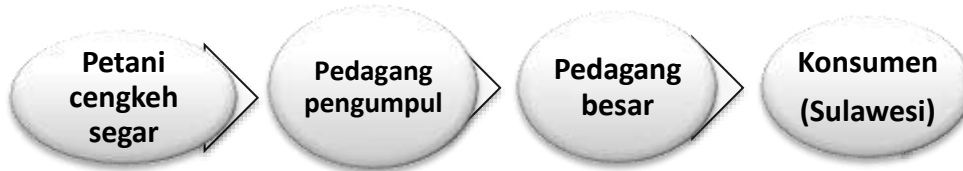
sebanyak 1 orang (100%). Pedagang besar memiliki pengalaman sekitar 5-12 tahun sebanyak 1 orang (100%). Semakin tinggi pengalaman pedagang akan berpengaruh baik terhadap manajemen pasar dan semakin

mampu untuk menganalisa pasar yang meliputi permintaan dan penawaran pasar.

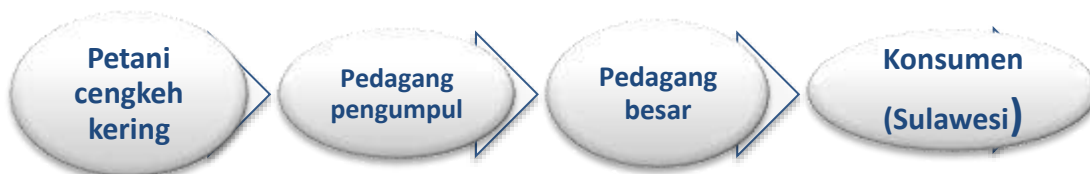
Analisis Saluran Pemasaran

Pola pemasaran cengkeh yang terbentuk di Desa Teluk Ara Kecamatan Pulau Laut Kepulauan terdapat dua pola yaitu:

Pola I



Pola II



Karakteristik pola ini berkaitan erat dengan jumlah produksi cengkeh yang dihasilkan, jumlah produksi yang relatif banyak mengakibatkan munculnya pedagang dengan skala besar pada pemasaran. saluran pemasaran ini akan mempengaruhi tingkat harga, bagian keuntungan dan biaya serta margin pemasaran yang diterima setiap pelaku pemasaran.

Berdasarkan hasil survey saluran pemasaran cengkeh di Desa Teluk Ara Kecamatan Pulau Laut Kepulauan, 20 orang yang menjual dalam bentuk cengkeh segar sebanyak (27,00%) dan 20 orang menjual dalam bentuk kering sebanyak (73,00%). Cengkeh yang ada di Desa Teluk Ara dijual kesulawesi.

pada produk cengkeh yang berasal dari Desa Teluk Ara Kecamatan Pulau Laut Kepulauan pada Tabel 4.

Analisis Margin Pemasaran

Margin adalah selisih harga pembelian dan harga penjualan. Margin dapat pula disamakan dengan biaya yang dikeluarkan Lembaga pemasaran ditambah dengan keuntungan yang diperoleh Lembaga pemasaran dalam menyelenggarakan proses pemasaran (Soekartawi, 1989).

Berdasarkan hasil penelitian margin pemasaran pada tiap Lembaga pemasaran

Tabel 4. Margin, Keuntungan dan Farmer's share pemasaran Cengkeh di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan (Data Primer, 2020).

No	Uraian	Rata-rata harga cengkeh segar/Kg (Rp)	Rata-rata harga cengkeh kering/Kg (Rp)
1	Petani		
	Harga Jual/kg	60.000	80.000
2	Pedagang pengumpul		
	Harga pembelian/Kg	60.000	80.000
	Biaya pemasaran/Kg	27,879.72	586.55
	Harga penjualan/Kg	100.000	100.000
	Keuntungan/Kg	12,120.28	19,413,45
	Margin/Kg	40.000	20.000
3	Pedagang besar		
	Harga pembelian/Kg	100.000	100.000
	Biaya pemasaran/Kg	2.948.69	2,621.13
	Keuntungan /Kg	27.051,31	27.378,87
	Harga penjualan /Kg	130.000	130.000
	Margin /Kg	30.000	30.000
	Total Biaya Pemasaran	52.877.960	23.774.980
	Total Margin (Rp)	70.000	50.000
	Farmer's Share (%)	46,15	61,53

Besarnya margin pemasaran diperoleh dari selisih antara harga ditingkat produsen dengan ditingkat konsumen. Semakin besar keuntungan dan biaya yang di keluarkan maka akan semakin besar pula nilai margin pemasaran, pengambilan keuntungan yang besar dapat disebabkan karena biaya yang dikeluarkan untuk proses pemasaran lumayan besar. Total biaya pemasaran terbesar terdapat pada cengkeh segar, total keuntungan terbesar terdapat pada cengkeh kering, total margin terbesar terdapat pada cengkeh segar dan *farmer's share* terbesar terdapat pada cengkeh kering. Berdasarkan hasil survey dan perhitungan di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan, margin pemasaran pada pedagang pengumpul, dan pedagang besar.

Berdasarkan hasil penelitian rincian biaya pemasaran pada tingkat pedagang pengumpul tiap Lembaga pemasaran pada produk cengkeh yang berasal dari Desa Teluk

Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rincian Biaya Pemasaran Pada Tingkat Pedagang Pengumpul Pemasaran Cengkeh Segar Dan Cengkeh Kering (Data Primer, 2020).

Jenis Biaya	Cengkeh Segar	Cengkeh kering
Transportasi	216.000	648.000
Harga beli cengkeh segar	213.000.000	776.000.000
Karung	142.000	550.960
Sewa Bangunan	450.000	450.000
Listrik	21.870	21.870
Terpal 4x6	1.020.000	-
Piring	15.000	-
Upah pengeringan	2.160.000	-
Biaya penyusutan	156.225.000	418.725.000
TKDK	1.200.000	3.600.000
Susut Cengkeh	63.900.000	-
Total Biaya pemasaran	69.281.095.00	568.955.500
Total biaya	218.381.095.00	781.270.830.00
Biaya pemasaran /kg	27.879.72	586.55

Data diatas menunjukkan bahwa biaya pemasaran terbesar terdapat pada cengkeh segar dengan total biaya pemasaran/kg Rp. 27.879,72 dan biaya pemasaran terkecil terdapat pada cengkeh kering Rp. 586,55

Analisis *Farmer's share*

Farmer's share adalah bagian yang hanya diterima petani sebagai pengorbanan

atas biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani atau menunjukkan besarnya persentase bagian yang diterima petani. Berdasarkan hasil perhitungan yang ada, semakin besar *Farmer's share* maka akan semakin besar bagian yang diterima oleh petani. *Farmer's share* petani cengkeh dapat di lihat pada tabel 6.

Tabel 6. *Farmer's share* pola pemasaran Cengkeh di Desa Teluk aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan (Data Primer, 2020).

Kriteria	Saluran pemasaran	
	Segar	Kering
Harga ditingkat petani	60.000	80.000
Harga ditingkat konsumen	130.000	130.000
<i>Farmer's share</i>	46,15%	61,53%

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh *Farmer's share* cengkeh segar sebesar 46,15% dengan harga jual petani (Rp. 60.000) dengan harga yang di bayar konsumen Rp. 130.000, sedangkan cengkeh kering sebesar 51,53% dengan harga yang dijual petani (Rp. 80.000) dengan harga di bayar konsumen Rp. 130.000.

Efisiensi pemasaran

Efisiensi pemasaran dapat diukur dengan membandingkan panjang pendeknya saluran pemasaran yang ada, persentase

farmer's share yang terendah, margin yang terbesar dan biaya pemasaran yang paling kecil, seperti pada Tabel 7.

Tabel 7. Rata-rata Margin, Biaya pemasaran dan *Farmer's share* (Data Primer, 2020).

No	Uraian	Segar	Kering
1	Margin	70.000	50.000
2	Biaya pemasaran	52,877,96	23,774,98
3	<i>Farmer's share</i>	46,15%	61,53%

Berdasarkan Tabel 7 dapat disimpulkan margin terbesar terdapat pada cengkeh segar (70000) biaya pemasaran terbesar terdapat pada cengkeh segar (52,877,96) dan biaya *Farmer's share* terbesar terdapat pada cengkeh kering (61,53). Pola paling efisien berdasarkan hasil analisis adalah cengkeh kering.

Pemasaran dapat di katakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya serendah-rendahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang di bayar konsumen akhir dari semua pihak yang ikut serta didalam seluruh kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut (Martodireso dan Suryanto, 2002).

Keuntungan cengkeh segar dan cengkeh kering

Keuntungan adalah harga jual dikurangi biaya. Keuntungan petani cengkeh segar Rp.37.950,44 /kg dan petani cengkeh kering Rp. 59.432,69. Keuntungan pedagang

pengumpul cengkeh segar Rp.12.120,28 dan keuntungan pedagang pengumpul cengkeh kering Rp.19.413,45.

Komparasi keuntungan pemasaran cengkeh segar dan cengkeh kering

Berdasarkan hasil penelitian saya, mengenai komparasi keuntungan pemasaran dari cengkeh segar dan cengkeh kering dapat diketahui bahwa keuntungan terbesar berada pada hasil saluran pemasaran cengkeh kering dibandingkan dengan hasil pemasaran cengkeh segar, hal ini di sebabkan karena pada saluran pemasaran cengkeh kering tidak memerlukan modal yang banyak untuk melakukan pengolahan pengeringan.

Keuntungan merupakan hasil dari penerimaan usaha tani cengkeh segar dan kering dengan total biaya yaitu penjumlahan dari total biaya eksplisit dan total biaya implisit. Keuntungan dari usaha tani cengkeh segar dan cengkeh kering dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Rata-Rata Keuntungan Dari Usah Petani Dan Pedagang Pengumpul Cengkeh Segar Dan Cengkeh Kering Satu Musim (Data Primer, 2020).

Uraian	Petani Rp/kg Segar	Petani Rp/Kg Kering	Pengumpul Rp/Kg segar	Pengumpul Rp/Kg kering
Penerimaan (Rp)	60.000	80.000	60.000	80.000
Biaya (Rp)	22.049,55	20.567,30	27.879,72	586,55
Keuntungan (Rp)	37.950,44	59.432,69	12.120,28	19.413,45

Berdasarkan dari Tabel 8, dapat dijelaskan bahwa penerimaan dari petani cengkeh segar sebesar Rp.60.000 dengan biaya sebesar Rp.22.049,55 dan keuntungannya sebesar Rp.37.950,44 sedangkan petani pada cengkeh kering penerimaannya sebesar Rp.80.000 dengan

biaya sebesar Rp.20.567.30 dan keuntungannya sebesar Rp.59.432,69. Keuntungan dari pedagang pengumpul cengkeh segar didapat dari harga penjualan dikurang total harga pembelian dan biaya pemasaran sehingga didapat keuntungan sebesar Rp.12.120,28 sedangkan pedagang

pengumpul cengkeh kering didapat dari harga penjualan dikurang total harga pembelian dan biaya pemasaran sehingga didapat keuntungan sebesar Rp.19.413,45.

Berdasarkan hasil penilitia, mengenai komparasi keuntungan pemasaran dari cengkeh segar dan cengkeh kering dapat diketahui bahwa keuntungan terbesar berada pada hasil saluran pemasaran cengkeh kering dibandingkan dengan hasil pemasaran cengkeh segar, hal ini di sebabkan karena pada saluran pemasaran cengkeh kering tidak memerlukan modal yang banyak untuk melakukan pengolahan pengeringan.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Yeni Puranamasari (2014) menyatakan bahwa saluran pemasaran cengkeh kering lebih menguntungkan dari cengkeh segar. Hal ini sesuai dengan penelitian purnamasari (2014) menyatakan bahwa saluran pemasaran cengkeh kering lebih menguntungkan dengan cengkeh segar.

Permasalahan yang dihadapi pada pola pemasaran cengkeh segar dan cengkeh kering di Desa Teluk Aru Kecamatan Pulau Laut Kepulauan Kabupaten Kotabaru.

1. Harga cengkeh yang tidak stabil dikarenakan petani hanya menjual hasil cengkehnya kepada pengumpul daerah setempat sehingga pedagang pengumpul dapat menentukan harga secara sepihak.
2. Pengiriman cengkeh yang sering tertunda akibat infrastruktur jalan menuju pengiriman yang masih kurang baik, sehingga membuat cengkeh jadi tertumpuk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan komparasi keuntungan pemasaran cengkeh segar dan cengkeh kering di desa teluk aru kecamatan pulau laut kepulauan kabupaten kotabaru dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

DAFTAR PUSTAKA

Anindita. 2004. *Struktur pasar, tingkah laku dan penampilan pasar*. Modul Praktikum Tataniaga Hasil Pertanian.

1. Di desa Teluk Aru terdapat dua pola saluran pemasaran :

Pola 1 : Petani Cengkeh Segar → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen (Sulawesi).

Pola 2 : Petani Cengkeh Kering → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen (Sulawesi).

2. Bahwa keuntungan pemasaran cengkeh segar ditingkat petani sebesar Rp 37.950,44 (kg), keuntungan ditingkat pengumpul Rp 12.120,28 (kg) dan keuntungan di pedagang besar Rp 28.810,92 (kg) dan keuntungan pemasaran cengkeh kering di tingkat petani Rp 59.432,69 (kg), keuntungan ditingkat pedagang pengumpul Rp 19.413,45 (kg) dan keuntungan di pedagang besar Rp 27.051.30 (kg).
3. Komparasi keuntungan cengkeh kering lebih menguntungkan di bandingkan dengan cengkeh segar, pada cengkeh segar keuntungan ditingkat petani Rp 37.950,44 (kg) sedangkan cengkeh kering keuntungannya sebesar Rp 59.432,69 (kg), ditingkat pengumpul keuntungan cengkeh segar Rp 12.120,28 (kg) sedangkan cengkeh kering keuntungannya sebesar Rp 19.413,45 (kg) dan ditingkat pedagang besar cengkeh segar keuntungannya Rp 28.810,92 (kg) sedangkan cengkeh kering keuntungannya sebesar Rp 27.051.30 (kg) Saluran pemasaran cengkeh kering lebih menguntungkan di bandingkan dengan cengkeh segar karena pada saluran pemasaran cengkeh kering tidak memerlukan modal yang banyak untuk melakukan pengolahan pengeringan.
4. Komparansi keuntungan pemasaran cengkeh segar dan cengkeh kering di Desa Teluk Ara Kecamatan Pulau Laut Kepulauan yang paling efisien terdapat pada saluran pemasaran cengkeh kering.

Hariandja, Marihot Tua Efendi. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Grasindo. Jakarta.

- Limbong, W.M. dan Sitorus, P. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Bahan kuliah jurusan ilmu-ilmu sosial pertanian. Institut pertanian Bogor.
- Martodireso, S dan Suryanto, W.A. 2002. *Terobosan Teknologi Pemupukan Dalam Era Pertanian Organik*. Kanisius. Yogyakarta.
- Ramadhan, W 2009, *Analisis Margin Pemasaran Sapi Potong Di Kecamatan Singosari*.
- Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasinya*. Penerbit Rajawali. Jakarta.
- Sunyoto, danang. 2013. *Teori, kosioner dan analisis data untuk pemasaran dan* wahyu, K. dan Aji, H.S. (2014). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan harga dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen*.
- Purnamasari, Y. 2014. "Analisis Tataniaga Cengkeh Di Kecamatan Amahi, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku".