

# PENDAPATAN, EFISIENSI USAHA GULA KELAPA DAN PEMASARANNYA DI DESA PAL 30 KABUPATEN BENGKULU UTARA

oleh  
Redy Badrudin<sup>1</sup>  
Satria Putra Utama<sup>1</sup>  
Lenny Marlina<sup>2</sup>

<sup>1)</sup> Staf Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian UNIB  
<sup>2)</sup> Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian UNIB

## Abstract

*Plantation of coconut under farmer cultivation have two processing status owner and share-farmer processor. This research target was to know the level of earnings and business efficiency of owner farmer and processor farmer and to describe marketing channel form and marketing margin. Method for calculating the efficiency was R/C ratio analysis, while to test the difference of efficiency among actors were used statistical test U (Mann -Whitney test). Channel Marketing by description and marketing margin calculated through selling price marketing institute minus buying of marketing institute or expense institute marketing summed up by profit institute marketing.*

Key words : Income, efficiency, coconut sugar, and marketing

## I. PENDAHULUAN

Kelapa adalah tanaman serba guna. Nira ini kemudian diolah sedemikian rupa sebagai bahan utama pembuatan gula kelapa. Gula kelapa ini banyak digunakan sebagai bahan pemanis makanan. Salah satu penghasil gula kelapa di Kabupaten Bengkulu Utara yaitu di Kecamatan Lais tepatnya di Desa Pal 30. Banyaknya usaha pembuatan gula kelapa Desa Pal 30 dikarenakan telah berkembangnya perkebunan kelapa rakyat di daerah ini. Usaha gula kelapa ini merupakan sumber pendapatan petani, umumnya petani gula kelapa menghabiskan semua waktunya dari pagi sampai sore hanya untuk memproduksi gula kelapa dari proses penyadapan sampai pengolahannya.

Perkebunan rakyat ini memiliki dua status pengolahan usaha pembuatan gula kelapa yaitu usaha pembuatan gula kelapa yang dilakukan oleh petani pemilik dan usaha pembuatan gula kelapa yang dilakukan oleh petani pengolah dimana petani pemilik yang mempunyai kebun kelapa dan mengolah nira menjadi gula kelapa, sedangkan petani pengolah hanya mengolah nira menjadi gula kelapa. Perbedaan status pengolahan akan menyebabkan perbedaan motivasi dan tanggapan kemampuan petani untuk menyerap sarana produksi yang lebih maju dalam usahanya. Aspek lain mempengaruhi tingkat efisiensi usaha adalah pemasaran.

Sistem pemasaran yang terjadi akan mempengaruhi harga yang diterima petani yang akhirnya akan berpengaruh terhadap efisiensi usaha petani. Penelitian ini bertujuan mengetahui besarnya pendapatan usaha gula kelapa yang dilakukan oleh petani pemilik dan petani pengolah, mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat efisiensi antara usaha yang dilakukan oleh petani pemilik dengan usaha yang dilakukan oleh petani pengolah, mengetahui bentuk saluran pemasaran dan margin

pemasaran gula kelapa. Adapun hipotesa yang diajukan pada pada penelitian ini adalah diduga terdapat perbedaan tingkat efisiensi usaha yang dilakukan oleh petani pemilik dan petani pengolah.

### III. METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Pal 30, Kecamatan Lais Kabupaten Bengkulu Utara. Pemilihan lokasi ini atas pertimbangan bahwa daerah tersebut sebagai salah satu sentra usaha gula kelapa di Bengkulu Utara. Responden dalam penelitian ini terdiri dari tiga kelompok, yaitu petani pemilik dan petani pengolah usaha gula kelapa serta lembaga pemasaran. Penentuan responden dilakukan dengan metode sensus. Populasi petani sebanyak 48 orang yang masing-masing terdiri dari 20 orang petani pemilik dan 28 orang petani pengolah. Sedangkan lembaga pemasaran terdiri dari enam orang pedagang pengumpul desa, tiga orang pedagang pengumpul antar desa, dua orang pedagang grosir Bengkulu dan delapan orang pedagang pengecer Pasar Minggu Bengkulu.

#### Analisis Pendapatan

Untuk mengetahui pendapatan petani dapat dianalisa dengan mengurangkan total penerimaan dengan total biaya dari usaha pengolahan gula kelapa. Untuk mengetahui tingkat efisiensi usaha secara matematis digunakan R/C ratio dengan kriteria 1) Usaha efisien atau menguntungkan jika R/C ratio > 1, 2) Usaha tidak efisien atau tidak menguntungkan jika R/C ratio < 1, dan 3) usaha impas atau tidak menguntungkan dan tidak merugikan jika R/c ratio = 1. Sedangkan untuk perbedaan tingkat efisiensi yang berarti atau tidak antara R/C ratio pada petani pemilik dengan R/C ratio pada petani pengolah digunakan alat analisis/alat uji statistik U Test (*Mann Whitney U Test*).

Uji U test dengan rumus :

$$U_1 = n_1.n_2 + \frac{n_1(n_1 + 1)}{2} - \sum R_1$$

$$U_2 = n_1.n_2 + \frac{n_2(n_2 + 1)}{2} - \sum R_2$$

Dimana :

- R<sub>1</sub> = Jumlah nilai ranking (R/C) ratio untuk petani pemilik,
- R<sub>2</sub> = Jumlah nilai ranking (R/C) ratio pada petani pengolah,
- n<sub>1</sub> = Jumlah populasi petani pemilik,
- n<sub>2</sub> = Jumlah populasi petani pengolah.

Apabila n<sub>1</sub> dan n<sub>2</sub> lebih kecil dari 20 maka tabel yang digunakan adalah U tabel tetapi apabila n<sub>1</sub> dan n<sub>2</sub> yang digunakan lebih besar dari 20 maka tabel U tidak dapat digunakan, bila n<sub>1</sub>n<sub>2</sub> meningkat maka distribusi sampling U secara cepat mendekati distribusi normal.

Rumus mean

$$\mu_u = \frac{n_1 n_2}{2}$$

Dengan Standar deviasi :

$$\sigma_u = \sqrt{\frac{n_1 n_2 (n_1 + n_2 + 1)}{12}}$$

Signifikansi suatu harga observasi dapat ditentukan dengan rumus :

$$Z = \frac{U - \mu_u}{\sigma_u}$$

Dengan hipotesis sebagai berikut :

Ho : R/C Petani pemilik = R/C petani Pengolah

Ha : R/C Petani pemilik  $\neq$  R/C petani pengolah

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- Ho diterima jika  $-Z_{(\alpha/2)} \leq Z_{hitung} \leq Z_{(\alpha/2)}$  artinya tidak terdapat perbedaan tingkat efisiensi usaha gula kelapa yang dilakukan oleh petani pemilik dan petani pengolah.
- Ho ditolak jika  $Z_{hitung} > Z_{(\alpha/2)}$  atau  $Z_{hitung} < -Z_{(\alpha/2)}$  artinya terdapat perbedaan tingkat efisiensi usaha gula kelapa yang dilakukan oleh petani pemilik dan petani pengolah.

### Analisis Pemasaran

Saluran pemasaran dijelaskan secara diskriptif yaitu menggambarkan pola saluran pemasaran produk gula kelapa yang dominan di daerah penelitian yaitu dari petani ke pedagang pengumpul tingkat I sampai ke pedagang pengecer Pasar Minggu Bengkulu. Sedangkan untuk mengetahui marjin pemasaran gula kelapa pada masing-masing lembaga pemasaran dilakukan dengan cara mengurangkan harga penjualan lembaga-lembaga pemasaran, secara matematis perhitungan marjin adalah :

$$M_i = P_{si} - P_{bi} = C_i + \pi_i$$

Besarnya total marjin pemasaran adalah :

$$M = \sum M_i$$

Dimana :

- M<sub>i</sub> = Marjin pemasaran pada lembaga pemasaran ke-i,
- P<sub>si</sub> = Harga jual lembaga pemasaran ke-i,
- P<sub>bi</sub> = Harga beli lembaga pemasaran ke-i,
- C<sub>i</sub> = Biaya lembaga pemasaran ke-i,
- $\pi_i$  = Keuntungan lembaga pemasaran ke-i,
- M = Marjin pemasaran.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identitas Petani dan Lembaga Pemasaran

Identitas responden merupakan bagian yang penting dalam suatu penelitian yaitu untuk mengetahui keadaan responden. Identitas responden yang diamati dalam penelitian ini yaitu identitas petani pemilik yaitu berjumlah 20 orang, identitas petani pengolah yang berjumlah 28 orang dan identitas lembaga pemasaran yang berjumlah 19 orang yang terdiri dari 6 orang pedagang pengumpul I, 3 orang pedagang pengumpul II, 2 orang pedagang grosir dan 8 orang pedagang Pengecer.

### 3.1. Analisis Pendapatan Usaha Petani Gula Kelapa

#### 3.1.1. Biaya Usaha Gula Kelapa

Berdasarkan volume kegiatannya, biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi gula kelapa yang digolongkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel (biaya tidak tetap), yang termasuk kedalam biaya tetap adalah biaya penyusutan peralatan dan biaya sewa batang, sedangkan biaya yang termasuk biaya variabel adalah biaya bahan penolong (kapur), bahan bakar (kayu dan minyak tanah).

Tabel 1. Rata-rata biaya usaha gula kelapa di Desa Pal 30 Kec. Lais Kab. Bengkulu Utara (Per Bulan)

Jenis Biaya	Jumlah Biaya Usaha (Rp/Bulan)	
	Petani Pemilik	Petani Pengolah
Biaya Tetap (A)		
Biaya Penyusutan alat	17.072,22	16.262,90
Sewa Batang	-	141.053,57
Biaya Variabel (B)		
Biaya Bahan Penolong	21.500,00	16.250,00
Biaya Bahan Bakar	132.900,00	125.428,57
Jumlah	171.472,22	298.995,04

Sumber : Data primer diolah 2003

#### Biaya Tetap

Peralatan yang digunakan dalam suatu kegiatan usaha umumnya tidak habis dipakai dalam satu kali proses produksi, sehingga perlu diperhitungkan biaya penyusutan. Peralatan tersebut adalah jerigen kecil, ember, jerigen besar, kuili, sendok pengaduk, gayung, dan pisau sadap. Petani pengolah mengeluarkan biaya sewa batang kelapa untuk mendapatkan nira yang kemudian diolah menjadi gula kelapa. Biaya sewa batang diperoleh dari perkalian antara jumlah batang kelapa yang disadap dengan harga sewa pohon perbatang per bulan yang berkisar dari Rp 2.500,00 – 3.000,00 per bulan per batang. Biaya sewa tergantung jauh dekatnya dari pusat desa semakin jauh ke kearah pantai maka semakin murah harga sewanya.

## Biaya Variabel

Bahan Penolong yang digunakan oleh petani adalah kapur dan bahan bakar. Harga kapur Rp 1.200,00 per kilogram. Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa biaya yang digunakan petani pemilik lebih besar dari bahan penolong yang dikeluarkan petani pengolah, namun banyak sedikitnya penggunaan kapur akan mempengaruhi kualitas gula. Bahan Bakar yang digunakan petani di daerah penelitian adalah kayu bakar dan minyak tanah. Jika dikalkulasikan dengan harga, maka harga per kubik Rp 25.000,00, sedangkan minyak tanah Rp 1.000,00 per liter.

### 3.1.2. Penerimaan Usaha Petani Gula Kelapa

Penerimaan merupakan perkalian antara jumlah produksi gula kelapa dengan harga jual gula kelapa yang berlaku.

Tabel 2. Rata-rata penerimaan petani pemilik dan petani pengolah di Desa Pal 30 Kec. Lais Kab. Bengkulu Utara.

Uraian	Petani Pemilik	Petani Pengolah
Jumlah Produksi (Kg)	540,20	512,57
Harga Jual (Kg)	2.120,00	2.175,00
Penerimaan (kg)	1.143.510,00	1.114.471,43

Sumber : Data Primer diolah 2003

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa Jumlah produksi yang relatif rendah (menurut petani) kira-kira 2 liter per batang per hari karena pada saat penelitian sedang musim kemarau, sehingga nira yang keluar sedikit dan banyak bunga kelapa tidak tumbuh, sedangkan pada musim antara penghujan dan kemarau nira yang dihasilkan lebih banyak biasanya berkisar 3 – 5 liter per batang per hari. Harga jual juga mempengaruhi jumlah penerimaan yang diterima. Penerimaan petani pemilik lebih besar daripada penerimaan petani pengolah, hal ini disebabkan perbedaan jumlah batang yang disadap oleh petani sehingga terdapat perbedaan jumlah nira yang didapatkan mempengaruhi besarnya jumlah produksi gula kelapa. Penerimaan yang diterima merupakan perkalian banyak sedikitnya produksi gula kelapa dan harga gula kelapa tersebut, untuk harga gula kelapa dilihat dari kualitas gula tersebut, harga gula berkisar dari Rp 2.100,00 - Rp 2.200,00 dimana kualitas gula salah satunya dapat dilihat dari warna gula kelapa. Besarnya pendapatan petani ditentukan oleh jumlah penerimaan dengan besarnya biaya produksi.

Tabel 3. Rata-rata pendapatan usaha petani pemilik dan petani pengolah di Desa Pal 30 Kec. Lais Kab. Bengkulu Utara.

Uraian	Petani Pemilik (Rp/bl)	Petani Pengolah (Rp/bl)
Penerimaan (a)	1.143.510,00	1.114.471,43
Total Biaya (b)	171.472,22	298.995,04
Pendapatan (a - b)	972.037,78	815.476,39

Sumber : Data Primer diolah 2003

Besarnya pendapatan petani pemilik karena besarnya penerimaan yang diterima petani, sedangkan petani pengolah pendapatannya lebih sedikit karena mengeluarkan biaya sewa batang kelapa untuk mendapatkan nira.

### 3.2. Analisis Efisiensi Usaha

Efisiensi usaha mengukur rasio antara nilai penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Rata-rata R/C rasio usaha gula kelapa pada petani pemilik dan petani pengolah di Desa Pal 30 Kec Lais Kab. Bengkulu Utara.

Uraian	Petani pemilik	Petani Pengolah
Penerimaan	1.143.510,00	1.114.471,43
Pengeluaran	171.472,22	298.995,04
R/C	7,11	3,84

Sumber : Data Primer diolah 2003

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa R/C ratio dari petani pemilik dan petani pengolah sama-sama menguntungkan karena lebih besar dari 1, Nilai R/C ratio petani pemilik menunjukkan angka sebesar 7,11 yang berarti setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 7,11 sedangkan petani pengolah R/C rasionya menunjukkan angka sebesar 3,84 yang berarti setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 3,84. Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa efisiensi usaha pada petani pemilik dan petani pengolah telah tercapai karena nilai R/C ratio lebih besar dari 1, menunjukkan bahwa usaha pengolahan gula kelapa perlu untuk terus dikembangkan karena menguntungkan.

Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan R/C ratio antara petani pemilik dengan petani pengolah digunakan analisis Uji U Mann-Whitney atau Mann-Whitney U Test , Ranking 1 untuk petani pemilik adalah sebesar 723 dan ranking 2 untuk petani pengolah adalah sebesar 452,5 sedangkan hasil analisis uji U didapat  $U_1 = 513,5$  dan  $U_2 = 46,5$ . Menurut Sidney Siegel (1995), apabila jumlah  $n_1$  dan  $n_2$  lebih besar dari 20 ( $n_1, n_2 \geq 20$ ), maka U tabel tidak dapat digunakan, alternatif lain dengan menggunakan uji Z.

Hasil analisa uji Z dapat diketahui bahwa untuk  $U_1$  nilai Z nya adalah sebesar 4,88 dan nilai Z untuk  $U_2$  adalah -4,88. Hasil analisis uji Z tersebut dipilih yang bernilai positif dan dibandingkan dengan U tabel (U tabel yang dipakai dalam analisis ini adalah Z tabel), pada Tabel Z tersebut didapat nilai Z tabel sebesar 1,96, Z tabel ini dibandingkan dengan nilai Z hitung dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Z hitung besar dari Z tabel ( $Z 4,88 > Z 1,96$ ) maka  $H_0$  ditolak, data menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara efisiensi usaha (R/C) ratio pada petani pemilik dan petani pengolah.

### 3.3. Saluran Pemasaran.

Saluran pemasaran sebagai suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dan jasa dari produsen ke pedagang perantara dan akhirnya ke konsumen. Saluran pemasaran dapat berbentuk sederhana dan dapat pula rumit sekali. Saluran pemasaran gula kelapa di Desa Pal 30 terdiri dari :

1. Petani → Pedagang Pengumpul Desa → Pedagang Pengecer → Konsumen
2. Petani → Pedagang Pengumpul Desa → Pedagang Antar Provinsi
3. Petani → Pedagang Pengumpul Desa → Pedagang Antar Desa (Kecamatan)  
→ Pedagang Grosir Bengkulu → Pedagang Pengecer Pasar Minggu Bengkulu  
→ Konsumen

Saluran pemasaran gula kelapa di Desa Pal 30 didominasi oleh pedagang pengumpul Desa (PP I). Hal ini disebabkan karena pedagang-pedagang pengumpul tersebut berada berdekatan dengan tempat usaha gula kelapa sehingga memudahkan mereka menghubungi langsung dan melakukan negosiasi dengan para petani. Penyelurusan saluran pemasaran gula kelapa pada penelitian ini adalah yang ketiga karena saluran yang ketiga karena yang dominan dari ketiga saluran yang ada pada daerah penelitian yaitu dari petani gula kelapa ke pedagang pengumpul Desa (PPD I) sampai ke Pedagang Pengecer Pasar Minggu Bengkulu

### 3.4. Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh petani meliputi biaya dan keuntungan pemasaran. Dalam analisis ini komponen biaya pemasaran secara umum terdiri dari harga beli, biaya transportasi, upah angkut, biaya penyusutan (biaya terbuang) biaya tenaga kerja, penyusutan alat, biaya pengemasan dan retribusi. Untuk memperjelas marjin pemasaran ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Dari Tabel 5 dapat dilihat perbedaan biaya pemasaran di tiap pedagang perantara. Hal ini disebabkan adanya perbedaan dalam biaya yang dikeluarkan tiap-tiap lembaga pemasaran. Besarnya marjin pada pedagang pengecer karena besarnya biaya pemasaran, besarnya biaya disebabkan banyaknya kegiatan yang dilakukan pedagang pengecer. Pada pedagang grosir besarnya marjin disebabkan adanya keuntungan yang besar dan biaya yang rendah karena resiko yang ditanggung lebih kecil daripada pedagang pengecer.

Total marjin pemasaran adalah Rp.1850,00 per kilogram atau 46,25 persen dari harga jual pengecer, besarnya marjin disebabkan oleh panjangnya saluran pemasaran, maka biaya pemasaran semakin banyak biaya yang dikeluarkan, sementara bagian yang diterima petani adalah sebesar 53,75 persen dari harga jual pedagang pengecer.

Tabel 5. Analisis margin pemasaran gula kelapa dari Desa Pal 30 Kec. Lais ke Pasar Minggu Bengkulu.

Uraian	Rp/Kg	Share (%)
Petani		
Harga Jual	2.150,00	53,75
Pedagang pengumpul Tingkat I		
Harga beli	2.150,00	53,75
Total Biaya	72,04	1,80
Margin	350,00	8,75
Keuntungan	277,96	6,95
Harga Jual	2.500,00	62,50
Pedagang Pengumpul Tingkat II		
Harga beli	2.500,00	62,50
Total Biaya	63,19	1,58
Margin	400,00	10,00
Keuntungan	336,81	8,42
Harga Jual	2.900,00	72,50
Pedagang Grosir Bengkulu		
Harga beli	2.900,00	72,50
Total Biaya	61,07	1,53
Margin	600,00	15,00
Keuntungan	538,93	13,47
Harga Jual	3.500,00	87,50
<b>Pedagang Pengecer (Pasar Minggu Bengkulu)</b>		
Harga beli	3.500,00	87,50
Total Biaya	94,63	2,37
Margin	500,00	12,50
Keuntungan	405,37	10,13
Harga Jual	4.000,00	100,00
Jumlah		
Margin	1.850,00	46,25
Biaya	290,93	7,28
Keuntungan	1.559,07	38,97

Keterangan: Persentase dari harga jual pedagang pengecer

Sumber : data primer Diolah 2003

### 3.4.1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan segala biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran oleh lembaga pemasaran dalam memasarkan gula kelapa dari Desa Pal 30 Kecamatan Lais ke pedagang pengecer Pasar Minggu Bengkulu, yang terdiri dari biaya transportasi, penyusutan gula kelapa, upah angkut, penyusutan tenaga kerja, penyusutan peralatan, retribusi, dan pengemasan. Komponen



biaya pemasaran dari petani sampai pedagang pengecer dapat dilihat pada Tabel 6. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh tiap lembaga pemasaran tidak merata karena perbedaan fungsi pemasaran yang ada.

Tabel 6. Komponen biaya pemasaran gula kelapa

Komponen Biaya	PPI		PP II		P. Grosir		P. Pengecer		Total	
	Rp/Kg	(%)	Rp/Kg	(%)	Rp/Kg	(%)	Rp/Kg	(%)	Rp/Kg	(%)
Transportasi	0,00	0,00	57,78	1,45	0,00	0,00	0,00	0,00	57,78	1,45
Upah Angkut	28,95	0,72	0,00	0,00	0,00	0,00	12,44	0,31	41,39	1,03
Penyusutan Gula	0,00	0,00	0,00	0,00	19,00	0,48	22,49	0,56	41,49	1,04
Tenaga Kerja	9,10	0,23	3,67	0,09	3,10	0,08	29,78	0,74	45,65	1,14
Penyusutan Alat	0,66	0,02	1,74	0,04	0,43	0,01	2,03	0,05	4,86	0,12
Retribusi	0,00	0,00	0,00	0,00	5,42	0,14	17,95	0,45	76,39	1,91
Pengemasan	33,33	0,83	0,00	0,00	33,12	0,83	9,94	0,25	23,37	0,59
<b>Total</b>	<b>72,04</b>	<b>1,80</b>	<b>63,19</b>	<b>1,58</b>	<b>61,07</b>	<b>1,53</b>	<b>94,63</b>	<b>2,37</b>	<b>290,93</b>	<b>7,78</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2003

### 3.4.2. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan lembaga pemasaran merupakan selisih antara harga jual dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga yang bersangkutan.

Tabel 7. Biaya dan keuntungan pemasaran pada tiap lembaga pemasaran

Lembaga Pemasaran	Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Keuntungan (Rp/Kg)	Persentase (%)
Pedagang Pengumpul I	72,04	24,76	277,96	17,83
Pedagang Pengumpul II	63,19	21,72	336,81	21,60
Pedagang grosir	61,07	20,99	538,93	34,57
Pedagang Pengecer	94,63	32,53	405,37	26,00
<b>Total</b>	<b>290,93</b>	<b>100,00</b>	<b>1559,07</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Data Primer diolah 2003

Keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran cukup merata terbesar ada pada pedagang grosir dan pedagang pengecer tapi juga diikuti oleh besarnya biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran, karena banyaknya fungsi pemasaran yang berbeda pada tiap lembaga pemasaran.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1. Kesimpulan

1. Rata-rata besarnya pendapatan yang diterima petani pemilik Rp 972.037,78 dan petani pengolah sebesar Rp 815.476,39.
2. Terdapat perbedaan yang signifikan efisiensi usaha (R/C ratio) pada petani pemilik dan (R/C ratio) petani pengolah. Berdasarkan hasil analisis uji U *Mann-Whitney*, nilai Z didapat sebesar 4,88 dan dibandingkan dengan  $Z_{\alpha/2}$  1,96, sehingga  $H_0$  ditolak artinya terdapat perbedaan yang signifikan efisiensi usaha (R/C ratio) pada petani pemilik dan (R/C ratio) pada petani pengolah.
3. Saluran pemasaran Gula kelapa yang dominan di Desa Pal 30 yaitu petani, pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul antar kecamatan, pedagang grosir Bengkulu, pedagang pengecer Pasar Minggu Bengkulu, konsumen. Marjin pemasaran gula kelapa sebesar Rp 1850,00, keuntungan yang didapat lembaga-lembaga pemasaran 1.559,07 dan biaya pemasaran sebesar 290,93

### 4.2. Saran

Petani pemilik dan petani pengolah hendaknya menekan sekecil mungkin penggunaan bahan penolong sehingga dapat meningkatkan kualitas gula kelapa yang berkaitan dengan harga jual gula kelapa.

### DAFTAR PUSTAKA

- Awang, S. A. 1991. *Kelapa Kajian sosial Ekonomi*. Aditya media. Yogyakarta.
- Bishop, E. K dan W. D. Taussaint. 1986. *Pengantar Analisa Pertanian*. Mutiara Sumber Widia. Jakarta.
- Downey, W. D dan Erickson, S. E. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga. Jakarta.
- Hernanto, F. 1989. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kartosapoetra. 1992. *Marketing Produk Pertanian dan Industri*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Kotler, P. 1994. *Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Erlangga. Jakarta.
- Limbong dan Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. IPB. Bogor.
- Mubyarto. 1986. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Siegel, S. 1994. *Statistik Nonparametrik*. Gramedia. Jakarta.
- Soekartawi. 1995. *Analisa Usahatani*. UI Press. Jakarta.