

DINAMIKA PEMASARAN KACANG METE



Muhamad Ghaly Nashrullah
G021 18 1374



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024

DINAMIKA PEMASARAN KACANG METE

MUHAMAD GHALY NASHRULLAH

G021 18 1374



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

DINAMIKA PEMASARAN KACANG METE

MUHAMAD GHALY NASHRULLAH
G021 18 1374

UNIVERSITAS HASANUDDIN
Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Agribisnis

pada

DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024

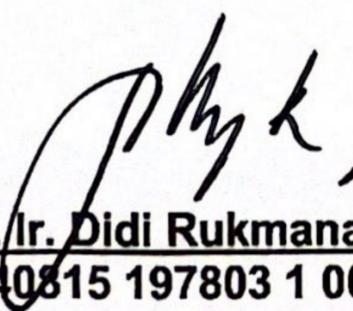
SKRIPSI**DINAMIKA PEMASARAN KACANG METE****MUHAMAD GHALY NASHRULLAH****G021181374**

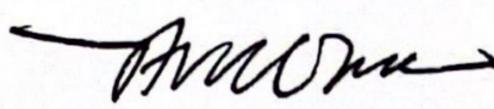
Skripsi

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Program Studi Agribisnis pada tanggal 19 November 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan pada

Program Studi Agribisnis
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

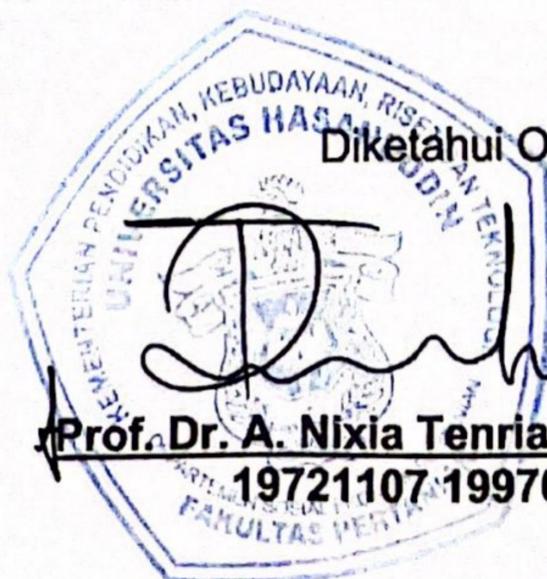
Disetujui Oleh:


Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S.
19540815 197803 1 004


Ir. A. Amrullah, M.Si.
19631231 199002 1 003

Diketahui Oleh:


Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
19721107 199702 2 001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi yang berjudul "Dinamika Pemasaran Kacang Mete" bahwa benar adalah karya milik saya dengan bantuan arahan dari pembimbing (Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S. sebagai pembimbing utama dan Ir. A. Amrullah, M.Si. sebagai pembimbing Pendamping). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari skripsi ini. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 26 November 2024




Muhamad Ghaly Nashrullah
G021181374

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Muhamad Ghaly Nashrullah, lahir di Baubau Sulawesi Tenggara, pada tanggal 7 Juli



2001. Merupakan anak dari pasangan Bapak Muhamad Rajulan dan Ibu Mastuti. Anak kedua dari 2 (dua) bersaudara yaitu Amira Yusmalia Sari

Selama hidupnya penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal, yaitu:

1. TK Setia, Baubau 2005 - 2007
2. SDN 2 Baubau, 2007- 2009
3. SDN 2 Lamangga, 2009 - 2013
4. SMPN 2 Baubau, 2013 - 2016
5. SMA International Islamic High School, Jakarta 2016 - 2018

Selanjutnya dinyatakan lulus melalui jalur SBMPTN menjadi mahasiswa di Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2018 untuk jenjang pendidikan Strata Satu (S1). Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin selain mengikuti kegiatan akademik dengan sebaik-baiknya, penulis bergabung dalam organisasi diantaranya menyelesaikan keseluruhan jenjang kaderisasi di tingkat Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yaitu MISEKTA (Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian) sebagai anggota penuh. Selain itu, penulis juga aktif mengikuti kepanitiaan di himpunan MISEKTA dan aktif mengikuti seminar-seminar mulai dari tingkat Regional, Nasional, hingga tingkat Internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbi alamiin, segala puji bagi Allah SWT Rabb semesta alam, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya yang selalu terlimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Dinamika Pemasaran Kacang Mete”**. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada tauladan sepanjang masa, Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang senantiasa istiqomah dalam ajarannya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa ada bantuan dari berbagai pihak, baik bantuan moril maupun materil. Pada kesempatan ini penulis ingin menghaturkan penghargaan yang istimewa dan setinggi-tingginya, sebagai rasa cinta penulis serta sembah sujud penulis persembahkan kepada Ayahanda tercinta **Muhamad Rajulan** dan Ibunda tersayang **Mastuti** dengan penuh kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada mereka yang telah membesarkan, mendidik, serta membiayai segala kebutuhan selama saya di makassar, tentunya memberikan motivasi dengan penuh kasih sayang, kesabaran, ketulusan dan keikhlasan serta lantunan doa yang senantiasa dipanjatkan untuk anaknya selama ini hingga akhir hayatnya. Semoga tulisan ini dapat menjadi kebanggaan bagi Ayah dan Ibu. Saudarari saya yang sangat mengerti **Amira Yusmalia Sari** terima kasih atas segala perhatian, kasih sayang dan segala bantuan yang telah diberikan selama ini. Tidak sedikit kendala yang penulis hadapi dalam proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini.

Namun, dengan tekad yang kuat serta bantuan dari berbagai pihak, maka kendala tersebut dapat terselesaikan dengan baik. Dengan tidak mengurangi rasa empati dan hormat kepada mereka yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih terdalam dan setinggi-tingginya kepada:

1. **Bapak Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S.** selaku pembimbing utama yang telah membimbing saya hingga saat ini, terima kasih banyak atas waktu, ilmu, dan saran mengenai berbagai hal. Meski di tengah kesibukan senantiasa meluangkan waktunya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan yang membuat kecewa, baik saat perkuliahan maupun selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga Prof senantiasa diberkahi dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. **Bapak Ir. A. Amrullah, M.Si.** selaku dosen pembimbing kedua. Tentunya

Bapak sangat mengerti apa yang saya jalani hingga proses ini. Saya mengucapkan terima kasih banyak kepada Bapak. Pertemuan singkat di ujung akhir skripsi saya tentunya ibu selaku pembimbing pendamping telah membimbing dan memberikan arahan dengan sangat sabar dan baik, serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini. Semoga Bapak senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Aamiin.

3. Bapak **Prof. Dr. Ir. Muslim Salam, M.Ec.** dan Ibu **Dr. Ir. Heliawati, M.Si.** selaku penguji yang telah memberikan kritik serta saran guna perbaikan penyusunan skripsi ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kesalahan dan tingkah laku yang kurang berkenan selama ini, baik saat perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini. Semoga ibu senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.
4. Ibu **Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.**, dan Bapak **Ir. Rusli M. Rukka, M.Si.**, selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan semangat, pengetahuan, mengayomi, dan memberikan teladan selama penulis menempuh pendidikan. Semoga ibu dan bapak senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT.
5. Ibu **Ayu Anisa Amir, S.P., M.Si.** selaku panitia seminar terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk mengatur jadwal seminar serta petunjuk dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga bapak senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT.
6. **Bapak dan Ibu dosen**, khususnya **Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian** yang telah mengajarkan banyak ilmu dan memberikan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan. Semoga apa yang saya dapatkan dalam proses pembelajaran ini menjadi amal ibadah dari setiap dosen tanpa terkecuali.
7. **Seluruh Staf dan Pegawai** Departemen Sosial Ekonomi Pertanian terkhusus **Pak Rusli, Kak Ima, Kak Hera, Farel** yang telah membantu penulis dalam proses administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
8. **Rusunawa Brotherhood (Uppi, Afil, Dirga, Fahrul, Andi, Dzul, Pangeran, Sahrul)** teman dari awal Perkuliahan hingga saat ini yang inshaAllah akan tetap menjadi sahabat yang baik. Rusunawa 417 menjadi saksi bisu akan kemalasan sewaktu berkuliah, mahasiswa deadline, tentunya sangat membuat kesan senang dan juga sedih. Kini rusun tersebut sudah jarang kami tempati walaupun biaya kontraknya tetap saya bayar. Tentu tidak masalah kalau sesekali kita bisa berkumpul bersama lagi. Sekotak pisang coklat menjadi penghangat dalam perbincangan kita saudara tapi tak sedarah. Banyak hal dan kekurangan yang kita miliki namun semuanya kita tutupi untuk menjadikan kelemahan itu sebagai kekuatan. Saya yakin rasa malas yang kita selama ini rasakan akan menjadi perubahan untuk berubah menjadi power. Mungkin jadi powers rangers ? tentunya tidak. Tapi jika kita tidak berubah maka kita akan kalah. Saya rasa itulah yang membuat kita

bertahan, sudah terlalu banyak tuk senang, saatnya kita harus beryukur atas pertemanan kita. Dalam proses ini tentunya selalu mendukung dan mendorong penulis untuk tetap semangat menjalankan perkuliahan ini sampai sarjana, Alhamdulillah. Terima kasih atas segala bentuk bantuannya yang tak bisa saya sebutkan satu persatu, hal tersebut sangat berarti bagi penulis, penulis dan kalian menyadari banyaknya perbedaan diantara kita, namun itu selalu menjadi hal menarik yang mewarnai persahabatan ini. Sebuah kisah indah yang akan menjadi moment terbaik dalam hidup penulis bertemu dan kenal kalian. Terima kasih orang-orang baik selalu melahirkan tawa disetiap pertemuan. Semoga pertemanan ini bertahan di dunia maupun di Akhirat nanti. Mohon Maaf jika penulis pernah melukai hati melakukan perbuatan yang menyinggung hati kalian tanpa penulis sadari. Semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses di kemudian hari. Peluk hangat untuk kalian semua.

9. **Friendship Never Die** yang walaupun terpisah - pisah di beberapa kota guna menempuh pendidikan, namun selalu setia memberikan semangat dan dorongan yang membuat penulis semakin semangat dalam pengerjaan skripsi dan mampu menyelesaikannya.
10. Untuk **Kristal Brotherhood** maafkan saya tidak dapat menyebutkan satu persatu, tentunya kalian semua adalah teman seperjuangan selama masa perkuliahan, banyak hal yang telah kita lalui bersama hingga tahap akhir perkuliahan, semua kenangan yg telah kita ciptakan bersama semoga menjadi keberkahan untuk menuju kesuksesan dimasa yg akan datang.
11. Untuk **NONGS YUK** teman nongs yang akhir corona ini selalu turut menemani serta mendengarkan keluhan. Terima kasih banyak untuk semuanya. Walaupun grup kini juga sudah sepih entah itu karena kesibukan masing – masing atau sok sibuk, ada yang sudah mencari info loker, dan ada juga yang masih santai akan dunia perkuliahan. Saya harap teman – teman tidak melupakan kebersamaan kita, suara notif sudah tak terdengar. Mungkin kini hanya menjadi grup yang tenggelam. Nongs yuk nanti akan mengubah versinya yaitu, nongs yuk dengan teman – teman yang membahas pekerjaan, membahas proyek, setidaknya itu tidak mengubah sifat kita semua untuk tetap rendah hati. Tetap semangat teman” di era gempuran info lokerr mazehh. Kata pak Jokowi era tahun depan akan berat, kira – kira anak nongs ini goyang tidak ? saya rasa tidak, karena dengan nongs, kita bisa menyelesaikan masalah tanpa solusi!
12. Keluarga Besar **Mahasiswa Agribisnis Angkatan 2018 (Kristal18)**. Terima kasih telah menjadi saudara dan keluarga baru, takdir terindah telah Tuhan takdirkan dengan mempertemukan kita. Terima kasih atas cerita, ilmu, pengalaman, tawa, dantangis yang telah terukir. Kebersamaan yang tidak akan penulis lupakan, semoga kita semua mencapai keberhasilan kita masing-masing dengan cara yang indah dan semoga persaudaraan ini akan tetap terjalin walaupun jarak telah menjadi pemisahdiantara kita. Mari berteman untuk waktu yang sangat sangat lama. Mari berjuang bersama

- demi mendapatkan gelar “**S.P.**” tetap semangat dan jangan menyerah!
13. Dan selanjutnya untuk Sahabatku yang tidak sempat saya sebut satu / satu nama atau beberapa grup. Terkadang saya juga masih belum bisa mengatur waktu saya untuk kalian semuanya teman – teman ataupun sahabatku. Ketika kalian membahas tentang diriku yang belum selesai disitulah tanpa kalian sadari telah mendoakanku untuk cepat selesai. kalian yang terbaik, semoga doa yang dikirimkan untukku, menjadi doa yang dikirim balik untukmu juga teman, kita semua sahabat, kita semua saudara, mungkin kebersamaan menjadi aroma tersendiri, kalau parfume sauvage mampu menarik perhatian banyak orang akan aromanya, kebersamaan kita juga mampu membuat daya pikat untuk memperluas pertemanan dengan banyak orang. Terima kasih banyak.
 14. Kepada semua pihak yang telah memberikan kritikan, saran, bantuan, dukungan moril hingga materil yang tak mampu penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih banyak. Semoga kalian sehat selalu dan tidak bosan-bosannya menjadi orang yang baik untuk diri kalian dan juga untuk orang lain. Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.

Demikianlah dari penulis, semoga segala pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT memberikan kita kebahagiaan dunia dan akhirat kelak, Aamiin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

ABSTRAK.

MUHAMAD GHALY NASHRULLAH. **Dinamika Pemasaran Kacang Mete** (dibimbing oleh: Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S. sebagai pembimbing utama dan Ir. A. Amrullah, M.Si. sebagai pembimbing pendamping).

Latar Belakang. Sektor pertanian merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Perkebunan sebagai bagian integral dan sektor pertanian merupakan sub sektor yang mempunyai peranan penting dan strategis dalam pembangunan nasional peranannya terlihat nyata dalam penerimaan devisa negara melalui ekspor, penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan konsumsi dalam negeri, bahan baku berbagai industri dalam negeri, perolehan nilai tambah dan daya saing serta optimalisasi pengelolaan sumberdaya alam secara berkelanjutan. Jambu mete (*Anacardium Occidentale* L) merupakan salah satu komoditas tanaman perkebunan yang memiliki arti ekonomis dan cukup potensial karena produksinya dapat dipakai sebagai bahan baku industri makanan.

Kata Kunci : Kacang Mete, Analisis, Dinamika Pemasaran

ABSTRACT

MUHAMAD GHALY NASHRULLAH. *Cashew Nut Marketing Dynamics* (supervised by: Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S. as main supervisor and Ir. A. Amrullah, M.Si. as co-supervisor).

Background. *The agricultural sector is a sector that plays an important role in the Indonesian economy. Plantations are an integral part and the agricultural sector is a sub-sector that has an important and strategic role in national development. Its role is clearly visible in the country's foreign exchange receipts through exports, providing employment opportunities, meeting domestic consumption needs, raw materials for various domestic industries, obtaining added value and competitiveness and optimization of sustainable natural resource management. Cashew nuts (Anacardium Occidentale L) are one of the plantation crop commodities that have economic significance and quite potential because their production can be used as raw material for the food industry.*

Keywords: *Cashew Nuts, Analysis, Marketing Dynamics*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
RIWAYAT HIDUP PENULIS	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. <i>Research Gap (Novelty)</i>	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Kegunaan Penelitian	4
1.6 Kerangka Pemikiran	5
BAB II METODE PENELITIAN	9
2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	9
2.2. Desain Penelitian.....	9
2.3. Metode Penelitian.....	9
2.3.1. Analisis Lembaga Pemasaran.....	9
2.3.2 Analisis Efisiensi Pemasaran	9
2.3.3 Analisis Marjin Pemasaran.....	9
2.3.4. Analisis <i>Farmer's share</i>	9
3.4 Batasan Operasional.....	10
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	20
3.1. Kondisi Umum Lokasi Penelitian	20
3.2. Karakteristik Responden	20
3.2.1. Karakteristik Responden Petani Kacang Mete	20
3.2.2. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran kacang Mete	21
3.2.3. Saluran Pemasaran.....	21
3.2.4. Analisis Margin Pemasaran.....	22
3.2.5. Analisis <i>Farmer's share</i>	23
3.2.6. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran	23
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	41
4.1. Kesimpulan.....	41
4.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	9
Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran kacang Mete	9
Gambar 3. Saluran Pemasaran I	9
Gambar 4. Saluran Pemasaran II	9
Gambar 5. Pola Margin Pemasaran Kacang Mete di Kelurahan Watulea.....	9

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Produksi Jambu Mete Menurut Provinsi di Pulau Sulawesi	10
Tabel 2. Produksi Jambu Mete Menurut Kota Kabupaten di	16
Tabel 3. Partisipasi Anggota pada Program Pekarangan Pangan Lestari.....	20
Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas.....	20
Tabel 5. Hasil Uji Persamaan Regresi	21
Tabel 6. Hasil Uji Normalitas	22
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas	22
Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedasitas	23
Tabel 9. Hasil Uji F	24
Tabel 10. Hasil Uji (t).....	24
Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinan (R ²).....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Produksi Jambu Mete Menurut provinsi di Pulau Sulawesi	48
Lampiran 2. Produksi Jambu Mete menurut Kabupaten Kota di Provinsi Sulawesi Tenggara	60
Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian.....	63
Lampiran 4. Bukti Submit Jurnal	64

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Perkebunan sebagai bagian integral dan sektor pertanian merupakan sub sektor yang mempunyai peranan penting dan strategis dalam pembangunan nasional peranannya terlihat nyata dalam penerimaan devisa negara melalui ekspor, penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan konsumsi dalam negeri, bahan baku berbagai industri dalam negeri, perolehan nilai tambah dan daya saing serta optimalisasi pengelolaan sumberdaya alam secara berkelanjutan (Herdiansyah, dkk, 2012; Herdiansyah dan Asriani, 2018).

Jambu mete (*Anacardium Occidentale* L) merupakan salah satu komoditas tanaman perkebunan yang memiliki arti ekonomis dan cukup potensial karena produksinya dapat dipakai sebagai bahan baku industri makanan. Pengusaha jambu mete mempunyai nilai strategis terutama untuk pemanfaatan lahan marginal, penyelamatan dan pelestarian aset sumber daya pembangunan pertanian di bidang perkebunan karena jambu mete adalah tanaman konservasi lahan marginal atau kering dan kritis. Jambu mete merupakan salah satu tanaman perkebunan yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi (Witjaksono & Asmin, 2016). Kebutuhan jambu mete semakin meningkat dari tahun ke tahun seiring bertambahnya penduduk dan peningkatan industri makanan dan kesehatan, sehingga dituntut adanya upaya peningkatan produksi agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Mani & Yudha (2021), jambu mete merupakan komoditas ekspor sebagai bahan baku industri seperti bahan utama makanan, kesehatan, kosmetik, dan juga sebagai bahan dasar minyak goreng.

Menurut data Statistik Perkebunan Indonesia komoditas jambu mete Tahun 2018 - 2020, terdapat 6 Provinsi yang merupakan daerah penghasil jambu mete terbesar di Indonesia dengan total kontribusi sebesar 93,27 persen terhadap total produksi jambu mete Indonesia. Penghasil jambu mete terbesar di Indonesia yaitu Provinsi Nusa Tenggara Timur dengan rata-rata produksi 49.042 ton dan kontribusi sebesar 35,37 persen. Selanjutnya Provinsi Sulawesi Tenggara dengan rata-rata produksi sebesar 27,955 ton dan kontribusi sebesar 35,37 persen. Hal ini menggambarkan bahwa Provinsi Sulawesi Tenggara merupakan penghasil jambu mete terbesar kedua di Indonesia.

Tabel 1 Produksi Jambu Mete Menurut Provinsi di Pulau Sulawesi (Ton)

Provinsi	2017	2018	2019	2020	2021
Sulawesi Tengah	2.287	13.744	2.209	2.213	2.520
Sulawesi Selatan	13.454	15.834	11.983	9.219	12.582
Sulawesi Barat	120	721	116	95	94
Sulawesi Tenggara	23.823	36.922	41.979	48.704	52.143
Sulawesi	39.684	67.221	65.170	60.231	67.339

Sumber: Kementerian Pertanian (2022)

Berdasarkan pada Tabel 1, untuk wilayah Pulau Sulawesi, Provinsi Sulawesi Tenggara menduduki peringkat pertama dalam jumlah produksi kacang mete dengan jumlah sebesar 52.143 ton pada tahun 2021, hal ini menunjukkan bahwa potensi industri kacang mete cukup menjanjikan melihat dari kumlah produksinya. Adapun penurunan jumlah produksi terjadi pada tahun 2018 ke tahun 2019. Banyak faktor yang diperkirakan menjadi kendala, mulai dari bahan tanaman, kondisi biofisik lahan sampai manajemen kebun (Daras 2010).

Tanaman jambu mete sangat cocok untuk diusahakan di lahan kering yang tergolong marginal yang memiliki bulan kering panjang (Purwanto dan Pranowo 2011), dengan masa pembungaan Juni dan Juli yang berlangsung pada saat musim kemarau dan masa panen November dan Desember. Jambu mete sangat cocok dikembangkan di Sulawesi Tenggara dengan sentra produksi pada Kabupaten Buton dan Kabupaten Muna (Baker dan Witjaksono 2008).

Tabel 2 Produksi Jambu Mete (ton) Menurut Kabupaten Kota di Provinsi Sulawesi Tenggara

Kabupaten/Kota	2018	2019	2020	2021
1. Muna	8.350	9.597	14.033	15.892
2. Konawe Selatan	6.102	6.087	6.093	6.575
3. Buton Utara	3.516	3.896	3.660	1.835
4. Buton Tengah	2.216	2.571	4.697	2.465

Sumber: Provinsi Sulawesi Tenggara dalam angka Tahun 2022

Seperti yang dilihat pada tabel 2, Kabupaten Buton Tengah menempati posisi ketiga pada tahun 2021 sebagai penghasil kacang mete terbanyak di Provinsi Sulawesi Tenggara. Hal ini memperlihatkan bahwa potensi usaha kacang mete yang ada di Kabupaten Buton Tengah tergolong besar. Tentunya hal ini berdampak sangat besar bagi para petani jambu mete yang ada di Kabupaten Buton Tengah khususnya di Kelurahan Watulea melihat bahwa mayoritas masyarakat yang ada di Kelurahan Watulea berprofesi sebagai petani jambu mete.

Tabel 3. Luas Areal (ha) dan Produksi Jambu Mete (ton) Menurut Kecamatan di Kabupaten Buton Tengah Tahun 2021

Kecamatan	Luas (ha)	Produksi (ton)
Talaga Raya	148	98
Mawasangka	3.689	1.614
Mawasangka Tengah	1.758	467
Mawasangka Timur	988	142
Lakudo	3.787	1.369
Gu	2.425	972
Sangia Wambulu	74	34

Sumber: Kabupaten Buton Tengah dalam angka Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa Kecamatan Gu menempati posisi ketiga dalam hal produksi jambu mete yaitu sebesar 972 ton pada Tahun 2021. Komoditas jambu mete di Kabupaten Buton Tengah tersebar disemua Kecamatan. Besarnya produksi jambu mete dipengaruhi oleh besarnya luas areal lahan dan faktor alam yang mendukung (Bank Indonesia, 2010). Permintaan kacang mete di Kecamatan Gu berasal dari pedagang eceran, pedagang besar dan industri makanan yang ada di Kota Baubau, dan daerah - daerah terdekat lainnya.

Kendala usahatani jambu mete yang dirasakan petani di Kecamatan Gu khususnya Kelurahan Watulea adalah rendahnya produksi dan nilai pendapatan petani, tanaman yang sudah tua, keterbatasan pengetahuan petani, keterbatasan lahan yang dimiliki petani dan posisi penawaran pihak petani yang kurang kuat. Hal tersebut menyebabkan rendahnya nilai keuntungan yang diperoleh petani sehingga dapat dikatakan produktivitasnya masih rendah. Produktivitas sering diukur sebagai jumlah kacang mete perunit area (kilogram per hektar) atau perunit input (kerja atau pupuk) sehingga menggambarkan seberapa baik input yang digunakan (lahan, tenaga kerja, dan pupuk) dalam menghasilkan output. Jika produktivitas rendah, maka produksi bisa menurun meskipun luas area pertanian atau jumlah input tetap. Faktor utama yang menjadi penyebab produktivitas yang rendah yang Kecamatan Gu adalah umur pohon jambu mete, dimana seiring bertambahnya usia, pohon dapat mengalami penurunan kesehatan yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti serangan hama, penyakit, dan kondisi lingkungan yang tidak ideal, sehingga kesehatan pohon yang buruk dapat mengurangi kemampuan pohon untuk berbuah. (Mustari, 2019).

Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang dinamika pemasaran kacang mete menyangkut hubungan produsen dalam hal ini petani kacang mete dengan pihak - pihak yang terkait di dalam saluran pemasaran. Dinamika pemasaran mengacu pada kekuatan dan faktor yang mempengaruhi perilaku dan kinerja pasar. Pemasaran pada prinsipnya adalah aliran produk dari produsen ke konsumen. Aliran tersebut membentuk saluran pemasaran dan dapat terjadi karena lembaga pemasaran yang berperan dalam menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Adanya lembaga pemasaran di tiap saluran pemasaran yang terbentuk, akan menyebabkan perbedaan harga dari produsen sampai konsumen akhir. Lembaga pemasaran akan mengeluarkan biaya dan mengambil keuntungan, dan pada hakikatnya terdiri dari biaya-biaya untuk melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran seperti fungsi transaksi/pertukaran, fungsi logistik/fisik dan fungsi fasilitas (Tjiptono dan Anastasia, 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Masalah mendasar yang dihadapi petani jambu mete yang ada di Kabupaten Buton adalah posisi tawar (bargaining position) petani lemah dalam proses penentuan harga karena kurangnya akses informasi harga, dan juga adanya keterikatan petani dengan pedagang pengumpul. Selain itu proses pemasaran kacang mete di Kelurahan Watulea harus melalui proses yang panjang sehingga dapat berdampak pada harga jual kacang mete itu sendiri.

Berdasarkan uraian tersebut, maka permasalahan yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana saluran pemasaran kacang mete di Kelurahan Watulea, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara ?
2. Berapa besar margin dan efisiensi saluran pemasaran di Kelurahan Watulea, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara?

1.3 Research Gap (Novelty)

Dalam kajian pustaka ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang tujuannya sebagai bahan pembanding dan acuan bagi penelitian yang akan dilakukan. Ada beberapa penelitian yang berhubungan dengan aspek yang akan diteliti seperti yang telah dilakukan oleh Arrasyid, dkk (2022) tentang "Efisiensi Saluran Pemasaran Jambu Mete di Desa Lailunggi" . Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi saluran pemasaran biji jambu mete indikator yang digunakan yaitu pendekatan struktur, perilaku dan kinerja pasar (S-C-P) biji jambu mete didesa Lailunggi. Penentuan lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan karena Desa Lailunggi merupakan pusat produksi jambu mete. Responden yang dijadikan sampel adalah petani, pedagang pengumpul, pedagang perantara dan pedagang besar. Pengambilan sampel responden petani dilakukan menggunakan metode simple random sampling sebanyak 40 responden petani dari total anggota populasi sebanyak 201 petani. Responden pedagang tengkulak 6 orang, pedagang perantara 5 orang dan pedagang besar 6 orang jadi jumlah keseluruhan yaitu 57 responden. Dari Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran biji jambu mete di Desa Lailunggi tidak efisien.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Syukri, dkk (2021) " Analisis Strategi Pemasaran Jambu Mete dengan Pendekatan Analytical Hierarchy Procces (AHP) (Studi Kasus: UD. Azwan di Desa Matano Oe Kecamatan Tongkuno Kabupaten Muna)". Penelitian ini bertujuan untuk menentukan tujuan dari strategi pemasaran jambu mete UD. Azwan menggunakan metode AHP. Penentuan stakeholder dari strategi pemasaran dengan menggunakan metode AHP dan untuk menentukan alternatif dari strategi pemasaran pada usaha jambu mete dengan menggunakan metode AHP. Pengumpulan data dilakukan dengan metode: (a) wawancara, (b) teknik angket/kuesioner, dan (c) dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran jambu mete tingkatan kepentingan dari masing-masing tujuan yaitu peningkatan pendapatan dengan nilai bobot sebesar (0,488), peningkatan permintaan dengan nilai bobot sebesar (0,292), peningkatan kualitas produk dengan nilai bobot sebesar (0,118), dan peningkatan harga yang bersaing dengan nilai bobot sebesar (0,102).

Dan yang terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Mandasari, dkk (2019) "Analisis Efisiensi Pemasaran Kacang Mete Di Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri" yang dimana penelitian ini Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui pola saluran pemasaran kacang mete, (2) Mengetahui tugas dan fungsi lembaga-lembaga pemasaran kacang mete, (3) Mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran kacang mete, (4) Mengetahui tingkat efisiensi pemasaran kacang mete yang terdapat di Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri. Lokasi dipilih secara sengaja (purposive) yaitu di Desa Sumberejo Kecamatan jatisrono. Analisis data menggunakan analisis biaya, margin, dan keuntungan

pemasaran serta analisis efisiensi pemasaran secara ekonomis. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Terdapat tiga saluran pemasaran kacang mete. (2) Petani dan lembaga pemasaran melaksanakan tugas dan fungsi pemasaran yaitu fungsi transaksi, fisik, dan fasilitas. (3) Total biaya saluran pemasaran I adalah Rp 5.961,73 /kg, keuntungan Rp 9.492,19 /kg, dan margin pemasaran Rp 14.800,00. Total biaya saluran pemasaran II adalah Rp 2.979,98 /kg, keuntungan Rp 7.082,86 /kg, margin pemasaran Rp 8.833,33. Total biaya saluran pemasaran III adalah Rp 2.270,00 /kg, keuntungan Rp 2.462,50 /kg, dan margin pemasaran Rp 3.000,00. (4) Saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dengan nilai farmer's share sebesar 88,89%.

Dari beberapa peneliitan yang telah dijabarkan, hal yang membedakan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada lokasi penelitian. Belum ada yang melakukan penelitian terkait Dinamika Saluran Pemasaran dengan menggunakan beberapa rumus untuk mencari Marjin Pemasaran, *Farmer's Share*, dan Efisiensi Saluran Pemasaran.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan saluran pemasaran kacang mete yang ada di Kelurahan Watulea, Kecamatan Gu, Kabupaten buton Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara.
2. Untuk menganalisis besarnya margin dan efisiensi saluran pemasaran kacang mete di Kelurahan Watulea, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan dan merupakan bagian dari proses belajar yang harus ditempuh sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar.
2. Dapat menjadi salah satu opsi pendukung bagi pengambil kebijakan di daerah setempat sebagai bahan informasi dalam penentuan kebijakan tersebut.
3. Dapat menjadi informasi bagi petani kacang mete di Kelurahan Watulea, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara apakah saluran pemasaran yang mereka gunakan telah efektif atau belum.

1.6 Kerangka Pemikiran

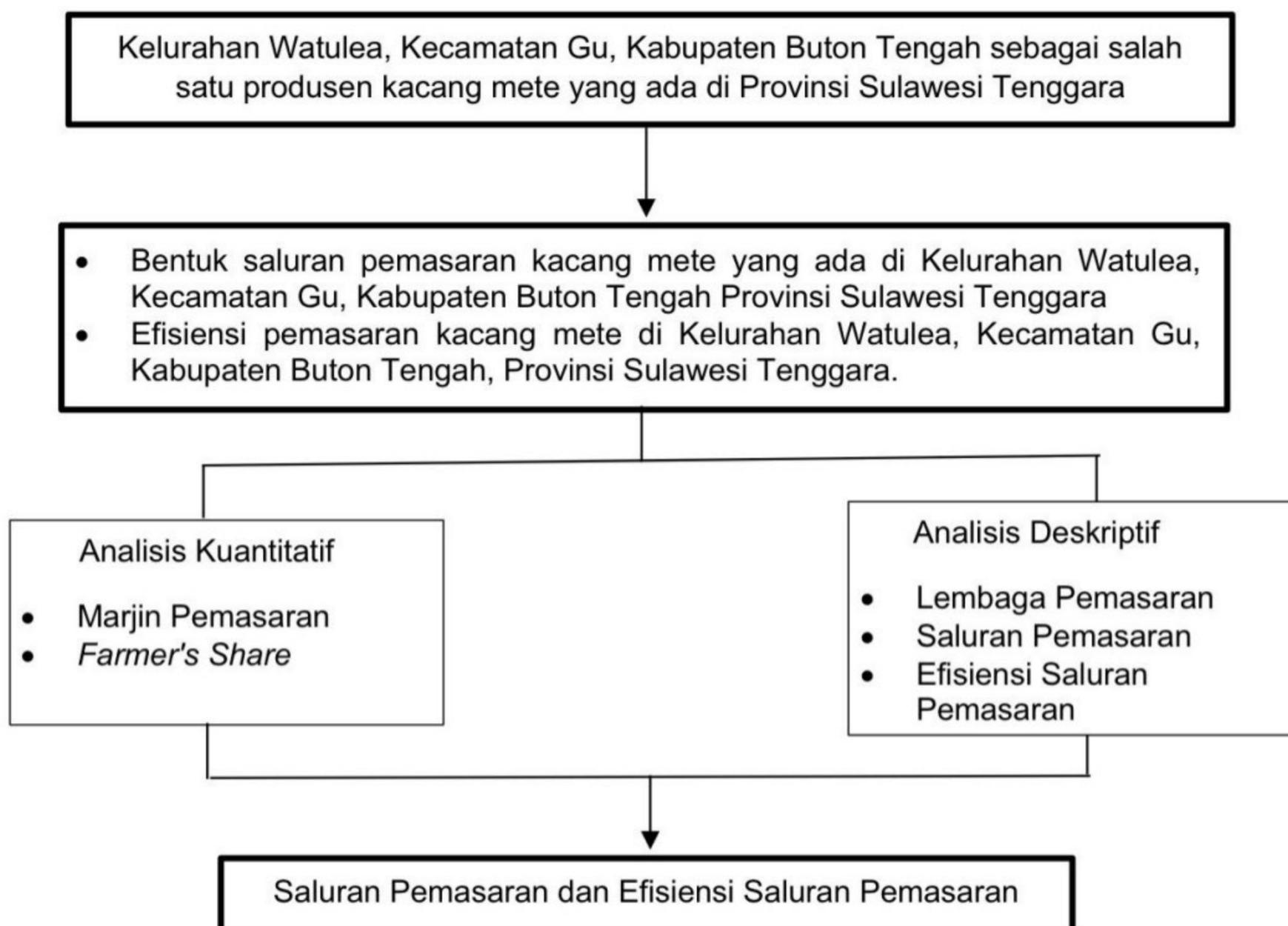
Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Buton Tengah tepatnya di Kelurahan Watulea. Mayoritas masyarakat yang ada di Kelurahan Watulea adalah penghasil kacang mete gelondongan yang dimana hasil perkebunannya dijual ke pedagang pengumpul yang selanjutnya pedagang pengumpul itu menyalurkannya lagi ke pabrik pengolahan kacang mete untuk diolah menjadi bahan setengah jadi ataupun

menjadi makanan jadi yang biasanya dibeli sebagai oleh - oleh khas Provinsi Sulawesi Tenggara.

Berdasarkan hipotesis, ditemukan bahwa terdapat permasalahan yang dihadapi oleh petani kacang mete yang ada di Kelurahan Watulea, yaitu harga yang cukup tinggi pada konsumen akhir, sedangkan harga jual kacang mete yang diterima oleh petani jauh di bawah dari harga jual yang diterima konsumen. Permasalahan ini mengindikasikan bahwa terdapat permasalahan yang terjadi di dalam saluran pemasaran kacang mete tersebut.

Penelitian ini menggunakan dua analisis, yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengidentifikasi lembaga pemasaran yang terlibat dan saluran pemasaran yang terjadi, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis volume penjualan margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya (π/c).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi harga ditingkat petani dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat, dan perilaku pasar disetiap saluran pemasaran. Analisis- analisis yang digunakan bertujuan untuk menilai efisiensi pemasaran yang terjadi sehingga dapat memberikan rekomendasi pemasaran bagi petani ataupun lembaga yang terlibat. Alur kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Watulea, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara. Lokasi penelitian dipilih dengan sengaja (*purposive*) karena Kecamatan Gu salah satu kecamatan yang memiliki luas lahan dan produksi padi tertinggi di Kabupaten Buton Tengah dan juga letaknya yang tidak jauh dari tempat peneliti tinggal. Survei ke lapangan dan kegiatan pengumpulan data dilaksanakan pada bulan November - Desember tahun 2023.

2.2 Metode Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dihasilkan dari melalui observasi atau pengamatan langsung dan wawancara menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner). Kuisisioner ditujukan untuk beberapa responden yang terlibat sebagai pelaku pemasaran, yakni petani dan lembaga pemasaran yang ada dalam pada lingkup pembahasan. Wawancara dilakukan secara mendalam dan dibimbing oleh peneliti pada petani responden dan lembaga pemasaran yang terlibat. Pengamatan secara langsung juga dilakukan di lapangan untuk melihat kegiatan pemasaran yang terjadi dan penelusuran saluran serta lembaga pemasaran.

Data sekunder didapat dari studi literatur, pustaka - pustaka ilmiah, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder lainnya diperoleh dari instansi-instansi terkait yaitu Badan Pusat Statistik, Dinas Perkebunan Kabupaten Buton Tengah, Perpustakaan daerah setempat, dan lainnya. Data sekunder digunakan sebagai pelengkap data primer serta penguatan argumentasi, baik secara teori maupun angka.

Metode pengumpulan data primer dalam penelitian pemasaran kacang mete dilakukan melalui wawancara dan pengamatan langsung terhadap petani dan lembaga pemasaran terkait. Data primer yang dikumpulkan melalui wawancara adalah data penjualan kacang mete di tingkat petani pada periode panen bulan Desember 2022 sampai Januari 2023. Selain itu, data yang dikumpulkan adalah data pembelian dan data penjualan kacang mete pada tingkat lembaga pemasaran di periode waktu yang sama. Informasi harga digunakan untuk menghitung nilai margin pemasaran, *farmer's share*, serta rasio keuntungan terhadap biaya (π/c). Data primer yang dikumpulkan melalui pengamatan adalah informasi tentang aktivitas- aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran untuk mengetahui lembaga, fungsi, dan saluran pemasaran kacang mete di, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara.

Metode pengambilan sampel petani jambu mete menggunakan *non-probability sampling*. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling*. Menurut Nawawi (2001), *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang tidak ditetapkan terlebih dahulu namun langsung mengumpulkan data dari unit *sampling* yang ditemuinya. Setelah jumlah sampel sudah mencukupi kemudian pengumpulan datanya dihentikan. Sampel diambil dengan pertimbangan

petani sebagai petani jambu mete. Sampel pada penelitian ini sebanyak 30 petani jambu mete dan hasil akan diambil berdasarkan data dari 30 petani tersebut, hal ini mengacu pada Sugiyono (2011), yang menjelaskan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Setiap petani jambu mete di Kelurahan Watulea yang secara kebetulan ditemui dapat dijadikan sampel apabila bersedia.

Penentuan responden lembaga pemasaran dilakukan dengan metode penelusuran (*snowball sampling*). Metode ini dipilih karena peneliti belum mengetahui lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kacang mete setelah petani. Informasi dan metode *snowball sampling* ini diawali dari informasi yang didapat dari petani sebagai responden awal. Lembaga pemasaran selanjutnya akan diketahui dari lembaga pemasaran sebelumnya. Hal tersebut dilakukan pada penelusuran selanjutnya hingga sampai pada konsumen akhir atau pada batas ruang lingkup yang diteliti. Metode ini berusaha menggambarkan aliran produk serta lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran yang terbentuk. Lembaga yang menjadi responden terdiri dari pedagang besar lokal, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer.

2.3 Metode Analisis

Analisis data dilakukan secara kuantitatif dan deskriptif. Analisis deskriptif bertujuan untuk menguraikan gambaran keadaan lokasi penelitian dan mendeskripsikan saluran pemasaran dan lembaga pemasaran. Analisis deskriptif digunakan pula dalam menginterpretasikan hasil pengolahan data dari hasil penggunaan analisis kuantitatif, tabulasi, dan gambar. Analisis kuantitatif dilakukan untuk menganalisis margin pemasaran, *farmer's share*, serta rasio keuntungan terhadap biaya (π/c). Analisis kuantitatif diolah menggunakan kalkulator dan software Microsoft excel. Selanjutnya, data yang telah diolah disajikan dalam bentuk tabulasi untuk dianalisis tingkat efisiensi pemasaran.

2.3.1 Analisis Lembaga Pemasaran

Analisis ini menggunakan teknik *Snowball Sampling*. Metode *sampling* *snowball* (bola salju) merupakan metoda sampling yang didapat dengan cara bergulir dari satu responden ke responden yang lain, umumnya metoda ini digunakan untuk menarangkan pola-pola sosial ataupun komunikasi (sosiometrik) sesuatu komunitas tertentu. (Salganik, M.J., Douglas D.H 2007). Pendekatan ini dilakukan dengan cara mengikuti aliran produk dari petani sampai ke konsumen akhir. Setelah diperoleh data primer, maka dapat diketahui bagaimana efisiensi pemasaran kacang mete dan besarnya efisiensi masing-masing saluran pemasaran di Kelurahan Watulea, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara.

2.3.2 Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran terbagi menjadi tiga yaitu efisiensi harga, efisiensi operasional, dan efisiensi relatif. Dalam penelitian pemasaran bawang merah yang dilakukan, penilaian efisiensi yang digunakan adalah efisiensi operasional dan efisiensi relative. Penilaian efisiensi dari segi operasional dapat dilihat dari indikator volume penjualan, margin pemasaran, *farmer's share*, serta rasio keuntungan

terhadap biaya pemasaran. Penilaian untuk efisiensi relatif dilakukan dengan membandingkan saluran pemasaran satu dengan yang lainnya dari pemasaran produk yang setara dengan melihat indikator secara kualitatif yaitu fungsi-fungsi pemasaran, perilaku pasar, serta hubungan kelembagaan. Proses pemasaran yang efisien adalah pemasaran yang memberikan kontribusi atau share yang merata mulai dari petani, lembaga pemasaran, sesuai dengan korbanan masing-masing lembaga pemasaran (Asmarantaka, 2012). Artinya bahwa proses pemasaran yang efisien memberikan keuntungan yang merata atau adil pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat.

2.3.3 Analisis Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan perbedaan atau selisih harga di tingkat petani produsen (Pf) dengan harga di tingkat konsumen akhir (Pr). Marjin pemasaran total (MT) digunakan untuk menghitung nilai marjin absolut mulai dari petani sampai konsumen akhir. Marjin total diperoleh dari selisih harga jual petani (Pf) dengan harga jual pedagang pengecer (Pr). Disamping itu marjin total juga diperoleh dari jumlah marjin yang dihasilkan oleh semua lembaga pemasaran yang terlibat. Besarnya marjin pemasaran merupakan jumlah dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh dari lembaga terkait. Secara matematis, penghitungan marjin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MT = Pr - Pf = C_i + \pi_i = \sum_{i=1}^n$$

Sumber: Asmarantaka (2012)

di mana,

- MT : Marjin pemasaran total
- Pr : Harga di tingkat retail (tingkat konsumen akhir)
- Pf : Harga di tingkat petani produsen
- Mi : Marjin pemasaran tingkat ke-i
- Ci : Biaya lembaga pemasaran tingkat ke-i
- π_i : Keuntungan tingkat ke-i

2.3.4 Analisis *Farmer's share*

Farmer's share dilakukan untuk membandingkan seberapa besar bagian yang diterima petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dalam bentuk persentase. Besar kecilnya *farmer's share* berbanding terbalik dengan marjin pemasaran. Semakin besar marjin pemasaran, maka akan mengurangi *farmer's share*, begitu juga sebaliknya. Semakin rendah marjin pemasaran, maka akan meningkatkan nilai *farmer's share*. Secara sistematis, penghitungan *farmer's share* sebagai berikut:

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Sumber: Asmarantaka (2012)

Yang dimana:

F's : farmer's share

Pf : harga di tingkat petani

Pr : harga di tingkat konsumen akhir

2.3.5 Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran secara operasional dapat dilihat dari margin pemasaran yang diperoleh. Margin pemasaran yang relatif cukup besar dibandingkan biaya pemasaran yang dikeluarkan memperlihatkan bahwa secara umum lembaga – lembaga pemasaran yang terlibat sudah cukup efisien secara operasional. Efisiensi pemasaran terdiri dari efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis. Efisiensi teknis dalam kegiatan pemasaran berkaitan dengan efektifitas yang berhubungan dengan aspek fisik dalam kegiatan pemasaran, sedangkan efisiensi ekonomis berkaitan dengan efektifitas dalam kegiatan fungsi pemasaran dilihat dari segi keuntungan masing masing lembaga pemasaran. Pemasaran dianggap efisien apabila saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran yang rendah dan mempunyai nilai persentase bagian yang diterima petani (Farmer's share) tinggi.. Efisien pemasaran (Ep) ini diukur dengan rumus :

$$EP = \frac{Pr - Pf}{Pr} \times 100\%$$

Sumber: Asmarantaka (2012)

EP = Efisiensi pemasaran (persentase yang diterima petani)

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

Dengan kaidah keputusan :

- a. 0 - 33% = Efisien
- b. 34 – 67% = Kurang Efisien
- c. 68 – 100% = Tidak Efisien

2.4 Batasan Operasional

Untuk memudahkan dalam penelitian ini, maka disusun konsep operasional sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran adalah alur pemasaran kacang mete dari produsen hingga ke tangan konsumen di Kelurahan Watulea, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara.
2. Produsen adalah petani penghasil kacang mete yang menjual hasil produksinya pada lembaga pemasaran yang ada di Kelurahan Watulea, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara
3. Lembaga pemasaran adalah badan hukum atau perorangan yang bertindak sebagai perantara dalam kegiatan pemasaran beras dari produsen sampai ke konsumen. Lembaga pemasaran meliputi petani, pedagang pengumpul,

pedagang pengecer, yang ada di Kelurahan Watulea, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara

4. Petani adalah produsen penghasil kacang mete pada musim panen bulan Desember sampai bulan Februari 2023 di Kelurahan Watulea, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara.
5. Pedagang pengecer adalah salah satu lembaga pemasaran yang menjual kacang mete pada konsumen perantara maupun konsumen akhir..
6. Konsumen akhir adalah orang yang melakukan pembelian barang atau komoditas dengan tujuan untuk dikonsumsi.
7. Margin pemasaran adalah perbedaan harga beras yang dibayarkan oleh konsumen akhir maupun konsumen industri dengan harga yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran kacang mete pada bulan Desember 2022.
8. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran. Biaya pemasaran meliputi biaya transportasi, pengeringan, pengemasan oleh lembaga pemasaran pada bulan Desember 2022 di Kelurahan Watulea, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara.
9. Efisiensi pemasaran merupakan perbandingan total biaya pemasaran dengan nilai produk per unitnya dengan tingkat persentase 0-33 %.