

**ANALISIS PEMASARAN GETAH KEMENYAN DI DESA
LUMBAN DOLOK KECAMATAN PAHAE JULU
KABUPATEN TAPANULI UTARA**

SKRIPSI

OLEH:

SUPRATTO SITOMPUL

188220166



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 17/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)17/10/23

**ANALISIS PEMASARAN GETAH KEMENYAN DI DESA
LUMBAN DOLOK KECAMATAN PAHAE JULU
KABUPATEN TAPANULI UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*



**OLEH
SUPRATTO SITOMPUL
188220166**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/10/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)17/10/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pemasaran Getah Kemenyan Di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara

Nama : Supratto Sitompul

NPM : 188220166

Fakultas : Pertanian

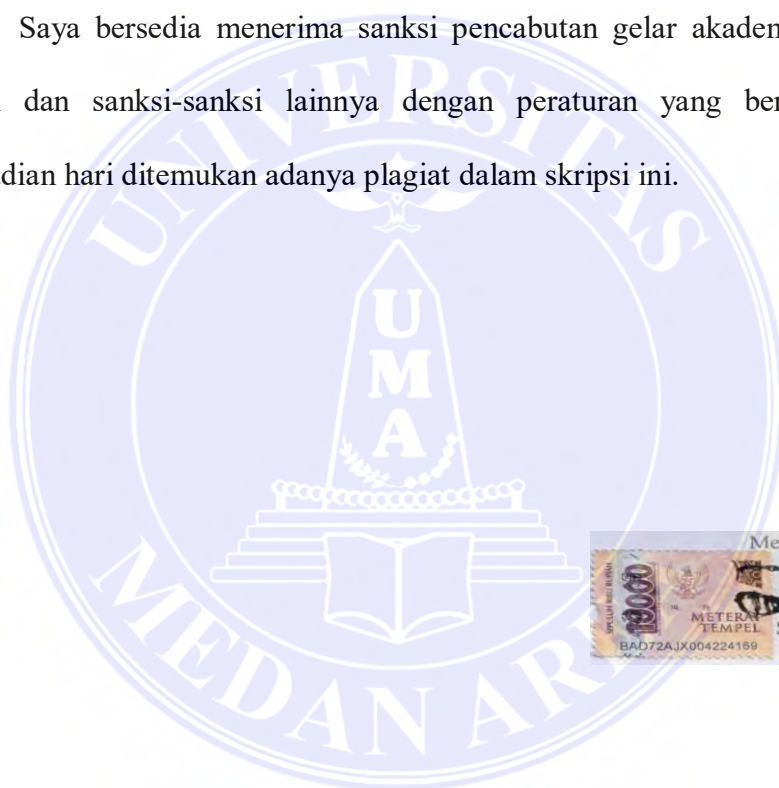


Tanggal Lulus: 25 Agustus 2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademi Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Supratto Sitompul

NIM : 188220166

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

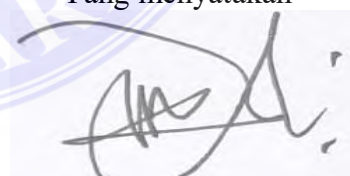
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalty Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “Analisis Pemasaran Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : Agustus 2023

Yang menyatakan



Supratto Sitompul

ABSTRAK

Getah Kemenyan tidak pernah lepas dari adanya sistem perdagangan atau pemasaran, dimana suatu hasil pertanian atau produk mengalir dari petani atau produsen hingga sampai ketangan konsumen akhir. Oleh sebab itu, pedagang pengumpul maupun pedagang besar menetapkan harga sesuai dengan aktivitas sistem perdagangan yang dijalankan dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Tujuan penelitian untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's Share*, dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran getah kemenyan di Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *Random Sampling* untuk petani dan metode *Sensus* untuk pedagang. Sampel yang diambil sebanyak 37 yang terdiri dari 31 sampel petani dan 4 pedagang pengumpul dan 2 pedagang besar. Sampel petani Getah Kemenyan yaitu petani yang memiliki luas lahan antara 1- 4 Ha dan merupakan milik sendiri. Hasil penelitian memperlihatkan ada 2 (dua) pola saluran pemasaran getah kemenyan di Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara yaitu saluran I terdiri dari petani menjual kepedagang pengumpul kemudian menjual kepedagang besar kemudian menjual kekonsumen, sedangkan saluran II terdiri dari petani ke pedagang besar sampai ke konsumen. Margin pemasaran getah kemenyan pada saluran I sebesar Rp 50.000/Kg sedangkan margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp 30.000/Kg dan *farmer's Share* pada saluran pemasaran I sebesar 0,8% dan saluran pemasaran II sebesar 0,9%. Nilai efisiensi saluran pemasaran I sebesar 0,3% dan saluran pemasaran II sebesar 0,4%. Artinya sebagian besar petani menjual getah kemenyan tersebut masih menggunakan saluran pemasaran yang pertama.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, *Farmer's Share*, Efisiensi Pemasaran Getah Kemenyan

ABSTRACT

Frankincense sap is never separated from the existence of a trading or marketing system, where an agricultural product or product flows from farmers or producers to the hands of the final consumer. Therefore, collector traders and wholesalers set prices according to the trading system activities that are carried out and aim to make a profit. The research objective was to determine marketing channels, marketing margins and farmer's share, and to determine marketing efficiency of incense sap in Lumban Dolok Village, Pahae Julu District, North Tapanuli Regency. The sampling method uses the Random Sampling method for farmers and the Census method for traders. 37 samples were taken consisting of 31 samples of farmers and 4 collectors and 2 wholesalers. The sample of Frankincense Gum farmers are farmers who have a land area of between 1-4 Ha and are their own. The results showed that there were 2 (two) marketing channel patterns for incense sap in Lumban Dolok Village, Pahae Julu District, North Tapanuli Regency, namely channel I consisting of farmers selling to collectors then selling to wholesalers then selling to consumers, while channel II consisted of farmers to wholesalers to consumers. The marketing margin for incense sap on channel I is IDR 50,000/Kg while the marketing margin on channel II is IDR 30,000/Kg and the farmer's share on marketing channel I is 0,8% and marketing channel II is 0,9%. The efficiency value of marketing channel I is 0,3% and marketing channel II is 0,5%. This means that most of the farmers selling the incense sap are still using the first marketing channel.

Keywords: Marketing Channel, Marketing Margin, Farmer's Share, Marketing Efficiency, Frankincense sap

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 09 Januari 1999 di Dusun Simangonding, Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara, Provinsi Sumatera Utara. Penulis anak keenam dari 7 (tujuh) bersaudara yang merupakan putra dari Ayahanda Pantas Sitompul dan Ibunda Nengsia Boru Simatupang.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 175752 Lumban Gaol Kecamatan Pahae Julu, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Kecamatan Pahae Julu dan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 2 Siatas Barita Kabupaten Tapanuli Utara.

Pada bulan September 2018 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area pada Progam Studi Agribisnis. Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Socfindo Aek Loba Kecamatan Pulau Rakyat Kabupaten Asahan dari bulan Agustus sampai dengan September pada tahun 2021.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul “ Analisis Pemasaran Kemenyan di Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Zulheri Noer, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Dr. Ir. Siti Mardiana, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ir. Rizal Aziz, MP selaku selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan selama masa penyusunan Skripsi kepada penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf dan Pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Bapak/Ibu Petani Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara yang telah membantu dan memberikan data-data yang diperlukan dalam Skripsi ini.
6. Kedua Orang tua Ayah dan Ibu tercinta atas jerih payah dan Doa serta dorongan moral dan materi kepada penulis.

7. Kakak, Abang dan Adik saya yang sudah mendoakan saya dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
9. Kepala Desa Lumban Dolok yang sudah mengizinkan Penulis untuk Meneliti di Desa Lumban Dolok.
10. Kepada Seluruh Petani Kemenyan di Desa Lumban Dolok yang telah membantu dan memberikan dukungannya dalam menyelesaikan Skripsi ini.
11. Kepada diri sendiri, terimakasih telah berjuang sejauh ini dan tetap kuat dalam menghadapi/ melewati berbagai cobaan ataupun rintangan.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan juga bermanfaat bagi para pembaca peneliti selanjutnya.

Medan, Agustus 2023

Supratto Sitompul
188220166

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tanaman Perkebunan	11
2.2 Sejarah Kemenyan Tapanuli Utara	12
2.2.1 Taksonomi Pohon Kemenyan	14
2.2.2 Jenis- Jenis Kemenyan Tapanuli Utara	14
2.3 Teori Pemasran	16
2.4 Saluran Pemasran	18
2.4.1 Pengertian Saluran Pemasran	18
2.4.2 Tingkat Pemasaran	19
2.5 Margin Pemasaran.....	20
2.6 Biaya Pemasaran	20
2.7 Farmer's Share	21
2.8 Efisiensi Pemasaran.....	22
2.9 Penelitian Terdahulu	24
III. METODE PENELITIAN	27
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.2 Metode Pengambilan Sampel	27
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4 Metode Analisis Data	30

3.5 Defenisi Operasional	32
IV. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian	35
4.2 Karakteristik Sampel	38
4.2.1 Karakteristik Petani Sampel.....	38
4.2.2 Karakteristik Pedagang Pengumpul.....	38
4.2.3 Karakteristik Pedagang Besar	39
V. Hasil Dan Pembahasan	41
5.1 Saluran Pemasaran Getah Kemenyan	41
5.1.1 Saluran Pemasaran I Getah Kemenyan	41
5.1.2 Saluran Pemasaran II Getah Kemenyan	42
5.1.3 Fungsi- Fungsi Pemasaran	44
5.2 Biaya Produksi & Pemasaran Kemenyan.....	46
5.2.1 Biaya Produksi & Pemasaran Petani Pada Saluran I	46
5.2.2 Biaya Produksi & Pemasaran Petani Pada Saluran II	47
5.2.3 Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul.....	48
5.2.4 Biaya Pemasaran Pedagang Besar.....	49
5.3 Margin Pemasaran & Farmer's Share Getah Kemenyan	51
5.3.1 Margin Pemasaran Getah Kemenyan	51
5.3.2 Farmer's Share Getah Kemenyan	53
5.4 Efisiensi Pemasaran Getah Kemenyan.....	55
5.5 Pembahasan	57
5.5.1 Saluran Pemasaran	57
5.5.2 Biaya Pemasaran Getah Kemenyan	59
5.5.3 Margin Pemasaran Getah Kemenyan	61
5.5.4 Farmer's Share Getah Kemenyan	61
5.5.5 Efisiensi Pemasaran Getah Kemenyan.....	62
VI. Kesimpulan Dan Saran	64
6.1 Kesimpulan	64
6.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66

DAFTAR TABEL

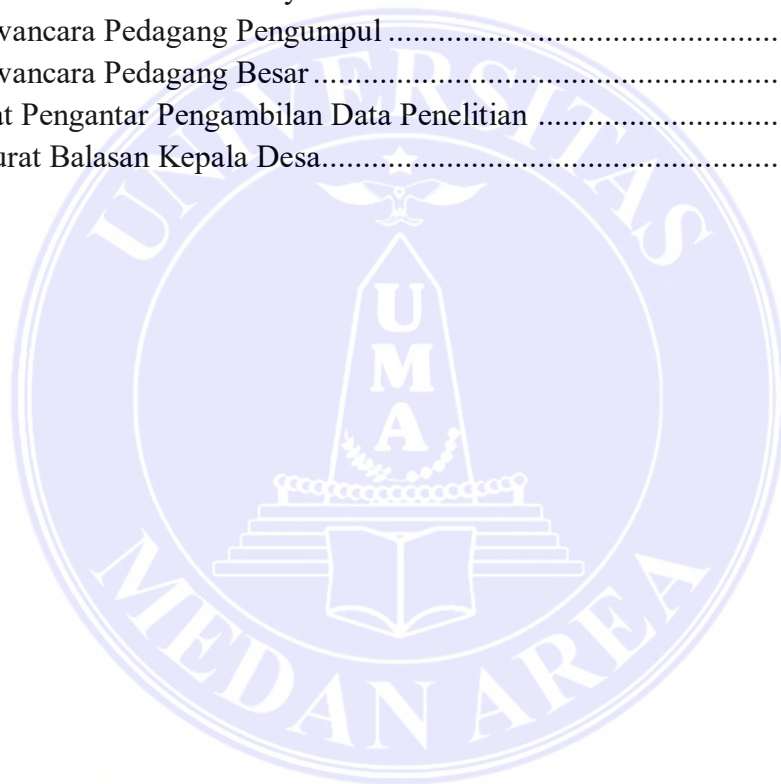
No	Keterangan	Halaman
1.	Data Luas Lahan Dan Produksi getah Kemenyan Kabupaten Tapanuli Utara 2018- 2020	3
2.	Data Luas Lahan dan Produksi Getah Kemenyan menurut Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara 2016-2018.....	4
3.	Data Luas Lahan Produksi Getah Kemenyan Desa Lumban Dolok 2016-2018.....	5
4.	Harga Getah Kemenyan Berdasarkan Jenis di Desa Lumban Dolok.	5
5.	Data Harga Getah Kemenyan Desa Lumban Dolok 2019-2021	6
6.	Data jumlah populasi dan sampel pelaku pemasaran didesa Lumban Dolok.....	28
7.	Penduduk Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara 2022	36
8.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur Di Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara 2022	37
9.	Jumlah Penduduk Menurut Agama Di Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara 2022	37
10.	Karakteristik Petani Kemenyan Di Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara 2022.....	38
11.	Karakteristik Pedagang Pengumpul Di Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara 2022	39
12.	Karakteristik Pedagang Besar Di Luar Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara 2022	40
13.	Pola Saluran Pemasaran Kemenyan Di Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara 2022	43
14.	Fungsi- fungsi Pemasaran Getah Kemenyan pada Saluran Pemasaran di Desa Lumban Dolok	44
15.	Biaya Produksi & Pemasaran Petani pada Saluran Pemasaran I	47
16.	Biaya Produksi & Pemasaran Petani pada Saluran Pemasaran II	48
17.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul pada Saluran Pemasaran I....	49
18.	Biaya Pemasaran Pedagang Besar pada Saluran Pemasaran II	50
19.	Margin Pemasaran Getah Kemenyan pada Saluran Pemasaran I di Desa Lumban Dolok.....	52
20.	Margin Pemasaran Getah Kemenyan pada Saluran Pemasaran I di Desa Lumban Dolok.....	53
21.	Farmer's Share Getah Kemenyan Pada Saluran I di Desa Lumban Dolok	54

22. Farmer's Share Pemasaran Getah Kemenyan pada Saluran II di Desa Lumban Dolok.....	55
23. Efisiensi Pemasaran Getah Kemenyan pada Saluran Pemasaran I di Desa Lumban Dolok.....	56
24. Efisiensi Pemasaran Getah Kemenyan pada Saluran Pemasaran II di Desa Lumban Dolok.....	57



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	10
2.	Pola Saluran I Pemasaran Getah Kemenyan.....	41
3.	Pola Saluran II Pemasaran Getah Kemenyan	42
4.	Gambar Lokasi Penelitian Di Desa Lumban Dolok.....	92
5.	Gambar Survey Lahan Kemenyan Bersama Petani	93
6.	Wawancara Petani Kemenyan	94
7.	Wawancara Pedagang Pengumpul	96
8.	Wawancara Pedagang Besar	97
9.	Surat Pengantar Pengambilan Data Penelitian	98
10.	Surat Balasan Kepala Desa.....	99



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Kusioner Penelitian	69
2.	Karakteristik Sampel Petani Getah Kemenyan.....	74
3.	Harga Jual Petani Getah Kemenyan.....	75
4.	Penerimaan Petani Getah Kemenyan	76
5.	Biaya Produksi & Pemasaran Getah Kemenyan Saluran I.....	77
6.	Penerimaan Petani Getah Kemenyan Saluran Pemasaran I.....	78
7.	Pendapatan Petani Getah Kemenyan Saluran Pemasaran I.....	79
8.	Biaya Produksi & Pemasaran Petani Getah Kemenyan Saluran II	80
9.	Penerimaan Petani Getah Kemenyan Saluran Pemasaran II	80
10.	Pendapatan Petani Getah Kemenyan Saluran Pemasaran II	81
11.	Karakteristik Pedagang Getah Kemenyan Desa Lumban Dolok.....	81
12.	Karakteristik Pedagang Pengumpul Getah Kemenyan	82
13.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Desa Lumban Dolok	82
14.	Pendapatan Pedagang Pengumpul di Desa Lumban Dolok	83
15.	Harga Beli, Harga Jual, Margin Pemasaran & Farmer's Share I....	83
16.	Karakteristik Pedagang Besar Getah Kemenyan.....	84
17.	Biaya Pemasaran Pedagang Besar di Desa Lumban Dolok	84
18.	Pendapatan Pedagang Besar Getah Kemenyan	85
19.	Harga Beli, Harga Jual, Margin Pemasaran & Farmer's Share II ...	85
20.	Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan	86
21.	Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan	87
22.	Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan	88

23. Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan	89
24. Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan	90
25. Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan	91
26. Gambarann Lokiasi Penelitian.....	92
27. Dokumentasi Penelitian.....	93
28. Surat Pengantar Dari Fakultas Pertanian.....	98
29. Surat Selesai Pengambilan Data	99



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan surganya flora dan fauna yang dimana letak Indonesia berada pada kawasan hutan tropis dengan dukungan musim yang cocok untuk banyak flora dan fauna. Berdasarkan jumlah spesies tumbuhan, kekayaan tumbuhan tergolong tinggi namun kekayaan jenis tanaman di Indonesia menyebabkan sumber daya genetik yang belum diketahui secara menyeluruh. Potensi sumber daya dapat berupa hasil hutan kayu maupun hasil hutan bukan kayu (HHBK). Pengembangan hasil hutan bukan kayu baik yang berasal dari kawasan hutan maupun luar kawasan hutan melalui kebijakan pengembangan HHBK diharapkan mampu mengurangi ketergantungan pada hasil hutan kayu, meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar hutan dari HHBK serta menumbuhkan kesadaran memelihara kawasan hutan, meningkatkan devisa sektor kehutanan bukan kayu dan terciptanya lapangan pekerjaan baru disektor kehutanan yang berasal dari komoditas hasil hutan bukan kayu, yang dimaksud hasil hutan bukan kayu yaitu kemenyan dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi dan dapat mensejahterakan masyarakat (Dephut, 2009).

Hutan rakyat merupakan sebagai tanaman kayu yang ditanam pada lahan-lahan milik masyarakat dan sebagai sumber bahan bagi industri pengelolah kayu diwilayah tersebut dan bahkan salah satu sarana dalam upaya untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat khususnya dipedesaan (Pramono. dkk, 2010).

Sektor pertanian merupakan sektor strategis dalam pembangunan nasional. Peran sektor pertanian dalam memacu perekonomian dapat dilihat lebih luas terutama dalam konteks mendistribusikan hasil-hasil pembangunan kepada masyarakat di wilayah pedesaan. Sektor pertanian dituntut untuk berperan dalam perekonomian nasional melalui pembentukan produk domestik bruto, perolehan devisa, penyediaan pangan dan bahan baku industri, pengentasan kemiskinan, penyediaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Selain kontribusi langsung, sektor pertanian juga memiliki kontribusi secara tidak langsung berupa dampak pengganda (*multiplier effect*), yaitu keterkaitan input-output antar industri, konsumsi, dan investasi (Rorenkeu, 2005 :3)

Kemenyan sering juga disebut *Olibanum*. *Olibanum* ialah aroma wangian berbentuk kristal yang digunakan dalam dupa dan parfum. Kristal tersebut diolah dan diperoleh dari pohon jenis *Boswellia*. Kemenyan adalah merupakan salah satu tanaman andalan Sumatera Utara yang cukup potensial untuk dikembangkan. Kemenyan ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi sebagai bahan baku kosmetik dan bahan pengikat parfum agar keharumannya tidak cepat hilang. Kemenyan berguna pula sebagai sebagai bahan pengawet dan bahan baku farmasi atau obat-obatan, juga dapat dipakai sebagai bahan campuran dalam pembuatan keramik agar lebih kuat dan tidak mudah pecah. Negara-Negara Eropa menggunakan kemenyan sebagai bahan campuran pada pemanas ruangan (Anonnyous, 2006).

Tumbuhan yang memiliki keanekaragam jenis ini, dimanfaatkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup sebagai sumber bahan pangan, sandang, papan, obat-obatan, dan kosmetika, dan lain-lain. Selain itu, tumbuhan

ini tidak hanya digunakan sebagai pelengkap kebutuhan manusia secara fisik saja namun juga spiritual (digunakan dalam upacara- upacara ritual/magic).

Provinsi Sumatera Utara merupakan bagian dari Indonesia yang memiliki hasil hutan yang melimpah dan di Indonesia Sumatera Utara merupakan penghasil getah kemenyan, bisa kita lihat dari data Tabel 1:

Tabel 1. Luas Lahan dan Produksi Kemenyan di Provinsi Sumatera Utara 2018-2020

Kabupaten/kota	Luas Lahan (Ha)			Produksi (Ton)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Tapanuli Tengah	11,10	12,00	14,00	5,05	6,00	6,00
Tapanuli Utara	16.077	16.208	16.223	3.852	3.985	4.073
Toba	488,00	498,00	500,00	370,79	373,00	384,00
Dairi	144,00	145,00	143,00	41,80	43,00	42,00
Humbang Hasundutan	4.916	4 918	4 927	3 385	3 393	3 418,
Pakpak Barat	1.332	1.338	1.339	677,00	681,00	681,00

Sumber: Data Badan Pusat Statistik 2021

Berdasarkan Tabel 1 bahwa Kabupaten Tapanuli Utara memiliki luas lahan Kemenyan terbanyak dan Produksi terbesar dari tahun 2018 sampai dengan 2020, berikut luas lahan dan produksi tiap tahunnya; pada tahun 2018 luas lahan 16.077 Ha dengan Produksi 3.852 Ton, dan pada tahun 2019 luas lahan 16.208Ha dengan produksi kemenyan sebanyak 3.985Ton, dan pada tahun 2020 dengan luas lahan 16.223 dengan produksi kemenyan sebanyak 4.073 Ton, jadi kabupaten Tapanuli Utara produksi kemenyan dari tahun 2018 sampai dengan 2020 mengalami peningkatan produksi.

Sektor pertanian bagi daerah Kabupaten Tapanuli Utara samapai saat ini masih merupakan tulang punggung perekonomian daerah sebagai penghasil nilai tambah maupun sumber penghasilan atau penyedia lapangan pekerjaan sebagian besar penduduk. Berikut data produksi hasil bumi kabupaten Tapanuli Utara;

Tabel 2. Luas Lahan Dan Produksi Kemenyan di Kabupaten Tapanuli Utara Tahun 2016- 2018

Kecamatan	Luas Lahan (Ha)			Produksi (Ton)		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Parmonangan	1.474	1.480	1.475	387,00	385,54	361,50
Adiankoting	2.088	2.076	2.000	535,00	525,80	526,00
Sipoholon	334,00	334,00	336,00	81,25	83,26	85,32
Tarutung	785,00	775,00	887,00	224,60	255,53	255,00
Siatas Barita	38,00	39,00	39,00	11,70	11,50	11,50
Pahae Julu	1.807	1.810	1.811	519,40	506,80	572,35
Pahae Jae	429,00	438,00	430,00	135,20	135,51	135,51
Purbatua	375,00	370,00	377,75	115,30	116,01	118,15
Simangumban	94,00	98,50	99,50	24,75	26,00	26,00
Pangaribuan	4.841	4.838	4.871	1.039	1.020	1.119
Garoga	346,75	352,00	353,00	124,00	128,01	128,01
Sipahutar	1.242	1.240	1.295	437,30	439,29	489,15
Siborongborong	72,00	71,50	50,70	19,50	20,50	18,32
Pagaran	18,25	18,50	18,50	5,00	5,50	5,50
Muara	2,50	4,50	4,50	1,25	1,25	1,25

Sumber: Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Tapanuli Utara, 2020

Berdasarkan Tabel 2 bahwa mulai tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 mengalami naik turun produksi dari getah kemenyan. Pada tahun 2016 luas lahan 1.807 Ha dengan produksi sebanyak 519 Ton, sedangkan pada tahun 2017 luas lahan tanaman kemenyan 1.810 Ha tetapi mengalami penurunan produksi sebanyak 506 Ton, dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan produksi dengan luas lahan 1.811 Ha dengan produksi sebanyak 572Ton. Jadi kecamatan Pahae Julu memiliki luas lahan yang begitu luas dan setiap tahunnya produksi yang didapat mengalami naik turun.

Berdasarkan Tabel 3 bahwa pada Tahun 2021 luas lahan dan produksi kemenyan tertinggi tiap Desa di Kecamatan Pahae Julu adalah Desa Desa Lumban Dolok dan Desa Simardangiang, yang dimana di Desa Lumban Dolok dengan luas lahan 95 Ha dengan produksi sebanyak 31 Ton dan di Desa Simardangiang dengan luas lahan 115 Ha dengan produksi sebanyak 35 Ton. Berdasarkan *Pra- Survey* yang dilakukan bahwa Desa Lumban Dolok merupakan salah satu penghasil Getah Kemenyan di Kecamatan Pahae Julu. Peneliti memilih

Desa Lumban Dolok Sebagai Lokasi Penelitian dikarenakan Getah Kemenyan tersebut merupakan sumber mata pencaharian masyarakat di Desa Lumban Dolok dan kualitas dari kemenyan tersebut lebih bagus dibandingkan kemenyan di desa lainnya.

Tabel 3 Luas Lahan Desa Di Kecamatan Pahae Julu 2021

Desa	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
Sibaganding	85	27,3
Simataniari	70	21
Lumban Dolok	95	31
Simardangiang	115	35
Simasom	75	23,5
Hutabarat	90	29,5
Lumban Garaga	55	18
Simanampang	67	20,5
Lumban Jaean	77	25

Sumber: Data BPP Kecamatan Pahae Julu, 2021

Pohon kemenyan terletak didalam hutan atau kebun campuran, Kemenyan adalah merupakan jenis pohon yang tumbuh dilereng-lereng bukit dan pada tanah berpasir pada ketinggian 1000-5000 m diatas permukaan laut. Pohon ini banyak ditemui dikabupaten Tapanuli Utara yang dikenal dengan nama “ Haminjon atau Kemenyan Toba”. Ada tiga jenis kemenyan penghasil getah yang bernilai ekonomis yaitu kemenyan bulu, kemenyan durame, dan kemenyan toba. Diantara empat jenis kemenyan yang paling banyak disukai adalah kemenyan toba karena kualitas getah yang lebih baik (padat dan jernih) serta nilai harga jual yang lebih tinggi (Kholibrina, 2012).

Tabel 4 Harga Getah Kemenyan Berdasarkan Jenis di Desa Lumban Dolok

No	Jenis Kemenyan	Harga Kemenyan (Rp/Kg)
1	Great A	250.000
2	Great B	130.000
3	Great C	60.000

Sumber: Pra- Survey 2022

Berdasarkan Tabel 4 Getah Kemenyan memiliki jenis atau kualitas yang berbeda antara lain, kemenyan Great A merupakan kemenyan yang memiliki kualitas yang nomor satu dan jika dijual mencapai harga sebesar Rp 250.000/Kg, untuk kemenyan Great B jika dijual mencapai harga sebesar Rp 130.000/Kg karena kemenyan Great B tersebut merupakan hasil sortiran dari kemenyan Great A, sedangkan kemenyan Great C jika dijual mencapai harga sebesar Rp 60.000/Kg karena kemenyan Great C tersebut merupakan hasil yang didapat sebelum terjadinya proses penyadapan getah kemenyan Great A yang artinya kemenyan Great C tersebut didapat ketika petani kemenyan membersihkan batang dan memberikan lobang terhadap batang kemenyan atau dapat dikatakan kemenyan Great C tersebut merupakan Getah yang Sudah lama Belum diambil.

Berdasarkan Tabel 5 bahwa harga Getah Kemenyan tiga Tahun terakhir mengalami naik Turun itu disebabkan karena sistem saluran pemasaran yang kurang baik dan rantai tata niaga sangat panjang. Pada tahun 2019 harga kemenyan adalah Rp 230.000/kg dan pada tahun 2020 harga kemenyan mengalami kenaikan harga mencapai Rp 280.000 sedangkan pada tahun 2021 terjadi turunya harga menjadi Rp 250.000/kg. Jadi harga Getah Kemenyan tiap Tahunnya tidak pernah stabil.

Tabel 5 Harga Getah Kemenyan Great A di Desa Lumban Dolok

No	Tahun	Harga Getah Kemenyan /kg
1	2019	Rp 230.000
2	2020	Rp 280.000
3	2021	Rp 250.000

Sumber: data prasurvey 2022

Petani Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok dalam menyalurkan barang melibatkan beberapa lembaga pemasaran dari produsen hingga ke konsumen yang dimana sepanjang rantai tersebut terjadi penambahan nilai dari suatu produk.

Efisiensi Pemasaran terjadi jika suatu lembaga pemasaran mampu menyampaikan hasil produk dari petani kepada konsumen dengan biaya semahal-mahalnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut serta mampu meningkatkan nilai tambah barang dan jasa baik dari segi kepemilikan, waktu, tempat (Sudiyono, 2001).

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Petani Getah Kemenyan di Desa Lumban dolok yaitu, diantaranya kurangnya informasi pasar, harga getah kemenyan yang tidak pernah stabil dan belum adanya budidaya instensif terhadap pengelolaan hutan kemenyan. Kemenyan menjadi sumber kehidupan bagi masyarakat Tapanuli Utara khususnya Desa Lumban Dolok. Sehingga atas latar belakang tersebut perlu dilakukan penelitian terkait Analisis Pemasaran Kemenyan di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara karena berdampak langsung terhadap petani dalam perdagangan kemenyan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran dari getah kemenyan di Desa Lumban Dolok?
2. Berapa besar margin pemasaran dan *farmer's Share* pemasaran getah kemenyan di Desa Lumban Dolok?

3. Berapa besar Efisiensi pemasaran getah kemenyan di Desa Lumban Dolok?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran getah kemenyan di Desa Lumban Dolok.
2. Untuk mengetahui margin dan *farmer's Share* pemasaran getah kemenyan di Desa Lumban Dolok.
3. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran getah kemenyan di Desa Lumban Dolok.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini:

1. Sebagai bahan dan informasi untuk melakukan penelitian dimasa yang akan datang.
2. Bagi akademisi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau rujukan untuk penelitian selanjutnya terkait pemasaran Getah Kemenyan
3. Bagi masyarakat, sebagai bahan informasi mengenai pemasaran kemenyan yang di produksi petani dari hutan.
4. Bagi pemerintah, sebagai informasi mengenai pemasaran hasil hutan yang di peroleh dari suatu wilayah.

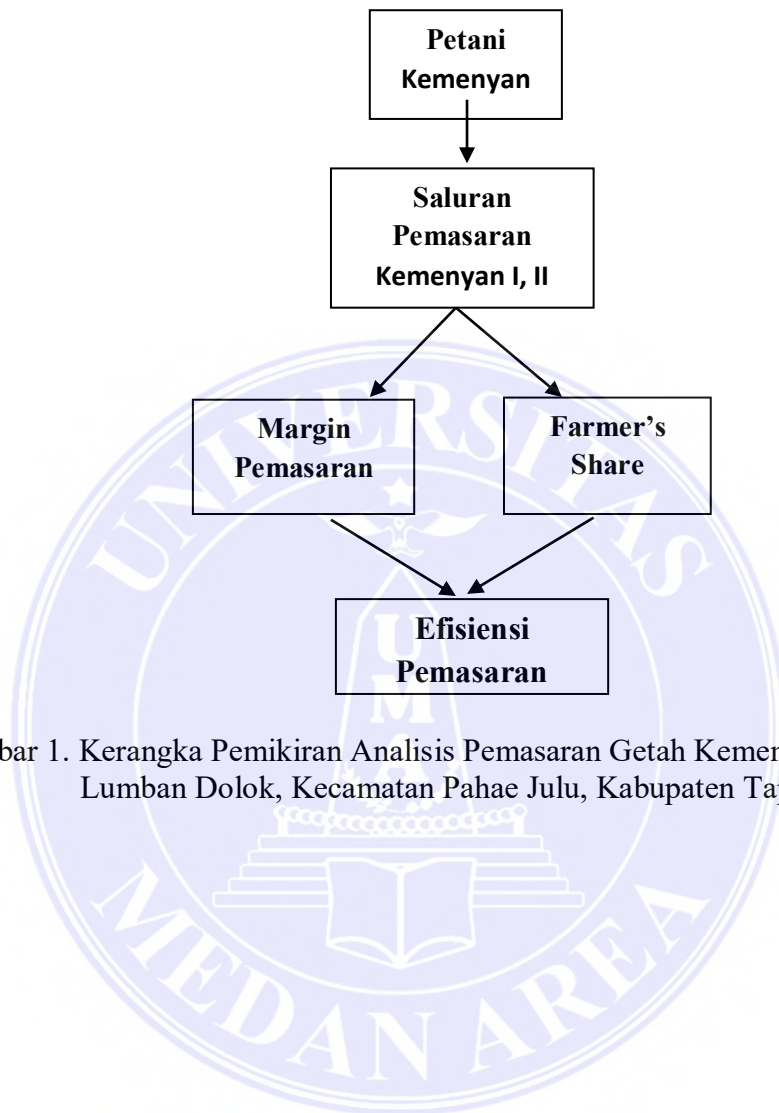
1.5 Kerangka Pemikiran

Getah kemenyan merupakan komoditi hasil hutan Sumatera Utara yang bernilai ekonomi tinggi, potensi tanaman kemenyan cukup besar dengan luasan hampir seluruh wilayah hutan ditiga kabupaten seperti Kabupaten Dairi,

Kabupaten Tapanuli Utara dan Humbang Hasundutan kemenyan tumbuh dengan baik.

Di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara, Petani Getah Kemenyan setelah melakukan penyadapan dan menghasilkan produksi. Pada pemasaran getah kemenyan merupakan proses kegiatan usaha dalam memasarkan melalui saluran pemasaran. Saluran pemasaran terdiri dari saluran pemasaran I yaitu Petani menjual produk getah kemenyan tersebut kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menyortirnya lagi setelah itu pedagang pengumpul menjual getah kemenyan kepada Pedagang Besar, serta saluran yang ke II yaitu dari petani langsung ke pedagang besar. Pada saluran pemasaran ini, terdapat sebuah perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar pedagang dengan harga yang diterima oleh petani atau produsen yang disebut dengan margin pemasaran. Dalam margin pemasaran terdapat biaya- biaya dan keuntungan dari pemasaran pada saluran pemasaran. Pada saluran pemasaran getah kemenyan terdapat *farmer's Share* yang merupakan perbandingan harga antara petani atau produsen dengan harga ditingkat pedagang besar yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Dari keseluruhan proses kegiatan pemasaran yang terjadi, maka dapat diketahui efisiensi pemasaran getah kemenyan.

Berdasarkan hal tersebut maka dapat digambarkan skema kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Analisis Pemasaran Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kemenyan

Hasil Hutan Bukan Kayu merupakan hasil hutan hayati baik nabati maupun hewani beserta produk turunanya dan budidaya kecuali kayu yang berasal dari hutan. Masyarakat hutan memanfaatkan Hasil Hutan Bukan Kayu sebagai sumber mata pencaharian ataupun langsung dikonsumsi seperti; binatang buruan, buah- buahan, obat- obatan, dan lain-lain. Masyarakat hutan menggantungkan sebagian besar hidupnya dari mengumpulkan HHBK namun demikian sampai saat ini belum banyak dipelajari sejauh mana HHBK memberikan kontribusi terhadap kehidupan masyarakat hutan. Yang tergolong terhadap hasil hutan bukan kayu adalah sebagai berikut:

1. Kelompok resin, antara lain kemenyan, damar, gaharu.
2. Kelompok minyak atsiri, antara lain kayu putih, cendana, kenanga.
3. Kelompok minyak lemak, buah-buahan dan pati, antara lain rebung, buah merah, bambu, durian.
4. Kelompok tannin, bahan pewarna dan getah adalah sebagai berikut jalutung, kayu kuning, perca.
5. Kelompok tumbuhan obat- obatan dan tanaman hias, antar lain akarwangi, anggrek hutan, brotowali.
6. Kelompok bambu dan palma sebagai berikut rotan tohoti, rotan manau.
7. Kelompok alkaloid: kina.

Hutan memiliki peran penting dalam menunjang kehidupan dan perkembangan peradaban manusia. Peran penting tersebut tergambarkan dalam bentuk interaksi manusia dan hutan yang sejak awal peradaban hingga saat ini dan diperkirakan terus berlangsung dimasa mendatang secara fungsional interaksi

manusia dan hutan dapat dikelompokkan pada lima periode yaitu: 1. Periode kehidupan manusia sepenuhnya bergantung pada hutan, 2. Periode kehidupan manusia memungut hasil hutan secara terkendali, 3. Periode kehidupan merusak hutan, 4. Periode kehidupan manusia memerlukan hutan, 5. Periode kehidupan manusia mendambakan hutan (Suhendang, 2002).

Produksi kemenyan di Provinsi Sumatera Utara cenderung semakin meningkat setiap tahunnya salah satunya akibat terus meningkatnya luasan lahan tanam pohon kemenyan. Namun potensi keuntungan ini tidak sepenuhnya bisa dirasakan ditingkat petani itu dikarenakan terbatasnya akses informasi pasar maupun teknologi, kelembagaan petani dengan jalinan kemitraan sangat lemah dan juga dikarenakan mata rantai perdagangan terlalu panjang. Sumatera Utara berpotensi sebagai daerah penghasil kemenyan kelas Dunia, jika pemberdayaan petani diefektifkan. Karena pohon kemenyan yang tumbuh di provinsi ini, dikenal memiliki kualitas yang baik.

2.2 Sejarah Kemenyan Tapanuli Utara

Pohon kemenyan di daerah Tapanuli, provinsi Sumatera Utara dikenal sudah cukup lama, diperkirakan akhir tahun 1800-an yang berawal dari daerah Nai Pospos dan silindung. Pembuatan kebun pohon kemenyan diawali dengan penanaman tebu dan ubi jalar, selanjutnya menanam padin dan bibit pohon kemenyan. Pada waktu panen padi, pohon kemenyan sudah mulai tumbuh kemudian dipelihara dengan membersihkan semak-semak disekitarnya. Pohon kemenyan setelah berumur 5-6 tahun sudah mulai disadap untuk diambil getahnya. Kemenyan biasa disebut dalam bahasa batak toba adalah Haminjon, Kemenjen dalam bahasa Pakpak Dairi, Keminjen dalam bahasa Karo, dan

Menyan dalam bahasa Jawa. Tanaman kemenyan ini termasuk dalam ordo *Ebanales*, Famili *Styracaceae* dan genus *Astyrax spp* (Zuka, 2005).

Kemenyan adalah salah satu usaha yang berasal dari sub sektor perkebunan rakyat, yang belum dikenal secara luas dibandingkan dengan kopi, padi, kelapa sawit, karet dan produk perkebunan rakyat lainnya. Untuk mendapatkan, petani Sumatera Utara melakukan penyadapan (BPS Sumut, 2015). Menurut Kementerian Lingkungan dan Kehutanan (KLHK), Selasa 4, Februari 2020, data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik tahun 2019 menyebutkan Tahun 2018 luas tanaman kemenyan diprovinsi Sumatera Utara adalah 23.068 Ha dan produksi getah Sebanyak 8.332 Ton. Potensi pasar yang dapat diraih dengan produksi tersebut mencapai Rp. 2,08 Triliun/ Tahun. Getah kemenyan yang paling terkenal adalah produksi Vietnam, Laos dan Myanmar, hampir seluruhnya diserap industri parfum Eropa terutama Prancis. Kemenyan Sumatera juga dikenal tetapi ekspornya melalui pulau Jawa. Hal ini disebabkan manfaat secara nyata kemenyan ini belum jelas diketahui, bahkan petani kemenyan sendiri kurang jelas mengetahuinya.

Getah Kemenyan sebagai penghasil resin atau getah sudah dikenal sejak dahulu kala. Getah Kemenyan sudah banyak digunakan sebagai bahan obat-obatan sejak abad ke-14. Getah Kemenyan mengandung asam sinamat, asam benzoat, styrol, styracin, vanillin, coniferil sinamat, coniferil benzoat, serta resin yang mengandung benzoaresinol dan sumaresinotannol. Seperti yang kita ketahui, bahwa getah Kemenyan digunakan sebagai perlengkapan ritual-ritual, dan manfaat lain dari getah Kemenyan yaitu dapat dijadikan sebagai aroma parfum,

aroma terapi, bahan pengawet, dan bahkan bisa digunakan sebagai bahan campuran kosmetik.

2.2.1 Taxonomi Pohon Kemenyan

Tanaman Pohon Kemenyan sebagai berikut:

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Subkingdom	: <i>Tracheobionta</i>
Superdivisio	: <i>Spermatophyta</i>
Divisio	: <i>Magnoliophyta</i>
Klas	: <i>Magnoliopsida</i>
Subklas	: <i>Dilleniidae</i>
Ordo	: <i>Ebenales</i>
Famili	: <i>Styracaceace</i>

Umumnya masyarakat di Tapanuli dan Dairi, Provinsi Sumatera Utara hanya membudidayakan jenis Toba dan Durame secara luas sedangkan jenis bulu masih kurang banyak dikembangkan.

2.2.2 Jenis- Jenis Kemenyan

- **Kemenyan Toba (*Styrax paralleloneurum* PERK)**

kemenyan toba adalah jenis kemenyan paling banyak dibudidayakan di daerah Tapanuli dan Dairi. Jenis kemenyan toba tersebut Tumbuh pada ketinggian > 600 m dpl di sentra produksi kemenyan di Tapanuli Utara. Daun dari kemenyan Toba terkesan lebih gelap dan mengkilat dibandingkan jenis Kemenyan Durame dan Bulu. Pada perdagangan lokal, harga getah kemenyan Toba dikenal paling tinggi dibandingkan jenis kemenyan lainnya. Tapi proses pertumbuhan dari kemenyan Toba

relatif lambat dibandingkan kemenyan lainnya. Usia dari kemenyan Toba supaya bisa disadap umumnya lebih dari 5 Tahun tergantung perkembangan diameter batang tanaman.

- **Kemenyan Durame (*Styrax benzoine Dryand*)**

Kemenyan Durame ialah merupakan jenis kedua yang paling banyak dibudidayakan di Daerah Tapanuli dan jenis kemenyan Durame tersebut tumbuh pada ketinggian mulai dari >60 m dpl di daerah Sumatera Selatan dan Tapanuli Selatan, sedangkan di sentra produksi kemenyan Tapanuli Utara banyak ditemukan pada ketinggian >600 m dpl, umumnya kemenyan Durame dibudidayakan secara campuran dengan jenis kemenyan Toba dan Bulu. Penampilan daun dari Jenis kemenyan Durame terkesan lebih terang warnyan dibandingkan kemenyan jenis Toba. Pada perdagangan lokal, harga getah kemenyan Durame relatif lebih rendah dari pada kemenyan Jenis Toba dan kemenyan Durame ini sering digunakan hanya sebagai getah campuran di kilang kemenyan. Pertumbuhan dari jenis Kemenyan Durame umumnya lebih cepat dibandingkan jenis kemenyan Toba. Usia jenis kemenyan Durame supaya bisa disadap berkisar pada umur 5 Tahun dengan ukuran diameter batang tanaman mencapai >10cm.

- **Kemenyan Bulu (*Styrax benzoine var hiliferum*)**

Kemenyan Bulu ialah merupakan jenis kemenyan yang kurang banyak dikenal, itu disebabkan jumlah populasi relatif lebih sedikit. Jenis kemenyan Bulu ini secara alam banyak ditemukan di hutan Sibatu loreng-Simalungun dan cukup banyak dibudidayakan di daerah Pahae dan

Sarulla, Kabupaten Tapanuli Utara. Namun di salah satu daerah sentara kemenyan Dolok Sanggul jenis kemenyan Bulu tersebut sangat jarang ditemukan. Penampilan kemenyan Bulu memiliki kesamaan dengan kemenyan Durame. Tipe pertumbuhan tanaman kemenyan Bulu dilapangan relatif lebih cepat dibandingkan kemenyan jenis Toba namun memiliki kesamaan dengan jenis Durame. Umumnya usia sadap kemenyan Bulu berkisaran 5 Tahun pada diameter batang tanaman mencapai >10cm.

2.3 Teori Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ada melalui penciptaan proses pertukaran yang saling memberikan keuntungan. Aktivitas pemasaran adalah sebagai berikut perencanaan produk, kebijakan harga, melakukan promosi, distribusi, penjualan, pelayanan, membuat strategi pemasaran, riset pemasaran, sistem informasi pemasaran, dan lain-lain yang terkait dengan pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler, 2015).

Pemasaran adalah merupakan faktor penting untuk mencapai kesuksesan bagi setiap perusahaan, konsep pemasaran tersebut diketahui dengan menggunakan tiga faktor dasar adalah sebagai berikut:

1. Saluran perencanaan dan kegiatan perusahaan harus berorientasi pada pasar.

2. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri.
3. Saluran kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisai.

Sistem pemasaran pertanian adalah merupakan satu kesatuan urutan lembaga-lembaga pemasaran. Tujuan melakukan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperlancar aliran produk pertanian dari produsen awal ke tangan konsumen akhir. Dan sebaliknya memperlancar aliran uang nilai produk yang tercipta oleh kegiatan produktif yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran, baik dari tangan konsumen akhir ketangan produsen awal dalam suatu sistem komoditas (Gumbira, 2001).

b. Fungsi Pemasaran

Fungsi Pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan dalam suatu bisnis yang terlibat dalam menjual barang dan jasa dari petani/produsen sampai ketangan konsumen. Fungsi- fungsi pemasaran ada tiga fungsi dasar yaitu:

1. Fungsi pertukaran dengan pemasaran pembeli dapat membeli produk dari petani baik menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk untuk dipakai sendiri atau dijual kembali.
2. Fungsi distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari petani mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara melalui air, darat, udara, dan sebaliknya. Penyimpanan produk mengendapkan menjaga pasokan pruduk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

3. Fungsi perantara untuk menyampaikan produk dari tangan petani ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain seperti pengurangan resiko, pembiayaan, dan pencarian informasi (Assauri, 2018).

2.4 Saluran Pemasaran

2.4.1 Pengertian Saluran Pemasaran

Menurut Kotler (2009) Saluran Pemasaran merupakan sekelompok organisasi yang saling ketergantungan yang saling membantu membuat produk atau jasa yang siap untuk digunakan atau di konsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Keputusan-keputusan saluran pemasaran termasuk diantara keputusan paling penting yang dihadapi konsumen. Saluran yang dipilih sangat mempengaruhi berpengaruh terhadap keputusan pemasaran lainnya. Saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Hal itu mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang jasa dari orang-orang yang membutuhkan.

Distribusi adalah merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk menyalurkan, mengirimkan dan menyampaikan barang yang akan dipasarkannya ke konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dengan konsumen, maka saluran pemasaran yang terbentuk pun akan semakin panjang (Kotler serta Armstrong 2018).

Adapun jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Saluran distribusi langsung, saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke

konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendatangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga di beri istilah saluran non tingkat.

- b. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Selama ini bisa disebut dengan saluran tingkat satu.

Petani- Pedagang Pengecer- Konsumen

- c. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat.

Petani- Pedagang Besar- Pedagang Pengecer- Konsumen akhir

- d. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar.

Petani- Agen/Pedagang Pengumpul- Pedagang Besar- Pedagang Pengecer-
Konsumen Akhir

2.4.2 Tingkat Pemasaran

Kotler dan Keller (2009) Tingkat Saluran adalah merupakan lapisan perantara yang melakukan sejumlah pekerja dalam membawa produk dan

kepemilikannya lebih dekat dengan pembeli akhir. Saluran distribusi merupakan saluran distribusi pelanggaran yaitu saluran distribusi yang ditunjukkan barang sampai ke tangan konsumen akhir dan ada pula yang merupakan saluran distribusi bisnis yang saluran distribusi yang barangnya ditujukan kepada pelanggan bisnis untuk diolah atau dijual kembali.

2.5 Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah saluran pemasaran ditinjau sebagai satu kelompok atau satu tim operasi, maka margin dapat dinyatakan sebagai suatu pembayaran yang diberikan kepada mereka atas jasa-jasanya. Jadi, margin merupakan suatu imbalan, atau harga atas suatu hasil kerja. Apabila ditinjau sebagai pembayaran atas jasa-jasa, margin menjadi suatu elemen yang penting dalam strategi pemasaran. Konsep margin sebagai suatu pembayaran pada penyalur mempunyai dasar logis dalam konsep tentang nilai tambah. Margin pemasaran terdiri dari biaya yang diperlukan oleh lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi pemasaran atau disebut juga biaya pemasaran atau biaya fungsional, dan keuntungan (*profit*) lembaga pemasaran (Irawan, 2017).

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran disetiap saluran pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga jual di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga Beli di tingkat produsen (Rp/Kg)

2.6 Biaya Pemasaran

Berdasarkan pendapat Mulyadi (2012), menyatakan bahwa biaya merupakan seluruh pengeluaran yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang dan yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu produk pada suatu periode produksi.

Mulyadi (2015), menyatakan bahwa biaya pemasaran mencakup seluruh pengeluaran yang berlangsung semenjak saat produk selesai diproduksi serta disimpan pada penyimpanan sehingga pada waktu produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan penjualan. Biaya penjualan mencakup; biaya transportasi atau biaya angkutan, biaya pengiriman, pungutan retribusi dan lain-lain. Besarnya biaya penjualan berbeda dengan yang lainnya, disebabkan karena:

- a. Lokasi pemasaran
- b. Macam lembaga pemasaran
- c. Macam komoditas
- d. Efektifitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 2002).

Untuk menghitung biaya pemasaran Getah Kemenyan, dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$MP = \pi + TC$$

$$\Pi = MP - TC$$

$$TC = MP - \pi$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

TC = Total biaya di tingkat lembaga pemasaran

Π = Keuntungan di tingkat lembaga pemasaran

2.7 *Farmer's Share*

Menurut Anto (2015), Persentase perbandingan antara bagian harga yang diterima petani dengan bagian harga dikonsumsi akhir disebut dengan *farmer's share*. Antara komoditi yang satu dengan komoditi yang lain memiliki *farmer's*

share yang berbeda, hal ini berdasarkan pada jumlah kegunaan bentuk, tempat dan waktu yang ditambahkan oleh petani serta pedagang perantara terkait dalam suatu proses pemasaran. secara sistematis *farmer's share* dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Fs = Bagian harga atau persentase yang diterima petani (%)

Pf = Harga di tingkat petani atau Prdusen (Rp/Kg)

Pr = Harga di tingkat Konsumen akhir (Rp/Kg)

2.8 Efisiensi Pemasaran

Konsep efisiensi pemasaran pada dasarnya merupakan suatu ukuran relatif. Efisiensi pemasaran merupakan bentuk awal dari bekerjanya pasar persaingan sempurna, yang artinya sistem tersebut dapat memberikan kepuasan bagi lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat. Efisiensi pemasaran merupakan sistem pemasaran yang efisien apabila memenuhi syarat mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut Mubyarto (2017).

Efisiensi pemasaran merupakan perbandingan rasio dari nilai keuntungan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan (Asmarantaka, 2012). Analisis umum dalam studi efisiensi pemasaran merupakan analisis margin pemasaran dan *farmer's share*. Beberapa faktor yang digunakan sebagai ukuran efisiensi pemasaran, yaitu (Soetriono & Anik Suawandari, 2016):

1. Harga yang diterima oleh petani
2. Keuntungan pemasaran
3. Persaingan pasar
4. Peranan lembaga pemasaran
5. Tersedianya sarana fisik pemasaran

Menurut Soekartawi (2002), secara sistematis efisiensi pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Eps = \frac{TBP}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan :

Eps = Efisiensi pemasaran (%)

TBP = Total biaya pemasaran (Rp/Kg)

TNP = Total nilai produk yaitu harga beli pada konsumen (Rp/Kg)

Jika nilai efisiensi pemasaran $< 5\%$, maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian efisien. Jika nilai efisiensi pemasaran $> 5\%$, maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian tidak efisien. Jika nilai efisiensi pemasaran $= 5\%$, maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian efisien.

Pemasaran dikatakan efisien jika telah memenuhi syarat yaitu mampu menyampaikan hasil atau produk dari petani kepada konsumen dengan biaya seminimum mungkin dan mampu melakukan pembagian yang adil kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran produk. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran (Rangkuti, A, dkk. 2018).

2.9 Penelitian Terdahulu

Sori B. M Lumban Gaol dkk, (2016). Melakukan penelitian tentang Analisis Pemasaran Kemenyan di Desa Simarigung, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan. Pada saluran I terjadi dua kali pemasaran yaitu petani menjual pada pengumpul kecil lalu menjual kembali ke pengumpul besar. Dapat disimpulkan bahwa ada penambahan lembaga pemasaran. Petani menjual kepada pengumpul kecil dengan harga Rp. 250.000/kg dengan biaya yang dirata-ratakan dari biaya, pekerja Rp. 70.000/orang dan konsumsi rokok dan pangan Rp. 30.000/orang. Biasanya dilakukan pemanenan selama 3 hari. Maka pengeluaran petani dapat mencapai Rp.600.000 sekali panen maka didapatkan biaya Rp. 20.000/kg. Petani kemenyan Desa Simarigung rata-rata memiliki 2-3Ha lahan kemenyan dengan Jumlah 500-700 batang kemenyan/Ha, sehingga petani memerlukan pekerja 2-3 orang dalam kurun waktu 3-7 hari.

Bobby Raya Simanjuntak, dkk (2015). “ Analisis Pemasaran Kemenyan” (Studi Kasus: Kec. Pollung, Kab. Humbang Hasundutan). Terdapat dua kualitas dari hasil pemanenan tanaman kemenyan, kualitas yang pertama disebut dengan “takkasan” atau mata kasar/hasil intidan kualitas 2 yang disebut dengan “tahir” atau panen sisa. Berdasarkan keterangan petani, tanaman kemenyan dapat diproduksi saat batang tanaman sudah mencapai diameter kurang lebih 10 cm atau berumur sekitar 8 tahun. Untuk margin pada pola saluran I dengan rata-rata yang diperoleh sebesar Rp 33,750, sedangkan margin pemasaran II sebesar Rp 65,000.

Tri Mohamad Santoso, dkk (2015). “ Analisis Pemasaran Getah Damar Di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara”. Hasil analisis menunjukkan bahwa saluran pemasaran getah damar terdiri atas dua

saluran yaitu: 1. Penyadap – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar- Konsemen (Eksportir), 2. Penyadap – Pedagang Besar- Konsumen (eksportir). Margin total pemasaran getah damar pada saluran pemasaran I yaitu Rp. 3.100.000/kg dan margin pemasaran getah damar pada saluran pemasaran II yaitu Rp. 2.100.000/kg. Bagian harga yang diterima petani pada saluran I sebesar 77,21% dan bagian yang diterima petani pada saluran II sebesar 81,56%. Pada kedua saluran pemasaran tersebut. Saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran I. Ini karena antara harga yang diterima konsumen dengan total biaya pemasaran per kilogram pada saluran II sebesar 38,75 lebih besar dibandingkan dengan saluran I yaitu 34,57.

Dyyah Resky Nurdin, dkk (2017). “ Analisis Pemasaran Minyak Nilam Dari Desa Karya Baru Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana”. Berdasarkan hasil penelitian bahwa saluran pemasaran minyak nilam dari Karya Baru, yaitu: Petani Nilam- Pedagang Kecil- Pedagang Besar- Konsumen (Industri). Persentase bagian harga yang terima oleh petani pada saluran pemasaran minyak nilam yakni sebesar 71,11%, yang menunjukkan bahwa saluran pemasaran telah berjalan efisien.

Heroza Firdaus, dkk (2013). “ Analisis pemasaran Minyak Nilam Kecamatan Lembah Masurai Kabupaten Merangin”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran yang terjadi pada pemasaran minyak nilam di Kecamatan Lembah Masurai kabupaten Marangin adalah adalah satu saluran pemasaran yaitu saluran dua tingkat. Margin pemasaran dalam hal ini margin harga dan margin penerimaan dalam pemasaran minyak nilam adalah: 1. Margin harga penyalur adalah Rp. 25.000 dan margin penerimaan Rp. 20.000, 2.

Margin harga penyalur adalah Rp. 25.000 dan margin penerimaan Rp. 17.500. efisiensi pemasaran ditingkat penyalur sudah efisien karena bernilai diatas 50% dengan nilai 94, 44% dan efisiensi pemasaran ditingkat pengumpul sudah efisiensi karna bernilai diatas 50% dengan 94,74%.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara. Alasan memilih lokasi penelitian ini adalah karena lokasi ini merupakan daerah sentra getah kemenyan dan getah kemenyan ini merupakan mata pencaharian masyarakat di Kabupaten Tapanuli Utara Khususnya Desa Lumban Dolok. Metode yang digunakan untuk penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Adapun waktu penelitian ini dilakukan mulai dibulan Oktober sampai dengan selesai 2022.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Menurut Arikunto, (2017). Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian, apabila peneliti ingin meneliti semua yang ada di wilayah penelitian maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Objek pada populasi diteliti hasilnya dianalisis, populasi dalam penelitian ini adalah responden di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara. Menurut Arikunto, (2017).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh kepala keluarga yang ada didesa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara yang memiliki lahan tanaman Kemenyan sebagai Mata pencaharian rumah tangga masyarakat. Sedangkan untuk sampel dalam penelitian adalah sebagai berikut, Apabila Jumlah penduduk kepala keluarga ada 100 orang, maka diambil seluruh responden. Apabila responden >100 Petani, maka diambil 20-25% dari jumlah kepala keluarga (Arikunto, 2002). Petani kemenyan di Desa

Lumban Dolok sebanyak 155 petani. 20% dari 155 petani adalah 31 petani. Sehingga petani yang diwawancarai adalah sebanyak 31 petani. Berdasarkan definisi diatas dapat dikatakan bahwa sampel penelitian ini sebanyak 31 petani dan sampel untuk lembaga pemasarannya, pedagang pengumpul 4 responden dan pedagang besar 2 sampel jadi total sampel untuk lembaga pemasaran sebanyak 6 pedagang. Maka metode pengambilan sampel yang digunakan *Random sampling*. menurut Sugiyono (2007), *Random sampling* (Sampel acak sederhana) yaitu cara pengambilan sampelnya secara acak (random) dengan benar-benar memberikan peluang yang sama. Penelitian memilih *Random Sampling* karena dalam penentuan sampel, peneliti menuliskan nama nama setiap sampel terus mengambilnya secara acak dan setiap sampel memiliki kesempatan yang sama dan sedangkan penentuan sampel untuk lembaga pemasaran sebagai sampel. Maka sampel pedagang pengumpul ada 4 orang dan pedagang besar ada 2 orang sehingga jumlah sampel lembaga pemasarannya sebanyak 6 orang sampel. Responden dalam penelitian ini adalah petani kemenyan, pedagang kecil dan pedagang besar.

Tabel 6 Data Jumlah Populasi dan Sampel Pelaku Pemasaran di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara

No	Dusun	Populasi	Sampel	Metode pengambilan sampel
1	Simangonding	45	8	<i>Random sampling</i>
2	Utte Godang	40	8	<i>Random sampling</i>
3	Huta Aron	33	7	<i>Random sampling</i>
4	Lumban Dolok	37	8	<i>Random sampling</i>
Jumlah		155	31	
5	Pedagang pengumpul	4	4	<i>Sensus</i>
6	Pedagang besar	2	2	<i>Sensus</i>
Jumlah		6	6	

Sumber: Data Olahan 2022

3.3 Metode Pengumpulan Data

Ada dua metode pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. berikut:

1. Wawancara adalah merupakan cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan langsung kepada narasumber peneliti. Wawancara biasanya dilakukan dengan bertatap muka dengan narasumber, tetapi
2. Seiring berjalan waktu dan teknologi semakin berkembang, wawancara tidak hanya dilakukan dengan tatap muka saja tetapi bisa dilakukan dengan alat media komunikasi, seperti ; telepon, email, dan lain lain.
3. Data Angket/Kuesioner
Kuesioner adalah merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membuat pertanyaan yang sesuai dengan topik yang diangkat dan menyampaikan atau memberikan pertanyaan-pertanyaan tertulis tersebut kepada narasumber peneliti terkait dengan topik yang diteliti. Teknik ini akan sangat efektif jika peneliti mengetahui benar variabel yang diukur dan keinginan yang diharapkan oleh responden penelitian.
4. Sudi Pustaka
Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data yang berdasarkan sumber-sumber yang diperoleh dari literatur seperti jurnal, buku, dan lain lain yang membahas tentang Analisis Pemasaran Kemenyan. Data sekunder merupakan data yang sudah ada yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya. Data aslinya tidak diamati peneliti tetap oleh pihak lain. Contoh data sekunder adalah data yang digabungkan melalui studi

dokumentasi. Dokumentasi merupakan salah satu bukti data bahwa seorangpeneliti sudah melakukan penelitian baik itu berupa foto atau lampiran, contohnya: Buku, Jurnal, skripsi.

3.4 Metode Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dan kuantitatif. Dimana data kualitatif dari penelitian ini adalah analisis yang digunakan dalam masalah saluran pemasaran Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara. Sedangkan analisis kuantitatif adalah analisis margin pemasaran, share pemasaran dan efektivitas pemasaran Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara.

1. Analisis Saluran Pemasaran

Untuk Analisis Saluran Pemasaran menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan untuk memecahkan masalah terkait saluran pemasaran yang ada untuk petani kemenyan di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara. Data diperoleh dari wawancara dan observasi saluran pemasaran Getah Kemenyan. di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara.

2. Analisis Margin Pemasaran

Untuk Analisis Margin Pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat petani dengan harga ditingkat Kelembagaan pemasaran tujuan pemasaran petani,di analisis menggunakan metode sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

M_p = Margin Pemasaran di setiap saluran pemasaran (Rp/Kg)

P_r = Harga jual di tingkat konsumen (Rp/Kg)

P_f = Harga beli di tingkat petani (Rp/Kg)

Karena dalam margin pemasaran terdapat ada dua komponen yaitu komponen biaya dan komponen keuntungan, maka untuk menghitung biaya pemasaran dan keuntungan menggunakan rumus:

$$MP = \pi + TC$$

$$\Pi = MP - TC$$

$$TC = MP - \pi$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran (Rp/Kg)

TC = Total biaya di tingkat lembaga pemasaran (Rp/Kg)

Π = keuntungan di tingkat lembaga pemasaran (Rp/Kg)

3. *Farmer's Share*

Persentase harga yang diterima oleh petani terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir disebut dengan *farmer's share*. Secara matematis *farmer's share* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$FS = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

F_s = Bagian harga atau persentase yang diterima petani (%)

P_f = Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

P_r = Harga di tingkat Konsumen akhir (Rp/Kg)

4. Analisis Efisiensi Pemasaran

Menurut Soekartawi (2002), untuk menghitung tingkat keefisienan pemasaran di setiap lembaga pemasaran dapat menggunakan rumus sebagai

berikut:
$$Eps = \frac{TBP}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

Eps = Efisiensi Pemasaran (%)

TBP= Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

TNP= Total Nilai Produk Yaitu Harga Pada Konsumen Akhir (Rp/Kg)

Dari perhitungan diatas dapat diperoleh efisiensi pemasaran menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a. Apabila nilai $Eps < 5\%$, maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian tersebut bisa dikatakan efisien.
- b. Apabila nilai $Eps > 5\%$, maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian tersebut bisa dikatakan tidak efisien.
- c. Apabila nilai $Eps = 5\%$, maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian tersebut bisa dikatakan efisien.

3.5 Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami penelitian ini jadi perlu dibuat definisi operasional variabel sebagai berikut:

1. Pemasaran kemenyan merupakan kegiatan usaha atau bisnis yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pendistribusian produk.

2. Getah kemenyan merupakan komoditi hasil hutan Sumatera Utara yang bernilai ekonomi tinggi, potensi tanaman kemenyan cukup besar dengan luasan hampir seluruh wilayah hutan ditiga kabupaten seperti Kabupaten Dairi, Kabupaten Tapanuli Utara dan Humbang Hasundutan kemenyan tumbuh dengan baik.
3. Petani Kemenyan merupakan petani yang bekerja disuatu lahan atau di hutan yang menyadap getah dari suatu pohon kemudian getah tersebut dijual.
4. Pedagang pengumpul kemenyan merupakan pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari petani produsen dan kemudian memasarkannya kembali dalam partai besar kepada pelanggan lain.
5. Pedagang besar kemenyan merupakan pedagang yang mengumpulkan/ membeli barang/kemenyan dalam jumlah yang besar langsung dari pengumpul dan produsen (petani).
6. Saluran pemasaran kemenyan merupakan saluran yang digunakan oleh lembaga pemasaran untuk menyalurkan gabah dan beras dari petani sampai kepada konsumen akhir.
7. Marjin pemasaran kemenyan merupakan tingkat perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dengan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir.
8. Harga jual merupakan nilai penjualan getah kemenyan yang diukur dengan satuan (Rp/Kg/Panen).
9. Harga beli merupakan nilai pembelian getah kemenyan yang diukur dengan satuan (Rp/Kg/Panen).

10. Biaya Pemasaran Kemenyan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer pada saat menjual barang atau kemenyan yang dikumpulkan.
11. *Farmer's Share* merupakan Persentase harga yang diterima oleh petani terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir disebut dengan *farmer's share*.
12. Efisiensi pemasaran kemenyan merupakan suatu keadaan yang digunakan dalam penilaian prestasi kerja proses pemasaran bagi semua lembaga.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu , Kabupaten Tapanuli Utara terdiri dari dua saluran pemasaran diantaranya:

- a. Saluran pemasaran langsung

Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar

- a. Saluran pemasaran satu tingkat

Petani → Pedagang Besar

2. Pada pola saluran pemasaran getah kemenyan di Desa Lumban Dolok dapat disimpulkan bahwa margin pemasaran getah kemenyan pada saluran I dan II sebesar Rp 50.000/Kg dan Rp 30.000/Kg. Pola saluran pemasaran getah kemenyan di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara pada Tahun 2022. Farmer's Share pemasaran kemenyan pada saluran pemasaran pertama yaitu 0,8% sedangkan Farmer's Share pemasaran pada saluran pemasaran yang kedua yaitu 0,9%.
3. Nilai efisiensi saluran pemasaran I dan II sebesar 0,3% dan 0,4% < 5% yang artinya kedua saluran pemasaran yang berada di Desa Lumban Dolok merupakan saluran pemasaran yang efisien. Namun, dalam penelitian ini saluran pemasaran I lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran II walaupun rantai pemasarannya lebih panjang.

6.2 SARAN

1. Kepada petani Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara sebaiknya petani membentuk suatu kelompok tani supaya dalam proses pemasaran getah kemenyan ada kesepakatan disaat pedagang datang untuk membeli getah kemenyan tersebut.
2. Kepada pemerintah, perlu adanya peran pemerintah maupun masyarakat untuk menjaga kestabilan harga pasar dari pada Produk getah Kemenyan.
3. Peneliti selanjutnya, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut bagaimana peremajaan tanaman kemenyan di Desa Lumban Dolok, Kecamatan, Kabupaten Tapanuli Utara, Supaya Produksi dari getah kemenyan tetap Stabil.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Anonymous, 2006. *Kemenyan Tapanuli Utara: Komoditi Andalan yang Kurang Diminati*. Majalah Kehutanan Indonesia, Edisi IV. Jakarta
- Aroning, R. 2018. *Analisis Saluran dan Hasil Margin Peamasaran di Desa Timbuseng. Kecamatan Pattalasang. Kabupaten Gowa*. <http://www.doptan.go.id>
- Asmarantaka, Ratna Winandi. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Departemen Agribisnis FEM- IPB. Bogor.
- Assauri, 2012. *Pemasaran; Prinsip dan Kasus*. BPFE. Yogyakarta.
- Assuari, S. 2018. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2020. *Luas Lahan dan Produksi Getah Kemenyan Di Tapanuli Utara*
- Badan Pusat Statistik, 2019. *Luas Lahan dan Produksi Getah Kementan menurut . Kecamatan Pahae Julu*.
- BPP, 2021. *Luas Lahan dan Produksi Kemenyan Setiap Desa di Kecamatan Pahae Julum, Kabupaten Tapanuli Utara, Provinsi Sumatera Utara*
- Departemen Kehutanan, 2009. *Peraturan Menteri Kehutanan Nomor 19 Tahun 2009 tentang Strategi Pengembangan Hasil Hutan Bukan Kayu*. Dephut. Jakarta.
- Ginjar Sri Lakutomo, 2014. " *Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis Online Dalam Jaringan Sosial Intenet*. Skripsi, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH Surakarta.
- Gumbira, E. dan A. Hariztintan, 2001. *Manajemen Agribisnis*. Penerbit Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Firdaus Heroza, Isyaturriyadhah, Mainif Sepfera, 2018. *Analisis Pemasaran Minyak Nilam di Kec. Lembah Masurai, Kabupaten Merangin*. *Jurnal. Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian. Universitas Muara Bungo*
- Kantor Kepala Desa Lumban Dolok, 2022. *Jumlah Penduduk Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara*
- Kantor Kepala Desa Lumban Dolok, 2022. *Jumlah Penduduk Berdasarkan umur di Desa Lumban Dolok*

- Kantor Kepala Desa Lumban Dolok, 2022. Jumlah Penduduk Menurut Agama yang di Anut di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara
- Kotler & Keller, 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas. PT. Indeks: Jakarta.
- Kotler & Armstrong, 2018. Analisis Saluran Pemasaran. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Kusmana, C & Hikmat, A, 2015. " Keanekaragaman Hayati Flora di Indonesia. Jurnal. Pengelolaan Sumber Daya Alam Dan Lingkungan.
- Laksana, 2018. " Analisis Saluran Pemasaran. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Lumban Gaol, Sori B. M, Defri Yoza, Tuti Arlita . 2016. Analisis Pemasaran Kemenyan di Desa Simarigung, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan. Jurnal. Agriculture, Riau University Kampus Binawidya, Pekanbaru, Riau.
- Mubyarto, 2017. Efisiensi Pemasaran Padi di Kecamatan Subang Kabupaten Banyumas.
- Mulyadi. 2012. *Akutansi Biaya, Edisi Kelima*. UUP STIKM YKPN. Yogyakarta 2007. Sistem Akutansi, Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. 2015. *Akutansi Biaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Nurdin Dyyah Resky, R. Marsuki Iswandi, Wa Ode Yusria, 2017. Analisis Pemasaran Minyak Nilam Dari Desa Karya Baru, Kecamatan Poleang Utara, Kabupaten Bombana. Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian.
- Rangkuti, K. 2018. *Analisis Pemasaran Jeruk Manis (Citru Sinensis) Studi Kasus Desa Sidiangkat, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi*.
- Simanjuntak Bobby Raya, Yunus Afifuddin, Ridwanti Batubara, 2015. Analisis Pemasaran Kemenyan di Kec. Pollung, Kab.Humbang Hasundutan. Jurnal. Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil- Hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Soetriono & Anik Suwandari. 2016. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Intimedia, Kelompok Intrans Publishing. Malang.
- Sudiyono. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM. Press. Malang

Santosa Tri Mohamad, Saharia Kassa, Alimudin Laapo, 2016. Analisis Pemasaran Getah Damar di Desa Malino Jaya, Kec. Soyo Jaya, Kab. Morowali Utara. Jurnal. Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu



Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner Penelitian

ANALISIS PEMASARAN GETAH KEMENYAN DI DESA LUMBAN DOLOK KECAMATAN PAHAE JULU KABUPATEN TAPANULI UTARA

No. Kuisisioner:

Tanggal Wawancara:

Bapak /Ibu/Saudara Saudari yang terhormat, saya Supratto Sitompul mahasiswa SI Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, yang saat ini ingin menyelesaikan skripsi dengan judul “ Analisis Pemasaran Getah Kemenyan”

Sehubungan dengan hal tersebut saya meminta bantuan dalam pengisian lembar angket ini sesuai keadaan/perasaan Bapak/ibu, angket ini hanya digunakan sebagai data dalam penelitian ini.

Demikian yang dapat saya sampaikan, atas perhatian, kerja sama dan bantuan yang telah Bapak/Ibu, saya ucapkan Terima Kasih.

1. Identitas Petani

- Nama : _____
- Jenis Kelamin : Laki-Laki Wanita
- Umur : Tahun
- Alamat : _____
- Pendidikan Terakhir : _____
- Status : _____

- Jumlah Tanggungan Keluarga: orang
- Pekerjaan :

A. Pertanyaan kepada Petani:

1. Sudah berapa lama bapak bekerja sebagai petani Kemenyan (tahun)?
2. Apakah bapak memiliki jenis usaha lain :
 - a. Ya
 - b. TidakJika ya, sebutkan :
3. Berapa jumlah luas lahan Kemenyan yang bapak miliki?
4. Berapakah jumlah produksi yang dihasilkan dalam sekali panen /Kg?
5. Berapa kali panen dalam setahun?
6. Berapa jumlah pendapatan bapak dalam sekali panen (Rp)?
7. Berapakah jumlah penjualan/hari/minggu/bulan untuk komoditi kemenyan tersebut?
8. Bagaimana bapak menentukan harga jual dari komoditi Kemenyan?
9. Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai harga jual dari komoditi kemenyan tersebut?
10. Kapan anda melakukan penjualan kemenyan tersebut?
 - a. Setiap minggu
 - b. Setiap bulan
 - c. Lainnya
11. Berapakah harga yang diberikan setiap bapak melakukan penjualan?
12. Apakah Bapak bisa melakukan penawaran terhadap harga yang diberikan
 - a. Ya
 - b. TidakJika ya, seberapa banyak penambahan yang diberikan
: /Kg
13. Apakah anda melakukan penjualan kemenyan hanya pada satu pengumpul?
 - a. Ya
 - b. TidakJika tidak, berapa banyak?
14. Menurut bapak kemanakah menjual Kemenyan yang paling

menguntungkan dari lembaga pemasaran dibawah ini?

- a. Pedagang pengumpul b. Pedagang besar c. Pasar

B. Tanggapan Sampel Mengenai Fungsi Pemasaran

No	Fungsi Pemasaran	Ya	Tidak
1	Pembelian		
2	Penjualan		
3	Pemanenan		
4	Transportasi		
5	Penyimpanan		
6	Penggunaan Resiko		
7	Informasi Pasar		

- ✓ : Melakukan Fungsi Pemasaran Tersebut
 - : Tidak Melakukan Fungsi Pemasaran Tersebut

C. KUISIONER PEDAGANG PENGUMPUL

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Pendidikan :

Agama :

Pekerjaan :

Lama Berusa : Tahun

Jumlah Tanggungan Keluarga : Orang

1. Sejak kapan Bapak menjadi pengumpul getah kemenyan ?
2. Berapa banyak kemenyan yang bapak kumpulkan setiap kali membeli kemenyan tersebut ?
3. Berapa harga kemenyan yang Bapak tawarkan kepada petani ?

4. Berapa harga yang anda terima dari pedagang besar?
5. Apakah bapak bisa menawar harga yang diberikan agar dinaikkan?
6. Berapa banyak pedagang besar yang menjadi langganan anda dalam menjual kemenyan tersebut?
7. Adakah tenaga kerja yang bapak miliki?
 - a. Ya
 - b. Tidak
8. Berapa jumlah tenaga kerja yang bapak milik....orang?
9. Berapa upah tenaga kerja/orang (Rp)?
10. Apa saja biaya yang anda butuhkan dalam mengumpulkan kemenyan dari petani hingga menjualnya lagi?

D. Tanggapan Sampel Mengenai Fungsi Pemasaran

No	Fungsi Pemasaran	Ya	Tidak
1	Pembelian		
2	Penjualan		
3	Pemanenan		
4	Transportasi		
5	Penyimpanan		
6	Penggunaan Resiko		
7	Informasi Pasar		

- ✓ : Melakukan Fungsi Pemasaran Tersebut
 - : Tidak Melakukan Fungsi Pemasaran Tersebut

E. KUESIONER PEDAGANG BESAR

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Pendidikan :

Agama :

Pekerjaan :

Lama Berusaha : Tahun

Jumlah Tanggungan Keluarga: Orang

1. Sejak kapan bapak membeli getah kemenyan tersebut ?
2. Berapa banyak getah kemenyan yang bapak tampung setiap kali membeli ?
3. Berapa harga kemenyan yang bapak tawarkan kepada pedagang pengumpul?
4. Adakah tenaga kerja yang anda miliki?
 - a. Ya
 - b. Tidak
5. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda miliki..... orang
6. Berapa upah tenaga kerja/orang : Rp?
7. Apa saja biaya yang anda butuhkan dalam mengumpulkan kemenyan dari pengumpul hingga menjualnya lagi?
8. Kemana saja bapak memasarkan getah kemenyan yang bapakkumpulkan tersebut?

F. Tanggapan Sampel Mengenai Fungsi Pemasaran

No	Fungsi Pemasaran	Ya	Tidak
1	Pembelian		
2	Penjualan		
3	Pemanenan		
4	Transportasi		
5	Penyimpanan		
6	Penggunaan Resiko		
7	Informasi Pasar		

- ✓ : Melakukan Fungsi Pemasaran Tersebut
 - : Tidak Melakukan Fungsi Pemasaran Tersebut

Lampiran 2. Karakteristik Sampel Petani Getah Kemenyan Desa Lumban Dolok

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Lama Bertani (Tahun)	Luas Lahan (Ha)	Jumlah Anggota Keluarga	Kepemilikan Lahan	Agama
1	Derelling Sinaga	Laki – Laki	46	SMP	Petani	30	3,5	4 orang	Milik Pribadi	Kristen
2	Davit Simamora	Laki – Laki	30	SMA	Petani	10	2,5	3 orang	Milik pribadi	Kristen
3	Binton Sitompul	Laki – Laki	46	SD	Petani	30	2	4 orang	Milik Pribadi	Kristen
4	Pantur Sitompul	Laki – Laki	46	SMA	Petani	5	1,5	4 orang	Milik Pribadi	Kristen
5	Idris Sitompul	Laki – Laki	34	SMP	Petani	10	3,5	5 orang	Milik Pribadi	Kristen
6	Pagul Sitanggung	Laki – Laki	49	SD	Petani	34	2,5	5 orang	Milik Pribadi	Kristen
7	Sahat Sitanggung	Laki – Laki	56	SD	Petani	20	1,5	2 orang	Milik Pribadi	Islam
8	Frengki Sinaga	Laki – Laki	44	SMA	Petani	23	1,5	3 orang	Milik Pribadi	Kristen
9	Daniel Sitompul	Laki – Laki	35	SMP	Petani	15	2	6 orang	Milik Pribadi	Kristen
10	Carles sitompul	Laki – Laki	35	SD	Petani	20	1,5	3 orang	Milik Pribadi	Kristen
11	Daniel Tambunan	Laki – Laki	30	SD	Petani	20	2,5	4 orang	Milik Pribadi	Kristen
12	Sabar Sinaga	Laki – Laki	31	SMP	Petani	12	1,5	2 orang	Milik Pribadi	Kristen
13	Parlin Sitompul	Laki – Laki	56	SD	Petani	30	3	4 orang	Milik Pribadi	Kristen
14	Sudomo Sitompul	Laki – Laki	45	SMA	Petani	30	2,5	5 orang	Milik Pribadi	Kristen
15	Ramot Sitompul	Laki – Laki	42	SMP	Petani	22	2,5	3 orang	Milik Pribadi	Kristen
16	Porman Sitompul	Laki – Laki	48	SMP	Petani	20	3,5	5 orang	Milik Pribadi	Kristen
17	Darwin Sitompul	Laki – Laki	59	SMP	Petani	30	2,5	5 orang	Milik Pribadi	Kristen
18	Sakkot sitompul	Laki – Laki	46	SMP	Petani	10	3,5	2 orang	Milik Pribadi	Kristen
19	Rahut sitompul	Laki – Laki	34	SMP	Petani	20	3,5	7 orang	Milik Pribadi	Islam
20	Anto Sitanggung	Laki – Laki	53	SD	Petani	25	2,5	4 orang	Milik Pribadi	Islam
21	Agus Sitompul	Laki – Laki	29	SD	Petani	35	1,5	4 orang	Milik Pribadi	Islam
22	Hasiholan Tambunan	Laki – Laki	26	SMP	Petani	13	1,5	5 orang	Milik Pribadi	Islam
23	Parsaoran Sitompul	Laki – Laki	33	SD	Petani	12	2,5	3 orang	Milik Pribadi	Islam
24	Suhendra Bangun	Laki – Laki	30	SD	Petani	24	2	2 orang	Milik Pribadi	Kristen
25	Marlon Sitompul	Laki – Laki	60	SMP	Petani	10	1,5	5 orang	Milik Pribadi	Kristen
26	Adi Saputra Pasaribu	Laki – Laki	58	SMP	Petani	10	3,5	4 orang	Milik Pribadi	Kristen
27	Pisga Sitompul	Laki – Laki	37	SD	Petani	30	3	6 orang	Milik Pribadi	Kristen
28	Dolok Sitompul	Laki – Laki	54	SMP	Petani	15	3,5	4 orang	Milik Pribadi	Kristen
29	Dodi Sitompul	Laki – Laki	33	SMA	Petani	40	1,5	5 orang	Milik Pribadi	Kristen
30	Marto Sitompul	Laki – Laki	46	SMP	Petani	10	2,5	3 orang	Milik Pribadi	Kristen
31	Op. Yusuf Sitompul	Laki – Laki	58	SMP	Petani	30	3,5	8 orang	Milik Pribadi	Kristen

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 3. Harga Jual Petani Getah Kemenyan Di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/Kg)	Dijual Ke
1	Derelling Sinaga	3,5	25	240.000	Pedagang Pengumpul
2	Davit Simamora	2,5	20	240.000	Pedagang Pengumpul
3	Binton Sitompul	2	19	240.000	Pedagang Pengumpul
4	Pantur Sitompul	1,5	17	240.000	Pedagang Pengumpul
5	Idris Sitompul	3,5	25	240.000	Pedagang Pengumpul
6	Pagul Sitanggung	2,5	20	240.000	Pedagang Pengumpul
7	Sahat Sitanggung	1,5	16	260.000	Pedagang Besar
8	Frengki Sinaga	1,5	16	260.000	Pedagang Besar
9	Daniel Sitompul	2	19	260.000	Pedagang Besar
10	Carles sitompul	1,5	16	260.000	Pedagang Besar
11	Daniel Tambunan	2,5	20	240.000	Pedagang Pengumpul
12	Sabar Sinaga	1,5	17	240.000	Pedagang Pengumpul
13	Parlin Sitompul	3	23	240.000	Pedagang Pengumpul
14	Sudomo Sitompul	2,5	20	240.000	Pedagang Pengumpul
15	Ramot Sitompul	2,5	21	240.000	Pedagang Pengumpul
16	Porman Sitompul	3,5	27	240.000	Pedagang Pengumpul
17	Darwin Sitompul	2,5	22	240.000	Pedagang Pengumpul
18	Sakkot sitompul	3,5	26	240.000	Pedagang Pengumpul
19	Rahut sitompul	3,5	27	240.000	Pedagang Pengumpul
20	Anto Sitanggung	2,5	21	240.000	Pedagang Pengumpul
21	Agus Sitompul	1,5	17	240.000	Pedagang Pengumpul
22	Hasiholan Tambunan	1,5	16	240.000	Pedagang Pengumpul
23	Parsaoran Sitompul	2,5	21	240.000	Pedagang Pengumpul
24	Suhendra Bangun	2	19	240.000	Pedagang Pengumpul
25	Marlon Sitompul	1,5	15	240.000	Pedagang Pengumpul
26	Adi Saputra Pasaribu	3,5	25	240.000	Pedagang Pengumpul
27	Pisga Sitompul	3	23	240.000	Pedagang Pengumpul
28	Dolok Sitompul	3,5	27	240.000	Pedagang Pengumpul
29	Dodi Sitompul	1,5	16	240.000	Pedagang Pengumpul
30	Marto Sitompul	2,5	20	240.000	Pedagang Pengumpul
31	Op. Yusuf Sitompul	3,5	25	240.000	Pedagang Pengumpul
Total		76	641	7.520.000	
Rata-Rata		2.45	20.677	242.580.000	

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 4. Penerimaan Petani Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp/Ha)
1	Derelling Sinaga	3,5	25	240.000	6.000,000
2	Davit Simamora	2,5	20	240.000	4.800,000
3	Binton Sitompul	2	19	240.000	4.560,000
4	Pantur Sitompul	1,5	17	240.000	4.080,000
5	Idris Sitompul	3,5	25	240.000	6.000,000
6	Pagul Sitanggang	2,5	20	240.000	4.800,000
7	Sahat Sitanggang	1,5	16	260.000	4.160,000
8	Frengki Sinaga	1,5	16	260.000	4.160,000
9	Daniel Sitompul	2	19	260.000	4.940,000
10	Carles sitompul	1,5	16	260.000	4.160,000
11	Daniel Tambunan	2,5	20	240.000	4.800,000
12	Sabar Sinaga	1,5	17	240.000	4.080,000
13	Parlin Sitompul	3	23	240.000	5.520,000
14	Sudomo Sitompul	2,5	20	240.000	4.800,000
15	Ramot Sitompul	2,5	21	240.000	5.040,000
16	Porman Sitompul	3,5	27	240.000	6.480,000
17	Darwin Sitompul	2,5	22	240.000	5.280,000
18	Sakkot sitompul	3,5	26	240.000	6.240,000
19	Rahut sitompul	3,5	27	240.000	6.480,000
20	Anto Sitanggang	2,5	21	240.000	5.040,000
21	Agus Sitompul	1,5	17	240.000	4.080,000
22	Hasiholan Tambunan	1,5	16	240.000	3.840,000
23	Persaoran Sitompul	2,5	21	240.000	5.040,000
24	Suhendra Bangun	2	19	240.000	4.560,000
25	Marlon Sitompul	1,5	15	240.000	3.600,000
26	Adi Saputra Pasaribu	3,5	25	240.000	6.000,000
27	Pisga Sitompul	3	23	240.000	5.520,000
28	Dolok Sitompul	3,5	27	240.000	6.480,000
29	Dodi Sitompul	1,5	16	240.000	3.840,000
30	Marto Sitompul	2,5	20	240.000	4.800,000
31	Op. Yusuf Sitompul	3,5	25	240.000	6.000,000
Total		76	641	7.520.000	155.180,000
Rata-Rata		2.45	20.677	242.580.000	5.005,806

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 5 . Biaya Produksi & Pemasaran Petani Getah Kemenyan Pada Saluran Pemasaran I di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Biaya Produksi & Pemasaran					Total Biaya (Rp/Ha)
		Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/Ha)	Upah Pemanen (Rp/Hari)	Transportasi (Rp/Hari)	Jumlah Biaya (Rp/Hari)	
1	Derelling Sinaga	3,5	25	100.000	10.000	110.000	2,750,000
2	Davit Simamora	2,5	20	100.000	10.000	110.000	2,200,000
3	Binton Sitompul	2	19	100.000	10.000	110.000	2,090,000
4	Pantur Sitompul	1,5	17	100.000	10.000	110.000	1,870,000
5	Idris Sitompul	3,5	25	100.000	10.000	110.000	2,750,000
6	Pagul Sitanggung	2,5	20	100.000	10.000	110.000	2,200,000
7	Daniel Tambunan	2,5	20	100.000	10.000	110.000	2,200,000
8	Sabar Sinaga	1,5	17	100.000	10.000	110.000	1,870,000
9	Parlin Sitompul	3	23	100.000	10.000	110.000	2,530,000
10	Sudomo Sitompul	2,5	20	100.000	10.000	110.000	2,200,000
11	Ramot Sitompul	2,5	21	100.000	10.000	110.000	2,310,000
12	Porman Sitompul	3,5	27	100.000	10.000	110.000	2,970,000
13	Darwin Sitompul	2,5	22	100.000	10.000	110.000	2,420,000
14	Sakkot sitompul	3,5	26	100.000	10.000	110.000	2,860,000
15	Rahut sitompul	3,5	27	100.000	10.000	110.000	2,970,000
16	Anto Sitanggung	2,5	21	100.000	10.000	110.000	2,310,000
17	Agus Sitompul	1,5	17	100.000	10.000	110.000	1,870,000
18	Hasiholan Tambunan	1,5	16	100.000	10.000	110.000	1,760,000
19	Persaoran Sitompul	2,5	21	100.000	10.000	110.000	2,310,000
20	Suhendra Bangun	2	19	100.000	10.000	110.000	2,090,000
21	Marlon Sitompul	1,5	15	100.000	10.000	110.000	1,650,000
22	Adi Saputra Pasaribu	3,5	25	100.000	10.000	110.000	2,750,000
23	Pisga Sitompul	3	23	100.000	10.000	110.000	2,530,000
24	Dolok Sitompul	3,5	27	100.000	10.000	110.000	2,970,000
25	Dodi Sitompul	1,5	16	100.000	10.000	110.000	1,760,000
26	Marto Sitompul	2,5	20	100.000	10.000	110.000	2,200,000
27	Op. Yusuf Sitompul	3,5	25	100.000	10.000	110.000	2,750,000
Total		69,5	574	2,700,000	270,000	2,970,000	63,140,000
Rata- Rata		2,5	21,26	100,000	10,000	110,000	2,338,518

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 6. Penerimaan Petani Getah Kemenyan Pada Saluran Pemasaran I di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp/Ha)
1	Derelling Sinaga	3,5	25	240.000	6.000,000
2	Davit Simamora	2,5	20	240.000	4.800,000
3	Binton Sitompul	2	19	240.000	4.560,000
4	Pantur Sitompul	1,5	17	240.000	4.080,000
5	Idris Sitompul	3,5	25	240.000	6.000,000
6	Pagul Sitanggang	2,5	20	240.000	4.800,000
7	Daniel Tambunan	2,5	20	240.000	4.800,000
8	Sabar Sinaga	1,5	17	240.000	4.080,000
9	Parlin Sitompul	3	23	240.000	5.520,000
10	Sudomo Sitompul	2,5	20	240.000	4.800,000
11	Ramot Sitompul	2,5	21	240.000	5.040,000
12	Porman Sitompul	3,5	27	240.000	6.480,000
13	Darwin Sitompul	2,5	22	240.000	5.280,000
14	Sakkot sitompul	3,5	26	240.000	6.240,000
15	Rahut sitompul	3,5	27	240.000	6.480,000
16	Anto Sitanggang	2,5	21	240.000	5.040,000
17	Agus Sitompul	1,5	17	240.000	4.080,000
18	Hasiholan Tambunan	1,5	16	240.000	3.840,000
19	Persaoran Sitompul	2,5	21	240.000	5.040,000
20	Suhendra Bangun	2	19	240.000	4.560,000
21	Marlon Sitompul	1,5	15	240.000	3.600,000
22	Adi Saputra Pasaribu	3,5	25	240.000	6.000,000
23	Pisga Sitompul	3	23	240.000	5.520,000
24	Dolok Sitompul	3,5	27	240.000	6.480,000
25	Dodi Sitompul	1,5	16	240.000	3.840,000
26	Marto Sitompul	2,5	20	240.000	4.800,000
27	Op. Yusuf Sitompul	3,5	25	240.000	6.000,000
Total		69,5	574	6,480,000	137,760,000
Rata- Rata		2,5	21,26	240,000	5,102,222

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 7 . Pendapatan Petani Getah Kemenyan Pada Saluran Pemasaran I di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Penerimaan (Rp/Ha)	Biaya (Rp/Ha)	Pendapatan (Rp/Ha)
1	Derelling Sinaga	6.000,000	2,750,000	3,250,000
2	Davit Simamora	4.800,000	2,200,000	2,600,000
3	Binton Sitompul	4.560,000	2,090,000	2,470,000
4	Pantur Sitompul	4.080,000	1,870,000	2,210,000
5	Idris Sitompul	6.000,000	2,750,000	3,250,000
6	Pagul Sitanggang	4.800,000	2,200,000	2,600,000
7	Daniel Tambunan	4.800,000	2,200,000	2,600,000
8	Sabar Sinaga	4.080,000	1,870,000	2,210,000
9	Parlin Sitompul	5.520,000	2,530,000	2,990,000
10	Sudomo Sitompul	4.800,000	2,200,000	2,600,000
11	Ramot Sitompul	5.040,000	2,310,000	2,730,000
12	Porman Sitompul	6.480,000	2,970,000	3,510,000
13	Darwin Sitompul	5.280,000	2,420,000	2,860,000
14	Sakkot sitompul	6.240,000	2,860,000	3,380,000
15	Rahut sitompul	6.480,000	2,970,000	3,510,000
16	Anto Sitanggang	5.040,000	2,310,000	2,730,000
17	Agus Sitompul	4.080,000	1,870,000	2,210,000
18	Hasiholan Tambunan	3.840,000	1,760,000	2,080,000
19	Persaoran Sitompul	5.040,000	2,310,000	2,730,000
20	Suhendra Bangun	4.560,000	2,090,000	2,470,000
21	Marlon Sitompul	3.600,000	1,650,000	1,950,000
22	Adi Saputra Pasaribu	6.000,000	2,750,000	3,250,000
23	Pisga Sitompul	5.520,000	2,530,000	2,990,000
24	Dolok Sitompul	6.480,000	2,970,000	3,510,000
25	Dodi Sitompul	3.840,000	1,760,000	2,080,000
26	Marto Sitompul	4.800,000	2,200,000	2,600,000
27	Op. Yusuf Sitompul	6.000,000	2,750,000	3,250,000
Total		137,760,000	63,140,000	71,695,000
Rata- Rata		5,102,222	2,338,518	2,655,370

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 8. Biaya Produksi & Pemasaran Petani Getah Kemenyan Pada Saluran Pemasaran II di Desa Lumban Dolok

Biaya Produksi & Pemasaran							
No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ha)	Upah Pemanen (Rp/Hari)	Transportasi (Rp/Hari)	Jumlah Biaya (Rp/Hari)	Total Biaya (Rp/Ha)
1	Sahat Sitanggung	1,5	16	100.000	30.000	130.000	2,080,000
2	Frengki Sinaga	1,5	16	100.000	30.000	130.000	2,080,000
3	Daniel Sitompul	2	19	100.000	30.000	130.000	2,470,000
4	Carles sitompul	1,5	16	100.000	30.000	130.000	2,080,000
Total		6,5	67	400.000	120.000	520.000	8,710,000
Rata- Rata		1.625	16,75	100.000	30.000	130.000	2,177,500

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 9. Penerimaan Petani Getah Kemenyan Pada Saluran Pemasaran II di Desa Lumban dolok

No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp/Ha)
1	Sahat Sitanggung	1,5	16	260.000	4,160,000
2	Frengki Sinaga	1,5	16	260.000	4,160,000
3	Daniel Sitompul	2	19	260.000	4,940,000
4	Carles sitompul	1,5	16	260.000	4,160,000
Total		6,5	67	1,040,000	17,420,000
Rata- Rata		1.625	16,75	260.000	4,355,000

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 10. Pendapatan Petani Getah Kemenyan Pada Saluran Pemasaran II di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Penerimaan (Rp/Ha)	Total Biaya (Rp/Ha)	Pendapatan (Rp/Ha)
1	Sahat Sitanggang	4,160,000	2,080,000	2,080,000
2	Frengki Sinaga	4,160,000	2,080,000	2,080,000
3	Daniel Sitompul	4,940,000	2,470,000	1,690,000
4	Carles sitompul	4,160,000	2,080,000	2,080,000
Total		17,420,000	8,710,000	7,930,000
Rata- Rata		4,355,000	2,177,500	1,982,500

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 11. Karakteristik Pedagang Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Lama Ber-Usaha(Tahun)	Jumlah Anggota Keluarga	Agama
1	Alnikro Sinaga	Laki - Laki	40	SMP	Pedagang Pengumpul	5	6 orang	Kristen
2	Pardamean Sitompul	Laki - Laki	55	SMA	Pedagang Pengumpul	3	3 orang	Kristen
3	Jhonny Sitompul	Laki - Laki	34	SMP	Pedagang Pengumpul	2	7 orang	Kristen
4	Koster Sitompul	Laki - Laki	59	SMP	Pedagang Pengumpul	4	2 orang	Kristen
5	Betman Sitompul	Laki - Laki	60	SMA	Pedagang Besar	15	2 orang	Kristen
6	Asbron Sitompul	Laki - Laki	40	SMK	Pedagang Besar	10	4 orang	Kristen

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Lampiran 12. Karakteristik Pedagang Pengumpul Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)
1	Alnikro Sinaga	40	SMP	3 Tahun	6 Orang
2	Pardamean Sitompul	55	SMA	2 Tahun	3 Orang
3	Jhonny Sitompul	34	SMP	5 Tahun	7 Orang
4	Koster Sitompul	59	SMP	2 Tahun	2 Orang

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Lampiran 13. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Transportasi (Rp/Kg)	Bongkar/Muat (Rp/Kg)	Sortasi (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	Alnikro Sinaga	2.000	5.000	10.000	17.000
2	Pardamean Sitompul	2.000	5.000	10.000	17.000
3	Jhonny Sitompul	2.000	5.000	10.000	17.000
4	Koster Sitompul	3.000	5.000	10.000	18.000
Total		9.000	20.000	40.000	69.000
Rata-Rata		2,250	5.000	10.000	17.250

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Lampiran 14. Pendapatan Pedagang Pengumpul di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)	Profit (Rp/Kg)	Muatan (Kg)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	Alnikro Sinaga	260.000	17.000	243.000	250	60.750,000	4.250,000	56.500,000
2	Pardamean Sitompul	260.000	17.000	243.000	150	36.450,000	2.550,000	33.900,000
3	Jhonny Sitompul	245.000	17.000	228.000	200	45.600,000	3.400,000	42.200,000
4	Koster Sitompul	250.000	18.000	232.000	350	81.200,000	5.950,000	75.250,000
Total		1.015,000	69.000	946.000	950	224.000,000	16.150,000	207.850,000
Rata-Rata		253.750	17.250	236.500	237,5	56.000,000	4.037,000	51.962,500

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Lampiran 15. Harga Beli, Harga Jual, Margin Pemasaran, dan *Farmer's Share* Pada Saluran Pemasaran I di Desa Lumban Dolok

No	Pedagang Pengumpul	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1	Alnikro Sinaga	240.000	260.000	20.000	0,92
2	Pardamean Sitompul	240.000	260.000	20.000	0,92
3	Jhonny Sitompul	240.000	245.000	5.000	0,97
4	Koster Sitompul	240.000	250.000	10.000	0,96
Total		960.000	1.015,000	55.000	3,77
Rata-Rata		240.000	253.750	13,750	0,94

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Lampiran 16 . Karakteristik Pedagang Besar Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)
1	Betman Sitompul	60	SMA	15	2 orang
2	Asbron Sitompul	40	SMK	10	4 orang

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Lampiran 17. Biaya Pemasaran Pedagang Besar di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Transportasi (Rp/Kg)	Bongkar/Muat (Rp/Kg)	Sortasi (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	Betman Sitompul	6.000	8.000	13.000	27.000
2	Asbron Sitompul	5.000	7.500	13.000	25.500
Total		11.000	15.500	26.000	52.500
Rata-Rata		5.500	7.750	13.000	26.250

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Lampiran 18. Pendapatan Pedagang Besar di Desa Lumban Dolok

No	Nama	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)	Profit (Rp/Kg)	Muatan (Kg)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	Betman Sitompul	290.000	27.000	263.000	1.500	394.500.000	40.500.000	354.000.000
2	Asbron Sitompul	285.000	25.500	259.500	1000	259.500.000	25.500.000	234.000.000
Total		575.000	52.500	522.500	2.500	654.000.000	66.000.000	588.000.000
Rata-Rata		287.500	26.250	261.250	1.250	327.000.000	33.000.000	294.000.000

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Lampiran 19. Harga Beli, Harga Jual, Margin Pemasaran, dan *Farmer's Share* Pada Saluran Pemasaran II di Desa Lumban Dolok

No	Pedagang Besar	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1	Betman Sitompul	260.000	290.000	30.000	0,89
2	Asbron Sitompul	260.000	285.000	25.000	0,91
Total		520.000	575.000	55.000	1,8
Rata-Rata		260.000	287.500	27.500	0,9

Sumber: Data Primer Diolah 2022

**Lampiran 20. Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok,
Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara**

No	Uraian	Biaya (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1	Petani			
	Harga Jual		240.000	0,92
	Biaya Produksi & Pemasaran:			
	Upah Pemanen	100.000		0,38
	Transportasi	10.000		0,03
	Total Biaya	110.000		0,4
	Keuntungan Pemasaran		130.000	0,5
2	Pedagang Pengumpul			
	Biaya Pemasaran:			
	Harga Beli Pedagang Pengumpul		240.000	0,92
	Transportasi	2.000		0,0
	Bongkar/Muat	5.000		0,01
	Sortasi	10.000		0,03
	Total Biaya Pemasaran	17.000		0,06
3	Keuntungan Pemasaran		243.000	0,93
4	Harga Jual Pedagang Pengumpul		260.000	100
5	Harga Beli Pedagang Besar		260.000	100
6	Marjin Pemasaran		20.000	0,07

Sumber: Data Primer Diolah 2022

**Lampiran 21. Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok,
Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara**

No	Uraian	Biaya (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1	Petani			
	Harga Jual		240.000	0,92
	Biaya Produksi & Pemasaran:			
	Upah Pemanen	100.000		0,38
	Transportasi	10.000		0,03
	Total Biaya	110.000		0,42
	Keuntungan Pemasaran		130.000	0,5
2	Pedagang Pengumpul			
	Biaya Pemasaran:			
	Harga Beli Pedagang Pengumpul		240.000	0,92
	Transportasi	2.000		0,00
	Bongkar/Muat	5.000		0,01
	Sortasi	10.000		0,03
	Total Biaya Pemasaran	17.000		0,06
3	Keuntungan Pemasaran		243.000	0,93
4	Harga Jual Pedagang Pengumpul		260.000	100
5	Harga Beli Pedagang Besar		260.000	100
6	Marjin Pemasaran		20.000	0,07

Sumber: Data Primer Diolah 2022

**Lampiran 22. Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok,
Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara**

No	Uraian	Biaya (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1	Petani			
	Harga Jual		240.000	0,97
	Biaya Produksi & Pemasaran:			
	Upah Pemanen	100.000		0,40
	Transportasi	10.000		0,04
	Total Biaya	110.000		0,44
	Keuntungan Pemasaran		130.000	0,53
2	Pedagang Pengumpul			
	Biaya Pemasaran:			
	Harga Beli Pedagang Pengumpul		240.000	0,97
	Transportasi	2.000		0,00
	Bongkar/Muat	5.000		0,02
	Sortasi	10.000		0,04
	Total Biaya Pemasaran	17.000		0,06
3	Keuntungan Pemasaran		228.000	0,93
4	Harga Jual Pedagang Pengumpul		245.000	100
5	Harga Beli Pedagang Besar		245.000	100
6	Marjin Pemasaran		5.000	0,02

Sumber: Data Primer Diolah 2022

**Lampiran 23. Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok,
Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara**

No	Uraian	Biaya (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1	Petani			
	Harga Jual		240.000	0,96
	Biaya Produksi & Pemasaran:			
	Upah Pemanen	100.000		0,4
	Transportasi	10.000		0,04
	Total Biaya	110.000		0,44
	Keuntungan Pemasaran		130.000	0,52
2	Pedagang Pengumpul			
	Biaya Pemasaran:			
	Harga Beli Pedagang Pengumpul		240.000	0,96
	Transportasi	3.000		0,01
	Bongkar/Muat	5.000		0,02
	Sortasi	10.000		0,04
	Total Biaya Pemasaran	18.000		0,07
3	Keuntungan Pemasaran		232,000	0,92
4	Harga Jual Pedagang Pengumpul		250.000	100
5	Harga Beli Pedagang Besar		250.000	100
6	Marjin Pemasaran		10.000	0,04

Sumber: Data Primer Diolah 2022

**Lampiran 24. Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok,
Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara**

No	Uraian	Biaya (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share (%)</i>
1	Petani			
	Harga Jual		260.000	0,89
	Biaya Produksi & Pemasaran:			
	Upah Pemanen	100.000		0,34
	Transportasi	30.000		0,10
	Total Biaya	130.000		0,44
	Keuntungan Pemasaran		130.000	0,44
2	Pedagang Besar			
	Biaya Pemasaran:			
	Harga Beli Pedagang Besar		260.000	0,89
	Transportasi	6.000		0,02
	Bongkar/Muat	8.000		0,02
	Sortasi	13.000		0,04
	Total Biaya Pemasaran	27.000		0,09
3	Keuntungan Pemasaran		263,000	0,90
4	Harga Jual Pedagang Besar		290.000	100
5	Margin Pemasaran		30.000	0,10

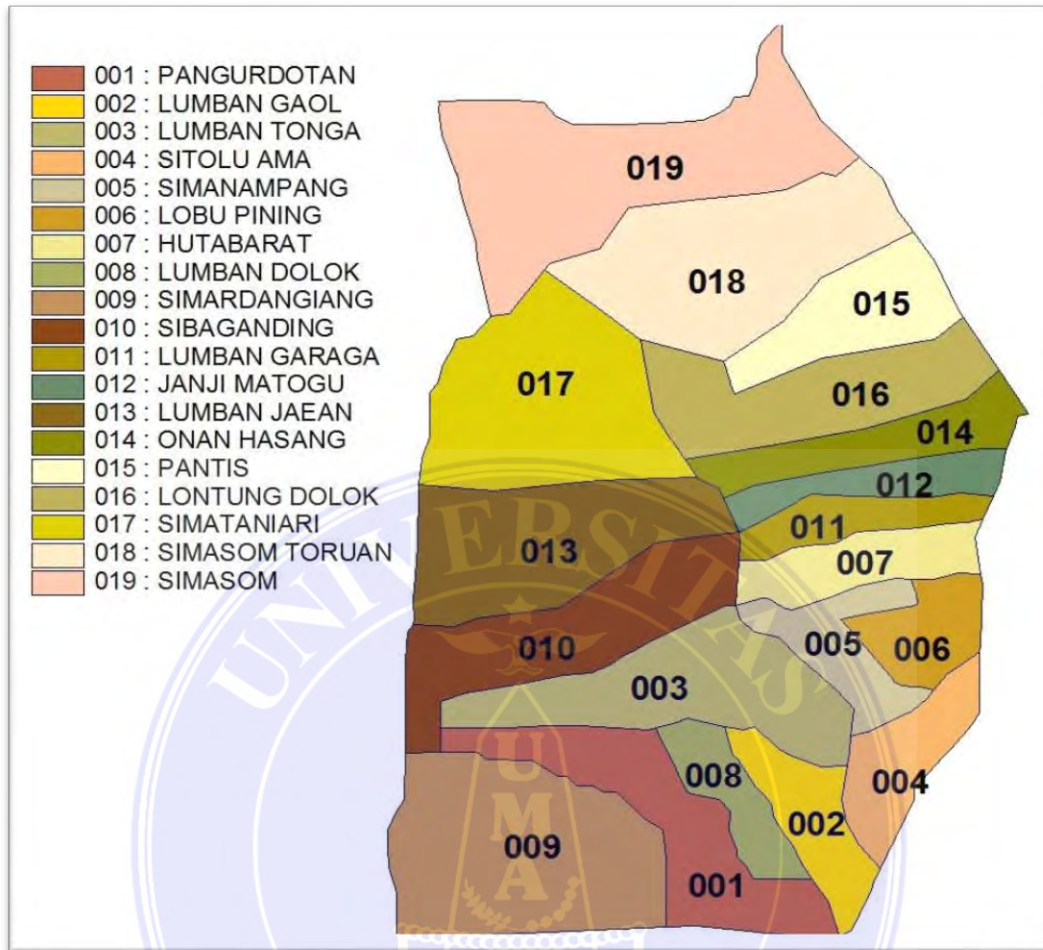
Sumber: Data Primer Diolah 2022

**Lampiran 25. Analisis Margin Pemasaran Getah Kemenyan di Desa Lumban Dolok,
Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara**

No	Uraian	Biaya (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1	Petani			
	Harga Jual		260.000	0,91
	Biaya Produksi & Pemasaran:			
	Upah Pemanen	100.000		0,00
	Transportasi	30.000		0,10
	Total Biaya	130.000		0,45
	Keuntungan Pemasaran		130.000	0,45
2	Pedagang Besar			
	Biaya Pemasaran:			
	Harga Beli Pedagang Besar		260.000	0,91
	Transportasi	5.000		0,01
	Bongkar/Muat	7.500		0,02
	Sortasi	13.000		0,04
	Total Biaya Pemasaran	25.500		0,08
3	Keuntungan Pemasaran		259,500	0,91
4	Harga Jual Pedagang Besar		285.000	100
5	Marjin Pemasaran		25.000	0,08

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Lampiran 26. Gambaran Lokasi Penelitian



Gambar 4. Lokasi penelitian

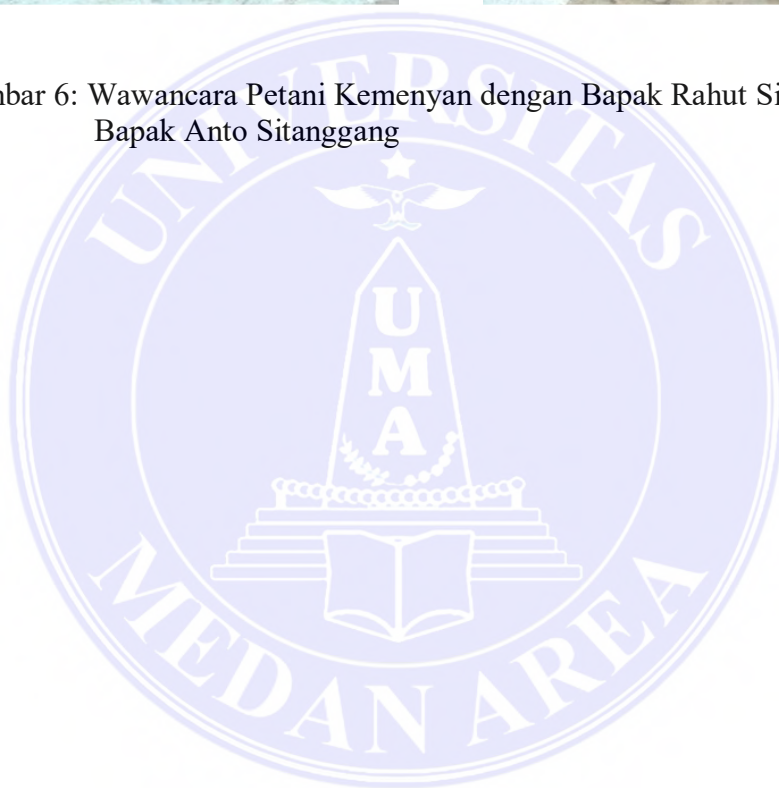
Lampiran 27. Dokumentasi Penelitian



Gambar 5. Survey Lahan Getah Kemenyan Bersama Petani Op. Yusuf Sitompul



Gambar 6: Wawancara Petani Kemenyan dengan Bapak Rahut Sitompul dan Bapak Anto Sitanggung





Gambar 7: Wawancara Pedagang Pengumpul Getah Kemenyan dengan Bapak Alnikro Sinaga



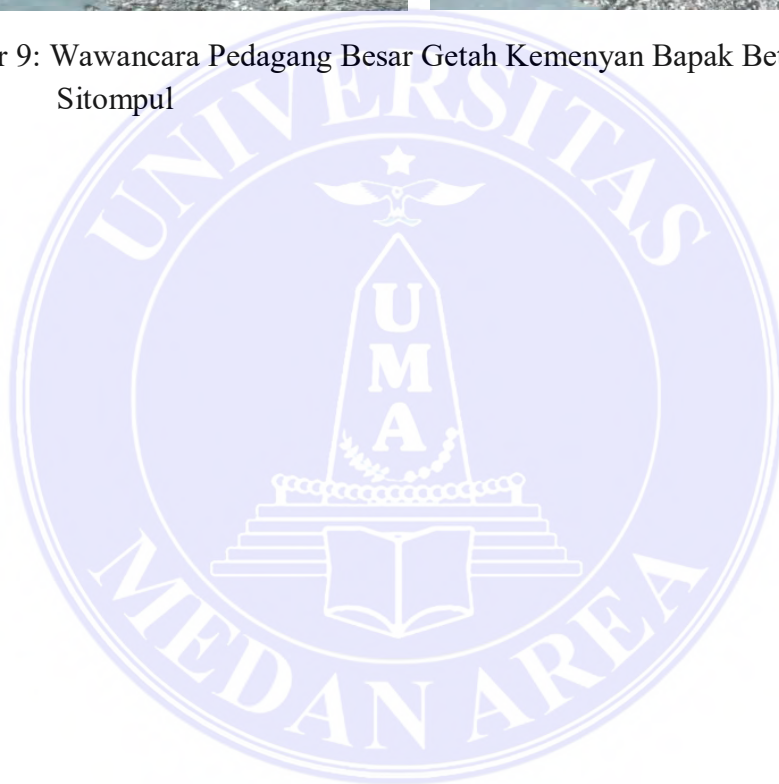


Gambar 8: Wawancara Pedagang Besar Bapak Asbron Sitompul





Gambar 9: Wawancara Pedagang Besar Getah Kemenyan Bapak Betman Sitompul



Lampiran 28. Surat Pengantar Dari Fakultas Pertanian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolang Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 2705/FP.1/01.10/X/2022
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

07 Oktober 2022

Yth. Kepala Desa Lumban Dolok
Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :


Nama : Supratto Sitompul
NIM : 188220166
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara untuk kepentingan skripsi berjudul **"Analisis Pemasaran Getah Kemenyan Di Desa Lumban Dolok, Kecamatan Pahae Julu, Kabupaten Tapanuli Utara"**

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,


Dr. Ir. Zulheri Noer, MP

Tembusan:

1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



Lampiran 29. Surat Selesai Pengambilan Data



PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI UTARA
KECAMATAN PAHAE JULU
DESA LUMBAN DOLOK

Kode Pos : 22463

SURAT KETERANGAN SELESAI MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor 054 /12.02.05.2009.X/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Desa Lumban Dolok Kecamatan Pahae Julu Kabupaten Tapanuli Utara

Nama Mangaranap Sitompul
Jabatan Kepala Desa Lumban Dolok Kec Pahae Julu Kab Tapanuli Utara

Menerangkan Sesungguhnya Bahwa

Nama Supratto Sitompul
NIM 188220166
Program Studi Agribisnis

Telah Selesai Melaksanakan Kegiatan Pengambilan Data Riset di Desa Lumban Dolok Selama Satu Bulan Terhitung Dari Tanggal 07 Oktober 2022 s/d 07 November 2022

Demikian Surat Keterangan Ini Diperbuat Untuk Dapat Dipergunakan Seperlunya

Desa Lumban Dolok, 09-11-2022

Kepala Desa Lumban Dolok

(Mangaranap Sitompul)

