

**ANALISIS RANTAI PASOK (SUPPLY CHAIN) KOMODITI
PALA DI DESA BLANG TEUNGOH KECAMATAN MEUKEK**

SKRIPSI

Oleh:

JULIANSA
NPM : 1604300110
Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

ANALISIS RANTAI PASOK (*SUPPLY CHAIN*) KOMODITI PALA
DI DESA BLANG TEUNGOH KECAMATAN MEUKEK

SKRIPSI

Oleh:

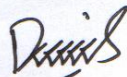
JULIANSA

1604300110

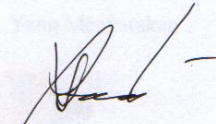
AGRIBISNIS

Disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara

Komisi Pembimbing

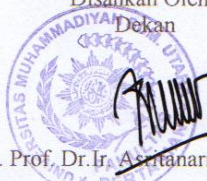


Desi Novita, S.P., M.Si.
Ketua



Nursamsi, S.P., M.M.
Anggota

Disahkan Oleh :
Dekan



Assoc. Prof. Dr. Ir. Astrihanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus: 12-10-2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : JULIANSA
NPM : 1604300110

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Komoditi Pala di Desa Blang Teungoh Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (*Plagiarisme*), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan , 12 September 2021

Yang Menyatakan



JULIANSA

RINGKASAN

Juliansa 1604300110 “Analisis Rantai Pasok Supply Chain Komoditi Pala di Desa Blang Teungoh Kecamatan Meukek”. Penyusunan skripsi ini dibimbing oleh Desi Novita, S.P., M.Si. selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Nursamsi, S.P., M.M. selaku Anggota Komisi Pembimbing. Tanaman pala (*Myristica Fragrans Houtt*) merupakan salah satu tanaman asli Indonesia sangat potensial sebagai komoditas perdagangan di dalam dan di luar negeri (ekspor) berasal dari pulau Banda, yang dapat diolah menjadi bahan makanan, obat-obatan, parfum, kosmetik, dan lain-lain. Dalam proses pemasaran komoditi pertanian terdapat berbagai macam persoalan yang dihadapi di samping karakteristik produk pertanian yang mudah rusak sehingga tidak dapat disimpan dalam jangka waktu yang lama apabila harga komoditi tidak sesuai, persoalan lainnya adalah banyaknya saluran pemasaran yang harus dilalui oleh komoditi pertanian sehingga menyebabkan terjadinya pertambahan biaya dalam proses pemasaran, sehingga margin pemasarannya sangat tinggi. Permasalahan yang timbul dari panjangnya rantai pasok atau supply chain pala ini mengakibatkan kecilnya persentase harga yang diterima oleh petani dibandingkan harga yang harus dibayarkan oleh konsumen atau pihak eksportir. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana rantai pasok komoditi pala dan menganalisis kinerja rantai pasok pala di daerah penelitian. Lokasi Penelitian ini dilakukan di Desa Blang Teungoh Kecamatan Meukek kabupaten Aceh Selatan. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan cara sengaja karena merupakan salah satu daerah yang memproduksi pala di kabupaten Aceh Selatan. Pengumpulan data penelitian ini diperoleh dari kuisioner dan wawancara dengan data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan metode Lean Thinking. Metode penentuan sampel untuk petani menggunakan metode sensus, yaitu mengambil keseluruhan populasi sebagai sampel penelitian dan untuk proses pemasaran lebih lanjutnya sampel pedagang perantara hanya terdiri 1 pedagang yaitu pedagang pengumpul. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 3 aliran rantai pasok yaitu aliran produk, aliran finansial dan aliran informasi yang dilakukan oleh pelaku rantai pasok, dimana pelaku rantai pasok terdiri dari petani, pengumpul, eksportir dan konsumen. Dari hasil perhitungan kinerja dan efisiensi rantai pasok komoditi pala sudah tergolong efisien. Dimana persentase yang diperoleh berada diantara 0 – 33% yaitu sebesar 18,55%.

SUMMARY

Juliansa 1604300110 "Supply Chain Analysis Of The Nutmeg Commodity in Blang Teungoh Village, Meukek District." The preparation of this thesis was guided by Desi Novita, S.P., M.Si. as Chairman of the Advisory and Nursamsi, S.P., M.M. as a member of the Advisory Committee. Nutmeg (*Myristica Fragrans Houtt*) is one of Indonesia's original plants with great potential as a trading commodity at home and abroad (exports) originating from Banda Island, which can be processed into foodstuffs, medicines, perfumes, cosmetics, and others. other. In the process of marketing agricultural commodities, there are various kinds of problems faced in addition to the characteristics of agricultural products that are easily damaged, so that they cannot be stored for a long time if commodity prices are not appropriate, another problem is the number of marketing channels that must be passed by agricultural commodities, causing an increase in costs in the marketing process, so the marketing margin is very high. Problems that arise from the length of the nutmeg supply chain have resulted in a small percentage of the price received by farmers compared to the price paid by consumers or exporters. This study aims to analyze the supply chain of the nutmeg commodity and the performance of the nutmeg supply chain in the research area. Location This research was conducted in Blang Teungoh Village, Meukek District, South Aceh Regency. This location was chosen deliberately because it is one of the areas that produces nutmeg in the South Aceh district. The data collection for this research was obtained from questionnaires and interviews with primary and secondary data. The data analysis method used is the Lean Thinking method. The method of determining the sample for farmers uses the census method, which involves taking the entire population as a research sample, and for further marketing processes, the sample of intermediary traders only consists of 1 trader, namely the collector. Based on the results of the study, there are 3 supply chain flows, namely product flow, financial flow, and information flow, carried out by supply chain actors, where supply chain actors consist of farmers, collectors, exporters, and consumers. From the results of the calculation of the performance and supply chain efficiency of the nutmeg commodity, it is classified as efficient. Where the percentage obtained is between 0 – 33%, which is 18.55%.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Juliansa, lahir di Rimo pada tanggal 16 Juli 1998 dari pasangan Bapak Abdul Wahid dan Ibu Nurfan. Penulis merupakan anak ke enam dari enam bersaudara.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Tahun 2010, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 2 SKPE SP 1 Panjaitan Gunung Meriah Aceh Singkil.
2. Tahun 2013, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil.
3. Tahun 2016, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMK Negeri 1 Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil.
4. Tahun 2016, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis.
5. Tahun 2019, mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Denei Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang.
6. Tahun 2019, mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Unit Kebun Gunung Bayu
7. Tahun 2021, melakukan Penelitian Skripsi dengan judul “ANALISIS RANTAI PASOK (SUPPLY CHAIN) KOMODITI PALA (Studi Kasus: Desa Blang Teungoh Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan)

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan dari pihak lain, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Assoc. Prof. Dr.Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si. selaku Skretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Ibu Desi Novita, S.P., M.Si. selaku Ketua Komisi Pembimbing
7. Bapak Nursamsi, S.P., M.M. selaku Anggota Komisi Pembimbing
8. Seluruh dosen, karyawan dan civitas akademika Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Ayahanda dan Ibunda yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun materi.
10. Teman-teman yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian saya angkatan 2016 Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis diberi kemudahan dan kelancaran senantiasa untuk setiap langkah dalam penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam tercurahkan bagi baginda Rasulullah SAW, beserta keluarga dan kerabat, yang telah membawa umat manusia menuju jalan kebaikan.

Penulis melakukan penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Komoditi Pala di Desa Blang Teungoh Kecamatan Meukek**” ini sebagai salah satu syarat atau langkah awal untuk penyusunan skripsi dan memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis berharap karya tulis ini bermanfaat bagi para pembaca dan masyarakat khususnya di lokasi penelitian.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan dari skripsi dimasa mendatang. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan baik moral maupun material dari penyusunan skripsi sampai dengan selesai. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi bidang ilmu pengetahuan.

Medan, 12 September 2021

penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	4
Kegunaan Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Pala	5
Pemasaran Pala	7
Rantai Pasok	8
Kinerja Rantai Pasok	9
Penelitian Terdahulu	13
Kerangka Pemikiran	15
METODE PENELITIAN	17
Metode Penelitian	17
Metode Penentuan Lokasi	17
Metode Penarikan Sampel	17
Metode Pengumpulan Data	18
Metode Analisis Data	18
Definisi	20
Batasan Operasional	20
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	21
Letak dan Luas Daerah	21

Monografi Penduduk.....	22
Karakteristik Sampel.....	24
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
Aliran Rantai Pasok Pala.....	27
Aktivitas rantai pasok.....	30
Pola Aliran dalam Rantai pasok.....	31
Kinerja Rantai Pasok.....	33
Analisis Efisiensi Rantai Pasok.....	35
KESIMPULAN DAN SARAN.....	37
Kesimpulan.....	37
Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA	38

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Distribusi Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin	22
2.	Distribusi Penduduk Menurut Agama atau Keyakinan	23
3.	Distribusi Penduduk Jenjang Pendidikan.....	23
4.	Distribusi Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan	24
5.	Karakteristik Sampel Petani.....	25
6.	Karakteristik Sampel Pedagang	26
7.	Aktivitas Pelaku Rantai Pasok Pala	30
8.	Biaya, Harga dan Margin Pemasaran Rantai pasok Pala di Desa Blang Teungoh.....	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	16
2.	Aliran Rantai Pasok Pala	27
3.	Aliran Produk Rantai Pasok.....	31
4.	Aliran Finansial Rantai Pasok.....	32
5.	Aliran Informasi Rantai Pasok.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Sampel.....	40
2.	Karakteristik Pedagang Sampel	41
3.	Aktivitas Pelaku Rantai Pasok	42
4.	Biaya, Harga dan Margin Pemasaran Rantai Pasok Pala.....	43

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tanaman pala (*Myristica Fragrans Houtt*) merupakan salah satu tanaman asli Indonesia sangat potensial sebagai komoditas perdagangan di dalam dan di luar negeri (*ekspor*) berasal dari pulau Banda, yang dapat diolah menjadi bahan makanan, obat-obatan, parfum, kosmetik, dan lain-lain. Adapun negara pengimpor pala adalah negara Eropa dan Negara Amerika, sudah sejak lama tanaman pala dikenal sebagai bahan rempah-rempah. Hasil pala Indonesia lebih disukai oleh pasaran luar negeri (*ekspor*) karena memberikan aroma khas dan memiliki rendemen minyak atsiri yang tinggi (Rukmana, 2004).

Kabupaten Aceh Selatan merupakan salah satu sentral penghasil buah pala. Luas tanaman pala di Kabupaten Aceh Selatan mencapai 14.971 ha dengan total produksi 5.567 ton pertahunnya. Dalam memasarkan biji pala, biji pala tersebut di klasifikasikan berdasarkan grade/kelas biji pala, yaitu biji pala kelas A, biji pala kelas B, dan biji pala kelas C. Harga jual biji pala tersebut bervariasi berdasarkan kelas biji pala. Dalam memproduksi biji pala, petani mengupayakan agar hal yang diperoleh secara ekonomis dan menguntungkan, dimana biaya yang dikeluarkan dapat menghasilkan produksi maksimal. Mengenai harga pala, menurut data yang diperoleh dari kantor Dinas Pertambangan dan Energi Kabupaten Aceh Selatan sejak akhir tahun 2014 hingga tahun 2017 harga pala rata-rata harga Rp 19.000 – Rp 31.000 biji pala basah per kilogramnya.

Dalam proses pemasaran komoditi pertanian terdapat berbagai macam persoalan yang dihadapi disamping karakteristik produk pertanian yang mudah

rusak sehingga tidak dapat disimpan dalam jangka waktu yang lama apabila harga komoditi tidak sesuai, persoalan lainnya adalah banyaknya saluran pemasaran yang harus dilalui oleh komoditi pertanian sehingga menyebabkan terjadinya penambahan biaya dalam proses pemasaran, sehingga margin pemasarannya sangat tinggi.

Adapun alur pemasaran biji pala di Desa Blang Teungoh Kecamatan Meukek, tergantung dari cara petani menjual produksi palanya. Dalam hal ini, ada petani yang menjual hasil palanya ke pedagang pengumpul dan ada juga yang menjualnya langsung kepada pedagang besar atau ke tempat penyulingan minyak pala. Hingga saat ini perbedaan saluran pemasaran dan besarnya margin dimasing-masing lembaga pemasaran yang dilalui oleh petani pala akan berpengaruh pada tinggi rendahnya harga yang diterima oleh petani. Artinya, apabila petani menjual hasil produksi palanya langsung ke pedagang besar atau penyulingan minyak pala (saluran pendek), maka harga yang diterima oleh petani akan lebih besar dari petani yang menjual hasil produksi palanya ke pedagang pengumpul tingkat desa dan seterusnya. Namun demikian kebanyakan petani menjual palanya kepada pedagang tersebut, yang pada kenyataannya margin yang diperoleh lebih kecil dari petani yang menjual kepada pedagang besar, tetapi tetap saja ada petani yang menggunakan saluran pemasaran tersebut.

Disamping itu untuk memenuhi permintaan buah pala masyarakat maka diperlukan penyaluran yang baik dari produsen hingga sampai ke konsumen dimana dalam proses penyalurannya ini dinamakan rantai pasok. Permasalahan dalam rantai pasok komoditi pertanian adalah struktur pasar yang terdapat monopolistik dan monopsonistik, dimana produsen lebih banyak dari pada

pembeli hal ini dapat dilihat di pedesaan dimana hasil produksi petani hanya dibeli beberapa orang saja yang biasa disebut dengan agen, sehingga persoalan yang timbul dari permasalahan ini petani tidak memiliki posisi tawar yang kuat dalam menentukan harga, karena umumnya dalam proses pemasarannya yang memiliki hak untuk menentukan harga adalah para pedagang pengumpul atau agen.

Dari penjelasan di atas, kondisi tersebut dialami oleh petani kita dimana mereka sebagai *price taker*. Dalam menjual hasil produksi, petani kita tidak mampu menentukan harga jualnya yang sekiranya dapat memberikan keuntungan. Karena terdesak oleh kebutuhan biaya hidup keluarganya, terkena harga jual yang rendah. Mereka sulit untuk berkomunikasi dan diorganisir dalam hal penjualan, penyimpanan dan sebagainya. Misalnya dalam penjualan, petani sulit menyepakati harga jual secara bersama karena jumlah mereka sangat banyak dan berjauhan sehingga sulit untuk diorganisir, sehingga mereka terpaksa menyepakati harga dengan pedagang secara sendiri-sendiri. Pedagang perantara (pedagang pengumpul) yang jumlahnya sedikit dan bahkan hanya satu orang untuk satu wilayah berhadapan dengan banyak petani yang ingin menjual hasil produksinya. Tentu pedagang pengumpul akan lebih kuat dalam menentukan harga jual petani.

Permasalahan pemasaran buah pala di Desa Blang Teungoh sama juga halnya dengan permasalahan yang dihadapi oleh komoditi pertanian lainnya, dimana dalam proses pemasarannya memerlukan banyak lembaga pemasaran. Permasalahan yang timbul dari panjangnya rantai pasok atau *supply chain* pala ini

mengakibatkan kecilnya persentase harga yang diterima oleh petani dibandingkan harga yang harus dibayarkan oleh konsumen atau pihak eksportir.

Hal yang menyebabkan kecilnya persentase harga ini disebabkan dengan adanya lembaga pemasaran yang terlibat maka akan semakin banyak pula biaya pemasaran yang harus dikeluarkan, sehingga setiap pelaku pemasaran harus mengambil keuntungan dari proses pemasaran tersebut dengan cara menurunkan harga beli pala dari petani.

Perumusan Masalah

1. Bagaimana rantai pasok komoditi pala di daerah penelitian ?
2. Bagaimana kinerja rantai pasok pala di daerah penelitian?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bagaimana rantai pasok komoditi pala di daerah penelitian
2. Menganalisis kinerja rantai pasok pala di daerah penelitian.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan informasi bagi pihak petani guna meningkatkan pendapatan petani.
2. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak pemerintah setempat guna mengambil kebijakan dalam rangka mengembangkan usaha perkebunan pala.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian tentang usahatani pala.

TINJAUAN PUSTAKA

Pala

Tanaman pala memerlukan iklim tropis yang panas dengan curah hujan yang tinggi tanpa adanya periode (masa) kering yang nyata. Di daerah yang tropis seperti Indonesia, tanaman pala dapat beradaptasi luas terhadap lingkungan tumbuh. Misalnya, di pulau Banda tanaman pala tumbuh pada ketinggian 500 m dari permukaan laut (dpl). Namun, tanaman pala di daerah yang ketinggian tempatnya di atas 700 mdpl, dinilai tidak produktif (Rifany, 2016).

Tanaman pala memiliki khasiat dan manfaat yang luar biasa dalam kehidupan masyarakat kita. Biji buahnya yang memiliki manfaat sebagai bahan rempah masakan ternyata bisa digunakan sebagai masker yang berkhasiat untuk meremajakan dan menghaluskan permukaan kulit wajah, mengecilkan pori-pori serta mengurangi minyak pada kulit wajah. Namun tentu saja sebelum dapat digunakan sebagai masker perlu cara khusus untuk memprosesnya, dengan memanfaatkan isi biji buah pala yang masih muda kemudian dicampurkan dengan tepung beras atau tepung bengkuang. Bisa dilakukan dengan cara tradisional atau menggunakan alat ekstrak. Selain memanfaatkan bijinya daging buahnya pun dapat dibuat menjadi manisan dengan cita rasa yang unik. Selain itu biji pala yang telah dikeringkan juga bernilai jual yang cukup menjanjikan.

Pala (*Myristica fragrans houtt*) merupakan tumbuhan berupa pohon yang berasal dari kepulauan Banda dan Maluku. Pala dipanen bijinya, salut bijinya (*arillus*), dan daging buahnya. Dalam perdagangan, salut biji pala dinamakan fuli, atau dalam bahasa inggris disebut (*Mace*), dalam istilah farmasi disebut (*Myristicae arillus*). Daging buah pala dinamakan (*Myristicae fructus cortex*).

Bentuk pohon pala, berpenampilan indah tinggi 10–20 m, menjulang tinggi keatas dan kepinggir, mahkota pohonnya meruncing, berbentuk piramida (kerucut), lonjong (silindris) dan bulat dengan percabangan relatif teratur. Dedaunan yang rapat dengan letak daun yang berselang-seling. Di dalam bakal buah terdapat bakal kulit biji dan bakal biji.

Tanaman pala memiliki beberapa bagian, dan bagian–bagian tanaman pala antara lain yaitu:

1. Batang: Tanaman pala memiliki bentuk batang bulat dan tegak lurus dengan tinggi mencapai kurang lebih 20 m. Pada batang pohon memiliki cabang primer yang sama bentuk dan tersusun rapi melingkari batang pohon. Kulit batang tebal dengan bagian luar berwarna abu-abu kelam dan bila ditoreh dengan pisau akan mengeluarkan banyak getah berwarna merah tua. Tanaman pala tumbuh tegak dengan mahkota pohon berbentuk piramid.
2. Daun: Daun pala berbentuk bulat telur, pangkal dan pucuknya meruncing. Warna bagian bawah hijau kebiru-biruan, bagian atasnya hijau tua.
3. Bunga: Tanaman pala ada yang berbunga betina dan ada yang hanya berbunga jantan. Namun demikian, tanaman pala biasanya berkelamin dua (*hermaphrodit*). Artinya, bunga jantan dan bunga betina bisa terdapat dalam satu pohon.
4. Buah: Buah pala umumnya berbentuk bulat, lebar. Kulit buah licin, dan pada buah mudah berwarna hijau muda sedangkan bila buah sudah matang, maka kulit buah ada yang berwarna kuning pucat dan ada kulit yang berwarna hijau kekuningan. Kulit buah cukup banyak mengandung air. Buah pala mulai dari penyerbukan hingga masak petik memakan waktu hingga 9 bulan.

5. Biji dan Fuli: Pala termasuk tanaman berbiji tunggal, dan dilindungi oleh tempurung. Walaupun tidak tebal, biji pala cukup keras dipegang. Beberapa diantaranya berbentuk bulat telur dan lonjong. Jika sudah tua, warnanya berubah menjadi cokelat tua, kemudian permukaannya licin. Namun, jika masih muda permukaannya keriput, beralur dengan warna cokelat muda di bawahnya dan cokelat tua dibagian atasnya. Tempurung biji tumbuh dibungkus oleh fuli atau bunga pala, fuli dan bijinya memiliki banyak manfaat (Arrijani 2015).

Pemasaran Pala

Sebuah perusahaan yang didirikan mempunyai tujuan utama, yaitu mencapai tingkat keuntungan tertentu, pertumbuhan perusahaan atau peningkatan pangsa pasar. Di dalam pandangan konsep pemasaran, tujuan perusahaan ini dicapai melalui keputusan konsumen. Keputusan konsumen diperoleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen dipenuhi melalui kegiatan pemasaran yang terpadu (Rahmat, 2016).

Tujuan pemasaran adalah mengubah orientasi falsafah manajemen pemasaran lain yang ternyata telah terbukti tidak berhasil mengatasi berbagai persoalan, karena adanya perubahan dalam ciri-ciri pasar yang cenderung berkembang. Perubahan tersebut terjadi antara lain karena penambahan jumlah penduduk, penambahan daya beli, peningkatan dan meluasnya hubungan atau komunikasi, perkembangan teknologi, dan perubahan faktor lingkungan pasar lainnya.

Kotler (2010) mengemukakan bahwa pemasaran mempunyai tujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-

pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka.

Rantai Pasok

Rantai pasok adalah rangkaian hubungan antar perusahaan atau aktivitas yang melaksanakan penyaluran pasokan barang atau jasa dari tempat asal sampai ketempat pembeli atau pelanggan. Rantai pasok menyangkut hubungan yang terus menerus mengenai barang, uang dan informasi. Barang umumnya mengalir dari hulu ke hilir, uang mengalir dari hilir ke hulu, sedangkan informasi mengalir baik dari hulu ke hilir maupun hilir ke hulu. Diliat secara horizontal, ada lima komponen utama atau pelaku dalam rantai pasok, yaitu *supplier* (pemasok), *manufacture* (pabrik pembuat barang), *distributor* (pedagang besar), *retailer* (pengecer), dan *customer* (pelanggan). Secara vertikal, ada lima komponen utama rantai pasok, yaitu *buyer* (pembeli), *transporter* (pengangkut), *warehouse* (penyimpan), *seller* (penjual) dan sebagainya (Assauri, 2011).

Pengolah rantai pasok terdiri dari lima area, yaitu;

1. *Product development*, melakukan riset pasar dan pengembangan produk dengan melibatkan *supplier*, *distributor*, dan para pengecer.
2. *Procurement*, kegiatan pengadaan material dan bahan baku dengan memiliki *supplier*, mengevaluasi kinerja *supplier*, memonitor risiko rantai pasok, serta membina dan memelihara hubungan dengan *supplier*.
3. *Planning and control*, kegiatan peramalan permintaan, perencanaan kapasitas, perencanaan produksi dan persediaan

4. *Production and quality control*, kegiatan melakukan produksi dan pengendalian kualitas.
5. *Distribution*, kegiatan perencanaan jaringan distribusi, penjadwalan pengiriman, memelihara hubungan dengan perusahaan jasa pengiriman, memonitor tingkat pelayanan pelanggan.

Menurut Pujawan (2010) menjelaskan pada rantai pasokan biasanya ada 3 macam aliran yang harus dikelola. Pertama adalah aliran barang yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Kedua adalah aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu. Ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya. Suatu proses bisnis dan informasi menyediakan produk atau layanan dari pemasok melalui proses pembuatan dan pendistribusian kepada konsumen.

Menurut Furqon (2014) rantai pasokan secara umum berkaitan dengan aliran dan transformasi barang atau jasa yang dimulai dari tahap penyediaan bahan baku hingga produk akhir bisa sampai ke tangan konsumen, yang melibatkan proses produksi, pengiriman, penyimpanan, distribusi, dan penjualan produk untuk memenuhi permintaan. Oleh karena itu, jika sebuah perusahaan akan meningkatkan daya saing melalui penyesuaian produk, mutu tinggi, pengurangan biaya, dan kecepatan dalam distribusi maka perusahaan itu harus selalu memperhatikan rantai pasokannya.

Kinerja Rantai Pasok

Kinerja rantai pasok adalah sebuah kinerja tentang aktivitas yang berhubungan dengan arus barang, informasi, dan dana dari pemasok sampai dengan konsumen akhir (Simchi-Levi,dkk, 2009)

Menurut Schroeder (2007) bahwa mengukur performa rantai pasok adalah langkah pertama menuju perbaikan. Sebuah tahapan awal yang perlu ditetapkan dan ditentukan untuk dapat mencapai tujuan perbaikan. Pada umumnya ada lima poin penting yang dapat diukur dalam performa management rantai pasok, yaitu: pengiriman, kualitas waktu, fleksibilitas dan biaya. Mengevaluasi kinerja berbagai proses yang mempengaruhi rantai pasok merupakan salah satu kriteria utama untuk pengelolaan rantai pasokan yang efektif. Seiring dengan perkembangan pasar sekarang ini yang semakin berkembang, kebutuhan pelanggan semakin tinggi. Maka dibutuhkan peran pemasok dalam pengelolaan dan pendistribusian produk sampai ke pelanggan akhir. Saat ini, konsep *Lean Thinking* telah di implementasikan diberbagai sektor industri. Tujuan dari *Lean Thinking* adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat memenuhi konsumen dan melakukan perbaikan secara terus menerus (*continuous improvement*). Dalam melakukan analisis kinerja rantai pasok menggunakan metode *Lean Thinking* ada beberapa aspek yang perlu di tinjau yaitu :

1. Biaya

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang terjadi dalam memasarkan produk atau barang dagangan. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk atau barang dagangan sampai ke tangan konsumen. Secara sistematis biaya pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Bp = Bp_1 + Bp_2 + Bp_3 + Bp_4 + \dots + Bp_n}$$

Keterangan:

Bp : Biaya pemasaran

Bp₁.....

Bp_n : Biaya di tiap – tiap lembaga (Sudiyono, 2010)

2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Komponen margin pemasaran ini terdiri dari biaya–biaya yang diperlukan lembaga–lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi–fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran (Sudiyono, 2010).

Margin pemasaran dapat didefinisikan dengan dua cara yaitu:

1. Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani.
2. Margin pemasaran merupakan biaya dari jasa–jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa–jasa penawaran (Ramadhan, 2018).

Menurut Soekartawi (2011) bahwa konsep dasar margin pemasaran yakni:

$$\mathbf{M = Pr - Pf}$$

Keterangan:

M : Margin Pemasaran

Pr : Harga di tingkat pedagang

Pf : Harga di tingkat petani

3. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi adalah penggunaan sumber daya secara minimum guna pencapaian hasil yang optimum. Rantai pasok yang efisien merupakan suatu rantai pasok yang memiliki tingkat margin pemasaran yang rendah (Mulyani, 2014).

Efisiensi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor pasar psikologis, yaitu seperti melalui pengembangan pasar massal, dorongan kompetisi dan peningkatan penghasilan personal (Kotler, 2010).

Untuk pengukuran kinerja rantai pasok dapat dilihat dari efisiensi pemasaran yang mencerminkan efisiensi rantai pasok. Perhitungan efisiensi (ϵ) dapat dirumuskan :

$$\epsilon = \frac{Y + YP}{B + BP}$$

Keterangan :

E : Efisiensi

Y : Keuntungan lembaga

YP : Keuntungan petani produsen

B : Ongkos lembaga

BP : Ongkos produksi yang dikeluarkan petani

Syarat dikatakan efisien :

Jika nilai efisiensi ≥ 1 maka rantai pasok dikatakan efisien

Jika nilai efisiensi ≤ 1 maka rantai pasok dikatakan belum efisien (Soekartawi, 2003)

Penelitian Terdahulu

Menurut Tubagus dkk (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Rantai Pasok Komoditas Cabai Rawit di Kelurahan Kumelembuai Kota Tomohon”, cabai rawit merupakan salah satu komoditas hortikultura sayuran yang bernilai tinggi. Rantai pasok cabai rawit merupakan suatu konsep yang memiliki sistem pengaturan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran informasi serta aliran keuangan dalam proses distribusi buah cabai rawit. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui mekanisme rantai pasokan terkait dengan aliran produk, aliran informasi, aliran keuangan serta bagaimana tingkat efisiensi pada komoditas cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai Kota Tomohon. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa:

1. Rantai pasokan komoditas cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai sudah efisiensi jika dilihat dari nilai share keuntungan pada setiap saluran.
2. Aliran produk dalam rantai pasokan komoditas cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai berupa buah cabai rawit yang segar.
3. Aliran informasi pada rantai pasok komoditas cabai rawit adalah aliran informasi dari petani dengan setiap mata rantai yang terlibat dalam rantai pasok cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai.
4. Aliran keuangan dalam rantai pasok komoditas cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai dibedakan menjadi 7 macam aliran dimana dalam aliran keuangan tersebut, sistem transaksi pembayaran yang digunakan selama proses distribusi sangat mempengaruhi kinerja dari setiap mata rantai. Diharapkan sistem manajemen rantai pasokan komoditas cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai Kota Tomohon akan terus berjalan secara efisien

agar setiap mata rantai yang terlibat tidak mengalami kerugian baik secara fisik maupun materi.

Menurut Paramita dkk (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Rantai Pasok Tomat di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat” Penelitian ini bertujuan untuk menemukan rantai pasokan luar, pola aliran barang, informasi, dan keuangan, rantai pasokan kinerja, dan efisiensi pemasaran. Penelitian ini dilakukan di dua desa yaitu Desa Tanjung Raya dan Desa Hanakau Kabupaten Sukau. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja mempertimbangkan daerah tersebut sebagai pusat produksi sayuran di Kabupaten Lampung Barat. Responden yang terlibat adalah 74 orang, yang terdiri dari 30 petani sayuran, 10 agen, 12 grosir, dan 22 pengecer. Tujuan pertama dan kedua dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif, tujuan ketiga adalah dianalisis menggunakan pengukuran kinerja rantai pasok, dan tujuan keempat dianalisis menggunakan efisiensi pemasaran. Hasilnya membuktikan bahwa para pemangku kepentingan yang terlibat dalam rantai pasokan tomat terdiri dari petani, agen, grosir, pengecer, dan konsumen. Aliran barang terjadi dari hulu ke hilir, dan arus informasi terjadi dari hulu ke hilir. Sementara itu, aliran keuangan terjadi dari hilir ke hulu. Kinerja rantai pasok tomat berada dalam kriteria yang baik, karena mencapai nilai kartu *foodcourt*, tetapi distribusi tidak efisien karena rasio keseluruhan margin keuntungan di antara lembaga pemasaran tersebar tidak merata dan kurang dari nol.

Menurut Kambey dkk (2016) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Rantai Pasok Kubis di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon”. Kubis atau kol adalah tanaman dua tahunan hijau atau ungu berdaun, ditanam sebagai tanaman tahunan

untuk sayuran. Iklim di Kelurahan Rurukan sangat cocok dengan tanaman kubis ini, rantai pasokan kubis merupakan salah satu sistem yang memiliki pengaturan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran informasi, serta aliran keuangan. Sistem rantai pasok yang efisien dapat memenuhi kebutuhan sayur kubis di pasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem rantai pasok sayur kubis di Kelurahan Rurukan dari petani hingga ke konsumen. Metode penelitian ini merupakan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Sistem rantai pasok di Kelurahan Rurukan sudah sangat baik dilihat dari segi informasi, serta keuntungan yang di dapat petani.
2. Produk atau hasil panen yang dijual oleh para petani berupa sayur kubis yang segar.
3. Hubungan dari petani–pengepul–pengecer–konsumen terlihat sangat baik dilihat dari informasi serta keterlibatan oleh semua pihak dalam rantai pasok sayur kubis.

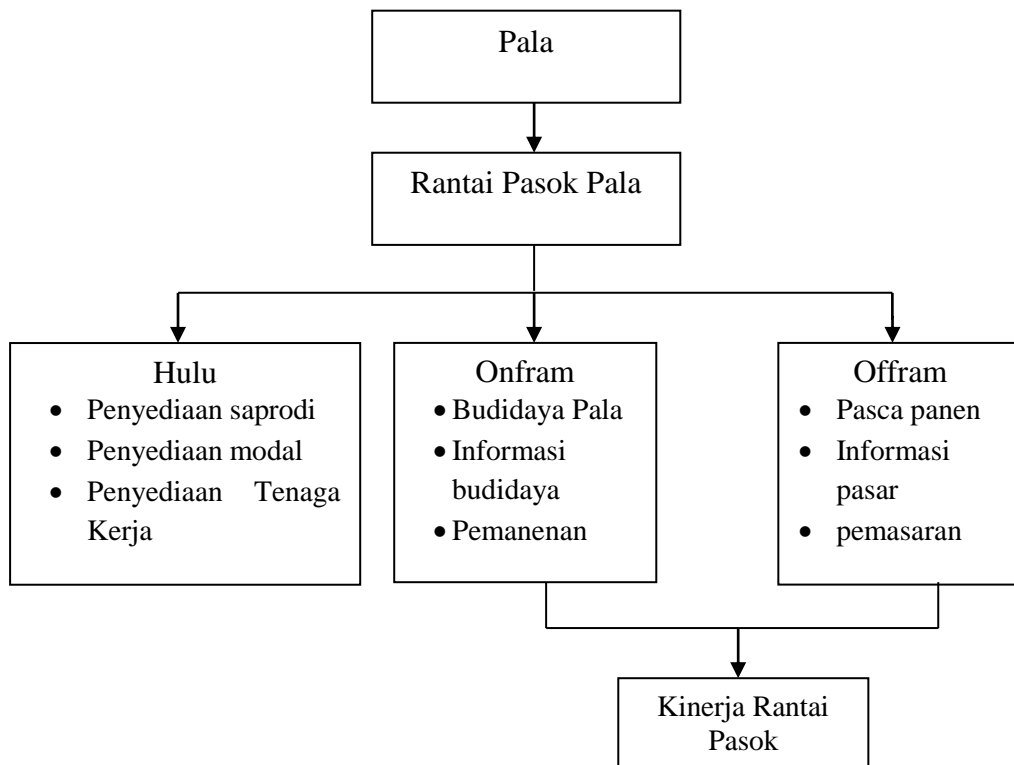
Kerangka Pemikiran

Rantai pasok adalah rangkaian hubungan antar perusahaan atau aktivitas yang melaksanakan penyaluran pasokan barang atau jasa dari tempat asal sampai ke tempat pembeli atau pelanggan (Assauri, 2011).

Rantai pasok menyangkut hubungan yang terus-menerus mengenai barang, uang dan informasi. Barang umumnya mengalir dari hulu ke hilir, uang mengalir dari hilir ke hulu, sedangkan informasi mengalir baik dari hulu ke hilir maupun hilir ke hulu. Dilihat secara horizontal, ada lima komponen utama atau pelaku dalam rantai pasok, yaitu *supplier* (pemasok), *manufacturer* (pabrik pembuat barang), *distributor* (pedagang besar), *retailer* (pengecer),

customer (pelanggan). Secara vertikal, ada lima komponen utama rantai pasok, yaitu *buyer* (pembeli), *transporter* (pengangkut), *warehouse* (penyimpan), *seller* (penjual) dan sebagainya (Assauri, 2011).

Kinerja Rantai Pasok adalah faktor yang seringkali digunakan untuk mengukur bagaimana keadaan sebuah kegiatan pemasaran. Kegiatan menganalisis kinerja rantai pasok bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat memenuhi konsumen dan melakukan perbaikan secara terus-menerus (*continuous improvement*)



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode ini menggunakan metode studi kasus (*case Study*) yaitu penelitian yang digunakan dengan melihat langsung permasalahan yang timbul di daerah penelitian. Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu pada selama kurun waktu, atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

Metode Penentuan Lokasi

Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Blang Teungoh Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan. Desa ini dipilih karena merupakan salah satu daerah yang memproduksi pala di Kabupaten Aceh Selatan.

Metode Penarikan Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Arikunto (2010), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semua, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15 % atau 20-25%. Populasi di daerah penelitian berjumlah 24 orang, sehingga metode penentuan sampel untuk petani menggunakan metode sensus, yaitu mengambil keseluruhan populasi sebagai sampel penelitian. Sementara untuk proses pemasaran lebih lanjutnya sampel pedagang perantara hanya 1 yaitu pedagang pengumpul. Total responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 24 orang yang terdiri dari 23 orang petani, 1 orang pedagang pengumpul.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan petani pedagang dan konsumen meliputi harga ditingkat petani dan masing-masing dari lembaga pemasaran dengan menggunakan kuesioner yang telah disusun sebelumnya. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diambil dari instansi terkait untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian.

Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari lapangan ini terlebih dahulu ditabulasikan kemudian diolah secara manual, lalu dijabarkan dan dianalisis dengan metode analisis yang sesuai. Untuk menganalisis rumusan masalah pertama dianalisis dengan analisis deskriptif yaitu untuk mengetahui pola saluran pemasaran pala di daerah penelitian dilakukan dengan cara menelusuri saluran pemasaran di daerah penelitian mulai dari petani kemudian ke pedagang hingga ke konsumen akhir.

Untuk mengetahui pola rantai pasok pada perantara lembaga pemasaran pala maka digunakan analisis deskriptif. Berdasarkan survei dan pengamatan yang dilakukan di daerah penelitian. Kegiatan penggambaran rantai pasok pala dimulai dari subsistem hulu sampai ke hilir dari tiap subsistem akan dilihat bagaimana proses aliran informasi, uang dan barang yang berkaitan dengan proses pendistribusian pala hingga sampai kekonsumen akhir

Dalam melakukan analisis kinerja rantai pasok menggunakan metode *Lean Thinking* ada beberapa aspek yang perlu ditinjau yaitu:

1. Biaya

Secara sistematis biaya pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Bp = Bp_1 + Bp_2 + Bp_3 + Bp_4 + \dots + Bp_n}$$

Keterangan:

Bp : Biaya pemasaran

Bp₁.....

Bp_n : Biaya di tiap – tiap lembaga (Sudiyono, 2010).

2. Margin Pemasaran

$$\mathbf{M = Pr - Pf}$$

Keterangan:

M : Margin Pemasaran

Pr : Harga di tingkat pedagang

Pf : Harga di tingkat petani

3. Efisiensi Pemasaran

$$\mathbf{Ep = \frac{TB}{NP} \times 100 \%}$$

Keterangan :

Ep : efisiensi pemasaran

TB : total biaya pemasaran (Rp)

TNB : nilai produk (kg)

Kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran ini adalah :

1. 0 – 33% = efisien
2. 34 – 67% = kurang efisien
3. 68 – 100% = tidak efisien

Defenisi

1. Rantai pasok adalah rangkaian hubungan antar perusahaan atau aktivitas yang melaksanakan penyaluran barang atau jasa dari tempat asal sampai ke tempat pembeli atau pelanggan.
2. Pemasaran mempunyai tujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka.
3. Efisiensi rantai pasok dilakukan dengan pendekatan analisis efisiensi pemasaran. Indikator yang digunakan dengan menggunakan margin pemasaran dan perhitungan biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran

Batasan Operasional

1. Lokasi penelitian berada di Desa Blang Teungoh, Kecamatan Meukek, Kabupaten Aceh Selatan
2. Respondennya adalah petani, pengumpul, pedagang besar, dan konsumen.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Pemilihan lokasi merupakan hal yang sangat penting dalam pelaksanaan sebuah penelitian. Daerah yang akan dijadikan sebagai lokasi penelitian haruslah memiliki kondisi yang sesuai dengan variabel penelitian. Misalnya penelitian dengan fokus bidang pertanian tidak relevan jika dilaksanakan di daerah kawasan industri, akan tetapi lebih sesuai jika dilaksanakan di daerah pedesaan.

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini dilaksanakan di Desa Blang Teungoh. Desa Blang Teungoh merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Meukek Kabupaten Aceh Selatan. Penduduk Desa Blang Teungoh banyak yang berprofesi sebagai petani. Tanaman yang paling banyak diusahakan oleh petani di Desa Blang Teungoh adalah padi, nilam dan pala (Kantor Kepala Desa Blang Teungoh, 2021)

Desa Blang Teungoh mempunyai batasan–batasan wilayah yaitu sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Desa Kuta Baru
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Blang Bladeh
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Pegunungan
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Pegunungan

. Luas wilayah Desa Blang Teungoh adalah: 197 ha dimana 65% berupa dataran dan pemukiman dan 35% dimanfaatkan sebagai lahan pertanian yang dimanfaatkan untuk persawahan tadah hujan. Iklim di Desa Blang Teungoh sebagaimana seperti desa-desa lain di Indonesia yaitu iklim kemarau dan

penghujan, hal tersebut mempunyai pengaruh langsung terhadap pola tanam pada lahan pertanian yang ada di Desa Blang Teungoh (Kantor Kepala Desa Blang Teungoh, 2021).

Monografi Penduduk

a. Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia

Penduduk Desa Blang Teungoh berasal dari daerah Aceh yang mayoritas penduduk adalah suku Aceh asli dan ada juga yang berasal dari Provinsi Sumatera Barat. Desa Blang Teungoh mempunyai jumlah penduduk sebanyak 1.069 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebanyak 783 jiwa dan perempuan sebanyak 1.852 jiwa dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 501 KK. Untuk lebih jelasnya data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Distribusi Penduduk Menurut Umur dan Jenis Klamin

No	Golongan (Thn)	Jumlah Penduduk		Total (Jiwa)
		Laki-Laki	Permpuan	
1	0-15	218	361	579
2	16-55	498	567	1.065
3	>55	67	141	208
Total		783	1.069	1.852

Sumber: Kantor Kepala Desa Blang Teungoh, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui golongan umur terbesar adalah antara 16-55 tahun yakni sebanyak 1.065 jiwa, sedangkan golongan terkecil adalah golongan penduduk umur >55 tahun yaitu sebanyak 208 jiwa.

b. Jumlah Penduduk Berdasarkan Keyakinan

Penduduk Desa Blang Teungoh mayoritas beragama islam, penganut agama islam di Desa Blang Teungoh adalah sebanyak 1.852 jiwa atau 100% dari keseluruhan jumlah penduduk untuk lebih memperjelas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Distribusi Penduduk Menurut Agama atau Keyakinan

No	Agama	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Islam	1.852	100
2	Kristen	0	0
3	Hindu/Budha	0	0

Sumber: Kantor Kepala Desa Blang Teungoh, 2021

c. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pada umumnya pendidikan yang ditamatkan oleh sebagian besar penduduk Desa Blang Teungoh adalah SD, SMP, SMA ada sebagian yang menyelesaikannya dijenjang perguruan tinggi. Untuk lebih memperjelas dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 3. Distribusi Penduduk Menurut Jenjang Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Tidak tamat SD	640	17,80
2	SD	340	23,20
3	SMP	250	18,34
4	SMA	741	34,10
5	Akademi/D1-D3-S1	90	6,52
	Total	2.216	100

Sumber: Kantor Kepala Desa Blang Teungoh, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui jumlah jenjang pendidikan terbanyak adalah lulusan pada tingkat pendidikan SMA yaitu sebanyak 741 jiwa atau sebesar 34,10% dari total keseluruhan jumlah penduduk.

d. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Penduduk Desa Blang Teungoh mayoritas bekerja sebagai petani. Meskipun demikian masih terdapat beberapa penduduk lainnya yang memiliki profesi berbeda. Untuk lebih jelasnya jumlah penduduk dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis pekerjaannya, sebagai berikut:

Tabel 4. Distribusi Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan

No	Mata Pencarian	Jumlah	Persentase (%)
1	PNS	80	8,18
2	Wiraswasta/Pedagang	151	15,44
3	Tani	419	42,84
4	Tukang	10	1,02
5	Buruh Tani	241	24,64
6	Berkebun	62	6,34
7	Peternak	15	1,53
Total		978	100

Sumber: Kantor Kepala Desa Blang Teungoh, 2021

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui jenis pekerjaan masyarakat Desa Blang Teungoh terbanyak adalah bekerja sebagai petani yaitu sebanyak 419 jiwa atau 42,84% dari total jumlah usia kerja di Desa Blang Teungoh.

Karakteristik Sampel

Sampel merupakan komponen terpenting dalam penelitian, dimana sampel atau responden dianggap mampu menggambarkan fakta atau keadaan yang terjadi di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini sampel dikategorikan menjadi dua yaitu sampel petani dan sampel pedagang. Untuk lebih jelasnya karakteristik sampel dalam penelitian ini berikut dijabarkan:

1. Karakteristik Sampel Petani

Sampel petani adalah sampel yang berperan sebagai produsen pala dalam penelitian ini, dalam kategori sampel petani dikarakteristikan berdasarkan luas lahan, produksi dan tempat penjualan. Berikut disajikan data karakteristik sampel petani dalam penelitian ini:

Tabel 5. Karakteristik Sampel Petani

Nomor	Indikator	Rata
1	luas Lahan	1,84
2	Produksi (kg)	65,45
3	Menjual	Pengumpul

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Dari data pada tabel 5 dapat dilihat karakteristik petani dalam penelitian ini dimana rata-rata luas lahan petani dalam penelitian ini adalah seluas 1,84 ha dengan total produksi perbulannya sebanyak 65,45 kg. Dari data di atas dapat dijabarkan sebagai berikut:

Rata-rata sampel dalam penelitian ini memiliki luas lahan seluas 1,84 ha. Dimana jika dikategorikan berdasarkan luas lahannya maka dapat dikelompokkan sampel yang memiliki luas lahan 0,5-1,5 ha sebanyak 9 orang atau sebanyak 41% dari keseluruhan sampel petani, untuk kelompok sampel 1,6-3 ha sebanyak 9 orang atau 41% dari keseluruhan sampel dan kelompok sampel yang memiliki luas lahan >3 ha sebanyak 4 orang atau sebanyak 18% dari keseluruhan sampel.

Rata-rata sampel dalam penelitian ini memiliki luas lahan seluas 1,84 ha. Memiliki produksi sebanyak 65,45 kg. Dimana jika dikategorikan berdasarkan banyaknya produksi maka dapat dikelompokkan sampel yang memiliki produksi 0-50 kg sebanyak 9 orang atau sebanyak 41% dari keseluruhan sampel petani, untuk kelompok sampel 51-100 kg sebanyak 8 orang atau 36% dari keseluruhan sampel dan kelompok sampel yang memiliki produksi >100 kg sebanyak 5 orang atau sebanyak 33% dari keseluruhan sampel.

Dalam memasarkan hasil produksinya petani pala di daerah penelitian umumnya menjual palanya kepada pedagang pengumpul dari hasil penelitian

yang dilakukan diperoleh bahwa keseluruhan sampel memasarkan hasil produksinya kepada pihak pengumpul.

2. Karakteristik Sampel Pedagang

Sampel pedagang dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang terlibat dalam proses pendistribusian pala yang dihasilkan oleh petani hingga sampai kekonsumen. Dalam penelitian ini hanya terdapat 1 lembaga pemasaran yang berperan dalam proses pendistribusian pala yaitu pengumpul. Berikut disajikan data karakteristik sampel pedagang pala.

Tabel 6. Karakteristik Sampel Pedagang

Nomor	Nama	Pekerjaan	Menjual Ke	Volume Pembelian (kg/Minggu)
1	Wahyuni	Pengumpul	Eksportir	1.300
Total				1.300

Sumber: Data Primer Diolah 2021

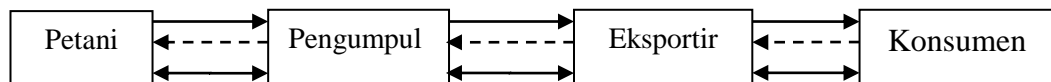
Dari data pada tabel 6 dapat dilihat bahwa total volume pembelian pala sampel pedagang perminggunya adalah sebanyak 1.300 kg pala dimana berdasarkan pekerjaannya sampel pedagang hanya sebanyak 1 orang pengumpul.

Pada umumnya petani memang hanya menjual hasil panen pala kepada pedagang pengumpul yang berada di desa penelitian, kemudian pedagang pengumpul menjual hasil olahan pala dalam bentuk minyak kepada pihak eksportir untuk disalurkan ke negara konsumen yang telah memesan minyak pala.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aliran Rantai Pasok Pala

Aliran rantai atau alur rantai pasok pala di Desa Blang Teungoh dapat dilihat melalui skema alur terjadinya penjualan pala. Melihat berdasarkan anggota yang termasuk dalam rantai pasok dan perannya, dimana anggota yang dimaksud yaitu pelaku yang terlibat dalam aliran produk, aliran finansial dan aliran informasi. Alur rantai pasok pala dimulai dari petani, pengumpul sampai dengan eksportir dan konsumen. Masing-masing pelaku dalam mata rantai pasok pala melakukan aktivitas sesuai dengan perannya. Pengadaan sarana produksi merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan bahan/sarana untuk berproduksi seperti: membeli/membuat bibit, pupuk, obat-obatan. Bahan-bahan tersebut dapat diperoleh dengan melakukan kerjasama dengan kios pertanian, *supplier* atau membuat sendiri (misal: bibit, pupuk organik). Alur rantai pasok pala dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Aliran Rantai Pasok Pala

Keterangan

- > Aliran Produk
- ←----- Aliran Finansial
- ←====> Aliran Informasi

Dalam proses pendistribusian pala hingga sampai ke konsumen digolongkan menjadi dua yaitu pala dalam bentuk buah kering yang bisa dijadikan rempah-rempah atau bumbu masakan dan dalam bentuk olahan berupa minyak. Dalam proses pemasarannya umumnya petani lebih banyak menjual hasilnya

ke pengumpul, dimana pengumpul selanjutnya melakukan pengolahan lebih lanjut untuk menghasilkan minyak pala yang kemudian dipasarkan ke eksportir, kemudian eksportir menjualnya ke negara pemesan seperti Eropa dan Asia sebagai konsumen. Berdasarkan gambar alur pelaku dalam rantai pasok pala masing-masing memiliki peran didalamnya yaitu:

1. Petani

Petani merupakan produsen/pemasok yang menghasilkan buah pala dengan melakukan proses budidaya/usaha tani pala. Hasil produk tergantung pada pola teknologi budidaya yang diterapkan. Petani pala melakukan budidaya pala sesuai dengan budaya yang berlaku turun temurun. Dalam membudidayakan pala di daerah tersebut meliputi penyiapan benih, penyiapan lahan, penanaman, pemupukan, sanitasi kebun, pengendalian OPT, panen sampai dengan penanganan pasca panen. Penanganan pasca panen yang dilakukan oleh petani adalah pengupasan kulit pala dan penjemuran. Setelah pala kering kemudian pala dijual ke pengumpul dengan harga Rp 16.000/kg.

2. Pengumpul

Pengumpul merupakan mata rantai kedua dalam rantai pasok pala. Peran dari pengumpul adalah sebagai pengumpul hasil produksi dari petani produsen dalam area produksi yang tersebar. Pengumpul membeli pala dalam bentuk kering dari petani, kemudian pedagang pengumpul melakukan pengolahan lebih lanjut seperti penggilingan, dan penyulingan pala hingga menjadi minyak. Dalam proses penyulingan pala umumnya 12,5 kg pala kering menghasilkan 0,88-1,1 kg minyak pala. Untuk menghasilkan minyak pala pengumpul melalui beberapa kegiatan yaitu proses penggilingan buah pala, penggilingan buah pala dilakukan

menggunakan mesin penggilingan. Penggilingan berfungsi untuk menghaluskan buah pala menjadi bubuk. Setelah pala menjadi bubuk tahapan selanjutnya adalah proses penyulingan bubuk pala hingga menjadi minyak. Proses penyulingan masih dilakukan dengan teknologi sederhana yaitu dengan menggunakan ketel uap yang dipanaskan dari hasil proses pembakaran kayu dan cangkang pala. Minyak pala kemudian dijual pedagang pengumpul kepihak eksportir yang berlokasi di kota Medan dimana umumnya pihak eksportir membeli minyak pala per 1 kg sebesar Rp 550.000 pengumpul biasanya menjual minyak pala ke kota Medan minimal dengan jumlah sebanyak 105 liter.

3. Eksportir

Eksportir berperan penting dalam mata rantai pasok minyak pala karena eksportir yang menentukan/memutuskan harga jual yang pantas bagi produk sesuai dengan kualifikasi yang disusun dan perlakuan nilai tambah yang diperlukan. Pada mata rantai ini informasi dari pasar diterima seperti harga, kualitas, jumlah dan waktu pengiriman. Dalam proses pemasaran minyak pala umumnya pihak eksportir memasarkan pala kebeberapa negara Eropa dan Asia. Pengiriman barang dilakukan umumnya pada bulan-bulan tertentu dan ketersediaan minyak pala yang sudah sesuai dengan pesanan negara pengimpor. Di negara tujuan umumnya minyak pala diolah kembali menjadi obat-obatan di industri farmasi, dan diolah menjadi kosmetik.

4. Konsumen

Konsumen merupakan rantai terakhir dari rantai pasok pala, konsumen yang membeli pala dari eksportir dalam bentuk olahan minyak kemudian diolah kembali menjadi obat-obatan di industri farmasi, dan diolah menjadi kosmetik.

Dimana konsumen yang dimaksud dalam rantai pasok ini yaitu konsumen sementara karena bertindak sebagai penghubung antara konsumen terakhir yang menggunakan produk jadi dari olahan minyak pala.

Aktivitas Rantai Pasok

Pada rantai pasok pala di daerah penelitian setidaknya terdapat 4 anggota rantai pasok. Setiap anggota rantai pasok pala di daerah penelitian mempunyai peran yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Peran masing-masing anggota dalam tipe rantai pasok dijelaskan dalam tabel 7. Berikut dijelaskan aktivitas yang terdapat dalam rantai pasok pala di daerah penelitian:

Tabel 7. Aktivitas Pelaku Rantai Pasok Pala

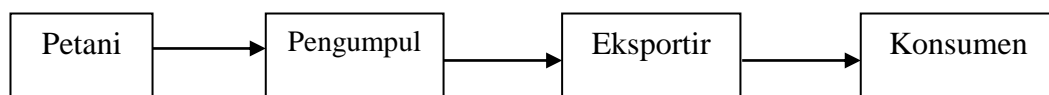
Nomor	Pelaku Agribisnis	Aktivitas
1	Petani	<ul style="list-style-type: none"> • Mempersiapkan lahan tanam, persiapan saprodi (bibit, pupuk, obat-obatan, peralatan tanam, tenaga kerja, dll) • Melakukan penanaman, pemeliharaan, dan Pemanenan. • Pasca panen (mengupas kulit pala, pengeringan) • Menjual pala • Mengumpulkan dan membeli produksi pala dari petani
2	Pengumpul	<ul style="list-style-type: none"> • Penggilingan • Penyulingan • Pengemasan • Menjual minyak ke Eksportir
5	Eksportir	<ul style="list-style-type: none"> • Membeli minyak pala dari pengumpul • Mengemas pala • Menyimpan • Mengekspor ke negara pemesan
6	Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Membeli pala dari eksportir • Mengolah minyak pala

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Pola Aliran dalam Rantai Pasok

Menurut Pujawan (2010) bahwa terdapat 3 aliran yang dikelola dalam rantai pasok. Pertama yaitu aliran barang atau komoditas yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*), kedua yaitu aliran finansial/uang dari hilir ke hulu dan yang ketiga yaitu aliran informasi yang mengalir dari hulu ke hilir atau sebaliknya. Penelitian ini mendapatkan tiga gambaran yang dikelola dalam rantai pasok buah pala di Desa Blang Teungoh. Gambaran ini didapatkan berdasarkan wawancara terhadap responden.

1. Aliran produk



Gambar 3. Aliran Produk Rantai Pasok

Aliran barang melibatkan arus produk fisik dari pemasok sampai konsumen. Aliran produk dimulai dari petani pala yang membudidayakan tanaman pala. Tidak hanya membudidayakan pala tetapi petani juga melakukan pemanenan. Kemudian setelah pasca panen petani melakukan pengupasan pala kemudian di jemur hingga kering sekitar 7-8 hari dengan sinar matahari langsung. Dalam proses panen hingga penjemuran tidak mengeluarkan biaya apapun karena petani tidak menggunakan pekerja.

Selanjutnya pengumpul akan menerima buah pala kering dari petani. Harga buah pala kering yang dijual ke pengumpul yaitu Rp 16.000/kg yang sudah ditetapkan oleh pengumpul itu sendiri. Ditangan pengumpul buah pala kering mengalami beberapa proses pengolahan hingga menjadi bentuk olahan minyak. Dalam rantai pasok minyak pala pengumpul memasarkan hasil olahan minyaknya kepada pihak eksportir yang berada di Kota Medan dengan harga Rp 550.000/kg,

dan pihak eksportir memasarkannya ke konsumen yaitu keberbagai negara Eropa dan Asia dengan harga Rp 1.000.000/kg. Proses pengiriman (*ekspor*) minyak pala dilakukan dengan pengangkutan ke dalam kapal kargo di Pelabuhan Belawan untuk dikirim kepada negara yang memesan minyak pala.

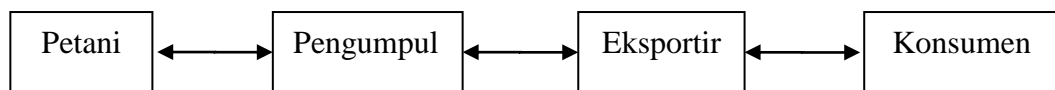
2. Aliran Finansial



Gambar 4. Aliran Finansial Rantai Pasok

Aliran finansial merupakan gambaran aliran uang/modal yang berawal dari konsumen sebagai pembeli selanjutnya mengalir pada tiap mata rantai dan pada akhirnya akan sampai di produsen untuk digunakan sebagai biaya produksi. Aliran finansial ini bersifat searah yaitu dana dihasilkan dari pertukaran dengan produk yang dibeli konsumen dengan melewati beberapa mata rantai, dan akan diterima oleh produsen sebagai penukar dari produk yang dihasilkan. Aliran finansial dimulai dari pengumpul membeli buah pala kering dari petani, selanjutnya akan dibayar langsung oleh pengumpul ke petani sesuai dengan berat buah pala kering yang dijual. Setelah buah pala kering terkumpul oleh pengumpul maka akan dibeli oleh pihak eksportir dan langsung dibayar secara tunai sesuai dengan kesepakatan harga yang ditentukan. Kemudian aliran finansial dari konsumen ke pihak eksportir juga dibayar secara tunai.

3. Aliran Informasi



Gambar 5. Aliran Informasi Rantai Pasok

Sistem aliran informasi antara pelaku rantai pasok terjadi secara timbal balik, saling memberikan informasi tentang ketersediaan buah pala. Informasi dalam penjualan buah pala kering petani akan memberi kabar ke pengumpul bahwa buah pala kering sudah terkumpul dan siap untuk dijual begitu juga dengan pengumpul juga memberikan informasi kepada petani tentang naik atau turunnya harga pala dipasaran. Informasi yang terjadi pada pengumpul, pihak eksportir dan konsumen yaitu saling memberi kabar untuk ketersediaan minyak pala yang akan di *ekspor*. Proses informasi ketersediaan produk dan pengiriman dilakukan melalui via telepon maupun WhatsApp.

Kinerja Rantai Pasok

Kinerja rantai pasok adalah salah satu ukuran dari sebuah proses bisnis yang melibatkan anggota rantai pasok. Analisis kinerja rantai pasok bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kegiatan rantai pasok pala dalam memberikan nilai bagi para pelakunya, dimana analisis ini umumnya dilakukan untuk melihat efisiensi dari proses pemasaran. Lebih lanjut dilakukan analisis rantai nilai yang dapat dipergunakan untuk menentukan pada titik-titik mana dalam rantai nilai tersebut dapat mengurangi biaya atau memberikan nilai tambah (*value added*) bagi semua pihak/lini yang terlibat dalam kegiatan aliran rantai pasok agribisnis pala.

a. Analisis Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui perbedaan pendapatan yang diterima oleh masing-masing anggota rantai pasok dalam mengalirkan produk hingga ke tangan konsumen serta untuk mengetahui perbedaan harga produk yang diterima konsumen serta produsen. Besarnya total

biaya margin pemasaran diperoleh dari jumlah margin pemasaran pada setiap anggota rantai pasok. Margin pemasaran setiap anggota rantai pasok yaitu selisih dari harga jual produk dengan harga beli produk. Margin pemasaran juga mencerminkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap anggota rantai pasok dan keuntungan yang akan diperoleh para anggota rantai pasok sebagai balas jasa atau kontribusi yang telah diberikan, biasanya besarnya berbeda-beda tergantung kegiatan atau fungsi yang dilakukan anggota rantai pasok (Nasution, 2018).

Berikut rekapitulasi biaya, harga dan margin pemasaran rantai pasok pala di Desa Blang Teungoh.

Tabel 8. Biaya, Harga dan Margin Pemasaran Rantai Pasok Pala di Desa Blang Teungoh

Nomor	Pelaku	Rp/kg
1	Petani	
	Harga jual	16.000
2	Pengumpul	
	Harga beli	16.000
	Kayu bakar	55.000
	Tenaga kerja	10.500
	Pengemasan	40.000
	Pengangkutan (transportasi)	80.000
	Jumlah biaya (biaya pemasaran)	185.500
	Harga jual	550.000
	Keuntungan	318.500
	Margin	534.000
3	Eksportir	
	Harga beli	550.000
	Harga jual	1.000.000
	Margin	450.000
	Total biaya	185.500
	Total keuntungan	318.500
	Total margin	984.000

Sumber: Data Primer diolah 2021

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Nasution (2018) dengan judul “Analisis Rantai Pasok Buah Pepaya” bahwa margin pemasaran setiap anggota

rantai pasok yaitu selisih dari harga jual produk dengan harga beli produk. Dari tabel 8 dapat dilihat bahwa margin yang diperoleh dari kedua pelaku rantai pasok berbeda, lebih besar margin yang diperoleh pihak eksportir dimana sebesar Rp 450.000 karena dalam usaha rantai pasok pala hanya satu saluran yaitu dari petani kemudian dijual ke pengumpul selanjutnya pengumpul menjual ke pihak eksportir yang kemudian akan diekspor kepada konsumen yang memesan minyak pala. Jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengumpul dalam proses sekali produksi minyak pala sebanyak 300 kg yaitu sebesar Rp 185.500/kg.

Biaya pemasaran hanya dikeluarkan oleh pedagang pengumpul untuk melakukan proses produksi. Biaya yang dikeluarkan diantaranya biaya tenaga kerja, kayu bakar, biaya pengemasan, dan biaya pengangkutan. Sehingga keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul yaitu Rp 318.500/kg.

Biaya pemasaran adalah seluruh total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam proses pemasaran pala hingga sampai ke eksportir dan konsumen. Biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi sejak barang selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang dan barang tersebut dirubah kembali dalam bentuk yang tunai.

Analisis Efisiensi Rantai Pasok

Efisiensi rantai pasok penting untuk diketahui dengan tujuan untuk mengidentifikasi efisien atau tidaknya suatu saluran pemasaran. Untuk menentukan efisiensi rantai pasok menggunakan analisis efisiensi pemasaran dengan menghitung margin pemasaran dan biaya yang dikeluarkan oleh para pelaku rantai pasok. Perhitungan efisiensi pemasaran bertujuan untuk melihat

apakah saluran pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien atau tidak efisien.

Berikut perhitungan efisiensi pemasaran dari rantai pasok pala:

$$Ep = \frac{TB}{NP} \times 100\%$$

$$Ep = \frac{\text{Rp } 185.500}{\text{Rp } 1.000.000} \times 100\%$$

$$Ep = 18,55\% \text{ (Efisien = } 0 - 33\%)$$

Menurut soekartawi (2003) analisis efisiensi rantai pasok yaitu biaya pemasaran dikali 100% dari nilai produk yang dipasarkan. Apabila nilai efisiensi kurang dari 50% maka saluran pemasaran dapat dikatakan efisien dan sebaliknya apabila saluran pemasaran lebih besar dari 50% maka saluran pemasaran tersebut dikatakan tidak efisien.

Berdasarkan perhitungan diatas efisien pemasaran yang diperoleh dari perbandingan antara total biaya pemasaran dengan nilai produk tersebut yaitu 18,55%. Sehingga dapat dikatakan rantai pasok pala tersebut termasuk kategori efisien, karena memenuhi kaidah keputusan persentase efisiensi 0 – 33%.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil nilai efisiensi pemasaran pala di Desa Blang Teungoh yaitu efisien, meskipun efisien ada hal yang menjadi masalah ditingkat pemasok/petani dalam rantai pasok pala adalah produktivitas pala yang menurun karena tanaman pala rusak diakibatkan adanya serangan hama penggerak batang dan jamur akar putih, hal ini dapat merugikan petani karena hasil panen lebih sedikit dari biasanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 3 aliran rantai pasok yaitu aliran produk, aliran finansial dan aliran informasi yang dilakukan oleh pelaku rantai pasok, dimana pelaku rantai pasok terdiri dari petani, pengumpul, eksportir dan konsumen.
2. Dari hasil perhitungan kinerja dan efisiensi rantai pasok komoditi pala sudah tergolong efisien. Dimana persentase yang diperoleh berada diantara 0 – 33% yaitu sebesar 18,55%.

Saran

1. Bagi petani sebaiknya buah pala dimanfaatkan sebaik mungkin dengan membuat berbagai produk olahan, hal ini bisa membantu petani untuk memperoleh keuntungan yang lebih dibandingkan hanya berfokus pada biji pala
2. Untuk petani harga komoditas pala dinilai terlalu rendah. Maka pemerintah sangat penting agar dapat mengupayakan dan memperjuangkan harga komoditas pala bisa naik sehingga petani bisa sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, S. 2011. "Strategic Management, Sustainable Competitive. Advantage". Indonesia, Jakarta.
- Chopora, S. 2017. "Perception of Performance Indicators in an Agri-. Food Supply Chain: A Case Study of India's Public Distribution System".
- Furqon, C. 2014. Analisis Manajemen dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis Buah Stroberi Di Kabupaten Bandung. *Jurnal Analisis Manajemen dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis*, vol. 3, no. 2, hal. 111-112.
- Heizer, Jay and Render Barry, (2015), *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Indrajit, R.E., dan Djokopranoto R. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain: Cara baru memandang mata rantai penyediaan barang*. Grasindo. Jakarta.
- Kambey, S.F., Lotje, K., dan Jacky, S.B. 2016. "Analisis Rantai Pasokan Kubis di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon". *Jurnal EMBA: Vol.4 No.5 Hal.303-408*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado. Manado.
- Linker. 2004. *Model Persamaan Struktural. Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 19.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Mulyani. 2014. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Nasution, S. P. 2018. *Analisis Rantai Pasok Buah Pepaya (Studi Kasus: Pasar Induk Kecamatan Medan Tuntungan Kota Medan)*. Tesis. Program Studi Magister Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Philip K. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Philip K. 2010. *Manajemen Pemasran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta.
- Paramita, Y.S., Ali, I.H., dan Muhammad, I.A. 2019. "Analisis Rantai Pasok Tomat di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat". *JIA Vol.7 No.4*. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.

- Pujawan, I.N., dan Mahendrawathi. 2010. *Supply Chain Management*, Edisi Kedua. Guna Widya. Surabaya.
- Ramadhan. 2018. *Manajemen Pemasaran Modern*, edisi ketiga, PFE UGM. Yogyakarta.
- Rukmana. 2004. *Usaha Tani Tanaman Pala*: CV Aneka Ilmu Semarang: Semarang.
- Rifany. 2016. *Hubungan Bentuk Biji dengan Karakteristik Morfologi Bibit Tanaman Pala (Myristica fragrans Houtt)*. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor: Bogor.
- Schroeder, R.G. 2007. *Operations Management: Contemporary Concepts and Cases*, 3rd ed., Singapore: McGraw Hill.
- Simchi-Levi, D., dan Kaminsky, P. 2009. *Designing and Managing The Supply Chain*. Boston: McGraw-Hill Company.
- Soekartawi. 2003. *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Soekartawi. 2011. *Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil*. UI-PRESS. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2010. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Tubagus, L.S. Marjan, M., dan Hendra, T. 2016. Analisis Rantai Pasok Komoditas Cabe Rawit di Kelurahan Kumelembuai Kota Tomohon. *Jurnal EMBA*. Vol.4 No.2 Hal.613-621. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado. Manado.
- Widyarto, A. 2012. Peran Supply Chain Management dalam Sistem Produksi dan Operasi Perusahaan. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 16., No. 2. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Wuwung, S.C. 2013. "Manajemen Rantai Pasokan Produk Cengkeh Pada Desa. Wawona Minahasa Selatan". *Jurnal EMBA Volume I Nomor 3* Hal 230-238. Universitas Sam Ratulangi Manado. Manado.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Sampel

Nomor	Nama	Luas Lahan (ha)	Produksi (kg/Bln)	Menjual Ke
1	Muklis	2	70	Pengumpul
2	Jamaludin	1	35	Pengumpul
3	Darwisah	2	70	Pengumpul
4	Samsuardi	3	120	Pengumpul
5	Taufik	0.5	20	Pengumpul
6	Hamza Haz	3	100	Pengumpul
7	Yuskar	1	40	Pengumpul
8	Zulkarnaini	2	60	Pengumpul
9	Sukardi	2	70	Pengumpul
10	Syukria	1	30	Pengumpul
11	Sudirman	2	65	Pengumpul
12	Zulfikar	3	120	Pengumpul
13	Laila	2	70	Pengumpul
14	Khalid Syarif	4	150	Pengumpul
15	Marzuky Yunus	4	140	Pengumpul
16	Syawal	1	40	Pengumpul
17	Habibi	0.5	20	Pengumpul
18	Dasril	0.5	15	Pengumpul
19	Taslim	1	30	Pengumpul
20	Ibnu Hayal	2	70	Pengumpul
21	Fazli	2	75	Pengumpul
22	Fakrizal	1	30	Pengumpul
23	Usman	2	70	Pengumpul
Total		42.5	1.510	
Rataan		1.84	65.65	

Sumber: Data Primer diolah 2021

Lampiran 2. Karakteristik Pedagang Sampel

Nomor	Nama	Pekerjaan	Menjual Ke	Volume Pembelian (kg/Minggu)
1	Wahyuni	Pengumpul	Eksportir	1.300
Total				1.300

Sumber: Data Primer diolah 2021

Lampiran 3. Aktivitas Pelaku Rantai Pasok

Nomor	Pelaku Agribisnis	Aktivitas
1	Petani	<ul style="list-style-type: none"> • Mempersiapkan lahan tanam, persiapan saprodi (bibit, pupuk, obato-batan, peralatan tanam, tenaga kerja, dll). • Melakukan penanaman, pemeliharaan, dan Pemanenan. • Pasca panen (mengupas kulit pala, pengeringan) • Menjual pala • Mengumpulkan dan membeli produksi para petani/Petani
2	Pengumpul	<ul style="list-style-type: none"> • Sortasi • Penggilingan • Penyulingan • Pengemasan • Menjual minyak ke Eksportir
3	Eksportir	<ul style="list-style-type: none"> • Membeli minyak pala dari pengumpul • Mengemas pala • Menyimpan • Mengekspor ke negara pemesan
4	Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Membeli pala dari pengecer • Mengonsumsi pala

Sumber: Data Primer diolah 2021

Lampiran 4. Biaya, Harga dan Margin Pemasaran Rantai Pasok Pala di Desa Blang Teungoh

Nomor	Pelaku	Rp/kg
1	Petani	
	Harga jual	16.000
2	Pengumpul	
	Harga beli	16.000
	Kayu bakar	55.000
	Tenaga kerja	10.500
	Pengemasan	40.000
	Pengangkutan (transportasi)	80.000
	Jumlah biaya (biaya pemasaran)	185.500
	Harga jual	550.000
	Keuntungan	318.500
	Margin	534.000
3	Eksportir	
	Harga beli	550.000
	Harga jual	1.000.000
	Margin	450.000
	Total biaya	185.500
	Total keuntungan	318.500
	Total margin	984.000

Sumber: Data Primer diolah 2021