

SARI

Puji Astuti. 2005. *Pengaruh nilai margin pemasaran terhadap pendapatan pengrajin gula kelapa di Desa Karangduren, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang*: Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. 69 h

Kata kunci : Nilai Margin Pemasaran, Pendapatan, Gula kelapa

Gula kelapa merupakan hasil pertanian yang distribusinya memerlukan pihak lain yaitu pedagang perantara. Pedagang perantara mengeluarkan biaya dan menarik keuntungan yang merupakan komponen margin pemasaran. Nilai margin pemasaran adalah beda harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima pengrajin dikalikan dengan jumlah yang ditransaksikan. Dilihat dari sudut produsen harga mempengaruhi pendapatan dan kelangsungan hidupnya, sedangkan dilihat dari sudut konsumen harga merupakan salah satu pertimbangan dalam menentukan jumlah produk yang akan dibeli.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh nilai margin pemasaran terhadap pendapatan pengrajin gula kelapa di Desa Karangduren, Kecamatan Tenganan, kabupaten Semarang? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh nilai margin pemasaran terhadap pendapatan pengrajin gula kelapa di Desa Karangduren, Kecamatan Tenganan, kabupaten Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengrajin gula kelapa Desa Karangduren, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang, dengan jumlah seluruhnya 603 pengrajin, pedagang pengumpul 12 orang dan pedagang pengecer 24 orang. Untuk pengrajin pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *area probability random sampling* dan besarnya 10% dari jumlah populasi sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 60 pengrajin. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket, metode wawancara dan studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan yaitu metode analisis diskripsi dan metode analisis regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa korelasi antara nilai margin pemasaran dengan pendapatan pengrajin gula kelapa adalah $r_{xy} = 0,466$. Persamaan garis yang terbentuk $Y = 2,015 X + 3899,032$ yang berarti bahwa kenaikan rata-rata tiap unit dari nilai margin pemasaran yang mempengaruhi pendapatan gula kelapa adalah 2,015. Dari analisis regresi F hitung dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara nilai margin pemasaran terhadap pendapatan. Hal ini ditunjukkan dari perhitungan F hitung $> F$ tabel ($16,109 > 4,00$). Sumbangan efektif dari variabel nilai margin pemasaran adalah 21,7%.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa ada pengaruh antara nilai marjin pemasaran terhadap pendapatan pengrajin gula kelapa di Desa Karangduren, Kecamatan Tengaran, Kabupaten Semarang sebesar 21,7%.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pengrajin gula kelapa maupun pedagang perantara, Pengrajin dalam memasarkan gula kelapa dapat memilih salah satu dari empat macam saluran pemasaran yang ada. Marjin terbesar terdapat pada saluran pemasaran dari produsen ke pedagang pengecer ke konsumen dan dari produsen ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer baru kemudian ke konsumen. Pengrajin gula kelapa di Desa Karangduren Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang diharapkan memilih saluran yang dari produsen ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer baru kemudian ke konsumen karena dengan marjin yang sama besar bagian harga yang diterima pengrajin dan harga yang dibayar konsumen sama besar tetapi dapat melibatkan dua pedagang perantara.

