

**EFISIENSI PEMASARAN GULA KRISTAL ORGANIK DI KABUPATEN BANYUMAS
(Studi kasus di Desa Semedo, Desa Petahunan, dan Desa Karangkemiri
Kecamatan Pekuncen)**

**MARKETING EFFICIENCY OF ORGANIC CRYSTAL SUGAR IN BANYUMAS REGENCY
(Case Study in Semedo Village, Petahunan Village, and Karangkemiri Village
Pekuncen District)**

Amelia Pramuwarsari¹, Khusnul Khatimah², Siti Mudmainnah^{3*}

Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Peradaban
Jl. Raya Pagojengan KM.3 Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes 52276

*Korespondensi : nasutionmanis@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu sentra gula kristal organik di Kabupaten Banyumas adalah Kecamatan Pekuncen karena masuk dalam salah satu sentra gula kristal organik di provinsi Jawa Tengah dan telah menembus pasar ekspor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi pemasaran gula kristal di Kecamatan Pekuncen. Daerah penelitian tepatnya di Desa Semedo, Desa Petahunan, dan Desa Karangkemiri. Penentuan responden menggunakan metode *snowball sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, dan *farmer's share*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 3 saluran pemasaran gula kristal organik. Saluran I dan II merupakan saluran yang efisien karena mempunyai nilai margin pemasaran yang paling rendah yakni Rp 20.000 dan *farmer's share* tinggi sebesar 48%.

Kata kunci: Gula kristal, efisiensi, pemasaran

ABSTRACT

One of the organic crystal sugar centers in Banyumas Regency is Pekuncen District because it is included in one of the organic crystal sugar centers in Central Java province and has penetrated the export market. This study aims to analyze the marketing efficiency of crystal sugar in Pekuncen District. The research area is precisely in Semedo Village, Annual Village, and Karangkemiri Village. Determination of respondents using the snowball sampling method. This research uses marketing channel analysis method, marketing margin, and farmer's share. The results showed that there were 3 marketing channels for organic crystal sugar. Channels I and II are efficient channels because they have the lowest marketing margin value of Rp. 20,000 and the high farmer's share of 48%.

Key words : Crystal sugar, Efficinecy, Marketing

PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumberdaya alam (SDA) yang luas. Sumber daya alam yang melimpah ini menjadikan Indonesia memiliki berlimpah hasil pertanian. Sumberdaya alam terdiri dari beberapa sektor, salah satunya adalah sektor perkebunan. Menurut data Badan Pusat Statistik Tahun 2018, sektor perkebunan yang ada di Indonesia seluas 9.407,9 hektar dimana salah satu tanaman tahunan yang banyak dibudidayakan dan diambil manfaatnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari adalah komoditas kelapa dengan jumlah usaha tani kelapa sejumlah 5.090.583.

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang memiliki sektor perkebunan kelapa yang luas, dengan luas wilayah total 32.800,69 km² (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2019). Kabupaten Banyumas merupakan peringkat kedua produksi gula kelapa terbanyak menurut pernyataan Bupati Banyumas Bapak Ir. Ahmad Husen pada tahun 2018 (Prosiding Konferensi Nasional Kelapa VIII). Gula kelapa di Banyumas sudah diolah menjadi beberapa bentuk olahan. Diantaranya adalah olahan gula kelapa menjadi bentuk kristal atau tepung atau dikenal juga dengan gula semut atau palm sugar. Gula ini juga dikenal dengan gula kristal organik, diketahui organik karena dari proses penderesan sampai dengan pengemasan dilakukan secara organik atau tanpa tambahan bahan campuran serta bahan kimia.

Kecamatan Pekuncen merupakan kecamatan yang masuk dalam 10 besar kecamatan sebagai sentra penghasil gula kristal organik dengan total produksi mencapai 600 kg/th pada tahun 2018 (Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Banyumas). Kecamatan Pekuncen memiliki

luas wilayah 9.269,81 hektar terdiri dari 16 desa dengan total penderes 1.771 kepala keluarga. Dari 16 desa tersebut Desa Semedo, Petahunan, dan Karangkemiri adalah penghasil gula kristal yang dominan di Kecamatan Pekuncen. Desa tersebut merupakan sentra gula kristal organik, selain produktivitas gula kristal organik yang banyak yaitu sebanyak 200 ton pertahun pada tahun 2018 kualitas gula kristal organik di ketiga desa ini juga sudah ekspor melalui bantuan eksportir yang ada. Desa Semedo telah mengekspor gula Kristal ke Eropa dari 50 ton pada tahun 2017 naik menjadi 200 ton pada tahun 2018 (Sahat, 2017).

Gula kristal organik ini merupakan gula kelapa yang berbentuk seperti tepung atau kristal memiliki bau khas dan warna coklat, baik coklat kekuningan atau coklat gelap. Gula kristal organik diperoleh dari bunga kelapa atau biasa disebut dengan manggar (Ayyubi, 2018). Manggar ini yang dapat menghasilkan cairan bening atau nira. Nira ini didapatkan dengan cara penyadapan atau penderesan. Hasil yang diperoleh sekitar 0,5 – 1 liter nira per pohon setiap harinya (Suliyanto, 2013). Setelah diperoleh nira selanjutnya nira dimasak sampai mengental, setelah nira mengental selanjutnya dicetak menjadi tepung atau berbentuk kristal.

Produksi gula kristal organik mengalami berbagai permasalahan diantaranya harga jual yang ditentukan oleh pedagang pengepul menyebabkan *bargaining position* atau tawar menawar penderes lemah, harga jual yang rendah menyebabkan penerimaan penderes rendah. Melihat kualitas produk yang semakin baik dan menembus pasar internasional maka di indikasi bahwa produk gula kristal memiliki suatu keunggulan tertentu. Untuk itu Peneliti ingin mengetahui efisiensi pemasaran gula kristal organik di

Kabupaten Banyumas yang terkenal menjadi sentra produksi gula kristal organik.

METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi ditentukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan Kecamatan Pekuncen merupakan salah satu sentra penghasil produk gula kristal organik di Kabupaten Banyumas yang memiliki produk kualitas ekspor.

Responden adalah penderes gula kristal organik. Selain penderes, responden dalam penelitian juga diambil sampel pedagang pengepul dengan jumlah sampel 9 orang untuk dijadikan responden dengan pertimbangan jumlah tersebut sudah dapat mewakili topik penelitian. Pengambilan responden untuk mengetahui efisiensi pemasaran komoditas gula kristal organik yang ada dipilih secara *snowball sampling* yaitu teknik sampling yang semula berjumlah kecil kemudian anggota sampel (responden) mengajak para sahabatnya untuk dijadikan sample dan seterusnya sehingga jumlah sample semakin membengkak jumlahnya (Hadi, 2006).

Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif pada perhitungan efisiensi pemasaran. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran suatu produk pertanian dapat dilakukan dengan menghitung saluran pemasaran, margin pemasaran produk pertanian, dan *farmer's share* dengan metode sebagai berikut:

1. Analisis Saluran Pemasaran

Analisis saluran pemasaran komoditas gula kristal organik diamati melalui beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam kontribusi pada penyaluran hasil produk dari produsen ke konsumen akhir. Saluran pemasaran yang

diteliti meliputi produsen, pedagang pengumpul dan perusahaan atau eksportir. Banyak sedikitnya lembaga yang berkontribusi akan berpengaruh terhadap penerimaan pendapatan yang diterima oleh masing-masing lembaga tersebut.

2. Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian di setiap lembaga pemasaran. Besarnya margin pada dasarnya merupakan penjumlahan dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing lembaga pemasaran. Metode analisis dapat dihitung dengan menggunakan metode rumus sebagai berikut (Rahim, 2005) :

$$MP=Pr-Pf$$

Keterangan :

MP : margin pemasaran (Rp/kg)

Pr : harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

Pf : harga di tingkat produsen (Rp/kg)

3. Analisis *Farmer's share*

Farmer's share merupakan perbandingan harga yang diterima oleh penderes dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Untuk mengetahui bagian (share) yang diterima petani dapat dilihat keterkaitannya antara pemasaran dan proses produksi. Komoditas yang diproduksi secara tidak efisien (seperti biaya per unit tinggi), harus dijual dengan harga per unit tinggi pula, sehingga yang diproduksi secara tidak efisien menyebabkan bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menjadi kecil (Rahim, 2005). *Farmer's share* dapat dihitung dengan menggunakan metode rumus :

$$Fs = Pf / (Pf \times Ps) \times 100\%$$

Keterangan :

FS = Bagian Harga yang diterima Petani (*Farmer's share*) (%)

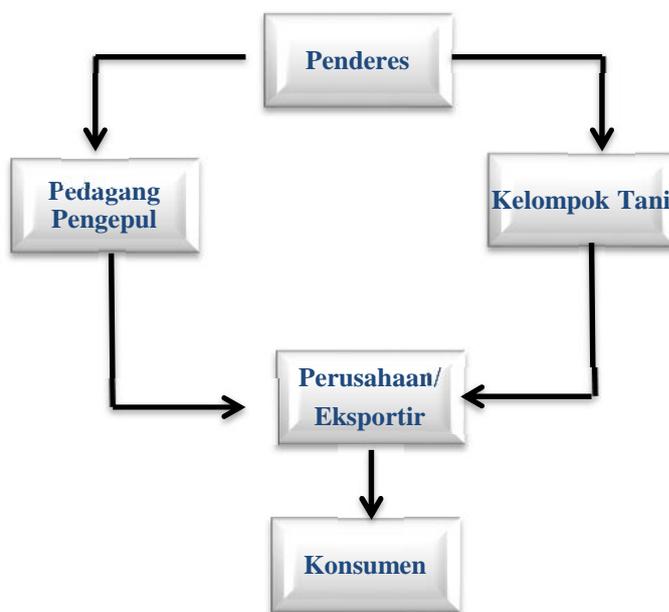
Pf = Harga ditingkat Petani (Rp/kg)

Ps = Harga ditingkat konsumen akhir (Rp/kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran gula kristal organik diperoleh dengan cara penelusuran jalur pemasaran gula kristal organik mulai dari petani hingga ke konsumen. Saluran yang terbentuk dalam penelitian pemasaran gula kristal organik dapat di gambarkan dalam ilustrasi bagan saluran pemasaran sebagai berikut :



Gambar 1. Alur Pemasaran Gula Kristal Organik

(Sumber: Data Primer Penelitian diolah, 2020)

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh saluran pemasaran gula kristal organik

sebanyak tiga saluran di Kecamatan Pekuncen, yaitu:

I. Saluran I



II. Saluran II :



III. Saluran III :



Gambar 2. Saluran Pemasaran Gula Kristal Organik

(Sumber: Data Primer Penelitian diolah, 2020)

Berdasarkan saluran pemasaran yang terbentuk pada pemasaran gula kristal organik di Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas yaitu :

I. Saluran Pemasaran I

Pada saluran pemasaran I, penderes menjual gula kristal organik ke pengepul yang ada di desa semedo, petahunan dan karangkemiri. Pengepul dalam saluran pemasaran I ini adalah warung/ pedagang yang ada disekitar tempat tinggal penderes yang sudah bekerjasama dengan pihak perusahaan A, B atau C sebagai eksportir. Perusahaan pada saluran I merupakan perusahaan/ eksportir skala besar dan sudah memiliki sertifikasi organik dengan tujuan konsumen luar negeri.

II. Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran II, penderes menjual gula kristal organik ke kelompok tani pada masing-masing wilayah tempat

tinggal penderes. Selanjutnya kelompok tani akan mengirim produknya ke perusahaan A, B atau C sebagai eksportir untuk selanjutnya didistribusikan kepada konsumen.

III. Saluran Pemasaran III

Pada saluran pemasaran III, penderes menjual gula kristal organik ke pedagang pengepul skala kecil, selanjutnya pengepul akan menyetor ke kelompok tani yang berlanjut ke perusahaan A, B atau C sebagai eksportir baru kemudian di distribusikan ke konsumen.

2. Marjin Pemasaran

Besarnya marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran pada saluran pemasaran yang digunakan Penderes gula kristal organik di Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas dapat di lihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Besarnya Marjin Pemasaran Gula Kristal Organik di Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas pada Saluran Pemasaran I.

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)
1	Penderes	
	Harga Tingkat Penderes	18.500
	Biaya Kemasan	100
	Biaya Transportasi	0
2	Pedagang / Tengkulak	
	Harga Beli	18.500
	Biaya Pengemasan	0
	Biaya Transportasi	0
	Biaya Resiko	0
	Total Biaya	0
	Keuntungan	1.000
	Marjin Pemasaran	1.000
Harga Jual	19.500	
3	Perusahaan/ Eksportir	
	Harga Beli	19.500
	Biaya Pengemasan	500
	Biaya Transportasi	1.000

	Biaya Resiko	5.000
	Total Biaya	6.500
	Keuntungan	12.500
	Marjin Pemasaran	19.000
	Harga Jual	38.500
4	Harga Beli Konsumen	38.500
5	Total Marjin Pemasaran	20.000
	Total Biaya Pemasaran	6.600
	Total Keuntungan	12.400
	Total Farmer's Share (%)	48%

Sumber : Data Primer Penelitian diolah (2020)

Pada saluran pemasaran I Tabel 1 menunjukkan bahwa saluran pemasaran I lembaga yang terkait yaitu pedagang pengepul dan eksportir. Pada saluran ini penderes tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Gula kristal organik dari penderes dijual dalam kemasan plastik yang telah diberi barcode perusahaan, satu plastik kemasan berisi 12 kg gula kristal organik. Penderes menjual produk ke pedagang pengepul dalam satuan kg. kemudian pedagang pengepul akan menjual produk ke perusahaan dalam hal ini pedagang pengepul tidak mengeluarkan biaya

pemasaran karena produk yang telah terkumpul selanjutnya akan diambil oleh pihak perusahaan/eksportir. Perusahaan atau eksportir yang telah membeli produk dari pengepul selanjutnya akan melakukan proses berupa pengeringan kembali selama 6-8 jam untuk mengurangi kadar air yang terkandung didalam gula kristal organik. Selanjutnya diayak kembali dan dipacking ulang dengan dicek menggunakan *metal detector* untuk memastikan tidak ada benda atau logam yang ada di produk. Biaya tersebut dimasukan kedalam biaya resiko.

Tabel 2. Besarnya Marjin Pemasaran Gula Kristal Organik di Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas pada Saluran Pemasaran II

No	Uraian	Nilai (Rp/kg)
1	Penderes	
	Harga tingkat penderes	18.500
	biaya kemasan	100
	biaya transportasi	0
2	Kelompok Tani	
	harga beli	18.500
	biaya pengemasan	0
	biaya transportasi	0
	biaya resiko	0
	total biaya	0
	Keuntungan	1.000
	marjin pemasaran	1.000
	harga jual	19.500

3	Perusahaan/ eksportir	
	harga beli	19.500
	biaya pengemasan	500
	biaya transportasi	1.000
	biaya resiko	5.000
	total biaya	6.500
	Keuntungan	12.500
	marjin pemasaran	19.000
	harga jual	38.500
4	harga beli konsumen	38.500
5	Total Marjin Pemasaran	20.000
	Total Biaya Pemasaran	6.500
	Total Keuntungan	12.400
	Total Farmer's Share (%)	48%

Sumber : Data Primer Penelitian (2020)

Saluran Pemasaran II Tabel 2 menunjukkan bahwa saluran pemasaran II sama dengan saluran pemasaran I, perbedaannya hanya terletak pada lembaga yang terkait yaitu Kelompok Tani dan eksportir. Pada saluran ini penderes tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Gula kristal organik dari penderes dijual dalam kemasan plastik yang telah diberi *barcode* perusahaan, satu plastik kemasan berisi 12 kg gula kristal organik. Penderes menjual produk ke kelompok tani dalam satuan kg. kemudian kelompok tani akan menjual produk ke perusahaan dalam hal ini kelompok tani tidak mengeluarkan biaya pemasaran karena produk yang telah

terkumpul selanjutnya akan diambil oleh pihak perusahaan/eksportir. Perusahaan atau eksportir yang telah membeli produk dari kelompok tani selanjutnya akan melakukan proses berupa pengeringan kembali selama 6-8 jam untuk mengurangi kadar air yang terkandung didalam gula kristal organik. Selanjutnya diayak kembali dan dipacking ulang dengan dicek menggunakan metal detector untuk memastikan tidak ada benda atau logam yang ada di produk. Biaya tersebut dimasukkan kedalam biaya resiko.

Tabel 3. Besarnya Marjin Pemasaran Gula Kristal Organik di Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas pada Saluran Pemasaran III.

No	Uraian	Nilai (Rp/kg)
1	Penderes	
	Harga tingkat penderes	17.500
	biaya kemasan	100
	biaya transportasi	0
2	Pedagang Pengepul	
	harga beli	17.500
	biaya pengemasan	0
	biaya transportasi	0

	biaya resiko	0
	total biaya	0
	Keuntungan	1.000
	margin pemasaran	1.000
	harga jual	18.500
3	Kelompok Tani	
	harga beli	18.500
	biaya pengemasan	
	biaya transportasi	1.000
	biaya resiko	
	total biaya	1.000
	Keuntungan	1.500
	margin pemasaran	1.500
	harga jual	20.000
4	Perusahaan/ eksportir	
	harga beli	20.000
	biaya pengemasan	500
	biaya transportasi	1.000
	biaya resiko	5.000
	total biaya	6.500
	Keuntungan	12.500
	margin pemasaran	18.500
	harga jual	38.500
5	harga beli konsumen	38.500
6	Total Margin Pemasaran	21.000
	Total Biaya Pemasaran	7.600
	Total Keuntungan	13.400
	Total Farmer's Share (%)	45%

Sumber: Data Primer Penelitian (2020)

Saluran Pemasaran III Tabel 3 menunjukkan ada 3 lembaga yang terkait yaitu pedagang pengepul, kelompok tani dan eksportir. Pada saluran ini penderes tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Gula kristal organik dari penderes dijual dalam kemasan plastik yang telah diberi barcode perusahaan, satu plastik kemasan berisi 12 kg gula kristal organik. Penderes menjual produk ke kelompok tani dalam satuan kg. Kemudian pedagang pengepul yang telah bekerjasama dengan kelompok tani, dalam hal ini pedagang pengepul tidak

mengeluarkan biaya pemasaran karena produk yang telah terkumpul selanjutnya akan diambil oleh pihak perusahaan/eksportir. Perusahaan atau eksportir yang telah membeli produk dari kelompok tani selanjutnya akan melakukan proses berupa pengeringan kembali selama 6-8 jam untuk mengurangi kadar air yang terkandung didalam gula kristal organik. Selanjutnya diayak kembali dan dipacking ulang dengan dicek menggunakan metal detector untuk memastikan tidak ada benda

atau logam yang ada di produk. Biaya tersebut dimasukan kedalam biaya resiko.

3. *Farmer's Share*

Besarnya *Farmer's Share* pada ke tiga saluran pemasaran yang digunakan Penderes Gula Kristal Organik di Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas dapat di lihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Efisiensi Pemasaran Gula Kristal Organik di Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas.

No	Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III
1	Total Biaya (Rp/kg)	6.600	6.600	7.600
2	Total Keuntungan (Rp/kg)	12.400	12.400	13.400
3	Marjin Pemasaran (Rp/kg)	20.000	20.000	21.000
4	Farmer's Share (%)	48%	48%	45%

Sumber : Data Primer Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa saluran pemasaran I dan II memiliki nilai marjin pemasaran sebesar Rp.20.000; dimana lebih besar dari saluran pemasaran III yaitu sebesar Rp.19.500; *Farmer's share* pada saluran I dan II sebesar 48% lebih tinggi dari saluran pemasaran III sebesar 45%. Berdasarkan tinggi rendahnya marjin pemasaran dan *farmer's share*, maka saluran pemasaran I dan II merupakan saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomis di Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas. Hal tersebut dikarenakan nilai marjin pemasaran rendah dan *farmer's share* pada saluran tersebut tinggi. Alur pemasaran III yang panjang berpengaruh terhadap bagian yang diterima petani dimana alur pemasaran yang panjang akan mempengaruhi bagian yang diterima oleh penderes semakin kecil. Keuntungan yang didapat dari ketiga saluran pemasaran adalah sama yaitu sebesar Rp. 12.500; perbedaannya hanya terletak pada panjangnya alur pemasaran III dimana dalam lembaga pemasaran ada penambahan biaya sehingga total biaya pada saluran pemasaran III sebesar Rp. 6.500.

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam penelitian ini yaitu pedagang pengepul dimana pedagang pengepul merupakan pedagang disekitar (warung) disekitar penderes yang menampung gula kristal organik dan telah bekerjasama dengan perusahaan sebagai eksportir. Jumlah pedagang pengepul secara keseluruhan yang resmi bekerjasama dengan perusahaan ada 17 orang yang tersebar di tiga tempat penelitian. Untuk pembagian jumlah penderes dalam pedagang pengepul tidak dapat dihitung karena penderes boleh menjual ke pedagang lain sesuai keinginan penderes. Dalam penelitian yang dilakukan pedagang pengepul pada Desa Semedo dan petahunan bekerjasama dengan perusahaan A dan B dimana penderes akan menjual produknya ke pedagang pengepul dengan harga tertinggi. Secara tertulis perusahaan telah mendata penderes yang telah terdaftar dan masuk dalam sertifikasi yang dikeluarkan oleh perusahaan A maupun B. Pada praktek yang dilakukan penderes akan menjual produknya ke pedagang pengepul dengan harga tertinggi. Pedagang pengepul di desa karangkemiri menjual produknya ke pedagang pengepul bekerjasama dengan

perusahaan C dimana harga beli di tingkat penderes lebih rendah jika dibanding dengan perusahaan A dan B. Hal tersebut dikarenakan masih sedikitnya jumlah penderes yang terdata pada perusahaan C, selain itu perusahaan C terhitung baru masuk dalam lingkup lembaga pemasaran yang ada di Kecamatan Pekuncen.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan di Kabupaten Banyumas tentang efisiensi pemasaran dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran gula kristal organik, yakni saluran I, saluran II, dan saluran III. Nilai margin pemasaran masing-masing yakni Rp 20.000, Rp 20.000, dan Rp 21.000. Sedangkan nilai *farmer's share* berturut-turut yaitu 48%, 48%, dan 45%. Saluran pemasaran I dan II merupakan alur pemasaran paling efisien karena menghasilkan nilai margin pemasaran yang paling rendah dan persentase *farmer's share* tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Ayyubi, S. 2018. Mengenal Gula Kristal Anti Diabetes dari Desa Semedo. News.okezone.com(Online)<https://news.okezone.com/read/2018/03/09/512/1870167/mengenal-gula-kristal-anti->

diabetes-dari-desa-semedo Diakses pada tanggal 25 April 2020.

Badan Pusat Statistik Pusat 2018. Indonesia Dalam angka 2018. BPS Indonesia.

Badan Pusat Statistik Jawa Tengah. 2019. Jawa Tengah Dalam angka 2018. BPS Provinsi.

Dinas Pertanian dan Ketahann Pangan Kabupaten Banyumas. 2018. Banyumas dalam angka 2018. Dinas Pertanian Kabupaten.

Hadi, S. 2006. Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan. Penerbit Ekonisia. Yogyakarta.

Rahim, A. 2005. Model Analisis Ekonomika Pertanian. Badan Penerbit Universitas Negeri Makasar: Makasar.

Sahat, S.F. 2017. Peluang Ekspor Gula Semut. Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. Jakarta.

Suliyanto, dkk. 2013. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Gula Kelapa. Universitas Jendral Soedirman. Purwokerto.