

**ANALISIS PEMASARAN GULA LONTAR
KECAMATAN TAMALATEA KABUPATEN JENEPONTO**

**SRI MEILANI BACHRUM
105 9500 386 13**



**PROGRAM STUDI KEHUTANAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2017**

**ANALISIS PEMASARAN GULA LONTAR
KECAMATAN TAMALATEA KABUPATEN JENEPONTO**

**SRI MEILANI BACHRUM
105 9500 386 13**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Kehutanan
Strata Satu (S-1)

**PROGRAM STUDI KEHUTANAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pemasaran Gula Lontar Kecamatan Tamalatea
Kabupaten Jeneponto
Nama : Sri Meilani Bachrum
Stambuk : 105 9500 386 13
Program Studi : Kehutanan
Fakultas : Pertanian

Makassar, Desember 2017

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Dr. Hikmah, S.Hut., M.Si
NIP : 197107112005012001

Pembimbing II

Muh. Tahnur, S.Hut., M.Hut
NIDN : 0912097208

Diketahui oleh,

Dekan Fakultas Pertanian

H. Burhanuddin, S.Pi., MP
NBM: 853947

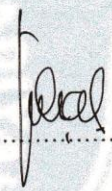
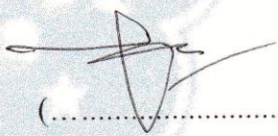
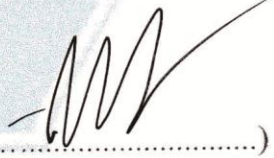

Ketua Program Studi Kehutanan

Husnah Latifah, S.Hut., M.Si
NBM:742921

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Pemasaran Gula Lontar di Kecamatan Tamalatea
Kabupaten Jeneponto
Nama : Sri Meilani Bachrum
Stambuk : 105 9500 386 13
Program Studi : Kehutanan
Fakultas : Pertanian

SUSUNAN KOMISI PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. <u>Dr. Hikmah, S.Hut.,M.Si</u> Ketua Sidang	(..... )
2. <u>Muhammad Tahnur, S.Hut.,M.Hut</u> Sekertaris	(..... )
3. <u>Dr. Hasanuddin Molo, S.Hut.,MP</u> Anggota	(..... )
4. <u>Muthmainnah, S.Hut.,M.Hut</u> Anggota	(..... )

Tanggal Lulus : 21 Desember 2017

**PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI
DAN SUMBER INFORMASI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**ANALISIS PEMASARAN GULA LONTAR KECAMATAN TAMALATEA
KABUPATEN JENEPONTO**

Adalah benar merupakan hasil karya sendiri yang belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari Penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi.

Makassar, Desember 2017

Sri Meilani Bachrum
105 9500 386 13

Hak Cipta milik Unismuh Makassar, Tahun 2017

@ Hak Cipta dilindungi Undang-undang

1. *Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber*
 - a. *Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah*
 - b. *Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unismuh Makassar*
2. *Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk laporan apa pun tanpa izin Unismuh Makassar*

ABSTRAK

SRI MEILANI BACHRUM (105950038613). Analisis pemasaran Gula Lontar di Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto. Dibawah bimbingan **Hikmah dan Muhammad Tahnur.**

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan di mulai dari bulan Agustus sampai bulan Oktober 2017. Adapun lokasi penelitian di Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran Gula Lontar di Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

Data yang diambil pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dengan teknik wawancara, sedangkan data sekunder data-data yang diperoleh dari instansi terkait sebagai data penunjang yang meliputi jumlah penduduk, letak dan keadaan geografis lokasi penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode *snowball sampling*, yaitu penelusuran saluran pemasaran gula lontar yang ada di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto mulai dari produsen/petani sampai ke konsumen tingkat akhir berdasarkan informasi yang diberikan oleh produsen.

Hasil penelitian yang menunjukkan terdapat tiga saluran pemasaran di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto, Saluran pemasaran pertama tidak memiliki margin pemasaran karena konsumen langsung membeli produk, dan untuk margin pemasaran saluran kedua yang diterima pedagang pengumpul adalah Rp. 1.000/biji dengan efisiensi pemasaran sebesar 35%, dan untuk margin pemasaran saluran ketiga yang diterima adalah sebesar Rp. 1.720/biji dengan efisiensi pemasaran sebesar 53%. Maka yang paling efisien dan ketiga saluran pemasaran gula lontar ini yaitu saluran pemasaran kedua karena memiliki nilai efisiensi paling kecil dan < 50%

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidaya-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini setelah melalui proses yang panjang. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabiullah Muhammad SAW sebagai satu-satunya teladan kita dalam menjalani segala aktivitas di atas muka bumi ini, juga kepada keluarga beliau, sahabat-sahabatnya, dan orang-orang yang selalu istiqamah menjalani hidup dengan Islam sebagai agama satu-satunya yang diridhai Allah SWT.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini mulai menyusun hingga tahap penyelesaian sepenuhnya masih banyak kekurangan sebagai akibat dari keterbatasan Penulis. Untuk itu, saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi akan Penulis terima dengan lapang hati. Walaupun demikian, penulis berupaya semaksimal mungkin untuk menyempurnakan tugas ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat yang besar baik bagi para pembaca khususnya bagi saya sendiri dan semua Mahasiswa Prodi Kehutanan Fakultas Pertanian, Amin.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada **Ayahanda Bachrum Basir dan Ibunda Hartina**. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan arahan. Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada Penulis mendapatkan ridho dari Allah SWT. Aamiin, karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menghaturkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **H. Burhanuddin, S.Pi.,MP** selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Ibunda **Husnah Latifah, S.Hut.,M.Si** selaku Ketua Jurusan Program Studi Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibunda **Dr. Hikmah, S.Hut.,M.Si** sebagai dosen Pembimbing I dan Ayahanda **Muhammad Tahnur, S.Hut.,M.Hut** sebagai dosen Pembimbing II, yang selama ini dapat meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, nasehat dan kritikan demi kelancaran penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan ibu Dosen Program Studi Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan ilmu selama Penulis menempuh pendidikan.
5. Saudaraku Muhammad Aswin Bahar Massarappy dan Fajriani Noviantari, terima kasih atas segala dukungan dan motivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh angkatan 2013 terima kasih atas dukungan dan semangat yang selalu ada untuk penulis, terima kasih atas persaudaraannya dan pengertiannya.

7. Kepada Kepala dan seluruh staf kantor Kecamatan Tamalate dan semua masyarakat pembuat gula lontar yang telah bersedia menjadi responden selama penelitian.

Akhirnya, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan apabila ada yang tidak disebutkan mohon maaf, dengan besar harapan semoga skripsi yang ditulis oleh Penulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca

Makassar, Desember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KOMISI PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HAK CIPTA.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
RIWAYAT HIDUP.....	xvi
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran.....	5
2.2. Konsep Pemasaran	6
2.3. Saluran Pemasaran	7
2.4. Margin Pemasaran.....	8
2.5. Efisiensi Pemasaran.....	9
2.6. Tanaman Lontar	10

2.7. Kerangka Pikir.....	15
III. Metode Penelitian	
3.1. Waktu dan Tempat.....	16
3.2. Objek dan Alat Penelitian.....	16
3.3. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel.....	16
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.5. Jenis Data.....	17
3.6. Analisis Data.....	17
3.7. Definisi Operasional.....	19
IV. KEADAAN UMUM LOKASI	
4.1. Luas dan Letak Geografis.....	20
4.2. Letak Wilayah.....	21
4.3. Kondisi Fisik Wilayah.....	22
4.4. Jumlah Penduduk.....	23
4.5. Mata pencaharian.....	24
4.6. Sarana dan Prasarana.....	25
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Saluran Pemasaran.....	27
5.2. Margin Pemasaran.....	29
5.3. Efisiensi Pemasaran.....	33
VI. PENUTUP	
6.1. Kesimpulan.....	36
6.2. Saran.....	36

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Nomor	<i>Teks</i>	Halaman
1.	Luas Wilayah Kecamatan Tamalatea Menurut Desa/Kelurahan, 2017	21
2.	Jumlah Penduduk di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto, 2017	24
3.	Mata Pencaharian Penduduk di Kecamatan Tamalatea, 2017	25
4.	Sarana dan Prasarana Kecamatan Tamalatea, 2017	26
5.	Margin Pemasaran Saluran 2.....	30
6.	Margin Pemasaran Saluran 3.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner untuk Produsen	38
1.	Kuisisioner untuk Pengumpul.....	39
1.	Kuisisioner untuk Pengecer	40
1.	Kuisisioner untuk Konsumen.....	41
2.	Data Responden di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto	42
3.	Total Biaya Bahan Baku Gula Lontar	43
4.	Total Biaya Produksi Gula Lontar	44
5.	Total Biaya Pengeluaran Gula Lontar Saluran Pemasaran 1	46
6.	Total Biaya Pengeluaran Gula Lontar Saluran Pemasaran 2	48
7.	Total Biaya Pengeluaran Gula Lontar Saluran Pemasaran 3	48
8.	Total Produksi Gula Lontar Saluran Pemasaran 1	49
9.	Total Produksi Gula Lontar Saluran Pemasaran 2	49
10.	Total Produksi Gula Lontar Saluran Pemasaran 3	49
11.	Pendapatan Produsen Gula Lontar Saluran Pemasaran 1.....	50
12.	Pendapatan Produsen Gula Lontar Saluran Pemasaran 2.....	50
13.	Pendapatan Produsen Gula Lontar Saluran Pemasaran 3.....	50
14.	Biaya Pemasaran Untuk Setiap Saluran Pemasaran.....	51
15.	Dokumentasi Penelitian.....	52

DAFTAR GAMBAR

Nomor	<i>Teks</i>	Halaman
1.	Kerangka Pikir	15
2.	Saluran Pemasaran Gula Lontar di Kecamatan Tamalatea	27
3.	Peta Administrasi Kecamatan Tamalatea.....	56

RIWAYAT HIDUP



SRI MEILANI BACHRUM, Lahir pada tanggal 3 MEI 1995 di Dili, Timor-Timor. Merupakan anak ke 1 dari 3 bersaudara dari pasangan Ayah Bachrum Basir dan Ibu Hartina.

Penulis memulai Pendidikan Tingkat Dasar pada tahun 2001 di Sekolah Dasar Negeri (SDN) No. 033 Darma dan tamat pada tahun 2007. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan tingkat menengah pertama (SMP) Negeri 3 Polewali dan tamat pada tahun 2010. Selanjutnya pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan tingkat menengah atas (SMA) Negeri 1 Polewali dan tamat pada tahun 2013. Ditahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswi pada program studi Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) adalah hasil hutan hayati baik nabati maupun hewani dan turunnya yang berasal dari hutan kecuali kayu (Permenhut No.35 Tahun 2007). Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) unggulan adalah jenis hasil hutan bukan kayu memiliki potensi ekonomi yang dapat dikembangkan budidaya maupun pemanfaatannya di wilayah tertentu sesuai kondisi biofisik setempat guna meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Sebagaimana kita ketahui masalah pengembangan komoditas hasil hutan bukan kayu bukan semata terletak pada pemilihan komoditi unggulan, kendatipun upaya tersebut merupakan fokus tindakan untuk memajukan. Sisi lain dari pengembangan yang dibutuhkan adalah upaya fokus untuk memberikan dukungan data dan informasi tentang aspek potensi dan pemanfaatan, pemungutan, pengolahan, dan kualitas produk.

Hasil hutan bukan kayu sudah sejak lama masuk dalam komponen strategi penghidupan penduduk hutan. Saat ini, upaya untuk mempromosikan pemanfaatan hutan yang ramah lingkungan berhasil meningkatkan perhatian terhadap pemasaran dan pemungutan hasil hutan bukan kayu sebagai suatu perangkat dalam mengembangkan konsep kelestarian. Meskipun demikian, tidak ada jaminan akan menghasilkan keluaran yang positif.

Berdasarkan Permenhut No.35 Tahun 2007 tentang hasil hutan bukan kayu, Siwalan atau disebut juga Lontar (*Borassus flabellifer*) merupakan salah satu daftar komoditi kelompok hasil hutan bukan kayu sejenis palma (pinang-

pinang) yang tumbuh di Asia Tenggara dan Asia Selatan. Pohon Lontar (*Borassus flabellifer*) menjadi flora identitas provinsi Sulawesi Selatan. Pohon ini banyak dimanfaatkan daunnya, batangnya, buah hingga bunganya yang dapat disadap untuk diminum langsung sebagai *legen* (nira), difermentasi menjadi tuak ataupun diolah menjadi gula lontar (sejenis gula merah).

Terkait beberapa penelitian tentang lontar dan pemasarannya yang mendukung penelitian ini antara lain yaitu penelitian oleh Parlindungan Tambunan dengan judul *Potensi dan Kebijakan Pengembangan Lontar Untuk Menambah Pendapatan Penduduk* menyimpulkan bahwa produk lontar menjadi produk unggulan daerah yang sangat membantu dan mendukung peningkatan pendapatan petani, penyediaan lapangan kerja, penerimaan daerah dan menambah devisa negara. Penelitian oleh Abdul Kadir dengan judul *Analisa Kelayakan Financial Usaha Industry Rumah Tangga Dalam Pembuatan Produk Nata Lontar* menyimpulkan bahwa usaha pembuatan produk nata memiliki BCR sebesar 0,417 sehingga belum layak dikembangkan sebagai suatu usaha industri rumah tangga bila rendemennya rendah. Penelitian oleh Sustiyana, Syafrial, dan Mangku Purnomo dengan judul *Analisis Supply Chain Dan Efisiensi Pemasaran Gula Siwalan di Kabupaten Sumenep, Jawa Timur* menyimpulkan bahwa kondisi rantai pasok gula siwalan termasuk dalam kategori baik dan saluran pemasaran 1 memiliki nilai indeks efisiensi pemasaran terendah 4,5 dan saluran pemasaran 3 memiliki nilai indeks efisiensi pemasaran tertinggi 96,65.

Provinsi Sulawesi Selatan Kabupaten Jeneponto diketahui memiliki potensi pohon lontar (siwalan) yang begitu besar jumlahnya yang tersebar pada

semua kecamatan, sehingga memungkinkan sebagai sentra pengembangan industri gula lontar. Menurut data dari Dinas Perkebunan Kabupaten Jeneponto tahun 2017, jumlah produksi gula lontar dari pohon siwalan setiap kecamatan yaitu Kecamatan Bangkala 6.174 kg, Kecamatan Bangkala Barat 6.174 kg, Kecamatan Tamalatea 8.271 kg, Kecamatan Bontoramba 5.922 kg, Kecamatan Binamu 6.349 kg, Kecamatan Turatea 3.611 kg, Kecamatan Kelara 233 kg, Kecamatan Rumbia 1.514 kg, Kecamatan Arungkeke 2.912 kg, Kecamatan Batang 3.262 kg, dan Kecamatan Tarowang 4.543 kg. Kecamatan Tamalatea merupakan kecamatan yang menghasilkan gula merah yang terbanyak.

Hasil produksi gula lontar ini memungkinkan adanya keterlibatan dari pelaku lain, seperti pedagang pengumpul atau pelaku lainnya dalam pemasaran hasil produksi gula lontar tersebut yang berperan menghubungkan petani dengan konsumen. Apabila informasi yang dimiliki oleh petani mengenai pasar sedikit maka akan memberikan keuntungan kepada pedagang pengumpul atau pihak lainnya dalam menentukan harga sehingga petani menjadi pihak yang dirugikan. Oleh sebab itu perlu dianalisis mengenai pemasaran gula lontar yang terdapat di Kecamatan Tamaletea, Kabupaten Jeneponto.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana sistem saluran pemasaran gula lontar Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto ?
2. Bagaimana margin dan efisiensi pemasaran gula lontar Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui sistem saluran pemasaran gula lontar Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.
2. Untuk mengetahui margin dan efisiensi pemasaran gula lontar Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai berikut :

1. Memberikan informasi tentang saluran, margin dan efisiensi pemasaran gula lontar Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.
2. Sebagai bahan acuan untuk pihak-pihak dalam upaya pengembangan produk unggulan dari hasil hutan bukan kayu yang berasal dari tanaman lontar.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran

Kelemahan dalam sistem kehutanan di negara berkembang seperti Indonesia adalah kurangnya perhatian dalam bidang pemasaran, karena pemasaran merupakan salah satu komponen penting dalam pemanfaatan dan pengembangan produk-produk hasil hutan bukan kayu. Bagaimanapun juga, untuk meningkatkan status penghidupan dan ekonomi petani, produk-produk tersebut harus dijual. Tanpa adanya pemasaran, maka hasil hutan bukan kayu yang dipungut atau diproduksi oleh petani tidak akan bergerak dan tidak akan pernah maju selain hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari petani saja (Khairida, 2002).

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen. Pemasaran merupakan suatu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para perusahaan baik itu perusahaan barang ataupun perusahaan jasa dalam rangka mengembangkan usahanya, untuk memperoleh laba, serta untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya tersebut. (Kolter dan Amstrong, 2004)

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior,

menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan (Shinta, 2011)

2.2. Konsep Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti pemasaran : kebutuhan, keinginan dan permintaan; produk, nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan; pasar dan pemasar. Kebutuhan adalah keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar. Keinginan adalah bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual. Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung dengan daya beli. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Nilai adalah perbedaan antara manfaat yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut. Kepuasan pembeli adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Pertukaran adalah salah satu cara mendapatkan suatu produk yang diinginkan. Pasar adalah terdiri dari semua pembeli potensial yang memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu. Pemasar adalah orang yang mempunyai sumber daya dari orang lain dan mau menawarkan sesuatu yang bernilai untuk sumber daya tersebut (Daryanto, 2011)

2.3. Saluran Pemasaran

Sebagian besar produsen tidak menjual barang mereka kepada pengguna akhir secara langsung, di antara mereka terdapat sekelompok perantara yang melaksanakan beragam fungsi. Perantara ini membentuk saluran pemasaran (disebut juga saluran dagang atau saluran distribusi). Saluran pemasaran (*marketing channels*) adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir. Saluran pemasaran berfungsi untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari mereka yang memerlukan atau menginginkannya (Kotler dan Keller, 2008).

Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada. Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Saluran distribusi langsung. Saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (*zero stage chanel*).

2. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (*one stage chanel*).
3. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (*two stage chanel*).
4. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage chanel*) (Basu dan Irawan, 2001).

2.4. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat pengecer. Margin pemasaran hanya menjelaskan perbedaan harga dan tidak menyatakan tentang kuantitas dari produk yang dipasarkan. Selain itu, margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen, tetapi dapat

juga dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan tataniaga sejak dari tingkat produsen hingga tingkat konsumen akhir (Hasyim, 2012).

Komponen margin pemasaran terdiri atas dua yaitu komponen biaya pemasaran dan komponen keuntungan lembaga pemasaran. Besarnya biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran berbeda-beda untuk setiap jenis produk dan tingkat lembaga pemasaran. Perbedaan waktu dilakukan kegiatan atau aktivitas pemasaran juga merupakan salah satu faktor yang menimbulkan perbedaan pada biaya dan margin keuntungan dan yang didapatkan oleh lembaga pemasaran (Hanafiah dan Saefuddin, 2006).

2.5. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah seberapa besar pengorbanan yang harus dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran menunjang hasil yang bisa didapatkan dari kegiatan pemasaran tersebut. Efisiensi pemasaran dapat dicari dengan menghitung nisbah total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan. Semakin kecil nilai efisiensi yang dihasilkan, maka pemasaran yang dilakukan semakin efisien (Soekartawi, 2002).

Menurut Purcell (1979), ada dua tipe efisiensi dalam kaitannya dengan pemasaran, yaitu efisiensi teknis dan efisiensi harga. Efisiensi teknis merujuk pada hubungan input-output yang terlibat dalam tugas pemanfaatan produksi di seluruh sistem pemasaran. Di sini biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses untuk membawa suatu komoditi ke tangan konsumen meliputi biaya angkutan, biaya penyimpanan, dan biaya perubahan bentuk. Sedangkan efisiensi harga merupakan konsep yang merujuk pada kemampuan sistem untuk mempengaruhi

perubahan dan mendorong alokasi ulang sumber daya agar dapat mempertahankan kesesuaian dengan apa yang dibutuhkan konsumen.

2.6. Tanaman Lontar

2.5.1. Klasifikasi

Menurut Rismawati dan Nasrullah (2012) urutan taksonomi tanaman lontar adalah sebagai berikut :

Kingdom	: Plantae
Division	: Angiospermae
Class	: Monocotyledoneae
Ordo	: Palmae
Family	: Palmaceae
Genus	: <i>Borassus</i>
Spesies	: <i>Borassus flabellifer</i> Linn

2.5.2. Penyebaran dan Habitat

Pohon lontar berasal dari India dan kemudian tersebar sampai ke Papua Nugini, Afrika, Australia, Asia Tenggara dan Asia tropis. Pohon ini terutama tumbuh di daerah kering. Di Indonesia lontar terutama tumbuh di bagian timur pulau Jawa, Madura, Bali dan Sulawesi, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur. Lontar dapat beradaptasi di daerah kering dengan curah hujan 500-900 mm per tahun, namun juga dapat tumbuh di daerah dengan curah hujan per tahun sampai 5000 mm. Kondisi ideal untuk pertumbuhan lontar adalah pada ketinggian 100-500 m dpl, curah hujan 1000-2000 mm/tahun dengan jumlah bulan kering 4-8 bulan dan kelembaban dara

60-80%. Jenis tanah yang cocok untuk budidaya lontar adalah tanah alluvial hidromorf, alluvial kelabu tua, kelabu kuning, latosol merah dan latosol coklat kemerah-merahan (Rismawati dan Nasrullah, 2012).

2.5.3. Morfologi

Lontar (*Borassus flabellifer*) mempunyai gambaran ciri-ciri tumbuhannya sebagai berikut :

1. Lontar memiliki akar serabut panjang dan lebar, berperawakan tinggi dan tegak, berbatang tunggal dan berbentuk silindris, tingginya mencapai 25 sampai 30 meter dan diameter batang tinggi dada antara 40 sampai 50 cm. Dasar batang penuh dengan akar samping, batang muda hitam dan terbungkus oleh dasar tangkai daun yang telah mengering. Pada tumbuhan muda batang lontar mempunyai emperur yang masih lunak dan dapat dijadikan sagu untuk pangan. Batang tua lebih halus, permukaan batang berlekuk pada bagian bekas menempelnya tangkai daun. Kayu lontar mirip dengan kayu kelapa, namun kayu lontar tampak lebih gelap. Kayu lontar betina lebih keras dari yang jantan, pohon lontar jantan harus cukup tua bila akan dimanfaatkan kayunya.
2. Daun merupakan bagian lontar yang terpenting yang mempunyai peranan sangat penting untuk keseluruhan pertumbuhan dan perkembangan organ-organ lain, seperti batang, emperur, bunga dan buah secara optimal. Daun lontar termasuk daun menyirip ganjil yang terdapat pada ujung batang dan tersusun melingkar 25 sampai 40 helai berbentuk kipas. Setiap tangkai daun tumbuh dan kurun waktu sebulan. Helaian daun berwarna hijau agak

kelabu, lebar 1 sampai 1,5m yang dibentuk oleh 60 sampai 80 segmen atau lipatan. Setiap anak daun ditunjang oleh tulang daun sepanjang 40 sampai 80 cm yang berada di bawah helaian anak daun. Panjang tangkai daun tampak berkayu dengan warna cokelat atau hitam. Selain itu, sepanjang tepian tangkai daun berduri.

3. Lontar pertama kali berbunga pada umur 12 tahun dan dapat berbunga sampai 20 tahun, kemudian hidup mampu sampai 100 tahun. Berdasarkan pada keberadaan bunga, maka ada pohon lontar betina dan jantan. Bunga pohon jantan tumbuh dari ketiak daun, umurnya tunggal dan sangat jarang bertangkai kembar. Pada bunga jantan menempel beberapa bulir atau mayang berbentuk bulat yang disebut satu tandan, panjang bulir antara 30 sampai 60 cm dengan diameter antara 2 sampai 5 cm, dalam satu tandan terdiri dari 4 sampai 15 mayang. Pada bunga betina dalam satu tandan terdapat 4 sampai 10 mayang, bunga berukuran kecil dan berpenutup daun pelindung yang akan menjadi buah. Setiap bakal buah memiliki tiga buah kotak/bakal biji, tergantung dari proses pembuahan/penyerbukannya, maka jumlah biji dalam satu buah lontar dapat tiga, dua atau satu. Buah lontar berbentuk bulat yang berdiameter antara 10 sampai 15 cm, berwarna hijau ketika masih muda dan menjadi ungu hingga hitam setelah tua. (Tambunan, 2010).

2.5.3. Kegunaan

1. Malai bunga yaitu nira lontar digunakan untuk pembuatan gula lontar, gula lempeng, gula semut, laru sopi dan kecap cuka. Nira juga dapat digunakan sebagai ransum makanan ternak. Nira lontar masih dapat dikembangkan untuk menghasilkan produk bernilai tinggi seperti etanol dan hasil fermentasi dari nira lontar dapat dibuat *nata de nira*.
2. Bagian daun, jika pada jaman dahulu nenek moyang kita menggunakan daun lontar sebagai kertas untuk menulis. Daun lontar dapat dianyam untuk menghasilkan berbagai kerajinan tangan. Tangkai daun (leaf stalk) yang panjangnya 140-200 cm ternyata dapat digunakan sebagai pengganti rotan sedangkan getah dari pelepah daun lontar sebagai perekat dan serabutnya dibuat sikat.
3. Buah lontar yang dimakan adalah bijinya yang bertekstur seperti gelatin dengan rasa cairan seperti kelapa sehingga dapat digunakan sebagai bahan minuman. Pemanfaatan lebih lanjut dapat diolah untuk manisan, buah kaleng, kue dan selai.
4. Batang lontar kuat dan lurus sehingga dimanfaatkan untuk bahan bangunan dan jembatan pemanfaatan lain dari batang yaitu sagunya, sementara umbutnya sebagai sayur (Rismawati dan Nasrullah, 2012).

2.5.4. Gula Lontar

1. Produksi Nira

Pohon lontar yang sudah produktif dapat disadap sebanyak 20 lt nira/pohon/hari. Masa produksi nira tanaman siwalan biasanya berlangsung selama 4 bulan/tahun. Meskipun secara rata-rata produksi nira siwalan mencapai 20 lt/hari, tetapi sebenarnya hasil dari sadapan yang diperoleh tergantung pada beberapa faktor. Antara lain kondisi kesehatan dan pertumbuhan tanaman, kondisi bunga yang disadap, serta panjang tandan bunga yang disadap (Luqman Lutony, 2000).

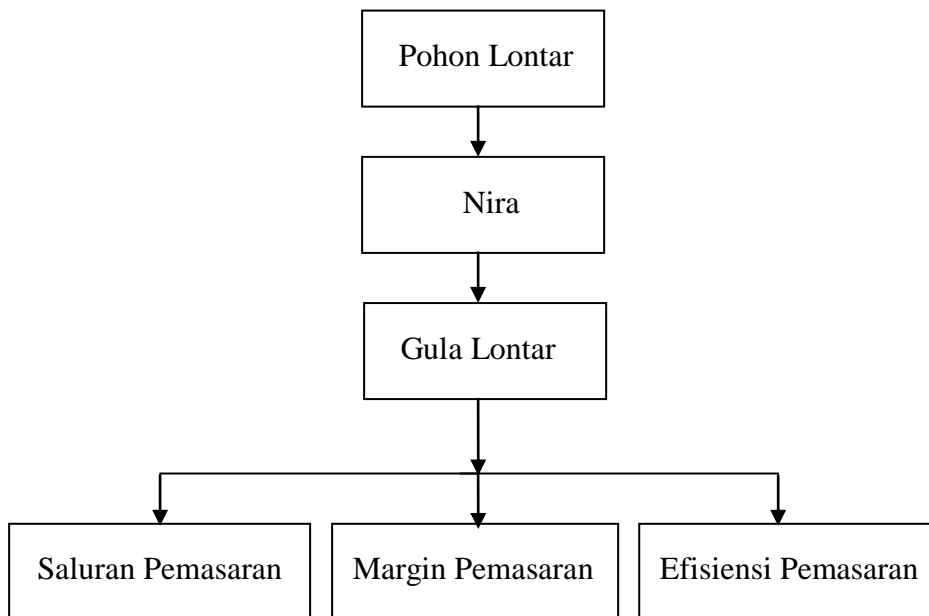
2. Pembuatan Gula

Pembuatan gula merah berasal dari air sari pohon lontar yang disadap melalui mayang di atas pohon dengan menggunakan wadah yang terbuat dari bamboo yang sering disebut masyarakat sekitar “tongka”, air sari pohon lontar tersebut menetes sedikit demi sedikit hingga akhirnya dalam beberapa waktu wadah tersebut penuh atau sekitar 2 kali sehari/wadah, setelah wadah tersebut penuh maka diturunkanlah dari pohon dan di bawa ke tempat perebusan air sari yang tempatnya sudah di siapkan oleh seorang produsen (warga), air sari yang terdapat dalam “tongka” tersebut selanjutnya sering disebut tuak, di tuang ke dalam sebuah wajan besi raksasa yang masyarakat jeneponto menyebutnya “pammaja’lompo” dengan menggunakan alat mengaduk yang terbuat dari kayu, setelah direbus dan diaduk selama beberapa jam (-+ 8 jam) perlahan air sari tersebut mulai mengental yang kemudian di

tuang kedalam cetakan yang terbuat dari tempurung kelapa yang dua sampai akhirnya kering dan menjadilah gula merah padat (Luqman Lutony, 2000).

2.7. Kerangka Pikir

Berdasarkan kerangka pikir penelitian pada Gambar.1, menggambarkan produk gula merah petani pembuat gula lontar untuk sampai ke tangan konsumen ditentukan oleh elemen-elemen pemasaran.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian Analisis Pemasaran Gula Lontar.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat

Waktu dan tempat dilaksanakan kurang lebih 2 (dua) bulan, penelitian dimulai pada bulan Agustus sampai bulan September 2017 . Dengan judul penelitian Analisis Pemasaran Gula Lontar Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

3.2. Objek dan Alat Penelitian

1. Objek Penelitian

Seluruh yang terlibat dalam pemasaran gula lontar diantaranya produsen, pengumpul, pengecer, dan konsumen yang berada di Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

2. Alat Penelitian

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Kuisisioner
- b. Alat tulis untuk mencatat setiap informasi responden
- c. Kamera untuk dokumentasi

3.3. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

Penentuan responden dilakukan melalui metode *snowball sampling*, yaitu penelusuran saluran pemasaran gula lontar yang ada di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto mulai dari produsen/petani sampai ke konsumen tingkat akhir berdasarkan informasi yang diberikan oleh produsen. Peneliti menggunakan metode ini karena tidak ada lembaga pemasarannya atau dengan kata lain tidak

ada data mengenai lembaga pemasaran di dinas terkait. Sehingga diperoleh responden sebanyak 20 responden

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Cara pengambilan data sebagai berikut :

1. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung objek yang akan diteliti adalah produsen dan konsumen.
2. Kuisisioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang harus dijawab responden.

3.5. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan kuisisioner masing-masing responden, yang meliputi data identitas, harga, dan biaya.
2. Data sekunder diperoleh dari Kantor Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

3.6. Analisis Data

1. Menggunakan metode analisis data kualitatif yaitu data yang dapat menggambarkan dan menjelaskan mengenai bentuk saluran pemasaran gula lontar di Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.
2. Menggunakan metode analisis kuantitatif untuk menghitung margin dan efisiensi pemasaran.

a. Margin Pemasaran

Margin pemasaran yaitu perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen. Indikator margin pemasaran dalam sistem tataniaga tujuannya adalah untuk mengetahui lokasi distribusi biaya yang diterima oleh lembaga pemasaran pada sistem tataniaga yang sedang berjalan. Secara sistematis formula umum margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut : Hanafiah dan Saefuddin (2006)

$$M_p = P_r - P_f$$

Dimana :

M_p : Margin pemasaran

P_r : Harga tingkat konsumen

P_f : Harga tingkat produsen

b. Efisiensi Pemasaran

Soekartawi (2002) menyatakan bahwa efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan, yang dirumuskan sebagai berikut :

$$E_p = (TB/TNP \times 100\%)$$

Dimana :

E_p : Efisiensi pemasaran

TB : Total biaya

TNP : Total nilai produk (jumlah produk x harga produk)

Kriteria : < 50% efisien dan > 50% tidak efisien

3.7. Definisi Operasional

1. Pemasaran adalah segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen
2. Saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir.
3. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen.
4. Efisiensi pemasaran adalah seberapa besar pengorbanan yang harus dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran menunjang hasil yang bisa didapatkan dari kegiatan pemasaran tersebut.
5. Gula Lontar adalah pemanis yang dibuat dari nira siwalan yang berasal dari pohon lontar atau sering juga disebut pohon siwalan.
6. Produsen adalah petani yang membuat gula merah dari nira siwalan yang berasal dari pohon lontar.
7. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli gula lontar langsung dari petani.
8. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli gula lontar dari pedagang pengumpul dan menjual ke konsumen akhir.
9. Konsumen adalah masyarakat atau orang yang membeli gula lontar untuk dikonsumsi sesuai tingkat kebutuhannya.
10. Lama produksi gula lontar berlangsung selama 4 bulan dalam satu tahun.

IV. KEADAAN LOKASI UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Luas dan Letak Geografis

Kecamatan Tamalatea merupakan salah satu dari 11 kecamatan yang berada di Kabupaten Jeneponto Provinsi Sulawesi Selatan. Kecamatan Tamalatea terluas ke enam di Kabupaten Jeneponto dengan luas wilayah sebesar 57,58 km². Luas wilayah Kecamatan Tamalatea sebesar 7,68% dari luas Kabupaten Jeneponto. Berdasarkan luas tersebut telah terbentuk 12 Desa yang terdiri atas 71 Dusun dan 135 Rukun Keluarga.

Secara geografis Kecamatan Tamalatea dari 12 Desa/Kelurahan, 9 di antaranya merupakan daerah pantai dan berada di ketinggian 0-500 mdpl. Keadaan iklim Kecamatan Tamalatea identik dengan keadaan iklim wilayah lain yang ada di Pulau Sulawesi secara keseluruhan, hal ini dapat dilihat pada temperatur udara maksimum 35°C dan suhu udara minimum 26°C dengan jumlah curah hujan terendah 1.049 mm/tahun dan tertinggi 3.973 mm/tahun.

Kecamatan Tamalatea juga memiliki beberapa jenis tanah yang berada di diantaranya yaitu alluvial, gromosal, maditeren, latosol dan regional, sehingga dengan kondisi tanah di daerah ini beberapa tanaman pangan, selain itu sangat cocok juga untuk tanaman lontar terkait dengan data dari Dinas Perkebunan Kecamatan Tamalatea merupakan daerah yang terbanyak memiliki tanaman lontar. Sehingga industri gula merah dari tanaman lontar terbanyak juga berada di Kecamatan Tamalatea.

Tabel 1. Luas Wilayah Kecamatan Tamalatea Menurut Desa/Kelurahan, 2017

No	Desa/Kelurahan	Luas (km ²)	Persentase (%)
1.	Bontosunggu	3,61	6,27
2.	Bontojai	2,65	4,60
3.	Borongtala	6,41	11,13
4.	Turatea Timur	3,23	5,61
5.	Turatea	4,39	7,62
6.	Majangloe	3,47	6,03
7.	Karelayu	3,17	5,51
8.	Bontotangnga	9,45	16,41
9.	Tamanroya	1,58	2,74
10.	Tonrokassi Timur	7,99	13,88
11.	Tonrokassi	4,90	8,51
12.	Tonrokassi Barat	6,73	11,69
Jumlah		57,58	100,00

Sumber : Data Sekunder Kecamatan Tamalatea, 2017

4.2. Letak Wilayah

Secara administrasi, Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto dengan batas-batas sebagai berikut :

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Bontoramba
2. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Binamu
3. Sebelah selatan berbatasan dengan Laut Flores
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Bangkala

4.3. Kondisi Fisik Wilayah

a. Kondisi Topografi dan Kelerengan

Kondisi kelerengan yang ada di Kecamatan Tamalalateaterbagi dalam 5 (Lima) kategori yaitu :

1. Kemiringan lereng 0 – 2%
2. Kemiringan lereng 2 – 8%
3. Kemiringan lereng 9 – 15%
4. Kemiringan lereng 16 - 25%
5. Kemiringan lereng 41 – 60%

Kelerengan sangat terkait dengan kondisi drainase, yaitu keadaan tergenangnya bagian permukaan tanah oleh air pada saat tertentu, yang tidak ditujukan khusus seperti kolam dan lainnya. Keadaan drainase disuatu tempat ditentukan oleh kemiringan tanahnya, semakin tinggi dan semakin bervariasi kemiringan maka cenderung drainasenya makin baik. Keadaan tofografi di Kabupaten Jeneponto yang bervariasi mulai dari datar sampai curam agak menguntungkan dari aspek ketergantungannya. Pengaturan air yang semakin baik dan berfungsinya saluran pengairan menyebabkan daerah tidak tergenang kecuali jika terjadi banjir dan bencana alam lainnya. Daerah yang kadang tergenang terdapat di Kecamatan Binamu, dan Arungkeke dengan luasan yang sempit.

Selanjutnya adalah masalah erosi yang terjadinya dipengaruhi oleh kemiringan tanah, ketinggian tempat, tekstur, jenis tanah, curah hujan dan tumbuhan penutup tanah (vegetasi). Oleh karena itu keadaan erosi disuatu

tempat akan bervariasi tergantung dari banyaknya faktor pendukung terjadinya erosi yang ada ditempat itu. Berdasarkan terkikisnya tanah permukaan, maka tanah di Kabupaten Jeneponto dibedakan atas daerah yang ada erosi dan tidak erosi.

b. Iklim dan Curah Hujan

Keadaan iklim Kecamatan Tamalatea adalah identik dengan keadaan iklim wilayah lain yang ada di Pulau Sulawesi secara keseluruhan, hal ini dapat dilihat pada temperatur udara maksimum 35°C dan suhu udara minimum 26°C dengan jumlah curah hujan terendah 1.049 mm/tahun dan tertinggi 3.973 mm/tahun.

4.4. Jumlah Penduduk

Penduduk merupakan faktor penentu terbentuknya suatu negara atau wilayah dan sekaligus sebagai modal utama suatu negara dikatakan berkembang atau maju, bahkan suksesnya pembangunan disegala bidang dalam bidang sosial, ekonomi, politik, budaya dan pendidikan, sekaligus sebagai faktor utama dalam pembangunan fisik maupun nonfisik. Oleh karena kehadiran dan peranannya sangat menentukan bagi perkembangan suatu wilayah, baik dalam skala kecil maupun besar.

Jumlah penduduk di Kecamatan Tamalatea yaitu berjumlah 41.645 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebanyak sekitar 20.231 jiwa dan perempuan sekitar 21.414 jiwa yang tersebar diseluruh 12 desa/kelurahan dengan perincian dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Penduduk di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto.

No	Desa/Kelurahan	Jenis Kelamin		Total (Orang)	Persentase (%)
		L	P		
1.	Bontosunggu	1.922	2.058	3.980	9,55
2.	Bontojai	1.213	1.297	2.510	6,02
3.	Borongtala	2.006	2.056	4.062	9,75
4.	Turatea Timur	1.136	1.114	2.250	5,40
5.	Turatea	1.252	1.301	2.553	6,13
6.	Majangloe	9.55	9.93	1.948	4,67
7.	Karelayu	11.67	1.307	2.474	5,94
8.	Bontotangnga	3.138	3.350	6.488	15,5
9.	Tamanroya	1.280	1.485	2.765	6,63
10.	Tonrokassi Timur	1.912	2.002	3.914	9,39
11.	Tonrokassi	2.713	2.794	5.507	13,22
12.	Tonrokassi Barat	1.537	1.657	3.194	7,66
Jumlah		20.231	21.414	41.645	100,00

Sumber : Data Sekunder Kecamatan Tamalatea, 2017

Pada Tabel 2 terlihat bahwa jumlah penduduk terbanyak di Kecamatan Tamalatea yang terbanyak di Desa/Kelurahan Bontotangnga yakni 6.488 orang dan yang terendah di Desa/Kelurahan Majangloe yakni 1.948 orang.

4.5. Mata Pencaharian

Sumber mata pencaharian penduduk yang berada di Kecamatan Tamalatea sebagian besar adalah petani. Jenis mata pencaharian penduduk dilihat pada Tabel

3.

Tabel 3. Mata Pencaharian Penduduk Kecamatan Tamalatea.

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Petani Pangan	7.892	42,54
2	Peternak	3.781	20,04
3	Nelayan	3.621	19,52
4	Pengelola Tambak	156	0,84
5	Perdagangan	1.299	7,00
6	Industri	513	2,76
7	Angkutan	502	2,70
8	PNS	786	4,23
Jumlah		18.550	100,00

Sumber : Data Sekunder Kecamatan Tamalatea, 2017

Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas penduduk di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto mempunyai mata pencaharian petani sebanyak 7.892 orang dan paling sedikit mata pencaharian sebagai pengelola tambak 156 orang. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas perekonomian didominasi bidang pertanian.

4.6. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor penting dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat karena sangat berhubungan dengan kehidupan jasmani dan rohani. Jenis sarana yang ada di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto antara lain sarana sarana pendidikan, sarana kesehatan, sarana tempat ibadah, sarana pemerintahan dan sarana transportasi dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Sarana dan Prasarana Kecamatan Tamalatea.

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
1.	Kantor Desa	12	0,54
2.	TK	12	0,54
3.	SD	30	1,35
4.	SMP	8	0,36
5.	SMA/SMK	6	0,72
6.	Mesjid	66	2,97
7.	Mushallah	18	0,81
8.	Pustu	7	0,31
9.	Puskesmas	1	0,04
10.	Posyandu	44	1,98
11.	Kantor Pos	1	0,04
12.	Sarana Olahraga	58	2,61
13.	Sarana Kesenian	21	0,94
14.	Sarana Transportasi	1.931	87,17
Jumlah		2.215	100,00

Sumber : Data Sekunder Kecamatan Tamalatea, 2017

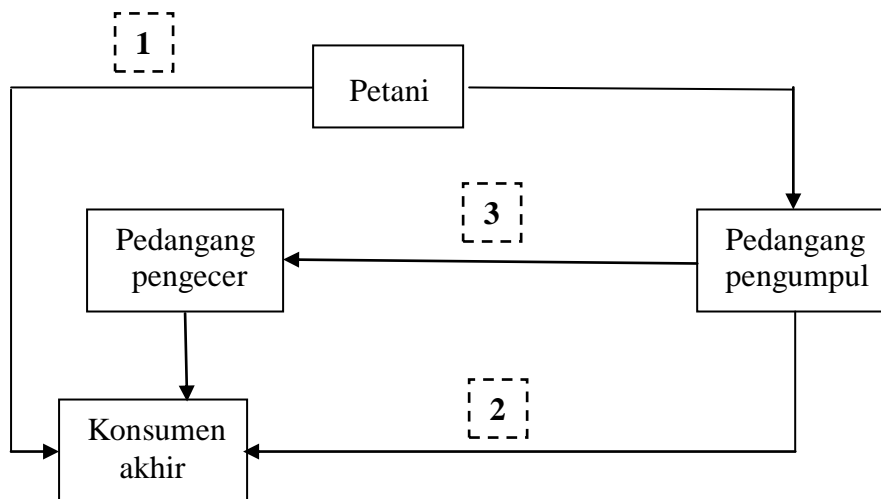
Tabel 4 menjelaskan bahwa sarana dan prasarana yang ada di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto terbesar adalah sarana transportasi sebanyak 1.931 unit hal tersebut menunjukkan berdasarkan data mata pencaharian yang mayoritas petani tidak mengalami kesulitan dalam memperoleh sarana produksi dan penjualan hasil pertanian karena sarana transportasi sudah cukup ketersediannya.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Saluran Pemasaran

Pemasaran Gula Lontar di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang tentunya memiliki peranan masing-masing dalam menyalurkan gula lontar hingga ketangan konsumen akhir. Adanya keterbatasan yang dimiliki oleh pembuat gula merah dari tanaman lontar, disebabkan oleh kurangnya modal dan rendahnya tingkat pengetahuan pembuat gula lontar untuk pemasarannya yang lebih efisien baik dari segi waktu maupun biaya. Saluran pemasaran yang berbeda-beda tergantung dari berapa banyak lembaga pemasaran yang terdapat dalam saluran pemasaran tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelusuran langsung transaksi lembaga pemasaran, diketahui bahwa pemasaran gula lontar di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto terdapat tiga saluran pemasaran yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran, yaitu pembuat/produsen gula lontar, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Ketiga saluran tersebut adalah :



Gambar 2. Saluran Pemasaran Gula Lontar di Kecamatan Tamalatea

a. Saluran Pemasaran Pertama

Saluran pemasaran yang terjadi di Kecamatan Tamalatea salah satunya adalah saluran pemasaran tanpa menggunakan perantara atau disebut juga saluran pemasaran langsung. Dimana konsumen akhir sebagian besar yaitu ibu rumah tangga.

Saluran pemasaran langsung adalah suatu pemasaran produk yang terjadi secara langsung antara produsen dengan konsumen. Saluran pemasaran seperti ini dapat terjadi di daerah produsen, karena jarak fisik antara produsen dengan konsumen sangat dekat antara produsen dengan konsumen sangat dekat dalam arti mereka bertetangga, sehingga pertukaran barang hanya terjadi pada lingkup yang terbatas dan produsen/pembuat gula lontar ini memasarkan sendiri hasil gula merah yang yang diproduksinya. Sistem pemasaran ini cukup banyak dilakukan oleh pembuat gula lontar dengan konsumen yang berada di Kecamatan Tamalatea ini karena pada umumnya ingin dikonsumsi sendiri, sehingga harga jual yang ditawarkan cukup tinggi karena mereka membeli dalam jumlah yang relative lebih sedikit, namun para pedagang pengumpul biasanya tidak mengizinkan menjual dalam jumlah yang banyak.

b. Saluran Pemasaran Kedua

Saluran pemasaran kedua merupakan saluran yang menggunakan satu pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul. Dimana saluran pemasaran ini dimulai dari produsen ke pedagang pengumpul/pedagang pengecer.

Pada saluran pemasaran ini menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pedagang pengumpul sekaligus pedagang pengecer

di Kecamatan Tamalatea langsung membeli gula lontar dari pembuat/produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Hal ini karena pedagang pengecer langsung datang ke tempat pembuat gula lontar untuk membeli dan kemudian dijual langsung ke konsumen akhir. Untuk itu dalam hal ini mengenai harga jual hampir sama dengan pemasaran langsung tanpa perantara.

c. Saluran Pemasaran Ketiga

Pada saluran pemasaran ketiga, petani pembuat gula lontar dari Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto memasarkan gula lontarnya ke berbagai tempat seperti warung-warung kecil ataupun pasar tradisional. Sehingga untuk saluran pemasaran ketiga ini lembaga pemasaran yang terlibat banyak. Saluran pemasaran yang dimulai dari produsen atau petani pembuat gula lontar sampai ke konsumen akhir dalam hal ini melalui beberapa pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Hal tersebut menunjukkan bahwa untuk sampai ke konsumen akhir, gula lontar tersebut melalui dua pedagang perantara.

5.2 Margin Pemasaran

Menurut Soekartawi (2002), margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima petani sebagai produsen terhadap harga yang diterima konsumen. Dalam pemasaran gula lontar di Kecamatan Tamalatea, selisih harga terjadi karena adanya biaya pemasaran dan keuntungan yang diambil oleh setiap pelaku yang terjadi dalam kegiatan pemasaran.

Margin pemasaran gula lontar dianalisis dengan menggunakan saluran pemasaran yang berlaku selama penelitian berlangsung yaitu :

1. Petani → Konsumen
2. Petani → Pedagang Pengumpul/Pengecer → Konsumen
3. Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen

Berdasarkan uraian diatas saluran pemasaran yang berlaku selama penelitian berlangsung tersebut ada tiga saluran pemasaran namun, saluran pemasaran satu tidak ada margin pemasaran karena konsumen datang langsung membeli di petani/produsen pembuat gula lontar tidak ada biaya-biaya yang dikeluarkan disebabkan oleh sebagian besar yang jadi konsumen akhir yaitu ibu rumah tangga sehingga tidak terdapat selisih antara harga jual dan harga beli di saluran pemasaran 1.

Berikut uraian biaya, harga, dan margin pemasaran Gula Lontar pada saluran 2 pada Tabel 5.

Tabel 5. Margin Pemasaran Saluran 2

Uraian	Harga (Rp/biji)	Share (%)
Produsen		
Harga Jual	1.500	60
Pedagang pengumpul		
Total biaya :	165	6,6
– Biaya kemasan	100	4,0
– Biaya transportasi	65	2,6
Margin keuntungan	835	33,4
Margin pemasaran	1.000	40,0
Harga beli konsumen	2.500	100,0

Berdasarkan Tabel 5. Pada saluran pemasaran 2 ini, produsen atau pembuat gula dari tanaman lontar menjual gula lontar dengan harga rata-rata Rp.1.500/biji kepada pedagang pengumpul. Pada saluran pemasaran 2 harga jual gula lontar kepada konsumen akhir sebesar Rp. 2.500/biji atau sebesar 100% dari harga di tingkat konsumen akhir. Margin pemasaran yang diterima pedagang pengumpul adalah Rp. 1.000/biji atau 40% yang terdiri dari biaya pemasaran sebesar Rp. 165/biji atau 6,6% dan margin keuntungan sebesar Rp. 835/biji atau 33,4%. Untuk saluran kedua pada pemasaran gula lontar di Kecamatan Tamalatea ini menggunakan satu perantara yaitu pedagang pengumpul sekaligus pengecer, ditingkat pedagang pengumpul terdapat biaya-biaya seperti biaya kemasan transportasi, namun tidak menggunakan tenaga kerja. Sehingga dari total penjualan diperoleh keuntungan sebab semakin besar biaya yang dikeluarkan, maka margin keuntungan juga makin berkurang, tetapi pada tingkat petani atau produsen tidak ada lagi biaya-biaya dikeluarkan karena gula lontar diambil langsung oleh pedagang pengumpul yang sekaligus pengecer baik untuk dijual di warung-warung kecil milik pribadi atau dijual ke pasar tradisional.

Tabel 6. Margin Pemasaran Saluran 3

Uraian	Harga (Rp/biji)	Share (%)
Produsen		
Harga Jual	1.500	50,0
Pedagang pengumpul		
Total biaya :	214	7,13
– Biaya kemasan	100	3,33
– Biaya transport	11	0,36
– Biaya tenaga kerja	103	3,43
Margin keuntungan	786	26,16
Margin pemasaran	1.000	33,3
Harga beli pengecer	2.500	83,33
Pedagang pengecer		
Total biaya :		
– Biaya transport	1.280	42,7
Margin keuntungan	440	14,67
Margin pemasaran	1.720	57,33
Harga beli konsumen	3.000	100,0

Berdasarkan Tabel 6. Pada saluran pemasaran 3 ini, produsen atau pembuat gula dari tanaman lontar menjual gula lontar dengan harga rata-rata Rp.1.500/biji kepada pedagang pengumpul. Pada saluran pemasaran 2 ini harga jual gula lontar dari pedagang pengumpul kepada pedagang pengecer sebesar Rp. 2.500/biji atau sebesar 100% dari harga di tingkat konsumen akhir. Margin pemasaran yang diterima pedagang pengumpul adalah Rp. 1.000/biji atau 33,3% yang terdiri dari biaya pemasaran sebesar Rp. 214/biji atau 7,13% dan margin keuntungan sebesar Rp. 785/biji atau 26,16%. Artinya keuntungan pemasaran total dari pedagang pengumpul lebih besar 26,16% dari biaya pemasaran total

yang dikeluarkan. Untuk tingkat pedagang pengecer harga jual gula lontar adalah Rp. 3.000/biji atau sebesar 100% dari harga di tingkat konsumen akhir. Margin pemasaran yang diterima adalah sebesar Rp. 1.720/biji atau 57,33% yang terdiri dari biaya pemasaran sebesar Rp. 1.280/biji atau 42,7% dan margin keuntungan Rp. 440/biji atau 14,67%. Pada saluran pemasaran ketiga melibatkan dua perantara untuk sampai ke konsumen akhir. Sehingga keuntungan tertinggi diperoleh pada tingkat pedagang pengecer karena hanya mengeluarkan biaya transport saja, namun berdasarkan hasil wawancara langsung kepada responden di tingkat rata-rata pedagang pengecer hanya membeli 100/biji untuk kebutuhan di warung maupun dipasarkan ke pasar-pasar tradisional.

5.3 Efisiensi Pemasaran

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (2006) menyatakan bahwa efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan. Sehingga dapat diketahui saluran pemasaran yang paling efisien apabila nilai yang diperoleh dari efisiensi pemasaran yaitu $< 50\%$ dan tidak efisien $> 50\%$. Hal itu juga menunjukkan bahwa semakin besar biaya-biaya yang dikeluarkan dan hasil nilai produk juga semakin banyak, maka tidak efisien. Sedangkan semakin kecil biaya-biaya yang dikeluarkan dan hasil nilai produk semakin banyak, maka semakin efisien,

a. Efisiensi Pemasaran pada saluran pertama

$$\begin{aligned} E_p &= \frac{\text{Total biaya}}{\text{Produksi x Harga produk}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. 155.742}}{216 \times \text{Rp. 2.000}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. 155.742}}{\text{Rp. 432.000}} \times 100\% \\ &= 36\% \end{aligned}$$

b. Efisiensi Pemasaran pada saluran kedua

$$\begin{aligned} E_p &= \frac{\text{Total biaya}}{\text{Produksi x Harga produk}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. 10.361.100}}{19.500 \times \text{Rp. 1.500}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. 10.361.100}}{\text{Rp. 29.250.000}} \times 100\% \\ &= 35\% \end{aligned}$$

c. Efisiensi Pemasaran pada saluran ketiga

$$\begin{aligned} E_p &= \frac{\text{Total biaya}}{\text{Produksi x Harga produk}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. 28.041.000}}{34.800 \times \text{Rp. 1.500}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. 28.041.000}}{\text{Rp. 52.200.000}} \times 100\% \\ &= 53\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil efisiensi pemasaran dari ketiga saluran pemasaran diatas yang memiliki nilai efisiensi terkecil adalah saluran pemasaran kedua yakni sebesar 35% dan saluran pemasaran ketiga memiliki nilai efisiensi paling tinggi yakni 53%. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran kedua. Hal ini

disebabkan karena biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran kedua lebih kecil, sedangkan keuntungan yang diterima oleh pedagang pengumpul yang sekaligus pedagang pengecer juga besar dan di saluran kedua ini hanya menggunakan satu perantara dalam pemasaran gula lontar ini, sehingga saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran kedua karena berdasarkan kriteria jika $< 50\%$ efisien sama halnya dengan saluran pemasaran pertama juga memiliki efisiensi pemasaran $< 50\%$, namun di saluran pertama konsumen langsung karena pada umumnya yang menggunakan sebagian besar ibu rumah tangga yang datang membeli di produsen gula lontar untuk itu kurang efisien dan pada saluran pemasaran ketiga memiliki 2 perantara sehingga rantai distribusi ini paling panjang diantara dua saluran pemasaran yang ada untuk itu menyebabkan terjadi tingginya harga suatu produk di pasaran dapat juga disebabkan oleh rantai distribusi yang terlalu panjang.

VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa saluran pemasaran gula lontar di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto terdiri dari tiga saluran pemasaran yaitu :

1. Petani → Konsumen
2. Petani → Pedagang Pengumpul/Pengecer → Konsumen
3. Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen

Margin pemasaran saluran kedua yang diterima pedagang pengumpul adalah Rp. 1.000/biji dengan efisiensi pemasaran sebesar 35%, dan untuk margin pemasaran saluran ketiga yang diterima adalah sebesar Rp. 1.720/biji dengan efisiensi pemasaran sebesar 53%. Maka yang paling efisien dan ketiga saluran pemasaran gula lontar ini yaitu saluran pemasaran kedua karena memiliki nilai efisiensi paling kecil dan < 50%

6.2. Saran

Untuk pengembangan usaha perindustrian gula merah dari tanaman lontar ini yang lebih efisien, maka disarankan kepada para pelaku pemasaran untuk memilih dan menentukan saluran pemasaran yang lebih efisien dan menguntungkan, sehingga memberikan keuntungan kepada semua pihak yang terlibat dalam sistem pemasaran gula lontar. Sehingga perlu adanya perhatian pemerintah melalui instansi terkait untuk memberikan penguatan modal usaha bagi industri rumah tangga agar dapat meningkatkan pendapat masyarakat setempat.

Sebaiknya juga guna mengantisipasi kekurangan bahan baku gula lontar agar produksi dapat berjalan terus-menerus, dilakukan budidaya atau meremajakan tanaman lontar ini yang juga termasuk salah satu hasil hutan bukan kayu dan kerjasama antara instansi yang terkait untuk mengembangkan tanaman lontar ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto, 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung
- Departemen Kehutanan. 2007. Peraturan Menteri Kehutanan Nomor 35 tahun 2007 tentang Hasil Hutan Bukan Kayu. Dephut. Jakarta.
- Hanfiah dan Saefuddin. 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Universitas Indonesia.Press. Jakarta
- Hasyim, Al. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Kolter dan Gary Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Ed ke-9.PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Khairida. 2002. *Pemasaran hasil buah pohon serbaguna dengan pola agroforestry di Propinsi Lampung* [tesis]. Program Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Luqman Lutony, Tony. 2000. *Tanaman Sumber Pemanis*. PT Penebar Swadaya. Jakarta.
- Purcell WD. 1979. *Agricultural marketing: System, coordination, cash, and future prices*. A Prentice-Hall Company. Virginia.
- Rismawati dan Nasrullah.2012. *Informasi Singkat Benih Borassus flabellifer*.Balai Pembenuhan Tanaman Hutan Sulawesi.Sulawesi Selatan.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijawa Press. Malang.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Edisi Revisi. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Tambunan, P. 2010. *Potensi Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*. Vol 7. No. 1 27-45.

Lampiran 1. Kuisisioner untuk Produsen

DAFTAR PERTANYAAN
RESPONDEN MASYARAKAT TENTANG ANALISIS PEMASARAN
GULA LONTAR UNTUK PRODUSEN

I. Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Tingkat Pendidikan :

Jumlah Tanggungan Keluarga :

II. Pertanyaan Untuk Pembuat/Produsen

1. Berapa harga jual gula lontar ?
2. Berapa banyak yang beli ? (hari/minggu/bulan)
3. Berapa banyak yang dijual ? (hari/minggu/bulan)
4. Apakah gula lontar langsung diambil di pembuat ?
5. Berapa hasil yang didapatkan dari penjualan gula lontar ?
(hari/minggu/bulan)
6. Biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan untuk membuat gula lontar ?

Lampiran 1. Kuisisioner untuk Pengumpul

DAFTAR PERTANYAAN
RESPONDEN MASYARAKAT TENTANG ANALISIS PEMASARAN
GULA LONTAR UNTUK PENGUMPUL

I. Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Tingkat Pendidikan :

Jumlah Tanggungan Keluarga :

II. Pertanyaan Untuk Pengumpul

1. Berapa harga jual gula lontar ?
2. Berapa banyak yang dibeli ? (hari/minggu/bulan)
3. Berapa banyak yang dijual ? (hari/minggu/bulan)
4. Berapa harga beli gula lontar ?
5. Berapa hasil yang didapatkan dari penjualan gula lontar ?
(hari/minggu/bulan)
6. Biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan untuk membuat gula lontar ?

Lampiran 1. Kuisisioner untuk Pengecer

DAFTAR PERTANYAAN
RESPONDEN MASYARAKAT TENTANG ANALISIS PEMASARAN
GULA LONTAR UNTUK PENGECEK

I. Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Tingkat Pendidikan :

Jumlah Tanggungan Keluarga :

II. Pertanyaan Untuk Pengecer

1. Berapa harga jual gula lontar ?
2. Berapa banyak yang dibeli ? (hari/minggu/bulan)
3. Berapa banyak yang dijual ? (hari/minggu/bulan)
4. Berapa harga beli gula lontar ?
5. Berapa hasil yang didapatkan dari penjualan gula lontar ?
(hari/minggu/bulan)
6. Biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan untuk membuat gula lontar ?

Lampiran 1. Kuisisioner untuk Konsumen

DAFTAR PERTANYAAN
RESPONDEN MASYARAKAT TENTANG ANALISIS PEMASARAN
GULA LONTAR KONSUMEN

I. Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Tingkat Pendidikan :

Jumlah Tanggungan Keluarga :

II. Pertanyaan Untuk Konsumen

1. Berapa banyak yang dibeli ?
2. Berapa sering bapak/ibu membeli gula lontar ? (hari/bulan/minggu)
3. Berapa harga beli gula lontar ?

Lampiran 2. Data Responden Di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto

No	Nama	Umur	Posisi			
			Produsen	Pengumpul	Pengecer	Konsumen
1	Rannu	42	✓			
2	Saringta	45	✓			
3	Hasma	35	✓			
4	Lina	40	✓			
5	Salasiah	38	✓			
6	Fira	50	✓			
7	Yanti	47	✓			
8	Juddin	44	✓			
9	Dani	37	✓			
10	Ati	50	✓			
11	Darmawati	43		✓		
12	Sariluddin	50		✓		
13	Samsiah	30			✓	
14	Masdawati	36			✓	
15	Ida	32			✓	
16	Sambe	40				✓
17	Ija	35				✓
18	Dari	39				✓
19	Ke'no	42				✓
20	Dinar	35				✓

Lampiran 3. Total Biaya Untuk Bahan Baku Gula Lontar

No.	Nama	Jumlah Pohon	Harga Bahan Baku (Rp/Pohon)	Jumlah Gula Lontar (Biji)	Biaya Bahan Baku (Rp/Biji)	Biaya Bahan Baku (Rp/Biji/Tahu)
1.	Rannu	38	2.000	100	30	304.000
2.	Saringta	30	2.000	73	33	240.000
3.	Hasma	21	2.000	50	34	168.000
4.	Lina	33	2.000	80	33	264.000
5.	Salasiah	21	2.000	45	37	168.000
6.	Fira	25	2.000	50	40	200.000
7.	Yanti	20	2.000	35	46	160.000
8.	Juddin	13	2.000	33	32	104.000
9.	Dani	20	2.000	40	40	160.000
10.	Ati	18	2.000	37	39	144.000
Jumlah		239		543	363	1.912.000

Lampiran 4. Total Biaya Untuk Produksi Gula Lontar

No.	Nama Responden	Alat Dan Bahan	Masa Pakai		Jumlah		Harga/Satuan (Rp)	Total Biaya/Satuan (Rp)	Total Biaya (Rp/Biji)
1.	Rannu (42 tahun)	Wajan	5	Tahun	2	Buah	500.000	8.333	667
		Tongka	2	Tahun	50	Buah	5.000	10.417	104
		Tempurung Kelapa	3	Tahun	220	Buah	100	611	6
		Sodium Metabisulfit	4	Bulan	25	Bungkus	3.000	750	8
		Tongkol Jagung	4	Bulan	4	Angkut	150.000	6.000	60
		Kayu Bakar	4	Bulan	1	Angkut	250.000	2.500	25
2.	Saringta (45 tahun)	Wajan	5	Tahun	2	Buah	500.000	8.333	667
		Tongka	2	Tahun	43	Buah	5.000	8.958	123
		Tempurung Kelapa	3	Tahun	156	Buah	100	433	6
		Sodium Metabisulfit	4	Bulan	20	Bungkus	3.000	600	8
		Tongkol Jagung	4	Bulan	4	Angkut	87.500	3.500	48
		Kayu Bakar	4	Bulan	1	Angkut	175.000	1.750	24
3.	Hasma (35 tahun)	Wajan	5	Tahun	1	Buah	500.000	8.333	333
		Tongka	2	Tahun	20	Buah	5.000	4.167	83
		Tempurung Kelapa	3	Tahun	110	Buah	100	306	6
		Sodium Metabisulfit	4	Bulan	10	Bungkus	3.000	300	6
		Tongkol Jagung	4	Bulan	4	Angkut	50.000	2.000	40
		Kayu Bakar	4	Bulan	1	Angkut	125.000	1.250	25

4.	Lina (40 tahun)	Wajan	5	Tahun	2	Buah	500.000	8.333	667
		Tongka	2	Tahun	47	Buah	5.000	9.792	122
		Tempurung Kelapa	3	Tahun	170	Buah	100	472	6
		Sodium Metabisulfit	4	Bulan	25	Bungkus	3.000	750	9
		Tongkol Jagung	4	Bulan	4	Angkut	100.000	4.000	50
		Kayu Bakar	4	Bulan	1	Angkut	200.000	2.000	25
5.	Salasiah (38 tahun)	Wajan	5	Tahun	1	Buah	500.000	8.333	333
		Tongka	2	Tahun	23	Buah	5.000	4.792	106
		Tempurung Kelapa	3	Tahun	100	Buah	100	278	6
		Sodium Metabisulfit	4	Bulan	10	Bungkus	3.000	300	7
		Tongkol Jagung	4	Bulan	4	Angkut	50.000	2.000	44
		Kayu Bakar	4	Bulan	1	Angkut	80.000	800	18
6.	Fira (50 tahun)	Wajan	5	Tahun	1	Buah	500.000	8.333	333
		Tongka	2	Tahun	20	Buah	5.000	4.167	83
		Tempurung Kelapa	3	Tahun	123	Buah	100	342	7
		Sodium Metabisulfit	4	Bulan	15	Bungkus	3.000	450	9
		Tongkol Jagung	4	Bulan	4	Angkut	57.500	2.300	46
		Kayu Bakar	4	Bulan	1	Angkut	125.000	1.250	25
7.	Yanti (44 tahun)	Wajan	5	Tahun	1	Buah	500.000	8.333	333
		Tongka	2	Tahun	15	Buah	5.000	3.125	89
		Tempurung Kelapa	3	Tahun	77	Buah	100	214	6
		Sodium Metabisulfit	4	Bulan	10	Bungkus	3.000	300	9
		Tongkol Jagung	4	Bulan	4	Angkut	30.000	1.200	34

		Kayu Bakar	4	Bulan	1	Angkut	37.500	375	11
									482
8.	Juddin (47 tahun)	Wajan	5	Tahun	1	Buah	500.000	8.333	333
		Tongka	2	Tahun	13	Buah	5.000	2.708	82
		Tempurung Kelapa	3	Tahun	70	Buah	100	194	6
		Sodium Metabisulfit	4	Bulan	4	Bungkus	3.000	120	4
		Tongkol Jagung	4	Bulan	4	Angkut	25.000	1.000	30
		Kayu Bakar	4	Bulan	1	Angkut	38.000	380	12
9.	Dani (37 tahun)	Wajan	5	Tahun	1	Buah	500.000	8.333	333
		Tongka	2	Tahun	20	Buah	5.000	4.167	104
		Tempurung Kelapa	3	Tahun	92	Buah	100	256	6
		Sodium Metabisulfit	4	Bulan	10	Bungkus	3.000	300	8
		Tongkol Jagung	4	Bulan	4	Angkut	37.500	1.500	38
		Kayu Bakar	4	Bulan	1	Angkut	75.000	750	19
10.	Ati (50 tahun)	Wajan	5	Tahun	1	Buah	500.000	8.333	333
		Tongka	2	Tahun	18	Buah	5.000	3.750	101
		Tempurung Kelapa	3	Tahun	80	Buah	100	222	6
		Sodium Metabisulfit	4	Bulan	5	Bungkus	3.000	150	4
		Tongkol Jagung	4	Bulan	4	Angkut	32.500	1.300	35
		Kayu Bakar	4	Bulan	1	Angkut	37.500	375	10

Lampiran 5. Total Biaya Pengeluaran Gula Lontar Saluran Pemasaran ke-1

No	Nama Responden	Jumlah Gula Lontar (Biji/Tahun)	Total Biaya Bahan Baku (Rp/Biji)	Total Biaya Produksi (Rp/Biji)	Total Pengeluaran (Rp/Biji/Tahun)
1.	Rannu	40	30	869	35.976
2.	Saringta	28	33	875	25.421
3.	Hasma	20	34	494	10.552
4.	Lina	40	33	879	36.480
5.	Salasiah	20	37	515	11.047
6.	Fira	12	40	504	6.528
7.	Yanti	16	46	482	8.443
8.	Juddin	8	32	467	3.988
9.	Dani	20	40	508	10.960
10.	Ati	12	39	490	6.347
Jumlah		216	363	6.083	155.742

Lampiran 6. Total Biaya Pengeluaran Gula Lontar Saluran Pemasaran ke-2

No	Nama Responden	Jumlah Gula Lontar (Biji/Hari)	Biaya Bahan Baku Gula Lontar (Rp/Biji)	Biaya Produksi (Rp/Biji)	Total Biaya Bahan Baku (Rp/Biji/Tahun)	Total Biaya Produksi (Rp/Biji/Tahun)	Total Pengeluaran (Rp/Biji/Tahun)
1.	Fira	50	40	504	200.000	2.520.000	2.720.000
2.	Yanti	35	46	482	160.000	1.687.000	1.847.000
3.	Juddin	33	32	467	104.000	1.541.100	1.645.100
4.	Dani	40	40	508	160.000	2.032.000	2.192.000
5.	Ati	37	39	490	144.000	1.813.000	1.957.000
Jumlah		195	197	2.451	768.000	9.593.100	10.361.100

Lampiran 7. Total Biaya Pengeluaran Gula Lontar Saluran Pemasaran ke-3

No	Nama Responden	Jumlah Gula Lontar (Biji/Hari)	Biaya Bahan Baku Gula Lontar (Rp/Biji)	Biaya Produksi (Rp/Biji)	Total Biaya Bahan Baku (Rp/Biji/Tahun)	Total Biaya Produksi (Rp/Biji/Tahun)	Total Pengeluaran (Rp/Biji/Tahun)
1.	Rannu	100	30	869	304.000	8.690.000	8.994.000
2.	Saringta	73	33	875	240.000	6.387.500	6.627.500
3.	Hasma	50	34	494	168.000	2.470.000	2.638.000
4.	Lina	80	33	879	264.000	7.032.000	7.296.000
5.	Salasiah	45	37	515	168.000	2.317.500	2.485.500
Jumlah		348	167	3.692	1.440.000	26.897.000	28.041.000

Lampiran 8. Total Produksi Gula Lontar Untuk Saluran Pemasaran Ke-1

No	Nama	Jumlah Gula Lontar (Biji/Tahun)	Harga Satuan (Rp/Biji)	Total Harga (Rp/Biji/Tahun)
1.	Rannu	40	2.000	80.000
2.	Saringta	28	2.000	56.000
3.	Hasma	20	2.000	40.000
4.	Lina	40	2.000	80.000
5.	Salasiah	20	2.000	40.000
6.	Fira	12	2.000	24.000
7.	Yanti	16	2.000	32.000
8.	Juddin	8	2.000	16.000
9.	Dani	20	2.000	40.000
10.	Ati	12	2.000	24.000
Jumlah		216		432.000

Lampiran 9. Total Produksi Gula Lontar Untuk Saluran Pemasaran Ke-2

No.	Nama	Jumlah Gula Lontar (Biji/Hari)	Jumlah Gula Lontar (Biji/Tahun)	Harga Satuan (Rp/Biji)	Total Harga (Rp/Tahun)
1.	Fira	50	5.000	1.500	7.500.000
2.	Yanti	35	3.500	1.500	5.250.000
3.	Juddin	33	3.300	1.500	4.950.000
4.	Dani	40	4.000	1.500	6.000.000
5.	Ati	37	3.700	1.500	5.550.000
Jumlah		195	19.500		29.250.000

Lampiran 10. Total Produksi Gula Lontar Untuk Saluran Pemasaran Ke-3

No.	Nama	Jumlah Gula Lontar (Biji/Hari)	Jumlah Gula Lontar (Biji/Tahun)	Harga Satuan (Rp/Biji)	Total Harga (Rp/Biji/Tahun)
1.	Rannu	100	10.000	1.500	15.000.000
2.	Saringta	73	7.300	1.500	10.950.500
3.	Hasma	50	5.000	1.500	7.500.000
4.	Lina	80	8.000	1.500	12.000.000
5.	Salasiah	45	4.500	1.500	6.750.000
Jumlah		348	34.800		52.200.500

Lampiran 11. Pendapatan Produsen Gula Lontar Saluran Pemasaran ke-1

No.	Nama Responden	Penerimaan (Rp/Tahun)	Pengeluaran (Rp/Tahun)	Pendapatan (Rp/Tahun)
1.	Rannu	80.000	35.976	44.024
2.	Saringta	56.000	25.421	30.579
3.	Hasma	40.000	10.552	29.448
4.	Lina	80.000	36.480	43.520
5.	Salasiah	40.000	11.047	28.953
6.	Fira	24.000	6.528	17.472
7.	Yanti	32.000	8.443	23.557
8.	Juddin	16.000	3.988	12.012
9.	Dani	40.000	10.960	29.040
10.	Ati	24.000	6.347	17.653
Jumlah		432.000	155.724	276.258

Lampiran 12. Pendapatan Produsen Gula Lontar Saluran Pemasaran ke-2

No.	Nama Responden	Penerimaan (Rp/Tahun)	Pengeluaran (Rp/Tahun)	Pendapatan (Rp/Tahun)
1.	Fira	7.500.000	2.720.000	4.780.000
2.	Yanti	5.250.000	1.847.000	3.403.000
3.	Juddin	4.950.000	1.645.100	3.304.000
4.	Dani	6.000.000	2.192.000	3.808.000
5.	Ati	5.550.000	1.957.000	3.593.000
Jumlah		29.250.000	10.361.100	18.888.900

Lampiran 13. Pendapatan Produsen Gula Lontar Saluran Pemasaran ke-3

No.	Nama Responden	Penerimaan (Rp/Bulan)	Pengeluaran (Rp/Bulan)	Pendapatan (Rp/Bulan)
1.	Rannu	15.000.000	8.994.000	6.006.000
2.	Saringta	10.950.500	6.627.500	4.323.000
3.	Hasma	7.500.000	2.638.000	4.862.000
4.	Lina	12.000.000	7.296.000	4.704.000
5.	Salasiah	6.750.000	2.485.500	4.264.500
Jumlah		52.200.500	28.041.000	24.159.500

Lampiran 14. Biaya Pemasaran Untuk Setiap Saluran Pemasaran

Saluran	Status	Biaya Pemasaran (Rp/Tahun)			Total biaya (Rp/Tahun)
		Kemasan	Transportasi	Tenaga Kerja	
2	Pedagang Pengumpul	100	65,6	-	165,6
3	Pedagang Pengumpul	100	11,5	103,4	214,9
3	Pedagang pengecer	-	160	-	160
3	Pedagang pengecer	-	3.200	-	3.200
3	Pedagang pengecer	-	1.280	-	1.280

Lampiran 15. Dokumentasi Penelitian



Pengambilan Bahan Baku Gula Lontar



Proses Pemasakan Bahan Baku Nira



Proses Pencetakan Gula Lontar



Bahan bakar untuk pemasakan nira lontar



Gula Lontar



Gambar 10. Wawancara dengan pembuat/produsen gula lontar



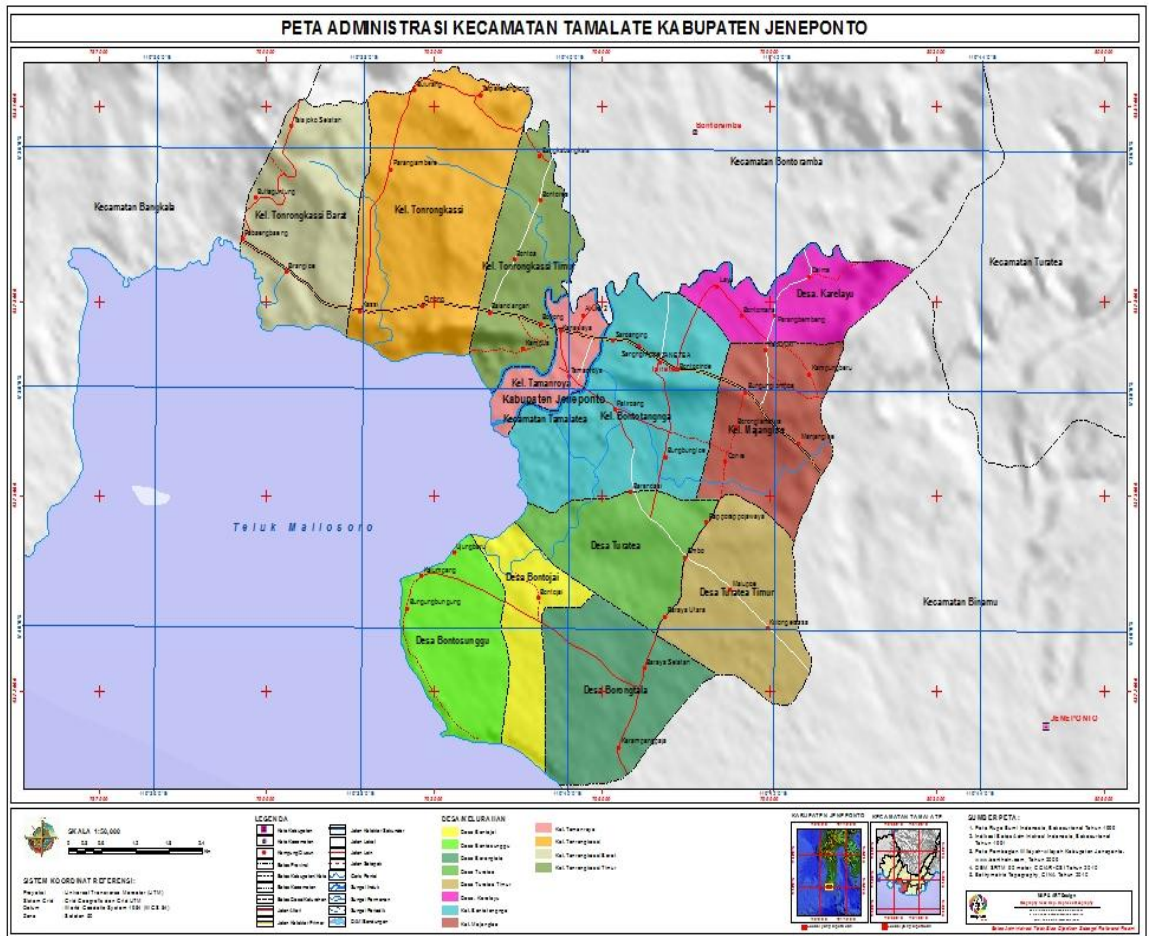
Wawancara dengan pedagang pengumpul



Wawancara dengan pedagang pengecer



Wawancara dengan konsumen



Gambar 3. Peta Administratif Kecamatan Tamalate



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT-

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 E-mail :lp3munismuh@plasa.com



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 1788/Izn-5/C.4-VIII/VIII/37/2017

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala UPT P2T BKPMMD Prov. Sul-Sel

di -

Makassar

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Berdasarkan surat Dekan Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 414/FP/C.2-II/VIII/38/2017 tanggal 1 Agustus 2017, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **SRI MEILANI BACHRUN**

No. Stambuk : **10595 00386 13**

Fakultas : **Pertanian**

Jurusan : **Kehutanan**

Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Analisis Pemasaran Gula Lonr (Borassus Flabeliffer) di Kec. Tamalate Kab. Jeneponto"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 5 Agustus 2017 s/d 5 Oktober 2017.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Ketua LP3M,

Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.

NBM 101 7716



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 11815/S.01P/P2T/08/2017
Lampiran :
Perihal : Izin Penelitian

KepadaYth.
Bupati Jeneponto

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 1788/Izn-05/C.4-VIII/VIII/37/2017 tanggal 02 Agustus 2017 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : **SRI MEILANI BACHRUN**
Nomor Pokok : 10595 00386 13
Program Studi : Kehutanan
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" ANALISIS PEMASARAN GULA LONR (BORASSUS FLABELIFFER) DI KEC. TAMALATE KAB. JENEPONTO "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **07 Agustus s/d 07 Oktober 2017**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada tanggal : 04 Agustus 2017

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



A. M. YAMIN, SE., MS.
Pangkat : Pembina Utama Madya
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*

SIMAP PTSP 16-08-2017





**PEMERINTAH KABUPATEN JENEPONTO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PTSP**

Jl. Lingkar Nomor 30 Bontosunggu, Tlp: 0419-2410044 Jeneponto

Nomor : 0210/IPT/DPMPTSP/JP/VIII/2017

Lampiran : -

Perihal : Izin Penelitian

Jeneponto, 08 Agustus 2017

Kepada :

Yth. Camat Tamalatea

Di,-

Tempat

Berdasarkan Surat Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan No. Surat 11815/S.01P/P2T/08/2017, Tanggal 04 Agustus 2017, Perihal Permohonan Permintaan Izin Melaksanakan Penelitian, maka dengan ini disampaikan kepada Bapak/Saudara bahwa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : SRI MEILANI BACHRUM

Jenis Kelamin : Perempuan

Nomor Pokok : 105950038613

Program Studi : KEHUTANAN

Lembaga : Mahasiswa (S1)

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat : Jambu Tua Desa/Kel. Darma Polewali Manda

Bermaksud melakukan Penelitian dan pengambilan data awal di daerah/kantor saudara sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan Judul :

**"ANALISIS PEMASARAN GULA LONTAR (BORASSUS FLABELIFFER) DI KECAMATAN TAMALATEA
KABUPATEN JENEPONTO"**

yang berlangsung tanggal 07 Agustus 2017 s/d 07 Oktober 2017

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan penelitian, kepada yang bersangkutan harus melapor kepada Bapak Bupati Jeneponto Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Jeneponto.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Menaati semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, serta mengindahkan adat istiadat setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil "Laporan Kegiatan" kepada Bapak Bupati Jeneponto Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Jeneponto.
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak menaati ketentuan di atas.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi, dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Tembusan: disampaikan kepada Yth:

1. Bapak Bupati Jeneponto (dikirim sebagai laporan)
2. Ketua LPT3M UNISMUH Makassar di Makassar
3. Pemohon yang bersangkutan
4. Arsip

An. **KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PTSP**
Kepala Bidang Penyelenggaraan Pelayanan Perizinan dan non Perizinan

Ub.

Kepala Seksi Administrasi Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan



IMTIHANA. SE

Pangkat : Penata III/c

NIP : 19840202 201001 2 044



Rp. 0,00



PEMERINTAH KABUPATEN JENEPONTO
KECAMATAN TAMALATEA

Alamat : Jl Poros Tamalatea – Makassar Kode Pos(92351)

Tanetea, 08 Agustus 2017

Nomor : 122/VII/2017
Lamp :
Perihal : Penelitian

Kepada :
Yth : Bapak Kelurahan Tonrokassi

Di-
Ci'nong


Berdasarkan surat dari Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Jeneponto, dalam :0210/IPT/DPMPSTP/JP/VIII/2017 tanggal 08 Agustus 2017 tentang pemberitahuan pemberitahuan permintaan izin melaksanakan penelitian, maka ini maka diminta kepada saudara memberikan izin penelitian di Wilayah saudara, bahwa tersebut namanya dibawah ini:

Nama : SRI MEILANI BACHRUM
Nomor Pokok : 10590038613
Lembaga : Mahasiswa (S1)
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jambu Tua Desa/ Kel. Darma Polewali Mandar

Bermaksud melakukan Penelitian dan pengambilan data awal di Kantor saudara sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul :

“ ANALISIS PEMASARAN GULA LONTAR (BORASSUS FLABELIFFER) DI LINGKUNGAN PARANGLAMEBERE KECAMATAN TAMALATEA KABUPATEN JENEPONTO “

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Camat Tamalatea

AMIRULLAH, SE
NIP. 196208091986081004