

**ANALISIS PEMASARAN PRODUK OLAHAN USAHA SAGU DI
DESA TAKKALALA KECAMATAN MALANGKE
KABUPATEN LUWU UTARA**

**LINDAH ANGGRAENI
1602405010**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS COKROAMINOTO PALOPO
2021**

**ANALISIS PEMASARAN PRODUK OLAHAN SAGU DI DESA
TAKKALALA KECAMATAN MALANGKE
KABUPATEN LUWU UTARA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian Pada
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Cokroaminoto Palopo

LINDAH ANGGRAEINI 1602405010

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS COKROAMINOTO PALOPO
2021**

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Pemasaran Produk Olahan Sagu Di
Desa Takkalala Kecamatan Malangke
Kabupaten Luwu Utara
Nama : Lindah Anggraeni
NIM : 1602405010
Program Studi : Agribisnis
Tanggal ujian : 12 Januari 2021

Pembimbing II,



Fibri Indira Lisanty, S.Pd., M.Pd

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Suaedi, S.Pd., M.Si.

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Agribisnis,



Abdul Rais, S.Si., M.Ling
Tanggal: 25-6-2021

Dekan Fakultas Pertanian,



Muhammad Hairuddin, S.P., M.Si
Tanggal: 28 Jun 2021



UNIVERSITAS COKROAMINOTO PALOPO
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

KETERANGAN HASIL SIMILARITY CHECK SKRIPSI
NOMOR: 568/LPM-UNCP/X/2020

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.
Salam Sejahtera untuk kita semua.

Menindaklanjuti surat Lembaga layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah IX nomor 601/II9/EP/2020 dan edaran Rektor Universitas Cokroaminoto Palopo Nomor: 202/R/UNCP/IV/2020 tentang similarity check maka Lembaga Penjaminan Mutu Telah melaksanakan proses **SIMILARITY CHECK** dengan menggunakan aplikasi deteksi plagiasi terstandar terhadap tugas akhir mahasiswa.

Sehubungan dengan hal tersebut, melalui surat ini skripsi dengan identitas sebagai berikut:

JUDUL : ANALISIS PEMASARAN PRODUK OLAHAN USAHA SAGU DI DESA
TAKKALALA KECAMATAN MALANGKE KABUPATEN LUWU UTARA

NAMA MAHASISWA : LINDAH ANGGRAENI

NIM : 1602405010

PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

PEMBIMBING 1 : DR.SUAEDI,S.PD.,M.SI

PEMBIMBING 2 : DHARMA FIDYANSARI,S.PI,M.M.

WAKTU SUBMIT : 04 Oktober 2020

WAKTU SELESAI UJI : 18 Oktober 2020

PERSENTASE KEMIRIPAN : 40%

telah melalui proses similarity check dan dinyatakan

LAYAK

untuk dilanjutkan ketahap selanjutnya. Demikian Keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 19 Oktober 2020
Ketua Lembaga Penjaminan Mutu



Nur Wahidin Ashari
Nur Wahidin Ashari, S.Pd., M.Pd.
0902068901

* Keterangan ini diletakkan di halaman depan skripsi setelah Pengesahan Skripsi

Lembaga Penjaminan Mutu Universitas Cokroaminoto Palopo, Gedung A, Kampus 1 Jl. Latammacelling no. 19, Kecamatan Wara, Kota Palopo, Sulawesi Selatan. www.uncp.ac.id

Checked by



Excluded: 1. Bibliography
2. Quoted Material
3. 25 Small Source
4. No Repository Submitted

Barcode of Validation





UNIVERSITAS COKROAMINOTO PALOPO
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

Jalan Latamcelling No. 19 Kota Palopo 91913 – Sulawesi Selatan
Telepon (0471) 22111, Fax. (0471) 325055. Website <http://www.uncp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN NASKAH SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Lindah Anggraeni
NIM : 1602405010
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Menyatakan bahwa naskah Skripsi Saya dengan

Judul : Analisis Pemesaran Produk Olahan Usaha Sagu di
Desa Takkala Kecamatan Malangke Kabupaten
Luwu Utara

Adalah benar merupakan karya asli saya yang dibuat berdasarkan serangkaian gagasan, rumusan, metode, dan penelitian yang telah saya laksanakan sendiri. Sumber informasi dalam karya ini telah dituliskan sesuai dengan kaidah pengutipan yang berlaku dan telah dicantumkan dalam daftar pustaka dan belum pernah dipublikasikan.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebaik-baiknya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apa bila dikemudian hari ditemukan keterangan yang tidak benar maka saya bertanggung jawab atas segala akibat yang ditimbulkan.

Palopo, 22 Juni 2021



Lindah Anggraeni
NIM. 1602405010

ABSTRAK

Lindah Anggraeni. 2020. Analisis Pemasaran Produk Olahan Sagu Didesa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara (di bimbing oleh Suaedi dan Dharma Fidyansari).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran produk olahan sagu dan untuk mengetahui margin pemasaran produk olahan sagu di Desa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode sensus dimana sampel diambil sama dengan jumlah populasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran produk olahan sagu adalah dari produsen langsung kekonsumen dan pedagang dan tidak ada margin pemasaran karena konsumen dan pedagang datang langsung ke produsen membeli dange sehingga tidak mengeluarkan biaya pemasaran.

Kata kunci: usaha dange, saluran pemasaran, margin pemasaran.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. karena atas rahmat- Nyalah sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pemasaran Produk Olahan Usaha Sagu di Desa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara”.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak terutama kedua orang tua tercinta dan berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga saat ini akan sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini karena banyaknya tantangan baik dari segi kemampuan penulis, bahasa, literatur maupun waktu yang tersedia. Akan tetapi, berkat petunjuk dan arahan dari pembimbing serta pihak-pihak yang mendukung penulis, maka skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Prof. Drs. H. Hanafie Mahtika, M.S., Rektor Universitas Cokroaminoto Palopo.
2. Rahman Hairuddin, S.P.,M.Si. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Cokroaminoto Palopo.
3. Irmah Musindar, S.P.,M.Si., Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Cokroaminoto Palopo sekaligus sebagai Pembimbing II yang selalu memberikan kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.
4. Dr. Suaedi, S.Pd., M.Si, Pembimbing I atas segala saran dan kritikan guna pengembangan isi skripsi ini.
5. Para dosen dan staf Universitas Cokroaminoto Palopo yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan selama ini.
6. Kedua orang tua atas segala perhatian, pengorbanan, kasih sayang serta doa restunya yang luar biasa buat penulis selama ini.
7. Keluarga tercinta yang telah membantu penulis dengan do'a dan dukungan dalam berbagai hal.
8. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Cokroaminoto Palopo yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan selama perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi.
9. Kepada semua pihak yang tidak sempat penulis sebut namanya satu per satu, terima kasih atas bantuan kalian.

Semoga arahan, motivasi dan bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah bagi keluarga, bapak dan rekan-rekan sehingga memperoleh balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi atau tulisan penulis berikutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat dijadikan sebagai sumbangan pikiran untuk perkembangan pendidikan, khususnya Agribisnis Pertanian.

Palopo, Mei 2021

Lindah Anggraeni

RIWAYAT HIDUP



LINDAH ANGRAEINI, peneliti lahir di Desa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara pada tanggal 11 November 1998. Anak ke-2 dari pasangan ayah Herman dan ibu Rahmawati. Pendidikan formal yang telah dilalui peneliti dimulai dari SDN 136 Takkalala pada tahun 2004 sampai pada tahun 2010, pada tahun 2010 peneliti melanjutkan

pendidikan di SMP negeri 2 Malangke sampai pada tahun 2013, selanjutnya pada tahun 2013 peneliti melanjutkan pendidikan ke tingkat SMAN 1 Malangke dan lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2016 peneliti melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Cokroaminoto Palopo dan lulus pada tahun 2020. Di akhir studi, penulis menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Pemasaran Olahan Produk Sagu Di Desa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara “

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	3
2.1 Kajian Teori.....	3
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	7
2.3 Kerangka Pikir.....	10
BAB III METODE PENELITIAN.....	11
3.1 Desain Penelitian.....	11
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	11
3.3 Populasi dan Sampel	11
3.4 Teknik Pengumpulan Data	11
3.5 Teknik Analisis Data.....	12
3.6 Definisi Operasional.....	12
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	14
4.1 Hasil Penelitian	14
4.2 Pembahasan.....	22
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	24
5.1 Kesimpulan.....	24
5.2 Saran.....	24
DAFTAR PUSTAKA	25

LAMPIRAN	26
----------------	----

DAFTAR TABEL

1. Perbandingan jumlah penduduk menurut jenis kelamin. 2018	14
2. Jumlah responden produsen dan pedagang dange berdasarkan umur	15
3. Jumlah responden produksi dan pedagang usaha dange berdasarkan tingkat pendidikan. 16	
4. Jumlah responden produksi dan pedagang usaha dange berdasarkan lama berusaha	17
5. Biaya variabel dan biaya tetap.....	18
6. Jumlah produksi dange.....	18
7. Jumlah dange yang dijual oleh pedagang	19
9. Margin pemasaran produk olahan sagu (dange)	21

DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Pikir	10
2. Saluran pemasaran	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sagu di Indonesia tersebar di beberapa wilayah antara lain di Papua, Sulawesi, Kalimantan, Jambi, Sumatera dan Kepulauan Riau. Sagu terluas berada di Bumi Cendrawasih Papua seluas 1.3 Juta Ha yang merupakan Hutan Sagu (Alami) yang budidaya (Apriani, 2016). Berdasarkan data Badan Ketahanan Pangan yang terdapat di Sulawesi Selatan terdapat sekitar 10 ribu hektar lahan yang dapat ditanami sagu. akan tetapi, hanya 4.1 ribu hektar lahan yang telah dijadikan untuk penanaman sagu dengan demikian terdapat sekitar 5.9 ribu hektar yang belum ditanami.

Sagu merupakan komoditas pasar yang cukup dicari oleh masyarakat khususnya. Kehadirannya memposisikan diri sebagai bagian kedua setelah beras. Oleh karena itu, sagu menjadi bagian terpenting dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat Luwu Utara khususnya di Desa Takkalala Kecamatan Malangke. Seperti kita ketahui, sagu memiliki berbagai variasi jenis olahan yang digunakan oleh manusia untuk pemenuhan kebutuhan mereka. Melihat minat dan permintaan masyarakat terhadap sagu yang cukup meningkat dari tahun ke tahun, hipotesis akan harga, cara perolehannya, cara pengolahannya, serta manfaatnya mungkin lebih baik dari pada sagu. Produk olahan sagu merupakan makanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Salah satu hasil olahan sagu yang diminati oleh masyarakat di Desa Takkalala yaitu dange dimana tekstur yang kasar dan juga memiliki aroma yang berbeda sehingga produk dange sangat diminati dan dijadikan sebagai pengganti makanan pokok seperti nasi. Maka diperlukan upaya pengembangan usaha dange. Selain itu, masalah utama pada penelitian ini adalah masalah mengenai pemasaran dange. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Pemasaran Produk Olahan Usaha Sagu di Desa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat ditarik rumusan masalah yaitusebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran produk olahan sagu di Desa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara?
2. Berapa margin pemasaran tiap saluran pemasaran produk olahan sagu di Desa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran produk olahan sagu di Desa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran tiap saluran pemasaran produk olahan sagu di Desa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan sesuatu yang diharapkan ketika sebuah penelitian sudah selesai. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi pemerintah Kabupaten Luwu Utara dalam penyusunan kebijakan di bidang pertanian dan upaya penyediaan kebutuhan pangan masyarakat khususnya sagu.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola industri rumah tangga dalam perencanaan produksi.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi bagi peneliti lain yang akan meneliti masalah yang sama atau penelitian lanjutan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

1. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan yang dapat menghubungkan antara produsen dengan konsumen dimana kepentingan produsen itu sendiri untuk menjual produk-produk yang telah dihasilkan sedangkan kepentingan konsumen yaitu untuk mempunyai produk-produk tersebut guna memenuhi dan memuaskan kebutuhan hidupnya (Kartasapoetra, 2011).

Pemasaran merupakan usaha yang mencakup tentang semua kegiatan mengenai barang dan jasa yang berawal dari titik kegiatan usaha sampai ke tangan konsumen akhir. Pemasaran juga merupakan sesuatu hal yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang maupun jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli secara aktual maupun potensial.

Pemasaran pertanian adalah suatu kegiatan atau usaha yang berhubungan dengan berpindahnya hak milik dari suatu barang hasil pertanian dan kebutuhan usaha pertanian ke tangan produsen dan konsumen. Dalam pemasaran hasil pertanian tersebut mencakup seluruh kegiatan usaha tani yang termasuk didalamnya terdapat kegiatan untuk menghasilkan perubahan bentuk dari suatu barang agar mempermudah proses penyalurannya serta memberikan kepuasan yang lebih tinggi pada konsumen, Limbong dan Sitorus (2011).

Pemasaran meliputi perumusan jenis produk yang diinginkan oleh konsumen, perhitungan berapa banyak kebutuhan akan produk itu, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumenn, seberapa tinggi harga yang seharusnya ditetapkan terhadap produk tersebut yang sesuai dengan kondisi konsumen, bagaimana pula cara promosi untuk mengkonsumsikan produk tersebut kepada konsumen, serta bagaimana mengatasi kondisi pesaingan yang dihadapi perusahaan dan sebagainya.

2. Saluran Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dalam menjalankan konsep, harga, promosi, dan pemasaran sejumlah ide, barang, dan jasa

demikian untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi, Kotler (2006).

Saluran pemasaran adalah suatu sistem perkenalan suatu produk dari produsen ke konsumen akhir dengan melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran memegang peran penting dalam menentukan saluran pemasaran karena lembaga pemasaran mampu mempermudah kelancaran arus suatu barang. Lembaga pemasaran adalah badan yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran, dengan menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen serta mempunyai hubungan organisasi satu dengan lainnya, Hanafiah dan Saefudin (2013).

Urutan-urutan lembaga pemasaran yang harus dilalui oleh produk pertanian sejak berproduksi sampai ketangan konsumen akhir atau jua disebut dengan saluran pemasaran. Adapun lembaga-lembaga yang ikut ambil bagian dalam penyaluran barang adalah :

1. Produsen
2. Perantara (pedagang atau agen)
3. Konsumen akhir.

Dari pengertian saluran pemasaran di atas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran merupakan serangkaian perantara yang terdiri dari agen, dealer, pedagang besar, dan pengecer yang membantu produsen dalam menyalurkan barangnya agar sampai ke tangan konsumen akhir.

3. Margin Pemasaran

Margin pemasaran didefinisikan sebagai selisih harga di tingkat produsen dan dengan di tingkat konsumen. Margin pemasaran berbeda dengan biaya pemasaran meskipun ada kemungkinan besarnya margin pemasaran sama dengan biaya pemasaran. Terkadang margin pemasaran lebih kecil dari pada biaya pemasaran karena ada pelaku pasar yang menanggung kerugian. Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima petani, atau dengan kata lain analisis pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran, Tomeck dan Robinson (2010), Sudiyono (2011).

Dengan menganggap bahwa selama proses pemasaran terdapat beberapa

lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktifitas pemasaran, maka dapat dianalisis distribusi margin diantara lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat.

Adanya perbedaan harga disebabkan oleh nilai dari jasa-jasa yang telah dilakukan pada setiap lembaga pemasaran. Jasa yang dilakukan setiap lembaga pemasaran merupakan pengeluaran yang disebut sebagai biaya pemasaran. Namun, dalam margin pemasaran tidak hanya terdapat biaya pemasaran saja, namun terdapat pula keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran. Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda sehingga menyebabkan perbedaan harga jual dari lembaga pemasaran satu dengan lembaga pemasaran lainnya sampai ke tingkat konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, semakin besar pula perbedaan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen akhir atau semakin besar pula margin pemasaran.

4. Produk Olahan Sagu

1) Manfaat dan Pengolahan Sagu

Komponen yang paling dominan pada aci sagu adalah pati. Pati pada sagu merupakan butiran kecil yang disebut granula yang terdapat di dalam sel tanaman. Ukuran dan bentuk dari granula pati berbeda dari setiap jenis tanaman. Granula pati tidak larut di dalam air dingin, granula pati sagu berbentuk oval, elips dan kadang-kadang bulat. Komponen yang besar sering membentuk kerucut dengan ujung yang datar dan mempunyai ukuran diameter 15-65 mm. Pati sagu akan terlihat seperti terpotong pada bagian ujung apabila berasal dari pohon sagu yang sudah masuk fase generatif hal ini menunjukkan penggunaan pati untuk keperluan fase tersebut.

Pemanfaatan sagu yang dilakukan saat ini umumnya masih bersifat tradisional oleh masyarakat desa sehingga kualitas maupun kuantitasnya masih relatif rendah. Dengan demikian walaupun ada kelebihan produksi belum dapat dipasarkan dengan baik, sehingga hanya terjadi perdagangan antar desa dan ada yang dipasarkan ke ibukota propinsi, sedangkan untuk diekspor ke luar negeri belum dapat dilakukan karena kualitas dan kuantitasnya belum memenuhi syarat yang ditentukan (Timisela, 2009).

Teknologi yang digunakan umumnya secara manual tradisional dan sebagian kecil secara semi mekanis, hal demikian menyebabkan masih banyak tepung sagu yang terbuang karena proses ekstraksi yang kurang efisien sehingga produktivitas

rendah serta mutu tepung sagu yang dihasilkan juga rendah (Timisela, 2009).

Proses pembuatan tepung sagu secara umum meliputi penebangan pohon, pemotongan dan pembelahan, penokokan atau pamarutan, pemerasan, penyaringan, pengendapan dan pengemasan. Ditinjau dari cara dan alat yang digunakan pada pembuatan tepung sagu yang dilakukan di daerah-daerah penghasil sagu di Indonesia saat ini dapat dikelompokkan atas cara tradisional, semi-mekanis dan mekanis (Fadila, 2010).

2) Proses pembuatan tepung sagu secara tradisional

Pada umumnya cara ini banyak dijumpai di Maluku, Papua, Sulawesi dan Kalimantan. Pembuatan tepung sagu secara tradisional umumnya diusahakan oleh penduduk setempat untuk dijadikan sebagai bahan makanan pokok sehari-hari. Pelarutan tepung sagu dilakukan dengan cara peremasan dengan tangan atau diinjak dengan kaki dan dibantu dengan penyiraman air yang berasal dari rawa-rawa yang ada di lokasi tersebut. Tepung sagu yang terlarut kemudian dialirkan dengan menggunakan kulit batang sagu yang telah diambil empulurnya. Tepung sagu ini kemudian diendapkan dan dipisahkan dari airnya.

Tepung yang diperoleh dari cara tradisional ini masih basah dan biasanya dikemas dalam anyaman daun sagu yang disebut tampin (Riau), tumang (Maluku dan Papua), balabba (Sulawesi Selatan) dan basung (Kendari). Sagu yang sudah dikemas ini kemudian disimpan dalam jangka waktu tertentu sebagai persediaan pangan rumah tangga dan sebagian lainnya dijual. Sagu yang sudah dikemas masih dalam kondisi basah maka penyimpanan hanya dapat dilakukan selama beberapa hari. Biasanya cendawan atau mikroba lainnya akan tumbuh dan mengakibatkan tepung sagu berbau asam setelah beberapa hari penyimpanan.

3) Pembuatan tepung sagu secara semi-mekanis

Pembuatan tepung sagu secara semi-mekanis pada prinsipnya sama dengan cara tradisional. Perbedaannya hanyalah pada penggunaan alat atau mesin pada sebagian proses pembuatan sagu dengan cara semi-mekanis ini. Perbedaan tersebut misalnya pada proses penghancuran empulur digunakan mesin pamarut. Pada proses pelarutan tepung sagu digunakan alat berupa bak atau tangki yang dilengkapi dengan pengaduk mekanik dan pada proses pemisahan tepung sagu digunakan saringan yang digerakkan dengan motor diesel. Cara semi-mekanis ini banyak digunakan oleh

penghasil sagu di daerah Luwu Sulawesi Selatan dan daerah Riau khususnya di daerah Selat Panjang (Kabupaten Meranti).

4) Pembuatan tepung sagu secara mekanis

Pembuatan tepung sagu dilakukan melalui suatu sistem yang kontinu dan biasanya dalam bentuk sebuah pabrik pengolahan. Untuk mempercepat prosesnya pada pabrik-pabrik yang sudah modern seperti di Sarawak Malaysia.

Proses pengendapan tepung dilakukan dengan menggunakan alat centrifuge atau spinner dan pengeringannya dilakukan dengan menggunakan alat pengering buatan. Produk tepung sagu yang dihasilkan dari pabrik-pabrik pengolahan ini adalah berupa tepung kering sehingga memiliki daya simpan yang lebih lama.

5) Produk olahan sagu (dange)

Usaha kuliner dange merupakan salah satu bagian dari UNKM baik yang mulai dari skala rumahan hingga ke skala yang lebih besar, usaha kuliner dange merupakan salah satu usaha yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Dange merupakan makanan tradisional masyarakat Bugis yang merupakan santapan sehari-hari masyarakat Palopo dan sekitarnya, dange selalu disediakan dalam acara-acara keluarga seperti ramah tamah, perkawinan dan sebagainya. Dange terbuat dari sagu, menggunakan cetakan dari tanah liat berbentuk kotak-kotak dan diletakkan di atas tungku panas yang bahan bakarnya berasal dari kayu bakar, setelah beberapa lama dipanggang maka akan terlihat berwarna abu-abu dan butiran-butiran sagunya saling melekat tanda dange sudah matang dan siap disantap. Dange yang berasal dari sagu tersebut sangat kaya akan karbohidrat.

Sagu merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang berada di Sulawesi dan daerah-daerah Indonesia timur lainnya seperti Papua. Sagu makanan yang mengandung karbohidrat dengan kadar gula sangat rendah dibanding nasi. Oleh karena itu sagu seringkali dikonsumsi oleh penderita diabetes sebagai pengganti nasi yang memiliki kadar gula sangat tinggi, sehingga dange sangat nikmat bila dimakan bersama Lawa' dan Pecco'.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan merupakan penelitian yang terdahulu digunakan sebagai acuan dan pembanding penelitian yang dilakukan. Penelitian ini bukanlah penelitian yang awal terbukti dengan telah adanya penelitian yang lain yang sejenis

dengan ini dalam materi yang berbeda. Dengan demikian penelitian ini bersifat meneruskan penelitian sebelumnya untuk bisa memberikan beberapa manfaat pada dunia pertanian Diantara penelitian yang telah ada yaitu:

1. Penelitian Supristiwendi (2016) yang berjudul Analisis Pemasaran Kakao (*Theobroma cacao*, L) di Kecamatan Ranto Peureulak Kabupaten Aceh Timur.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola saluran pemasaran biaya pemasaran dan margin pemasaran serta efisiensi pemasaran kakao Analisis Pemasaran Kakao (*Theobroma cacao*, L) di Kecamatan Ranto Peureulak Kabupaten Aceh Timur. Penelitian ini menggunakan metode survei yaitu penyelidikan untuk memperoleh fakta dari gejala-gejala dan mencari keterangan secara faktual baik tentang intitusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah. Hasil penelitian pemasaran kakao di Kecamatan Ranto Peureulak pada dasarnya menggunakan 3 (tiga) saluran pemasaran. Total biaya pemasaran kakao pada saluran I sebesar Rp.3.525/Kg, saluran II sebesar Rp.2.850/Kg dan saluran III sebesar Rp.2.400/Kg. Margin pemasaran kakao di Kecamatan Ranto Peureulak rata-rata sebesar Rp. 7.446,97/Kg, saluran I sebesar Rp. 8.500/Kg, saluran II sebesar Rp. 8.000/Kg dan saluran III sebesar Rp. 5.500/Kg.

2. Penelitian Azizah (2012) yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Sagu Kasbi Pada Gapoktan Prima Jaya di Kelurahan Jaya Kecamatan Tidore Utara Kota Tidore Kepulauan Propinsi Maluku Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran gapoktan Prima Jaya dalam manajemen operasional pemasaran sagu kasbi dan mengetahui strategi pemasaran sagu kasbi yang dilakukan Gapoktan Prima Jaya. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian peranan gapoktan dalam manajemen pemasaran meliputi kemampuan merencanakan kegiatan, kemampuan melaksanakan dan menaati perjanjian dengan pihak lain, kemampuan memupuk modal dan memanfaatkan modal secara rasional, kemampuan meningkatkan hubungan melembaga dengan KUD dan Koptan, kemampuan memanfaatkan Informasi dan menerapkan teknologi, dan kemampuan penerapan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

3. Penelitian Fidyansari (2018) yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Dange di Kabupaten Luwu Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha dange serta merumuskan strategi pengembangan usaha dange. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian yaitu faktor-faktor internal yang mempengaruhi usaha dange meliputi aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek produksi dan operasi, aspek sumberdaya manusia. Sedangkan faktor-faktor eksternal meliputi; lingkungan politik, lingkungan ekonomi, lingkungan sosial, kekuatan tawar menawar pembeli, dan nilai pedagang. Adapun keputusan strategi untuk pengembangan usaha dange antara lain yaitu peningkatan teknologi guna meningkatkan kapasitas, mutu dan variasi produk, melakukan Promosi produk dange melalui pameran guna memperluas wilayah pemasaran, mengikutsertakan pelaku usaha dange pada Program Pengabdian Kepada Masyarakat, dan pelatihan Manajemen oleh Pemerintah Setempat bagi pelaku usaha dange.

4. Penelitian Nurjannah (2015) yang berjudul Analisis Pemasaran Biji Kakao di Kecamatan Payakumbuh Selatan Kota Payak.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis fungsi pemasaran dan saluran pemasaran, untuk menganalisis biaya pemasaran, margin, laba, petani berbagi dan efisiensi pemasaran dan untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi masing-masing pemasaran institusi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi pemasaran dilakukan oleh lembaga yang terlibat dalam pemasaran biji kakao yaitu petani, pedagang dan pedagang besar meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fasilitas fungsi. Biji coklat saluran pemasaran di Kabupaten Payakumbuh Selatan terdiri dari tiga saluran di Indonesia yang saluran I petani menjual biji kakao mereka ke pedagang perantara selanjutnya menjual ke grosir dan grosir kemudian menjual ke eksportir, menyalurkan petani kakao II menjual ke grosir dan grosir berikutnya menjual ke eksportir dan saluran III petani menjual biji kakao mereka untuk pembibitan kakao.

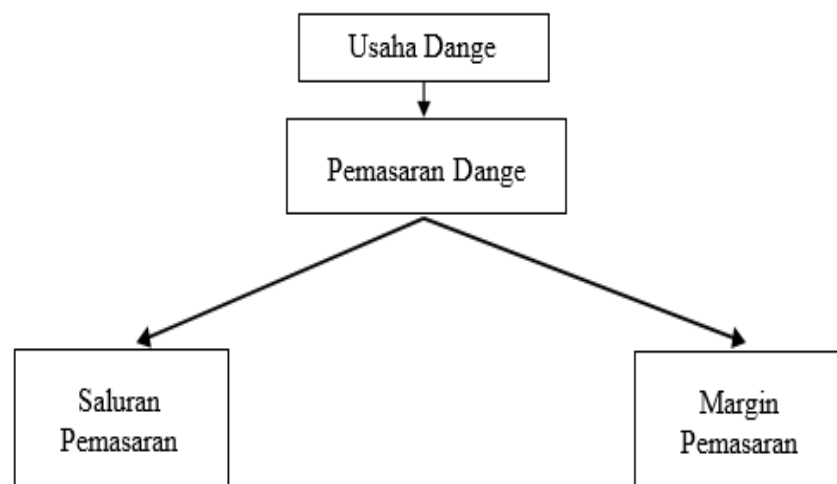
5. Penelitian Purnami (2018) yang berjudul Analisis Pemasaran Kakao di Kecamatan Margo Tabir Kabupaten Merangin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan fungsi-

fungsi pemasaran yang dilakukan oleh tiap lembaga pemasaran serta untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran yang diterima masing-masing lembaga pemasaran kakao di Kecamatan Margo Tabir Kabupaten Merangin. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Saluran pemasaran biji kakao di Kecamatan Margo Tabir Kabupaten Merangin terdiri dari 3 saluran dimana saluran I : petani ke pedagang Pengumpul Kecamatan ke pedagang besar, Saluran II : petani ke pedagang pengumpul Desa ke pedagang besar dan saluran III : petani ke pedagang pengumpul desa ke pedagang pengumpul desapengumpul Kecamatan ke pedagang besar.

2.3 Kerangka Pikir

Berdasarkan atas kajian teori sebelumnya maka pada penelitian ini akan digambarkan alur penelitian dalam sebuah kerangka pikir sebagaimana akan digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan atau memaparkan variabel-variabel yang diteliti tanpa menganalisa hubungan antar variabel. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskriptif agar data tersebut dapat dipahami dengan baik. Penelitian kualitatif tidak hanya bertujuan untuk mengkaji atau membuktikan kebenaran suatu teori tetapi teori yang sudah ada namun dapat dikembangkan dengan menggunakan data yang telah dikumpulkan. Seperti pernyataan diatas desain penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah prosedur penelitian menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku yang dapat diamati.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Takkalala Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara pada bulan Januari sampai dengan Februari 2020.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan sumber data yang diperlukan dalam suatu penelitian (Saryono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 orang yang terdiri dari 4 orang produsen dange dan 6 orang pedagang pengecer. Karena jumlah populasi di bawah 100 maka responden diambil dengan metode sensus yaitu mengambil sampel sama dengan jumlah populasi sehingga responden dalam penelitian ini adalah 10 orang untuk di jadikan sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan teknik:

1. Panduan kuesioner merupakan cara mengumpulkan data dengan menggunakan panduan berupa daftar pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti. Kuisisioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan yang relevan dengan variabel yang diamati, yakni mengenai analisis pemasaran produk olahan sagu.
2. Wawancara, teknik ini dilakukan dengan mendapatkan informasi dengan cara

bertanya langsung kepada responden.

3. Dokumentasi, teknik ini dilakukan dengan mendokumentasikan kegiatan penelitian berupa foto-foto pada waktu penelitian dilaksanakan.

3.5 Teknik Analisis Data

Setelah data dikumpulkan tahap yang harus dilakukan adalah menganalisis data. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis deskriptif.

Untuk mengetahui margin pemasaran produk olahan sagu di Desa Takkalala, peneliti menggunakan rumus:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga pada tingkat konsumen dari harga rata-rata

Pf = Harga pada tingkat produsen yang dari harga jual rata-rata

$$MP = KP + KP$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran

KP = Keuntungan Pemasaran BP = Biaya Pemasaran

3.6 Definisi Operasional

1. Produk olahan sagu adalah produk yang dihasilkan dari tepung atau olahan yang diperoleh dari teras batang rumbia atau pohon sagu berupa dange atau ruji.
2. Pemasaran adalah usaha mengenai tentang kegiatan pemindahan barang atau jasa mulai dari tingkat produsen sampai ke tingkat konsumen akhir.
3. Margin pemasaran adalah perbedaan harga produk dange antara produsen ke pedagang pengecer.
4. Saluran pemasaran adalah proses dimana produsen memasarkan hasil olahan sagu yaitu produk dange kepada konsumen.
5. Produsen adalah pihak-pihak yang dalam kegiatannya menghasilkan output baik itu barang ataupun jasa untuk dipasarkan ke konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.
6. Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen.
7. Biaya pemasaran adalah semua biaya sejak saat produk selesai diproduksi dan

disimpan dalam gudang hingga produk tersebut berubah kembali dalam bentuk uang tunai.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

1. Kondisi Umum Lokasi

Desa Takkalala merupakan salah satu Desa dari 14 Desa yang ada di Kecamatan Malangke dengan 4 dusun. Luas Desa Takkalala 18.03 km², adapun jarak Desa Takkalala dari pemerintahan Kecamatan yaitu 8.50 dan jarak dari Desa Takkalala dari Ibukota Kabupaten Luwu Utara yaitu 37.50 km². Desa ini berada pada ketinggian

Batas-batas wilayah Desa Takkalala dapat dilihat dibawah ini:

- a. Sebelah utara : Desa sumberagung
- b. Sebelah timur : Desa Teluk bone
- c. Sebelah barat : Desa Tolada
- d. Sebelah selatan : Desa Tokke

Menurut Subri (2003:55) menyatakan bahwa jumlah penduduk biasanya dikaitkan dengan pertumbuhan (income/kapita) negara tersebut, yang secara kasar mencerminkan kemajuan perekonomian negara tersebut. Jumlah penduduk Desa Takkalala sebanyak 2.368 jiwa, perbandingan jumlah penduduk Desa Takkalala sesuai jenis kelamin dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Perbandingan jumlah penduduk menurut jenis kelamin. 2018

No	Jenis kelamin	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	1.172	49.50
2.	Perempuan	1.196	50.50
Total		2.368	100

Sumber : Data BPS Kecamatan Malangke 2018

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan penduduk di Desa Takkalala sebanyak 2.368 jiwa, dimana jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1.172 jiwa atau 49.50% sedangkan jumlah penduduk perempuan yaitu 1.196 jiwa atau 50.50%. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa penduduk di Desa Takkalala lebih banyak penduduk yang berjenis kelamin perempuan dibanding penduduk yang berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah keseluruhan penduduk sejumlah 2.368 jiwa.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden produksi dan pedagang dange di Desa Takkalala Kecamatan Malangke di dapatkan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada 10 orang responden diantaranya 4 orang sebagai produsen dan 6 orang pedagang. Karakteristik responden dilihat dari berbagai aspek meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan formal, dan lamanya melakukan usaha.

1) Jenis kelamin

Hungu (2007) menyatakan bahwa jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir. Jenis kelamin responden pada penelitian ini seluruhnya berjenis kelamin perempuan dimana perempuan yang lebih utama dalam melakukan usaha pembuatan dan penjualan dange. Jumlah responden produksi dan pedagang sago sebanyak 10 orang, 5 orang diantaranya adalah produsen dan 5 sebagai pedagang. Responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

2) Umur

Menurut Hurlock (2007) menyatakan bahwa umur adalah waktu sejak dilahirkan sampai dilaksanakannya penelitian yang dinyatakan dengan tahun. Umur dapat mempengaruhi kinerja seseorang, umur responden pada jumlah produksi dan pedagang dange dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Jumlah responden produsen dan pedagang dange berdasarkan umur

No	Kelompok umur	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	30-40	2	20
2.	41-50	8	80
Total		10	100

Sumber : Data primer setelah diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa umur responden dari 30-40 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase sebesar 20%, umur responden 41-50 tahun berjumlah lebih banyak yaitu 8 orang dengan persentase sebesar 80%. Tabel di atas menunjukkan bahwa 2 orang produsen ataupun pedagang yang masih terbilang mudah dan produktif dan 8 rang yang sudah berumur terbilang tua.

3) Tingkat Pendidikan

Tilaar (2002:435) menyaatakan bahwa “Hakikat pendidikan adalah hakikat memanusiaikan manusia, yaitu suatu proses yang melihat manusia sebagai suatu

keseluruhan didalam eksistensinya". Dari pernyataan tersebut diketahui bahwa pendidikan merupakan proses pemuatan yang mengubah srta menentukan jumlah hidup manusia.

Tingkat pendidikan terakhir responden berbeda-beda berdasarakan lama tahun pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden dimulai dari tingkat SD, SMP, dan SMA, sebaran jumlah responden menurut tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3. Jumlah responden produksi dan pedagang usaha dange berdasarkan tingkat pendidikan

No	Tingkat pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase(%)
1.	SD	6	60
2.	SMP	3	30
3.	SMA	1	10
Total		10	100

Sumber : Data primer setelah diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang tamat SD sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 60%, responden yang menempuh pendidikan terakhir di SMP sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 30%, dan jumlah pendidikan terakhir tingkat SMA sebanyak 1 orang dengan persentase sebanyak 10%. Jadi jumlah dari tingkat pendidikan terakhir responden yanitu tingkat SD. Hal diatas menunjukkan bahwa jumlah pendidikan terakhir reponden yang lebih banyak yaitu pada pendidikan SD dengan jumlah 6 orang responden , pada tingkat pendidikan SMA hanya 1 orang responden.

4) Lama berusaha

Menurut Wicaksono (2011:25) bahwa semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Produsen dan pedagang dange dapat menentukan pengalaman dan pengawasan seorang responden. Jumlah responden berdasarkan lama berusaha dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4. Jumlah responden produksi dan pedagang usaha dange berdasarkan lama berusaha

No	Lama berusaha (tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	2-3	6	60
2.	4-5	4	40
Total		10	100

Sumber : Data primer setelah diolah (2020)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa lama berusaha antara 2-3 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 60% sedangkan lama berusaha 4-5 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 40%. Lama berusaha 2-3 tahun responden yang terbilang lama dalam memulai usaha sebanyak 6 orang dengan lama usaha 2-3 tahun dan 4 orang dengan lama usaha 4-5 tahun.

3. Produk Olahan Sagu

Produk olahan sagu yang paling banyak diminati oleh penduduk Desa Takkalala adalah produk dange dimana dange dapat dijadikan sebagai makanan pengganti nasi. Proses pembuatan dange di mulai dari tersedianya bahan baku utama yaitu sagu kemudian diolah menjadi produk dange dengan menggunakan alat seadanya yang dimiliki oleh produsen itu sendiri. Jumlah produksi yang dihasilkan tergantung dari banyak atau sedikitnya bahan baku sagu yang tersedia.

Terlepas dari sarana produksi sebagai faktor pemeliharaan dalam menunjang pertumbuhan dan perkembangan tanaman, faktor individu petani yang menyangkut umur dan tingkat pendidikan juga sangat penting sebagai penunjang pertumbuhan dan perkembangan tanaman. Tingkat pendidikan petani akan mempengaruhi cara berpikir dalam usaha taninya misalnya bagaimana cara berusaha dalam meningkatkan hasil produksi tentu ia akan memperhatikan sarana-sarana produksi sebagai salah satu faktor penunjang dalam pemeliharaan dan perkembangan tanamannya.

Dange merupakan makanan sebagai pengganti nasi yang paling banyak disukai oleh masyarakat penyuka makanan yang berbahan dasar sagu dimana dange merupakan hasil makanan yang berbahan sagu yang paling banyak disukai masyarakat di Desa Takkalala.

Biaya yang dikeluarkan oleh produsen dalam pembuatan dange adalah

sebagai berikut :

Tabel 5. Biaya variabel dan biaya tetap

Biaya tetap	Harga (Rp) komponen	Biaya variabel	Harga (Rp)
Cetakan dange	50.000.00/ 2 buah	Sagu	60.000.00
Total	100.000.00		60.000.00

Sumber : Data sekunder setelah diolah

Pada saat produsen memulai usaha alat dan bahan pokok yang di gunakan selalu disediakan lebih awal untuk membuat usahanya semakin berkembang seperti pada table diatas menunjukkan bahwa produsen menyiapkan alat pencetak dange dan alat-alat lain yang sudah sangat sering digunakan seperti baskom, tapisan, baki, kompor gas. Kemudian produsen menyiapkan bahan baku utama dalam pembuatan dange yaitu sagu lalu diolah menjadi sebuah produk dange.

Peningkatan produksi merupakan tambahan hasil yang di peroleh produsen dange yang mempunyai kualitas yag baik bagi konsumen maupun bagi pedagang. Hasil penelitian dari usaha produksi dange yang dapat menambah penghasilan biaya hidup untuk keluarga produsen dapat dilihat barapa banyak jumlah produksi yang di dihasilkan oleh prodesun dange pada tabel sebagai berikut :

Tabel 6. Jumlah produksi dange

No	Nama produsen	Jumlah produksi (Bks/hari)	Persentase (%)
1	Tenri Sapna	100	23,80
2	Rina	150	35,71
3	Bolong	100	23,80
4	Masna	20	4,76
5	Suri	50	11,90
Total		420	100

Sumber : Analisis data produsen setelah diolah (2020)

Menurut Sri, 2019 menyatakan bahwa Produksi usaha dange adalah proses pembuatan yang dilakukan untuk membuat dange dalam satu kali produksi yang umumnya proses produksi di lakukan setiap hari.

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah produksi dange oleh setiap produsen ini berbeda-beda sesuai dengan bahan yang tersedia, produksi terbanyak yang dihasilkan yaitu sebanyak 150 bungkus sertiap kali produksi dengan persentase sebesar 35.71%, dan jumlah produksi paling sedikit yaitu sebanyak 20 bungkus satu kali produksi dengan persentase sebesar 4.76%. dange yang dijual

oleh produsen dikemas menggunakan kantong plastik dengan semua ukuran sama yaitu 5x9 cm, dange jual langsung kepedagang maupun ke konsumen karena mereka langsung mendatangi rumah produsen saat ingin membeli dange. Setiap produsen memiliki pelanggan tetap karena pelanggan yang sering membeli produk dange produsen merupakan tetangga atau langganan sejak awal produsen memulai usaha dange.

Menurut Nafarin, 2009 menyatakan bahwa penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan usaha agar berkembang dan untuk mendapatkan laba sesuai yang diinginkan pengusaha, penjualan juga berarti proses kegiatan menjual mulai dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke konsumen.

Jumlah produk dange yang dijual oleh pedagang juga berbeda-beda sesuai dengan modal dan lama berusaha pedagang, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 7. Jumlah dange yang dijual oleh pedagang

No	Nama	Jumlah produk dange (bungkus)	Harga(Rp)
1.	Muli	25	125.000,00
2.	Tini	50	250.000,00
3.	Nelli	40	200.000,00
4.	Maya	50	250.000,00
5.	Ikka	25	125.000,00
jumlah		190	950.000,00

Sumber : Data primer setelah diolah (2020)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan biaya modal pembelian dange sebesar 950.000,00 dengan sebanyak 190 bungkus dange yang dibeli oleh pedagang dari produsen dan penjualan tersebut disesuaikan dengan permintaan konsumen dan jumlah modal yang tersedia. Untuk pembayaran yang dilakukan oleh produsen maupun oleh pedagang dilakukan secara tunai.

Setiap usaha pasti tidak akan bisa menjamin bahwa produk yang dijual akan segera laku terjual habis begitupun dengan produsen dan pedagang sehingga hal tersebut menjadi kendala bagi produsen dan pedagang pada saat dange yang dijual tidak terjual habis sehingga mereka lebih memilih untuk mengkomsumsi dange tersebut.

4. Analisis Data

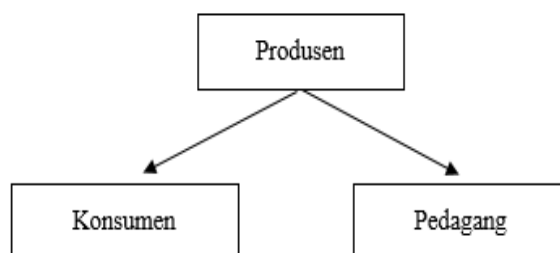
1) Saluran Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan penyaluran barang dan jasa mulai dari produsen sampai pada konsumen maka salah satu faktor yang tidak boleh diabaikan adalah saluran pemasaran, sebab kesalahan memilih saluran ini dapat memperlambat bahkan memacetkan usaha penyaluran barang atau jasa. Produk dange yang dihasilkan oleh produsen akan dijual secara langsung kepada konsumen maupun kepada pedagang dengan harga yang telah ditentukan sendiri oleh produsen sesuai dengan perhitungan biaya yang telah dikeluarkan pada saat memproduksi dange, sistem pemasaran produk dange di Desa Takkalala adalah menggunakan sistem rupiah perbungkus (Rp/bungkus) dan transaksi pembayaran dilakukan secara tunai.

Harga jual dange pada tingkat produsen maupun pada tingkat pedagang yaitu menjual dange dengan harga yang sama namun pedagang sedikit mengambil keuntungan dengan mengurangi isi dange yang akan dijual kepada konsumen. Saluran pemasaran yang dilakukan oleh produsen dange di Desa Takkalala Kecamatan Malangke pada umumnya di mulai dari produsen menjual atau menyalurkan barang untuk pedagang kecil (agen) meskipun harga yang diberikan oleh produsen ke pedagang kecil relatif murah, namun pedagang kecil dapat membeli produk dange dengan jumlah yang cukup banyak, selanjutnya pedagang kecil menjualnya langsung ke pasar untuk di tawarkan ke konsumen akhir, selain dari itu produsen juga terkadang melakukan penjualan langsung kepada konsumen akhir, biasanya ada beberapa masyarakat datang di tempat untuk membeli langsung produk dange dari rumah produsen karena harga yang di tawarkan oleh produsen cukup murah dai bandingkan harga yang di tawarkan di pasar.

Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran yang dilakukan oleh produsen pertama yaitu melakukan saluran pemasaran dari produsen ke pedagang kecil kemudian pedagang kecil ke konsumen akhir, selanjutnya yang ke dua yaitu produsen langsung menjual ke konsumen akhir. Hasil dari penelitian ini mengenai saluran pemasaran pada produk dange diketahui sangat singkat. Hal ini terjadi karena produk dange hanya di jual di sekitaran Desa Takkalala saja belum dipasarkan ke luar daerah. Produk dange ini dijual oleh produsen langsung kekonsumen dan pedagang, dan pedagang membeli dange langung dari produsen kemudian menjualnya kekonsumen, saluran pemasaran dange dapat dilihat pada

gambar dibawah ini:



Gambar 2. Saluran pemasaran

Secara faktual dapat diketahui bahwa harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang sangat penting dan turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Harga adalah nilai dari suatu barang atau jasa yang diukur dengan uang dimana seorang atau produsen bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Hasil penelitian menunjukkan harga jual dari produsen adalah sebanyak 5000/bungkus produk dange sedangkan harga jual dari pedagang adalah sebanyak 6000/bungkus. Jadi harga jual dan beli dari produsen dan pedagang berbeda tergantung dari pedagang tersebut dalam mengambil keputusan untuk menentukan harga jual produk dange tersebut.

2) Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang dibayar oleh pedagang. Distribusi margin untuk biaya adalah bagian margin yang digunakan oleh lembaga pemasaran dalam melaksanakan fungsi pemasaran atau sebagai biaya pemasaran sedangkan distribusi margin pemasaran untuk keuntungan adalah bagian dari margin yang digunakan untuk keuntungan pemasaran.

Tabel 8. Margin pemasaran produk olahan sagu (dange)

No	Uraian	Biaya dan harga (Rp)
1	Produsen	
	Biaya usaha	150.000,00
	Harga jual	5.000,00
	Keuntungan	200.000,00
2	Pedagang	
	Biaya transportasi	10.000,00
	Harga beli	50.000,00
	Harga jual	6.000,00
	Keuntungan	150.000,00
	Margin pemasaran	-

Sumber : Data primer setelah diolah

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa margin pemasaran produk dange baik pada produsen maupun konsumen yaitu tidak terdapat margin pemasaran karena produsen langsung memasarkan produk dange kepada konsumen dan pedagang tanpa mengeluarkan biaya pemasaran karena konsumen dan pegangang itu sendiri yang datang langsung ke produsen tanpa mengeluarkan biaya-biaya pemasaran dan biaya penyimpanan.

Menurut Mulyadi (2015:487) biaya pemasaran merupakan semua biaya yang meliputi sejak produk selesai di produksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk tunai.

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran pada penelitian ini berawal dari produsen kemudian disalurkan kepada konsumen maupun pedagang dengan harga yang sama dari harga yang diberikan kepada konsumen ataupun pedagang yaitu seharga Rp 5000.00/bungkus dan tidak ada saluran pemasaran dikarenakan tidak ada biaya pemsaran yang dikeluarkan oleh produsen dikarenakan usaha yang didirikan oleh produsen terbilang usaha kecil-kecilan dan tidak terlalu mengeluarkan banyak biaya-biaya seperti biaya sejak produk selesai si produksi hingga kembali menjadi tunai.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian milik Supristiwendi (2016) yang berjudul Analisis Pemasaran Kakao (*Theobroma cacao L*) di Kecamatan Ranto Peureulak Kabupaten Aceh Timur. Hasil penelitian Supristiwendi (2016) menunjukkan bahwa pemasaran kakao di Kecamatan Ranto Peureulak pada dasarnya menggunakan 3 (tiga) saluran pemasaran.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian milik Azizah (2012) yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Sagu Kasbi Pada Gapoktan Prima Jaya di Kelurahan Jaya Kecamatan Tidore Utara Kota Tidore Kepulauan Propinsi Maluku Utara. Hasil penelitian Azizah (2012) menunjukkan bahwa peranan gapoktan dalam manajemen pemasaran meliputi kemampuan merencanakan kegiatan, kemampuan melaksanakan dan menaati perjanjian dengan pihak lain, kemampuan memupuk modal dan memanfaatkan modal secara rasional, kemampuan

meningkatkan hubungan melembaga dengan KUD dan Koptan, kemampuan memanfaatkan Informasi dan menerapkan teknologi, dan kemampuan penerapan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

Penelitian ini tidak sejalan dengan Penelitian Fidyansari (2018) yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Dange di Kabupaten Luwu Utara. Hasil penelitian Fidyansari (2018) menunjukkan bahwa faktor-faktor internal yang mempengaruhi usaha dange meliputi aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek produksi dan operasi, aspek sumberdaya manusia. Sedangkan faktor-faktor eksternal meliputi lingkungan politik, lingkungan ekonomi, lingkungan sosial, kekuatan tawar menawar pembeli, dan nilai pedagang.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian milik Nurjannah (2015) dengan judul penelitian yaitu Analisis Pemasaran Biji Kakao Di Kecamatan Payakumbuh Selatan Kota Payak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi pemasaran dilakukan oleh lembaga yang terlibat dalam pemasaran biji kakao yaitu petani, pedagang dan pedagang besar meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fasilitas fungsi. Biji coklat saluran pemasaran di Kabupaten Payakumbuh Selatan terdiri dari tiga saluran di Indonesia yang saluran I petani menjual kakao ke pedagang perantara selanjutnya pedagang perantara menjual ke grosir lalu grosir kemudian menjual ke eksportir, menyalurkan petani kakao II menjual ke grosir dan grosir berikutnya menjual langsung kepada eksportir.

Adapun kelebihan pada penelitian ini adalah peneliti mendapatkan tambahan ilmu pengetahuan tentang tanaman sagu serta olahan sagu yang diproduksi dan data-data yang diberikan oleh responden sudah sesuai dengan penelitian yang di lakukan, sedangkan kendala yang di hadapi adalah adanya perbedaan dalam penggunaan berbahasa dimana rata-rata responden bersuku bugis sehingga sebagian responden sulit berbahasa Indonesia dengan baik atau adanya perbedaan bahasa antara responden dengan peneliti.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari analisis pemasaran produk sagu dange sebagai berikut :

1. Produk sagu dihasilkan adalah dange yang sangat banyak diminati oleh penduduk di Desa Takkalala, produk dange ini berbahan dasar sagu yang dapat dijadikan sebagai pengganti nasi.
2. Saluran pemasaran yang terjadi pada penelitian ini adalah dange yang dihasilkan oleh produsen langsung di jual kepada konsumen dan pedagang.
3. Margin pemasaran usaha produk sagu (dange) pada penelitian ini tidak terdapat margin pemasaran dikarenakan produsen langsung menjual dange ke konsumen dan pedagang tanpa mengeluarkan biaya-biaya pemasaran karena konsumen dan pedagang datang langsung ke tempat produsen.

5.2 Saran

1. Produsen sebaiknya memasarkan lebih luas hasil produknya agar lebih menghasilkan banyak keuntungan serta lebih luas dikenal oleh masyarakat luar daerah.
2. Semakin banyak produksi dange yang di buat maka semakin lumayan keuntungan yang didapat oleh produsen.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, Isnenti. 2016. Hasil Hutan yang Diabaikan: Sagu Nasibmu Kini. Intip Hutan Forest Watch Indonesia.
- Fadila, I. 2010. Potensi Sagu Dalam Upaya Disverifikasi Pangan. Universitas Terbuka. Tangerang.
- Fitriani. 2010. Analisis Produksi Sagu di Desa Belawa Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara.
- Hanafiah dan Saefudin. 2013. Tataniaga Hasil Perikanan. UI Press. Jakarta.
- Kartasapoetra. 2011. Marketing Produk Pertanian dan Industri. Rineka Cipta. Jakarta.
- Limbong, W.H dan Sitorus. 2011. Pengantar Tata Niaga Pertanian. Rajawali. Bogor.

LAMPIRAN



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS COKROAMINOTO PALOPO**
Jl. Lamaranginang Kota Palopo Sulawesi Selatan

**KUESIONER PENELITIAN UNTUK PRODUSEN DANGE
ANALISIS PEMASARAN PRODUK OLAHAN USAHA SAGU DI DESA
TAKKALALA KECAMATAN MALANGKE KABUPATEN LUWU
UTARA**

A. Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini semata-mata untuk keperluan akademis, mohon dijawab dengan jujur.
2. Bacalah dan jawablah semua pertanyaan dengan teliti tanpa ada yang terlewatkan

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Suku :
5. Agama :
6. Pendidikan Terakhir :

C. Daftar Pertanyaan

1. Berapa biaya yang dibutuhkan dalam pengolahan sagu menjadi dange?

Tabel 1. Total biaya

No	Biaya tetap	Biaya variabel
1		
2		
3		
4		
5		
Total		

2. Berapa keuntungan yang Ibu terima pada 1 kali proses produksi?
.....
3. Bagaimana cara Ibu mengemas dange?
.....
4. Apakah Ibu mengemas dange dengan berbagai ukuran?
 - ✓ Ya
 - ✓ Tidak
5. Bagaimana cara penjualan yang Ibu lakukan (pesanan/langsung/yang lain)?.....
6. Adakah pelanggan tetap pembeli dange anda?
 - ✓ Ya, siapa?.....
 - ✓ Tidak
7. Kepada siapa Ibu memasarkan atau menjual dange?
 - a. Pengecer
 - b. Pedagang besar
 - c. Pedagang pengumpul
 - d. Konsumen
 - e. Lainnya.....
8. Bagaimana cara pembayaran yang dilakukan pembeli dange?
 - a. Tunai
 - b. Tidak Tunai
9. Berapa harga jual produk dange yang ibu jual sesuai dengan ukuran ?
.....
10. Apakah ada kendala dalam memasarkan dange berdasarkan ukuran?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Jika ada sebutkan dan apa solusinya? Jelaskan!

 - a.
 - b.
 - c.
 - d.



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS COKROAMINOTO PALOPO**
Jl. Lamaranginang Kota Palopo Sulawesi Selatan

**KUESIONER PENELITIAN UNTUK PEDAGANG
ANALISIS PEMASARAN PRODUK OLAHAN USAHA SAGU DI
DESA TAKKALALA KECAMATAN MALANGKE KABUPATEN LUWU
UTARA**

A. Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini semata-mata untuk keperluan akademis, mohon dijawab dengan jujur.
2. Bacalah dan jawablah semua pertanyaan dengan teliti tanpa ada yang terlewatkan

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Suku :
5. Agama :
6. Pendidikan Terakhir :
7. Lama Berusaha :

C. Daftar Pertanyaan

1. Sudah berapa lama anda melakukan usaha jual beli dange?
.....
.....
2. Apakah anda membeli langsung dari produsen, atau melalui pedagang perantara?
.....
.....
3. Jika anda membeli dange langsung dari produsen, berapa harga dange yang anda beli dari produsen?

Ukuran	Harga (Rp)

4. Apakah anda menjual dange langsung kepada konsumen atau kepada pedagang lainnya?

Jelaskan alasannya :

.....

5. Jika anda menjual dange kepada konsumen, berapa harga yang anda tawarkan ?

Ukuran	Harga

6. Jika anda membeli dange dari pedagang perantara, berapa harga dange yang anda tawarkan tersebut?

Ukuran	Harga

7. Berapa keuntungan yang anda peroleh dari penjualan dange?

.....

8. Apakah ada kendala yang anda hadapi selama melakukan kegiatan usaha jual – beli dange ?

.....
.....

9. Bagaimana anda mengatasi masalah tersebut?

.....
.....

Lampiran 1. Data responden produsen dan pedagang

no	Nama	Umur	tingkat pendidikan	lama berusaha
1	Tenri Sapna	41	9	5
2	Rina	45	9	3
3	Bolong	51	6	5
4	Masna	45	6	2
5	Suri	50	6	5
6	Muli	34	6	2
7	Tini	45	6	4
8	Nelli	43	9	3
9	Maya	51	6	5
10	Ikka	41	9	3

Lampiran 2 . Dokumentasi alat pembuatan dange



Lampiran 3. Pelaksanaan penelitian dan wawancara

