



KAJIAN PEMASARAN AGROINDUTRI GULA KELAPA

(Studi Kasus di Desa Sempu Kecamatan Sempu
Kabupaten Banyuwangi)

KARYA ILMIAH TERTULIS
(SKRIPSI)

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Pendidikan Program Strata Satu
pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian Universitas Jember



Oleh :

VENTIANA SARI

NIM : FIDI95172

Asal	: Hadiah	Klasifikasi 658.8 SAR K
	: Pembelian	
Terima Tel:	24 FEB 2000	
	96951/2000	

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS JEMBER
PEBRUARI, 2000

Pembimbing :

Ir. IMAM SYAFI'I,MS (DPU)

Ir. M. SUNARSIH,MS (DPA)

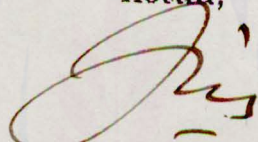
Diterima oleh Fakultas Pertanian
Universitas Jember sebagai :
Karya Ilmiah Tertulis

Dipertahankan pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 1 Pebruari 2000
Tempat : Fakultas Pertanian
Universitas Jember

Tim Penguji

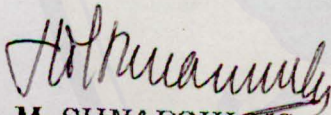
Ketua,



Ir. IMAM SYAFIQ, MS

NIP : 130 809 311

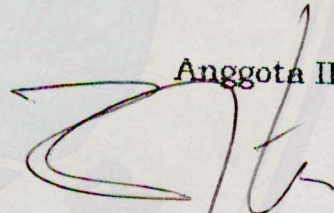
Anggota I,



Ir. M. SUNARSHIH, MS

NIP : 131 890 070

Anggota II,

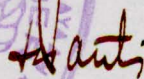


Ir. EVITA SOLIHA HANI, MP

NIP : 131 880 472

Mengesahkan

Dekan, *19/2/00*



Ir. Hj. SITI HARTANTI, MS

NIP : 130 350 763



Motto :

- * *"Seseorang dikatakan sangat beruntung jika ibadahnya/perjuangannya hari ini lebih baik dari hari kemarin, dan sangatlah merugi orang yang ibadahnya/perjuangannya hari ini sama dengan hari kemarin, dan sangatlah celaka bagi orang yang ibadahnya/perjuangannya hari ini lebih buruk dari hari kemarin." (Al - Hadits)*

- * *" Orang hanya berpikir jika dia terbentur pada suatu masalah, oleh karena itu di dunia ini tidak ada masalah yang tidak sulit, akan tetapi yakinlah bahwa tiada masalah yang tidak dapat diselesaikan. " (Napoleon).*

Karya tertulis ini kupersembahkan untuk :

- ♥ Bapakku Hadi Subowo dan ibuku Muryati tercinta yang telah membina dan mendidikku sejak kecil hingga meraih sukses ini. Terimakasih atas doa, cinta dan kasih sayangnya.
- ♥ Kakakku tersayang (Mas yon, Mbak Eni, Mas Yoto, Mbak Lilik, Mas Joko, Mbak Endang) terimakasih atas kebersamaan, pengertian dan kasih sayangnya.
- ♥ Mas Eko atas segala pengertian dan kasih sayangnya.
- ♥ Seluruh keluargaku tercinta.
- ♥ Teman-teman sosek angkatan 95.
- ♥ Almamaterku tercinta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga karya ilmiah tertulis dengan judul "Kajian Pemasaran Agroindustri Gula Kelapa" dengan studi kasus di desa Sempu, kecamatan Sempu, kabupaten Banyuwangi dapat diselesaikan.

Penulisan karya ilmiah tertulis ini merupakan tugas akhir guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Strata Satu, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Sejak mulai melaksanakan penelitian sampai selesainya penulisan karya ilmiah tertulis ini, telah mendapatkan bantuan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember yang telah memberikan ijin dan kesempatan kepada penulis untuk menyusun karya ilmiah tertulis ini.
2. Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Jember.
3. Ir. Imam Syafi'i, MS selaku Dosen Pembimbing Utama (DPU) dan Ir. M. Sunarsih selaku Dosen Pembimbing Anggota (DPA) yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dan nasehat sejak awal sampai selesainya karya ilmiah tertulis ini.
4. Ir. Evita Soliha Hani,MP selaku sekretaris.
5. Semua dosen di lingkungan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang berguna bagi peneliti.
6. Ir. Tri Ardaniah, MS selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti.

7. Seluruh Staf kantor kecamatan Sempu dan kantor desa Sempu serta seluruh responden yang telah membantu dan meluangkan waktunya sehingga terselesainya penulisan karya ilmiah tertulis ini.
8. Bapak Hadi Subowo dan Ibu Muryati yang telah memberikan semangat, dorongan serta do'a restu yang tiada putus-putusnya.
9. Rekan-rekan seperjuangan angkatan '95 (Onny, Ririen, Cicik, Ruri dll) di Jurusan Sosial Ekonomi yang telah memberikan kritik dan saran selama penelitian hingga selesainya karya ilmiah tertulis ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan karya ilmiah tertulis ini sehingga dapat diselesaikan.

Akhir kata penulis menyadari bahwa karya ilmiah tertulis ini tidak luput dari segala kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan lapang hati menerima segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga dapat menambah kesempurnaan penulisan karya ilmiah tertulis ini.

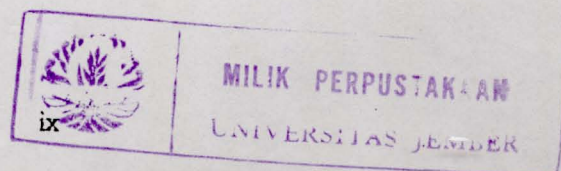
Jember, Pebruari 2000

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
RINGKASAN	xvi
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan	6
1.3.1 Tujuan	6
1.3.2 Kegunaan	6
II. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Kerangka Pemikiran	13
2.3 Hipotesis	21
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Penentuan Daerah Penelitian	22
3.2 Metode Penelitian	22
3.3 Metode Pengambilan Contoh	22

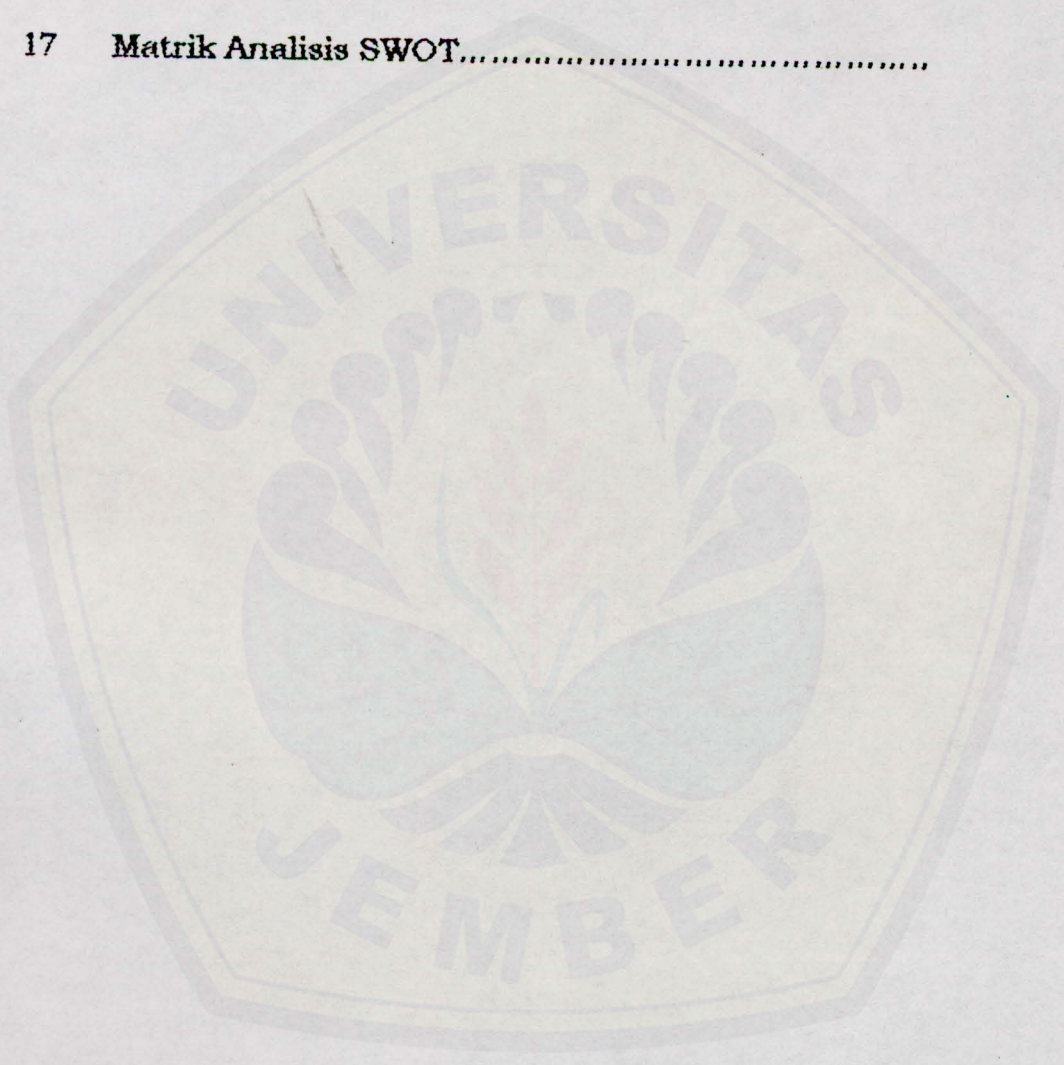
3.4 Metode Pengambilan Data	23
3.5 Metode Analisa Data	23
3.6 Terminologi	29
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
4.1 Keadaan Geografis	31
4.2 Topografi Daerah Penelitian	31
4.3 Keadaan Penduduk	32
4.4 Sarana Transportasi	33
4.5 Keadaan Umum Pertanian	34
4.6 Pengolahan Gula Kelapa	35
4.6.1 Proses Pengambilan Nira Kelapa (Penyadapan) ...	35
4.6.2 Proses Pengolahan Nira Menjadi Gula Kelapa	36
4.7 Gambaran Pengusahaan Agroindustri Gula Kelapa	41
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Sistem Pemasaran dan Kelembagaan Agroindustri Gula Kelapa	44
5.1.1 Sistem Pemasaran Agroindustri Gula Kelapa	44
5.1.2 Sistem Kelembagaan Agroindustri Gula Kelapa .	50
5.2 Efisiensi Saluran Pemasaran Pada Agroindustri Gula Kelapa	57
5.3. Prospek Pengembangan Agroindustri Gula Kelapa	60
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	67
6.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1	Jumlah Petani Gula Kelapa dan Responden Berdasarkan Pada Status Pemilikan Pohon	23
2	Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	26
3	Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS).....	27
4	Matriks Analisis SWOT.....	28
5	Tata Guna Tanah di Desa Sempu Tahun 1998.....	32
7	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Sempu Tahun 1998.....	32
8	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenjang Pendidikan di Desa Sempu Tahun 1998.....	33
9	Produktivitas Hasil Pertanian Tanah Sawah di Desa Sempu Tahun 1998.....	34
10	Hubungan Kelembagaan Antara Petani Pemilik Pohon Kelapa dengan Petani Gula Kelapa	52
11	Hubungan Kelembagaan Antar Pengusaha Gula Kelapa.....	55
12	Hubungan Kelembagaan Antara Pengusaha Gula Kelapa dengan Pedagang Pengumpul.....	56
13	Distribusi Margin Pemasaran Pada Masing-Masing Saluran Pemasaran di Desa Sempu Tahun 1999	58
14	Distribusi Share Keuntungan Pangusaha Gula Kelapa Pada Masing-Masing Saluran Pemasaran Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999.....	58

15	Distribusi Rasio Keuntungan dan Biaya Pemasaran Menurut Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran di Desa Sempu	59
16	Analisa SWOT Pada Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu	61
17	Matrik Analisis SWOT.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Daftar Sampel Pada Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999 Berdasarkan Pemilikan Pohon (Milik Sendiri).....	73
2	Daftar Sampel Pada Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999 Berdasarkan Pemilikan Pohon (Pemaro).....	74
3	Penggunaan Modal Pada Biaya Tetap (Biaya sudah disusutkan) Pada Agroindustri di Desa Sempu, kecamatan Sempu, kabupaten Banyuwangi Berdasarkan Status Pemilikan Pohon (Milik Sendiri) Tahun 1999.....	75
4	Penggunaan Modal Pada Biaya Tetap (Biaya sudah disusutkan) Pada Agroindustri di Desa Sempu, kecamatan Sempu, kabupaten Banyuwangi Berdasarkan Status Pemilikan Pohon (Pemaro) Tahun 1999.....	76
5	Penggunaan Modal yang Termasuk Dalam Biaya Variabel Pada Agroindustri di Desa Sempu, kecamatan Sempu, kabupaten Banyuwangi Berdasarkan Status Pemilikan Pohon (Milik Sendiri) Tahun 1999.....	77
6	Penggunaan Modal yang Termasuk Dalam Biaya Variabel Pada Agroindustri di Desa Sempu, kecamatan Sempu, kabupaten Banyuwangi Berdasarkan Status Pemilikan Pohon (Pemaro) Tahun 1999.....	78
7	Biaya Total, Produksi, Harga Produksi, Pendapatan, dan BEP (Titik Impas) Pada Agroindustri di Desa Sempu Berdasarkan Status Pemilikan Pohon (Milik Sendiri) Tahun 1999.....	79

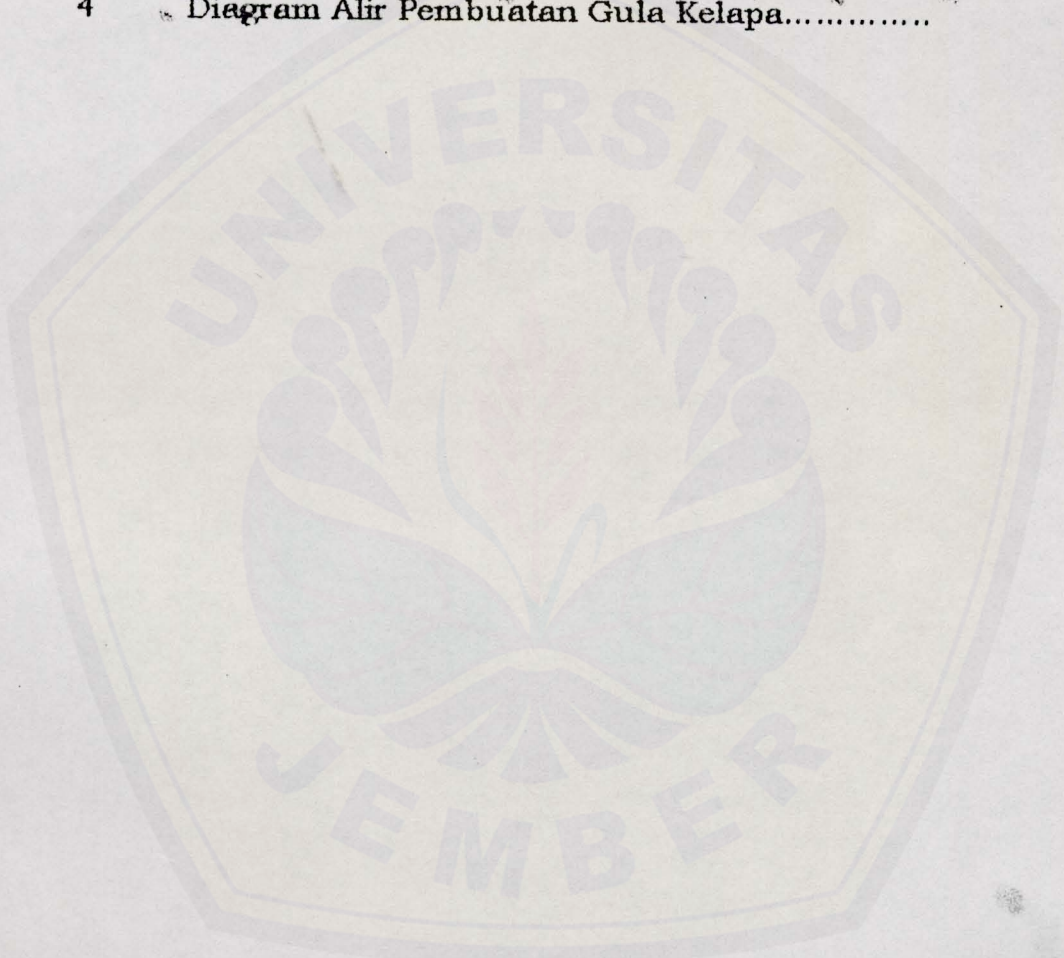
8	Biaya Total, Produksi, Harga Produksi, Pendapatan, dan BEP (Titik Impas) Pada Agroindustri di Desa Sempu Berdasarkan Status Pemilikan Pohon (Pemaro) Tahun 1999..	80
9	Hasil Produksi, Harga Jual dan Saluran Pemasaran Petani Gula Kelapa Desa Sempu, Tahun 1999.....	81
10	Harga Jual Pedagang Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999.....	83
11	Saluran Pemasaran Gula Kelapa di Desa Sempu dan kapasitas Gula Kelapa yang Dapat diserap Lembaga Pemasaran Pada Tiap-Tiap Saluran Pemasaran.....	84
12	Tabel Distribusi Margin, Share Harga Serta Rasio Keuntungan dan Biaya Pemasaran Pada Saluran Pemasaran I	85
13	Tabel Distribusi Margin, Share Harga Serta Rasio Keuntungan dan Biaya Pemasaran Pada Saluran Pemasaran II	85
14	Tabel Distribusi Margin, Share Harga Serta Rasio Keuntungan dan Biaya Pemasaran Pada Saluran Pemasaran III.....	86
15	Tabel Distribusi Margin, Share Harga Serta Rasio Keuntungan dan Biaya Pemasaran Pada Saluran Pemasaran IV	86
16	Analisa SWOT Pada Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999	87
17	Daftar Nilai Pembobotan Pada Tabel EFAS.....	88
18	Daftar Nilai Pembobotan Pada Tabel IFAS.....	90
19	Tabel IFAS.....	92

20	Tabel EFAS.....	93
21	Peta Desa Sempu Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.....	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1	Kurva Permintaan	12
2	Kurva Penawaran.....	12
3	Kurva Penawaran dan Kurva Permintaan.....	13
4	Diagram Alir Pembuatan Gula Kelapa.....	40



RINGKASAN

VENTIANA SARI, F1D195172, Perempuan, Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember, "**KAJIAN PEMASARAN AGROINDUSTRI GULA KELAPA**" di Desa Sempu Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi di bawah bimbingan Bapak Ir. Inam Syafii, MS sebagai Dosen Pembimbing Utama dan Ibu Ir, M. Sunarsih, MS sebagai Dosen Pembimbing Anggota.

Gula kelapa merupakan produk agroindustri yang strategis untuk dikembangkan. Kelapa merupakan salah satu komoditi perkebunan yang penting bagi Indonesia disamping kakao, kopi, lada dan vanili. Agroindustri gula kelapa mempunyai banyak kegunaan, antara lain sebagai bahan baku pembuatan kecap, untuk campuran kue, jenang dodol, sirup dan lain-lain, pengganti gula pasir untuk minuman kopi dan teh. Permintaan gula semakin meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan pendapatan perkapita serta adanya perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia. Untuk itu gula kelapa merupakan salah satu alternatif pengganti gula tebu yang strategis untuk dikembangkan.

Tujuan penelitian untuk mengetahui sistem pemasaran dan kelembagaan yang ada pada agroindustri gula kelapa, saluran pemasaran yang paling efisien pada pemasaran agroindustri gula kelapa dan prospek pengembangan pemasaran agroindustri gula kelapa.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode diskriptif, kuantitatif dan korelasional, sedangkan metode pengambilan contoh dilaksanakan dengan metode dispropotionate stratified random sampling (acak distratifikasi tidak berimbang) berdasarkan pada status pemilikan pohon kelapa yang di deres. Analisis yang digunakan adalah analisis diskriptif, analisis margin pemasaran dan margin keuntungan

lembaga pemasaran, dan analisis SWOT. Data yang diperoleh berasal dari data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Terdapat empat macam saluran pemasaran agroindustri gula kelapa yaitu : (1) Petani gula kelapa ----- Pedagang Pengecer di pasar desa, (2) Petani gula kelapa ----- Pedagang Pengumpul I ----- Pedagang Besar ----- Pedagang Pengecer di luar kota, (3) Petani gula kelapa ---- Pedagang Pengumpul I ----- Pedagang Pengumpul II ----- Pedagang Pengecer di luar kota, dan (4) Petani gula kelapa ----- Pedagang Pengumpul II ----- Pedagang Besar ---- Pedagang Pengecer di luar kota. Pedagang Pengumpul II dan Pedagang Besar lebih banyak melakukan fungsi pemasaran dibandingkan lembaga pemasaran lainnya.
2. Pola-pola kelembagaan yang ada di dalam kegiatan agroindustri gula kelapa adalah hubungan antara pemilik pohon kelapa dengan petani gula kelapa dalam hal ini pemaro, hubungan antara petani gula kelapa dengan pedagang pengumpul serta hubungan antara petani gula kelapa dengan petani gula kelapa lainnya. Dimana pola kelembagaan ini saling menguntungkan dan saling menunjang didalam pengembangan agroindustri gula kelapa.
3. Saluran pemasaran III merupakan salauran pemasaran yang paling efisien ditinjau dari besarnya margin pemasaran dan besarnya share keuntungan yang diterima oleh pengusaha gula kelapa.
4. Agroindustri gula kelapa di desa sempu mempunyai peluang pasar yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk mengerjakan kegiatannya.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Pembangunan pertanian pada dasarnya merupakan bagian integral dari pembangunan nasional dalam mewujudkan cita-cita yang terkandung dalam jiwa pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur. Sasaran pembangunan dalam jangka panjang adalah terciptanya struktur ekonomi yang seimbang dengan menciptakan kekuatan dan kemampuan pertanian yang tangguh untuk mendukung sektor industri. Bentuk kontribusi atau sumbangan sektor pertanian terhadap pembangunan nasional umumnya diwujudkan dalam menghasilkan bahan pangan bagi penduduk, menciptakan kesempatan berusaha, menyediakan faktor produksi dalam bentuk tenaga kerja dan pembentukan modal investasi, mendukung sektor pertanian melalui penyediaan bahan baku industri dan pasar bagi produksi dalam negeri, dan menghasilkan devisa melalui kegiatan ekspor hasil pertanian. Peran-peran tersebut selama Pelita I sampai Pelita V telah dilakukan oleh sektor pertanian dengan cukup berhasil dan dalam pembangunan nasional tahap berikutnya (Pembangunan Jangka Panjang Tahap II) peran dan sumbangan sektor pertanian tersebut masih tetap dibutuhkan (WIBOWO, 1992).

Dalam kenyataannya kelemahan dalam sistem pertanian di negara berkembang, termasuk Indonesia adalah kurangnya perhatian dalam bidang pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran, seperti pembelian, sorting (atau grading), penyimpanan, pengangkutan dan pengolahan, sering tidak berjalan seperti yang diharapkan, sehingga efisiensi pemasaran menjadi lemah. Ketrampilan untuk

melaksanakan efisiensi pemasaran memang terbatas, sementara ketrampilan mempraktekkan unsur-unsur manajemen juga demikian. Masalah lain adalah kurangnya penguasaan informasi pasar sehingga kesempatan-kesempatan ekonomi menjadi sulit untuk dicapai. Lemahnya manajemen disebabkan karena tidak mencapai pelaku-pelaku pasar dalam menekan biaya pemasaran.

Mengingat kelemahan dalam sistem pertanian serta rapuhnya sifat komoditas pertanian seperti mudah rusak, bulky serta sangat tergantung pada iklim dan musim maka perlu kebijaksanaan pembangunan pertanian yang meluas.

Sampai saat ini struktur ekonomi antara desa dengan kota masih terdapat kesenjangan, maka untuk menanggulangnya diperlukan perbaikan-perbaikan infrastruktur pedesaan dan penyediaan lapangan kerja baru yang mampu memberikan dan menjamin kehidupan yang lebih baik di pedesaan. Dengan latar belakang itulah perlu diciptakan struktur agroindustri yang sangat potensial di daerah pedesaan (PRAYITNO, 1987)

Sampai saat ini Indonesia belum mampu mewujudkan swasembada gula. Menurut data Biro Pusat Statistik, 1991, impor gula Indonesia cukup besar. Bila pada tahun 1986 impor gula dari bahan alami sebanyak 59.016,066 ton atau sekitar US \$ 17.498.161, maka selama dua tahun berikutnya, 1987 dan 1988 terlihat angka impor makin meningkat yakni masing-masing 132.806,649 ton (US \$ 28.439.186) dan 152.085,112 ton (US \$ 38.757.251). Kendati pada tahun 1989 impor gula alami menurun, namun impor gula sintetis justru meningkat drastis yakni 193,107 ton (US \$ 4.257.513) dibandingkan tahun sebelumnya, 1988, hanya 3,738 ton (US \$ 181.777). Kemudian pada tahun 1991 impor gula alami dan sintetis

masing 2.505,455 ton (US \$ 2.159.933) dan 37,522 ton (US \$ 171.744). Jadi dalam kurun waktu 1986 - 1990 devisa negara yang keluar untuk mengimpor gula secara total mencapai US \$ 92,4 juta lebih, atau setiap tahunnya US \$ 18,4 juta lebih.

Di tengah kondisi impor gula tersebut, gula kelapa tampaknya memiliki peluang prospektif untuk mengisi kekurangan tadi. Bila rata-rata konsumsi gula kelapa adalah 4,5 kg/kapita/tahun, maka untuk jumlah penduduk Indonesia 180 juta diperlukan gula kelapa sebanyak 810 ribu ton (SANTOSO, 1993).

Tanaman kelapa bukan merupakan hal yang asing bagi kehidupan manusia dan bahkan kelapa juga merupakan bagian dari kebutuhan masyarakat dunia. Kebutuhan ini meliputi penggunaan untuk keperluan sehari-hari bagi keluarga maupun sebagai barang ekonomi untuk meningkatkan pendapatan. Kelapa merupakan tanaman "serbaguna" artinya semua bagian dari tanaman ini dapat dimanfaatkan manusia. Daging buah kelapa digunakan untuk kebutuhan rumah tangga sehari-hari, sebagai bahan pembuat kopra untuk minyak kelapa dan bungkil kopra sebagai bahan pakan ternak dalam bentuk pelet. Batang kelapa dapat digunakan sebagai bahan bangunan dan kayu bakar, demikian pula halnya dengan tempurung, kulit dan akar pohon semuanya dapat digunakan sebagai kayu bakar, dan bahkan tempurung kelapa merupakan bahan campuran obat pada bidang farmasi dan bahan karbon aktif yang baik. Bagian lain yang bermanfaat dan mempunyai arti ekonomis dari tanaman kelapa adalah nira kelapa. Bagi masyarakat pedesaan khususnya petani kelapa, pengolahan nira kelapa merupakan mata pencaharian yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Nira kelapa merupakan cairan yang keluar dari tangkai tandan bunga kelapa.

Nira kelapa merupakan bahan utama pembuatan gula kelapa. Di Indonesia penghasil utama gula kelapa adalah daerah Jawa Timur dan Jawa Tengah. Dengan adanya industri gula kelapa maka banyak tenaga kerja yang terserap dalam kegiatan ini.

Kelapa yang ditanam di Indonesia terdiri dari tiga jenis yaitu kelapa jangkung, kelapa genjah dan kelapa hibrida. Di Indonesia ditemui tanaman kelapa mulai dari pantai sampai dataran tinggi yang berbukit. Sebagian besar tanaman kelapa yang ada di Indonesia merupakan tanaman milik rakyat, yang di tanam di pekarangan, tegalan, kebun, talun dan umumnya yang ditanam sebagian besar jenis kelapa genjah. Bagi petani di Indonesia tanaman kelapa merupakan tanaman yang selalu ada dalam usahatannya, minimal mereka akan menanam satu pohon kelapa untuk memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari atau dapat lebih dari itu yaitu untuk menambah pendapatan keluarga (AWANG, 1991).

Upaya diversifikasi hasil tanaman kelapa semakin berkembang. Salah satu produknya adalah gula kelapa yang terbuat dari nira kelapa. Setiap hari mayang dapat menghasilkan nira sebanyak 0,5-1,75 l nira selama 10 - 35 hari. Jika setiap pohon kelapa menghasilkan rata-rata 250 l nira/tahun dengan rendemen 15%, maka setiap tahun dapat dihasilkan 37,5 Kg gula kelapa/pohon. Umumnya pengusaha gula kelapa masih merupakan usaha sampingan, padahal harga ekspornya terus meningkat. Di dalam negeri permintaan gula kelapa terus bertambah seiring dengan berkembangnya industri pangan yang menggunakan bahan baku gula. Nilai dan jumlah ekspor yang terus meningkat dengan orientasi pasar ke Eropa, Amerika dan Asia (PALUNGKUN, 1992).

Bertitik tolak dari pemikiran demikian, maka salah satu bentuk olahan kelapa yaitu nira kelapa yang memberikan keuntungan dan dapat memberikan pendapatan petani yaitu gula kelapa. Industri gula kelapa ini kan menolong petani akibat merosotnya produksi kelapa butiran karena umur kelapa yang sudah tua.

Salah satu daerah di kabupaten Banyuwangi yang merupakan daerah potensial penghasil gula kelapa adalah desa sempu. Di daerah ini banyak sekali terdapat pengusaha agroindustri gula kelapa yang mengolah nira kelapa menjadi gula kelapa.

Agroindustri gula kelapa yang ada di desa sempu kabupaten banyuwangi telah banyak berdiri dengan sendirinya tanpa ada pembinaan yang khusus. Pohon kelapa yang diambil niranya bukan hanya milik pribadi akan tetapi juga merupakan pohon milik orang lain yang berbentuk sistem sewa. Pohon kelapa yang ada tidak berkumpul pada suatu tempat akan tetapi berpencar-pencar pada lahan tegalan ataupun pada pinggir sawah milik dari penyewa. Pengusahaan gula kelapa ini merupakan pokok usaha dari pada pengusaha gula kelapa.

Untuk memasarkan hasil produksinya para pengusaha agroindustri gula kelapa melalui lembaga-lembaga pemasaran yang ada di wilayah tersebut. Peran lembaga pemasaran ini sangatlah penting dalam menyampaikan produk yang dipasarkan sehingga sampai ketangan konsumen karena adanya perbedaan daerah antara produsen dengan konsumen.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada, maka dapat disusun identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah sistem pemasaran dan kelembagaan agroindustri gula kelapa di daerah penelitian
2. Saluran pemasaran manakah yang paling efisien pada pemasaran gula kelapa berdasarkan pada margin pemasaran dan share harga yang diterima oleh pengusaha gula kelapa
3. Bagaimakah prospek pemasaran agroindustri gula kelapa di daerah penelitian.

1.3. Tujuan dan Kegunaan

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui sistem pemasaran dan kelembagaan agroindustri gula kelapa di daerah penelitian.
2. Mengetahui saluran pemasaran yang paling efisien dalam pemasaran gula kelapa ditinjau dari margin pemasaran dan share harga yang diterima oleh pengusaha gula kelapa.
3. Mengetahui prospek pemasaran gula kelapa di daerah penelitian.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian diharapkan dapat sebagai bahan pertimbangan bagi pengusaha agroindustri gula kelapa untuk mengembangkan produksinya.
2. Membantu pengusaha gula kelapa dalam memilih saluran pemasaran yang efisien, serta meningkatkan pendapatannya.

II. LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

Pembangunan nasional terutama di bidang pertanian telah mengalami dinamika yang sangat menarik untuk ditelaah. Paling tidak telah kita pahami dengan baik, bahwa pembangunan jangka panjang tahap pertama secara relatif telah membawa keberhasilan di berbagai aspek kehidupan. Terpenuhinya kebutuhan pokok rakyat dan struktur ekonomi yang semakin seimbang antara industri dan pertanian merupakan wujud keberhasilan di bidang ekonomi, dimana sektor pertanian memperoleh prioritas utama dalam pengembangannya (WIBOWO,1996). Menyadari hal ini lebih lanjut diungkapkan bahwa pada era ini sektor pertanian harus terus ditingkatkan agar mampu menghasilkan pangan dan bahan mentah yang cukup bagi pemenuhan kebutuhan rakyat, meningkatkan daya beli rakyat dan mampu melanjutkan proses industrialisasi serta semakin terkait dan terpadu dengan sektor industri dan jasa menuju terbentuknya jaringan kegiatan agroindustri/agrobisnis yang produktif.

Strategi umum yang perlu diambil dalam rangka pengembangan pedesaan sebagai bagian dari pembangunan nasional adalah menempatkan ekonomi pedesaan dengan basis ekonomi agraris yang berporos pada sistem agribisnis dengan inti agroindustri menjadi kegiatan yang memimpin pengembangan transformasi struktural masyarakat pedesaan. Jika dilihat dari konsepnya pengembangan agribisnis dengan agroindustri dapat memberikan manfaat lain :



1. Pengembangan agrobisnis dengan agroindustri pedesaan dapat mengembangkan kelas menengah di pedesaan dengan memberikan peluang bagi anggota masyarakat untuk dapat menggunakan potensi kapital yang ada di wilayahnya sendiri serta memanfaatkan dalam bentuk perputaran ekonomi yang berada dalam lingkup wilayah pedesaan itu sendiri.
2. Pengembangan agrobisnis dengan agroindustri pedesaan juga dapat meningkatkan masalah dualisme ekonomi desa, karena kegiatan modern dan komersial yang diciptakan dalam sistem ekonomi desa merupakan bentuk pengembangan dari kegiatan yang selama ini telah dilakukan dan dikembangkan oleh masyarakat desa itu sendiri serta memiliki dasar keterkaitan yang erat dengan kegiatan ekonomi tradisional.

Kedua hal diatas merupakan dasar pencapaian kondisi ekonomi yang demokratis di pedesaan dengan tatanan ekonomi yang berdasarkan azas kekeluargaan. Disamping itu pengembangan agroindustri di pedesaan juga akan mengurangi tekanan masalah ketenagakerjaan bagi kegiatan pertanian, sehingga perluasan unit usaha pertanian (budidaya) per satuan tenaga kerja dapat menjadi lebih besar (WIBOWO, 1996).

Agroindustri adalah industri yang mengolah hasil-hasil pertanian mulai dari pengolahan yang mengubah hasil panen menjadi produk yang dapat diperdagangkan hingga menjadi produk-produk yang bentuk bahan bakunya tidak terlihat lagi. Dalam hal ini agroindustri gula kelapa adalah industri rumah tangga di pedesaan yang mengolah hasil pertanian yaitu berupa nira kelapa menjadi produk gula kelapa (ANONIM, 1980).

Industri kecil dan pedesaan biasanya tidak dipisahkan karena keduanya menunjuk pada hal yang sama. Industri pedesaan pada umumnya merupakan industri kecil dan industri rumah tangga. Industri kecil adalah industri yang diusahakan terutama untuk menambah pendapatan keluarga. Jadi berbeda dengan industri besar dan menengah di kota-kota, maka tujuan kebijaksanaan memajukan industri kecil bukanlah semata-mata peningkatan output atau nilai tambah sektor industri, tetapi lebih lagi membantu menciptakan kesempatan kerja yang sekaligus berarti membantu meningkatkan pendapatan bagi penduduk kelompok miskin di pedesaan (MUBYARTO, 1987).

Gula kelapa adalah gula yang dihasilkan dari pengupasan nira pohon kelapa (*Cocos nucifera* Linn). Gula kelapa atau dalam perdagangan dikenal sebagai "gula jawa" atau "gula merah" biasanya dijual dalam bentuk setengah elip dan ada pula yang berbentuk bulat silindris.

Sesungguhnya gula kelapa merupakan salah satu unsur dari sembilan bahan pokok. Hampir seluruh ibu-ibu rumah tangga menggunakan gula kelapa untuk berbagai kebutuhan. Kecuali itu, gula kelapa juga dimanfaatkan dalam industri pengolahan makanan, industrial user dan sebagainya. Jika kita rinci, konsumen lokal gula kelapa adalah sebagai berikut :

1. Rumah tangga: bumbu masakan, dan pemanis makanan ringan.
2. Pengolahan makanan: angleng, putu, bugis, noga, rujak, dan pemanis berbagai macam makanan dari beras ketan, singkong, dan tepung beras.
3. Industrial user: pabrik kecap, pabrik dodol, gula kristal, dan pabrik beberapa jenis roti.

Penggunaan gula kelapa tersebut diatas tidak dapat diganti dengan gula lainnya. Andaikan dipaksapun, produk yang dihasilkan bisa kehilangan aroma dan rasa khas (SANTOSO, 1993).

Konsep pokok dalam menghasilkan gula dari kelapa hendaknya dengan suatu sistim yang melibatkan petani dengan industri atau pemilik modal, yang didukung oleh kebijaksanaan tertentu yang dapat menjamin semua pihak memperoleh manfaat. Atas dasar konsepsi tersebut terdapat beberapa alternatif sistem berproduksi dan pola hubungan antara pelaku seperti :

1. Industri rumah tangga/pedesaan, berupa gula kasar ditampung oleh suatu industri lanjutan untuk menjamin mutu produk akhir. Dalam hal ini pola keterkaitan dapat berupa bapak angkat, PIR atau kerjasama operasional. Skala industri penampung disesuaikan dengan keadaan setiap wilayah.
2. Petani sebagai penghasil nira untuk bahan industri gula. Pola hubungan kerja sama juga dapat berupa bapak angkat, PIR atau kerjasama operasional.
3. Industri rumah tangga/pedesaan murni. Dalam hal ini pengembangan produksi gula sepenuhnya oleh petani.

Perkembangan pemasaran merupakan kunci dari pembangunan pertanian. Tanpa pasar, produksi pertanian tidak akan terangsang (Mubyarto, 1985). Bahkan Mosher dalam MUSTIKO dan RIJANTO (1995) memasukkan pemasaran ini ke dalam syarat mutlak lainnya pada pembangunan pertanian, disamping empat syarat lainnya. Syarat-syarat tersebut ialah :

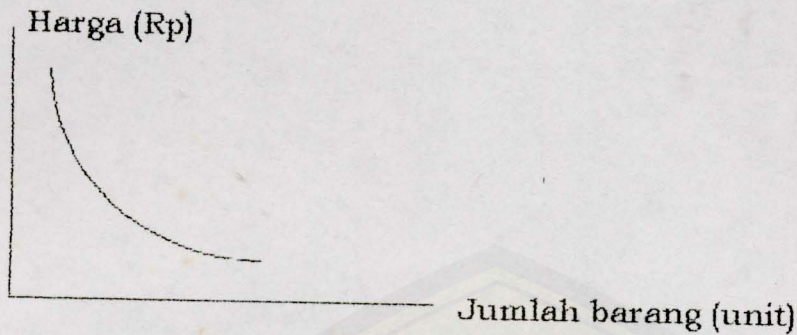
1. Adanya pasar untuk hasil-hasil usahatani
2. Teknologi yang senantiasa berkembang
3. Tersedianya bahan-bahan dan alat-alat secara lokal

4. Adanya perangsang produksi bagi petani
5. Tersedianya pengangkutan yang lancar dan kontinyu

Syarat-syarat diatas tidak boleh tidak, harus ada untuk adanya pembangunan pertanian, apabila salah satu saja tidak ada maka pembangunan pertanian akan terhenti atau berjalan namun statis.

Pasar adalah keseluruhan permintaan dan penawaran barang, jasa atau faktor produksi tertentu. Biasanya pasar dibedakan dalam arti sempit dan dalam arti luas. Pengertian pasar dalam arti sempit adalah tempat dimana barang diperjualbelikan. Sedangkan dalam arti luas pasar adalah proses dimana pembeli dan penjual saling berinteraksi untuk menentukan atau menetapkan harga jual.

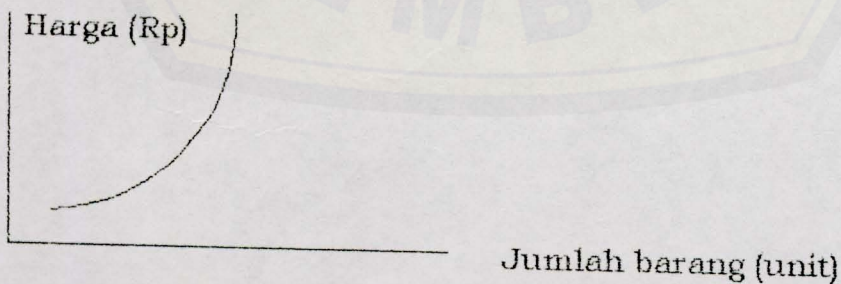
Permintaan akan suatu jenis barang ialah jumlah barang yang mau dibeli pada berbagai tingkat harga di pasar pada jangka waktu tertentu. Dengan kata lain, permintaan yang dimaksud disini adalah permintaan yang berdaya beli, artinya permintaan yang disertai dengan sejumlah uang untuk membeli barang yang bersangkutan. Setiap waktu tertentu terdapat hubungan antara harga dan jumlah barang yang dibeli yang disebut dengan kurva permintaan. Pada setiap harga pasar, pada suatu waktu tertentu akan terdapat barang dalam jumlah tertentu yang hendak dibeli oleh pembeli. Pada harga yang lebih rendah jumlah barang yang mau dibeli bertambah, demikian sebaliknya pada harga yang lebih tinggi jumlah yang mau dibeli berkurang. Hal ini dapat dijelaskan pada gambar 1 tentang kurva permintaan.



Gambar 1. Kurva Permintaan
Sumber : Carla Poli, 1994.

Pada gambar 1, sumbu vertikal menggambarkan berbagai tingkat harga, sedangkan pada sumbu horisontal menggambarkan jumlah barang yang diminta.

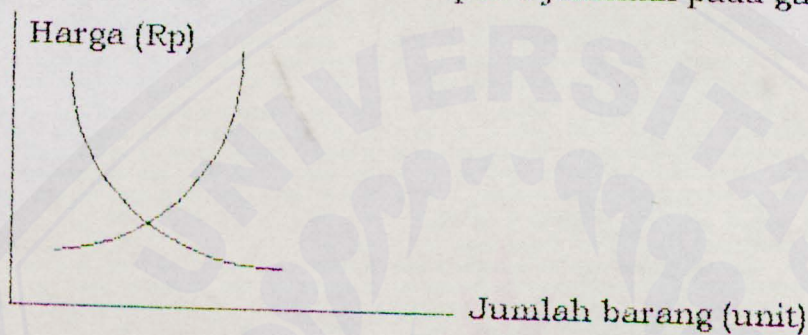
Penawaran adalah jumlah barang yang mau dijual pada berbagai tingkat harga pada jangka waktu tertentu. Berbeda dengan permintaan dimana hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta berbanding terbalik, maka dalam penawaran hubungan antara harga dan juga barang yang ditawarkan berbanding lurus atau searah. Artinya pada tingkat harga yang tinggi jumlah barang yang ditawarkan banyak, sedangkan pada tingkat harga yang rendah jumlah barang yang ditawarkan sedikit sekali. Hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan dapat di jelaskan pada gambar 2, yaitu tentang kurva penawaran.



Gambar 2. Kurva Penawaran
Sumber : Carla Poli, 1994

Pada gambar diatas, sumbu vertikal menunjukkan tingkat harga persatuan, sedangkan sumbu horisontal menggambarkan berbagai jumlah barang yang ditawarkan. Bentuk kurva penawaran bergerak dari kiri bawah naik miring ke atas.

Perpotongan antara kurva permintaan dan kurva penawaran akan membentuk harga jual pada tingkatan tertentu. Pada kondisi tersebut, jumlah barang yang ditawarkan sama dengan jumlah barang yang diminta. Hal ini dapat dijelaskan pada gambar 3.



Gambar 3. Kurva penawaran dan kurva permintaan.
Sumber : Carla Poli, 1994

2.2. Kerangka Pemikiran

Agroindustri yang merupakan mata rantai dari kegiatan disektor pertanian telah mampu untuk tumbuh dan berkembang berperan serta pada persoalan-persoalan peningkatan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja serta sebagai sumber pertumbuhan baru disektor pertanian. Dengan demikian agroindustri tampaknya mempunyai keunggulan komparatif (SISWOPUTRANTO, 1976).

Laju permintaan gula semakin meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan pendapatan perkapita serta adanya perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia. Dengan asumsi bahwa tingkat konsumsi gula rata-rata meningkat sekitar

sebesar 4% pertahun (12,28 Kg/kapita/tahun pada tahun 1988), maka selama pelita V kekurangan akan gula pasir meningkat menjadi 0,860 juta ton. Dilain pihak usaha peningkatan produksi gula tebu menghadapi beberapa kendala antara lain persaingan lahan dengan tanaman padi/palawija yang semakin tajam. Untuk itu perlu digali potensi sumber pemanis non tebu yang lain, diantaranya adalah berasal dari kelapa, guna menyokong pengadaan gula dalam negeri, minimal untuk memenuhi konsumsi rumah tangga di daerah sekitarnya (ANONIM, 1994).

Potensial tanaman kelapa sebagai penghasil gula cukup besar. Luas areal tanaman kelapa di Jawa Timur sekitar 249.000 Ha. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa produksi nira setiap hari satu pohon kelapa antara 0,3 - 2,6 liter, dengan kadar gula berkisar antara 12 - 16,3 % tergantung jenis dan cara pengelolannya. Salah satu keuntungan dari keragaman populasi tanaman kelapa adalah kemungkinan penyadapan kelapa tanpa mengganggu produksi kelapa butiran. Dengan demikian penyadapan dapat dilakukan secara selektif dan terencana sesuai dengan perkembangan permintaan pasar (ANONIM, 1995).

Penyebaran agroindustri gula kelapa di Indonesia yang pada umumnya diusahakan oleh rakyat dan diperkirakan lebih dari satu juta keluarga petani kelapa. Pertanian kelapa di Indonesia merupakan :

1. Sumber pendapatan petani
2. Sumber utama lemak nabati (sekitar 80%) konsumen lemak nabati berasal dari kelapa
3. Penghasil gula yang cukup potensial
4. Memberikan kesempatan kerja yang cukup luas

5. Merupakan sumber bahan baku untuk pengembangan industri (ANONIM, 1995).

Dari sisi pendapatan ternyata pengusahaan gula kelapa lebih menguntungkan dari pada hanya mengusahakan kelapa butiran. Demikian pula dari segi teknis, pengolahan gula kelapa sudah lebih lama dikenal oleh petani. Hanya saja yang perlu diperhatikan saat ini adalah mutu dari gula kelapa yang dihasilkan agar mendekati standar mutu yang berlaku saat ini (ANONIM, 1994).

Pengusahaan gula kelapa sebenarnya memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat pedesaan, yang mana pengelolaannya dilakukan oleh suami istri. Suami sebagai penyadap yang memanjat pohon kelapa setiap hari (pagi dan sore), sedangkan istri bertugas sebagai pengolah gula kelapa. Di daerah penelitian agroindustri gula kelapa termasuk dalam industri rumah tangga/pedesaan murni karena pengembangan usaha produksi gula kelapa sepenuhnya dilakukan oleh petani.

Bertitik tolak dari pemikiran tersebut maka perlu kiranya dikembangkan penganekaragaman industri pengolahan kelapa. Salah satu hasil dari tanaman kelapa yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah nira kelapa yang merupakan bahan baku dalam pengusahaan gula kelapa. Dalam hal ini terbukti bahwa pada kondisi-kondisi tertentu, pemanenan kelapa dalam bentuk nira kelapa akan lebih menguntungkan bila dibandingkan dengan pemanenan dalam bentuk buah.

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, merentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Jadi pemasaran merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan hubungan pertukaran. Tapi pemasaran bukanlah merupakan suatu cara yang sederhana, sekedar untuk menghasilkan penjualan saja, dalam hal ini pertukaran hanyalah salah satu tahap dalam proses pemasaran. Sebenarnya pemasaran itu dilakukan baik sebelum dan sesudah pertukaran (SWASTA, 1984).

Menurut KARTASAPOETRA (1986), bahwa di dalam kegiatan pemasaran hasil-hasil pertanian di dapatkan tiga subyek yang menentukan dalam pembentukan harga yaitu :

1. Produsen dengan dasar-dasar biaya produksi yang dikeluarkannya sehingga produk siap dipasarkan
2. Konsumen dengan daya beli dasar-dasar kebutuhan dan kesukaannya
3. Pemerintah dengan peraturan atau ketentuan harga sebagai pengendali tata harga pasar.

Pasar yang baik akan memberikan jasa-jasa pemasaran pada biaya yang terendah, sehingga perbedaan antara harga yang diterima produsen dengan harga yang ditawarkan konsumen menjadi sekecil mungkin selisih harga yang dibayarkan keprodusen dan harga yang di berikan oleh konsumen disebut margin pemasaran. Sedangkan margin keuntungan pemasaran diperoleh setelah dikurangi biaya-biaya kegiatan pemasaran. Lembaga pemasaran menentukan bentuk saluran pemasaran. Lembaga pemasaran ini pada akhirnya juga melakukan kegiatan fungsi pemasaran yang meliputi kegiatan pembelian, sorting atau grading, penyimpanan, pengangkutan dan pengolahan (SOEKARTAWI, 1987).

Sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang, jasa, ide, orang dan faktor-

faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya. Seperti halnya dengan sistem-sistem yang lain. Dalam sistem pemasaran ini terdapat beberapa faktor yang saling tergantung dan saling berinteraksi satu sama lain. Faktor-faktor tersebut adalah :

1. Organisasi yang melakukan tugas-tugas pemasaran
2. Pasar yang dituju
3. Para perantara yang membantu dalam pertukaran (arus) antara organisasi pemasaran dengan pasarnya
4. Faktor-faktor lingkungan (SWASTA, 1990).

Sistem pemasaran biasanya berkisar pada kegiatan antar pemasok barang dan jasa, perusahaan dan pasar. Hubungan ini biasanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan dan kegiatan lain. Di Indonesia agar hubungan pemasok dan perusahaan saling diuntungkan, maka dibentuklah suatu sistem "Bapak angkat". Dengan sistem seperti ini maka diharapkan supply bahan baku menjadi lancar (tersedia dalam jumlah yang cukup dan tersedia dalam setiap waktu bila dibutuhkan) dan proses pemasaran menjadi lebih terjamin (SOEKARTAWI, 1993). Di daerah penelitian pola hubungan antara pengusaha gula kelapa dengan lembaga pemasaran yang ada adalah pola hubungan kemitraan. Disini ada sebagian produsen yang telah diberi uang panjer oleh pedagang pengumpul atau tengkulak sehingga secara tetap produsen tersebut selalu menjual gula kelapa kepada mereka. Selain itu ada sebagian produsen yang dipenuhi kebutuhan sehari-harinya oleh pedagang pengumpul melalui barang-barang yang tersedia di toko yang mereka miliki. Pengembalian atas segalanya dilakukan dengan menjual

produk agroindustri gula kelapa pada pedagang pengumpul tersebut, sehingga dalam hal ini pedagang pengumpul atau tengkulak akan menjadi penentu harga.

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Dalam transaksi pembalian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan. Besarnya imbalan itu ditentukan oleh perbedaan antara nilai dari sesuatu yang diberikan dengan nilai dari sesuatu yang diterima. Kelebihan nilai antara yang diterima dengan yang diberikan oleh suatu perusahaan disebut laba (GITOSUDARMO, 1994).

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Suatu barang mempunyai nilai kandungan barang itu berguna, dan barang itu jumlahnya terbatas. Umumnya penjual mempunyai beberapa tujuan dalam penetapan harga produknya, antara lain :

1. laba maksimum
2. volume penjualan
3. kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu (MUBYARTO, 1987).

Jarak yang mengantarkan produksi dari produsen kekonsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan pemasaran. Produsen tidak dapat bekerja sendiri untuk memasarkan produksinya, maka diperlukan pihak lain atau lembaga pemasaran yang lain untuk membantu memasarkan produk yang dihasilkan. Mengetahui hal tersebut, maka muncul istilah pedagang pengumpul, perantara, pengecer, pemborong dan sebagainya. Mengingat masing-masing lembaga pemasaran ingin mendapatkan keuntungan, maka

harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Jadi harga ditingkat petani akan lebih rendah dari pada harga ditingkat pedagang perantara dan harga ditingkat pedagang perantara juga akan lebih rendah dari pada ditingkat pengecer (RIJANTO DKK, 1995).

Pada dasarnya perbedaan harga itu sebenarnya terdiri dari :

1. Biaya pemasaran yang dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran (para pedagang), karena melakukan fungsi pemasaran.
2. Keuntungan pemasaran yang didapatkan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang ikut serta dalam memasarkan produk tersebut, dari tangan produsen sampai ke tangan konsumen.

Oleh karena itu, margin pemasaran yang besar belum tentu selalu keuntungan yang didapatkan lembaga-lembaga pemasaran tersebut besar, akan tetapi dapat terjadi karena fungsi pemasaran yang dilakukan tidak "efisien", sehingga biaya pemasarannya yang justru tinggi, sedangkan keuntungan dari lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat hanya kecil saja (MASYROFIE, 1994).

Dalam penyaluran barang konsumsi yang ditujukan untuk pasar konsumen, terdapat lima macam saluran pemasaran. Macam-macam saluran pemasaran tersebut adalah produsen - Konsumen, produsen - pengecer - konsumen, produsen - pedagang besar - pengecer - konsumen, produsen - agen - pengecer - konsumen, dan produsen - agen - pedagang besar - pengecer - konsumen (SWASTA, 1989).

Menurut Mubyarto (1989) sistem tataniaga dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat sebagai berikut :

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya

2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang itu. Yang dimaksud adil dalam hal ini adalah pemberian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai sumbangan masing-masing.

Menurut Rashid dan Chaudhry dalam Rijanto dkk (1995) memberikan beberapa faktor yang dapat dipakai sebagai ukuran efisiensi pemasaran yaitu keuntungan pemasaran, harga yang diterima oleh konsumen, tersedianya fasilitas fisik pemasaran, kompetisi pasar dan peranan lembaga pemasaran.

Pada agroindustri gula kelapa yang diusahakan di desa Sempu pengusaha gula kelapa ada yang menjual produknya langsung kepasar desa dan ada juga yang menjual produknya kepada pedagang pengepul yang ada di wilayah tersebut. Dari beberapa saluran pemasaran yang ada, saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran yang pendek. Dengan semakin panjang saluran pemasaran yang ada maka akan menimbulkan tambahan biaya pemasaran karena lembaga pemasaran ini memberikan jasa yang tentunya juga minta keuntungan.

Sistem pemilikan pohon kelapa dalam agroindustri gula kelapa kebanyakan pemilikan pohon dengan sistem sewa atau sistem bagi hasil. Sistem sewa pada umumnya lebih menguntungkan baik dari sisi pengusaha gula kelapa (petani) maupun dari sisi pemilik pohon. Keuntungan dari sisi pengusaha gula kelapa adalah tidak diperlukannya modal yang besar untuk pembelian atau penanaman kelapa yang juga memakan waktu yang cukup lama. Modal yang ada dapat dipergunakan untuk biaya sewa pohon dan biaya pengolahan

secara intensif. Keuntungan bagi pemilik pohon adalah adanya peningkatan pendapatan dari hasil sewa pohon kelapa yang dimilikinya tanpa harus mengeluarkan biaya untuk proses produksi maupun pemeliharaan pohon kelapa yang dimilikinya. Sedangkan sistem sewa yang lain adalah dengan sistem bagi hasil antara pengusaha yang menyewa pohonnya dengan pemilik pohon sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya.

Pengembangan industri gula kelapa dapat didukung dengan sistem kelembagaan sosial. Sistem kelembagaan yang terjadi dalam kegiatan agroindustri gula kelapa adalah :

1. Hubungan antara pengusaha gula kelapa dengan pemilik pohon.
2. Hubungan antara pengusaha gula kelapa dengan pengusaha gula kelapa lainnya.
3. Hubungan pengusaha gula kelapa dengan pedagang (lembaga pemasaran) gula kelapa.

2.3. Hipotesis

Dari kerangka pemikiran yang ada maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran gula kelapa yang pendek lebih efisien dari pada saluran pemasaran gula kelapa yang panjang ditinjau dari besarnya margin pemasaran dan share harga.
2. Pemasaran gula kelapa di daerah penelitian memiliki prospek yang bagus.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penentuan Daerah Penelitian

Daerah penelitian ditentukan berdasarkan metode sampling disengaja (Purposive Sampling Method). Daerah penelitian yang dipilih adalah agroindustri gula kelapa di Desa Sempu Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.

Penentuan daerah ini didasarkan pada pertimbangan bahwa desa Sempu ini merupakan salah satu desa penghasil gula kelapa di kabupaten Banyuwangi yang cukup potensial dalam menghasilkan gula kelapa secara agroindustri di pedesaan.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode diskriptif, kuantitatif dan korelasional. Metode diskriptif yaitu metode yang memberikan gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena dan variabel-variabel yang diselidiki. Metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui tentang efisiensi saluran pemasaran yaitu dengan menggunakan analisa margin pemasaran dan margin keuntungan (NAZIR, 1988).

3.3. Metode Pengambilan Contoh

Metode yang digunakan dalam pengambilan contoh adalah metode Disproportionate Stratified Random Sampling atau acak distratifikasi tidak berimbang berdasarkan pada status kepemilikan pohon kelapa yang dideres (NAZIR, 1988).

Tabel 1. Jumlah Pengusaha Gula Kelapa dan Responden Berdasarkan pada Status Kepemilikan Pohon

Strata	Populasi	Jumlah responden
Milik sendiri	97	30
Menyewa (Pemaro)	143	30
Jumlah	240	60

Sumber : Data survey pendahuluan 1999

Selanjutnya dijelaskan pula bahwa dalam penelitian sosial contoh yang diamati sebanyak 10 % dari populasi dianggap mewakili. Metode pengambilan contoh lembaga pemasaran/pedagang pada masing-masing saluran pemasaran adalah metode "Snowball Sampling" yaitu suatu metode yang dimulai dari suatu contoh tertentu (pengusaha gula kelapa tertentu) yang diminta untuk menunjukkan kepada siapa menjual hasil produksinya selanjutnya pada siapa pedagang tersebut menjual produk yang dibelinya (SURATNO dan LINCOLIN, 1988).

3.4. Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat langsung dari responden yang telah ditetapkan dengan tehnik wawancara serta menggunakan daftar pertanyaan yang telah disediakan dan data sekunder yaitu data yang didapat dari instansi yang terkait dengan penelitian ini.

3.5. Metode Analisa Data

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui sistem pemasaran dan kelembagaan agroindustri gula kelapa yang ada di daerah penelitian digunakan

analisa dengan pendekatan diskriptif, yaitu suatu pendekatan yang dilakukan dengan memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat tentang hal-hal yang di teliti, yaitu meliputi :

- Pola-pola hubungan antara pengusaha gula kelapa dengan pemilik pohon kelapa.
- Pola-pola hubungan antara pengusaha gula kelapa dengan pengusaha gula kelapa lainnya
- Pola-pola hubungan antara pengusaha gula kelapa dengan lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran gula kelapa.

Untuk menguji hipotesis pertama mengenai efisiensi saluran pemasaran digunakan analisa margin pemasaran dan margin keuntungan lembaga pemasaran. Margin pemasaran adalah perbedaan antara harga ditingkat produsen dengan harga ditingkat konsumen. Margin keuntungan yaitu selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran (MASYROFIE, 1994).

$$MP = Pr - Pf$$

$$MK = MP - BP$$

Keterangan :

MP = Margin pemasaran

MK = Margin keuntungan

Pr = Harga ditingkat konsumen

Pf = Harga ditingkat produsen

BP = Biaya pemasaran

Share keuntungan lembaga pemasaran ke-i adalah

$$SK_i = \frac{K_i}{Pr - Pf} \times 100\%$$

$$K_i = P_{ji} - P_{bi} - \sum_{j=ij}^n b_{ij}$$

Keterangan :

- S_{Ki} = Share keuntungan lembaga pemasaran ke-i
($i=1 \rightarrow$ petani ; $i=2 \rightarrow$ pengepul, dan seterusnya)
- K_i = Keuntungan lembaga pemasaran ke-i
- P_{ji} = Harga jual lembaga ke-i
- P_{bi} = Harga beli lembaga ke-i
- b_{ij} = Biaya pemasaran lembaga ke 1 dari berbagai jenis biaya mulai dari biaya ke $j=1$ sampai ke n.

Share biaya lembaga pemasaran ke-i dan jenis biaya ke j adalah :

$$S_{bi} = \frac{b_i}{Pr - Pf} \times 100\%$$

Untuk menguji hipotesis kedua mengenai prospek pemasaran gula kelapa digunakan analisis kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT, yaitu analisis mengenai kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities) dan ancaman (Threat).

Analisis lingkungan eksternal perusahaan didekati dari dua pendekatan, yaitu dari sisi peluang dan ancaman. Salah satu tujuan pokok analisis lingkungan adalah untuk mengenali adanya peluang baru. Analisis lingkungan internal didekati dari dua pendekatan, yaitu dari sisi kekuatan dan kelemahan (UMAR, 1997).

Menurut Rangkuti (1998) menyatakan bahwa pada tahap pengumpulan data tidak hanya sekedar pengumpulan data, tetapi

juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra-analisis, dibedakan menjadi dua yaitu data eksternal dan internal yang dijabarkan dalam suatu tabel matrik faktor strategi eksternal (EFAS) dan faktor strategi internal (IFAS) sebagai berikut :

Tabel 2. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Strategi eksternal	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
Peluang			
Ancaman			
Total			

Cara-cara menentukan strategi eksternal (EFAS)

1. Menyusun atau menentukan peluang dan ancaman pada kolom 1
2. Memberi bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor tersebut memberikan dampak terhadap faktor strtegis. Total nilai pembobotan haruslah sebesar 1.00.
3. Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat penting), 3 (diatas rata-rata), 2 (Rata-rata), dan 1 (di bawah rata-rata) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap pemasaran yang dilakukan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang semakin besar diberi rating +4, tetapi peluang kecil diberi rating +1). Pemberian nilai ancaman adalah kebalikannya.
4. Mengalikan bobot dalam kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Akhirnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).

- Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi kegiatan pemasaran yang dilakukan. Nilai total menunjukkan bagaimana kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh agroindustri gula kelapa bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Tabel 3. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi internal	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
Kekuatan			
Kelemahan			
Total			

Tabel IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka kekuatan dan kelemahan perusahaan. Tahapnya adalah :

- Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- Memberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
- Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk dalam kategori kekuatan) di beri nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.
- Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobot dalam kolom 4.

5. Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4) untuk menunjukkan perolehan total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.

Tahap selanjutnya adalah memasukkan total skor pada tabel IFAS dan EFAS kedalam matrik analisis SWOT untuk mengetahui posisi agroindustri gula kelapa dan melihat strategi yang tepat untuk diterapkan oleh agroindustri gula kelapa yang ada di daerah penelitian.

Tabel 4. Matrik Analisis SWOT

	Ancaman	Peluang
Kelemahan	BLACK AREA	GREY AREA
Kekuatan	GREY AREA	WHITE AREA

Keterangan :

- Black Area (bidang lemah terancam), yaitu bidang usaha yang peluang pasarnya tidak ada atau tidak jelas serta tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.
- Grey area (bidang kuat terancam), yaitu bidang usaha yang memiliki kompetensi untuk mengerjakannya, namun peluang pasarnya sangat mengancam.
- Grey area (bidang lemah berpeluang), yaitu bidang yang memiliki peluang pasar yang prospektif, namun tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.

- White area (bidang kuat berpeluang), yaitu bidang yang disamping memiliki peluang pasar yang prospektif juga memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.

3.6. Terminologi

1. Pengusaha gula kelapa adalah orang yang memproses sendiri nira kelapa menjadi gula kelapa yang ada di daerah penelitian.
2. Agroindustri gula kelapa adalah industri rumah tangga yang mengolah nira kelapa menjadi gula kelapa.
3. Saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang dari produsen sampai ke konsumen.
4. Lembaga pemasaran adalah lembaga yang ikut aktif dalam rantai pemasaran gula kelapa.
5. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang aktif membeli gula kelapa dari pengusaha agroindustri gula kelapa.
6. Pedagang besar adalah pedagang yang aktif membeli gula kelapa dari pedagang pengumpul.
7. Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual gula kelapa langsung kepada konsumen.
8. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran untuk melakukan kegiatan pemasaran, dalam penelitian ini yang merupakan biaya pemasaran adalah biaya transportasi, pengemasan atau pengepakan, penyimpanan dan penyortiran.
9. Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen.
10. Margin keuntungan adalah selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran.

11. Harga jual adalah harga yang berlaku untuk menjual gula kelapa dalam satuan rupiah pada saat penelitian dilakukan.
12. Harga beli adalah harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran untuk mendapatkan gula kelapa dalam satuan rupiah pada saat penelitian dilakukan.
13. Analisa efisiensi adalah analisis yang digunakan untuk pengukuran efisiensi setiap kegiatan produktif.
14. Analisis SWOT adalah analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan guna merumuskan strategi perusahaan yang tepat.
15. IFAS (Internal Factor Analysis Summary) adalah identifikasi faktor-faktor internal dalam pemasaran dengan menggunakan variabel-variabel produk, struktur harga, sistem distribusi, keuangan, sumberdaya manusia, lokasi agroindustri, kegiatan promosi.
16. EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) adalah identifikasi faktor-faktor eksternal dalam pemasaran dengan menggunakan variabel-variabel jumlah penduduk, pola konsumsi masyarakat, peraturan pemerintah, teknologi dan persaingan.

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Keadaan Geografis

Desa Sempu yang terletak di daerah Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah penghasil gula kelapa yang sangat potensial. Jarak yang menghubungkan desa Sempu dengan ibukota kabupaten adalah ± 30 km, sedangkan jarak antara desa Sempu dengan ibukota propinsi adalah ± 715 km.

Secara administratif batas-batas desa penelitian adalah sebagai berikut :

- Sebelah barat : Desa Setail
- Sebelah utara : Desa Jambewangi
- Sebelah timur : Desa Temuguruh
- Sebelah selatan : Desa Genteng

Desa Sempu terbagi dalam empat dusun yang mencakup Dusun Darungan, Dusun Tegalyasan, Dusun Togong dan Dusun Krajan.

4.2. Topografi Daerah Penelitian

Desa Sempu terletak pada ketinggian ± 272 meter dari permukaan air laut, dengan suhu antara $31 - 35^{\circ}\text{C}$. Ini berarti bahwa desa Sempu merupakan daerah dataran sedang dan merupakan daerah yang dingin, karena terletak di daerah tropika sehingga menyebabkan daerah ini cocok untuk tanaman kelapa.

Luas areal tanah berdasarkan tata guna tanah di Desa Sempu dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Tata Guna Tanah di Desa Sempu, tahun 1998

No	Jenis penggunaan lahan	Luas lahan (Ha)
1	Sawah teknis	399.424
2	Sawah non teknis	67.915
3	Perkebunan negara	-
4	Perkebunan swasta	-
5	Tegal	68.107
6	Industri	-
7	Lain-lain	685.817
Jumlah		1221.263

Sumber : Monografi Desa Sempu tahun 1998

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa sebagian besar penggunaan tanah adalah untuk sawah teknis, kemudian disusul untuk tegal dan setelah itu adalah untuk sawah non teknis.

4.3. Keadaan Penduduk

Sumber daya manusia yang merupakan penggerak pembangunan di Desa Sempu sangat menentukan keberhasilan program-program pembangunan yang telah ditetapkan. Peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan strategi yang harus dikembangkan untuk menyongsong pembangunan jangka panjang tahap berikutnya.

Secara umum gambaran umum penduduk desa Sempu berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Sempu, tahun 1998.

No	Jenis kelamin	Jumlah penduduk	Prosentase
1	Laki-laki	8887	49,29 %
2	Perempuan	9142	50,71 %
Jumlah		18029	100 %

Sumber : Monografi desa Sempu tahun 1998.

Keadaan penduduk berdasarkan jenjang pendidikannya seperti dalam tabel 8 berikut ini :

Tabel 8. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenjang Pendidikan di Desa Sempu tahun 1998

No	Jenjang pendidikan	Jumlah penduduk (orang)	Prosentase (%)
1	Buta aksara		
2	Tidak tamat SD	1724	9,56 %
3	Tamat SD	6989	38,76 %
4	SLTP	4798	26,61 %
5	SLTA	4438	24,62 %
6	Akademi	24	0,13 %
7	Perguruan tinggi	56	0,32 %
	Jumlah	18029	100 %

Sumber : Monografi desa Sempu tahun 1998.

Sarana dan prasarana penunjang keberhasilan pendidikan sangat menentukan sekali dalam usaha peningkatan jenjang pendidikan yang diperoleh penduduk setempat. Di desa penelitian sarana pendidikan mulai dari tingkat Taman Kanak-Kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Umum Tingkat Pertama (SLTP), dan Sekolah Menengah Umum Tingkat Atas (SLTA) baik negeri maupun swasta sudah tersedia dan mudah di jangkau oleh masyarakat.

4.4. Sarana Transportasi

Perekonomian di desa Sempu nampak cukup baik didukung oleh sarana dan prasarana transportasi yang cukup memadai sehingga memperlancar proses produksi mulai dari pengadaan sarana produksi sampai dengan pemasaran hasil bumi yang ada. Hal ini nampak dari aktivitas para petani khususnya setiap waktu mobilitas petani petani untuk memasarkan produk ke kota lain ataupun antar propinsi. Hasil

bumi yang dipasarkan antara lain padi, ketela pohon, pisang, sayur-sayuran, buah-buahan, dan hasil perkebunan lainnya.

4.5. Keadaan Umum Pertanian

Produktivitas hasil pertanian merupakan ukuran keberhasilan yang diperoleh dari aktivitas perekonomian khususnya hasil pertanian. Secara umum hasil produksi dan luas lahan yang diusahakan seperti terlihat dala tabel 9 di bawah ini.

Tabel 9. Produktivitas Hasil Pertanian Tanah Sawah di Desa Sempu Tahun 1998.

No	Jenis produksi	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Presentase (%)
1	Padi	360	3478,6	30.84
2	Kedelai	260	1700	22.27
3	Jagung	36	144	3.08
4	Tembakau	-	-	-
5	Sayuran	66	282,35	5.65
6	Buah	150	1124,76	12.85
7	Kelapa	100	112,5	8.56
8	Kelapa deres	195	219,38	16.75
9	Tebu	-	-	-
Jumlah		1599	7061,59	100

Sumber : Data sekunder desa Sempu Tahun 1998.

Dari tabel 9 diatas menunjukkan bahwa masyarakat desa Sempu pada umumnya adalah masyarakat petani, dimana komoditas yang diusahakan adalah padi, kedelai, sayur, kelapa, serta gula kelapa. Padi merupakan komoditas utama yang diusakan oleh masyarakat desa Sempu disusul dengan kedelai dan kelapa. Pamasaran produk hasil pertanian umumnya cukup dipasarkan di daerah lokal sampai dengan daerah tingkat I Banyuwangi.

4.5. Pengolahan Gula Kelapa

4.5.1. Proses Pengambilan Nira Kelapa (Penyadapan)

Penyadapan kelapa pada prinsipnya adalah pemotongan tandan bunga yang belum mekar dengan menggunakan cara-cara tertentu sehingga akan menghasilkan nira sebagai bahan baku pembuatan gula kelapa. Dalam melaksanakan penyadapan alat yang digunakan antara lain adalah pisau sadap, tempat penampung yaitu bumbung atau kempleng dan tali (janur). Ada beberapa kegiatan yang perlu diperhatikan karena kan berpengaruh terhadap produksi dan mutu nira serta berpengaruh terhadap mutu gula yang dihasilkan. Adapun kegiatan-kegiatan yang dimaksud adalah pemilihan pohon, pembersihan pohon, pemilihan mayang, dan teknik penyadapan.

Adapun kegiatan penyadapan dan proses pengambilan nira pada pohon kelapa meliputi :

1. Selundang yang masih membungkus tandan bunga yang sudah dipilih dibuka memakai pisau sadap, yaitu dengan cara membuat irisan melintang dan membujur hingga selundang mudah dilepaskan.
2. Tandan bunga diikat/di balut dengan daun kelapa (janur) atau rafia atau tali lainnya sebatas ± 15 cm dari ujung dan pangkal tandan. Hal ini dimaksudkan agar tandan bunga tidak mekar.
3. Tandan dipotong ± 5 cm dari baiutan.
4. Untuk merangsang keluarnya nira, setiap pagi dan sore hari tandan dipotong/diiris sedikit demi sedikit. Untuk mempermudah mengalirnya nira yang keluar dari tandan ke tempat penampung nira, maka dengan perlahan-lahan tandan ditarik kebawah agar merunduk. Agar tetap dalam posisi demikian, tandan diikat pada pelepah yang ada dibawahnya.

5. Setelah kira-kira satu minggu nira mulai keluar dan ditampung dengan bumbung/kempleng. Sebelum dipakai bumbung yang sudah dibersihkan diisi terlebih dahulu dengan larutan kapur yang sudah direndam kayu sampang di dalamnya kurang lebih satu sendok makan dengan tujuan agar nira tidak kecut, kotorannya mengendap dan nantinya gula berwarna kuning merah.
6. Pengambilan nira dilakukan pagi dan sore hari. Sebelum bumbung dipasang kembali, untuk penderesan berikutnya mayang dipotong sedikit. Maksud pengambilan tersebut untuk melancarkan keluarnya nira dan perlu diketahui bahwa pemotongan selundang dilakukan dengan sekali sentakan (tidak berulang-ulang).
7. Satu tandan dapat disadap selama 30 - 40 hari, dan satu pohon dapat diperoleh nira kelapa sebanyak 3 - 3,5 liter/hari.

4.5.2. Proses pengolahan nira menjadi gula kelapa

Peralatan yang dipakai dalam pembuatan gula kelapa antara lain adalah tungku/kompor, wajan, pengaduk, penyaring nira, gayung, alas cetak, serta cetakan. Agar dihasilkan gula yang bermutu baik, tahapan dalam proses pembuatan gula kelapa meliputi kegiatan sebagai berikut

1. Pembersihan nira

Nira yang telah tertampung, disaring dengan menggunakan kain saring atau saringan. Hal ini dimaksudkan untuk memisahkan kotoran yang bercampur dengan nira sehingga tidak ikut termasak. Oleh karena itu penyaringan diusahakan sejernih mungkin sebelum dilakukan pemasakan.

2. Pemeriksaan pH nira

Pemeriksaan pH awal sangat penting, karena akan berpengaruh terhadap produk akhir serta untuk menentukan jumlah susu kapur

(larutan kapur) yang akan ditambahkan. Pengukuran pH dapat dilakukan dengan menggunakan kertas lakmus (kertas pH). Standarisasi pH adalah 6,8 - 7,0, hal ini dapat dicapai dengan cara menambahkan larutan kapur sedikit demi sedikit ke dalam nira sambil diaduk hingga menunjukkan angka tersebut.

3. Pemberian bahan pengawet

Selama ini pengolahan gula kelapa secara tradisional menggunakan bahan pengawet alami yang berupa kulit buah manggis atau kayu manggis atau kayu nangka dan bahan pengawet kimiawi berupa Natrium Metabisulfit. Penggunaan bahan pengawet tersebut secara visual telah dihasilkan gula kelapa dengan mutu yang cukup baik.

4. Pemasakan

Untuk menghindari terjadinya fermentasi lanjutan, sebaiknya nira segera dimasak. Nira yang siap dimasak ditampung dalam wajan kemudian dipanaskan diatas tungku/kompor dengan suhu konstan 110°C , dan pengadukan selalu dilakukan selama pemasakan. Pada saat nira mendidih akan keluar buih yang bercampur kotoran-kotoran halus. Hendaknya buih tersebut dihilangkan dengan menggunakan gayung, karena akan berpengaruh terhadap mutu gula yang dihasilkan terutama pada warna gula.

Selama pemasakan berlangsung, buih akan terus mengembang. Untuk mencegah agar buih tidak meluap ditambahkan 1 sendok makan minyak goreng setiap 25 liter nira atau taburi kelapa parut. Apabila nira sudah mengental suhu diturunkan secara bertahap sambil terus diaduk. Untuk merangsang kekentalan, mempermudah pencetakan dan mendapatkan warna gula yang lebih cerah, serta mengeraskan gula yang dihasilkan pekatan nira dioles-oleskan

ditepian wajan sampai mencapai setengah bagaian. Pekerjaan ini sering disebut dengan istilah nitis.

5. Pencetakan

Pekatan nira yang ada segera dicetak agar tidak terjadi penggumpalan sebelum dicetak. Cetakan dapat dibuat dari potongan bambu, paralon, tempurung atau bahan lainnya. Pekatan nira dituangkan dalam cetakan yang sebelumnya sudah dibasahi dengan air bersih dengan maksud agar gula mudah diangkat dari cetakan. Dalam tempo ± 15 menit kemudian gula sudah dapat diangkat dari cetakan. Dari proses yang dilakukan 5,8 - 6 liter nira akan menghasilkan 1 kg gula kelapa.

6. Konditioning

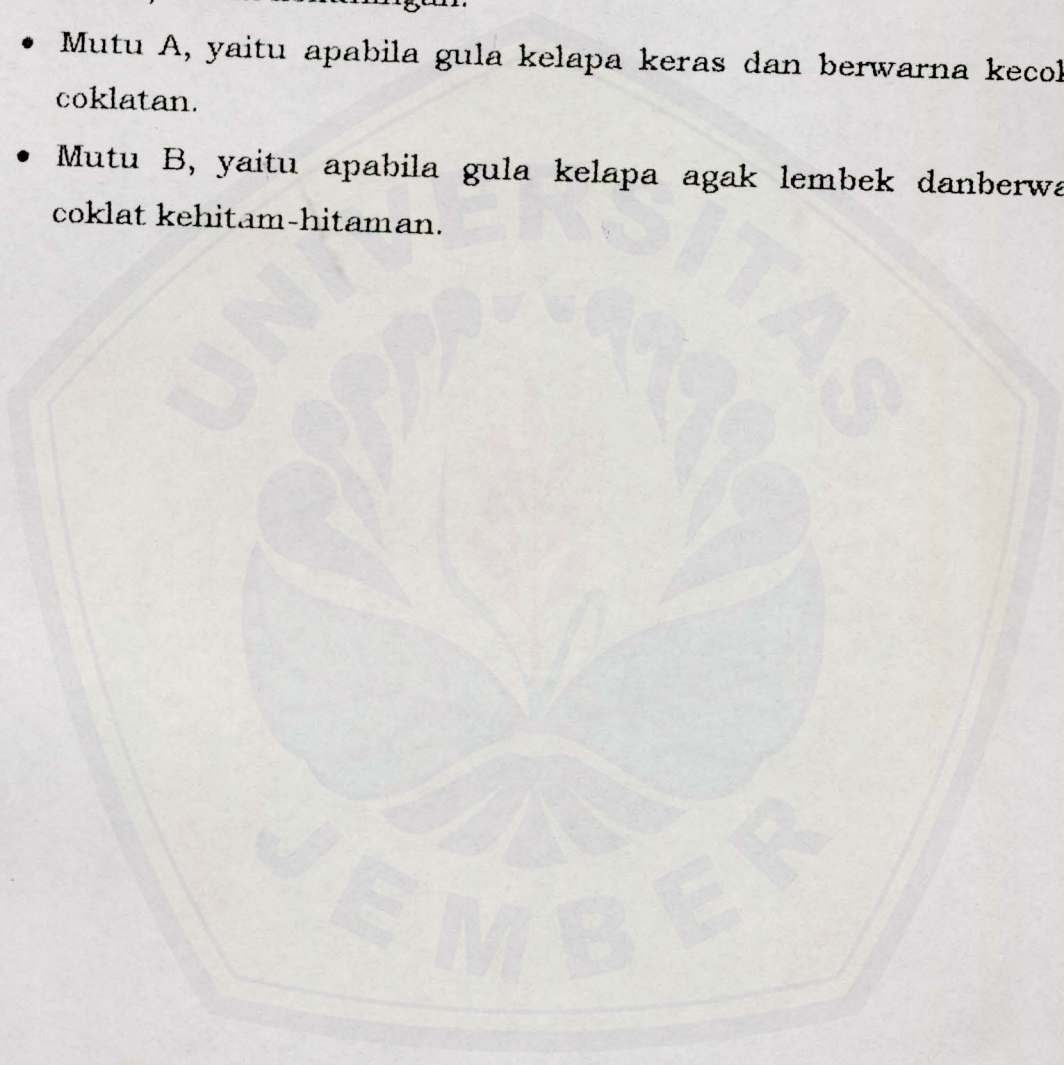
Konditioning dimaksudkan agar gula yang baru dicetak mengalami penyesuaian dengan kondisi luar atau udara segar sehingga akan terjadi keseimbangan. Cara melakukan konditioning terhadap gula adalah menbiarkan gula yang masih panas dalam keadaan terbuka selama minimal 6 jam.

7. Pengemasan dan penyimpanan

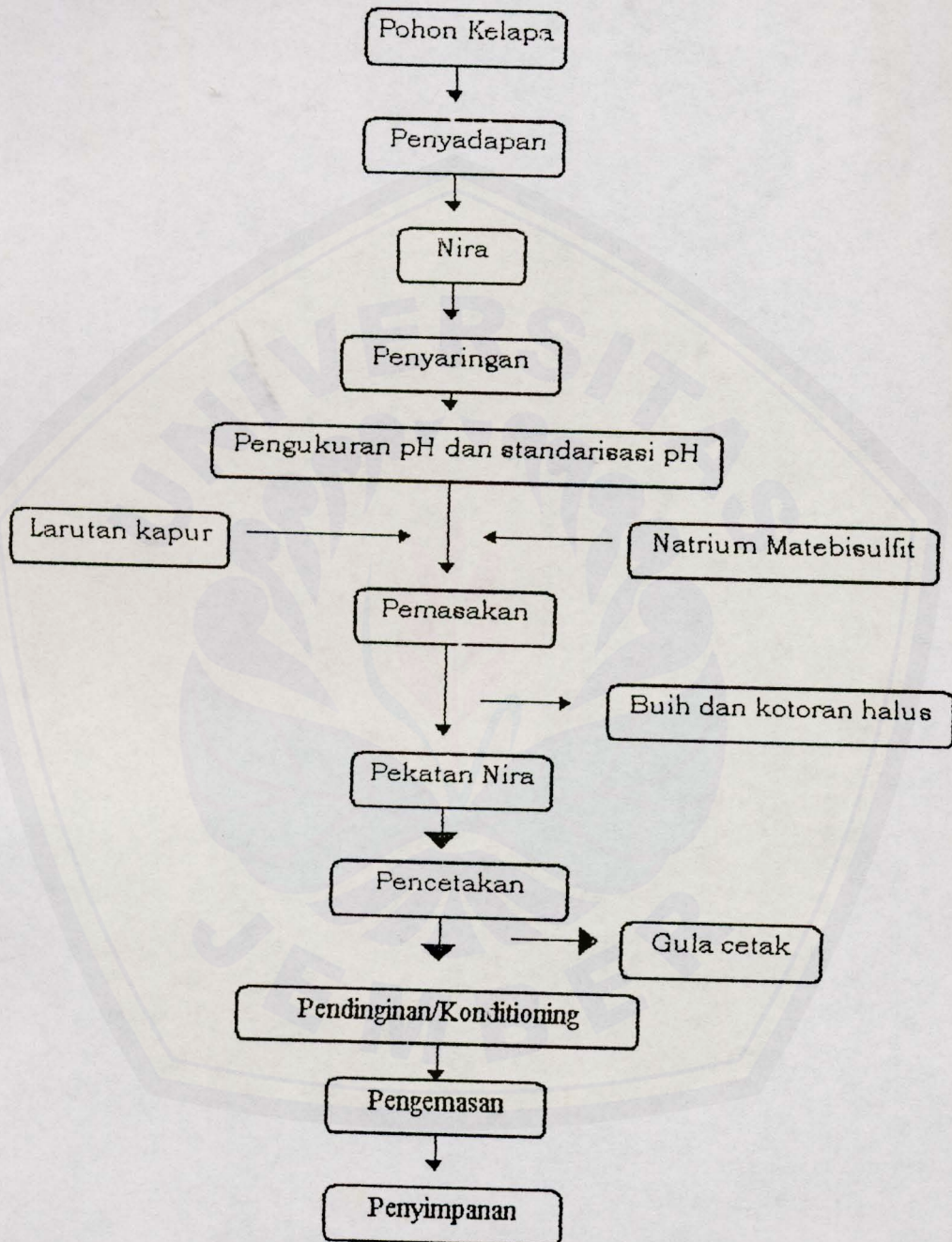
Pengemasan dan penyimpanan dimaksudkan untuk mempertahankan mutu gula kelapa atau menghindarkan kerusakan dari faktor luar terutama dengan kondisi udara sekitar, karena gula mempunyai sifat yang higroskopis. Pengemasan yang baik untuk gula kelapa adalah mengemas secara berlapis, yaitu pertama gula dibungkus dengan daun-daun kering, lapis kedua dibungkus dengan kantong plastik, dan lapis ketiga dibungkus dengan karung goni atau karung plastik. Dalam satu kemasan diharuskan hanya terdiri dari satu jenis mutu dan terbungkus rapat. Gula yang telah dikemas disimpan dalam ruangan dengan

kelembaban udara yang serendah-rendahnya. Dalam penyimpanan, kemasan diatur sesuai dengan grade dan mutu masing-masing. Mutu gula kelapa dikategorikan menjadi :

- Mutu super, yaitu apabila gula kelapa keras dan berwarna cerah/coklat kekuningan.
- Mutu A, yaitu apabila gula kelapa keras dan berwarna kecoklat-coklatan.
- Mutu B, yaitu apabila gula kelapa agak lembek dan berwarna coklat kehitam-hitaman.



Adapun skema dari proses pembuatan gula kelapa ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Pembuatan Gula Kelapa.
Sumber : ANONIM, 1994.

4.6. Gambaran Pengusahaan Agroindustri Gula Kelapa

Pengusahaan gula kelapa di desa Sempu telah dilakukan sejak beberapa tahun yang lalu dengan melihat potensi yang cukup baik untuk pengusahaan gula kelapa yaitu daerah yang cocok untuk pertumbuhan kelapa dan juga kondisi dari iklim yang mendukung. Petani gula kelapa yang ada di desa Sempu sebanyak 240 orang yang tersebar di seluruh dusun di daerah tersebut. Pengusahaan gula kelapa oleh petani gula kelapa merupakan pekerjaan utama dan bukan merupakan pekerjaan sampingan lagi, yang dilakukan secara sendiri-sendiri. Usaha gula kelapa yang dilakukan masih dikategorikan sebagai industri kecil (industri rumah tangga). Hal ini nampak dari investasi yang ditanamkan, volume usaha, faktor produksi yang digunakan, teknologi produksi, manajemen dan strategi pemasaran yang digunakan masih dalam skala industri rumah tangga.

Pengusahaan gula kelapa diusahakan sendiri oleh petani gula kelapa dengan tempat produksi atau pengolahan yang menyatu dengan tempat tinggal petani gula kelapa. Pengusahaan gula kelapa di desa Sempu ini masih dilakukan secara tradisional yang dapat dilihat dari cara pengolahan dengan menggunakan bahan bakar kayu bakar dan alat cetak dari bambu yang dipotong pendek-pendek sehingga gula yang dihasilkan akan berbentuk silindris. Adapun tenaga kerja yang terlibat didalamnya semua berasal dari dalam keluarga khususnya suami sebagai penderes dan istri sebagai pengola nira menjadi gula kelapa.

Penyadapan nira kelapa dilakukan dua kali sehari yaitu pagi hari yang pengambilan niranya dilakukan sore hari dan penyadapan sore hari yang pengambilan niranya dilakukan pagi hari berikutnya. Sedangkan untuk pemasakan atau pengolahan nira dilakukan satu kali dalam sehari yang biasanya dilakukan pada siang hari yaitu nira hasil

sore hari sebelumnya dikumpulkan dengan nira hasil pagi hari sesudahnya. Bahan-bahan tambahan yang digunakan yaitu kapur dan Natrium metabisulfit dengan tujuan untuk mencegah agar nira tidak berbau asam dan memberikan warna kuning yang bagus pada gula kelapa sehingga dapat menarik minat konsumen.

Produksi gula kelapa yang dihasilkan banyak sedikit jumlahnya tergantung pada jumlah pohon yang disadap, jumlah nira yang diperoleh serta dipengaruhi oleh keadaan cuaca. Pada saat musim penghujan jumlah produksi yang dihasilkan lebih banyak dibandingkan dengan produksi pada waktu musim kemarau, akan tetapi kualitas produk gula kelapa menurun hal ini disebabkan nira kelapa yang dihasilkan sudah banyak bercampur dengan air hujan. Sedangkan bahan bakar dan bahan tambahan dapat diperoleh dilokasi setempat.

Dilihat dari sistem pemilikan pohon kelapa didaerah penelitian sebagian besar adalah milik sendiri dan sistem bagi hasil (Maro). Didesa enelitian jika terdapat petani gula kelapa yang sekaligus sebagai pemaro. Pemaro adalah buru tani yang bertugas mengambil nira setiap hari untuk pemilik pohon kelapa. Dalam sistem ini pemaro tidak memiliki pohon kelapa tetapi upah yang diberikan oleh pemilik pohon kelapa bukan dalam bentuk uang melainkan dalam bentuk bagi hasil nira kelapa sesuai dengan perjanjian yaitu ada yang dua harian, empat harian atau tujuh harian. Dengan gambaran sebagai berikut nira yang diambil pada hari yang disepakati sepenuhnya adalah hak milik pemilik pohon, sedangkan nira kelapa keesokan harinya adalah hak milik pemaro demikian seterusnya. Sehingga dalam satu bulan masing-masing akan mengerjakan pengolahan gula kelapa selama 15 hari aktif. Berbeda halnya apabila pemilik pohon tersebut memanjat dan

mengambil nira kelapanya sendiri maka dalam satu bulan penuh akan melakukan pengolahan gula kelapa selama 30 hari aktif.

Penjualan produk oleh petani gula kelapa yang ada didesa sempu ada dua macam, yaitu petani gula kelapa langsung menjual ke pasar dan yang kedua petani gula kelapa menjual pada pedagang pengumpul dengan harga yang ditentukan oleh pedagang. Penentuan harga produk oleh pedagang pengumpul ada dua macam yaitu bagi petani yang sudah terikat hutang pada pedagang maka harga lebih rendah dari harga yang tidak terikat oleh hutang, dimana penjualan produk merupakan bagian dari pengembalian hutang secara angsuran. Dengan demikian petani gula kelapa harus selalu menjual produknya pada pedagang pengumpul tersebut.

Penyuluhan kepada petani gula kelapa diperoleh dari dinas perindustrian, dan pemberian sarana produksi secara kelompok (wajan) serta menyarankan serta untuk tidak menjual produk gula kelapanya kepada pedagang pengumpul. Namun hal ini tidak bisa berjalan karena petani tidak memiliki modal yang mencukupi sehingga mereka harus menjual kepada pedagang pengumpul sebagai peminjam modal walaupun harga yang diberikan dibawah harga pasar. Dengan demikian selalu ada keterkaitan bagi petani gula kelapa untuk menjual produknya kepada mereka.

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian tentang kajian pemasaran agroindustri gula kelapa di desa Sempu kecamatan Sempu kabupaten Banyuwangi memberikan hasil sebagai berikut :

5.1. Sistem Pemasaran dan Kelembagaan Agroindustri Gula Kelapa

5.1.1. Sistem Pemasaran Agroindustri Gula Kelapa

Gula kelapa merupakan produk yang dapat diperjual belikan secara bebas. Selama ini produk gula kelapa belum mengalami berbagai aturan dalam pemasarannya. Pemerintah belum mengeluarkan berbagai aturan ataupun kebijaksanaan harga dalam menangani pemasaran gula kelapa. Kondisi perusahaan gula kelapa di desa Sempu adalah stabil dalam memproduksi, baik pada saat permintaan tinggi maupun saat permintaan rendah.

Para pelaku pasar bebas menentukan apakah akan masuk atau keluar dari pasar gula kelapa. Sampai saat ini belum nampak adanya kolusi antara beberapa pelaku pasar yang dirasa kurang menguntungkan bagi pelaku pasar. Yang paling menarik adalah adanya pola hubungan kemitraan antara petani gula kelapa dengan pedagang pengumpul yang langsung berhubungan dengan petani gula kelapa. Ada sebagian petani gula kelapa yang telah diberi uang "panjer" oleh pedagang pengumpul, sehingga secara tetap petani gula kelapa tersebut akan menjual produknya kepada mereka. Selain itu ada sebagian petani gula kelapa yang dipenuhi kebutuhan sehari-harinya oleh pedagang pengumpul melalui barang-barang yang tersedia di toko yang mereka miliki. Pengembalian atas segalanya dilakukan dengan menjual produk mereka kepada pedagang pengumpul tersebut. Pola

hubungan semacam ini kadang kurang menguntungkan bagi petani gula kelapa karena pedagang pengumpul yang memberikan pinjaman akan menjadi penentu harga (price maker). Pola hubungan semacam ini hanya terjadi di desa penelitian, dan agaknya belum dirasa merugikan oleh petani gula kelapa setempat. Hal ini terjadi karena harga yang ditentukan oleh pedagang pengumpul masih dapat menutupi biaya variabel per unit dan hanya selisih sedikit dengan harga di tingkat pedagang besar (harga di gudang).

Sistem penjualan gula kelapa di desa Sempu antara petani gula kelapa dan pedagang pengumpul bisa diwujudkan dalam bentuk :

1. Uang tunai, maksudnya sistem penjualan yang ditandai dengan ada barang ada uang. Di desa penelitian yang menggunakan sistem ini adalah sebesar 18.70%, yaitu pengusaha gula kelapa yang menjual produknya ke pasar desa. Alasan dalam menentukan sistem penjualan ini adalah harga yang diterima oleh pengusaha gula kelapa akan lebih tinggi jika dibandingkan penjualan dengan sistem pinjaman.
2. Penjualan dengan sistem pinjaman, maksudnya para petani gula kelapa sudah diberi uang terlebih dahulu oleh pedagang pengumpul, selanjutnya petani gula kelapa harus menyetorkan gula kelapa kepada pedagang tersebut. Penentuan harga pada sistem pemasaran ini biasanya telah disepakati pada saat transaksi hutang dengan ketentuan dibawah harga pasar. Pengusaha gula kelapa di desa penelitian yang menggunakan sistem ini dengan alasan untuk mendapatkan modal awal (pinjaman) dengan mudah adalah sebesar 81.30%, yaitu pengusaha gula kelapa yang menjual produknya ke pedagang pengumpul.

Kondisi pemasaran yang terdapat di desa Sempu, dimana pemasaran gula kelapa juga melalui pedagang perantara yang ada di desa tersebut atau yang lebih dikenal dengan pedagang pengumpul. Produksi gula kelapa di desa penelitian 81,30 % di jual ke pasar di luar kota, dan 18,70 % dijual kepada pedagang pengecer di pasar desa (lokal). Daerah yang dituju sebagai daerah pemasaran gula kelapa antara lain adalah Surabaya, Jakarta, Bali, Semarang Probolinggo, Pasuaruan dan kota-kota besar lainnya.

Lembaga yang terkait dalam pemasaran gula kelapa dari petani gula kelapa sampai dengan pedagang pengecer meliputi : petani gula kelapa, pedagang pengecer, pedagang pengumpul I (PP I), pedagang pengumpul II (PP II), dan pedagang besar (PB). Kelembagaan yang terlibat dalam pemasaran gula kelapa tidak ada yang bersifat kontrak dagang murni, tetapi hanya hubungan dagang atas dasar kepercayaan. Adapun saluran pemasaran gula kelapa di desa Sempu terdiri atas 4 macam saluran pemasaran yaitu :

1. Petani gula kelapa ----- pedagang pengecer di pasar desa
2. Petani gula kelapa ----- pedagang pengumpul I ----- pedagang besar ----- pedagang pengecer luar kota.
3. Petani gula kelapa ----- pedagang pengumpul I ----- pedagang pengumpul II) ----- pedagang pengecer luar kota.
4. Petani gula kelapa ----- pedagang pengumpul II ----- pedagang besar ----- pedagang pengecer luar kota.

Saluran pemasaran I adalah saluran distribusi terpendek, dimana petani gula kelapa selaku produsen menjual produknya langsung kepada pedagang pengecer di pasar desa. Pada saluran ini kapasitas yang dapat di serap oleh pedagang pengecer di pasar desa sebesar 18,70 %. Kegiatan penjualan gula kelapa yang langsung kepada

pedagang pengecer pasar desa dilakukan oleh petani gula kelapa karena petani gula kelapa sudah kenal baik atau memiliki hubungan khusus dengan pedagang pengecer di pasar desa. Dengan cara menjual langsung kepada pengecer akan menyebabkan harga yang diterima oleh pedagang gula kelapa rata-rata lebih tinggi daripada petani gula kelapa menjual kepada PP I atau PP II. Sistem pembayaran yang mudah merupakan salah satu alasan yang diperhitungkan oleh pedagang gula kelapa sehingga petani gula kelapa mendapatkan uang tunai dalam penjualan produknya.

Saluran pemasaran II, yaitu petani gula kelapa yang menjual gula kelapanya kepada PP I yang selanjutnya didistribusikan pada Pedagang besar (PB) yang akhirnya dikirim ke pedagang pengecer di luar kota. Peran PP I sangat diperlukan dalam rangka menjembatani jarak yang relatif jauh antara petani gula kelapa dengan lokasi PB. Kapasitas PP I dalam menyerap gula kelapa yang diproduksi oleh petani gula kelapa sebesar 36,62 % dan dari kapasitas sejumlah tersebut 17,98 % disalurkan lagi ke PB dan 18,64 % disalurkan pada PP II. Pembelian gula kelapa oleh PP I dilakukan dengan cara membuka kios dan menunggu petani gula kelapa menyetorkan gula kelapanya atau PP I yang datang ke rumah petani gula kelapa. Rasa kekeluargaan yang cukup kuat dikalangan petani gula kelapa dengan PP I dan karena sudah kenal baik merupakan beberapa alasan bagi petani gula kelapa menjual hasil produksinya kepada PP I. Dalam mendapatkan keuntungan, PP I mencari sendiri melalui selisih antara harga yang ditentukan oleh PB atau PPII dan harga beli yang di dapat dari petani.

Saluran pemasaran III, yaitu petani gula kelapa menjual gula kelapa pada PP I yang selanjutnya disalurkan pada PP II dan kemudian dikirim kepada pedagang pengecer diluar kota. PP I selaku partner kerja

PP II berfungsi untuk mengumpulkan gula kelapa dari petani gula kelapa dan selanjutnya akan diambil oleh PP II. Terkadang PP II ada yang berkedudukan di desa Sempu atau di luar desa. Daya serap PP II terhadap gula kelapa dari PP I sebesar 18,64 % dan dari jumlah tersebut disalurkan pada pedagang pengecer di luar kota.

Pada saluran pemasaran IV, yaitu saluran pemasaran yang dimulai oleh petani gula kelapa yang menjual produknya kepada PP II yang selanjutnya di jual pada pedagang besar lalu kemudian dikirim kepada pedagang pengecer di luar kota. Keseluruhan PP II dapat menyerap gula kelapa dari petani sebesar 63,32 % dan 18,64% disalurkan pada pedagang pengecer luar kota, 44,68% disalurkan pada pedagang besar.

Fungsi-fungsi atau aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh para lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula kelapa di desa Sempu dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. Petani gula kelapa

Petani sebagai produsen yang mempunyai kebebasan dalam menjual produknya merupakan lembaga yang paling bawah dalam pemasaran gula kelapa. Beberapa fungsi pemasaran yang dilakukan adalah pertama mencari informasi harga yang diperoleh dari pedagang pengumpul atau sesama petani gula kelapa. Petani gula kelapa tidak begitu sulit dalam memperoleh informasi harga, karena informasi harga sudah cukup transparan. Beberapa alasan petani gula kelapa dalam memilih lembaga pemasaran yang akan dituju antara lain : pembeli tetangga sendiri, sudah langganan, terikat kontrak (mempunyai hutang), selisih harga yang tidak terlalu besar dengan harga di tingkat pedagang besar (gudang) dan juga tidak keluar biaya transport. Fungsi pengangkutan tidak dilakukan oleh semua gula

kelapa, hanya petani yang menjual kepada PP I dan PP II (81,30%) yang melakukan fungsi pengangkutan. Sarana transportasi yang digunakan oleh petani gula kelapa untuk menjual produknya adalah sepeda biasa dan sepeda motor.

2. Pedangang Pengumpul I (PP I)

Dalam melaksanakan pembeliannya, PP I membuka kios dan petani gula kelapamenyetorkan produknya ke PP I atau PP I yang mendatangi petani gula kelapa. Kegiatan pembelian gula kelapa diawali dengan adanya informasi harga beli pada petani setelah di perhitungkan keuntungan yang diharapkan. Fasilitas atau alat pengangkutan yang biasa digunakan dapat berupa sepeda biasa ataupun sepeda motor. Biaya transportasi rata-rata yang dikeluarkan PP I sebesar Rp 12,08/kg - Rp 12,27/kg. Permodalan yang dimiliki oleh PP I berasal dari modal sendiri dan dari pinjaman pembeli atau uang panjer pedagang di atasnya. Kapasitas PP I rata-rata sebesar 3368,04 kg dan kemudian dikirim pada pedagang di atasnya.

3. Pedagang Pengumpul II (PP II)

Dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya pedagang pengumpul II melakukan fungsi pengemasan, pengangkutan, dan juga penyortiran (grading). Fungsi pengemasan gula kelapa yaitu dengan cara dibungkus dengan plastik lalu dimasukkan ke dalam dos. Sedangkan bila gula kelapa tersebut akan dikirim kepada pedagang besar cukup dibungkus dengan karung plastik. Kemasan yang dikirim ke pasar di luar kota (dalam kemasan dos) berisikan 25 kg/dos sedangkan yang dikirim ke pedagang besar berisi 50 kg/kemasan. Biaya pengemasan rata-rata yang dikeluarkan oleh PP II sebesar Rp 50/kg (yang dikirim ke pasar di luar kota) dan Rp 13.3/kg (yang dikirim ke pedagang besar). Sarana pengangkutan yang digunakan

oleh PP II untuk menjual gula kelapa adalah mobil truck atau kendaraan jenis lain. Sedangkan biaya penyortiran yang dikeluarkan oleh PP II untuk memisahkan antara jenis kelapa yang bermutu super, mutu A dan mutu B adalah sebesar Rp 10/kg. Permodalan yang diperlukan oleh PP II di dapatkan dari pinjaman sementara dari PB dan juga dari modal sendiri.

4. Pedagang Besar (PB)

Kegiatan pedagang besar dimulai dengan memberikan informasi harga pasar dari pasar besar luar kota kepada pedagang yang berada di bawahnya. Ketentuan harga beli yang ditetapkan pada pedagang pengumpul dibawahnya sudah memperhitungkan keuntungan yang diharapkan. Biaya angkut rata-rata pada kegiatan pengangkutan rata-rata sebesar Rp 35/kg. Sedangkan fungsi pemasaran lainnya yang merupakan tanggungan PB adalah fungsi pengemasan yaitu rata-rata sebesar Rp 52/kg. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan plastik yang kemudian dimasukkan ke dalam kardos. Pedagang besar juga melakukan fungsi penyortiran dengan biaya rata-rata sebesar Rp 10/kg. Pengumpulan informasi pasar yang dilakukan oleh PB dengan menggunakan sarana telepon.

5.1.2 Sistem Kelembagaan Agroindustri Gula Kelapa

Dalam kegiatan agroindustri gula kelapa yang dapat menunjang pengembangannya, salah satunya adalah pola-pola kelembagaan yang ada di dalamnya. Pola-pola kelembagaan yang terdapat pada agroindustri gula antara lain adalah :

1. Hubungan antara pemilik pohon kelapa dengan petani gula kelapa.

Sistem pengusahaan gula kelapa yang ada di desa sempu pada umumnya pohon kelapa yang disadap berasal dari pohon hasil sewa.

Dari sistem sewa yang ada terdapat suatu bentuk yang berbeda-beda. Kalau dilihat dari segi pembayarannya ada tiga macam, yaitu dengan menggunakan uang, dalam bentuk gula kelapa atau lebih dikenal dengan istilah "nyeplik" dan dengan menggunakan nira hasil sadapan (maro) sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Di desa penelitian yang banyak terjadi adalah sistem sewa yang pembayarannya dengan menggunakan nira atau "maro". Hal ini terjadi karena keuntungan yang diterima oleh pemilik pohon kelapa maupun oleh petani gula kelapa sama-sama besar. Pada cara pembayaran yang menggunakan uang akan merugikan pemilik pohon kelapa, karena jumlah uang sewa yang relatif kecil baik secara bulanan maupun tahunan dibandingkan jika pemilik pohon mengambil hasilnya dalam bentuk kelapa butiran. Pembayaran dengan menggunakan gula ke pemilik pohon akan lebih menguntungkan pihak pengusaha gula kelapa karena sistem pengambilan hasil oleh pemilik pohon yang tidak menentu. Apabila ditinjau dari letak pohon yang disewa maka letak pohon yang ada di tegal akan lebih menguntungkan bagi pengusaha gula kelapa dibandingkan dengan letak pohon yang ada di sawah. Hal ini terjadi karena letak pohon yang ada di tegal berdekatan sehingga tenaga dan waktu yang diperlukan oleh pengusaha gula kelapa untuk proses pengambilan nira (deres) akan lebih kecil. Dari bentuk-bentuk persewaan yang ada diatas maka akan menimbulkan suatu hubungan yang saling menguntungkan, baik dari pihak pemilik pohon maupun dari pihak penyewa dalam hal ini adalah petani gula kelapa. Adapun hubungan kelembagaan yang terjadi antara petani pemilik pohon dengan petani gula kelapa dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10 : Hubungan Kelembagaan Antara Pengusaha Pemilik Pohon Kelapa dengan Petani Gula Kelapa.

Hubungan kelembagaan	Pengusaha gula kelapa	Pemilik pohon kelapa
a. Milik sendiri	++++	0
b. Sewa		
Cara pembayaran		
- Tahunan dalam bentuk uang	++++	+
- Tahunan dalam bentuk gula	+++	++
- Tahunan dalam bentuk nira	++++	++++
- Bulanan dalam bentuk uang	++++	++
- Bulanan dalam bentuk gula	+++	++
- Bulanan dalam bentuk nira	++++	++++
Tempat pohon		
- Sawah	+++	++++
- Tegal	++++	+++
- Pekarangan	+	++++
c. Produksi		
- Buah kelapa	-	+
- Gula kelapa	++++	++++

Keterangan :

- + = Jumlah keuntungan (semakin banyak tanda + maka semakin besar keuntungan yang diperoleh baik oleh pengusaha gula kelapa maupun oleh pemilik pohon kelapa dari hubungan kelembagaan yang terjadi)
- = Tidak ada keuntungan (Pengusaha gula kelapa maupun pemilik pohon kelapa tidak memperoleh keuntungan dari hubungan kelembagaan yang terjadi)
- 0 = Tidak ada hubungan (tidak terjadi hubungan kelembagaan antara pengusaha gula kelapa dengan pemilik pohon kelapa)

Keuntungan yang diperoleh dari pemilik pohon kelapa antara lain adalah :

- Pohon kelapa yang merupakan suatu bentuk investasi bagi pemiliknya yang pada umumnya berada di tegalan atau pinggir-pinggir sawah diharapkan mampu memberikan suatu bentuk keuntungan atau profit. Dengan menyewakan pohon kelapa yang dimilikinya maka pemilik akan lebih pasti di dalam mendapatkan keuntungan bila dibandingkan jika pohon kelapa tersebut dibiarkan menghasilkan buah kelapa yang mana keadaan tersebut belum tentu setiap bakal buah yang ada akan menjadi buah dan selain itu para petani gula kelapa yang menyewa pohonya pasti akan memenuhi perjanjian sewa yang ada tanpa melihat lagi bahwa pohon tersebut diusahakan atau diambil niranya atau tidak.
- Keuntungan lainnya yaitu pemilik tidak perlu melakukan perawatan terhadap pohon kelapa yang dimilikinya. Pohon kelapa akan lebih terawat dengan cara disewakan, karena pada saat dilakukan penyadapan juga bersamaan dengan pemeliharaan dan perawatan pohon kelapa sehingga secara tidak langsung perawatannya pun akan kontinyu.

Keuntungan dari pihak pengusaha gula kelapa yang dalam mengusahakan gula kelapa, kelapa yang disadap berasal dari hasil sewa antara lain adalah :

- Tanpa memiliki pohon sendiri kegiatan produksi gula kelapa tetap dapat dilaksanakan dan dari kegiatan agroindustri gula kelapa ini pengusaha gula kelapa memiliki profitabilitas yang tinggi dengan cara memproduksi tiap hari. Dengan demikian pengusaha gula kelapa akan menghasilkan uang setiap harinya dan dapat langsung

digunakan oleh pengusaha gula kelapa untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya.

- Pengusaha dapat menyewa pohon orang lain jika pohon yang disadap sudah berakhir masa penyadapannya. Apabila pengusaha gula kelapa ingin memperbesar volume usahanya maka salah satu jalan yang harus ditempuhnya adalah dengan jalan menambah jumlah pohon yang disewanya/ disadap.
- Pendapatan yang didapatkan oleh petani gula kelapa dari kegiatan agroindustri gula kelapa rata-rata sebesar Rp 2531815.89/th untuk petani gula kelapa yang memiliki pohon sendiri dan Rp 1034313.82/th untuk pemaro.

Kondisi tersebut diatas sebenarnya akan menimbulkan suatu bentuk pertanyaan yaitu mengapa para pemilik pohon kelapa tidak mengusahakan sendiri dalam bentuk gula kelapa padahal jelas-jelas kegiatan agroindustri gula kelapa mempunyai nilai profitabilitas yang cukup tinggi. Alasan daripada pemilik pohon kelapa tidak mengusahakan sendiri dalam bentuk gula kelapa antara lain adalah :

- Keterbatasan dari jumlah pohon yang dimilikinya , padahal pohon kelapa yang dimilikinya hanya sedikit sehingga tidak efisien kalau diusahakan dalam bentuk gula kelapa.
- Usaha gula kelapa ini memerlukan suatu ketrampilan dan keahlian khusus dari mulai penyadapan sampai pengolahan.

2. Hubungan Antara Pengusaha Gula Kelapa dengan Pengusaha Gula Kelapa Lainnya.

Tabel 11 : Hubungan Kelembagaan Antar Pengusaha Gula Kelapa

Hubungan kelembagaan	Pengusaha gula Kelapa	Pengusaha gula Kelapa
a. Dikerjakan sendiri	++++	0
b. Dikerjakan orang lain		
Petani gula kelapa lainnya		
- Tolong menolong	++	++
- Bagi hasil	++++	++++
c. Hutang faktor produksi	++++	++++

Keterangan :

- + = Jumlah keuntungan (semakin banyak tanda + maka akan semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh pengusaha gula kelapa dari hubungan kelembagaan yang terjadi)
- = Tidak ada keuntungan (tidak ada keuntungan yang diperoleh oleh pengusaha gula kelapa dari hubungan kelembagaan yang terjadi)
- 0 = Tidak ada hubungan (tidak terjadi hubungan kelembagaan antara pengusaha gula kelapa dengan pengusaha gula kelapa lainnya)

Hubungan antara petani produsen disini saling menguntungkan yang mana tanpa disadari oleh mereka terjadi suatu perjalinan persaudaraan yang kuat dan ini disebabkan oleh persamaan kondisi pekerjaan dan juga persamaan sosial ekonominya. Kondisi hubungan ini lebih bersifat tolong menolong didalam melakukan, melancarkan serta didalam mengembangkan usahanya.

Hubungan ini dapat terlihat apabila dari salah satu peodusen mengalami masalah baik itu karena keadaan petani gula kelapa yang sakit ataupun karena ada kepentingan yang mendesak sehingga tidak memungkinkan melakukan pekerjaannya dalam hal ini menyadap. Pengatasan masalah tersebut biasanya dilakukan oleh petani gula kelapa yang lain yang tidak mempunyai halangan untuk membantu menggantikan pekerjaan dari temannya. Hal ini dapat terjadi denga sistem tolong menolong ataupun dengan sistem bagi hasil yang akan menguntungkan kedua belah pihak. Kondisi tersebut saling terjadi dengan timbal balik atas pertolongannya yang tidak harus berupa uang akan tetapi biasanya berupa pertolongan yang serupa pula.

3. Hubungan antara petani gula kelapa dengan pedagang pengumpul

Tabel 12 : Hubungan Kelembagaan Antara Pengusaha Gula Kelapa dengan Pedagang Pengumpul.

Hubungan kelembagaan	Pengusaha gula Kelapa	Pedagang pengumpul
a. Sistem penjualan produksi		
Siatem uang muka	++	++++
Sistem tunai	++++	++++
b. Pinjaman modal	++	+++

Keterangan :

+ = Jumlah keuntungan (semakin banyak tanda + maka akan semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh pengusaha gula kelapa dari hubungan kelembagaan yang terjadi)

- = Tidak ada keuntungan (tidak ada kuntungan yang diperoleh oleh pengusaha gula kelapa dari hubungan kelembagaan yang terjadi)

Hubungan disini terjadi akibat rantai pemasaran dari produk gula kelapa. Dimana sistem penjualannya terdapat dua sistem yaitu :

- Sistem tunai, maksudnya sistem penjualan produk gula kelapa dari petani gula kelapa akan mendapatkan uang tunai langsung pada waktu itu juga sesuai dengan jumlah produksi dan harga pada saat itu. Harga produk gula kelapa biasanya merupakan harga standart yang berlaku pada saat itu. Hubungan ini akan memberikan keuntungan yang sama-sama besar bagi pengusaha gula kelapa maupun bagi pedagang pengumpul.
- Sistem uang muka, maksudnya bahwa sistem penjualan yang ada para petani gula kelapa sudah mengambil uang terlebih dahulu pada pedagang pengumpul sedangkan untuk melunasinya dilakukan dengan menyetorkan produksinya. Harga produk gula kelapa yang ditujukan untuk petani gula kelapa ini biasanya berada dibawah harga standart. Dari pola hubungan ini akan lebih banyak menguntungkan pedagang pengumpul dan akan memberikan sedikit keuntungan bagi pengusaha gula kelapa.

Ketiga pola kelembagaan dalam agroindustri gula kelapa di atas tidak dapat dipisah-pisahkan karena ketiganya mempunyai keterkaitan antara yang satu dengan yang lainnya.

5.2. Efisiensi Saluran Pemasaran Pada Agroindustri Gula Kelapa

Pemasaran gula kelapa akan dapat memberikan penjelasan analisa margin pemasaran yang akan mengkaitkan empat macam saluran pemasaran gula kelapa yang ada di desa Sempu. Distribusi margin pemasaran mulai dari PP I sampai dengan PB dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 13 : Distribusi Marjin Pemasaran pada Masing-Masing Saluran Pemasaran di Desa Sempu Tahun 1999

Saluran Pemasaran	Marjin pemasaran (Rp/kg)
Saluran I	440.62
Saluran II	458.92
Saluran III	351.91
Saluran IV	406.25

Sumber data : Data primer diolah tahun 1999

Berdasarkan tabel 13 distribusi marjin pemasaran diatas dapat memberikan gambaran bahwa marjin pemasaran yang terbesar pada saluran pemasaran II yaitu sebesar 458.92. Saluran pemasaran I memiliki marjin pemasaran yang besar setelah saluran pemasaran II yaitu sebesar 440.62, dan disusul oleh saluran pemasaran IV. Saluran pemasaran III adalah saluran pemasaran yang memiliki marjin pemasaran terkecil yaitu sebesar 351.91 pada pemasaran gula kelapa di daerah penelitian.

Untuk mengetahui biaya pemasaran dan keuntungan pada setiap lembaga pemasaran yang terjadi pada setiap saluran pemasaran dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 14 : Distribusi Share Keuntungan Pengusaha Gula Kelapa pada Masing-Masing Saluran Pemasaran Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999

Saluran Pemasaran	Share Keuntungan Pengusaha Gula Kelapa (Rp/Kg)
Saluran I	76.96
Saluran II	74.80
Saluran III	79.18
Saluran IV	77.69

Sumber data : Data primer diolah tahun 1999

Keterangan : Angka dalam kurung merupakan besarnya biaya pemasaran yang dikelurakan oleh masing-masing lembaga pemasaran.

Bedasarkan tabel 14 dapat dilihat bahwa share keuntungan yang diterima oleh pengusaha gula kelapa terbesar terdapat pada saluran pemasaran III yaitu sebesar 79.18, sedangkan yang terkecil terdapat pada saluran pemasaran II yaitu sebesar 74.80. Hal ini menunjukkan bahwa pangusaha gula kelapa memperoleh keuntungan terbesar pada saluran pemasaran III, dan memperoleh keuntungan terkecil pada saluran pemasaran II.

Dari analisa biaya dan keuntungan pemasaran maka dapat dilihat rasio keuntungan dan biaya pemasaran yang diperoleh oleh setiap lembaga pemasaran. Untuk melihat hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut .

Tabel 15 : Distribusi Rasio Keuntungan dan Biaya Pemasaran Menurut Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999

Lembaga Pemasaran	Rasio keuntungan (K/BP)				Rata Rata	%
	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV		
PP I	-	8.46	10.26	-	9.36	30.49
PP II	-	-	0.95	4026	2.60	8.47
PB	-	2.22	-	0.22	1.22	3.98
Pengecer	17.52	-	-	-	17.52	57.07
Jumlah					30.7	100

Sumber data : Data primer diolah tahun 1999

Berdasarkan tabel 15 menunjukkan bahwa distribusi rasio keuntungan dengan biaya pemasaran antar para lembaga pemasaran tidak merata, bahkan menunjukkan variasi yang tinggi. Rasio

keuntungan yang tinggi dinikmati oleh pengecer rata-rata sebesar Rp 17.52/kg (57.07%). Sedangkan terendah diperoleh PB dengan rata-rata sebesar Rp 1.22/kg (3.98%). Keadaan ini terjadi karena beban biaya yang ditanggung oleh PB cukup besar, sedangkan pada pedagang pengecer di pasar desa dibebani biaya pemasaran yang relatif kecil. Dengan demikian resiko yang ditanggung oleh PB akan lebih besar jika dibandingkan dengan pedagang yang lain. Usaha kerja sama antara PB dengan PP II menunjukkan usaha yang cenderung tidak saling menguntungkan karena biaya pemasaran dan resiko yang ditanggung oleh PB lebih besar.

Berdasarkan analisa margin pemasaran, share keuntungan serta rasio keuntungan dengan biaya pemasaran menunjukkan gambaran bahwa saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran III. Selain itu juga dapat dilihat bahwa kegiatan usaha yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terkait hanya menguntungkan salah satu pihak saja (pengecer di pasar desa dan PP I). Dengan demikian analisa tersebut memberikan indikasi bahwa pemasaran gula kelapa di desa Sempu masih belum efisien.

5.3. Prospek Pengembangan Agroindustri Gula Kelapa

Untuk mengetahui prospek pengembangan agroindustri gula kelapa di desa Sempu digunakan analisa SWOT. Pada analisis SWOT tersebut di petakan faktor-faktor strategis internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan faktor-faktor strategis eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Berdasarkan pada hasil penelitian di lapangan didapatkan bahwa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh agroindustri gula kelapa di desa Sempu adalah seperti tersebut pada tabel 16 dibawah ini :

Tabel 16 : Analisa SWOT pada Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999

Kekuatan	Kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi agroindustri yang strategis, dekat dengan sumber bahan baku, pasar (pedagang), dan sarana transportasi yang baik. 2. Kualitas gula kelapa baik 3. Produksi gula kelapa mempunyai kecenderungan yang tetap (kontinyu) 4. Potensi wilayah yang sesuai/ mendukung usaha agroindustri gula kelapa 5. SDM (petani gula kelapa mempunyai ketrampilan yang cukup tinggi dalam melaksanakan proses produksi 6. Kepastian pemasaran gula kelapa ke pedagang yang ada di wilayah tersebut 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya modal yang dimiliki oleh petani gula kelapa untuk melaksanakan usaha sehingga petani gul kelapa sering terjerat sistem hutang pada pedagang pengumpul yang ada 2. Kegiatan manajemen yang kurang baik. 3. Tidak adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh petani gula kelapa dalam usahanya 4. Harga ditentukan oleh pedagang sehingga petani sering dirugikan 5. Pembagian yang keuntungan kurang merata antara lembaga pemasaran yang terkait dengan pengusaha gula kelapa
Peluang	Ancaman
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan penduduk yang meningkat sehingga kebutuhan akan pemanis juga meningkat 2. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung ingin mengkonsumsi barang-barang yang alami (bukan pemanis buatan) 3. Tidak ada peraturan pemerintah yang membatasi pemasaran gula kelapa 4. Potensi wilayah yang mendukung kegiatan pemasaran gula kelapa 5. Adanya penyuluhan atau pengarahan dan bantuan bagi petani gula kelapa dari instansi yang terkait 6. Prasarana perhubungan yang baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya barang substitusi (pemanis buatan atau gula tebu) 2. Rendahnya tingkat tehnologi yang digunakan baik oleh petani gula kelapa maupun oleh lembaga pemasaran yang lain 3. Kondisi politik ekonomi negara yang tidak stabil sehingga kurang dapat menjamin kepastian usaha 4. Persaingan yang kuat antar lembaga pemasaran yang ada 5. Sebagian besar SDM dalam lembaga pemasaran yang terkait masih berpendidikan rendah sehingga kurang dapat mengelola atau memanagemen usahanya dengan baik

Dari tabel 16 diatas dapat dilihat bahwa pada sisi kekuatan, antara lain lokasi agroindustri yang strategis. Lokasi agroindustri yang dekat dengan letak bahan baku akan sangat menunjang bagi pelaksanaan proses produksi. Letak bahan baku (nira kelapa) disekitar rumah petani gula kelapa akan memudahkan petani gula kelapa untuk menyadap nira dan tidak memerlukan sarana transportasi. Selain itu letak agroindustri yang dekat dengan pasar (pembeli) juga akan memudahkan petani gula kelapa dalam menjual produknya. Didukung oleh sarana transportasi/perhubungan yang memadai maka petani gula kelapa akan dapat melaksanakan kegiatannya dengan baik. Sedangkan jika dilihat dari sisi kualitas produk, maka gula kelapa yang dihasilkan oleh petani gula kelapa di desa penelitian memiliki kualitas yang bagus. Dengan kualitas yang bagus maka akan menyebabkan harga produk menjadi tinggi dan kepercayaan dari pembeli (pedagang) akan bertambah pula. Pada setiap musim petani gula kelapa di desa penelitian memiliki kecenderungan produksi yang kontinyu sehingga akan dapat memenuhi permintaan pasar. Dengan adanya potensi wilayah yang mendukung maka menjadikan desa Sempu sebagai salah satu sentra produksi gula kelapa di kabupaten Banyuwangi. Dari posisi SDM yaitu petani gula kelapa mempunyai tingkat ketrampilan yang tinggi, sehingga mampu melaksanakan proses penyadapan guna memperoleh bahan baku dan pengolahan gula kelapa dengan baik serta menghasilkan kualitas gula kelapa yang baik pula. Selain itu kepastian pemasaran gula kelapa bagi petani gula kelapa kepada pedagang pengumpul yang ada di wilayah tersebut akan dapat menjamin proses distribusi gula kelapa menjadi lancar.

Pada sisi kelemahan terlihat antara lain permodalan yang dimiliki oleh petani gula kelapa untuk melaksanakan usaha adalah sangat

minim. Hal ini menyebabkan petani gula kelapa sering terjatuh dalam hutang pada pedagang pengumpul yang menjadi langganannya dan harga yang diterima oleh petani gula kelapa lebih rendah dari harga standart. Selain itu masih kurang baiknya kegiatan manajemen usaha yang dilakukan sehingga tidak dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Pengusaha gula kelapa di desa Sempu masih mengikuti cara tradisional yang diturunkan oleh nenek moyangnya secara turun temurun. Tidak adanya kegiatan promosi dan sistem penentuan harga oleh pedagang menyebabkan keuntungan yang diterima oleh pengusaha gula kelapa berada pada posisi yang lemah.

Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat merupakan salah satu peluang bagi pengembangan agroindustri gula kelapa. Dengan semakin banyaknya jumlah penduduk dan disertai dengan perubahan pola konsumsi masyarakat yang lebih suka mengkonsumsi sumber pemanis alami untuk menjaga kesehatan tubuhnya akan mengakibatkan kebutuhan masyarakat akan bahan pemanis alami juga semakin meningkat. Selain itu tidak adanya peraturan pemerintah yang membatasi terhadap pemasaran gula kelapa akan lebih memberikan peluang bagi lembaga pemasaran yang terlibat untuk melaksanakan kegiatannya dengan bebas. Dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya juga sangat didukung oleh potensi wilayah, yaitu sarana perhubungan yang baik, letak agroindustri yang dekat dengan letak lembaga pemasaran dan juga sarana pengangkutan yang memadai. Adanya kegiatan penyuluhan dan juga bantuan bagi petani gula kelapa dari instansi yang terkait akan dapat memberikan rangsangan bagi petani gula kelapa untuk melaksanakan kegiatan produksinya.

Adanya barang substitusi (gula tebu atau pemanis buatan) yang diproduksi oleh pabrik dan telah banyak beredar di pasar merupakan salah satu ancaman bagi pengembangan agroindustri gula kelapa. Rendahnya tingkat teknologi yang digunakan baik oleh petani gula kelapa maupun oleh lembaga pemasaran yang terlibat akan dapat menyebabkan terhambatnya kegiatan pemasaran yang dilakukan. Selain itu kondisi politik dan ekonomi di Indonesia yang pada saat kurang baik dan tidak stabil akan mempengaruhi kegiatan pemasaran. Hal ini akan dapat menyebabkan kurangnya jaminan kepastian usaha bagi proses produksi dan distribusi gula kelapa. Tingkat persaingan yang tinggi antara pelaku pasar yang ada menyebabkan pelaku pasar yang memiliki modal yang minim kurang dapat melaksanakan kegiatannya dengan lancar dan baik. Disertai dengan rendahnya tingkat pendidikan SDM yang terlibat maka, akan menyebabkan SDM tersebut kurang dapat mengelola serta memajemen usaha yang dilakukannya kurang baik. Selain itu mereka juga tidak akan cepat tanggap terhadap inovasi baru serta pengetahuan yang ada.

Berdasarkan pada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada agroindustri gula kelapa dan setelah dilakukan pembobotan terhadap faktor-faktor tersebut (lampiran 19 dan lampiran 20), maka didapatkan total nilai kekuatan sebesar 2.2, nilai kelemahan sebesar 0.55, nilai peluang sebesar 2.13, dan nilai ancaman sebesar 0.63. Total nilai pembobotan tersebut dimasukkan kedalam tabel matriks analisis SWOT, yaitu dengan cara menggabungkan antara total nilai kelemahan dengan ancaman, total nilai kelemahan dengan peluang, total nilai kekuatan dengan ancaman, dan total nilai kekuatan dengan peluang. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa besarnya nilai penggabungan antara faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

1. Total nilai kelemahan dan ancaman (WT) sebesar 1.18
2. Total nilai kelemahan dan peluang (WO) sebesar 2.68
3. Total nilai kekuatan dan ancaman (ST) sebesar 2.83
4. Total nilai kekuatan dan peluang (SO) sebesar 4.33

Dari total nilai penggabungan diatas bila dimasukkan dalam area SWOT adalah sebagai berikut :

Tabel 17 : Matriks Analisis SWOT

	Acaman (Threat)	Peluang (Opportunities)
Kelemahan (Weakness)	BLACK AREA 1.18	GREY AREA 2.68
Kekuatan (Strenght)	GREY AREA 2.83	WHITE AREA 4.33

Sumber : Data primer diolah tahun 1999.

Keterangan : Agroindustri gula kelapa di desa sempu berada pada bidang kuat berpeluang (white area) dengan nilai sebesar 4.33.

Berdasarkan pada hasil analisis SWOT, maka dapat dilihat bahwa agroindustri gula kelapa di desa sempu berada pada bidang kuat berpeluang (white area) dengan nilai sebesar 4.33 yang berarti bahwa agroindustri gula kelapa di desa penelitian memiliki peluang pasar yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.

Menurut Kabul Santoso (1996), menyatakan bahwa analisa SWOT direspon/disikapi dengan rencana stratejik yang berisikan pandangan-pandangan dan sikap terhadap masa depan (vision), alasan-alasan mendasar dibentuknya suatu usaha atau organisasi usaha (mission)

dan konsep-konsep untuk menghadapi dan menyongsong masa depan (strategi). Dari tabel analisa SWOT maka dapat dirumuskan strategi-strategi yang dikembangkan yaitu dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan yang dimiliki oleh agroindustri gula kelapa, yaitu meliputi :

1. Mempertahankan kualitas dan kuantitas produksi gula kelapa.
2. Mengembangkan potensi wilayah yang ada. Potensi wilayah yang ada di daerah penelitian baik dari segi penyediaan bahan baku, sarana produksi maupun kegiatan pemasaran yang efisien akan sangat mendukung kegiatan pengembangan agroindustri gula kelapa.
3. Menambah fasilitas pendukung dalam usaha pengembangan agroindustri gula kelapa, seperti perbaikan sarana transportasi, sarana komunikasi guna memperoleh informasi pasar secara cepat dan tepat waktu serta sarana pengangkutan yang dimiliki oleh pengusaha gula kelapa maupun oleh lembaga pemasaran yang terkait.
4. Mengikutsertakan pengusaha gula kelapa dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan penyuluhan dan pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh instansi yang terkait sehingga terjadi transfer pengetahuan dan teknologi.
5. Menjaga kepastian pemasaran yang telah terwujud dengan mengadakan hubungan yang saling menguntungkan antara pengusaha gula kelapa dengan pedagang pengumpul yang terlibat langsung dalam proses pemasaran.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai "Kajian Pemasaran Agroindustri Gula Kelapa" (Studi Kasus di Desa Sempu Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi) dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran gula kelapa di desa Sempu terdiri atas 4 masam saluran yaitu :
 - a. Pengusaha gula kelapa ----- Pedagang pengecer di pasar desa
 - b. Pengusaha gula kelapa ----- PP I ----- PB ----- pedagang pengecer di luar kota
 - c. Pengusaha gula Kelapa ----- PP I ----- PP II ----- Pedagang pengecer di luar kota
 - d. Pengusaha gula kelapa ----- PP II ----- PB ----- Pedagang pengecer di luar kota.

Penentuan harga gula kelapa lebih dominan dilakukan oleh pedagang sehingga petani gula kelapa berada di posisi yang lemah.

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh PP II dan PB lebih banyak dibandingkan dengan lembaga pemasaran lainnya. Biaya pemasaran tertinggi ditanggung oleh PB dan yang terkecil adalah PP

I. Distribusi keuntungan terbesar diterima oleh pedagang pengecer pasar desa sedangkan keuntungan terkecil diperoleh oleh PB.

2. Pola-pola kelembagaan yang ada di dalam kegiatan agroindustri gula kelapa adalah :
 - a. hubungan antara pemilik pohon kelapa dengan pengusaha gula kelapa dalam hal ini pemaro

- b. Hubungan antara pengusaha gula kelapa dengan pedagang pengumpul
- c. Hubungan antara pengusaha gula kelapa dengan pengusaha gula kelapa lainnya.

Pola kelembagaan ini saling menguntungkan dan saling menunjang di dalam pengembangan agroindustri gula kelapa.

- 3. Saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dilihat dari besarnya margin pemasaran dan share keuntungan yang diterima oleh pengusaha gula kelapa.
- 4. Agroindustri gula kelapa di desa sempu mempunyai peluang pasar prospektif dan memiliki kompetensi untuk mengerjakan kegiatannya.

6.2. Saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan diatas dapat diberikan beberapa saran, yaitu :

- 1. Munculnya beberapa pola hubungan antara petani gula kelapa dengan pedagang pengumpul, walaupun pada saat ini belum dirasa merugikan akan tetapi perlu dicermati untuk tidak berkembang menjadi pola hubungan yang merugikan salah satu pihak. Hal ini bisa dilakukan dengan cara penyediaan modal oleh lembaga perekonomian desa mengingat pola hubungan antara petani gula kelapa dengan pedagang pengumpul sering berkisar pada masalah peminjaman modal.
- 2. Penentuan strategi bersama antara lembaga pemasaran yang terlibat dan pengusaha gula kelapa yang meliputi :
 - ⇒ Mempertahankan kualitas dan kuantitas produksi gula kelapa.

- ⇒ Mengembangkan potensi wilayah yang ada sehingga dapat mendukung kegiatan pengembangan agroindustri gula kelapa.
- ⇒ Menambah fasilitas pendukung dalam usaha pengembangannya.
- ⇒ Mengikutsertakan pengusaha gula kelapa dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula kelapa dalam kegiatan penyuluhan maupun pelatihan-pelatihan yang diadakan baik oleh instansi maupun oleh pihak lain yang terkait.
- ⇒ Menjaga kepastian pemasaran yang telah terwujud dengan jalan mengadakan hubungan kerjasama yang sama-sama menguntungkan bagi pengusaha gula kelapa maupun bagi lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran gula kelapa.

DAFTAR PUSTAKA

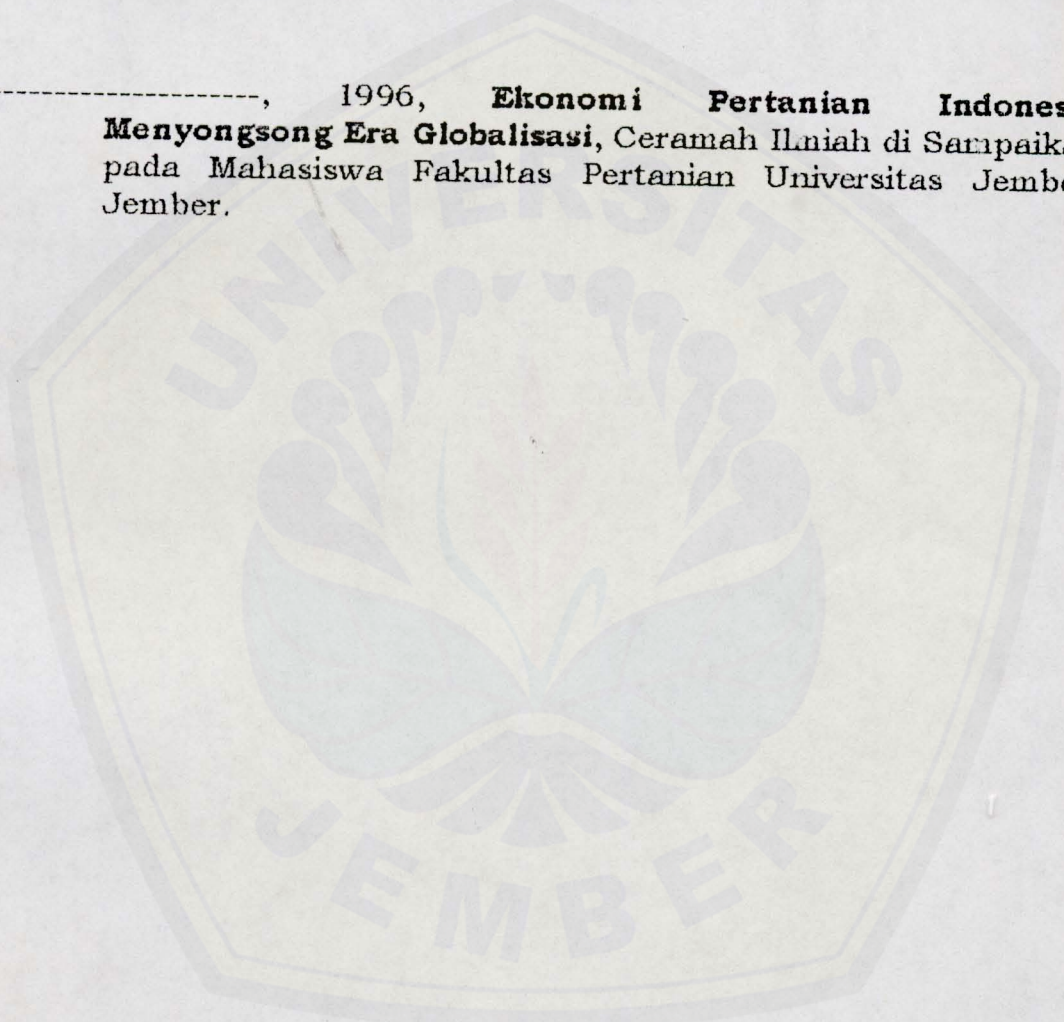
- ANONIM, 1994, **Perbaikan Teknis Pengolahan Gula Kelapa**, Dinas Perkebunan Daerah Pemerintah Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur, Surabaya.
- , 1995, **Pengolahan Gula Merah**, Dinas Perkebunan Daerah Kab. Dati. II Jember, Jember.
- AWANG, S.A, 1991, **Kelapa Kajian Sosial Ekonomi**, Penerbit Aditya Media, Yogyakarta.
- KARTASAPOETRA, G, 1986, **Marketing Produk Pertanian dan Industri**, PT Bina Aksara, Jakarta.
- MASYROFIE, 1994, **Pemasaran Hasil Pertanian**, Bahan Mata Kuliah di Program Pasca Sarjana Unibraw, Malang.
- MUBYARTO, 1987, **Pengantar Ekonomi Pertanian**, LP3ES, Jakarta.
- , 1989, **Pengantar Ekonomi Pertanian**, LP3ES, Jakarta.
- MUSTIKO, S, dan RIJANTO, 1995, **Politik dan Pembangunan Pertanian**, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember, Jember.
- NAZIR, M, 1988, **Metode Penelitian**, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- PALUNGKUN, R, 1992, **Aneka Produk Olahan Kelapa**, Penebar Swadaya, Jakarta.

- PRAYITNO, H, 1987, **Pembangunan Ekonomi Pedesaan**, BPFE, Yogyakarta.
- POLI, C, 1994, **Pengantar Ilmu Ekonomi**, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- RANGKUTI, F, 1993, **Analisa SWOT Tehnik Membedah Kasus Bisnis**, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- RIJANTO DKK, 1995, **Pengantar Ilmu Pertanian**, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember, Jember.
- SANTOSO, K, 1996, **Pengembangan Organisasi dan Bisnis Inti (Core Bisnis)**, Makalah Work Shop Pengembangan KUD Mandiri Inti Berdasarkan Sentra Pertumbuhan Agribisnis, Pasuruan.
- SWASTA, B, 1984, **Azas-Azas Marketing**, Liberty, Yogyakarta.
- , 1990, **Manajemen Pemasaran Modern**, Liberty, Yogyakarta.
- SANTOSO, H.B., 1993, **Pembuatan Gula Kelapa**, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- SUDARMO, I.G., 1994, **Manajemen Pemasaran**, BPFE, Yogyakarta.
- SISWOPUTRANTO, P.S., 1976, **Komodidi Ekspor Indonesia**, Penerbit Gramedia, Jakarta.

UMAR, H, 1997, **Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran**, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

WIBOWO, R, 1992, **Corak dan Prospek Pembangunan Pertanian Dalam Era PJPT II**, Seminar Himaseta Fakultas Pertanian Universitas Jember, Jember.

-----, 1996, **Ekonomi Pertanian Indonesia Menyongsong Era Globalisasi**, Ceramah Ilniah di Sampaikan pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Jember, Jember.



Lampiran 1. Daftar Sample Pada Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999
Berdasarkan Status Pemilikan Pohon (Milik Sendiri)

No	Nama	Tempat tinggal/Dusun	Pekerjaan	Jumlah pohon deres	Status kepemilikan pohon
1.	Solokin	Darungan	Penderes	12	Milik sendiri
2.	Sardi	Darungan	Penderes	10	Milik sendiri
3.	Ponijo	Darungan	Penderes	50	Milik sendiri
4.	Supangat	Darungan	Penderes	14	Milik sendiri
5.	Sumari	Darungan	Penderes	30	Milik sendiri
6.	Mustamat	Darungan	Penderes	9	Milik sendiri
7.	Bibit	Togong	Penderes	13	Milik sendiri
8.	Gito	Togong	Penderes	23	Milik sendiri
9.	Misri	Togong	Penderes	26	Milik sendiri
10.	Yakup	Tegalyasan	Penderes	23	Milik sendiri
11.	Tukijan	Tegalyasan	Penderes	10	Milik sendiri
12.	Jariyah	Tegalyasan	Penderes	10	Milik sendiri
13.	Satijo	Tegalyasan	Penderes	10	Milik sendiri
14.	Si'is	Tegalyasan	Penderes	15	Milik sendiri
15.	Wagimin	Tegalyasan	Penderes	16	Milik sendiri
16.	Wagiran	Tegalyasan	Penderes	20	Milik sendiri
17.	Sugiyono	Tegalyasan	Penderes	20	Milik sendiri
18.	Slarnet	Tegalyasan	Penderes	14	Milik sendiri
19.	Sumadi	Tegalyasan	Penderes	7	Milik sendiri
20.	Wagiso	Krajan	Penderes	40	Milik sendiri
21.	Boiran	Krajan	Penderes	20	Milik sendiri
22.	Mujo	Krajan	Penderes	33	Milik sendiri
23.	Miskun	Krajan	Penderes	30	Milik sendiri
24.	Museni	Krajan	Penderes	33	Milik sendiri
25.	Riyaji	Krajan	Penderes	20	Milik sendiri
26.	Samiyono	Krajan	Penderes	38	Milik sendiri
27.	Misnadi	Krajan	Penderes	25	Milik sendiri
28.	Sutomo	Krajan	Penderes	24	Milik sendiri
29.	Mispan	Darungan	Penderes	25	Milik sendiri
30.	Badeno	Darungan	Penderes	15	Milik sendiri

Sumber : Data Primer Tahun 1999

Lampiran 2. Daftar Sample Pada Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999
Berdasarkan Status Pemilikan Pohon (Pemaro)

No	Narna	Tempat tinggal/ Dusun	Pekerjaan	Jumlah pohon deres	Status pemilikan pohon
1.	Basirun	Darungan	Penderes	30	Pemaro
2.	Katiran	Darungan	Penderes	40	Pemaro
3.	Tumirin	Darungan	Penderes	35	Pemaro
4.	Kalil	Darungan	Penderes	25	Pemaro
5.	Podo	Darungan	Penderes	30	Pemaro
6.	Sumarno	Darungan	Penderes	37	Pemaro
7.	Sanen	Darungan	Penderes	40	Pemaro
8.	Untung	Darungan	Penderes	35	Pemaro
9.	Lagimen	Togong	Penderes	38	Pemaro
10.	Kasdi	Togong	Penderes	27	Pemaro
11.	Soleh	Togong	Penderes	18	Pemaro
12.	Yani	Tegalyasan	Penderes	8	Pemaro
13.	Misni	Tegalyasan	Penderes	8	Pemaro
14.	Musimin	Tegalyasan	Penderes	33	Pemaro
15.	.Supini	Tegalyasan	Penderes	12	Pemaro
16.	lyat	Tegalyasan	Penderes	19	Pemaro
17.	Atim	Tagalyasan	Penderes	20	Pemaro
18.	Samsuri	Tagalyasan	Penderes	43	Pemaro
19.	Waris	Tegalyasan	Penderes	13	Pemaro
20.	Sukemi	Tagalyasan	Penderes	17	Pemaro
21.	Rusmijan	Tegalyasan	Penderes	20	Pemaro
22.	Suraji	Krajan	Penderes	20	Pemaro
23.	Paeran	Krajan	Penderes	20	Pemaro
24.	Tunut	Krajan	Penderes	10	Pemaro
25.	Suwarno	Krajan	Penderes	30	Pemaro
26.	Bembang	Krajan	Penderes	30	Pemaro
27.	Wagianto	Krajan	Penderes	35	Pemaro
28.	Misjan	Krajan	Penderes	40	Pemaro
29.	Hadi	Darungan	Penderes	15	Pemaro
30.	Sutris	Darungan	Penderes	34	Pemaro

Sumber : Data Primer Tahun 1999

Lampiran 3. Penggunaan modal pada biaya tetap (biaya modal dicatatkan) pada agrolandstree gula kelapa di desa Sempu Kecamatan Bantura Kabupaten Banyuwangi berdasarkan status pemilikan pohon (milik sendiri) tahun 1998

No	Jumlah pohon Deras	Pioma Deras	Sumbang/ Kampas	Tempat	Satir/ Pasandik	Serlagen	Gayang/ dilar	Tungku	Bambu/ Tamba	Alas Cetak	Cetakan	Wajon	Total biaya Tetap (RpC)
1	12	3500,33	8000	1800	1500	500	333,33	6000	833,34	750	500	3898,88	27605,88
2	10	3000	5833,33	1583,33	1416,66	583,33	300	6500	1000	833,34	333,34	3333,33	24716,66
3	50	3250	29166,66	7500	1250	416,66	583,33	5750	1166,67	666,66	1666,67	3361,11	54777,76
4	14	4250,38	8166	1866,66	1266,66	583,33	416,66	3500	1083,34	800	500	5444,45	27877,48
5	30	2750	20000	4750	1000	450	316,66	4500	1100	708,33	1000	5277,78	41852,77
6	9	2750,77	6000	1350	833,33	460	400	4050	950	791,67	666,67	5555,56	29808
7	13	3250	7583,33	2058,33	750	533,33	466,67	3375	850	808,34	566,66	4722,22	24963,88
8	23	3500	13416,66	3450	1066,66	666,66	500	4750	900	725	833,33	4500	34308,31
9	26	3875,88	15100	3466,66	1000	600	483,34	4150	1250	750	1000	4277,78	35953,66
10	23	3350,33	13800	3641,66	1583,33	550	333,33	3500	1200	800	833,33	4166,67	33758,65
11	10	3250	6000	1500	1450	500	433,34	3160	1333,34	825	500	3333,34	22285,02
12	10	3305,55	58333,33	1416,66	1300	583,33	300	4875	1266,67	875	600	3500	75855,54
13	7	2800	4200	1050	1250	416,66	410,5	3875	1166,67	666,67	400	3750	19985,5
14	15	5055,55	10000	2125	1308,33	400	353,81	3500	975	783,34	666,67	4444,44	27612,14
15	16	2750	9000	2400	833,33	450	481,08	4450	950	800	833,34	4722,22	27669,97
16	20	3600	11666,66	2833,33	1666,66	433,33	390,09	4000	875	833,33	933,33	3611,12	30842,85
17	20	2500	12000	2666,66	966,66	583,33	485,71	3750	850	875	1000	4166,67	29844,03
18	14	2750	7466,66	1983	1416,66	600	312,15	4400	1200	791,67	500	3898,88	25309,02
19	7	2200,55	5250	1050	933,33	666,66	450	4500	1150	766,66	333,34	3500	20800,54
20	40	1650,66	23330,33	5666,66	1400	750	335,65	4275	1166,67	716,33	1500	3750	44641,3
21	20	1900	12300	2833	1333,33	633,33	350	3500	916,66	708,34	966,67	4500	29941,33
22	33	2000	20350	5225	1250	400	483,34	3800	1250	750	1166,67	4100	40775,01
23	30	2250	18000	4250	1266,66	416,66	410,5	5750	833,34	883,34	1333,34	4777,78	40171,62
24	33	2222,22	15950	4400	1166,66	583,33	366,67	5100	850	825	1400	3600	36453,88
25	20	3350,55	10000	3000	1083,33	600	300	3750	950	808,34	833,34	4111,12	28786,68
26	38	3250	15833,33	5383,33	1250	550	433,34	4200	900	666,67	1666,67	5333,33	39466,67
27	25	3000	10416,66	2750	1000	533,33	500	5500	1100	700	1000	5555,56	33055,55
28	24	2750,55	12000	1983,333	916,66	500	400	3500	1166,67	750	833,34	3611,12	28411,673
29	25	3000	10000	3958,33	950	750	423,23	5250	1083,33	800	1166,67	4222,23	31603,79
30	15	3500	7000	2000	1000	450	351,61	4450	1250	833,34	500	3333,34	24668,29
Jumlah	632	5805,55	19000	4325	2141,66	850	834,89	7950	1925	1583,3	1500,01	126388,93	172454,38
Rata-rata	21,06666667	2952,11	13588,77	3031,365	1180,275	538,109	403,478	4375,33	1052,223	776,38	867,779	4211,2977	32927,1151

Lampiran 4. Penggunaan modal pada biaya tetap biaya sudah dimartikan pada upaidurta gula kelapa di desa Sempu Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi berdasarkan status pemilikan pohon kelapa (pemas) tahun 1998.

No	Jumlah pohon dares	Pinas Dares	Bumbang/ kemplug	Tambar	Betil/ pasgudak	Bartagan	Oyung/ tinar	Tugha	Rabas/ Tamba	Alas Cetak	Cetaba	Wahsa	Total Biaya Tutup (TTC)
1	30	3250	15000	5000	1000	500	333,33	3500	666,67	833,33	2000	3611,12	38694,45
2	40	3305,55	13333,33	4666,66	833,33	583,33	316,67	6000	716,67	750	2666,67	3333,34	36505,65
3	35	2800	14583,33	5250	916,67	666,67	266,67	4100	1000	916,67	2333,34	3055,56	35888,91
4	25	2750	7916,66	2500	1083,33	416,67	300	4250	833,33	708,33	1666,67	4000	26424,99
5	30	3875	11000	4000	916,67	550	250	3750	750	800	1333,33	4166,67	31391,67
6	37	3350,23	16033,34	4316,66	833,33	600	400	4050	850	850	2400	4222,24	37905,9
7	40	1000	16000	4000	1166,67	616,67	383,33	5100	800	866,67	2650	5500	38083,34
8	25	2750,77	7083,33	2916,66	666,67	650	500	3750	633,33	583,33	1600	5444,45	26578,54
9	38	2500	11400	5826,67	750	393,33	450	5000	1083,33	625	2533,33	5277,78	35779,44
10	27	2200,55	8850	2700	916,67	316,67	466,67	4375	1066,67	633,33	1800	3500	27825,56
11	18	3250	6900	1800	1000	300	433,33	3800	1050	666,67	1200	3555,56	23955,56
12	8	3000	3333,33	933,33	1050	350	416,67	3500	966,67	700	533,33	4000	18783,33
13	8	2800	2533,33	800	1100	400	300	4050	963,33	708,33	666,67	4444,45	18786,11
14	33	1650	11000	4400	700	266,67	433,34	3150	900	716,67	2200	3750	29166,68
15	12	3350,55	5200	1400	750	283,33	283,33	3000	950	833,33	800	4277,78	21128,32
16	19	2750	6016,67	1900	833,33	416,67	316,67	4100	933,33	375	1266,67	3600	22508,34
17	20	3055,55	8000	2666,67	1000	400	333,33	5250	833,33	916,67	1333,33	4111,12	27900
18	43	2000	13616,67	4300	1100	450	366,67	5750	800	750	2866,66	4166,67	36166,67
19	12	4250,38	5000	1800	1150	316,67	416,67	3160	750	666,67	833,33	4222,22	22565,94
20	17	3500	7366,67	1983,33	1166,67	300	400	6000	866,67	800	1133,33	3666,67	27183,34
21	20	3600	8000	2000	666,67	400	383,33	4150	1150	791,67	1333,33	3555,56	26030,66
22	20	3875,33	10000	2333,33	750	416,67	333,33	3750	893,33	750	1666,67	4166,67	28925,353
23	20	3305,55	8333,33	2666,67	833,33	433,33	416,67	3500	1000	800	1500	3898,89	26677,77
24	10	2200,55	4333,33	1000	916,66	383,33	483,33	5250	1250	916,67	666,67	4833,33	22233,87
25	30	1650	12500	3500	1000	300	300	3800	1133,33	875	2000	4722,22	31780,55
26	30	3600	14000	3000	1050	266,67	350	4450	1100	816,67	2066,67	4333,34	35033,35
27	35	3350,33	11083,33	4666,67	1133,33	316,67	375	4375	1233,33	791,67	2433,33	4277,78	34036,44
28	40	2750,77	13333,33	4000	933,33	400	250	4150	833,33	795	2733,34	4533,34	34942,44
29	15	3875,88	4750	2000	800	433,33	500	3875	900	866,67	1000	4666,67	23667,55
30	34	1900	14166,67	1983,33	819,67	300	333,33	4000	966,67	750	2133,33	5000	32353
Jumlah	771	87497,1	290666,65	90310	27836,33	12366,7	11091,7	126935	27883,3	22783,4	51950	127183	875903,503
Rata-Rata	26,7	2916,57	9695,8883	3010,33	927,8777	412,223	369,722	4231,2	929,444	759,445	1711,67	4239,45	29196,7834

Kabupaten Banyuwangi berdasarkan status pemiliknya pohon (milik sendiri) tahun 1999.

No	Jumlah pohon deres	Mira	Total Obat-obatan	Kapur	Kelapa	Bahan bakar	Upah tenaga kerja	Total biaya variabel (PVC)
1	12	60480	92400	4800	84000	840000	576000	2202000
2	10	490560	70000	4700	67200	672000	552000	1856460
3	50	2352000	168000	23500	235200	1512000	2910000	7200700
4	14	686700	67200	6500	117600	724000	768600	2370600
5	30	1411200	151200	14100	168000	1005000	1620000	4369500
6	9	435500	45300	4200	77200	560000	469500	1591700
7	13	655500	81900	5300	83500	593500	717500	2137200
8	23	1143000	139100	9200	92400	991200	1311000	3685900
9	26	1240000	144000	11900	126000	940800	1450500	3913200
10	23	1081000	150000	8950	90500	990500	1324500	3645450
11	10	483500	65000	5000	65500	690500	558000	1867500
12	10	477000	73500	4900	70000	700000	576000	1901400
13	7	330000	52900	3200	50400	420000	378000	1234500
14	15	705500	99700	7000	98800	870400	855000	2636400
15	16	763000	96700	6500	105000	920000	921500	2812700
16	20	967500	84600	8500	130500	806400	1188000	3185500
17	20	954500	93000	9000	145000	875000	1152000	3228500
18	14	658500	69000	7000	125000	750500	798000	2408000
19	7	343000	50000	4000	49500	450000	378000	1274500
20	40	1854500	177400	18800	168000	1428000	2280000	5926700
21	20	940500	86000	8750	135000	825000	1140000	3135750
22	33	1530000	97500	15700	142000	1250000	1861500	4896700
23	30	1391000	145000	16000	170500	1100500	1710000	4533000
24	33	1552000	98000	15500	145500	1200000	1862500	4873500
25	20	913000	95000	10000	137000	850000	1140000	3145000
26	38	1710000	153000	19500	170500	1390000	2143500	5586500
27	25	1176000	149000	12500	95000	950500	1425000	3808000
28	24	1096500	139500	11750	93500	945000	1339500	3625750
29	25	1159000	150000	13000	96500	975000	864000	3257500
30	15	705500	97500	6750	100000	925500	810000	2645250
Jumlah		29810760	3181400	296500	3435300	27151300	35080100	98955360
Rata-rata	21.06666667	993692	106046.6667	9888.333333	114510	905043.3333	1169336.667	3298512

Lampiran 6. Penggunaan modal yang termasuk dalam biaya variabel pada agribisnis gula kelapa di desa Sempu, Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi berdasarkan status pemilikan pohon (penaru) tahun 1999.

No	Jumlah pohon desa	Mira	Total Obat-obatan	Kapur	Kelapa	Bahan bakar	Upah tenaga kerja	Total biaya variabel (TVC)
1	30	705500	26250	16800	58800	588000	1620000	3015350
2	40	935000	84000	11750	67200	714000	2160000	3971950
3	35	811500	83000	14400	63000	672000	1785000	3428900
4	25	579500	75600	10500	54600	504000	1275000	2499200
5	30	685500	85500	6550	58100	630000	1512000	2977650
6	37	882000	104832	9300	65000	638500	1900000	3599632
7	40	940500	87500	12500	65500	725000	1950000	3781000
8	25	580000	80000	12500	52500	515000	1250000	2490000
9	38	880000	109200	8200	67500	650000	1960000	3674900
10	27	635000	85500	6300	45900	525000	1377000	2674700
11	18	423500	43400	3500	29400	231000	928800	1659600
12	8	196000	22500	1800	25200	200000	408000	853500
13	8	193500	21500	2000	27500	225000	415000	884500
14	33	753000	85000	7700	63000	584500	1683000	3176200
15	12	282500	41500	2800	29250	302500	619500	1278050
16	19	446000	57500	4500	30500	336000	969000	1843500
17	20	463500	66500	4750	36400	364000	1020000	1955150
18	43	996000	135500	10500	70500	820000	2193000	4225500
19	12	280500	43000	2750	30000	315500	625000	1296750
20	17	399500	53500	4000	27500	225000	887500	1597000
21	20	467500	63000	4750	37500	375000	1025000	1972750
22	20	477000	65000	4900	36500	390000	1015000	1988400
23	20	504000	60500	5000	38000	365500	1020000	1993000
24	10	235000	31500	2300	21000	231000	516000	1036800
25	30	705500	87500	7500	56000	650500	1517000	3024000
26	30	695500	83250	7250	59500	645000	1495000	2985500
27	35	811500	110250	8250	62500	695000	1827000	3514500
28	40	940500	96700	12500	70500	725000	2165000	4010200
29	15	352000	46900	3500	27500	315000	620000	1364900
30	34	788500	105000	7750	60500	675500	1815000	3452250
Jumlah	771	705500	2140882	16800	1436850	588000	39552800	44440832
Rata-rata	25.7	601516.6667	71362.73333	7226.666667	47895	494416.6667	1318426.667	2540844.4

Sumber : Data diolah tahun 1999

Lampiran 7. Biaya Total, Produksi, Harga Produksi, Pendapatan, BEP (Titik Impas) pada Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu Berdasarkan Status Pemilikan Pohon Tahun 1999.

No	Jumlah pohon derek	TWC [Rp./tahun]	TFC [Rp./tahun]	TC [Rp./tahun]	Produksi [Kg./tahun]	Harga produksi [Rupiah]	TR [Rp./tahun]	Pendapatan [Rp./tahun]	BEP sales [Rp./tahun]	BEP unit [Kg./tahun]
1	12	2202000.00	27605.88	2229605.88	2376.00	1400.00	3326400.00	1096794.12	81668.62	58.33
2	10	1858460.00	24716.66	1883176.66	2040.00	1400.00	2856000.00	974823.34	70623.27	50.45
3	50	7200700.00	54777.76	7255477.76	9600.00	1450.00	13920000.00	6664522.24	113480.04	78.26
4	14	2370600.00	27877.48	2398477.48	2956.00	1350.00	3856600.00	1457122.52	72380.08	53.61
5	30	4269500.00	41852.77	4411352.77	5940.00	1425.00	8464500.00	4053147.23	86511.06	60.71
6	9	1591700.00	23808.00	1615508.00	1782.00	1400.00	2494800.00	879292.00	65769.24	46.98
7	13	2137200.00	24963.88	2162163.88	2574.00	1300.00	3346200.00	1184036.12	69093.58	53.15
8	23	3685900.00	34308.31	3720208.31	4584.00	1350.00	6147900.00	2427691.69	85671.84	63.46
9	26	3913200.00	35953.66	3949153.66	5148.00	1450.00	7464600.00	3515446.34	75570.11	52.12
10	23	3645450.00	33758.65	3679208.65	4692.00	1400.00	6568800.00	2689591.35	78858.06	54.18
11	10	1887500.00	22285.02	1889785.02	1980.00	1400.00	2772000.00	882214.98	68296.38	48.78
12	10	1901400.00	75855.54	1977255.54	2040.00	1375.00	2805000.00	827744.46	235474.53	171.25
13	7	1234500.00	19985.50	1254485.50	1386.00	1375.00	1905750.00	651264.50	56740.96	41.27
14	15	2636400.00	27612.14	2664012.14	2970.00	1350.00	4009500.00	1345487.86	80628.41	59.72
15	16	2812700.00	27669.97	2840369.97	3168.00	1450.00	4593600.00	1753230.03	71371.09	49.22
16	20	3185500.00	30842.85	3216342.85	3840.00	1400.00	5376000.00	2159657.15	75695.58	54.07
17	20	3228500.00	29844.03	3258344.03	3960.00	1350.00	5346000.00	2087655.97	75346.49	55.81
18	14	2408000.00	25309.02	2433309.02	2688.00	1350.00	3626800.00	1195490.98	75230.48	55.73
19	7	1274500.00	20800.54	1295300.54	1428.00	1300.00	1856400.00	561099.46	66359.69	51.05
20	40	5926700.00	44641.30	5971341.30	7680.00	1400.00	10752000.00	4780658.70	99472.21	71.05
21	20	3135750.00	29941.33	3165691.33	4080.00	1450.00	5916000.00	2750308.67	63711.14	43.94
22	33	4896700.00	40775.01	4937475.01	6336.00	1450.00	9187200.00	4249724.99	87311.08	60.21
23	30	4533000.00	40171.62	4573171.62	6120.00	1450.00	8974000.00	4300828.38	82120.01	56.63
24	33	4873500.00	36463.88	4909963.88	6732.00	1350.00	9088200.00	4178235.12	78827.43	58.24
25	20	3145000.00	28786.68	3173786.68	4080.00	1375.00	5610000.00	2436213.32	65314.51	47.65
26	38	5586500.00	39466.67	5625966.67	7524.00	1375.00	10345500.00	4719533.33	85795.85	62.40
27	25	3908000.00	33055.55	3841055.55	5100.00	1450.00	7395000.00	3553944.45	68147.70	47.00
28	24	3625750.00	28411.67	3654161.67	4896.00	1400.00	6854400.00	3200238.33	60317.76	43.08
29	25	3257500.00	31603.79	3289103.79	4950.00	1400.00	6930000.00	3640896.21	59636.29	42.60
30	15	2645250.00	24688.29	2669938.29	3060.00	1375.00	4207500.00	1537561.71	66437.40	48.32
Jumlah	632	98955360.00	987613.45	99943173.45	125580.00	41750.00	175897450.00	75954476.55	2418857.87	1739.28
Rata-rata		3298512.00	32927.12	3331439.12	4186.00	1391.67	5863255.00	2531815.89	80628.60	57.98

Sumber : Data primer, diolah tahun 1999

Lampiran 8. Biaya Total, Produksi, Harga Produksi, Pendapatan, BEP (Titik Impas) pada Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu Berdasarkan Status pemilikan pohon [perano] tahun 1999.

No	Jumlah pohon deras	TVC [Rp./tahun]	TFC [Rp./tahun]	TC [Rp./tahun]	Produksi [Kg./tahun]	Harga produksi [Rpiah]	TR [Rp./tahun]	Pendapatan [Rp./tahun]	BEP sales [Rp./tahun]	BEP unit [Kg./tahun]
1	30	3015350.00	35694.45	3051044.45	2970.00	1350.00	4009500.00	958455.55	143959.06	106.64
2	40	3971950.00	36505.55	4008455.55	3960.00	1350.00	5346000.00	1337514.45	142031.71	105.21
3	35	3428900.00	35888.91	3464788.91	3465.00	1400.00	4851000.00	1386211.09	122422.55	87.44
4	25	2499200.00	26424.99	2525624.99	2475.00	1400.00	3465000.00	939375.01	94804.92	67.72
5	30	2977650.00	31391.67	3009041.67	2880.00	1400.00	4032000.00	1022958.33	120046.68	95.75
6	37	3599632.00	37905.90	3637537.90	3663.00	1450.00	5311350.00	1673812.10	117519.55	81.12
7	40	3781000.00	38083.34	3819083.34	4080.00	1500.00	6120000.00	2300916.66	99645.16	66.43
8	25	2490000.00	26578.54	2516578.54	2550.00	1500.00	3825000.00	1308421.46	76152.00	50.77
9	38	3674900.00	35779.44	3710679.44	3762.00	1350.00	5078700.00	1368020.56	129443.68	95.88
10	27	2674700.00	27825.56	2702525.56	2673.00	1400.00	3742200.00	1039674.44	97544.55	69.67
11	18	1659600.00	23955.56	1683555.56	1782.00	1400.00	2494800.00	811244.44	71556.91	51.11
12	8	853500.00	18783.33	872283.33	792.00	1450.00	1148400.00	276116.67	73146.07	50.45
13	8	884500.00	18786.11	903286.11	816.00	1450.00	1183200.00	279913.89	74414.88	51.32
14	33	3176200.00	29166.68	3205366.68	3267.00	1450.00	4737150.00	1531783.32	88514.65	61.04
15	12	1278050.00	21128.32	1299178.32	1188.00	1400.00	1663200.00	364021.68	91238.79	65.17
16	19	1843500.00	22508.34	1866008.34	1881.00	1500.00	2821500.00	955491.66	64935.87	43.29
17	20	1955150.00	27900.00	1983050.00	1980.00	1450.00	2871000.00	887950.00	87460.72	60.32
18	43	4225500.00	36166.67	4261666.67	4257.00	1500.00	6385500.00	3123833.33	106917.72	71.28
19	12	1296750.00	22565.94	1319315.94	1224.00	1400.00	1713600.00	394284.06	92764.77	66.26
20	17	1597000.00	27183.34	1624183.34	1683.00	1400.00	2356200.00	732016.66	84364.31	60.26
21	20	1972750.00	26030.56	1998780.56	2040.00	1350.00	2754000.00	755219.44	91760.85	67.97
22	20	1988400.00	28925.33	2017325.33	1980.00	1300.00	2574000.00	556674.67	127141.05	97.80
23	20	1993000.00	26677.77	2019677.77	2010.00	1300.00	2613000.00	593222.23	112433.89	86.49
24	10	1036800.00	22233.87	1059033.87	990.00	1400.00	1386000.00	326966.13	88247.83	63.03
25	30	3024000.00	31780.55	3055780.55	3015.00	1400.00	4221000.00	1165219.45	112068.26	80.05
26	30	2985500.00	35033.35	3020533.35	2970.00	1400.00	4150000.00	1137466.65	124237.67	88.74
27	35	3514500.00	34036.44	3548536.44	3570.00	1450.00	5175500.00	1627963.56	106010.61	73.11
28	40	4010200.00	34942.44	4045142.44	3960.00	1400.00	5544000.00	1498857.56	126301.27	90.22
29	15	1364900.00	23667.55	1388567.55	1485.00	1350.00	2004750.00	616182.45	74154.13	54.93
30	34	3452250.00	32353.00	3484603.00	3366.00	1350.00	4544100.00	1059497.00	134647.86	99.74
Jumlah	771	76225332.00	875903.5	77101235.50	76734.00	42200.00	108130650.00	31029414.50	3075987.97	2199.21
Rate-rata		2540844.40	29196.78	2570041.18	2357.80	1406.67	3604355.00	1034313.82	102532.93	73.31

Sumber : Data primer, diolah tahun 1999

Lampiran 9 : Hasil Produksi dan Harga Jual Petani Gula Kelapa Tahun 1999.

No	Nama petani Gula kelapa	Dusun	Produksi (Kg/Th)	Harga Jual (Rp/ Kg)	Pembeli/ Sahuran pemasaran
1	Solikin	Darungan	2376	1400	Endang(PPII) → P. Sarkun(PB) → Pengecer (luar kota)
2	Sardi	Darungan	2040	1400	Endang(PPII) → P. Sarkun(PB) → Pengecer (luar kota)
3	Ponjo	Darungan	9600	1450	Budi (Pengecer pasar desa)
4	Supangat	Darungan	2856	1350	P. Sardi(PPI) → P. Lokan(PB) → Pengecer (Luar kota)
5	Sumari	Darungan	5940	1425	P. Surip(PPII) → P. Sarkun(PB) → Pengecer (Luar kota)
6	Mustamat	Darungan	1782	1400	B. Murtini(PPII) → P. Toha(PB) → Pengecer (Luar kota)
7	Bibit	Togong	2574	1300	P. Dasmo(PPI) → Endang(PPII) → Pengecer (Luar kota)
8	Gito	Togong	4554	1350	P. Dasmo(PPI) → Endang(PPII) → Pengecer (Luar kota)
9	Misri	Togong	5148	1450	B. Marti (Pengecer pasar desa)
10	Yakup	Tegalyasan	4692	1400	P. Putut(PPI) → P. Camik(PPII) → Pengecer (Luar kota)
11	Tukijan	Tegalyasan	1980	1400	P. Sardi(PPI) → P. Lokan(PB) → Pengecer (Luar kota)
12	Jariyah	Tegalyasan	2040	1375	P. Putut(PPI) → P. Toha(PB) → Pengecer (Luar kota)
13	Satjo	Tegalyasan	1386	1375	P. Kardi(PPI) → P. Toha(PB) → Pengecer (Luar kota)
14	Si'is	Tegalyasan	2970	1350	B. Atun(PPI) → P. Sarkun(PB) → Pengecer (Luar kota)
15	Wagimin	Tegalyasan	3168	1450	Budi (Pengecer pasar desa)
16	Wagran	Tegalyasan	3840	1400	P. Camik(PPII) → P. Toha(PB) → Pengecer (Luar kota)
17	Sugyo	Tegalyasan	3960	1350	P. Sardi(PPI) → P. Toha(PB) → Pengecer (Luar kota)
18	Slamet	Tegalyasan	2688	1350	P. Putut(PPI) → P. Camik (PPII) → Pengecer (Luar kota)
19	Sumadi	Tegalyasan	1428	1300	P. Putut(PPI) → P. Camik(PPII) → Pengecer (Luar kota)
20	Wagiso	Krajan	7680	1400	Endang(PPII) → P. Sarkun(PB) → Pengecer (Luar kota)
21	Boiran	Krajan	4080	1450	B. Murtini(PPII) → P. Toha(PB) → Pengecer (Luar kota)
22	Mujo	Krajan	6336	1450	B. Mesti (Pengecer pasar desa)
23	Miskun	Krajan	6120	1450	Endang(PPII) → P. Sarkun(PB) → Pengecer (Luar kota)
24	Musni	Krajan	6732	1350	B. Atun(PPI) → Endang(PPII) → Pengecer (Luar kota)
25	Riyaji	Krajan	4080	1375	P. Dasmo(PPI) → P. Lokan(PB) → Pengecer (Luar kota)
26	Samiyono	Krajan	7524	1375	P. Dasmo(PPI) → P. Lokan(PB) → Pengecer (Luar kota)
27	Misnadi	Krajan	5100	1450	P. Surip(PPII) → P. Lokan(PB) → Pengecer (Luar kota)
28	Sutomo	Krajan	4896	1400	P. Surip(PPII) → P. Lokan(PB) → Pengecer (Luar kota)
29	Mispan	Darungan	4950	1400	B. Murtini(PPII) → P. Toha(PB) → Pengecer (Luar kota)
30	Badano	Darungan	3060	1375	P. Kardi(PPI) → P. Camik(PPII) → Pengecer (Luar kota)
31	Basirun	Darungan	2970	1350	B. Welas(PPI) → P. Kayat(PPII) → Pengecer (Luar kota)

32	Katiran	Darungan	3960	1350	B. Atun (PPI) → B. Namik (PPI) → Pengecer (Luar kota)
33	Tumirin	Darungan	3465	1400	B. Murtini (PPI) → P. Toha (PB) → Pengecer (Luar kota)
34	Kahl	Darungan	2475	1400	P. Kayat (PPI) → P. Sarkun (PB) → Pengecer (Luar kota)
35	Podo	Darungan	2880	1400	B. Murtini (PPI) → P. Toha (PB) → Pengecer (Luar kota)
36	Sumarno	Darungan	3663	1450	Endang (PPI) → P. Sarkun (PB) → Pengecer (Luar kota)
37	Sanen	Darungan	4080	1500	B. Murni (Pengecer pasar desa)
38	Untung	Darungan	2550	1500	B. Murni (Pengecer pasar desa)
39	Legimin	Togong	3762	1350	P. Sardi (PPI) → P. Camik (PPI) → Pengecer (Luar kota)
40	Kasdi	Togong	2673	1400	B. Namik (PPI) → P. Sarkun (PB) → Pengecer (Luar kota)
41	Soleh	Togong	1782	1400	B. Namik (PPI) → P. Sarkun (PB) → Pengecer (Luar kota)
42	Yadi	Tegalyasan	792	1450	Budi (Pengecer pasar desa)
43	Musni	Tegalyasan	816	1450	B. Surip (PPI) → P. Toha (PB) → Pengecer (Luar kota)
44	Musimin	Tegalyasan	3267	1450	B. Surip (PPI) → P. Toha (PB) → Pengecer (Luar kota)
45	Supini	Tegalyasan	1188	1400	B. Surip (PPI) → P. Toha (PB) → Pengecer (Luar kota)
46	Iyat	Tegalyasan	1881	1500	B. Waras (Pengecer pasar desa)
47	Atim	Tegalyasan	1980	1450	B. Murtini (PPI) → P. Lokan (PB) → Pengecer (Luar kota)
48	Samsuri	Tegalyasan	4257	1500	B. Mesti (Pengecer pasar desa)
49	Waris	Tegalyasan	1224	1400	B. Murtini (PPI) → P. Lokan (PB) → Pengecer (Luar kota)
50	Sukemi	Tegalyasan	1683	1400	B. Surip (PPI) → P. Toha (PB) → Pengecer (Luar kota)
51	Rusmijan	Tegalyasan	2040	1350	P. Dasmu (PPI) → P. Sarkun (PB) → Pengecer (Luar kota)
52	Suraji	Krajan	1980	1300	P. Putut (PPI) → P. Camik (PPI) → Pengecer (Luar kota)
53	Paeran	Krajan	2010	1300	P. Kardi (PPI) → Endang (PPI) → Pengecer (Luar kota)
54	Tunut	Krajan	990	1400	Endang (PPI) → P. Sarkun (PB) → Pengecer (Luar kota)
55	Suwarno	Krajan	3015	1400	B. Namik (PPI) → P. Sarkun (PB) → Pengecer (Luar kota)
56	Bambang	Krajan	2970	1400	P. Kayat (PPI) → P. Toha (PB) → Pengecer (Luar kota)
57	Wagianto	Krajan	3570	1450	P. Kayat (PPI) → P. Toha (PB) → Pengecer (Luar kota)
58	Misjan	Krajan	3960	1400	Endang (PPI) → P. Sarkun (PB) → Pengecer (Luar kota)
59	Hadi	Darungan	1485	1350	B. Welas (PPI) → P. Toha (PB) → Pengecer (Luar kota)
60	Sutris	Darungan	3366	1350	B. Atun (PPI) → P. Sarkun (PB) → Pengecer (Luar kota)

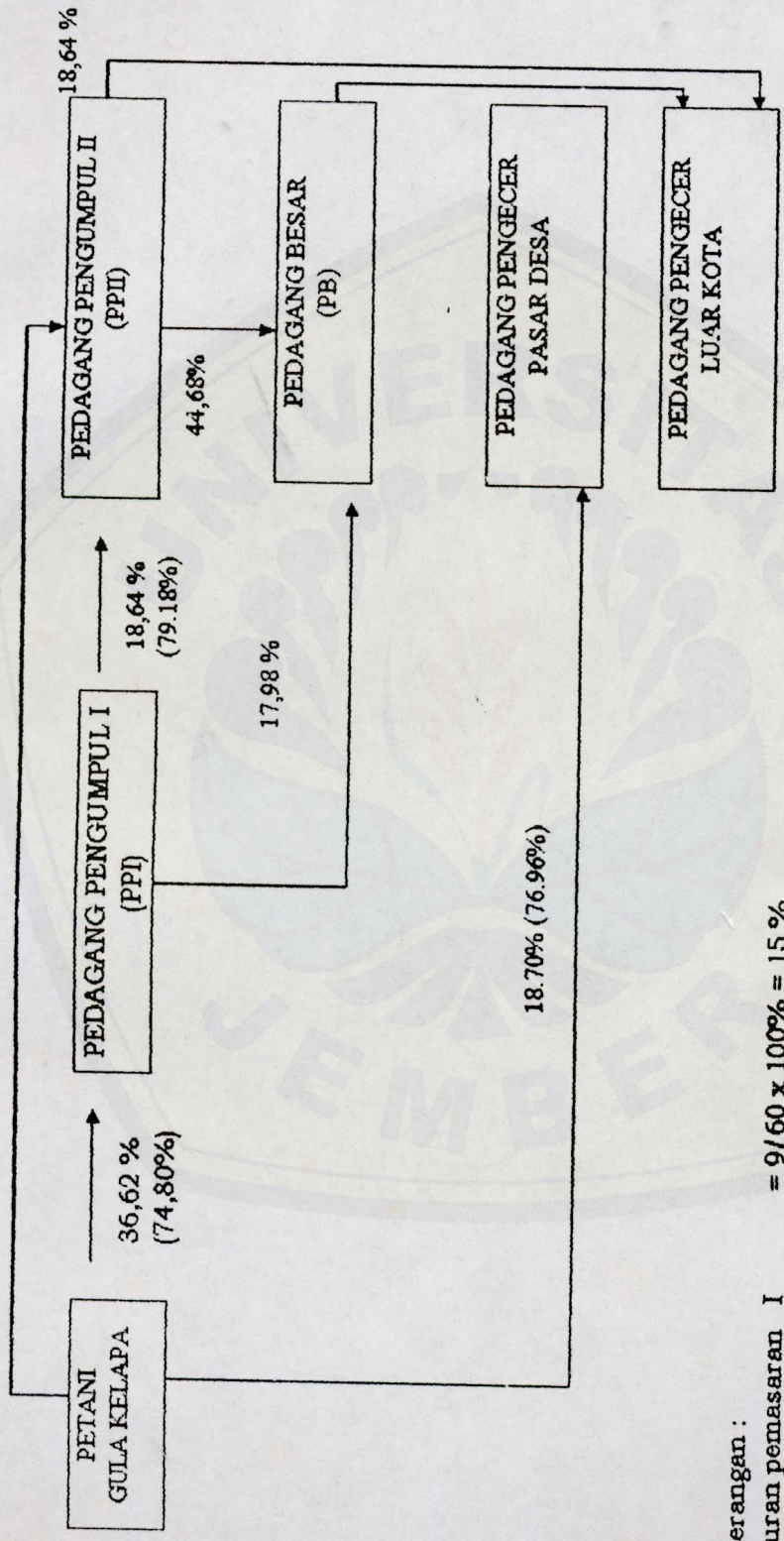
Sumber : Data primer diolah tahun 1999

Lampiran 10 : Tabel Harga Jual Pedagang Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999.

No	Nama	Status	Harga Jual (Rp/Kg)							Rata-rata
			1	2	3	4	5	6	7	
1	P.Sardi	PPI	1450	1450	1500	1500	1500	1475	1478,57	
2	B.Welas	PPI	1500	1500	1500	1500	1450	1475	1478,57	
3	B.Atun	PPI	1500	1500	1500	1500	1500	1450	1485,71	
4	P.Putut	PPI	1450	1450	1500	1500	1500	1450	1471,42	
5	P.Dasmo	PPI	1450	1450	1500	1500	1475	1450	1467,85	
6	P.Kardi	PPI	1500	1500	1500	1500	1450	1450	1478,57	
7	Endang	PPII	1650	1650	1700	1700	1650	1650	1664,28	
8	B.Surip	PPII	1700	1700	1750	1750	1700	1700	1714,28	
9	B.Murtini	PPII	1650	1650	1700	1700	1700	1700	1685,71	
10	P.Camuk	PPII	1650	1650	1700	1700	1700	1650	1671,42	
11	B.Nanik	PPII	1700	1700	1700	1700	1750	1700	1714,28	
12	P.Kayat	PPII	1650	1650	1650	1700	1700	1750	1692,28	
13	P.Sarkun	PB	1800	1800	1850	1850	1850	1800	1821,42	
14	P.Toha	PB	1800	1800	1800	1850	1850	1850	1828,51	
15	P.Lokan	PB	1800	1800	1800	1800	1800	1850	1814,28	
16	Budi	Pengecer	1800	2000	2000	2000	2000	1850	1907,14	
17	B.Waras	Pengecer	2000	2000	2000	2000	2000	1850	1935,71	
18	B.Marti	Pengecer	2000	2000	2000	2000	2000	1850	1935,71	
19	B.Murni	Pengecer	1850	1850	2000	2000	2000	1850	1892,85	
20	B.Mesti	Pengecer	1850	2000	2000	1850	1850	1850	1892,85	

Sumber : Data primer diolah tahun 1999

Lampiran 11 : Saluran Pemasaran Gula Kelapa di Desa Sempu dan Kapasitas Gula Kelapa yang Dapat Diserap Lembaga Pemasaran Pada Tiap-Tiap Saluran Pemasaran
44,68 % (77,69%)



Keterangan :

- Saluran pemasaran I = $9/60 \times 100\% = 15\%$
- Saluran pemasaran II = $12/60 \times 100\% = 20\%$
- Saluran pemasaran III = $10/60 \times 100\% = 16,67\%$
- Saluran pemasaran IV = $29/60 \times 100\% = 48,33\%$

Angka di dalam tanda kurung adalah besarnya share harga yang diterima oleh pengusaha gula kelapa.
Sumber : Data primer diolah tahun 1999

Lampiran 12 : Tabel Distribusi Margin, Share Harga Serta Rasio Keuntungan dan Biaya Pemasaran Pada Saluran Pemasaran I.

Lembaga	Rp/Kg	DM (%)	Share (%)	K/BP
1. Petani gula kelapa				
a. Harga jual	1472,23		76,96	
2. Pedagang pengecer				17,52
a. Harga beli	1472,23			
b. Biaya pengemasan	23,78	5,39	1,24	
c. Harga jual	1912,85			
d. Keuntungan	416,84	94,61	21,80	
Margin pemasaran	440,62	100	100	

Sumber : Data primer diolah Tahun 1999

Lampiran 13 : Tabel Distribusi Margin, Share Harga Serta Rasio Keuntungan dan Biaya Pemasaran Pada Saluran Pemasaran II.

Lembaga	Rp/KG	DM (%)	Share (%)	K/BP
1. Petani gula kelapa				
a. Harga jual	1362,50		74,80	
2. PPI				8,46
a. Harga beli	1362,50			
b. Biaya transportasi	12,08	2,63	0,66	
c. Harga jual	1476,78	22,26		
d. Keuntungan	102,20	22,26	5,61	
3. Pedagang besar				2,22
a. Harga beli	1476,78			
b. Biaya transportasi	35	7,62	1,92	
c. Biaya pengemasan	52	11,33	2,85	
d. Biaya penyortiran	10	2,18	0,55	
e. Biaya tenaga kerja	10	2,18	0,55	
f. Harga jual	1821,42			
g. Keuntungan	237,64	51,80	15,06	
Margin pemasaran	458,92	100	100	

Sumber : Data primer diolah tahun 1999

Lampiran 14 : Tabel Distribusi Margin, Share Harga Serta Rasio Keuntungan dan Biaya Pemasaran Pada Saluran Pemasaran III.

Lembaga	Rp/Kg	DM (%)	Share (%)	K/BP
1. Petani gula kelapa				
a. Harga jual	1338,63		79,18	
2. PPI				10,26
a. Harga beli	1338,63			
b. Biaya transportasi	12,27	3,48	0,73	
c. Harga jual	1476,78			
d. Keuntungan	125,89	35,77	7,45	
3. PP II				0,95
a. Harga beli	1476,78			
b. Biaya pengemasan	50	14,20	2,95	
c. Biaya transportasi	42,5	12,07	2,51	
d. Biaya penyortiran	10	2,84	0,59	
e. Biaya tenaga kerja	7	1,99	0,42	
f. Harga jual	1690,54			
g. Keuntungan	104,26	29,65	6,17	
Margin pemasaran	351,91	100	100	

Sumber : Data primer diolah tahun 1999

Lampiran 15 : Tabel distribusi margin, share harga serta rasio keuntungan dan biaya pemasaran pada saluran pemasaran IV.

Lembaga	Rp/Kg	DM (%)	Share (%)	K/BP
1. Petani gula kelapa				
a. Harga jual	1415,17		77,69	
2. PPII				4,26
a. Harga beli	1415,17			
b. Biaya pengemasan	22	5,42	1,20	
c. Biaya transportasi	13,3	3,27	0,73	
d. Biaya penyortiran	10	2,46	0,55	
e. Biaya tenaga kerja	7	1,73	0,38	
f. Harga jual	1690,54			
g. Keuntungan	223,07	54,9	12,25	
3. Pedagang besar				0,22
a. Harga beli	1690,54			
b. Biaya transportasi	35	8,61	1,92	
c. Biaya pengemasan	52	12,8	2,85	
d. Biaya penyortiran	10	2,46	0,55	
e. Biaya tenaga kerja	10	2,46	0,55	
f. Harga jual	1821,42			
g. Keuntungan	23,88	5,89	1,33	
Margin pemasaran	406,25	100	100	

Sumber : Data Primer diolah tahun 1999

Lampiran 16 :Analisa SWOT Pada Agroindustri Gula Kelapa di Desa Sempu Tahun 1999.

Kekuatan	Kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi agroindustri yang strategis, dekat dengan sumber bahan baku, pasar (pedagang), dan sarana transportasi yang baik. 2. Kualitas gula kelapa baik. 3. Produksi gula kelapa mempunyai kecenderungan yang tetap (kontinyu). 4. Potensi wilayah yang sesuai/ mendukung usaha agroindustri gula kelapa. 5. SDM (petani gula kelapa) mempunyai ketrampilan yang cukup tinggi dalam melaksanakan proses produksi. 6. Kepastian peinasaran gula kelapa ke pedagang yang ada di wilayah tersebut. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya modal yang dimiliki oleh petani gula kelapa untuk melaksanakan usaha sehingga petani gula kelapa sering terjerat sistem hutang pada pedagang pengumpul yang ada. 2. Kegiatan manajemen yang kurang baik. 3. Tidak adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh petani dalam usahanya. 4. Harga ditentukan oleh pedagang, sehingga petani sering dirugikan. 5. Pembagian keuntungan yang kurang merata antara lembaga pemasaran yang terkait dengan pengusaha gula kelapa.
Peluang	Ancaman
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan penduduk yang meningkat, sehingga kebutuhan akan pemanis juga meningkat 2. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung ingin mengkonsumsi barang-barang yang alami (bukan pemanis buatan). 3. Tidak ada peraturan pemerintah yang membatasi pemasaran gula kelapa. 4. Potensi wilayah yang mendukung kegiatan pemasaran gula kelapa. 5. Adanya penyuluhan atau pengarahan dan bantuan bagi petani gula kelapa dari instansi yang terkait. 6. Prasarana perhubungan yang baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya barang substitusi (pemis buatan dan gula tebu/gula pasir). 2. Rendahnya tingkat teknologi yang digunakan baik oleh petani gula kelapa maupun oleh lembaga pemasaran. 3. Kondisi politik dan ekonomi negara yang tidak stabil sehingga kurang dapat menjamin kepastian usaha. 4. Persaingan yang kuat antar lembaga pemasaran yang ada. 5. Sebagian besar lembaga pemasaran yang terkait masih kurang dapat mengelola usahanya dengan baik.

Lampiran 17 : Daftar Nilai Pembobotan Pada Tabel EFAS

No	Nama	Nilai Pembobotan											Jumlah
		Pertumbuhan Penduduk	Perubahan Pola Komsumsi	Perairan Pemsintah	Potensi Wilayah	Kegiatan Penubahan Perhubungan	Sarana Perhubungan	Barang Substansi	Tingkat Teknologi	Kondisi Politik dan Ekonomi	Tingkat Persaingan	Pendidikan SDM	
1	Solikin	0,04	0,06	0,07	0,21	0,020	0,14	0,11	0,05	0,16	0,08	0,06	1,00
2	Sardi	0,05	0,06	0,07	0,20	0,010	0,16	0,11	0,05	0,15	0,10	0,05	1,00
3	Ponjo	0,05	0,03	0,07	0,19	0,020	0,15	0,12	0,04	0,15	0,12	0,06	1,00
4	Supangat	0,04	0,04	0,08	0,22	0,010	0,16	0,10	0,05	0,16	0,10	0,04	1,00
5	Sumari	0,05	0,05	0,10	0,20	0,010	0,16	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	1,00
6	Mustamat	0,03	0,05	0,10	0,20	0,010	0,15	0,11	0,05	0,15	0,09	0,06	1,00
7	Bibit	0,06	0,05	0,08	0,01	0,020	0,15	0,11	0,04	0,14	0,10	0,05	1,00
8	Gito	0,04	0,06	0,09	0,21	0,009	0,15	0,10	0,04	0,14	0,09	0,06	1,00
9	Misi	0,05	0,03	0,09	0,21	0,020	0,14	0,10	0,05	0,16	0,10	0,05	1,00
10	Yakup	0,05	0,05	0,11	0,20	0,010	0,14	0,10	0,05	0,14	0,09	0,06	1,00
11	Tumujan	0,05	0,05	0,11	0,20	0,010	0,14	0,09	0,05	0,14	0,09	0,06	1,00
12	Janyah	0,06	0,06	0,09	0,20	0,010	0,15	0,09	0,04	0,14	0,11	0,05	1,00
13	Sabjo	0,04	0,05	0,08	0,22	0,020	0,15	0,09	0,05	0,14	0,10	0,05	1,00
14	Si's	0,04	0,04	0,08	0,22	0,009	0,16	0,09	0,05	0,14	0,11	0,04	1,00
15	Wagunin	0,04	0,04	0,08	0,22	0,010	0,16	0,10	0,05	0,14	0,10	0,06	1,00
16	Wagran	0,03	0,05	0,09	0,22	0,020	0,16	0,10	0,06	0,15	0,10	0,05	1,00
17	Sugyo	0,03	0,05	0,11	0,19	0,020	0,16	0,10	0,05	0,15	0,11	0,04	1,00
18	Slamet	0,05	0,05	0,12	0,19	0,009	0,16	0,10	0,05	0,15	0,11	0,05	1,00
19	Sumadi	0,05	0,05	0,10	0,20	0,010	0,15	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	1,00
20	Wagiso	0,05	0,06	0,09	0,20	0,010	0,15	0,09	0,04	0,16	0,10	0,05	1,00
21	Boiran	0,05	0,04	0,09	0,20	0,020	0,15	0,09	0,05	0,16	0,10	0,05	1,00
22	Mujo	0,04	0,05	0,10	0,21	0,009	0,15	0,11	0,05	0,15	0,10	0,05	1,00
23	Miskun	0,04	0,06	0,09	0,21	0,009	0,14	0,11	0,05	0,15	0,11	0,04	1,00
24	Museni	0,04	0,05	0,10	0,19	0,010	0,14	0,11	0,05	0,15	0,11	0,04	1,00
25	Rivaji	0,04	0,06	0,08	0,21	0,010	0,15	0,10	0,05	0,14	0,11	0,05	1,00
26	Sanyono	0,03	0,05	0,09	0,22	0,010	0,16	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	1,00
27	Misnadi	0,03	0,04	0,09	0,22	0,020	0,16	0,10	0,05	0,14	0,10	0,05	1,00
28	Sutomo	0,05	0,05	0,12	0,22	0,010	0,16	0,10	0,05	0,14	0,10	0,05	1,00
29	Mispan	0,05	0,05	0,11	0,19	0,020	0,14	0,11	0,04	0,14	0,11	0,05	1,00
30	Badeno	0,05	0,05	0,10	0,19	0,010	0,14	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	1,00
31	Basran	0,05	0,06	0,10	0,20	0,010	0,15	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	1,00
32	Kairan	0,05	0,05	0,12	0,20	0,010	0,15	0,10	0,04	0,14	0,10	0,05	1,00
33	Tumirin	0,04	0,06	0,09	0,20	0,010	0,15	0,09	0,05	0,15	0,09	0,06	1,00
34	Kali	0,05	0,04	0,09	0,21	0,020	0,14	0,09	0,05	0,15	0,09	0,06	1,00

Nilai Pembobotan

No	Nama	Pertumbuhan Penduduk	Perubahan Pola Konsumsi	Peraturan Pemerintah	Potensi Wilayah	Kegiatan Penyaluran	Sarana Perhubungan	Barang Substitusi	Tingkat		Kondisi Politik dan Ekonomi	Tingkat Persaingan	Fondidikan		Jumlah
									Teknologi	Persaingan			SDM	SDM	
35	Podo	0,05	0,05	0,08	0,21	0,020	0,14	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	0,05	1,00	
36	Sunarno	0,05	0,05	0,08	0,21	0,020	0,14	0,10	0,05	0,15	0,10	0,05	0,05	1,00	
37	Sanen	0,06	0,05	0,09	0,20	0,010	0,14	0,10	0,04	0,15	0,10	0,06	0,06	1,00	
38	Untung	0,06	0,06	0,10	0,20	0,010	0,14	0,09	0,04	0,14	0,10	0,06	0,06	1,00	
39	Legunen	0,06	0,04	0,09	0,21	0,010	0,15	0,10	0,05	0,15	0,10	0,04	0,04	1,00	
40	Kasdi	0,05	0,04	0,09	0,21	0,020	0,14	0,10	0,05	0,15	0,09	0,04	0,04	1,00	
41	Soleh	0,05	0,05	0,07	0,21	0,020	0,14	0,11	0,05	0,14	0,09	0,05	0,05	1,00	
42	Yani	0,06	0,05	0,08	0,21	0,010	0,15	0,11	0,05	0,14	0,10	0,05	0,05	1,00	
43	Misni	0,06	0,05	0,09	0,20	0,010	0,15	0,10	0,04	0,14	0,10	0,06	0,06	1,00	
44	Mustrain	0,06	0,03	0,08	0,20	0,010	0,15	0,10	0,03	0,15	0,10	0,06	0,06	1,00	
45	Supri	0,05	0,04	0,07	0,22	0,020	0,16	0,10	0,03	0,15	0,10	0,05	0,05	1,00	
46	Iyat	0,05	0,05	0,10	0,20	0,010	0,15	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	0,05	1,00	
47	Atim	0,05	0,03	0,09	0,22	0,009	0,15	0,10	0,03	0,15	0,09	0,04	0,04	1,00	
48	Samsun	0,05	0,06	0,08	0,21	0,009	0,15	0,10	0,05	0,14	0,09	0,04	0,04	1,00	
49	Wans	0,06	0,04	0,07	0,21	0,009	0,15	0,10	0,05	0,14	0,11	0,05	0,05	1,00	
50	Sukemi	0,06	0,04	0,07	0,21	0,010	0,16	0,10	0,03	0,15	0,10	0,05	0,05	1,00	
51	Rusnujan	0,05	0,05	0,08	0,21	0,010	0,16	0,11	0,03	0,14	0,10	0,05	0,05	1,00	
52	Suraji	0,05	0,05	0,09	0,21	0,009	0,15	0,10	0,03	0,15	0,10	0,05	0,05	1,00	
53	Paeran	0,05	0,05	0,09	0,20	0,009	0,15	0,10	0,05	0,15	0,09	0,06	0,06	1,00	
54	Tuntut	0,04	0,05	0,11	0,20	0,020	0,15	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	0,05	1,00	
55	Suwarno	0,06	0,04	0,10	0,20	0,009	0,15	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	0,05	1,00	
56	Bambang	0,05	0,04	0,10	0,21	0,010	0,15	0,09	0,05	0,14	0,10	0,06	0,06	1,00	
57	Wagianto	0,05	0,06	0,10	0,21	0,010	0,14	0,09	0,05	0,14	0,10	0,05	0,05	1,00	
58	Misjan	0,04	0,05	0,10	0,21	0,020	0,14	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	0,05	1,00	
59	Hadi	0,06	0,06	0,09	0,20	0,009	0,15	0,10	0,04	0,14	0,10	0,05	0,05	1,00	
60	Sutris	0,06	0,05	0,09	0,20	0,009	0,15	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	0,05	1,00	
	Jumlah	3,00	3,00	6,00	12,00	0,600	9,00	6,00	2,40	9,00	6,00	3,00	3,00	60,00	
	Kata-Rata	0,05	0,05	0,10	0,20	0,010	0,15	0,10	0,04	0,15	0,10	0,05	0,05	1,00	

Sumber : Data primer diolah tahun 1999

Lampiran 18 : Daftar Nilai Pembobotan Pada Tabel IFAS

No	Nama	Nilai Pembobotan											Sistem Distribusi	Jumlah
		Lokasi Agrodindustri	Kualitas Produk	Kuantitas Produksi	Potensi Wilayah	Keirampilan SDM	Pemasaran	Modal	Pendidikan Petani Gula Kelapa	Promosi	Harga			
1	Solikin	0,15	0,15	0,09	0,11	0,05	0,04	0,15	0,10	0,010	0,11	0,04	1,00	
2	Sardi	0,15	0,14	0,09	0,11	0,06	0,04	0,15	0,10	0,010	0,11	0,04	1,00	
3	Pomije	0,14	0,14	0,10	0,11	0,06	0,05	0,14	0,10	0,010	0,10	0,05	1,00	
4	Supangat	0,14	0,15	0,10	0,11	0,06	0,05	0,14	0,09	0,009	0,10	0,05	1,00	
5	Suman	0,15	0,15	0,10	0,10	0,05	0,05	0,15	0,09	0,009	0,10	0,05	1,00	
6	Mustamat	0,15	0,15	0,09	0,10	0,05	0,06	0,15	0,09	0,020	0,10	0,04	1,00	
7	Bibit	0,15	0,16	0,09	0,10	0,05	0,06	0,15	0,09	0,200	0,09	0,04	1,00	
8	Gito	0,15	0,16	0,09	0,10	0,06	0,06	0,16	0,09	0,020	0,09	0,04	1,00	
9	Misri	0,16	0,16	0,10	0,11	0,06	0,04	0,14	0,10	0,010	0,11	0,06	1,00	
10	Yakup	0,16	0,14	0,10	0,11	0,06	0,04	0,14	0,10	0,010	0,09	0,05	1,00	
11	Tumujan	0,16	0,14	0,10	0,11	0,05	0,04	0,15	0,09	0,090	0,10	0,05	1,00	
12	Jaryah	0,15	0,14	0,11	0,10	0,05	0,06	0,15	0,09	0,010	0,10	0,05	1,00	
13	Sarjo	0,15	0,15	0,11	0,10	0,05	0,06	0,14	0,09	0,010	0,09	0,05	1,00	
14	Si's	0,15	0,15	0,11	0,10	0,04	0,06	0,14	0,10	0,020	0,10	0,04	1,00	
15	Wagamin	0,14	0,15	0,11	0,10	0,04	0,06	0,14	0,10	0,020	0,10	0,04	1,00	
16	Wagran	0,14	0,15	0,10	0,11	0,04	0,05	0,16	0,09	0,010	0,10	0,04	1,00	
17	Sugyo	0,16	0,14	0,10	0,11	0,04	0,05	0,16	0,09	0,010	0,09	0,05	1,00	
18	Slamet	0,15	0,15	0,10	0,10	0,05	0,05	0,15	0,08	0,010	0,10	0,05	1,00	
19	Sumadi	0,15	0,15	0,10	0,09	0,05	0,06	0,15	0,08	0,010	0,09	0,05	1,00	
20	Wagiso	0,15	0,15	0,09	0,09	0,06	0,06	0,15	0,08	0,009	0,09	0,05	1,00	
21	Borran	0,15	0,16	0,09	0,09	0,06	0,06	0,15	0,10	0,090	0,09	0,04	1,00	
22	Mujo	0,16	0,16	0,09	0,09	0,06	0,05	0,14	0,10	0,009	0,11	0,04	1,00	
23	Miskun	0,16	0,16	0,10	0,09	0,04	0,05	0,14	0,08	0,020	0,10	0,05	1,00	
24	Museni	0,16	0,15	0,10	0,09	0,04	0,05	0,14	0,08	0,020	0,10	0,05	1,00	
25	Ryaji	0,15	0,15	0,10	0,10	0,04	0,04	0,16	0,09	0,010	0,10	0,05	1,00	
26	Samyone	0,15	0,15	0,11	0,10	0,04	0,04	0,16	0,09	0,010	0,09	0,06	1,00	
27	Misrudi	0,15	0,15	0,11	0,10	0,05	0,04	0,16	0,10	0,010	0,10	0,04	1,00	
28	Sutomo	0,14	0,16	0,11	0,11	0,05	0,04	0,16	0,10	0,010	0,09	0,05	1,00	
29	Mispan	0,14	0,16	0,10	0,11	0,05	0,05	0,15	0,10	0,010	0,09	0,05	1,00	
30	Badeno	0,16	0,14	0,09	0,11	0,05	0,06	0,16	0,08	0,010	0,09	0,05	1,00	
31	Basran	0,15	0,15	0,10	0,10	0,05	0,05	0,15	0,08	0,010	0,10	0,05	1,00	
32	Katran	0,16	0,14	0,10	0,09	0,06	0,05	0,15	0,08	0,010	0,10	0,05	1,00	
33	Tumicin	0,16	0,15	0,10	0,10	0,06	0,05	0,15	0,10	0,020	0,09	0,04	1,00	
34	Kahl	0,16	0,15	0,10	0,10	0,05	0,04	0,15	0,09	0,010	0,10	0,05	1,00	

No	Nama	Nilai Pembobotan													Sistem Distribusi	Jumlah
		Lokasi Agribudidistri	Kualitas Produk	Kuantitas Produksi	Potensi Wilayah	Ketrampilan SDM	Pemasaran	Modal	Fendudikan Petani Gula Kelapa	Promosi	Harga					
35	Podo	0,15	0,15	0,10	0,10	0,05	0,05	0,15	0,09	0,009	0,10	0,04	1,00			
36	Sumarno	0,15	0,15	0,09	0,10	0,06	0,05	0,16	0,10	0,010	0,09	0,05	1,00			
37	Sanen	0,15	0,14	0,09	0,11	0,06	0,05	0,16	0,08	0,010	0,09	0,05	1,00			
38	Untung	0,14	0,16	0,10	0,11	0,05	0,05	0,14	0,09	0,020	0,09	0,05	1,00			
39	Lepinen	0,15	0,15	0,10	0,09	0,15	0,04	0,16	0,09	0,020	0,10	0,04	1,00			
40	Kasdi	0,16	0,15	0,11	0,09	0,05	0,06	0,16	0,09	0,010	0,10	0,05	1,00			
41	Soleh	0,16	0,16	0,10	0,09	0,06	0,06	0,16	0,10	0,009	0,11	0,06	1,00			
42	Yani	0,16	0,16	0,10	0,09	0,06	0,06	0,16	0,09	0,009	0,11	0,06	1,00			
43	Misni	0,15	0,15	0,10	0,10	0,05	0,05	0,15	0,09	0,020	0,10	0,05	1,00			
44	Musimin	0,15	0,15	0,10	0,10	0,05	0,05	0,15	0,09	0,010	0,10	0,05	1,00			
45	Supini	0,15	0,16	0,11	0,11	0,05	0,05	0,14	0,09	0,010	0,11	0,05	1,00			
46	Iyat	0,15	0,16	0,11	0,11	0,05	0,05	0,14	0,09	0,010	0,11	0,05	1,00			
47	Atun	0,14	0,16	0,09	0,10	0,04	0,04	0,14	0,10	0,003	0,10	0,05	1,00			
48	Samsun	0,14	0,16	0,09	0,10	0,05	0,05	0,14	0,09	0,009	0,09	0,05	1,00			
49	Wanis	0,15	0,15	0,10	0,10	0,05	0,05	0,15	0,09	0,010	0,10	0,05	1,00			
50	Sukemi	0,14	0,15	0,10	0,10	0,05	0,04	0,15	0,10	0,010	0,10	0,05	1,00			
51	Rusminan	0,15	0,15	0,10	0,09	0,05	0,04	0,15	0,10	0,010	0,09	0,05	1,00			
52	Suraji	0,15	0,15	0,09	0,09	0,06	0,06	0,15	0,09	0,010	0,10	0,05	1,00			
53	Paeran	0,15	0,14	0,09	0,10	0,06	0,06	0,14	0,09	0,010	0,10	0,04	1,00			
54	Tuntut	0,15	0,16	0,09	0,10	0,05	0,06	0,14	0,09	0,010	0,09	0,05	1,00			
55	Suwarno	0,15	0,16	0,10	0,10	0,04	0,06	0,14	0,09	0,010	0,10	0,05	1,00			
56	Bambang	0,15	0,15	0,10	0,10	0,05	0,05	0,15	0,09	0,010	0,09	0,05	1,00			
57	Wagianto	0,14	0,15	0,09	0,11	0,04	0,05	0,15	0,09	0,020	0,10	0,05	1,00			
58	Misian	0,14	0,14	0,11	0,11	0,04	0,06	0,14	0,10	0,010	0,10	0,05	1,00			
59	Hadi	0,16	0,14	0,11	0,10	0,05	0,04	0,15	0,09	0,020	0,10	0,04	1,00			
60	Sutris	0,16	0,14	0,10	0,10	0,05	0,04	0,15	0,10	0,010	0,10	0,05	1,00			
	Jumlah	9,00	9,00	6,00	6,00	3,00	3,00	9,00	5,40	0,600	6,00	3,00	60,00			
	Rata-Rata	0,15	0,15	0,10	0,10	0,05	0,05	0,15	0,09	0,010	0,10	0,05	1,00			

Sumber : Data primer diolah, tahun 1999

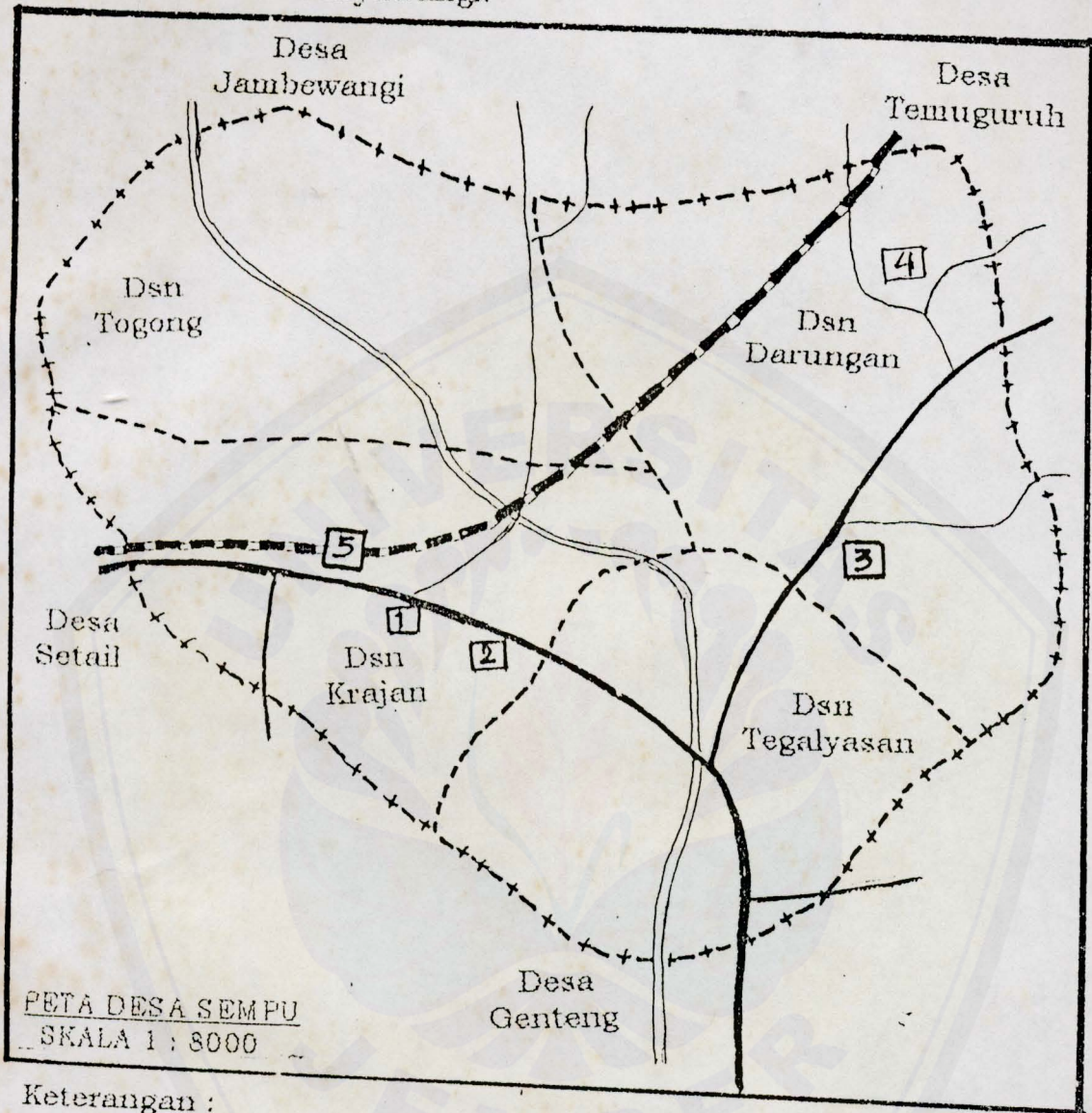
Lampiran 19 : Tabel IFAS

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
Kekuatan			
1. Lokasi agroindustri yang strategis.	0.15	4	0.6
2. Kualitas gula kelapa baik.	0.15	4	0.6
3. Produksi gula kelapa mempunyai kecenderungan yang tetap (kontinyu).	0.10	3	0.3
4. Potensi wilayah yang sesuai/ mendukung usaha agroindustri gula kelapa.	0.10	4	0.4
5. SDM (petani gula kelapa) mempunyai ketrampilan yang cukup tinggi dalam melaksanakan proses produksi.	0.05	3	0.15
6. Kepastian pemasaran gula kelapa ke pedagang yang ada di wilayah tersebut.	0.05	3	0.15
Jumlah			2.2
Kelemahan			
1. Minimnya modal yang dimiliki oleh petani gula kelapa.	0.15	1	0.15
2. Sebagian besar petani gula kelapa berpendidikan rendah.	0.09	2	0.18
3. Tidak adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh petani dalam usahanya.	0.01	2	0.02
4. Harga ditentukan oleh pedagang, sehingga petani sering dirugikan.	0.10	1	0.10
5. Sistem distribusi yang kurang menguntungkan petani gula kelapa.	0.05	2	0.10
Total	1.00		0.55

Lampiran 20 : Tabel EFAS

FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
Peluang			
1. Pertumbuhan penduduk yang meningkat, sehingga kebutuhan akan pemanis juga meningkat	0.05	3	0.15
2. Perubahan pola konsumsi masyarakat.	0.05	3	0.15
3. Tidak ada peraturan pemerintah yang membatasi pemasaran gula kelapa.	0.1	4	0.4
4. Potensi wilayah yang mendukung kegiatan pemasaran gula kelapa.	0.2	4	0.8
5. Adanya penyuluhan atau pengarahan dan bantuan bagi petani gula kelapa dari instansi yang terkait.	0.01	3	0.03
6. Prasarana perhubungan yang baik	0.15	4	0.6
Jumlah			2.13
Ancaman			
1. Adanya barang substitusi (pemanis buatan dan gula tebu/gula pasir).	0.10	2	0.2
2. Rendahnya tingkat teknologi yang digunakan baik oleh petani gula kelapa maupun oleh lembaga pemasaran.	0.04	2	0.08
3. Kondisi politik dan ekonomi negara yang tidak stabil.	0.15	1	0.15
4. Persaingan yang kuat antar lembaga pemasaran yang ada.	0.10	1	0.10
5. Sebagian besar SDM dalam lembaga pemasaran yang terkait masih berpendidikan rendah.	0.05	2	0.10
Total	1.00		0.63

Lampiran 21 : Peta Desa Sempu Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.



PETA DESA SEMPU
SKALA 1 : 8000

Keterangan :

- | | | | |
|---|------------------------|---------|------------------|
| 1 | Masjid | +-+--+ | Batas Desa |
| 2 | Kantor Desa Sempu | — | Jalan Desa |
| 3 | Koramil | —+—+— | Jalan Kereta Api |
| 5 | Stasiun Kalisetail | - - - - | Batas Dusun |
| — | Jalan Aspal | == | Sungai |
| 4 | Kantor Kecamatan Sempu | | |