

ANALISIS PEMASARAN GULA AREN DI DESA PANGU SATU KABUPATEN MINAHASA TENGGERA

Herlina Wakerkwa⁽¹⁾, Hengki D. Walangitan⁽²⁾, Johnny S. Tasirin

Program Studi Ilmu Kehutanan, Jurusan Budidaya Pertanian, Fakultas Pertanian

Universitas Sam Ratulangi, Manado

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran serta margin pemasaran gula aren di Desa Pangu Satu. Penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus sampai September 2017 menggunakan pendekatan survey dengan wawancara terhadap 11 responden yang terdiri dari Produsen, Pedagang Pengumpul dan Konsumen akhir melalui pengisian kuisioner dengan pertanyaan terbuka. Data dianalisis secara deskriptif untuk mendeskripsikan saluran pemasaran serta margin pemasaran. Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran yang didapatkan yaitu. Saluran pemasaran tipe I produsen -konsumen akhir, saluran pemasaran tipe II produsen - pedagang pengumpul - konsumen akhir dan saluran pemasaran tipe III produsen - pedagang pengumpul – supermarket - konsumen akhir. Selanjutnya analisis margin pemasaran tipe II diperoleh margin pemasaran bertubi-tubi sebesar 12% sampai 4% selanjutnya saluran pemasaran III diperoleh margin pemasaran bertubi-tubi sebesar 20% sampai 35%.

Kata Kunci : Analisis Saluran Pemasaran Gula Aren

MARKETING ANALYSIS AREN SUGAR IN PANGU SATU VILLAGE, MINAHASA TENGGERA

ABSTRACT

This study aims to describe the marketing channels and marketing margins of palm sugar in Pangu Satu Village. The study was conducted in August to September 2017 using a survey approach with interviews of 11 respondents consisting of producers, collecting traders and final consumers through filling out questionnaires with open questions. Data were analyzed descriptively to describe marketing channels and marketing margins. Furthermore, the results of the study showed that there were 3 marketing channels obtained, i.e. Marketing channel type I producers - final consumers, marketing channel type II producers - merchant traders - end consumers and marketing channel type III producers - merchant traders - supermarkets - end consumers. Furthermore, analysis of type II marketing margins obtained by a continuous marketing margin of 12% to 4%, then the marketing channel III obtained a barrage of marketing margins of 20% to 35%.

Key Words: Analysis of Palm Sugar Marketing Channels

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Undang-Undang HHBK No. P. 21/Menhut-II/2009. Hutan sebagai sistem sumberdaya alam memiliki potensi untuk memberi manfaat multiguna, disamping hasil kayu, hutan dapat memberi manfaat berupa hasil hutan bukan kayu dan lingkungan. Hasil riset menunjukkan bahwa hasil hutan kayu dari ekosistem hutan hanya sebesar 10 % sedangkan sebagian besar (90%) hasil lain berupa hasil hutan bukan kayu (HHBK) yang selama ini belum dikelola dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Aren atau Enau (*Arenga pinnata*), suku Arecaceae adalah termasuk tanaman kehutanan, hampir seluruh bagian tanaman dapat dimanfaatkan. Aren menghasilkan produk nonkayu berupa akar sebagai tali, pelepah sebagai bahan bangunan, empulurnya dijadikan sebagai sagu, daun sebagai atap rumah dan lidi sebagai kerajinan, buah sebagai kolang-kaling, serta nira sebagai gula aren. Akan tetapi hasil produksi aren yang banyak diusahakan oleh masyarakat di sekitar kawasan hutan adalah nira yang diolah untuk menghasilkan gula aren.

Manfaat ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat sebagai sumber pendapatan atau usaha bagi masyarakat yang berada di sekitar kawasan hutan. Aren dapat dimanfaatkan, baik berfungsi sebagai konservasi, maupun fungsi produksi yang menghasilkan berbagai komoditi yang mempunyai nilai ekonomi.

Nilai ekonomis yang dihasilkan oleh gula aren sangat tinggi, sebagian masyarakat di Desa Pangu Satu menjadikan gula aren sebagai suatu usaha atau pendapatan mereka. Hal ini disebabkan karena adanya pasar gula aren yang sangat terbuka sehubungan dengan meningkatnya kebutuhan konsumsi gula aren. Desa Pangu merupakan salah satu Desa yang terletak di pingiran kawasan hutan yaitu kawasan hutan, hutan lindung gunung Kawatak dan gunung Seputan. Gula aren telah diolah secara turun-temurun dan menjadi salah satu komoditas andalan bagi petani di sekitar hutan.

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran dan margin pemasaran gula aren saat ini di Desa Pangu Satu Kabupaten Minahasa Tenggara.

1.3. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau masukan bagi petani untuk mengembangkan sektor

usaha atau pendapatan masyarakat yang ada di Desa Pangu Satu Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Pangu Satu Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara pada bulan Agustus – September 2017.

3.2. Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kamera digital, alat tulis menulis dan bahan kuisioner.

3.3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Dimana data primer diambil dari pengamatang langsung di lapangan, berupa wawancara dan kuisioner. Sedangkan data sekunder di dapat dari aparat desa terkait dan hasil kajian pustaka. Data sekunder meliputi gambaran umum lokasi serta data-data lainnya yang dapat menunjang penelitian. Responden diambil secara *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian menjadi besar. Sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden yang lainnya.

3.4. Variabel Pengamatan

Variable pengamatan yang telah dilaksanakan untuk melihat saluran pemasaran dan margin pemasaran gula aren antara lain :

- Mengidentifikasi produsen yang terkait langsung pada proses produksi gula aren.
- Mengetahui saluran pemasaran serta pihak-pihak yang terlibat dalam proses pemasaran gula aren
- Mengetahui margin pemasaran dan perbedaan harga pada setiap tingkat saluran pemasaran gula aren

3.5. Prosedur Pengamatan

a. Prasurevei

Kegiatan ini meliputi perizinan pada hukum tua serta melihat gambaran umum lokasi penelitian dan persiapan kuisioner untuk menetapkan responden.

b. Teknik Pengumpulan Data

Observasi dilakukan untuk mengamati aktifitas petani produsen yang memasarkan gula aren kemudian menentukan calon responden dan melakukan wawancara dengan responden menggunakan kuisioner.

3.6. Analisis Data

Data dilapangan yang diperoleh di tabulasi, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk melihat besar saluran pemasaran serta margin pemasaran gula aren Untuk mengitung rata-rata jumlah saluran pemasaran dengan banyaknya data yang digunakan. secara matematis, adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Margin absolut di dua tingkat harga}}{\text{Harga eceran akhir atau harga konsumen}} = M_{ij}/H_e$$

Dimana:

M_{ij} = margin dari perbedaan di dua tingkat lembaga pemasaran atau dua fungsi pemasaran yang berbeda.

H_e = harga eceran

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Desa Pangu Satu

Wilayah Desa Pangu Satu atau biasa dikenal dengan Desa Salak dan penghasil Gula Aren, yang merupakan dataran tinggi dengan ketinggian 600 mdpl. Jenis tanah di wilayah ini berwarna hitam dengan tekstur tanah berpasir dan debu. Topografi berbukit hingga dataran tinggi dengan tinggi kemiringan 0°-35°. Suhu udara rata-rata harian di Desa Pangu Satu 25 °C dengan kelembabang udara berkisar antara 21 %-28 % dan rata-rata curah hujan 20.03mm.

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Pangu Satu. Desa Pangu Satu terletak di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara dengan luas wilayah pemukiman 753 Ha. Secara administratif Desa Pangu Satu merupakan Desa yang berbatasan antara Langowan dan Ratahan Timur yang dibatasi oleh beberapa yaitu :

Sebelah Utara : Langowan

Sebelah Timur : Pangu Satu

Sebelah Selatan : Pangu Dua

Sebelah Barat : Perkampungan Kalatin

4.2. Profil Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran gula aren saat ini di Desa Pangu Satu. Sumber daya alam aren telah memberikan sumber pendapatan atau usaha yang mempunyai nilai ekonomi bagi sebagian masyarakat Pangu Satu. Produk yang dihasilkan oleh masyarakat Pangu Satu yaitu gula batu. Hal ini dapat dilihat dari potensi yang dapat memberikan keuntungan yang cukup maksimal.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 7 keluarga yang memiliki usaha tersebut responden ini terdiri dari 7 petani produsen 1 pedagang pengumpul 3 konsumen akhir. Usaha tersebut sudah lama dijalani dari hasil wawancara, diketahui bahwa jenis gula yang di produksi oleh petani produsen adalah gula batu, gula yang diproduksi juga begitu beragam sesuai kualitas

cetakan dan untuk dijual bahkan dikonsumsi pada makanan dan minuman karena kualitas gula batu bersih. Aren diperoleh dari kebun sendiri dan ada beberapa petani yang mengambilnya dari kebun keluarganya, namun jika pada pemasaran gula aren ada musim dimana produk tersebut paling banyak diproduksi pada bulan Juni dan paling sedikit pada bulan Februari petani tersebut menjual gula batu di pedangan pengumpul atau konsumen yang berada disekitar Desa Pangu Satu. Pengangkutan gula aren dari tempat masak petani produsen mengangkut produknya dengan berjalan kaki untuk menjual gula batu ke pedagang pengumpul selanjutnya penyadapan nira aren dilakukan pada aren yang sudah tua dengan usia 7 hingga 10 tahun.

Proses penyadapan dilakukan dua kali sehari, yakni pada pagi dan sore hari nira hasil sadapan yang diambil pada pagi hari hasilnya lebih banyak dari pada nira yang disadap pada sore hari, penyadapan pada pagi hari akan terisi sekitar lima liter sedangkan penyadapan pada sore hari akan terisi tiga liter nira, nira aren mudah menjadi asam, karena zat gula yang terkandung mudah terfermentasi oleh bakteri. maka gula yang akan dihasilkan menjadi asam. Air nira yang sudah dibawah ke tempat pemasakan akan langsung dimasak pada wajan/kuali. Lama pemasakan sekitar 4 hingga 5 jam,

tergantung bentuk tungku, bentuk wajan/kuali dan nira tersebut dimasak hingga menjadi gula. Nira aren yang dimasak menggunakan kayu api yang sedang saja sambil sesekali diaduk, buang buih yang keluar saat nira sudah mendidih. Membuang buih ini akan membuat gula bisa keras saat di cetak nantinya. Selanjutnya untuk atur cetakan petani produsen menggunakan potongan bambu atau batok kelapa dll.

4.3. Saluran Pemasaran Gula Aren

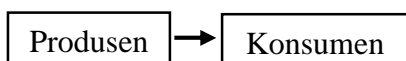
Berdasarkan hasil wawancara, para responden tidak mempromosikan produk mereka ke konsumen. namun responden petani produsen mengantar langsung produknya ke pedagang pengumpul, jika pedagang pengumpul kehabisan stok/produk, pedagang pengumpul yang langsung mendatangi petani produsen, produk tersebut diantar langsung oleh pedagang pengumpul jika ada pesanan dari luar Pangu Satu. Konsumen dalam hal ini adalah para konsumen yang membeli gula aren yang masih berada dalam batas Desa Pangu Satu Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara, sebab penelitian gula aren ini dibatasi hanya di Pangu Satu.

Penelitian ini dilakukan sampai pada tingkat konsumen yang ada di Pangu Satu. Sebelumnya diketahui ada sebelas responden yang terdiri dari tujuh petani

produsen, satu pedagang pengumpul dan tiga konsumen akhir. Saluran pemasaran yang digunakan dalam pemasaran gula aren sangat sederhana, pemasaran gula aren di Pangu Satu terdiri dari 3 saluran pemasaran dimana lembaga pemasaran terdiri dari produsen (petani gula aren), pedagang pengumpul (1) dan konsumen akhir (pemakai).

Ada beberapa saluran pemasaran yang di dapatkan dalam penelitian ini yaitu:

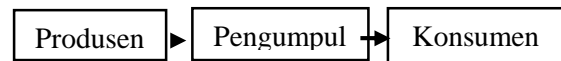
a. Saluran Pemasaran I. Proses penjualan ini petani produsen menjual langsung ke konsumen akhir dengan kisaran harga sebesar Rp. 11.000-15.000 perbatu, petani tersebut tidak mengeluarkan biaya transportasi karena konsumen akhir tersebut yang berada di Desa Pangu Satu terkadang konsumen akhir yang langsung mendatangi petani produsen untuk membeli gula batu tersebut.



Gambar saluran pemasaran I

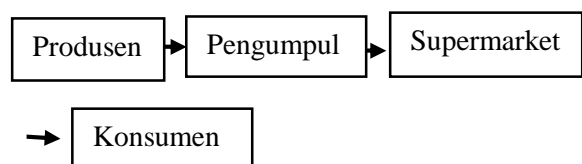
b. Saluran Pemasaran II. Petani (produsen) menjual gula batu kepada pedagan pengumpul dengan kisaran harga sebesar Rp 11.000-15.000 perbatu, kemudian pedagan pengumpul menjual gula batu tersebut kepada konsumen akhir yang berada di Desa Pangu Satu dengan harga sebesar Rp 15.000-17.000 perbatu. Pedagan pengumpul tidak biaya

pengangkutan karena petani (produsen) yang mengantar langsung produknya ke pedagan pengumpul yang berada di Desa Pangu Satu.



Gambar saluran pemasaran II

a. Saluran pemasaran III. Patani (produsen) menjual gula batu kepada pengumpul kemudian pengumpul kemudian pedagan pengumpul menjual gula batu tersebut ke setiap supermarket yang ada di kota Manado. Saluran pemasaran ini yaitu pedagang pengumpul yang ada di Desa Pangu Satu membeli gula batu yang di jual oleh petani dengan kisaran harga Rp. 11.000-15.000 perbatu, selanjutnya pedagang pengumpul menjual ke setiap supermarket yang ada di Kota Manado dengan harga gula batu sebesar Rp. 20.000 perbiji dan keuntungan yang di terima oleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 5000. Biaya transportasi yang di keluarkan pedagang pengumpul sebesar Rp. 200,000. Pada saluran pemasaran ini biaya pemasaran hanya di keluarkan oleh pedagang pengumpul, karena petani produsen datang sendiri mengantar gula batu tersebut ke pedagang pengumpul yang ada di Desa Pangu Satu.



Gambar saluran pemasaran III

4.4. Deskripsi Profil Responden Industri Rumah Tangga Gula Aren

Dalam penelitian ini terbagi atas tiga sampel yaitu, petani produsen sebanyak 7 orang. Pedagang pengumpul terdiri dari 1 orang dan konsumen akhir adalah 3 orang karakteristik setiap responden dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Deskripsi Responden Petani Produsen

No	Responden	Umur/ tahun	Jenis gula	Lama usaha tahun	Jumlah produksi biji/hari	Harga Rp/biji	jual
1	Produsen	55	Gula batu	20	5	11 000-15 000	
2	Produsen	47	Gula batu	18	25	11 000-15 000	
3	Produsen	41	Gula batu	5	5	15 000	
4	Produsen	58	Gula batu	10	5	15 000	
5	Produsen	48	Gula batu	15	20	11 000-15 000	
6	Produsen	58	Gula batu	20	10	15 000	
7	Industri RT	48	Gula batu	17	500	20 000	

Sumber : Data primer setelah diolah tahun 2017

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden produsen berusia antara 41 hingga 58 tahun, dengan usia paling muda atau rendah adalah 41 hingga 45 tahun dan paling tua adalah 47 hingga 58 tahun usaha ini sudah dilakukan selama 5 hingga 20 tahun. Tingkat pendidikan produsen yang paling rendah adalah tamatan sekolah dasar ada 3 orang yang lainnya sudah tamat SMP dan SMA.

Tabel 2. Deskripsi Responden Pedagang Pengumpul

No	Responden	Umur tahun	Lama usaha tahun	Lama menam pung hari	Harga beli Rp	Harga jual Rp/biji	Biaya pemasaran Rp
1	Pengumpul IRT	48	17	1-2	11 000-15 000	20 000	200 000

Sumber : Data primer setelah diolah tahun 2017

Pengalaman berdagang pedagang pengumpul adalah 17 tahun, pedagang pengumpul membeli gula batu langsung dari produsen. Pedagang pengumpul ini secara rutin membeli gula batu di produsen, terkadang suplai gula batu terbatas

di karenakan dimana musim tertentu produsen menghasilkan produk terbanyak hanya pada bulan Februari hingga Juni.

Tabel 3. Deskripsi Responden Pengguna Akhir

No	Responden	Umur tahun	Lama konsumsi tahun	Jenis gula yang dikonsumsi	Harga beli eceran Rp/biji
1	Konsumen	46	15	Gula batu	17 000
2	Konsumen	59	10	Gula batu	17 000
3	Konsumen	33	7	Gula batu	17 000

Sumber : Data primer setelah diolah tahun 2017.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap kesepuluh responden, diketahui bahwa dalam kegiatan penjualan gula aren di supermarket atau di pedagang pengumpul dalam bentuk satuan Rp perbiji, produk gula batu disediakan oleh petani dalam berbagai bentuk untuk dipasarkan, selanjutnya dari hasil wawancara di atas penjualan dari setiap bentuk gula batu yang dijual sangat beragam.

Tabel 4. Harga Saluran Pemasaran Gula Aren dan Margin

No	Saluran Pemasaran	Pedagang Pengumpul	Supermarket	Pengguna Akhir	Margin Pemasaran
1	Produsen			11000 – 15 000	
2	Produsen	11000-15 000		17000	
3	Produsen	11000-15 000	20000	22 500	5000

Sumber : Data primer setelah diolah tahun 2017

Tabel diatas memperlihatkan bahwa margin pemasaran atau selisih harga pada tingkat produsen dan pedagang pengumpul mengalami perbedaan harga, berdasarkan hasil penelitian ada tiga tipe saluran pemasaran yang di dapat namun saluran pemasaran I tidak dihitung marjin pemasaran, sedangkan saluran pemasaran II memiliki marjin pemasaran 12% sampai dengan 4% dan saluran pemasaran III memiliki marjin pemasaran 35%.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang di lakukan di Desa Pangu Satu Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara dapat di simpulkan bahwa terdapat 3 macam saluran pemasaran yang dipakai yaitu:

1. Saluran pemasaran I: Produsen, konsumen. Saluran pemasaran II: Produsen, Pedagan pengumpul, Konsumen akhir. Saluran pemasaran III: Produsen, Pedagan pengumpul, Supermarket, Konsumen akhir.
2. Saluran pemasaran I tidak dapat di hitung marjin pemasaran. Sedangkan saluran pemasaran II memiliki marjin pemasaran sebesar Rp 2000 sampai 6000 atau 12% sampai dengan 4 % dan saluran pemasaran III memiliki marjin pemasaran sebesar Rp 5000 atau 35 %.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S.dan Suhartati. 2000. Pengusahaan Hutan Aren Rakyat diDesa Umpunge Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng Sulawesi Selatan. Bulletin Penelitian Kehutanan 6 (2) : 59-70.
- Anindita, R.2004, Pemasaran Hasil Pertanian, Surabaya, Papyrus.
- Kaunang, M.H. dan Ending Martini. 2011. Menanam Aren Bukan Mitos Lagi World Agrofostry Centre. Kipra Agroforestry Vol.4 No.3 Desember 2011.
- Kotler, P. dan G. Amstronng. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid. Jakarta: Erlangga.
- Sudiyino, A. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang.
- Sunanto, H. 1993. Aren (Budidaya dan Multigunanya). Kanisius, Yogyakarta.
- Widyaningsih, T. S. dan Diniyati 2010. Kontribusi Ekonomi Dan Sistem Pemasaran Hasil Hutan Rakyat Pola Manafarma Majenang, Cilapap. Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan 7 (1) : 55-7.