

ANALISIS SALURAN PEMASARAN GULA AREN (ARENGA PINNATA)
(Studi Kasus di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes)

Oleh:

Roni Saeful Hidayat¹, Yus Rusman², Mochamad Ramdan³

^{1,3} Fakultas Pertanian Universitas Galuh

² Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Saluran pemasaran gula aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes; (2) Besarnya biaya dan keuntungan pemasaran gula aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes; (3) Besarnya margin pemasaran gula aren untuk setiap tingkatan lembaganya; (4) Besarnya bagian harga yang diterima perajin keseluruhan harga yang di bayar oleh konsumen; Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Dimana penelitian dilakukan dalam ruang alamiah atau bukan buatan dan penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data. Sampel yang sebagian diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Sampel pada penelitian ini yaitu seluruh perajin gula aren di Desa Capar sebanyak 30 orang, pedagang pengumpul 5 orang, pedagang besar 1 orang dan pedagang pengecer 6 orang.

- 1) Saluran pemasaran; a. Pedagang Pengumpul, pedagang pengumpul mendapatkan gula aren dengan cara membeli dari perajin gula aren. Pedagang pengumpul menerima gula aren dari perajin tiap harinya sekitar 276 kilogram, pedagang pengecer mendapatkan gula aren dari pengumpul kemudian dijual ke konsumen; b. Pedagang Besar, Pedagang besar mendapatkan gula aren dari pedagang pengumpul yang berada di Desa Capar kemudian memasarkan gula aren tersebut ke pedagang pengecer. Pedagang besar dan pengecer ini mendapatkan gula aren dari pedagang pengumpul tiap harinya sekitar 195 kilogram; c. Pedagang pengecer, Pedagang pengecer mendapatkan gula aren dari pedagang pengumpul tiap satu hari sekitar 81 kilogram. Pedagang pengecer dalam memasarkan gula aren mengeluarkan biaya untuk pengemasan dan transportasi.
- 2) Besarnya biaya dan keuntungan pemasaran; a. biaya untuk pengemasan (plastik) dan transportasi. Pada saluran I harga gula aren di konsumen ahir sebesar Rp 7.500 per kilogram dengan biaya total Rp 325 per kilogram dan keuntungan Rp 775 per kilogram. Pada saluran II harga gula aren di konsumen ahir sebesar Rp 7.600 per kilogram dengan biaya total Rp 454,53 per kilogram dan keuntungan Rp 945,47 per kilogram. Dalam hal ini perajin dapat dikatakan beruntung dalam pembuatan gula aren karena perajin tidak perlu membeli bahan bakunya yaitu nira aren perajin sudah memiliki bahan baku nira aren dari pohon arennya sendiri.
- 3) Besarnya margin pemasaran gula aren untuk setiap tingkatan lembaganya; margin total pemasaran pada saluran I sebesar Rp 1.100 per kilogram, dan margin total saluran II sebesar Rp 1400 per kilogram.
- 4) Besarnya bagian harga yang diterima perajin keseluruhan harga yang di bayar oleh konsumen; Saluran I Farmer's Share 85,3 persen dan saluran II Farmer's Share 81,6.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Gula Aren

PENDAHULUAN

Pohon aren merupakan jenis tumbuhan yang banyak hidup di bumi Indonesia. Awalnya, pohon aren ini merupakan tumbuhan yang tergolong tumbuhan hutan dan tidak dibudidayakan. Namun, karena fungsi dan manfaatnya yang besar, pohon ini mulai dijadikan tanaman budidaya di Indonesia. Dalam Bahasa Sunda, pohon aren disebut tangkal kawung, dalam bahasa Latin disebut Arengga

pinnata (*Wurmb*) Merill atau sinonimnya *Arenga saccharifera* Labill, famili *Arecaceae*, bakjuk (Aceh), Onau (Toraja, Sulawesi), Anau atau Neluluk atau anggong (Jawa), Mana atau Nawana (Ambon, Maluku), dan Hanau (Dayak, Kalimantan). Aren merupakan tumbuhan multiguna, memiliki banyak manfaat bagi kehidupan masyarakat. Pohon penghasil cairan manis ini juga memiliki fungsi dan peranan penting secara ekologis, ekonomi, sosial dan

budaya, khususnya dalam kehidupan Urang Sunda. Pohon aren sudah dikenal sejak lama oleh masyarakat Indonesia, khususnya perajin pedesaan Tatar Sunda. Tanaman aren tidak membutuhkan kondisi tanah yang spesifik, sehingga dapat tumbuh pada tanah-tanah liat, dan berpasir, tetapi aren tidak tahan pada tanah masam (pH tanah yang rendah). Aren dapat tumbuh pada ketinggian 0–1.400 meter di atas permukaan laut, pada berbagai agroekosistem dan mempunyai daya adaptasi yang tinggi terhadap lingkungan tumbuhnya. Namun yang paling baik pertumbuhannya pada ketinggian 500 – 700 meter di atas permukaan laut dengan curah hujan lebih dari 1.200-3.500 mm/tahun (Oldeman). Kelembaban tanah dan curah hujan yang tinggi berpengaruh dalam pembentukan mahkota daun tanaman aren. Untuk pertumbuhan dan produksi, tanaman aren membutuhkan suhu 20-25°C. Tanaman ini dapat tumbuh dengan baik di daerah pegunungan, lembah-lembah, dekat aliran sungai, daerah bergelombang dan banyak dijumpai di hutan. Karena itu, umumnya pohon aren dapat tumbuh di hampir setiap daerah di Indonesia (Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Tahun 2013).

Tingkat kebutuhan gula aren di Kabupaten Brebes selama lima Tahun terakhir 2010-2014, setiap tahunnya terus meningkat. Pada Tahun 2010 kebutuhan konsumsi gula aren sebanyak 512.250 kilogram dan pada Tahun 2014 meningkat menjadi 765.125 kilogram atau terjadi peningkatan rata-rata kebutuhan gula aren sebesar 637.280 kilogram.

Usaha pembuatan gula aren di Kecamatan Salem telah dimulai sejak Tahun 1970 dan setiap tahun produksi gula aren yang berasal dari wilayah ini menunjukkan peningkatan yang berarti. Perkembangan produksi gula aren di Kecamatan Salem pada Tabel 5 menunjukkan bahwa data yang ada, pada Tahun 2010 produksi gula aren di Kecamatan Salem sebanyak 139.985 kilogram, meningkat menjadi 147.516 kilogram, pada Tahun 2014 atau terjadi peningkatan sebesar 7.531 kilogram dengan rata-rata produksi sebanyak 144.154 kilogram.

Desa Capar merupakan salah satu daerah sentra gula aren di Kecamatan Salem Kabupaten Brebes. Hal ini karena di Desa Capar banyak tumbuh pohon aren sebanyak 1.340 pohon dengan jumlah produksi 75.514 kilogram dan pemilik lahan sebanyak 84 orang. Dari jumlah perajin gula aren di Desa Capar sebanyak 30 orang, maka Desa Capar mempunyai jumlah perajin gula aren terbanyak di bandingkan

dengan Desa yang lainnya (Dinas Pertanian Kehutanan dan Konservasi Tanah Kabupaten Brebes Tahun 2015).

Mengingat produksi agroindustri gula aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes semakin meningkat yang menyebabkan suplai gula aren begitu besar, maka peranan pemasaran di sini sangatlah penting. Pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan produsen. Produksi yang baik akan sia-sia dengan harga pasar yang rendah, karena tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai dengan pemasaran yang baik dan efisien.

Sistem pemasaran gula aren yang baik akan mengalirkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan memberi indikasi tentang perubahan penawaran dan permintaan gula aren kepada produsen. Bagian yang diterima oleh produsen gula aren akan meningkat dengan sistem pemasaran gula aren yang baik. Hal ini dapat dikaji melalui besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan margin pemasaran gula aren.

Saluran pemasaran merupakan bagian dari keseluruhan jaringan penghantar nilai pelanggan. Perusahaan harus menyeimbangkan kebutuhan konsumen tidak hanya terhadap kelayakan dan biaya untuk memenuhi kebutuhan ini tetapi juga terhadap preferensi harga pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengadakan penelitian mengenai “Analisis Saluran Pemasaran Gula Aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes” yang merupakan studi kasus pada gula aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes Tahun 2015.

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

1. Bagaimana saluran pemasaran gula aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes ?
2. Berapa besarnya biaya dan keuntungan pemasaran gula aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes ?
3. Berapa besarnya margin pemasaran gula aren untuk setiap tingkatan lembaganya ?
4. Berapa besarnya bagian harga yang diterima perajin gula aren dari keseluruhan harga yang di bayar oleh konsumen ?

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Dimana penelitian dilakukan dalam ruang alamiah atau bukan buatan dan penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data. Menurut Nazir (2011:27), "Studi kasus dan Lapangan (*Case and Field Study*) merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subyek yang diteliti, serta interaksinya dengan lingkungan". Dengan demikian hasilnya hanya berlaku bagi kasus itu sendiri atau tidak dapat digeneralisasikan pada yang di luar kasus tersebut.

Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel yang diamati dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut :

1. Gula Aren adalah pemanis yang dibuat dari nira aren yang berasal dari pohon aren.
2. Saluran pemasaran adalah tata urutan atau jalur pemasaran gula aren yang dimulai dari petani produsen sampai konsumen.
3. Perajin gula aren adalah yang memproduksi gula aren, kemudian menggunakan hasil produksi usahataniannya atau menjualnya.
4. Lembaga tataniaga adalah orang, perusahaan atau lembaga yang terlibat langsung dalam proses pengaliran barang dari petani produsen sampai konsumen.
5. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli dan menampung hasil produksi dari para petani, selanjutnya disalurkan kembali ke pedagang lainnya.
6. Pedagang Besar adalah yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul serta menjual kembali kepada pengecer kemudian ke konsumen akhir.
7. Pedagang Pengecer adalah yang menjual barang hasil pertanian dari produsen ke konsumen akhir dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil.
8. Fungsi pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan dalam proses pergerakan gula aren dari produsen sampai konsumen.
9. Harga beli adalah harga yang dibayar oleh pembeli gula aren dan dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

10. Harga jual adalah harga yang diterima oleh penjual gula aren dan dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
11. Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
12. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga tataniaga.
13. Volume pembelian adalah volume produk yang dibeli oleh perantara atau lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
14. Volume penjualan adalah volume produk yang dijual oleh perantara atau lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
15. Volume susut adalah volume produk yang menyusut akibat penyimpanan dan pengangkutan serta akibat lainnya yang menyebabkan produk berkurang yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
16. Keuntungan pemasaran adalah selisih antara marjin pemasaran dengan biaya pemasaran dari masing-masing tingkatan lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
17. *Share* adalah bagian harga yang diterima petani, dihitung dengan membandingkan harga tingkat produsen dengan harga tingkat eceran yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
18. Total nilai produk adalah besarnya nilai harga suatu produk di tingkat konsumen akhir yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden perajin gula aren melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu yang telah dipersiapkan sebelumnya. Sedangkan data skunder diperoleh dari dinas atau instansi yang terkait dengan penelitian ini dan dari studi kepustakaan.

1. Wawancara

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara langsung kepada responden yang berdasarkan

daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya.

2. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai daerah yang akan diteliti.

3. Pencatatan

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer dan data sekunder, yaitu dengan mencatat data yang diperoleh secara langsung dari responden dan data yang ada pada instansi pemerintah atau lembaga yang terkait dengan penelitian ini.

Rancangan Analisis Data

Untuk mengetahui pola saluran pemasaran gula aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes. dengan menggunakan metode deskriptif. Sedangkan untuk mengetahui biaya pemasaran dan margin pemasaran di tingkat lembaga dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya dan margin pemasaran (*costmargin analysis*) yaitu dengan menghitung besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada tiap lembaga perantara pada berbagai saluran pemasaran.

1. Saluran pemasaran gula aren akan dianalisis secara deskriptif dengan menggambarkan pola atau saluran pemasaran gula aren di di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes.
2. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatukomoditi dari produsen ke konsumen (Handayani, 2011).

$$Bp = Bp1 + Bp2 + Bp3 + \dots + Bpn$$

Keterangan :

Bp : Biaya pemasaran

Bp1,2,3...n : Biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran

1,2,3...n : Jumlah lembaga

3. Keuntungan pemasaran adalah penjumlahan dari keuntungan yang diterimaoleh setiap lembaga pemasaran(Handayani, 2011).

$$Kp = Kp1 + Kp2 + Kp3 + \dots + Kpn$$

Keterangan :

Kp : Keuntungan pemasaran

4. Margin pemasaran adalah selisih harga tingkat produsen dan tingkatkonsumen akhir (Handayani, 2011).

$$M = Pr - Pf$$

Margin yang diperoleh pedagang perantara dari sejumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara dirumuskan sebagai berikut:

$$M = Bp + Kp$$

Keterangan :

Pr : Harga di tingkat konsumen

Pf : Harga di tingkat produsen

M : Margin pemasaran

Kp : Keuntungan pemasaran

Bp : Biaya pemasaran

5. Farmer Share

Untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menggunakan rumus : (Angipora, 2002)

$$FS = \frac{pf}{pr} \times 100\%$$

Keterangan :

FS : bagian harga yang diterima produsen (*Farmer's Share*)

Pf : harga di tingkat petani (Rp/Kg)

Pr : harga di tingkat lembaga pemasaran (Rp/Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diketahui usia responden dari perajin gula aren di daerah peneliti berkisar antara 24 sampai 60 tahun, dengan rata-rata 39 tahun. Pada kelompok usia perajin gula aren terbagi dalam dua kategori yaitu sebagian besar berada pada usia 26-60 tahun, yaitu sebanyak 30 orang (80 persen) dan perajin gula aren yang berada pada usia > 60 tahun sebanyak 6 orang (20 persen). Hal ini menunjukkan bahwa perajin gula aren secara keseluruhan berada pada usia produktif, lembaga pemasaran dengan jumlah 12 orang.

Sedangkan kategori yaitu sebagian besar berada pada pedagang pengepul 26-60 tahun yaitu sebanyak 5 orang (100 persen), pedagang besar 26-60 tahun yaitu sebanyak 1 orang (100 persen) dan pedagang pengecer 26-60 tahun yaitu sebanyak 6 orang (100 persen).

Pendidikan formal maupun nonformal merupakan salah satu faktor pelancar dalam pembangunan karena dengan pendidikan baik pengetahuan maupun cara berfikir akan

bertambah luas. Sesemakin tinggi tingkat pendidikan yang diperoleh perajin gula aren (*Arenga pinnata*), maka semakin luas wawasan pemikirannya sesuai dengan pengetahuan yang diperoleh, sehingga mereka akan lebih mudah mengambil keputusan yang baik. Tingkat pendidikan perajin gula aren pada umumnya masih tergolong rendah, sebagian besar adalah tamatan Sekolah Dasar (SD) yaitu sebanyak 29 orang (96,67 persen) dan tamatan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) 1 orang (3,33 persen).

Sedangkan kategori yaitu sebagian besar berada pada pedagang pengepul tingkat pendidikan SD yaitu sebanyak 5 orang (100 persen), pedagang besar tingkat pendidikan SLTP yaitu sebanyak 1 orang (100 persen) dan pedagang pengecer tingkat pendidikan SLTA yaitu sebanyak 6 orang (100 persen).

Rendahnya tingkat pendidikan responden disebabkan oleh keterbatasan cara berfikir dari para orang tua mereka ditambah biaya yang tinggi dan pada umumnya tidak terjangkau oleh orang tua responden pada saat itu.

Pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki seseorang pada umumnya akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Demikian pula halnya dengan responden bahwa pengalaman berusaha yang mereka miliki sangat membantu dalam menjalankan usahanya untuk mendapatkan pendapatan usaha yang lebih baik. Bahwa sebagian besar perajin gula aren memiliki pengalaman menjadi perajin gula aren kurang 11 tahun yaitu 11 orang (36,67 persen) dan perajin gula aren yang berpengalaman lebih 11 tahun yaitu 19 orang (63,33 persen).

Sedangkan kategori berdasarkan pengalaman yaitu sebagian besar berada pada pedagang pengepul pengalaman ≤ 11 tahun yaitu sebanyak 5 orang (100 persen), pedagang besar > 11 tahun yaitu sebanyak 1 orang (100 persen) dan pedagang pengecer pengalaman ≤ 11 tahun yaitu sebanyak 4 orang (66,67 persen).

Tanggung jawab keluarga perajin gula aren pada penelitian ini terdiri dari istri, anak, dan anggota keluarga lainnya yang menjadi tanggungan kepala keluarga. Sebagian besar perajin gula aren yaitu sebanyak 17 orang atau (56,67 persen) mempunyai tanggungan keluarga kurang dari 3 orang dan sebanyak 13 orang atau (43,33 persen) mempunyai tanggungan keluarga sebanyak 3 orang.

Sedangkan kategori yaitu sebagian besar berada pada pedagang pengepul ≤ 3 tahun yaitu sebanyak 5 orang (100 persen), pedagang besar 26-60 tahun yaitu sebanyak 1 orang (100 persen) dan pedagang pengecer 26-60 tahun yaitu sebanyak 6 orang (100 persen).

Kepemilikan Lahan Pohon Aren Responden

Pohon aren merupakan aset bagi perajin sebagai bahan baku gula aren. Jumlah kepemilikan pohon aren dan banyaknya pohon aren yang disadap sangat berpengaruh pada jumlah produksi gula aren. Kepemilikan pohon aren sebagian besar responden mempunyai 5 – 6 pohon yaitu sebanyak 14 orang atau 46,67 persen, sebanyak 7 – 8 pohon yaitu sebanyak 6 orang atau 20,00 persen dan sebanyak 9 – 10 pohon yaitu sebanyak 10 orang atau 33,33 persen.

Kegiatan Lembaga Pemasaran

Dalam rangka memperlancar arus komoditi gula aren dan mempertinggi kegunaan hasil pengolahan yaitu kegunaan tempat, waktu, bentuk dan kegunaan kepemilikan maka kehadiran lembaga pemasaran sebagai lembaga perantara sangat dibutuhkan guna melaksanakan fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran itu antara lain fungsi pertukaran, fungsi pengadaan secara fisik dan fungsi pelancar.

Dalam penelitian ini lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses penyampaian komoditi gula aren dari perajin ke konsumen, baik konsumen yang berada di luar kota maupun di dalam kota yaitu :

1. Kegiatan di Tingkat Pedagang Pengumpul

Ada lima orang pedagang pengumpul dalam penelitian ini yang berada di Desa Wanoja dan Desa Winduasri. Para pedagang pengumpul tersebut mendapatkan gula aren dengan cara membeli dari perajin gula aren. Pedagang pengumpul menerima gula aren dari perajin tiap harinya sekitar 276 kilogram. Setelah mendapat gula aren dari perajin, pedagang pengumpul mengemas gula aren dengan plastik, setiap plastiknya berisi gula aren 10 kilogram. Pedagang pengumpul dalam menyalurkan lagi gula aren ke pedagang besar atau pedagang pengecer. Semua pedagang pengumpul itu menjalankan usaha dagangnya dengan menggunakan modal sendiri.

Cara pembelian gula aren oleh pedagang pengumpul yaitu dengan cara mendatangi

perajin. Gula aren di timbang dalam satuan kilogram dengan harga pada saat penelitian sebesar Rp 6.200 dan Rp 6.400 per kilogram serta dibayar dengan cara tunai. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah biaya transportasi yaitu sebesar Rp 5,00 per kilogram atau sekitar 4,34 persen dari seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul pada saluran I.

Pada saluran ke II cara pembelian gula aren untuk besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul memperlihatkan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah biaya transportasi yaitu sebesar Rp 13,33 per kilogram atau sekitar 10,81 persen dari seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul pada saluran II.

2. Kegiatan di Tingkat Pedagang Besar

Dalam penelitian ini terdapat satu pedagang besar gula aren yang terdapat di Kecamatan Salem. Pedagang besar ini mendapatkan gula aren dari pedagang pengumpul yang berada di Desa Capar, kemudian memasarkan gula aren tersebut ke konsumen luar kota. Konsumen luar kota ini merupakan pedagang pengecer yang berada di luar kota. Pedagang besar ini mendapatkan gula aren dari pedagang pengumpul tiap harinya sekitar 195 kilogram. Setelah mendapatkan gula aren, pedagang besar mengemasnya terlebih dahulu dengan plastik yang sudah ada labelnya sebelum dijual. Pedagang besar mengemas gula aren 10 kilogram tiap plastiknya. Dalam memasarkan gula aren ke luar kota ini, pedagang besar selain mengeluarkan biaya untuk pengemasan, pedagang besar juga mengeluarkan biaya untuk transportasi, bongkar muat, dan sopir. Penjualan ke luar kota ini dilakukan setiap lima hari sekali. Dalam satu kali transaksi penjualan ke luar kota dapat mencapai penjualan sekitar satu ton. Pedagang besar dalam menjalankan usahanya ini menggunakan modal sendiri.

Cara pembelian gula aren oleh pedagang besar yaitu dengan cara mendatangi pengumpul. Gula aren dengan harga Rp 6.600 per kilogram, gula aren tersebut langsung dijual ke pedagang pengecer dan dibayar dengan cara tunai.

Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar adalah biaya transportasi yaitu sebesar Rp 100,00 per kilogram atau sekitar 43,25 persen dari seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar.

3. Kegiatan di Tingkat Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer dalam penelitian ini ada enam orang yang terdapat di Desa Capar. Para

pedagang pengecer ini mendapat gula aren dari para pedagang pengumpul. Pedagang pengecer mendapatkan gula aren dari pedagang pengumpul tiap satu hari sekitar 81 kilogram. Pedagang pengecer dalam memasarkan gula aren mengeluarkan biaya untuk pengemasan dan transportasi. Dalam menjalankan usaha dagangnya, para pedagang pengecer menggunakan modal sendiri.

Cara pembelian gula aren oleh pedagang pengecer yaitu dengan cara mendatangi pedagang pengumpul dan pedagang besar. Gula aren di pedagang pengumpul seharga Rp 6.750,00 per kilogram dan dijual seharga Rp 7.500,00. Pedagang pengecer membeli gula aren di pedagang besar seharga Rp 7.200,00 dan dijual ke konsumen akhir seharga Rp 7.600,00 dibayar dengan cara tunai. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer pada saluran I adalah biaya transportasi yaitu sebesar Rp 10,00 per kilogram atau sekitar 4,76 persen dari seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer pada saluran II adalah biaya transportasi yaitu sebesar Rp 20,00 per kilogram atau sekitar 20 persen dari seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer.

Analisis Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran gula aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes. Pengumpulan data untuk mengetahui berbagai hasil pemasaran gula aren yang digunakan, diperoleh dengan cara penelusuran jalur pemasaran gula aren mulai dari perajin, lembaga pemasaran, sampai konsumen. Saluran pemasaran I banyak digunakan perajin gula aren yaitu 21 orang (70 persen) dan saluran pemasaran II sebanyak 9 orang (30 persen). Konsumen dalam hal ini adalah para konsumen yang membeli gula aren yang masih berada dalam batas Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes, sebab penelitian gula aren ini dibatasi hanya di Desa Capar.

Analisis Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran

Untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran pada ke dua saluran yang digunakan perajin gula aren dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran I perajin menjual ke pengecer sebesar Rp 6.400,00 per kilogram.

Dalam hal ini perajin dapat dikatakan beruntung dalam pembuatan gula aren karena perajin tidak perlu membeli bahan bakunya yaitu nira aren perajin sudah memiliki bahan baku nira aren dari pohon arennya sendiri. Pedagang pengumpul menjual gula aren pada pedagang pengecer Rp 6.750,00 per kilogram. Dalam penjualan gula aren ke pedagang pengecer, pedagang pengumpul mengeluarkan biaya sebesar Rp 115,00 per kilogram dan pengumpul memiliki keuntungan sebesar Rp 235,00 per kilogram. Kemudian pedagang pengecer menjual gula aren pada konsumen dengan harga Rp 7.500 per kilogram. Jadi biayatotal pemasaran saluran I sebesar Rp 325,00 per kilogram, margin total pemasaran sebesar Rp 1.100,00 perkilogram, keuntungan total pemasaran sebesar Rp 775,00 per kilogram, dan total *Farmer's Share* 85,3 persen.

$$\begin{aligned}FS &= \frac{pf}{pr} \times 100\% \\ &= \frac{6.400}{7.500} \times 100\% \\ &= 85,3 \%\end{aligned}$$

Maksud dari *Farmer's Share* 85,3 persen bagian yang diterima perajin sebesar Rp 6.400,00 per kilogram dari harga yang diterima oleh lembaga pemasaran akhir yaitu sebesar Rp 7.500,00 per kilogram.

Pada saluran pemasaran II, perajin menjual ke pedagang pengumpul sebesar Rp 6.200,00 per kilogram dan diterima oleh pedagang besar dengan harga jual Rp 6.600,00 per kilogram. Kemudian pedagang besar menjual lagi gula aren pada pedagang pengecer dengan harga jual Rp 7.200,00 per kilogram dan harga yang diterima oleh konsumen akhir Rp 7.600,00 per kilogram. Jadi biaya total pemasaran saluran II sebesar Rp 454,53 per kilogram, margin total pemasaran sebesar Rp 1.400,00 per kilogram dan keuntungan total pemasaran sebesar Rp 945,47 per kilogram, dan total *Farmer's Share* 81,6 persen.

$$\begin{aligned}FS &= \frac{pf}{pr} \times 100\% \\ &= \frac{6.200}{7.600} \times 100\% \\ &= 81,6 \%\end{aligned}$$

Maksud dari *Farmer's Share* 81,6 persen bagian yang diterima perajin sebesar Rp 6.200,00 per kilogram dari harga yang diterima oleh lembaga pemasaran akhir yaitu sebesar Rp 7.600,00 per kilogram.

Hal ini pada saluran pemasaran I dan II berarti perajin mendapat bagian yang besar dari harga yang diterima oleh konsumen. Walaupun mendapat bagian yang besar, perajin tetap saja sulit mencukupi kebutuhan keluarga dengan hanya mengandalkan hasil dari gula aren. Kehidupan para perajin gula aren memang serba paspasan dengan mengandalkan hasil dari gula aren saja karena perajin gula aren sendiri tidak mempunyai pekerjaan sampingan.

Dari kedua saluran diatas harga yang diterima perajin berbeda-beda karena perajin hanya sebagai penerima harga (*price taker*) sehingga perajin tidak mengetahui informasi harga di pasar, padahal harga gula aren ditentukan oleh pasar. Perajin hanya berpikir yang terpenting bagaimana cara dagangannya terjual seluruhnya demi mendapatkan uang tunai untuk mencukupi kebutuhan keluarganya. Melihat hipotesis II berarti dari hasil penelitian diterima karena biaya, keuntungan dan margin pemasaran mempengaruhi besarnya *Farmer's Share*. *Farmer's Share* adalah Untuk mengetahui bagian harga yang diterima perajin (*Farmer's Share*) (Angipora, 2002).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran gula aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam pemasaran gula aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes terdapat dua saluran pemasaran yaitu :

Saluran Pemasaran I:

Perajin → Pedagang → Pengumpul → Pedagang → Pengecer → Konsumen

Saluran Pemasaran II:

Perajin → Pedagang → Pengumpul → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer Konsumen

2. Biaya pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp 325,00 per kilogram dan saluran pemasaran II sebesar Rp 454,53 per kilogram. Keuntungan pemasaran pada saluran

pemasaran I sebesar Rp 775,00 per kilogram dan saluran pemasaran II sebesar Rp 945,47 per kilogram. Marjin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp 1.100,00 per kilogram dan saluran pemasaran II sebesar Rp 1.400,00 per kilogram.

3. *Farmers Share* atau bagian harga yang diterima petani pada saluran pemasaran I adalah 85,3 persen dan saluran pemasaran II adalah 81,6 persen dari harga yang dibayarkan konsumen.

Saran

Dari hasil penelitian kedua saluran pemasaran di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes saluran pemasaran I lebih efisien daripada saluran pemasaran II karena marjin dan biaya lebih rendah dibandingkan saluran pemasaran II, tetapi perajin gula aren masih sebagai penerima harga. Perajin cenderung berpikir bagaimana mendapatkan uang tunai demi mencukupi kebutuhan anggota keluarga. Perajin gula aren sebaiknya mendatangi pasar untuk melihat keadaan pemasaran gula aren secara langsung supaya dapat mengetahui keadaan pasar dan informasi harga gula aren. Setelah perajin mengetahui informasi harga gula aren setidaknya perajin dalam menjual ke pedagang pengumpul dapat melakukan penawaran harga yang diberikan oleh pedagang pengumpul sehingga perajin tidak hanya sebagai penerima harga saja.

Biaya pemasaran selain mendatangi pasar, para perajin gula aren sebaiknya mendirikan koperasi gula aren atau kelompok tani gula aren. Dengan adanya koperasi atau kelompok tani gula aren ini, diharapkan harga gula aren di tingkat perajin akan stabil dan pasar akan terjamin. Informasi harga yang lebih akurat dapat memperpendek rantai pemasaran dan petani dapat bekerja sama untuk menekan marjin pemasaran sehingga *Farmer's Share* menjadi lebih besar.

Dengan demikian bahwa *Farmer's Share* 81,6 persen bagian yang diterima perajin sebesar Rp 6.200,00 per kilogram dari harga yang diterima oleh lembaga pemasaran akhir yaitu sebesar Rp 7.600,00 per kilogram. Hal ini pada saluran pemasaran I dan II berarti perajin mendapat bagian yang besar dari harga yang diterima oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliudin. 2007. *Efisiensi dan Pendapatan Usaha Gula Aren Cetak*. Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Jalan Raya Jakarta Km 4 Pakupatan Serang-Banten.
- Angiopora. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kedua*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Darmawanti. 2005. *Analisis Pemasaran Mendong di Kabupaten Sleman*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Tidak Dipublikasikan
- Dharmesta dan Irawan, 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 7. Liberty, Yogyakarta
- Kadir, A. 2005. *Analisis Finansial Pengolahan Nira Aren (Arengga Pinnata) Menjadi Produk Gula Merah*. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan* : Volume 2 No.1, Bogor.
- Kotler, Keller. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid I*. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Leni Sugiyowati, Karno, Titik Ekowati. 2014. *Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Aren di Kabupaten Kendal*. *Jurnal*
- Nazir, P. 2011. *Metode Penelitian*. In P. Moh. Nazir, *Metode penelitian (p.54)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rahim, A dan Hastuti, D. 2007. *Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Ritonga. 2003. *Kependudukan dan Lingkungan Hidup*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Rohardi, F. *Rony Palungkun dan Asiani Budiarti*. 1993. *Agrobisnis Tanaman Sayur*. Swadaya. Jakarta
- Santoso, B. 2006. *Kapulaga cetakan ke-13*. Kanisius. Yogyakarta.
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.
- Sugiharti Mulya Handayani dan Ivana Nurlaila. 2011. *Analisis Pemasaran Susu Segar di Kabupaten Klaten*. *Jurnal*.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Cv. Afabeta.