

**ANALISIS PEMASARAN GULA AREN
(Studi Kasus : Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal
Kabupaten Mandailing Natal)**

S K R I P S I

Oleh :

**MUHAMMAD RISKI
NPM : 1404300072
Program Studi : Agribisnis**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

**ANALISIS PEMASARAN GULA AREN
(Studi Kasus : Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal
Kabupaten Mandailing Natal)**

S K R I P S I

Oleh :

MUHAMMAD RISKI
1404300072
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing

Muhammad Thamrin, S.P., M.Si.

Ketua

Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si.

Anggota

Disahkan Oleh :

Dekan

Ir. Asritanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 08-10-2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Muhammad Riski

NPM : 1404300072

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Pemasaran Gula Aren (Studi Kasus : Desa Banjar Malayu Kecamatan Batanag Natal Kabupaten Mandailing Natal) adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, November 2018
Yang menyatakan

Materai 6000

MUHAMMAD RISKI

ANALISIS PEMASARAN GULA AREN
(Studi Kasus : Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal
Kabupaten Mandailing Natal)

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD RISKI
1404300072
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing



Muhammad Thamrin, S.P., M.Si.

Ketua



Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si.

Anggota

Disahkan Oleh :

Dekan



Ir. Asriana M. Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 08-10-2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Muhammad Riski

NPM : 1404300072

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Pemasaran Gula Aren (Studi Kasus : Desa Banjar Malayu Kecamatan Batanag Natal Kabupaten Mandailing Natal) adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, November 2018
Yang menyatakan



MUHAMMAD RISKI

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pola saluran pemasaran gula aren (2). Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran gula aren (3). Besarnya biaya, keuntungan dan margin gula aren. (4) Saluran pemasaran dari pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu yang paling efisien secara ekonomi.

Penelitian ini dilaksanakan di di Desa Banjar Malayu kecamatan Batang Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode deskriptif saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran, analisis biaya pemasaran, analisis keuntungan, analisis margin pemasaran, analisis share margin dan analisis efisiensi pemasaran. Sampel penelitian ini yaitu 30 orang pengrajin gula aren di Desa Banjar Malayu atau 10% dari jumlah populasi, pedagang pengumpul 1 orang, pedagang besar 1 orang, dan pedagang pengecer 3 orang.

Saluran pemasaran agroindustri gula aren dilokasi penelitian terdapat 4 pola pemasaran diantaranya pola pemasaran (1) pengrajin - konsumen. (2) pengrajin - pedagang pengecer - konsumen. (3) pengrajin - pedagang besar - pedagang pengecer - konsumen. (4) pengrajin - pedagang pengumpul - pedagang besar - pedagang pengecer -konsumen.

Fungsi-fungsi pemasaran dilakukan 55,55% ditingkat pedagang pengumpul. Pada tingkat pedagang besar fungsi-fungsi pemasaran dilakukan 77,77% . Dan Pada tingkat pedagang pengecer fungsi-fungsi pemasaran dilakukan 75%.

Pada Saluran pemasaran 1 total biaya pemasaran Rp983/kg dan margin pemasaran Rp0/kg. Pada saluran pemasaran 2 total biaya pemasaran Rp1.279/kg, total keuntungan Rp 3.499/kg dan margin pemasaran Rp4.778/kg. Pada saluran pemasaran 3 total biaya pemasaran Rp2.683/kg, total keuntungan Rp7.137/kg dan margin pemasaran Rp10.000/kg. Untuk saluran pemasaran 4 total biaya pemasaran Rp3.876/kg, total keuntungan Rp8.124/kg dan margin pemasaran Rp 12.000/kg.

dilihat dari efisiensi secara ekonomi maka pola saluran pemasaran 1 adalah pola pemasaran yang paling efisien karena mempunyai nilai efisiensi pemasaran terendah yaitu 5,92%.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, Fungsi-Fungsi Pemasaran, Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran.

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Riski lahir di Laut Tador 16 Februari 1996. Penulis Merupakan anak pertama dari empat bersaudara dan anak dari Bapak **Rofizal** dan Ibu **Sri Murtina** yang bertempat tinggal di Desa Tegal Sari Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh hingga saat ini adalah sebagai berikut :

1. Pada tahun 2002-2008 menjalani pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 142713 Perkebunan Patiluban sekarang SD Negeri 360 Natal.
2. Pada tahun 2008-2011 menjalani pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 5 Natal Satu Atap.
3. Pada tahun 2011-2014 menjalani pendidikan di Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Natal.
4. Pada tahun 2014 diterima di Perguruan Tinggi Muhammadiyah yaitu Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis.
5. Pada Januari-Februari 2017 melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT.Tapien Nadenggan Kebun Paya Baung Estate.
6. Pada Juni 2018 melakukan penelitian Skripsi yang berjudul Analisis Pemasaran Gula Aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan studi S1 di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pola Saluran Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu, Kecamatan Batang Natal, Natal Kabupaten Mandailing Natal. Maka dari itu di ambil sebuah pemikiran untuk melakukan penelitian mengenai hal tersebut dengan judul penelitian “ **Analisis Pemasaran Gula Aren** ” (Studi Kasus : Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal, Kabupaten Mandailing Natal.

Pada kesempatan ini penulis sangat banyak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang tua saya yang telah memberikan dukungan moral maupun moril.
2. Ibu Ir. Asritanarni Munar , M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. Selaku Ketua komisi pembimbing sekaligus wakil dekan III Fakultas Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. Selaku Anggota Komisi Pembimbing sekaligus Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Teman-teman Agribisnis 2 yang banyak membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.
6. Teman-teman Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang banyak membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.
7. Saudara-saudara Persaudaraan Setia Hati Terate yang telah memberikan dukungan moral maupun moril.
8. Rahma Yanti Pohan yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan moral dalam penyelesaian Skripsi ini.
9. Teman-teman lainya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari, bahwa dalam Skripsi ini ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Medan, November 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	4
Tujuan Dan Kegunaan	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
Landasan Teori	6
Kerangka Berfikir	20
METODE PENELITIAN	22
Metode Penelitian	22
Metode Penentuan Lokasi	22
Metode Penarikan Sampel	22
Metode Pengumpulan Data	24
Metode Analisis Data	24
Definisi dan Batasan Operasional	27
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	30
Letak dan Luas Daerah	30
Keadaan Penduduk	30
Sarana dan Prasarana Umum	32
Karakteristik Pengrajin Responden	34
Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
Konsumen Gula Aren	42
Saluran Pemasaran	42

Fungsi-Fungsi Pemasaran Lembaga Pemasaran	48
Biaya, Margin dan Keuntungan Pemasaran.....	51
Efisiensi Pemasaran.....	59
KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
Kesimpulan	60
Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Luas Tanaman dan Produksi Aren Tanaman Perkebunan Rakyat menurut Kabupaten 2016	2
2.	Kandungan gizi Gula Aren	7
3.	Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin.....	30
4.	Distribusi Penduduk Menurut Mata Pencaharian	31
5.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Penganut Agama.....	32
6.	Sarana Dan Prasarana Umum	33
7.	Jumlah Dan Persentase Pengrajin Berdasarkan Kelompok Umur Di Desa Banjar Malayu.....	34
8.	Jumlah Dan Persentase Pengrajin Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga Di Desa Banjar Malayu	35
9.	Jumlah Dan Persentase Pengrajin Responden Berdasarkan Pendidikan Di Desa Banjar Malayu	36
10.	Jumlah Dan Persentase Pengrajin Responden Berdasarkan Pengalaman Memproduksi Gula Aren Di Desa Banjar Malayu	37
11.	Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Gula Aren di Desa Banjar Malayu	38
12.	Jumlah Dan Persentase Pengrajin Pada Tiap - Tiap Saluran Pemasaran Di Desa Banjar Malayu	44
13.	Jumlah Dan Persentase Pengumpul Yang Melakukan Fungsi-Fungsi Pemasaran Di Desa Banjar Malayu.....	46
14.	Jumlah Dan Persentase Pedagang Besar Yang Melakukan Fungsi-Fungsi Pemasaran Di Desa Banjar Malayu.....	47
15.	Jumlah Dan Persentase Pengecer Yang Melakukan Fungsi-Fungsi Pemasaran Di Desa Banjar Malayu.....	48
16.	Rata- Rata Biaya, Margin Dan Keuntungan Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu Pada Pola Pemasaran 1	50
17.	Rata- Rata Biaya, Margin Dan Keuntungan Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu Pada Pola Pemasaran 2	51
18.	Rata- Rata Biaya, Margin Dan Keuntungan Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu Pada Pola Pemasaran 3	52
19.	Rata- Rata Biaya, Margin Dan Keuntungan Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu Pada Pola Pemasaran 4	54

20.	Perbandingan Total Biaya, Total Nilai Produk dan Efisiensi Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu	57
-----	--	----

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran	21
2.	Pola Saluran Pemasaran Gula Aren di Desa Banjar Malayu ...	41

DAFTAR IAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Identitas Pengrajin Responden	62
2.	Jumlah, Rata-Rata Dan Persentase Fungsi-Fungsi Pemasaran Yang Dilakukan Lembaga Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu	63
3.	Jumlah, Rata-Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pengrajin Kepada Konsumen Pada Pola Pemasaran 1 Di Desa Banjar Malayu	64
4.	Jumlah, Rata-Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pengrajin Kepada Konsumen Pada Pola Pemasaran 1 Di Desa Banjar Malayu	64
5.	Jumlah, Rata-Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pengrajin Kepada Pedagang Pengecer Pada Pola Pemasaran 2 Di Desa Banjar Malayu	65
6.	Jumlah, Rata-Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pengrajin Kepada Pedagang Pengecer Pada Pola Pemasaran 2 Di Desa Banjar Malayu	65
7.	Jumlah, Rata-Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pengrajin Kepada Pedagang Besar Pada Pola Pemasaran 3 Di Desa Banjar Malayu	66
8.	Jumlah, Rata-Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pengrajin Kepada Pedagang Besar Pada Pola Pemasaran 3 Di Desa Banjar Malayu.....	66
9.	Jumlah, Rata-Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pengrajin Kepada Pedagang Pengumpul Pada Pola Pemasaran 4 Di Desa Banjar Malayu	66
10.	Jumlah, Rata-Rata Biaya, Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pengecer Kepada konsumen Pada Pola Pemasaran 2.....	67
11.	Jumlah, Rata-Rata Biaya, Harga Beli Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pengecer Kepada konsumen Pada Pola Pemasaran 2.....	67
12.	Jumlah, Rata-Rata Biaya, Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pedagang Besar Kepada pengecer di Luar Kota Pada Pola Pemasaran 3 & 4	67
13.	Jumlah, Rata-Rata Biaya, Harga Beli Dan Harga Jual Gula Aren Oleh Pedagang Besar Kepada pengecer di Luar Kota Pada Pola Pemasaran 3 & 4	68

14.	Jumlah, Rata-Rata Biaya, Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pengumpul Kepada Pedagang Besar Pada Pola Pemasaran 4.....	68
15.	Jumlah, Rata-Rata Biaya, Harga Beli Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pengumpul Kepada Pedagang Besar Pada Pola Pemasaran 4.....	68
16.	Jumlah, Rata-Rata Biaya, Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pedagang Pengecer Luar Kota Kepada Konsumen Pada Pola Pemasaran 3 dan 4	68
17.	Jumlah, Rata-Rata Biaya, Harga Beli Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pedagang Pengecer Luar Kota Kepada Konsumen Pada Pola Pemasaran 3 dan 4	69
18.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengumpul	69
19.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengumpul per Tahun	69
20.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengumpul per Bulan.....	69
21.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengumpul per Minggu.....	69
22.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengumpul per Kg	69
23.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Besar	70
24.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Besar per Tahun	70
25.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Besar per Bulan	70
26.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Besar per Minggu	70
27.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Besar per Kg.....	70
28.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer	70
29.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer per Tahun	71
30.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer per Bulan.....	71
31.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer per Minggu..	71
32.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer per Kg	71
33.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer Luar Kota	72
34.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer Luar Kota per Tahun	72
35.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer Luar Kota per Bulan.....	72
36.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer Luar Kota per Minggu	72

37.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer Luar Kota per Kg.....	72
31.	Dokumentasi.....	73

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Aren atau enau (*Arenga pinnata*) merupakan tanaman yang menghasilkan bahan-bahan industri. Hampir semua bagian atau produk tanaman ini dapat dimanfaatkan dan memiliki nilai ekonomi. Semua bagian tanaman aren dapat diambil manfaatnya, mulai dari bagian-bagian fisik tanaman maupun dari hasil-hasil produksinya (Iswanto, 2009).

Produk pertanian mempunyai peranan penting bagi masyarakat sebagai penyedia bahan pangan. Pada umumnya komoditas pertanian mempunyai sifat yang mudah rusak sehingga perlu dikonsumsi langsung atau diolah dahulu guna meningkatkan nilai tambah (Suryana, 1990). Pengolahan hasil pertanian ini bertujuan untuk meningkatkan nilai guna produk hasil pengolahan agar mempunyai nilai baru dan dapat lebih memberikan kepuasan kepada konsumen. Salah satu bentuk proses pengolahan hasil produk pertanian adalah gula aren. Gula aren merupakan hasil proses agroindustri berbahan baku nira aren (*Arenga pinnata* (*Wurmb*) *Merill*) dari hasil penyadapan mayang tanaman aren. Pemanfaatan gula aren biasanya digunakan sebagai bahan pemanis makanan dan minuman.

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan Indonesia diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan industri dalam negeri, untuk meningkatkan ekspor, sumber pendapatan petani, membuka kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha. Adapun salah satu bidang usaha sektor pertanian yang cukup berperan di Sumatera Utara yaitu pertanian Aren salah satunya di Kabupaten Mandailing Natal yang menjadi

produsen terbesar penghasil gula aren di Sumatera Utara. Produksi tanaman aren di Sumatera Utara dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Luas Tanaman dan Produksi Aren Tanaman Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten, 2016

Kabupaten	Luas Tanaman (Ha)			Jumlah	Produksi (Ton)	
	TBM	TM	TTM			
01 Nias	7	9	1	17	8	
02 Mandailing Natal	134	456	152	742	732	
03 Tapanuli Selatan	200	302	98	600	205	
04 Tapanuli Tengah	8	51	16	75	57	
05 Tapanuli Utara	219	289	56	546	262	
06 Toba Samosir	87	153	42	282	118	
07 Labuhan Batu	18	11	1	30	7	
08 Asahan	-	-	-	-	-	
09 Simalungun	34	654	71	759	701	
10 Dairi	35	47	4	86	42	
11 Karo	111	502	150	763	523	
12 Deli Serdang	146	358	23	257	412	
13 Langkat	65	142	11	218	125	
14 Nias Selatan	-	-	-	-	-	
15 Humbang Hasundutan	54	165	27	246	153	
16 Pakpak Barat	-	-	-	-	-	
17 Samosir	98	125	14	237	128	
18 Serdang Bedagai	8	17	1	26	19	
19 Batu Bara	-	-	-	-	-	
20 Padang Lawas Utara	121	156	15	292	111	
21 Padang Lawas	310	126	116	552	102	
22 Labuhan Batu Selatan	-	-	-	-	-	
23 Labuhan Batu Utara	-	-	-	-	-	
24 Nias Utara	19	44	16	79	39	
25 Nias Barat	13	2	1	6	2	
Sumatera Utara	2016	1677	3609	815	6101	3746
	2015	1373	3489	644	5506	3720
	2014	1253	3317	719	5289	3233
	2013	1172	3250	757	5178	3140

Sumber : Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2016

Tingkat produktivitas gula aren di Sumatera Utara selama empat Tahun terakhir 2013-2016, setiap tahunnya terus meningkat. Pada Tahun 2013 produksi gula aren sebanyak 3140 ton dan pada Tahun 2016 meningkat menjadi 3746tonatau terjadi peningkatan produksi gula aren sebesar 606 ton, dan Kabupaten Mandailing Natal memproduksi gula aren terbesar di Sumatera Utara dengan produksi di tahun 2016 sebesar 732 ton.

Keadaan alam Indonesia yang tropis membuat tanaman aren berkembang di Indonesia khususnya di daerah hutan berbukit, salah satunya di Desa Banjar Malayu, Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal. Di wilayah ini banyak tumbuh dan berkembang tanaman Aren yang tumbuh secara alami di areal lahan milik masyarakat sehingga masyarakat desa Banjar Malayu memanfaatkan pohon aren untuk memperoleh nira yang nantinya diolah menjadi gula aren. Selain potensi alam, warga Desa Banjar Malayu sebagian besar menggantungkan hidupnya pada bidang pertanian termasuk dari usaha agroindustri gula Aren

Agroindustri gula Aren yang berada di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal ini berskala rumah tangga, tenaga kerjanya menggunakan tenaga kerja keluarga dan dengan menggunakan alat yang tradisional. Agroindustri gula Aren di Desa Banjar Malayu menjadi pendapatan utama sebagian besar warga Desa Banjar Malayu.

Mengingat produksi agroindustri gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal 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.

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, margin pemasaran gula aren dan Saluran pemasaran merupakan bagian dari keseluruhan jaringan penghantar nilai pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengadakan penelitian mengenai “Analisis Pemasaran Gula Aren ” yang merupakan studi kasus pada gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2018.

Rumusan Masalah :

1. Bagaimana Pola saluran pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal ?
2. Bagaimana fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal ?
3. Berapa besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal?
4. Saluran pemasaran manakah dari pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal yang paling efisien secara ekonomi?

Tujuan Penelitian :

1. Untuk mengetahui Bagaimana Pola saluran pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal.
2. Untuk mengetahui fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal.
3. Untuk mengetahui Berapa besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal.
4. Untuk mengetahui saluran pemasaran manakah dari pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal yang paling efisien secara ekonomi

Kegunaan penelitian

1. Sebagai gambaran dan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan perajin gula aren dalam melakukan usaha agroindustri gula aren sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam upaya peningkatan taraf hidup perajin gula aren.
2. Sebagai bahan referensi para pembaca atau peneliti lainnya yang berkaitan dengan penelitian tentang agroindustri gula aren.
3. Bagi peneliti lain dan pihak-pihak yang membutuhkan dapat digunakan sebagai pembandin, bahan informasi dan referensi

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Aren (*Arenga pinnata* (Wurmb) Merill)

Aren (*Arenga pinnata* (Wurmb) Merill) merupakan jenis tanaman palem-paleman yang memiliki kandungan fruktosa dan sukrosa yang tinggi. Pohon aren mempunyai bunga jantan dan bunga betina yang dapat disadap niranya mulai umur 3 tahun. Namun, bunga jantan selalu di sadap karena jumlah dan mutu hasil lebih memuaskan di banding bunga betina. Bunga jantan lebih pendek dari bunga betina yang panjangnya sekitar 50 cm dan bunga betina mencapai 175 cm. Bunga jantan jantan dapat disadap pada saat sudah mengeluarkan benang sari (Heryani. 2016).

Gula Aren

Gula aren merupakan salah satu olahan makanan bersumber dari hasil pengolahan air nira yang berasal dari tandan bunga jantan pohon aren. Pengolahan nira menjadi gula aren melalui proses perebusan hingga nira berubah menjadi cairan kental dan berwarna pekat. Bentuk, tekstur, warna dan rasanya mirip dengan gula merah/jawa, yang membedakan hanya bahan bakunya. Prosen pembuatan gula aren pada umumnya lebih alami, sehingga zat-zat tertentu yang terkandung di dalamnya tidak mengalami kerusakan dan tetap utuh. Gula aren banyak di konsumsi sebagai salah satu bahan pemanis alami yang cukup aman bagi tubuh, selain itu kandungan dalam gula aren tersebut cukup penting peranannya untuk membantu memenuhi kebutuhan tubuh akan nutrisi tertentu (Santoso et al. 1988, Heryani 2016)

Tabel 2. Kandungan gizi gula aren

No	Jenis Kandungan	Dalam 100 Gr Gula Aren
1	Kalori	368 Kalori
2	Karbohidrat	95 Gr
3	Kalsium	75 Mg
4	Fosfor	35 Mg
5	Besi	3 Mg
6	Air	4 Mg

Sumber : Sunanto (Dalam Heryani, 2016)

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. (Abdullah dan Tantri 2012). Pemasaran adalah proses perencanaan dan penerapan konsepsi, penetapan harga, dan distribusi barang , jasa, dan ide untuk mewujudkan pertukaran yang memenuhi tujuan individu atau organisasi (Mahmud, 2007)

Sedangkan menurut Rahim, dkk (2008) pemasaran komoditas pertanian merupakan kegiatan/proses pengaliran komoditas pertanian dari produsen (petani, peternak dan nelayan) sampai ke konsumen/pedagang perantara (tengkulak, pengumpul, pedagang besar, dan pengecer) berdasarkan pendekatan sistem pemasaran (marketing system approach), kegunaan pemasaran (marketing utility) dan fungsi-fungsi pemasaran

Saluran dan Lembaga Pemasaran

Aspek lain dari mekanisme produksi pertanian adalah aspek pemasaran, pemasaran pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Peranan lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku serta karakteristik aliran barang yang digunakan. Oleh karena itu dikenal istilah

saluran pemasaran. Fungsi pemasaran saluran pemasaran ini sangat penting, khususnya untuk melihat tingkat harga masing – masing lembaga pemasaran.

Ada beberapa saluran pemasaran yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang baik melalui perantara maupun tidak. Perantara adalah lembaga bisnis yang berorientasi diantara produsen dan konsumen atau pembeli industri. Adapun beberapa perantara itu adalah pedagang pengumpul desa dan pedagang pengumpul kecamatan. Perantara ini mempunyai fungsi yang hampir sama, yang berbeda hanya status kepemilikan barang serta skala penjualan.

Saluran pemasaran dapat di karakteristikkan dengan jumlah tingkat saluran. Setiap perantara yang menjalankan pekerjaan tertentu untuk mengalihkan produk dan kepemilikannya agar lebih mendekati pembeli akhir bisa disebut tingkat saluran, berikut tingkat saluran pemasaran menurut (Abdullah dan Tantri, 2012) :

1. Saluran Tingkat Nol (saluran langsung)

Perajin - konsumen

2. Saluran Tingkat Satu

Perajin - pengecer - konsumen

3. Saluran Tingkat Dua

Perajin - pengumpul - pengecer - konsumen

4. Saluran Tingkat Tiga

Pengrajin - pengumpul - pedagang besar - pengecer - konsumen

Panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui oleh suatu hasil komoditas pertanian tergantung beberapa faktor, antara lain : *pertama*, jarak antara produsen dan konsumen. Makin jauh jarak antara produsen dan konsumen

biasanya makin panjang saluran pemasaran yang di tempuh oleh produk. *Kedua* , cepat tidaknya produk rusak . Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen dan dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepet : *ketiga* , skala produksi. Bila produksi berlangsung dengan ukuran- ukuran kecil, maka jumlah yang dihasilkan berukuran kecil pula : *keempat*, posisi keuangan pengusaha. Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran (Rahim, 2008)

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat, dan bentuk yang di inginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran (Rahim, dkk 2008).

Lembaga-lembaga dapat didefinisikan sebagai berikut :

- a. Pedagang pengumpul, yaitu membeli komoditi pertanian dari pengrajin biasanya relatif kecil.
- b. Pedagang besar, yaitu melakukan proses pengumpulan komoditi dari pedagang pengumpul, juga melakukan proses distribusi ke agen penjualan ataupun pengecer.
- c. Pedagang pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen..

Fungsi-fungsi Pemasaran

Menurut Assauri (2013) terdapat sembilan bidang kegiatan yang sering disebut sebagai fungsi – fungsi pemasaran, yaitu :

Bidang kegiatan transaksi atau transfer yang meliputi :

Pembelian (*Buying*)

Dalam penentuan kebutuhan, pembelian dimulai dengan usaha pembeli untuk menentukan macam kualitas atau mutu dan jumlah barang yang dibutuhkan. Dengan makin seringnya produsen atau penjual menciptakan permintaan dan produk – produk yang ditawarkan, maka pembeli sadar akan kebutuhannya. Tidak akan terjadi perpindahan hak atau transaksi, apabila si pembeli belum membuat keputusan, produk apa yang akan di belinya dan apakah produk tersebut untuk di olah kembali, atau di jual lagi ataupun di konsumsi langsung.

Penjualan (*Selling*)

Kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan (demand), menemukan si pembeli, negosiasi harga dan syarat – syarat pembayaran.

Bidang kegiatan suplai fisik, yang meliputi :

Pengangkutan (*Transportation*)

Dalam transaksi terjadi perpindahan hak milik yang menimbulkan perpindahan lokasi barang, yang merupakan fungsi pengangkutan. Oleh karena itu, dalam seluruh kegiatan atau proses pemasaran terdapat kegiatan atau fungsi pengangkutan. Pelaksanaan fungsi pengangkutan mempunyai sasaran untuk dapat

memindahkahn barang ke tempat tujuan yang diharapkan tepat dalam jumlah, waktu, dan mutu dengan biaya yang seminimal mungkin. Oleh karena itu penekanan pelaksanaan fungsi pengangkutan tidak hanya pada efisiensi tetapi juga efektifitasnya.

Pergudangan (*Storage*)

Jasa pergudangan dibutuhkan untuk menciptakan daya guna karena waktu. Kegunaan ini timbul karena waktu dibutuhkannya suatu produk tidak sama dengan waktu diproduksinya, atau jumlah yang dibutuhkan pada suatu saat tidak sama dengan jumlah yang dihasilkan pada saat tersebut. Karena perbedaan periode waktu tersebut, maka dibutuhkan proses pemasaran dengan beberapa fungsi terutama pergudangan. Pergudangan dibutuhkan untuk melindungi kemungkinan terjadinya kelambatan dalam penyerahan barang, untuk memenuhi perubahan atau lonjakan permintaan.

Bidang kegiatan penunjang untuk memperlancar arus kegiatan transaksi dan arus barang , yang meliputi :

Penjajaan (*Merchandising*)

Usaha untuk menawarkan produk kepada pembeli dilakukan dengan menjajakan atau mendagangkan barang tersebut. Penjajaan dilakukan dengan menampilkan produk itu baik dalam mengenalkan dan menunjukan, jagan mendemonstrasikan dan menjenjelaskan identifikasi serta ciri-ciri produk tersebut. Fungsi penjajaan sangat diperlukan, terutama dalam menghadapi keadaan pasar dimana terdapat persaingan yang tajam di antara para pengusaha.

Standarisasi dan Grading

Fungsi ini merupakan fungsi penunjang bagi keberhasilan atau kelancaran terjadinya transaksi, yang menyebabkan perpindahan han dan perpindahan fisik barang. Standarisasi barang di dasarkan atas pertimbangan syarat-syarat tertentu baik komposisi yang terkandung, presentase kerusakan, dan komposisi lain seperti kandungan bahan impor. Grading merupakan pemilihan nyata atau sortasi bahan baku untuk di olah dalam industri pengolahan, maupun barang yang langsung dapat dikonsumsi oleh konsumen.

Pembelanjaan (Financing)

Fungsi pembelanjaan mencakup pengelolaan sumber dan pengalokasian dana, termasuk pengaturan syara-syarat pembayaran atau kredit yang dibutuhkan dalam rangka usaha untuk memungkinkan barang atau produk mencapai konsumen akhir atau pemakai industri (*industrial user*).

Penanggungungan Risiko (Risk Taking)

Dalam pemasaran barang dan jasa selalu terdapat sejumlah risiko yang tidak dapat dihindarkan. Risiko yang terdapat dalam pemasaran mencakup penurunan mutu (deterioration), penuaan (obsolescence), kehilangan atau pencurian , kerusakan, tidak berharga lagi, perpanjangan kredit, dan perubahan penawaran atau permintaan, yang semua itu mempunyai dampak terhadap harga, risiko ini terutama disebabkan pergerakan atau perpindahan barang melalui saluran pemasaran yang sering memakan waktu.

Informasi Pasar

Peranan informasi pasar perlu diperhatikan karena tidak ada keputusan pemasaran yang baik tanpa didasarkan oleh fakta atau data. Oleh karena itu,

informasi pasar dibutuhkan untuk mengambil keputusan untuk pemasaran suatu produk.

Biaya Pemasaran

Menurut Soekartawi (1993) biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, penyusutan, retribusi dan lainnya. Besarnya biaya ini berbeda satu sama lain disebabkan karena macam komoditi, lokasi pemasaran dan macam lembaga pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Seringkali komoditi pertanian yang nilainya tinggi diikuti dengan biaya pemasaran yang tinggi pula. Peraturan pemasaran di suatu daerah juga kadang-kadang berbeda satu sama lain.

Begitu pula macam lembaga pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Makin efektif pemasaran yang dilakukan, maka akan semakin kecil biaya pemasaran yang dikeluarkan. Secara umum biaya merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen dalam mengelola usaha taninya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya merupakan pengorbanan yang diukur untuk suatu alat tukar berupa uang yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam usahataninya. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan atau aktifitas usaha pemasaran komoditas pertanian. Biaya pemasaran komoditas pertanian meliputi biaya transportasi atau biaya angkut, biaya pungutan retribusi, biaya penyusutan dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain. Hal ini disebabkan lokasi pemasaran, lembaga pemasaran (pengumpul, pedagang besar, pengecer, dan sebagainya) dan efektivitas pemasaran yang dilakukan serta macam komoditas (Rahim dan Hastuti, 2007).

Keuntungan Pemasaran

Selisih harga yang dipasarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin maju tingkat pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap penguasaan informasi pasar, maka semakin merata distribusi margin pemasaran yang diterima. Jarak yang mengantarkan produksi pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran (Soekartawi, 1993).

Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat didefinisikan dengan dua cara, yaitu : (1) margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani . (2) margin pemasaran merupakan biaya dari jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa pemasaran. Kelompok margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran atau disebut biaya pemasaran atau fungsional, dan keuntungan (*profit*) lembaga pemasaran (Hanafie, 2010).

Menurut Sudiyono (2002) margin pemasaran didefinisikan dengan dua cara yaitu :

a. Marjin pemasaran merupakan perbedaan harga antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M : Marjins

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf : Harga di tingkat produsen (Rp)

b. Marjin pemasaran terdiri dari komponen yang terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Secara sistematis marjin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M = Bp + Kp;$$

Keterangan :

M : Marjin (Rp/kg)

Bp : Biaya pemasaran (Rp/kg)

Kp : Keuntungan pemasaran (Rp/kg)

Efisiensi Pemasaran

Pengukuran efisiensi pemasaran menggunakan perbandingan output pemasaran dengan biaya pemasaran pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran dengan mengubah rasio keduanya. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono, 2002). Efisiensi ekonomi dapat diukur dengan nilai persentase marjin pemasaran dan bagian yang

diterima oleh produsen. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa pemasaran dianggap efisien secara ekonomis yaitu apabila tiap-tiap saluran pemasaran mempunyai nilai margin pemasaran yang rendah dan nilai persentase bagian yang diterima produsen tinggi (Darmawanti, 2005).

Efisiensi Pemasaran di hitunssg dengan menggunakan rumus menurut soekartawi (2002), yaitu :

$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan :

Ep : Efisiensi Pemasaran (%)

TC : Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

TNP : Total Nilai Produk (Rp/Kg)

Bila nilai Ep < 50 %, artinya pemasaran didaerah penelitian sudah efisien.

Bila nilai Ep ≥ 50 %, artinya pemasaran yang terjadi di daerah penelitian belum efisien.

Penelitian Terdahulu

Hasil Penelitian H. Supardi Yang Berjudul Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Pemasaran Gula Merah Skala Rumah Tangga(Studi Kasus : Desa Pasiripis Kecamatan Surade Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat) Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan rumah tangga gula merah dan mengidentifikasi efisiensi tataniaga gula merah. Penelitian ini dilaksanakan pada Agustus 2013 – September 2014 di Desa Pasiripis Kecamatan Surade Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2014 – September 2014 di Desa Pasiripis Kecamatan Surade Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini disusun menggunakan

metode analisis pendapatan, analisis saluran tataniaga, analisis margin tataniaga, analisis *farmer's share*. Pengambilan sampel perajin menggunakan metode *snowball sampling* dengan total 40 responden. Hasil penelitian dengan rata-rata 36 pohon kelapa menunjukkan bahwa perajin gula merah mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 973.620/bulan/36 pohon kelapa, dengan biaya sudah termasuk biaya tenaga kerja yang diperhitungkan. Pendapatan perajin gula merah memperoleh pendapatan perbulan Rp. 3.223.620. Hasil analisis efisiensi tataniaga menunjukkan bahwa saluran 1 (perajin-pedagang pengumpul-perusahaan besar) merupakan saluran tataniaga yang efisien dengan nilai margin sebesar Rp. 4.226/kg dan nilai *farmer's share* 0,74%. Saluran tataniaga yang paling tidak efisien adalah saluran tataniaga 3 (perajin-pedagang pengumpul-pasar-konsumen) dengan margin tataniaga Rp 6.226/kg dan *farmer's share* 0,68%.

Saluran tataniaga agroindustri gula merah skala rumah tangga dilokasi penelitian terdapat 4 saluran diantaranya saluran (1) terdiri dari pengrajin-pedagang pengumpul-perusahaan 1. Saluran tataniaga (2) pengrajin-pedagang pengumpul-perusahaan 2. Saluran tataniaga (3) pengrajin-pedagang pengumpul-pedagang pasar. Saluran tataniaga (4) pengrajin-konsumen.

Margin total tataniaga gula merah di lokasi penelitian dari yang terbesar berturut-turut adalah saluran tataniaga (3) yaitu sebesar Rp. 6.226/kg, saluran tataniaga (2) sebesar Rp. 4.726/kg dan saluran tataniaga (1) sebesar Rp. 4.226/kg. Nilai *farmer's share* dari masing masing saluran dari yang terbesar hingga terkecil berturut-turut dimulai dari saluran tataniaga (1) sebesar 0,74% , saluran tataniaga (2) sebesar 0,71% , saluran tataniaga (4) sebesar 0,68% dan saluran tataniaga (3) sebesar 0,62%. Nilai *farmer's share* terkecil terdapat pada saluran (3) yaitu

sebesar 0.62%. Berdasarkan analisis margin tataniaga dan *farmer's share* pada agorindustri gula merah skala rumah tangga yang terdapat di Desa Pasiripis, maka saluran tataniaga yang paling efisien adalah pada saluran tataniaga (1) karena memiliki nilai margin tataniaga terkecil dan nilai *farmer's share* terbesar. Saluran yang paling efisien terdapat pada saluran (1) karena memiliki nilai margin tataniaga terkecil dan *farmer's share* terbesar.

Hasil penelitian Roni Saeful Hidayat mengenai Analisis Saluran Pemasaran Gula Aren (*Arenga Pinnata*)(Studi Kasus di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes) 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

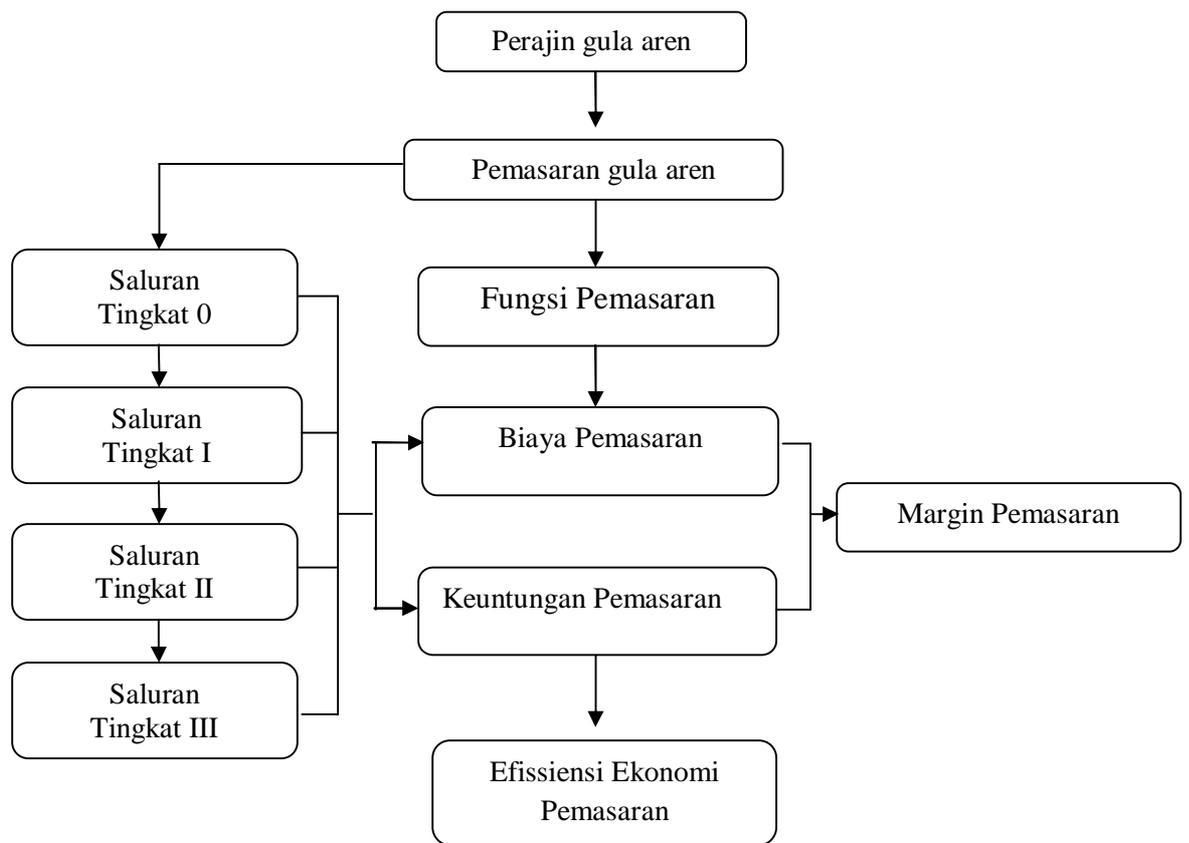
kemudian dijual ke konsumen; b. Pedagang Besar, Pedagang besar mendapatkan gula aren dari pedagang pengumpul yang berada di Desa Capar kemudian memasarkan gula aren tersebut ke pedagang pengecer. Pedagang besar dan pengecer ini mendapatkan gula aren dari pedagang pengumpul tiap harinya sekitar 195 kilogram; 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.

Kerangka Pemikiran

Dalam memasarkan suatu produk diperlukan peran lembaga pemasaran yang akan membentuk suatu jalur yang disebut saluran pemasaran. Untuk mengetahui saluran pemasaran gula aren di Kabupaten Mandailing Natal dilakukan dengan cara mengikuti aliran gula aren dari produsen sampai ke konsumen membentuk suatu jalur yang disebut saluran pemasaran. Dalam menyampaikan barang (Gula Aren) dari produsen (Pengrajin) ke konsumen akhir.

Tiap lembaga akan melakukan fungsi pemasaran yang berbeda satu sama lain tergantung aktifitas yang di lakukan. Dengan adanya pelaksanaan fungsi pemasaran, maka akan terbentuk biaya pemasaran . besarnya biaya pemasaran menentukan tingkat harga yang diterima produsen dan lembaga pemasaran. Atas jasa lembaga-lembaga pemasaran, maka tiap lembaga pemasaran akan mengambil keuntungan dan biaya pemasaran yang merupakan pengukuran untuk efisiensi pemasaran.

Lembaga pemasaran berperan penting dalam proses pemasaran kepada konsumen, untuk menguatkan hubungan petani dan lembaga pemasaran tersebut hendaklah lembaga pemasaran memberikan atau melengkapi keuntungan sebagai balasannya, walaupun harga produksi ditetapkan sendiri oleh lembaga pemasaran, tetapi petani tidak merasa dirugikan karena sudah dibantu dalam jaminan pemasaran.



Gambar 1 : Skema Kerangka Pemikiran

Hipotesis

1. Diduga saluran pemasaran gula aren di daerah penelitian sudah efisien

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (case study method) yaitu penelitian yang digunakan dengan melihat langsung kelapangan, karena studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai studi objek tertentu selama kurun waktu, atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain. Menurut Simon (2009) studi kasus bertujuan untuk mengeksplorasi mengkaji suatu kasus yang spesifik, khas, unik. Dalam penelitian ini dilakukan survei mengenai Analisis saluran Pemasaran Gula Aren di Desa Banjar Malayu kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara

Metode Penentuan Lokasi

Penentuan daerah penelitian ini ditentukan secara sengaja (purposive) yaitu di desa Banjar Malayu, Kecamatan Batang Natal, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara. Adapun alasan penelitian ini mengambil daerah penelitian tersebut dikarenakan rata-rata penduduk desa tersebut bermata pencaharian sebagai pengrajin gula aren sesuai karakteristik penelitian.

Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel untuk judul “ Analisis Pemasaran Gula Aren ” di Desa Banjar Malayu ini, menggunakan metode *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel dari anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan masyarakat di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal yang melakukan usaha Agroindustri Gula Aren yang berjumlah 300 pengrajin gula Aren dan untuk sampel penelitian sebanyak 30 pengrajin Gula Aren dengan mengambil 10 % dan di jadikan responden dalam penelitian ini. Apabila subjektifnya kurang dari 100 orang, maka lebih baik di ambil semua dan jika subjektifnya lebih dari 100 orang, maka dapat di ambil 10-15%, 20-25%, atau 30-35% (Arikunto, 2010).

Pedagang Pengumpul

Sampel pedagang pengumpul adalah orang-orang yang terlibat dalam mengumpulkan dan membeli gula aren hasil produksi pengrajin gula aren. Pengambilan sampel yang digunakan berjumlah 1 orang pedagang pengumpul yang dijadikan sebagai responden pedagang pengumpul.

Pedagang Besar

Sampel pedagang besar adalah orang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul serta menjual kembali kepada pengecer ataupun keluar daerah. pengambilan sampel pedagang besar yaitu 1 orang pedagang besar yang dijadikan sebagai responden pedagang besar.

Pedagang Pengecer

Sampel pedagang pengecer adalah orang-orang yang terlibat dalam penjualan gula aren kepada konsumen. Metode pengambilan sampel pedagang pengecer dilakukan dengan mengambil masing-masing 1 orang pedagang pengecer dari pasar yang berada dikecamatan Batang Natal dan 2 Kecamatan sekitarnya, yaitu pasar setempat(pasar Kecamatan Batang Natal), pasar Kecamatan Lingga Bayu, dan pasar Kecamatan Natal serta 1 orang pedagang

pengecer di pasar simpang limun Medan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sampel pedagang pengecer berjumlah 4 orang sebagai responden pedagang pengecer.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan:

1. Data Primer

Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode penelitian survey sehingga metode pengumpulan data diperoleh dari responden dengan teknik wawancara langsung dengan menggunakan kuisioner terhadap responden yang dijadikan sampel di daerah penelitian.

2. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kepustakaan, instansi atau lembaga pemerintah terkait.

Metode Analisis Data

Metode analisis merupakan suatu usaha untuk menentukan jawaban atas pertanyaan tentang rumusan dan hal-hal yang diperoleh dalam suatu penelitian. Data yang sudah masuk dan terkumpul dianalisis untuk menjawab tujuan penelitian. Metode analisis data disesuaikan dengan tujuan penelitian. Untuk mengetahui pola saluran pemasaran dan fungsi-fungsi lembaga pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal dengan menggunakan metode deskriptif. Sedangkan untuk mengetahui biaya pemasaran, keuntungan 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.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran gula aren akan dianalisis secara deskriptif dengan menggambarkan pola a tau saluran pemasaran gula aren di di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal.

Fungsi – Fungsi Pemasaran

Fungsi – fungsi pemasaran akan dianalisis secara deskriptif dengan menggambarkan fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal.

Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen ke konsumen (Handayani, 2011).

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan :

B_p : Biaya pemasaran

$B_{p1,2,3\dots n}$: Biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran

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

Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah penjumlahan dari keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran (Handayani, 2011).

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + K_{p3} + \dots + K_{pn}$$

Keterangan :

Kp : Keuntungan pemasaran

Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran adalah selisih harga tingkat produsen dan tingkat konsumen akhir (Handayani, 2011).

$$M = Pr - Pf$$

Marjin 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 : Marjin pemasaran

Kp : Keuntungan pemasaran

Bp : Biaya pemasaran

Share Margin

Share Margin adalah persentase harga yang di terima petani terhadap harga yang dibayar oleh konsumen, digunakan rumus , Sudiyono (2004)

$$Sm = \frac{Pp}{Pk} \times 100\%$$

Keterangan :

Sm : Share Margin (100%)

Pp : harga yang diterima petani dari pedagang (Rp/Kg)

Pk : harga yang dibayar oleh konsumen (Rp/Kg)

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran di hitung dengan menggunakan rumus menurut soekartawi (2002), yaitu :

$$Ep = \frac{TC}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan :

Ep : Efisiensi Pemasaran (%)

TC : Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

TNP : Total Nilai Produk (Rp/Kg)

Bila nilai $Ep < 50\%$, artinya pemasaran didaerah penelitian sudah efisien.

Bila nilai $Ep \geq 50\%$, artinya pemasaran yang terjadi di daerah penelitian belum efisien.

Definisi dan Batasan Operasional

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 adalah produsen yang memproduksi gula aren, kemudian menggunakan hasil produksi usahatannya atau menjualnya.
4. Lembaga tataniaga/pemasaran 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 margin pemasaran dengan biaya pemasaran dari masing-masing tingkatan lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
17. *Share Margin* 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).

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Desa Banjar Malayu merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Batang Natal, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara. Desa Banjar Malayu memiliki luas 1.991 Ha. Desa Banjar Malayu terletak 3,5 km dari kantor Kecamatan Batang Natal, 55 km dari Kantor Kabupaten Mandailing Natal. Desa Banjar Malayu memiliki batas-batas wilayah yang antara lain :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Taman Nasional Hutan Lindung.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Hutalimbaru.
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Aek Baru Julu.
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Taman Nasional Hutan Lindung.

Desa Banjar Malayu terbagi menjadi 6 Kampung antara lain : Kampung Aek Si Soma, Kampung Baru, Kampung Banjar Dap-Dap, Kampung Parkampungan, Kampung Pining Sundari, dan Kampung Toru Bar.

Keadaan Penduduk

1. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Jumlah penduduk Desa Banjar Malayu menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	788 Jiwa	51,06
2	Perempuan	755 Jiwa	48,94
	Jumlah	1.543 Jiwa	100

Sumber : *Kantor Kepala Desa Banjar Malayu, 2018*

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa perbandingan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan tidak jauh berbeda, yaitu laki-laki sebanyak 788 jiwa dengan persentase 51,06 % dan perempuan 755 jiwa dengan persentase 48,94 %.

2. Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Distribusi jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada Tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Distribusi Penduduk Menurut Mata Pencaharian

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	Petani	173	11,21
2	Agroindustri Gula Aren	300	19,44
3	PNS/TNI/POLRI	6	0,38
4	Guru Swasta	9	0,58
5	Pensiunan	1	0,06
6	Pedagang & Wiraswasta	28	1,81
7	Pelajar	475	30,78
8	Kepala desa	1	0,06
9	perangkat desa	10	0,64
10	Lainnya	540	34,99
Jumlah		1.543	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Banjar Malayu, 2018

Dari Tabel di tersebut dapat disimpulkan bahwa mata pencaharian penduduk yang paling banyak adalah dalam bidang agroindustri gula aren yaitu sebanyak 300 jiwa atau 19,44 %, sedangkan mata pencaharian yang paling sedikit yaitu bidang pensiunan sebanyak 1 jiwa atau 0,06 %.

3. Distribusi jumlah penduduk berdasarkan Agama

Distribusi jumlah penduduk berdasarkan penganut agama dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5. Distribusi Penduduk Berdasarkan Penganut Agama

No	Agama	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Islam	1.543	100
2	Protestan	-	-
3	Katolik	-	-
4	Hindu	-	-
5	Buddha	-	-
Jumlah		1.543	100

Sumber : *Kantor Kepala Desa Banjar Malayu, 2018*

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh penduduk di desa Banjar Malayu menganut Agama Islam sebanyak 1.543 jiwa dengan persentase 100 %.

Sarana dan Prasarana Umum

Sarana merupakan segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai makna dan tujuan atau segala sesuatu (bisa berupa syarat atau upaya) yang dapat di pakai dalam mencapai maksud dan tujuan.

Prasarana merupakan segala sesuatu yang mendukung tersekenggaranya suatu proses terutama yang menunjang perubahan di Desa Banjar Malayu. Sarana dan prasarana yang disediakan oleh pemerintah untuk kepentingan masyarakat serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal tersebut untuk mendukung setiap kegiatan masyarakat serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam hal fasilitas umum. Desa Banjar Malayu memiliki beberapa fasilitas yang disediakan sebagai berikut :

Tabel 6. Sarana Dan Prasarana Umum

No	Jenis Sarana Dan Prasarana	Jumlah (Unit)
Sarana		
1	Rumah Ibadah	
2	- Masjid	6
3	- Surau	1
4	Saran Kesehatan	
5	- Poskesdes	1
6	Sarana Pendidikan	
7	- Paud	1
8	- SD Negeri	1
9	- SMP Negeri	1
10	Sarana Perekonomian	
11	- Grosir	1
12	- Kedai Kopi	10
Prasarana		
13	Prasarana Transportasi	
14	- Jalan Batu Dan Cor	4
15	Prasarana Olahraga	
16	- Lapangan Bulu Tangkis	1
Jumlah		27

Sumber : Kantor Desa Banjar Malayu, 2018

Karakteristik Pengrajin Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran secara umum dan latar belakang dalam menjalankan suatu kegiatan usaha tani dipengaruhi oleh beberapa faktor, misalnya umur pengrajin, tingkat pendidikan, pengalaman memproduksi gula aren.

a. Umur Pengrajin Responden

Usia produktif adalah usia antara 15 – 59 tahun dan usia non produktif antara 0 – 14 tahun serta lebih atau sama dengan 60 tahun. Usia sangat mempengaruhi dalam kegiatan agroindustri gula aren. Jumlah dan persentase responden berdasarkan kelompok umur di Desa Banjar Malayu dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Dan Persentase Pengrajin Responden Berdasarkan Kelompok Umur Di Desa Banjar Malayu

No	Kelompok Umur	Jumlah Pengrajin	Persentase
1	< 20	1	3,33
2	21-30	4	13,33
3	31-40	9	30
4	41-50	8	26,66
5	51-60	8	26,66
6	> 61	-	
Jumlah		30	100

Sumber : Analisa Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa keseluruhan jumlah pengrajin responden yaitu 30 orang adalah umur produktif. Dengan banyaknya kelompok pengrajin berumur produktif pada umumnya lebih mudah menerima informasi dan inovasi baru serta lebih cepat mengambil keputusan dalam menentukan teknologi yang diterapkan dalam usaha agroindustri. Maka dengan usia produktif

pengrajin diharapkan mampu membaca pasar dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan penerimaan usaha agroindustri gula aren.

b. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi dalam penjualan gula aren. Semakin banyak jumlah anggota keluarga menuntut pengrajin untuk mendapatkan uang yang lebih banyak untuk memenuhi kebutuhannya. Jumlah anggota keluarga terdiri dari bapak, ibu dan anak. Jumlah dan persentase pengrajin responden berdasarkan jumlah anggota keluarga dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Jumlah Dan Persentase Pengrajin Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga Di Desa Banjar Malayu

No	Anggota Keluarga	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	2-3	11	36,66
2	4-5	9	30
3	6-7	10	33,33
Jumlah		30	100

Sumber : *Analisa Data Primer, 2018*

Berdasarkan Tabel 8 bahwa jumlah anggota keluarga pengrajin responden yang memiliki jumlah anggota terbanyak yaitu berkisar 2-3 orang sebanyak 11 orang atau sebanyak 36,66 %. Berdasarkan data tersebut diketahui seluruh pengrajin responden mempunyai anggota keluarga lebih dari 2 orang, sehingga hal ini mempengaruhi pengrajin dalam menjual produknya.

c. Pendidikan Pengrajin Responden

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting untuk pengrajin dalam hal menerima dan menerapkan teknologi baru, disamping kemampuan dan keterampilan dari pengrajin sendiri. Pendidikan akan mempengaruhi pola pikir

pengrajin dalam menjalankan kegiatan agroindustri dan pengambilan keputusan dalam pemasaran gula aren yang dihasilkannya. Selain itu pendidikan juga akan mempengaruhi pengrajin dalam menyerap informasi terbaru yang dapat diterapkan dalam kegiatan agroindustri. Pada tabel 9 dapat dilihat jumlah dan persentase pengrajin responden berdasarkan pendidikan di Desa Banjar Malayu.

Tabel 9. Jumlah Dan Persentase Pengrajin Responden Berdasarkan Pendidikan Di Desa Banjar Malayu

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Pengrajin	Persentase (%)
1	SD/Sederajat	6	20
2	SMP/Sederajat	12	40
3	SMA/Sederajat	12	40
Jumlah		30	100

Sumber : *Analisis Data Primer, 2018*

Berdasarkan Tabel 9 diketahui bahwa sebagian besar reponden adalah tamat SMP dan SMA sebanyak masing – masing 12 orang atau 40 %, dan sebagian kecil responden adalah taman SD sebanyak 6 orang atau 20 %. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan tergolong sedang di Desa Banjar Malayu, walaupun pengrajin dengan pendidikan tergolong sedang, tetapi mereka tidak diragukan lagi dalam hal memproduksi gula aren karena mereka telah memahami dan menguasai produksi gula aren dari pengalamannya yang sudah bertahun-tahun. Pendidikan yang diperoleh diharapkan dapat dapat menjadi modal bagi pengrajin dalam menjalankan usaha, memperhatikan keadaan pasar, harga yang terjadi dan pemilihan pola saluran pemasaran gula aren untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

d. Pengalaman Responden Dalam Memproduksi Gula Aren

Keberhasilan dalam memproduksi gula aren tidak hanya ditentukan oleh tingkat pendidikan, tetapi juga ditentukan oleh bakat dan pengalaman. Pada tabel 10 dapat dilihat jumlah dan persentase pengrajin responden berdasarkan pengalaman memproduksi gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal.

Tabel 10. Jumlah Dan Persentase Pengrajin Responden Berdasarkan Pengalaman Memproduksi Gula Aren Di Desa Banjar Malayu

No	Pengalaman Agroindustri	Jumlah Pengrajin	Persentase (%)
1	1-15	16	53,33
2	16-30	10	33,33
3	31-45	4	13,33
Jumlah		30	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa pengalaman pengrajin dalam memproduksi gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal Kabupaten Mandailing Natal selama 1-15 tahun sebanyak 16 orang atau 53,33 %, selama 16-30 tahun sebanyak 10 orang atau 33,33 % dan selama 31- 45 tahun sebanyak 4 orang atau 13,33 %. Pengalaman dalam memproduksi gula aren tersebut menunjukkan lamanya waktu pengrajin dalam mengusahakan gula aren dalam hal memproduksi dan pemasaran gula aren. berdasarkan pengalaman yang dimiliki oleh pengrajin diharapkan kedepannya pengrajin mampu lebih baik lagi, sehingga dapat memepertahankan serta meningkatkan skala usaha dan mampu meningkatkan pendapatannya.

Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran

Kegiatan mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen terdapat pedagang perantara atau disebut juga sebagai lembaga pemasaran. Lembaga ini mempunyai peran yang penting dalam kegiatan pemasaran. Jika barang yang dihasilkan banyak, maka sia-sia jika pemasarannya berjalan lambat. Lembaga pemasaran ini membeli langsung dari pengrajin dan mendistribusikan baik secara langsung kepada konsumen ataupun pedagang diluar maupun dalam kota. Pedagang atau lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu adalah pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer dan pedagang pengecer luar kota. Layaknya suatu pengalaman dan pola pikir yang cermat yang dalam hal ini pengalaman, umur, dan pendidikan sangat mempengaruhi keberhasilan dalam berdagang. Identitas responden lembaga pemasaran gula aren Desa Banjar Malayu dapat dilihat pada Tabel 11..

Tabel 11. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Gula Aren di Desa Banjar Malayu

No	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Tanggung Tanggung	Pengalaman (Tahun)
	Pengumpul				
1	Misran Lubis	40	SD	5	10
	Pedagang Besar				
2	Raja Tiar Lubis	43	SMA	4	10
	Pengecer				
3	Nasran Boru Nst.	47	SMP	7	15
4	Miswar Rangkuti	36	SD	7	2
5	Berlin	38	SMP	4	15
6	Nurlina	41	SMA	4	12
	Jumlah	245		31	64
	Rataan	41		5	10,6

Sumber : Analisis Data Primer, 2018.

Berdasarkan Tabel 11 dapat diketahui bahwa umur responden lembaga pemasaran gula aren tergolong usia produktif yaitu rata-rata berumur 41 tahun. Pada usia ini lembaga pemasaran masih mampu bekerja dengan baik, sehingga pedagang yang usianya masih produktif dapat melakukan pendistribusian gula aren dengan lebih mudah serta dapat menerima pembaharuan mekanisme pemasaran yang dalam hal ini berguna untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas pemasaran gula aren.

Tingkat pendidikan responden lembaga pemasaran dalam pemasaran gula aren adalah tamat SD sebanyak 2 orang, tamat SMP sebanyak 2 orang dan tamat SMA sebanyak 2 orang. Keseluruhan responden lembaga pemasaran sudah mengikuti pendidikan formal dengan tingkat pendidikan yang berbeda. Pendidikan formal yang mereka tempuh akan berpengaruh dalam menganalisis proses pemasaran yang ditunjang peningkatan pendidikan tingkat lanjut.

Lama berusaha mempengaruhi pengalaman mereka dalam memasarkan gula aren . lama usaha lembaga pemasaran yaitu 10,6 tahun, semakin lama pengalaman berdagang semakin mudah bagi mereka untuk memasarkan produksi gula aren, hal ini disebabkan karena mereka sudah cukup dikenal oleh konsumen dan mempunyai pelanggan atau pembeli tetap.

Pedagang pengumpul memperoleh gula aren dengan cara membeli gula aren dari pengrajin, serta mengumpulkan dan menjual kembali kepada pedagang besar. pedagang pengumpul dalam pembelian gula aren biasanya langsung datang kerumah pengrajin untuk membeli gula aren. Volume pembelian gula aren oleh pedagang pengumpul dari pengrajin berkisar 2 ton setiap pekannya.

Pedagang besar di Desa Banjar Malayu membeli gula aren dalam volume yang relatif banyak. Biasanya pedagang besar membeli gula aren dari pedagang pengumpul dan pengrajin dengan cara pedagang pengumpul dan pengrajin membawa gula aren ke rumah pedagang besar di Desa Banjar Malayu. Volume pembelian gula aren oleh pedagang besar tidak terhingga tergantung seberapa banyak gula aren yang diproduksi oleh pengrajin. Pedagang besar menjual kembali gula aren pada pedagang pengecer yang berada di luar kota.

Pedagang pengecer membeli gula aren dalam volume yang relatif sedikit. Biasanya pedagang pengecer membeli gula aren dari pengrajin yang langsung datang ke pasar untuk menjual gula arennya. Volume pembelian gula aren oleh pedagang pengecer rata-rata 183 kg setiap pekannya. Pedagang tersebut melakukan penjualan tidak hanya di pasar Kecamatan Batang Natal namun juga menjual gula aren dikecamatan-kecamatan lain disekitar kecamatan Batang Natal dimana Pedagang pengecer menjual gula aren pada konsumen langsung.

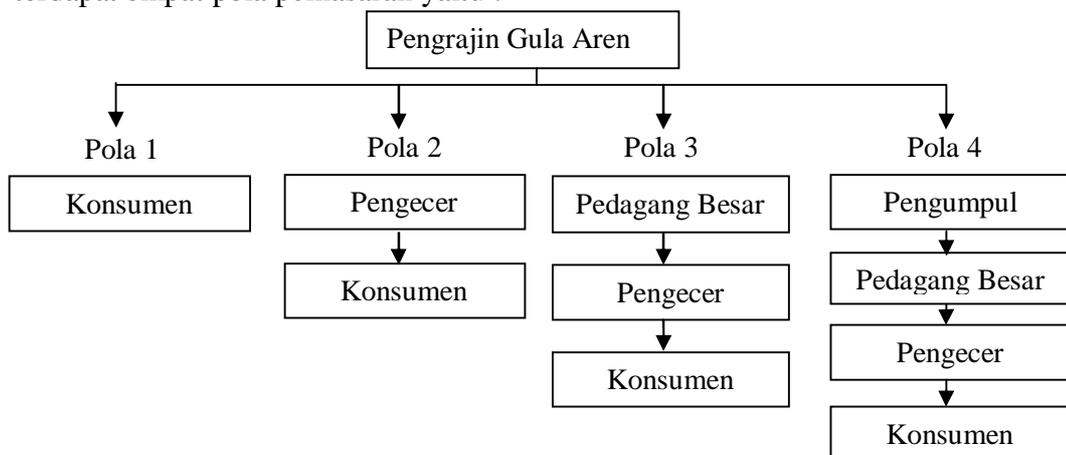
HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsumen Gula Aren

Konsumen gula aren adalah orang - orang yang membeli gula aren dalam jumlah relatif kecil yaitu untuk konsumsi rumah tangga ataupun keperluan usaha kuliner. Konsumen yang membeli gula aren adalah masyarakat kecamatan Batang Natal dan masyarakat di kecamatan sekitarnya serta masyarakat luar kota yang membeli gula aren untuk usaha kuliner yang berbahan gula aren.

Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu kecamatan Batang Natal. Pengumpulan data untuk berbagai saluran pemasaran gula aren yang digunakan diperoleh dengan cara penelusuran jalur pemasaran gula aren mulai dari pengrajin gula aren sampai pada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu terdapat empat pola pemasaran yaitu :



Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu

- I. Saluran 0 : Pengrajin → Konsumen
- II. Saluran 1 : Pengrajin → Pengecer → Konsumen
- III. Saluran 2 : Pengrajin → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen
- IV. Saluran 3 : Pengrajin → Pengumpul → Pedagang Besar →
Pengecer → Konsumen

Berdasarkan bagan saluran pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu melalui beberapa saluran pemasaran, yaitu :

a. Pola Saluran Pemasaran 1 (Tingkat 0)

Pada saluran pemasaran 1, pengrajin menjual gula aren langsung kepada konsumen . Penjualan dilakukan dengan cara pengrajin gula aren menjajakan gula aren yang di produksi di pinggir jalan atau di jual dilokasi pasar setempat, yaitu di pasar Kecamatan Batang Natal setiap hari kamis karena setiap hari kamis di kecamatan Batang Natal mengadakan pekanan. Pada saluran 1 pemasaran gula aren juga bertujuan untuk memenuhi permintaan gula aren di daerah Kecamatan Batang Natal. Pengrajin menjual gula aren langsung kepada konsumen dengan harga rata-rata Rp 16.584/kg.

b. Saluran pemasaran 2 (Tingkat I)

Saluran pemasaran 2 pengrajin menjual gula aren kepada pedagang pengecer kemudian dari pedagang pengecer dijual ke konsumen. Penjualan dilakukan dengan cara pedagang pengecer mendatangi pengrajin yang datang ke pasar dengan membawa gula aren sejak pagi hari lalu membeli gula dengan skala

yang sedang. Pengrajin menjual gula kepada pedagang pengecer dengan harga Rp14.222/kg.

c. Saluran pemasaran 3 (Tingkat II)

Pada saluran pemasaran ke 3, pengrajin menjual gula aren ke pedagang besar kemudian dari pedagang besar menjual ke pengecer diluar kota kemudian pedagang pengecer luar kota menjual langsung ke konsumen. Penjualan dilakukan dengan cara pengrajin mendatangi pedagang besar untuk menjual gula aren. Kemudian dari pedagang besar, gula aren langsung di jual kepada pedagang pengecer yang berada di luar kota dengan cara mendatangi pasar-pasar tradisional dan menunggu pengecer datang untuk membeli gula aren. kemudian dari pedagang pengecer gula aren di jual langsung ke konsumen. Pengrajin menjual gula aren ke pedagang besar dengan harga rata-rata Rp 10.000 /kg. Pengrajin yang menjual gula arennya kepada pedagang besar dikarenakan pengrajin memiliki piutang terhadap pedagang besar, dan pedagang besar bersedia membantu kebutuhan pengrajin ketika pengrajin membutuhkan, sehingga pengrajin harus menjual gula aren tersebut kepada pedagang besar.

d. Saluran Pemasaran 4 (Tingkat III)

Pada saluran pemasaran 4, pengrajin menjual gula aren ke pengumpul, kemudian dari pengumpul menjual ke pedagang besar, dari pedagang besar menjual ke pengecer luar kota dan dari pengecer luar kota dijual langsung kepada konsumen. Penjualan ini dilakukan dengan cara pengumpul mendatangi pengrajin gula aren di rumahnya, kemudian dari pengumpul gula aren dijual ke rumah pedagang besar dan dari pedagang besar gula aren dibawa keluar kota untuk dijual

pada pengecer di pasar-pasar tradisional diluar kota kemudian oleh pengecer dijual langsung ke konsumen. Pengrajin menjual gula aren ke pengumpul dengan harga Rp 8.000/kg. Panjangnya jalur distribusi ini mengakibatkan sangat rendahnya harga jual gula aren di tingkat pengrajin. Pengrajin menjual ke pengumpul karena tidak memiliki kendaraan untuk menjual langsung kepada pedagang besar.

Adapun jumlah pengrajin berdasarkan saluran pemasaran yang digunakan dalam mendistribusikan gula aren dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 12. Jumlah Dan Persentase Pengrajin Pada Tiap-Tiap Saluran Pemasaran Didesa Banjar Malayu

No	Saluran Pemasaran	Jumlah Pengrajin	Persentase (%)
1	Saluran 1 (Tingkat 0)	12	40
2	Saluran 2 (Tingkat I)	9	30
3	Saluran 3 (Tingkat II)	8	26,66
4	Saluran 4 (Tingkat III)	1	3,33
Jumlah		30	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 12 diketahui bahwa saluran pemasaran 1 merupakan pola saluran pemasaran yang banyak digunakan oleh pengrajin yaitu sebesar 40 % atau digunakan oleh 12 orang. Pola saluran pemasaran 1 banyak digunakan oleh pengrajin, karena memilih menjual langsung gula arennya ke konsumen yang disebabkan oleh harga yang lebih tinggi dan juga sembari berbelanja kebutuhan pokok sehari-hari untuk digunakan dalam sepekan. Pola saluran pemasaran ini hanya terjadi dalam sepekan yaitu pada hari kamis, karena pengrajin menjual langsung pada konsumen hanya di pasar pekanan kecamatan Batang Natal.

Pola saluran pemasaran 2 cukup banyak digunakan oleh pengrajin yaitu sebesar 30 % atau digunakan oleh 9 orang pengrajin. Hal ini disebabkan pedagang

pengecer membeli gula aren ketika pengrajin telah berada di pasar, selain itu juga ada pedagang pengecer yang menjemput gula aren dirumah pengrajin. Pengrajin menggunakan pola pemasaran ini agar gula aren lebih cepat terjual, namun harga yang ditawarkan kepada pedagang pengecer lebih rendah dibanding menjual langsung.

Pola saluran pemasaran 3 juga cukup banyak digunakan oleh pengrajin yaitu sebesar 26,66 % atau digunakan oleh 8 orang pengrajin gula aren di Desa Banjar Malayu. Hal ini disebabkan pedagang besar menerima gula aren yang dijual oleh pengrajin gula aren dalam skala besar dan menjual kembali gula aren kepasar-pasar tradisional yang berada diluar kota , sehingga berapun jumlah gula aren yang dijual oleh pengrajin kepada pedagang besar akan diterima oleh pedagang besar untuk dipasarkan.

Saluran pemasaran 4 sedikit digunakan oleh pengrajin yaitu sebesar 3,33% atau digunakan oleh 1 orang pengrajin. Hal ini disebabkan harga gula aren yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul kepada pengrajin gula aren sangat rendah sehingga hanya sedikit pengrajin gula aren yang menggunakan pola saluran pemasaran 4 ini, namun dikarenakan pengrajin tersebut memiliki jumlah produksi gula aren yang tinggi dan tidak dimilikinya fasilitas pendukung dalam proses pemasaran gula arennya sehingga pengrajin sukar untuk memasarkan langsung kepada konsumen atau menjual kepada pedagang besar yang hanya menerima gula aren dirumahnya. maka dari itu pengrajin menggunakan pola saluran pemasaran 4 ini dengan menjual gula arennya melalui pedagang pengumpul yang bersedia menjemput gula aren di rumah pengrajin.

Fungsi – Fungsi Pemasaran Lembaga Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai fungsi-fungsi pemasaran gula aren yang dilakukan lembaga pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu. Pengumpulan data untuk berbagai fungsi-fungsi pemasaran dilakukan lembaga pemasaran diperoleh dengan cara melakukan persentase jumlah pedagang di setiap tingkatan lembaga pemasaran dari fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu Kecamatan Batang Natal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu didapat jumlah dan persentase lembaga pemasaran yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Adapun jumlah lembaga pemasaran yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu di tingkat pedagang pengumpul dapat di lihat pada tabel 13, 14, dan 15.

Tabel 13. Jumlah, Dan Persentase Pedagang Pengumpul Yang Melakukan Fungsi-Fungsi Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu

No	Fungsi-Fungsi Pemasaran	Melakukan	Tidak Melakukan	Jumlah	Persentase %
1	Pembelian	Ü	-	1	100
2	Penjualan	Ü	-	1	100
3	Transportasi	Ü	-	1	100
4	Pergudangan	Ü	-	1	100
5	Penjajaan	-	Ü	1	0
6	Standarisasi	-	Ü	1	0
7	Pembelajaan	-	Ü	1	0
8	Resiko	-	Ü	1	0
9	Informasi Pasar	Ü	-	1	100
Jumlah		5	4	9	
Rataan		0,55	0,44	1	
Persentase %		55,55	44,44	100	

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 13 diketahui bahwa berbagai fungsi-fungsi pemasaran dilakukan 55,55 % oleh lembaga pemasaran ditingkat pedagang pengumpul, dimana pada fungsi pembelian, penjualan, transportasi, penyimpanan dan informasi pasar dilakukan 100% dilakukan. Sedangkan untuk fungsi penjajaan, standarisasi, pembelanjaan dan penanggungan resiko tidak dilakukan karena pedagang pengumpul tidak menjual langsung kepada konsumen melainkan menjual kepada pedagang besar, Pedagang pengumpul memiliki produsen gula aren tetap yang memproduksi gula dengan kualitas bagus sehingga tidak perlu melakukan standarisasi dan memiliki modal yang besar sehingga pembelanjaan tidak perlu diatur, sedangkan untuk resiko pedagang pengumpul dalam proses pemasarannya menggunakan mobil pick up sehingga resiko kerusakan dalam perjalanan yang ditanggung relatif tidak ada.

Tabel 14. Jumlah, Dan Persentase Pedagang Besar Yang Melakukan Fungsi-Fungsi Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu

No	Fungsi-Fungsi Pemasaran	Melakukan	Tidak Melakukan	Jumlah	Persentase %
1	Pembelian	ü	-	1	100
2	Penjualan	ü	-	1	100
3	Transportasi	ü	-	1	100
4	Pergudangan	ü	-	1	100
5	Penjajaan	-	ü	1	0
6	Standarisasi	ü	-	1	100
7	Pembelanjaan	-	ü	1	0
8	Resiko	ü	-	1	100
9	Informasi Pasar	ü	-	1	100
Jumlah		7	2	9	
Rataan		0,77	0,22	1	
Persentase %		77,77	22,22	100	

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 14 diketahui bahwa berbagai fungsi-fungsi pemasaran dilakukan 77,77% oleh lembaga pemasaran ditingkat pedagang besar, dimana fungsi penjualan, pembelian, transportasi, penyimpanan, sortase, penanggungungan resiko dan informasi pasar 100% dilakukan oleh pedagang besar, sedangkan fungsi penjajaan dan pembelanjaan tidak dilakukan. Pedagang besar tidak melakukan fungsi penjajaan dan pembelanjaan karena pada fungsi penjajaan pedagang besar tidak menjual langsung kepada konsumen melainkan menjual kepada pedagang pengecer sehingga pedagang besar tidak perlu melakukan fungsi penjaan tersebut, pada fungsi pembelanjaan tidak dilakukan karena pedagang besar memiliki modal dalam jumlah besar dan juga memiliki tempat penyimpanan yang cukup luas sehingga pedagang besar menerima berapapun gula aren yang dijual kepada pedagang besar.

Tabel 15. Jumlah, Dan Persentase Pedagang Pengecer Yang Melakukan Fungsi-Fungsi Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu

No	Fungsi-Fungsi Pemasaran	Melakukan	Tidak Melakukan	Jumlah	Persentase %
1	Pembelian	4	-	4	100
2	Penjualan	4	-	4	100
3	Transportasi	4	-	4	100
4	Pergudangan	3	1	4	75
5	Penjajaan	4	-	4	100
6	Standarisasi	2	2	4	50
7	Pembelanjaan	2	2	4	50
8	Resiko	2	2	4	50
9	Informasi Pasar	2	2	4	50
Jumlah		27	9	36	
Rataan		0,75	0,25	1	
Persentase %		75	25	100	

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 15 diketahui bahwa fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran ditingkat pedagang pengecer dilakukan 75%.

Dimana pada fungsi pembelian, penjualan, transportasi dan penjajaan dilakukan 100% oleh pedagang pengecer. Pada fungsi penyimpanan tidak seluruhnya melakukan karena pedagang pengecer membeli dalam jumlah sedikit dan diperkirakan akan habis dalam sekali jual sehingga pengecer tidak perlu mengadakan penyimpanan gula aren. Pada fungsi sortase pedagang pengecer tidak melakukan fungsi ini dikarenakan gula aren yang biasa dibeli oleh pengecer memiliki kualitas yang bagus. Pada fungsi pembelian tidak dilakukan karena pengecer membeli gula sesuai dengan kecukupan modal yang dimiliki kemudian baru akan membeli kembali ketika gula aren yang pengecer jual telah habis terjual atau modal yang dikeluarkan telah kembali. Pada fungsi penanggungan resiko hanya dilakukan oleh 2 orang pedagang pengecer, karena pedagang pengecer tersebut mengambil langsung gula aren dari tempat tinggal pengrajin dimana jalan yang dilalui tidak terlalu bagus sehingga menimbulkan kerusakan pada gula aren. Pada fungsi informasi pasar hanya dilakukan oleh 2 orang sedangkan 2 orang lainnya tidak, hal ini terjadi karena informasi pasar tidak terlalu berpengaruh kepada pedagang pengecer.

Biaya, Margin dan Keuntungan Pemasaran

Proses mengalirnya barang/produk dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran pada ke lima pola pemasaran yang digunakan pengrajin gula aren di Desa Banjar Malayu dapat di lihat pada tabel 16, 17, 18, dan 19.

Tabel 16. Rata- Rata Biaya, Margin Dan Keuntungan Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu Pada Saluran Pemasaran 1

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Pengrajin		
	Harga Tingkat Pengrajin	16.584	100
	Biaya Kemasan	208	1,2
	Biaya Transportasi	775	4,6
	Total Biaya	983	5,9
2	Konsumen		
	Harga Tingkat Konsumen	16.584	100
	Total biaya pemasaran	983	5,9
	Total margin pemasaran	0	0
	Share Margin		100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 16 diketahui bahwa pada saluran pemasaran 1 biaya yang dikeluarkan oleh pengrajin dalam kegiatan pemasaran adalah biaya transportasi yaitu Rp775/Kg dan biaya kemasan sebesar Rp200Kg. Biaya transportasi dikeluarkan oleh pengrajin dalam menjual gula aren karena lokasi pasar yang cukup jauh dari tempat tinggal pengrajin.

Saluran pemasaran 1 digunakan oleh 12 orang pengrajin responden. Hal ini dikarenakan pengrajin pada saluran pemasaran 1 merasa lebih untung karena harga jual yang lebih tinggi, selain itu pengrajin melakukan penjualan langsung ke konsumen karena sembari berbelanja kebutuhan sehari di pasar setelah gula arennya telah habis terjual. Proses pemasaran gula aren pada saluran pemasaran 1 ini biasanya dilakukan dengan cara pengrajin membawa gula aren ke pasar Kecamatan Batang Natal yang melakukan pekanan setiap hari Kamis. Pada pemasaran ini tidak ada margin pemasaran karena pengrajin menjual langsung kepada konsumen tanpa perantara atau lembaga pemasaran, sehingga tidak terjadi selisih harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh pengrajin.

Tabel 17. Rata- Rata Biaya, Margin Dan Keuntungan Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu Pada Saluran Pemasaran 2

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Pengrajin		
	Harga Tingkat Pengrajin	14.222	74,8
	Biaya Transportasi	222	1,16
	Total Biaya	222	1,16
2	Pedagang Pengecer		
	Harga Beli	14.222	74,8
	Biaya Pengemasan	196,6	1,03
	Biaya Resiko	26,6	0,14
	Biaya Transportasi	1.000	5,2
	Biaya Penyusutan	55,59	0,29
	Total Biaya	1.279	6,7
	Keuntungan	3.499	18,4
	Marjin Pemasaran	4.778	25,14
	Harga Jual	19.000	100
3	Konsumen		
	Harga Tingkat Konsumen	19.000	100
4	Total Margin Pemasaran	4.778	25,14
	Total Biaya Pemasaran	1.279	6,7
	Total Keuntungan	3.499	18,4
	Share Margin		74,8

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 17 diketahui bahwa pada saluran pemasaran 2 biaya yang dikeluarkan pengrajin hanya biaya transportasi Rp222/Kg untuk mengangkut gula aren pedagang pengecer yang berada di pasar. Saluran pemasaran 2 digunakan oleh 9 orang pengrajin responden. Hal ini dikarenakan produsen pada saluran pemasaran 2 merasa lebih untung dan agar gula dapat langsung terjual. Proses pemasaran gula aren pada saluran pemasaran 2 ini dilakukan dengan cara pengrajin datang ke pedagang pengecer yang berada dipasar dan ada juga pedagang pengecer yang menjemput langsung gula aren di rumah pengrajin. Pada saluran pemasaran 2 total biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer yaitu Rp1.279 dan keuntungan yang di ambil Rp3.499 adalah. Pada saluran pemasaran 2

margin pemasaran per kgnya sebesar Rp4.778/kg atau 25,14%, total biaya Rp1.279 dan total keuntungan Rp3.499, sedangkan Share Marginnya adalah 74,8%.

Tabel 18. Rata- Rata Biaya, Margin Dan Keuntungan Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu Pada Saluran Pemasaran 3

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Pengrajin		
	Harga Tingkat Pengrajin	10.000	50
	Biaya Transportasi	913	4,56
	Total Biaya	913	4,56
2	Pedagang Besar		
	Harga Beli	10.000	50
	Biaya Resiko	100	0,5
	Biaya Transportasi	1.000	7,5
	Biaya Bongkar Muat	150	0,75
	Biaya Penyusutan	156	0,78
	Total Biaya	1.406	7
	Keuntungan	3.594	17,9
	Marjin Pemasaran	5.000	25
Harga Jual	15.000	75	
3	Pedagang Pengecer		
	Harga Beli	15.000	75
	Biaya Pengemasan	200	1
	Biaya Resiko	100	0,5
	Biaya Transportasi	466	2,53
	Biaya Penyusutan	465	2,32
	Sewa Areal	46,6	0,25
	Total Biaya	1.277	6,3
	Keuntungan	3.723	18,6
	Marjin Pemasaran	5.000	25
Harga Jual	20.000	100	
4	Konsumen		
	Harga Tingkat Konsumen	20.000	100
5	Total Margin Pemasaran	10.000	50
	Total Biaya Pemasaran	2.683	13,4
	Total Keuntungan	7.317	36,585
	Share Margin		50

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 18 menunjukkan bahwa saluran pemasaran 3 lembaga pemasaran gula aren yang terkait adalah pedagang besar dan pedagang pengecer. Pada saluran pemasaran 3 pedagang besar mengeluarkan biaya-biaya seperti transportasi, resiko dan biaya bongkar muat . biaya paling tinggi adalah biaya transportasi yaitu sebesar Rp 1.000/kg. Harga beli gula aren dari pengrajin oleh pedagang besar sebesar Rp 10.000/kg dan dijual ke pedagang pengecer sebesar Rp 15.000/kg. Total biaya di tingkat pedagang besar sebesar Rp 1.406/kg dan keuntungan yang diambil oleh pedagang besar yaitu Rp3.594/kg. Jadi margin pemasaran yang diperoleh pedagang besar sebesar Rp 5.000/kg. Margin pemasaran diperoleh dari penjumlahan total biaya pemasaran dengan total keuntungan pemasaran.

Selanjutnya pedagang pengecer luar kota membeli gula aren dari pedagang besar dengan harga Rp 15.000/kg. Pada saluran pemasaran II ini pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp1.277/kg, yang terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp466/kg , biaya resiko Rp100/kg, biaya pengemasan sebesar Rp200/kg, biaya penyusutan Rp465/kg dan sewa areal Rp46,6/kg.

Pedagang pengecer kemudian menjualnya ke konsumen. Harga jual gula aren ke konsumen adalah sebesar Rp 20.000/kg. Sedangkan keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp 3.723/kg dan marginnya sebesar Rp 5.000/kg. Pada saluran pemasaran 3 memiliki Share Margin 50 % dan harga yang diterima konsumen yaitu Rp 20.000/kg. Total margin pemasaran, total biaya pemasaran, dan total keuntungan dari lembaga pemasaran adalah total margin pemasaran sebesar Rp10.000/kg, total biaya sebesar Rp 2.683/kg dan total keuntungan sebesar Rp7.317/kg.

Tabel 19. Rata- Rata Biaya, Margin Dan Keuntungan Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu Pada Saluran Pemasaran 4

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Pengrajin		
	Harga Tingkat Pengrajin	8.000	40
2	Pedagang Pengumpul		
	Harga Beli	8.000	40
	Biaya Transportasi	500	2,5
	Biaya Bongkar Muat	100	0,5
	Biaya Penyusutan	157,44	0,78
	Total Biaya	757,44	3,78
	Keuntungan	1.243	6,25
	Marjin Pemasaran	2.000	10
	Harga Jual	10.000	50
3	Pedagang Besar		
	Harga Beli	10.000	50
	Biaya Resiko	100	0,5
	Biaya Transportasi	1.000	5
	Biaya Bongkar Muat	150	0,75
	Biaya Penyusutan	156	0,78
	Total Biaya	1.406	7
	Keuntungan	3.594	17,9
	Marjin Pemasaran	5.000	25
	Harga Jual	15.000	75
4	Pedagang Pengecer		
	Harga Beli	15.000	75
	Biaya Pengemasan	200	1
	Biaya Resiko	100	2,5
	Biaya Transportasi	466	2,33
	Biaya Penyusutan	465	2,32
	Sewa Areal	46,6	0,2
	Total Biaya	1.277	6,3
	Keuntungan	3.723	18,6
	Marjin Pemasaran	5.000	25
	Harga Jual	20.000	100
5	Konsumen		
	Harga Tingkat Konsumen	20.000	100
6	Total Margin Pemasaran	12.000	60
	Total Biaya Pemasaran	3.876	19,38
	Total Keuntungan	8.124	40,62
	Share Margin		40

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 19 menunjukkan bahwa saluran pemasaran 4 lembaga pemasaran gula aren yang terkait adalah pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer luar kota. Pada saluran pemasaran 4 pedagang pengumpul mengeluarkan biaya transportasi Rp 500/kg, biaya bongkar muat Rp 100/kg dan biaya penyusutan Rp157,44. Harga beli gula aren dari pengrajin sebesar Rp 8.000/kg dan dijual ke pedagang besar sebesar Rp 10.000/kg. Total biaya ditingkat pedagang pengumpul sebesar Rp 757,44/kg dan keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul yaitu Rp1.243/kg. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp 2000/kg.

Selanjutnya pedagang besar membeli gula aren dari pedagang pengumpul dengan harga Rp 10.000/kg. Pada saluran pemasaran 4 ini pedagang besar mengeluarkan biaya-biaya seperti transportasi yaitu sebesar Rp 1.000/kg, biaya penanggungan resiko yaitu sebesar Rp 100/kg, biaya bongkar muat yaitu sebesar Rp 150/kg dan biaya penyusutan Rp 156 . Total biaya di tingkat pedagang besar sebesar Rp 1.406/kg dan keuntungan yang diambil oleh pedagang besar yaitu Rp 3.594/kg. Jadi margin pemasaran yang diperoleh pedagang besar sebesar Rp 5.000/kg. Margin pemasaran diperoleh dari penjumlahan total biaya pemasaran dengan total keuntungan pemasaran.

Selanjutnya pedagang pengecer luar kota membeli gula aren dari pedagang besar dengan harga Rp 15.000/kg. Pada saluran pemasaran 4 ini pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp1.277/kg, yang terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp466/kg , biaya resiko Rp100/kg, biaya pengemasan Sebesar Rp200/kg, biaya penyusutan Rp465/kg dan sewa areal Rp46,6/kg. Pedagang pengecer kemudian menjualnya ke konsumen. Harga jual gula aren ke

konsumen adalah sebesar Rp 20.000/kg. Sedangkan keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp 3.723/kg dan marginnya sebesar Rp5.000/kg.

Pada saluran pemasaran 4 memiliki share margin sebesar 40 % dan harga yang diterima konsumen yaitu Rp 20.000/kg. Total margin pemasaran, total biaya pemasaran, dan total keuntungan dari lembaga pemasaran adalah total margin pemasaran sebesar Rp12.000/kg, total biaya sebesar Rp3.876/kg dan total keuntungan sebesar Rp8.124/kg. Pada saluran pemasaran 4 memiliki margin pemasaran yang tinggi sehingga pendapatan yang diterima pengrajin rendah.

Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui seberapa besar efisiensi pemasaran dari setiap saluran pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu secara ekonomis dapat diketahui dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$Ep = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Total Nilai Produk}} \times 100\%$$

Dimana semakin rendah nilai efisiensi pemasaran (EP) dari saluran pemasaran maka semakin efisien dan apabila nilai efisiensi pemasaran(EP) semakin tinggi maka semakin tidak efisienlah saluran pemasaran tersebut.

Untuk mengetahui perbandingan tingkat efisiensi pola pemasaran yang paling efisien secara ekonomi dapat diketahui dengan cara membandingkan besarnya total biaya pemasaran, total nilai produk dan besarnya nilai efisiensi pemasaran dapat dilihat pada Tabel 20 berikut.

Tabel 20. Perbandingan Total Biaya, Total Nilai Produk dan Efisiensi Pemasaran Gula Aren Di Desa Banjar Malayu

No	Uraian	Saluran	Saluran	Saluran	Saluran
		1	2	3	4
1	Total Biaya (Rp/Kg)	983	1.279	2.683	3.876
2	Total Nilai Produk (Rp/Kg)	16.584	19.000	20.000	20.000
Efisiensi Pemasaran (%)		5,92	6,73	13,4	19,38

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 20 dapat diketahui bahwa pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu pada pola saluran pemasaran 1 merupakan saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomi dimana pola saluran pemasaran 1 memiliki nilai efisiensi sebesar 5,92% lebih rendah dibandingkan dengan saluran 2 yang memiliki nilai efisiensi sebesar 6,73%, saluran 3 yang memiliki nilai efisiensi sebesar 13,4%, dan saluran 4 yang memiliki nilai efisiensi tertinggi yaitu sebesar 19,38%. Hal ini menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran 1 merupakan saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomi. Secara keseluruhan saluran pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu sudah efisien secara ekonomi, yang ditunjukkan dengan nilai efisiensi pemasaran dari tiap-tiap saluran pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu lebih rendah dari 50 %.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pemasaran gula aren di Desa Banjar Malayu terdapat empat pola pemasaran yang terjadi yaitu saluran pemasaran 1 dimana pengrajin langsung menjual gula aren ke konsumen, pola pemasaran 2 dimana lembaga yang terlibat adalah pedagang pengecer, pola pemasaran 3 lembaga yang terlibat adalah pedagang besar dan pedagang pengecer. Dan pola pemasaran 4 dimana lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat terdiri dari pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer.
2. Fungsi-fungsi pemasaran dilakukan 55,55% ditingkat pedagang pengumpul. Pada tingkat pedagang besar fungsi-fungsi pemasaran dilakukan 77,77% . Dan Pada tingkat pedagang pengecer fungsi-fungsi pemasaran dilakukan 75%.
3. Pada Saluran pemasaran 1 total biaya pemasaran Rp983/kg dan margin pemasaran Rp0/kg. Pada saluran pemasaran 2 total biaya pemasaran Rp1.279/kg, total keuntungan Rp3.499/kg dan margin pemasaran Rp4.778/kg. Pada saluran pemasaran 3 total biaya pemasaran Rp2.683/kg, total keuntungan Rp7.137/kg dan margin pemasaran Rp10.000/kg. Untuk saluran pemasaran 4 total biaya pemasaran Rp3.876/kg, total keuntungan Rp8.124/kg dan margin pemasaran Rp 12.000/kg.
4. Dilihat dari efisiensi secara ekonomi maka pola saluran pemasaran 1 adalah pola pemasaran yang paling efisien karena mempunyai nilai efisiensi pemasaran 5,92%.

Saran

1. Bagi pengrajin dengan adanya saluran-saluran pemasaran dalam memasarkan gula aren, pengrajin dtuntut untuk mempelajari secara aktif informasi pasar sehingga dapat dipilih saluran pemasaran yang lebih menguntungkan.
2. Bagi pemerintah (Dinas Terkait) sebaiknya memperkenalkan sistem agribisnis kepada pengrajin sehingga pengrajin gula aren tersebut diharapkan secara perlahan-lahan dapat meningkatkan pendapatannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Francis , Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2016 Luas Tanaman dan Produksi Aren Tanaman Perkebunan Rakyat menurut Kabupaten.
- Darmawani. 2005. *Analisis Pemasaran Mendong di Kabupaten Sleman*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Tidak Dipublikasikan.
- Hanafie. Rita. 2010. Pengantar Ekonomi Pertanian. Penerbit CV Andi Yogyakarta.
- Handayani. 2011. Dalam Roni Saeful Hidayat, Yus Rusman, dan Mochamad Ramdan. Analisis Saluran Pemasaran Gula Aren (*Arenga Pinnata*) (Studi Kasus di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes). Jurnal Ilmiah Mahasiswa. Agrofindo Galuh Volume 2 Nomor 2, Januari 2016.
- Heryani. Hesty. 2016. Kegunaan Gula Dan Strategi Pengembangan Produk. Lambung Mangkurat University Press. Banjarmasin.
- Supardi, H. A. Yusdiarti, dan A. Arsyad. 2016. Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Pemasaran Gula Merah Skala Rumah Tangga (Studi Kasus : Desa Pasiripis Kecamatan Surade Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat). Jurnal AgribiSains ISSN 2550-1151 Volume 1 Nomor 2, April 2016
- Iswanto, A. H. 2009. Aren (*Arenga pinnata*). Karya Tulis. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Mahmud, M. 2007. Pengantar Bisnis Modern. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Rahim, A Hastuti DRD. 2008. *Pengantar , Teori dan asus Ekonomi Pertanian*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Saeful. Roni Hidayat, Yus Rusman, dan Mochamad Ramdan Analisis Saluran Pemasaran Gula Aren (*Arenga Pinnata*) (Studi Kasus di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes). Jurnal Ilmiah Mahasiswa. Agrofindo Galuh Volume 2 Nomor 2, Januari 2016.
- Santoso H.1988. Dalam Hesty Heryani. 2016. Kegunaan Gula Dan Strategi Pengembangan Produk. Lambung Mangkurat University Press. Banjarmasin.

- Simon, H. 2009. Dalam Azuar Juliandi,. Irfan & Saprinal Marpaung.2015. Metodologi Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi. UMSU Press. Medan.
- Soekartawi. 1993.*Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasi)*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- 2002. Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian. Rajawali. Jakarta.
- Sudiyono, 2004, Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang
- Sugiyono,2010, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sunanto. H. 1993. Dalam Hesty Heryani. 2016. Kegunaan Gula Dan Strategi Pengembangan Produk. Lambung Mangkurat University Press. Banjarmasin.
- Suryana, A. 1996. *Diversifikasi Pertanian dalam Proses Mempercepat Laju Pembangunan Nasional*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.

Lampiran – lampiran

Lampiran 1. Identitas Pengrajin Responden.

No	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Tanggungjan	Pengalaman	Luas Lahan (Ha)	Pengasila
1	Parlindungan Daulay	37	SMA	3	15	2	4.000.00
2	Saidar Lubis	52	SMP	6	35	4	1.800.00
3	Sahminan Nasution	54	SMA	7	30	1	1.600.00
4	Bakti Lubis	45	SD	4	10	1	2.000.00
5	Abdin Nasution	58	SMP	7	20	1	1.200.00
6	Olat Hasibuan	47	SMA	4	29	2	2.000.00
7	Ramli	57	SD	7	15	1,5	500.00
8	Asril Lubis	33	SMA	3	10	2	4.000.00
9	Asrul Dalimunte	47	SMP	6	27	1	5.00.00
10	Aswir Hasibuan	49	SMP	5	20	2	4.480.00
11	Aswan Hasibuan	33	SMK	3	10	2	2.000.00
12	Alamsyah	40	SD	4	11	4	1.000.00
13	Zabbar Nasution	52	SMP	6	35	2	2.000.00
14	M.Rahim Nasution	47	SMA	5	25	2	1.200.00
15	Aswar Hasibuan	28	MTS	4	10	1	1.500.00
16	Fahmi	30	SMP	4	5	1	1.000.00
17	Asrun Lubis	55	SD	7	42	2	1.600.00
18	Rusdi Nasution	20	SMP	3	1	2	1.000.00
19	Asmar Hasibuan	37	SMA	3	1	1	2.200.00
20	Abdul Basri	35	SMA	3	10	0,5	2.160.00
21	Amiruddin	48	SMA	3	15	1	2.160.00
22	Erni	46	SMP	3	30	1	9.000.00
23	Irfan	55	SD	6	20	1	2.000.00
24	Abdul Rasyid Lubis	36	SMA	3	15	2	2.400.00
25	Fahri	28	SMP	4	3	0.5	2.000.00
26	Amran Lubis	52	SMP	7	34	2,5	3.500.00
27	Mauluddin Nasution	47	SMA	4	25	1	7.00.00
28	Hapisuddin	36	SD	2	1	1	1.000.00
29	Abdul Nasution	35	SMA	4	15	1	1.920.00
30	Bismar Lubis	57	SMP	6	30	2	4.080.00
Jumlah		1296		136	549	47,5	65.300.00
Rataan		43,2		4,53	18,3	1,63	2.332.14

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

**Lampiran 2. Jumlah, Rata-Rata Dan Persentase Fungsi-Fungsi Pemasaran
Yang Dilakukan Lembaga Pemasaran Gula Aren Di Desa
Banjar Malayu**

No	Uraian	F1	F1	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	Persentase
Pengumpul											
1	Misran lubis	ü	ü	ü	ü	-	-	-	-	ü	55,55
Pedagang Besar											
2	Raja tiar lubis	ü	ü	ü	ü	-	ü	ü	ü	ü	88,88
Pengecer											
3	Miswar Rangkuti	ü	ü	ü	ü	ü	ü	ü	ü	ü	100
4	Berlin	ü	ü	ü	ü	ü	ü	ü	-	ü	88,88
5	Nasran br lubis	ü	ü	ü	-	ü	-	-	-	-	44,44
6	Nurlina	ü	ü	ü	ü	ü	ü	-	ü	ü	88,88
Jumlah		6	6	6	5	4	4	3	3	5	466,63
Rataan		1	1	1	0,83	0,66	0,66	0,5	0,5	0,83	0,77
Persentase		100	100	100	83	66	66	50	50	83	77,77

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

keterangan :

F1 : Fungsi Pembelian

F6 : Fungsi Pembelian

F2 : Fungsi Penjualan

F7 : Fungsi Sortase/Standarisasi

F3 : Fungsi Transportasi

F8 : Fungsi Penanggung Resiko

F4 : Fungsi Pergudangan

F9 : Fungsi Informasi Pasar

F5: Fungsi Penjajaan

Lampiran3. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pengrajin Kepada Konsumen Pada Pola Pemasaran 1(Tingkat 0)

No Sampel	Volume Penjualan (Kg)	Kemasan (Rp)	Transportasi (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp)
1	60	12.000	48.000	17.000	60.000
8	60	12.000	48.000	17.000	60.000
10	70	16.000	56.000	16.000	72.000
11	30	8.000	24.000	16.000	32.000
17	60	12.000	30.000	16.000	42.000
20	30	8.000	24.000	18.000	32.000
22	70	16.000	56.000	17.000	72.000
23	50	12.000	40.000	16.000	52.000
25	60	12.000	48.000	16.000	60.000
26	60	12.000	48.000	17.000	60.000
27	20	4.000	16.000	16.000	20.000
30	60	12.000	48.000	17.000	60.000
Jumlah	630	136.000	486.000	199.000	622.000
Rataan	52,5	11.333	40.500	16.583	51.833

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran4. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren perKg Oleh Pengrajin Kepada Konsumen Pada Pola Pemasaran 1 (Tingkat 0)

No Sampel	Kemasan (Rp/Kg)	Transportasi (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	200	800	17.000	1.000
8	200	800	17.000	1.000
10	228	800	16.000	1.028
11	200	800	16.000	1.000
17	200	500	16.000	700
20	200	800	18.000	1.000
22	228	800	17.000	1.028
23	240	800	16.000	1.040
25	200	800	16.000	1.000
26	200	800	17.000	1.000
27	200	800	16.000	1.000
30	200	800	17.000	1.000
Jumlah	2.496	9.300	199.000	11.796
Rataan	208	775	16.583	983

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran5. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pengrajin Kepada Pengecer Pada Pola Pemasaran 2(Tingkat I)

No Sampel	Volume Penjualan (Kg)	Kemasan (Rp)	Transportasi (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp)
2	30	0	0	14.000	0
6	30	0	0	14.000	0
9	75	0	75.000	15.000	75.000
13	40	0	0	14.000	0
16	70	0	70.000	15.000	70.000
12	35	0	0	14.000	0
19	50	0	0	14.000	0
21	50	0	0	14.000	0
28	30	0	0	14.000	0
Jumlah	410	0	145.000	128.000	145.000
Rataan	45,5	0	16.111	14.222	16.111

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran6. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pengrajin Kepada Pengecer Pada Pola Pemasaran 2 (Tingkat I)

No Sampel	Kemasan (Rp)	Transportasi (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
2	0	0	14.000	0
6	0	0	14.000	0
9	0	1.000	15.000	1.000
13	0	0	14.000	0
16	0	1.000	15.000	1.000
12	0	0	14.000	0
19	0	0	14.000	0
21	0	0	14.000	0
28	0	0	14.000	0
Jumlah	0	2.000	128.000	2000
Rataan	0	222,2	14.222	222,2

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran7. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pengrajin Kepada Pedagang Besar Pada Pola Pemasaran 3 (Tingkat II)

No Sampel	Volume Penjualan (Kg)	Kemasan (Rp)	Transportasi (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp)
3	35	0	28.000	10.000	28.000
4	50	0	50.000	10.000	50.000
7	78	0	70.200	10.000	70.200
14	70	0	70.000	10.000	70.000
15	70	0	56.000	10.000	56.000
18	20	0	16.000	10.000	16.000
24	75	0	75.000	10.000	75.000
29	50	0	50.000	10.000	50.000
Jumlah	448	0	415.200	80.000	415.200
Rataan	56	0	51.900	10.000	51.900

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran8. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pengrajin Kepada Pedagang Besar Pada Pola Pemasaran 3 (Tingkat II)

No Sampel	Kemasan (Rp)	Transportasi (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
3	0	800	10.000	800
4	0	1.000	10.000	1.000
7	0	900	10.000	900
14	0	1.000	10.000	1.000
15	0	800	10.000	800
18	0	800	10.000	800
24	0	1.000	10.000	1.000
29	0	1.000	10.000	1.000
Jumlah	0	7300	80.000	7300
Rataan	0	913	10.000	913

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran9. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pengrajin Kepada Pengumpul Pada Pola Pemasaran 4 (Tingkat III)

No Sampel	Volume Penjualan (Kg)	Kemasan (Rp)	Transportasi (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp)
5	90	0	0	8.000	0
Jumlah	90	0	0	8.000	0
Rataan	90	0	0	8.000	0

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran10. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya, Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh PengecerKepada konsumen Pada Pola Pemasaran 2 (Tingkat I)

No Sampel	Penjualan (Kg)	Resiko (Rp)	Kemasan (Rp)	Transportasi (Rp)	Penyusutan (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)
3	50	0	4.000	50.000	1.146	20.000
4	375	30.000	75.000	300.000	50.527	18.000
5	125	0	25.000	125.000	1.146	19.000
Jumlah	550	30.000	104.000	475.000	52.819	57.000
Rataan	183	10.000	34.667	158.333	17.606	19.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran11. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya, Harga Beli Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh PengecerKepada konsumen Pada Pola Pemasaran 2 (Tingkat I)

No Sampel	Harga Beli (Rp/Kg)	Resiko (Rp/Kg)	Kemasan (Rp/Kg)	Transportasi (Rp/Kg)	Penyusutan (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
3	15.000	0	190	1.000	54,58	20.000	1.244,5
4	14.000	80	200	800	134,72	18.000	1.214,7
5	15.000	0	200	1.000	9,16	19.000	1.009,1
Jumlah	44.000	80	590	3.000	198	57.000	3.468,3
Rataan	14.667	26,6	196,6	1.000	66	19.000	1.289,2

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran12. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya, Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pedagang BesarKepada Pengecer Diluar Kota Pada Pola Pemasaran 3 & 4

No Sampel	Penjualan (Kg)	Bongkar Muat (Rp)	Transportasi (Rp)	Resiko (Rp)	Penyusutan (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)
2	4.000	600.000	4.000.000	400.000	627.088	15.000
Jumlah	4.000	600.000	4.000.000	400.000	627.088	15.000
Rataan	4.000	600.000	4.000.000	400.000	627.088	15.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran13. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya, Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pedagang BesarKepada Pengecer Diluar Kota Pada Pola Pemasaran 3 & 4

No Sampel	Harga Beli (Rp/Kg)	Bongkar Muat (Rp/Kg)	Transportasi (Rp/Kg)	Resiko (Rp/Kg)	Penyusutan (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
2	10.000	150	1.000	100	156	15.000	1406
Jumlah	10.000	150	1.000	100	156	15.000	1406
Rataan	10.000	150	1.000	100	156	15.000	1406

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran14. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya Biaya, Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh PengumpulKepada Pedagang BesarPada Pola Pemasaran 3 (Tingkat II)

No Sampel	Penjualan (Kg)	Bongkar Muat (Rp)	Transportasi (Rp)	Penyusutan (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	2.000	200.000	1.000.000	314.896	10.000
Jumlah	2.000	200.000	1.000.000	314.896	10.000
Rataan	2.000	200.000	1.000.000	314.896	10.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran15. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya Biaya, Harga Beli Dan Harga Jual Gula Aren Oleh PengumpulKepada Pedagang Besar Pada Pola Pemasaran 3 (Tingkat II)

No Sampel	Harga Beli (Rp/Kg)	Bongkar Muat (Rp/Kg)	Transportasi (Rp/Kg)	Penyusutan (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	8.000	100	500	157,44	10.000	757,44
Jumlah	8.000	100	500	157,44	10.000	757,44
Rataan	8.000	100	500	157,44	10.000	757,44

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran16. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya Biaya, Dan Harga Jual Gula Aren per Minggu Oleh Pedagang Pengecer Luar KotaKepada Konsumen Pada Pola Pemasaran 3 & 4

No Sampel	Penjualan (Kg)	Resiko (Rp/Kg)	Kemasan (Rp/Kg)	Transportasi (Rp/Kg)	Penyusutan (Rp/Kg)	Sewa Areal (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
6	150.000	15.000	30.000	70.000	69.720	7.000	20.000
Jumlah	150.000	15.000	30.000	70.000	69.720	7.000	20.000
Rataan	150.000	15.000	30.000	70.000	69.720	7.000	20.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran17. Jumlah Dan Rata –Rata Biaya Biaya, Dan Harga Jual Gula Aren per Kg Oleh Pedagang Pengecer Luar KotaKepada Konsumen Pada Pola Pemasaran 3 & 4

No Sampel	Harga Beli (Rp/Kg)	Resiko (Rp/Kg)	Kemasan (Rp/Kg)	Transportasi (Rp/Kg)	Penyusutan (Rp/Kg)	Sewa Areal (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
6	15.000	100	200	466	464,68	46,6	20.000	1277,28
Jumlah	15.000	100	200	466	464,68	46,5	20.000	1.277,28
Rataan	15.000	100	200	466	464,68	46,6	20.000	1.277,28

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 18. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengumpul

Responden	Mobil Pick Up		Timbangan		Total
	Harga	Umur Ekonomis	Harga	Umur Ekonomis	
Misran Lubis	150.000.000	10	575.000	5	150.575.000
Jumlah	150.000.000	10	575.000	5	150.575.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 19. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengumpul per Tahun

Responden	Mobil Pick Up (Rp)	Timbangan (Rp)	Total (Rp)
Misran Lubis	15.000.000	115.000	15.115.000
Jumlah	15.000.000	115.000	15.115.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 20. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengumpul per Bulan

Responden	Mobil Pick Up (Rp)	Timbangan (Rp)	Total (Rp)
Misran Lubis	1.250.000	9.583,30	1.259.583
Jumlah	1.250.000	9.583,30	1.259.583

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 21. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengumpul per Minggu

Responden	Penjualan (Kg)	Mobil Pick Up (Rp)	Timbangan (Rp)	Total (Rp)
Misran Lubis	2.000	312.500	2.395,80	314.896
Jumlah	2.000	312.500	2.395,80	314.896

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 22. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengumpul per Kg

Responden	Mobil Pick Up (Rp)	Timbangan (Rp)	Total (Rp)
Misran Lubis	156,25	1,19	157,44
Jumlah	156,25	1,19	157,44

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 23. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Besar

Responden	Mobil Truk		Timbangan Duduk		Gudang		Total
	Harga (juta)	Umur Ekonomis	Harga	Umur Ekonomis	Harga	Umur Ekonomis	
Raja Tiar Lubis	286,5	10	2.250.000	5	5.000.000	5	293.750.000
Jumlah	286,5	10	2.250.000	5	5.000.000	5	293.750.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 24. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Besar per Tahun

Responden	Mobil Truk (Rp)	Timbangan Duduk (Rp)	Gudang (Rp)	Total (Rp)
Raja Tiar Lubis	28.650.000	450.000	1.000.000	30.100.000
Jumlah	28.650.000	450.000	1.000.000	30.100.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 25. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Besar per Bulan

Responden	Mobil Truk (Rp)	Timbangan Duduk (Rp)	Gudang (Rp)	Total (Rp)
Raja Tiar Lubis	2.387.500	37.500	83.333,30	2.508.333
Jumlah	2.387.500	37.500	83.333,30	2.508.333

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 26. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Besar per Minggu

Responden	Penjualan (Kg)	Mobil Truk (Rp)	Timbangan Duduk (Rp)	Gudang (Rp)	Total (Rp)
Raja Tiar Lubis	4.000	596.875	9.375	20.838,3	627.088
Jumlah	4.000	596.875	9.375	20.838,3	627.088

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 27. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Besar per Kg

Responden	Mobil Truk (Rp)	Timbangan Duduk (Rp)	Gudang (Rp)	Total (Rp)
Raja Tiar Lubis	149	2	5	156
Jumlah	149	2	5	156

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 28. Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer

Responden	Sepeda Motor		Timbangan		Keranjang Rotan		Total
	Harga	Umur Ekonomis	Harga	Umur Ekonomis	Harga	Umur Ekonomis	
Miswar Rangkuti	17.000.000	5	117.000	2	500.000	3	17.617.000
Berlin	0	0	110.000	2	0	0	110.000
Nasran Br Lubis	0	0	110.000	2	0	0	110.000
Jumlah	17.000.000	5	337.000	6	500.000	3	17.837.000
Rataan	5.666.667	1,6	112.333	2	166.667	1	5.945.667

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 29. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer per Tahun

Responden	Sepeda Motor (Rp)	Timbangan (Rp)	Keranjang Rotan (Rp)	Total (Rp)
Miswar Rangkuti	3.400.000	58.500	166.666,60	3.625.167
Berlin	0	55.000	0	55.000
Nasran Br Lubis	0	55.000	0	55.000
Jumlah	3.400.000	168.500	166.666,60	3.735.167
Rataaan	1.133.333	56.167	55.555,53	1.245.056

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 30. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer per Bulan

Responden	Sepeda Motor (Rp)	Timbangan (Rp)	Keranjang Rotan (Rp)	Total (Rp)
Miswar Rangkuti	183.333,30	4.875	13.888,80	202.097,10
Berlin	0	4.585	0	4585
Nasran Br Lubis	0	4.585	0	4585
Jumlah	183.333,30	14.045	13.888,80	211.267,10
Rataaan	61.111,10	4.682	4.629,60	70.422,37

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 31. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer per Minggu

Responden	Penjualan (Rp)	Sepeda Motor (Rp)	Timbangan (Rp)	Keranjang Rotan (Rp)	Total (Rp)
Miswar Rangkuti	375	45.833,30	1.218,70	3.475,20	50.527,20
Berlin	125	0	1.146,20	0	1146,2
Nasran Br Lubis	50	0	1.146,20	0	1146,2
Jumlah	521	45.833,30	3.511,10	3.475,20	52.819,60
Rataaan	183,3	15.277,7	1.170,37	1.158,40	17.606,53

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 32. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer per Kg

Responden	Sepeda Motor (Rp)	Timbangan (Rp)	Keranjang Rotan (Rp)	Total (Rp)
Miswar Rangkuti	122,22	3,24	9,26	134,72
Berlin	0	9,16	0	9,16
Nasran Br Lubis	0	22,9	0	22,9
Jumlah	122,22	35,3	9,26	166,78
Rataaan	40,74	11,7	3,08	55,59

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 33. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer Luar Kota

Responden	Sepeda Motor		Timbangan		Lapak		Pisau		Total (Rp)
	Harga Juta	Umur	Harga (Rp)	Umur	Harga (Rp)	Umur	Harga (Rp)	Umur	
Nurlina	16	5	100.000	2	200.000	3	30.000	1	16.330.000
Jumlah	16	5	100.000	2	200.000	3	30.000	1	16.330.000
Rataan	16	5	100.000	2	200.000	3	30.000	1	16.330.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 34. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer Luar Kota per Tahun

Responden	Sepeda Motor (Rp)	Timbangan (Rp)	Lapak (Rp)	Pisau (Rp)	Total (Rp)
Nurlina	3.200.000	50.000	66.666	30.000	3.346.666
Jumlah	3.200.000	50.000	66.666	30.000	3.346.666
Rataan	3.200.000	50.000	66.666	30.000	3.346.666

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 35. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer Luar Kota per Bulan

Responden	Sepeda Motor (Rp)	Timbangan (Rp)	Lapak (Rp)	Pisau (Rp)	Total (Rp)
Nurlina	266.666	4.166	5.555	2.500	278.887
Jumlah	266.666	4.166	5.555	2.500	278.887
Rataan	266.666	4.166	5.555	2.500	278.887

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 36. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer Luar Kota per Minggu

Responden	Penjualan (Kg)	Sepeda Motor (Rp)	Timbangan (Rp)	Lapak(Rp)	Pisau(Rp)	Tot (Rp)
Nurlina	150	66.666	1.041	1.388	625	69.7
Jumlah	150	66.666	1.041	1.388	625	69.7
Rataan	150	66.666	1.041	1.388	625	69.7

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 37. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Pengecer Luar Kota per Kg

Responden	Sepeda Motor (Rp)	Timbangan (Rp)	Lapak(Rp)	Pisau(Rp)	Total (Rp)
Nurlina	444,44	6,94	9,2	4,1	464,68
Jumlah	444,44	6,94	9,2	4,1	464,68
Rataan	444,44	6,94	9,2	4,1	464,68

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Lampiran 38. Dokumentasi Penelitian

A. Tanaman Aren Dan Pengolahan Gula Aren



Tanaman Aren



Wadah Sadapan



Perebusan Nira Aren



Pencetakan Gula Aren



Kemasan Gula Aren

B. Pengisian Kuisisioner Dan Wawancara

