

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN USAHA GULA AREN  
(Studi Kasus : Desa Puudongi Kecamatan Polinggona Kabupaten  
Kolaka)**

**MARKETING CHANNEL ANALYSIS OF PALM SUGAR BUSINESS  
(Case Study: Puudongi Village, Polinggona District, Kolaka Regency)**

**Campina Illa Prihantini <sup>1\*</sup>, Yuli Purbaningsih <sup>1</sup>, Alda Sari <sup>1</sup>, Helviani <sup>1</sup>, Fikram <sup>1</sup>,  
Umbu Joka <sup>2</sup>, Muh. Ilham Taufik <sup>1</sup>, dan Sri Hardina <sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian Perikanan dan Peternakan  
Universitas Sembilanbelas November Kolaka

<sup>2</sup> Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Timor

\*) Email: campinailla26@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran gula aren untuk setiap tingkat lembaganya yang ada di Desa Puudongi Kecamatan Polinggona Kabupaten Kolaka. Penelitian ini adalah penelitian studi kasus. Data primer diperoleh langsung dari petani pengolah gula aren sedangkan data sekunder berupa data statistik, laporan tahunan, laporan penelitian, jurnal dan data lain yang berkaitan dengan topik kajian ini. Sampel pada penelitian ini yaitu seluruh pelaku usaha gula aren di Desa Puudongi sebanyak 7 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran utama dalam pemasaran gula aren di Desa Puudongi. . Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling tidak efisien karena memiliki alur pemasaran terpanjang di antara dua saluran pemasaran lainnya.

**Kata Kunci :** Gula aren, saluran pemasaran, margin pemasaran.

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the marketing channels and marketing margins of palm sugar for each level of the institution in Puudongi Village, Polinggona District, Kolaka Regency. This research is a case study research. Primary data is obtained directly from palm sugar processing farmers while secondary data is in the form of statistical data, annual reports, research reports, journals and other data related to the topic of this study. The sample in this study were all palm sugar business actors in Puudongi Village as many as 7 people. The results showed that there are three main marketing channels in marketing palm sugar in Puudongi Village. . Marketing channel I is the most inefficient marketing channel because it has the longest marketing channel among the other two marketing channels.*

**Keywords :** Palm sugar, marketing channel, marketing margin.

## PENDAHULUAN

Pohon aren (*Arenga pinnata*) merupakan pohon yang memiliki potensi sebagai penghasil berbagai macam bahan industri. Ternyata, hampir seluruh bagian atau produk tanaman ini dapat diolah dan juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Sayangnya, tanaman ini kurang mendapatkan perhatian dalam pengembangan dan budidaya secara sungguh-sungguh oleh berbagai pihak. Padahal permintaan terhadap produk hasil olahan cukup tinggi, mulai dari batang pohon aren, daun, buah hingga akarnya (Hatta, 1993). Sejauh ini, sebagian besar masyarakat yang telah menerima manfaat dari keberadaan sumberdaya hayati ini belum mampu membudidayakannya secara baik. Pada umumnya, masyarakat Indonesia hanya mengandalkan pohon aren yang tumbuh secara alami untuk berbagai kebutuhan (Widyawati, 2012). Padahal, nilai ekonomi yang dimiliki oleh produk-produk olahan dari tanaman aren sangat dibutuhkan oleh pasar internasional. Sehingga berpotensi untuk meningkatkan nilai ekspor yang tentunya akan berdampak terhadap peningkatan perekonomian masyarakat. Salah satu produk olahan yang paling besar nilai ekonominya adalah gula aren (Burhanudin, 2015).

Gula aren adalah produk hasil olahan yang dimulai dengan proses pemasakan nira aren sampai kadar air yang dimilikinya menjadi sangat rendah (<6%). Setelah itu, produknya yang telah dipekatkan itu akan mengeras setelah melalui proses pendinginan dalam suhu ruangan. Pembuatan gula aren dapat dikatakan hampir sama dengan sirup aren. Awalnya, nira dipanaskan sampai kental sekali, kemudian cairan gula

yang telah mengental dituangkan ke dalam cetakan dan ditunggu sampai suhunya dingin. Pembuatan gula aren dapat dikategorikan mudah dan dilakukan dengan menggunakan peralatan yang sederhana. Selama ini, gula yang dihasilkan dari pengolahan gula aren sangat membantu dalam peningkatan penghasilan masyarakat. Namun, industri rumahan gula aren masih dijadikan sebagai usaha sampingan terutama di masyarakat perdesaan (Hidayat et al., 2016). Salah satu penyebabnya adalah adanya pandangan bahwa tingkat penerimaan dari industri gula aren tersebut sehingga dirasa tidak akan mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, para pengusaha rumahan gula aren memilih tetap bekerja di sawah, ladang dan pekerjaan lainnya sebagai penopang utama kehidupan ekonomi keluarga. Adalah hal yang sangat tepat jika pemerintah terus memberikan dorongan dan motivasi kepada masyarakat, terutama masyarakat yang berada di wilayah perdesaan, untuk meningkatkan kesejahteraan melalui peningkatan dan pengembangan industri gula aren yang telah mereka jalankan selama ini (Safari, 2005).

Pada umumnya masyarakat di Desa Puudongi Kecamatan Polinggona Kabupaten Kolaka Sulawesi Tenggara masyarakatnya yang bermatapencaharian sebagai pembuat gula aren, penghasil minyak nilam, peternak, petani dan sebagian menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di lingkungan pemerintah Kabupaten Kolaka Sulawesi Tenggara. Berdasarkan hasil survei di lapangan, jumlah pengusaha gula aren adalah sejumlah 7 orang. Mereka menyatakan bahwa profesi sampingan sebagai

pembuat gula aren cukup membantu perekonomian keluarga. Berdasarkan keadaan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pemasaran gula aren di Desa Puudongi. Penelitian ini bermaksud untuk mengidentifikasi saluran pemasaran dan menganalisis margin pemasaran gula aren. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang saluran pemasaran gula aren kepada pemangku kebijakan dalam rangka pembinaan dan pengembangan lebih lanjut mengenai pengolahan gula aren sebagai produk unggulan Desa Puudongi, Kecamatan Polinggona, Kabupaten Kolaka.

## **METODOLOGI**

### **Penentuan Lokasi Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Desa Pudongi, Kecamatan Polinggona, Kabupaten Kolaka selama lima bulan yang meliputi tahap persiapan, pengambilan data primer di lapangan, analisis dan pengolahan data, serta penyusunan laporan hasil penelitian. Objek utama penelitian adalah pengusaha rumahan gula aren di Desa Puudongi, Kecamatan Polinggona, Kabupaten Kolaka. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, yakni suatu pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan informasi lengkap dari tempat tertentu secara alamiah (bukan buatan). Peneliti mengumpulkan data dan informasi dengan berdasarkan pertanyaan yang telah disusun dalam kuesioner dan melakukan wawancara secara terstruktur (Aprianto et al. 2017).

### **Pengumpulan Data**

Sumber dan jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer bersumber

langsung dari pengusaha rumahan gula aren dan data sekunder diperoleh dari sumber pustaka lainnya yang disajikan dalam berbagai bentuk seperti data statistik, laporan tahunan, laporan penelitian, jurnal dan data lain yang relevan dengan topik kajian penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Karakteristik responden merupakan faktor internal yang dapat menggambarkan keadaan dan kondisi dari responden. Dalam penelitian ini, responden yang dimaksud adalah pengusaha rumahan gula aren, pedagang pengumpul dan pedagang besar. Karakteristik responden yang dianalisis adalah umur responden, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan lamanya usaha rumahan gula aren yang dijalankan. Karakteristik responden dijelaskan secara rinci dalam ulasan berikut.

#### **1. Umur responden**

Faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja seseorang adalah faktor umur. Umur merupakan faktor penentu dari segala aktivitas yang dijalankan oleh setiap responden guna memaksimalkan tenaga kerja dan modal yang digunakan selama kegiatan pemasaran berlangsung. Umur tentunya berdampak terhadap kemampuan fisik seseorang dalam bertindak dan berusaha. Seseorang yang memiliki umur tua tentunya memiliki kemampuan fisik yang cenderung lemah. Sebaliknya, mereka yang masih berumur muda tentunya kekuatan fisiknya lebih kuat. Adapun klasifikasi umur responden dalam usaha

rumahan gula aren di Desa Puudongi, Kecamatan Polinggona Kabupaten Kolaka dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Puudongi, Kecamatan Polinggona, Kabupaten Kolaka**

No.	Kelompok Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	< 15	1	14.28
2.	15 - 64	6	85.72
3.	> 64	0	0
	Jumlah	7	100

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2022

Dalam Tabel 1, jumlah responden terbanyak berada pada kelompok umur < 15 tahun yaitu berjumlah 1 orang atau 14,28 persen. Sedangkan untuk kelompok umur 15-64 jumlahnya adalah 6 orang dengan presentase sebesar 85,72%. Sisanya, pada kelompok umur di atas 64 tahun adalah nol. Pengelompokan umur responden berdasarkan usia produktif yang ditetapkan dalam penentuan angkatan kerja atau usia produktif. Dengan demikian, pengusaha rumahan gula aren di Desa Puudongi termasuk dalam kategori kelompok umur yang produktif. Pada usia ini, responden dinyatakan mampu menyerap dan bertindak secara cepat (Arham, 2017).

## 2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dapat mempengaruhi cara berfikir dan cara bertindak dalam pengambilan keputusan seseorang dalam menjalankan sebuah usaha. Secara umum, semakin tinggi

tingkat pendidikan dan ditunjang dari berbagai pengalaman, maka produktivitas kemampuan kerja yang dimilikinya juga semakin baik dan profesional. Kemampuan seseorang sebagian ditentukan oleh tingkat pendidikannya, baik bersifat formal maupun informal. Tingginya rata-rata tingkat pendidikan masyarakat sangat penting bagi kesiapan bangsa menghadapi tantangan dalam pasar tenaga kerja global di masa depan yang semakin tidak terbatas. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi tentu akan memberikan kemudahan seseorang atau masyarakat dalam penyerapan informasi. Tingkat pendidikan formal juga mampu membentuk nilai bagi seseorang terutama dalam menerima hal baru (Suharjo, 2007).

**Tabel 2 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Puudongi Kecamatan Polinggona Kabupaten Kolaka**

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	SD	4	57.15
2.	SMP	2	28.57
3.	SMA	1	14.28
	Jumlah	7	100

Sumber: Data Setelah diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel 2 jumlah pembuat gula aren yang berpendidikan akhir SD sebanyak 4 orang, sedangkan SMP berjumlah 2 orang dan SMA hanya 1 orang. Ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan pengusaha rumahan gula aren di Desa Puudongi masih rendah.

### 3. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga menggambarkan banyaknya anggota keluarga yang ditanggung oleh responden, baik yang merupakan keluarga inti responden maupun anggota keluarga lainnya yang menjadi tanggung jawab responden. Jumlah tanggungan keluarga responden pengusaha rumahan gula aren di Desa Puudongi dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3 Jumlah Tanggungan Keluarga Pembuat Gula Aren di Desa Puudongi Kecamatan Polinggona Kabupaten Kolaka**

No.	Jumlah Tanggungan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	3 - 4	5	71.42
2.	5 - 6	1	14.28
3.	7 - 8	1	14.28
	Jumlah	7	100

*Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2022*

Dari Tabel 3, dapat dilihat bahwa sejumlah 71,42% dari jumlah responden memiliki tanggungan keluarga sejumlah 3 - 4 orang. Responden yang memiliki jumlah tanggungan keluarga 5-6 orang adalah sebesar 14,28 %. Begitu pula dengan responden yang memiliki jumlah tanggungan keluarga 7-8 orang.

### 4. Pengalaman Berusaha (Gula Aren)

Pengalaman dalam menjalankan usaha dapat diartikan sebagai sesuatu yang pernah dijalani, dirasakan, dan ditanggung oleh seorang pengusaha. Hal ini berkaitan dengan tenaga, pikiran, atau badan dalam mencapai tujuan usaha, yaitu memperoleh pendapatan bagi pemenuhan

kebutuhan hidup petani dan keluarganya. Keputusan yang diambil oleh pengusaha rumahan gula aren di Desa Puudongi dalam menjalankan usahanya cenderung lebih banyak mempergunakan pengalaman, baik yang berasal dari dirinya maupun pengalaman yang berasal dari pengusaha gula aren lainnya. Pengalaman usaha gula aren merupakan faktor yang cukup menunjang dalam kesuksesan usaha yang dijalankan.

**Tabel 4 Jumlah Dan Presentasi Pengalaman Berusaha Gula Aren Pembuat Gula Aren Di Desa Puudong Kecamatan Polinggona Kabupaten Kolaka**

No.	Pengalaman Berusahatani (Tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	2 - 3	4	57.15
2.	3 - 5	2	28.57
3.	5 - 7	1	14.28
	Jumlah	7	100

*Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2022*

Dapat dilihat dari Tabel 4, pengalaman berusaha gula aren yang paling tinggi adalah 2-3 tahun dengan jumlah responden sebanyak 4 orang dengan presentase 57,15%. Jumlah responden yang telah menjalankan usahanya selama 3-5 tahun adalah 2 orang dan jumlah responden yang usahanya telah berjalan 5-7 tahun hanya berjumlah satu orang saja. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengusaha rumahan gula aren di Desa Puudongi memang belum lama dilakukan sehingga pengalaman berusaha gula aren dapat dikatakan belum terbilang tinggi.

## **Sistem Pemasaran**

Sistem pemasaran gula aren di Desa Puudongi ini dilakukan dengan sistem satuan Rupiah per butir (Rp/butir), sehingga sistem satuan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah Rp/butir. Berdasarkan hasil wawancara kepada seluruh responden, semuanya menggunakan jasa lembaga pemasaran yang berbeda untuk menyalurkan hasil produksi gula aren hingga sampai ke tangan konsumen. Setelah gula aren diproduksi, pedagang pengumpul kecamatan/desa akan meneruskan pemasarannya kepada pedagang pengumpul antar kabupaten/kota dan diteruskan oleh pedagang pengecer. Adanya beberapa saluran pemasaran ini tentu berpengaruh terhadap tingkat marjin, biaya pemasaran dan keuntungan yang diterima. Pembagian keuntungan yang berbeda antar pelaku atau lembaga pemasaran sangat ditentukan oleh tingkat efisiensi saluran pemasaran (Arham, 2017).

## **Lembaga Pemasaran**

Lembaga pemasaran adalah orang atau badan yang terlibat dalam proses pemasaran suatu barang dan/atau jasa. Kehadiran lembaga pemasaran berperan penting dari titik produsen ke titik konsumen (Araujo dan Nubatonis, 2016; Dari et al, 2021; dan Nurfadila et al, 2021). Lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran gula aren dapat memperlancar pergerakan gula aren dari produsen sampai ke konsumen melalui berbagai kegiatan yang dikenal sebagai perantara. Dalam sistem pemasaran gula aren di Desa Puudongi, terdapat beberapa lembaga-lembaga yang terlibat seperti pedagang pengumpul, pedagang besar,

dan juga pedagang pengecer (Arham, 2017).

### **1. Produsen (Pengusaha Gula Aren)**

Pengusaha gula aren adalah pembuat gula aren yang melakukan usaha pembuatan gula aren dengan tujuan memperoleh keuntungan dalam pemenuhan kebutuhan ekonominya. Lokasi pembuatan terletak di masing-masing pengusaha pembuat gula aren. Setiap satu kali produksi, pengusaha mampu menghasilkan gula aren sekitar 20-45 butir.

### **2. Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul merupakan lembaga pemasaran yang melakukan fungsi penjualan gula aren yang dibeli dari beberapa pembuat gula aren baik itu dengan jumlah banyak maupun dengan jumlah sedikit. Pedagang pengumpul berperan penting dalam memasarkan gula aren yang berada di Desa Puudongi. Setiap gula aren yang telah dibeli dikumpulkan terlebih dahulu lalu dikemas dengan menggunakan plastik, kardus atau karung. Pembuat gula aren dalam memasarkan hasil produksinya tidak mengeluarkan biaya pemasaran karena pedagang pengumpul-lah yang datang langsung ke lokasi petani gula aren untuk membeli. Proses pembayarannya dilakukan secara tunai sehingga pembuat gula aren langsung menerima uang atas transaksi tersebut. Adapun fungsi yang dilakukan pedagang adalah fungsi pertukaran yaitu pembelian dan penjualan.

### **3. Pedagang Besar**

Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli gula aren dari pedagang pengumpul dengan

jumlah volume yang lebih besar untuk selanjutnya dijual kembali keluar provinsi seperti ke Morowali, Sulawesi Tengah. Pedagang besar pada umumnya memiliki modal yang besar sehingga mereka dapat menampung sementara gula aren yang telah dibelinya kemudian dijual kembali ke pengecer yang berada di Morowali, Sulawesi Tengah. Pada tingkat pedagang besar, fungsi pemasaran yang dilakukannya meliputi fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Fungsi pertukaran yakni pembelian dan penjualan, fungsi fisik meliputi penyimpanan gula aren, pemilihan (sortasi) dan pengangkutan. Fungsi pengangkutan dilakukan dari tempat pedagang besar ke pengecer yang berada di Morowali, Sulawesi Tengah. Proses pemasaran ini menggunakan biaya yang cukup banyak, proses pemasaran dilakukan 4 hingga 6 kali dalam satu bulan.

#### **4. Pengecer**

Pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen. Pengecer merupakan ujung tombak dari suatu proses hilirisasi produk yang dihasilkan oleh produsen. Proses produksi yang dilakukan oleh produsen dan lembaga-lembaga pemasaran sangat tergantung dengan aktivitas pengecer dalam menjual produk ke konsumen. Pengecer menjual kembali gula aren ke konsumen baik dalam jumlah yang kecil maupun besar. Pedagang pengecer memiliki kelebihan dalam

memberikan kemudahan transaksi jual-beli gula aren. Konsumen akan membeli sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Pada lembaga pemasaran terakhir ini, harga yang diberlakukan cenderung relatif tinggi karena telah melalui beberapa lembaga yang sangat panjang dan memerlukan biaya yang sangat tinggi.

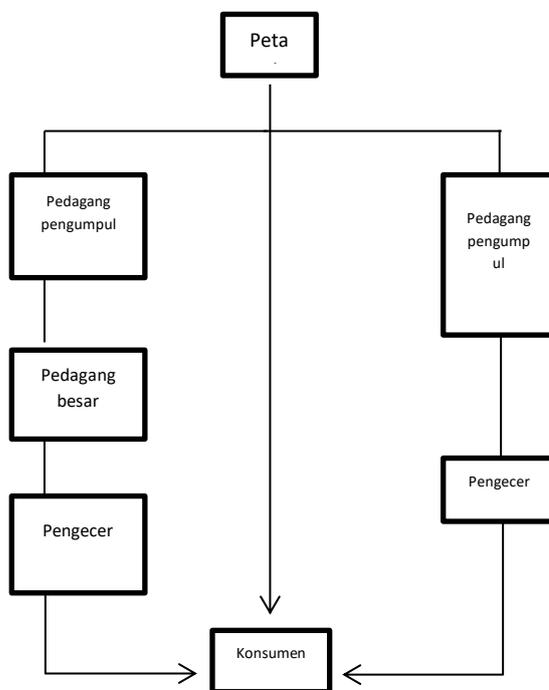
#### **Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran adalah jalur pergerakan barang-barang dari pihak produsen ke pihak konsumen melalui lembaga tataniaga. Pada prinsipnya, pemasaran adalah pengaliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran tersebut dapat terjadi karena adanya lembaga pemasaran yang terlibat. Kegiatan pemasaran dapat diberikan nilai tambah pada setiap barang yang dihasilkan. Saluran pemasaran juga dapat diartikan sebagai rantai pengaliran produk dan hak milik dari produsen ke konsumen. Bentuknya dapat sederhana dapat pula kompleks sekali. Semua tergantung dari sistem pasar atau badan yang menyelenggarakan pengaliran produk melalui saluran pemasaran (Soekartawi, 2002). Ada beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula aren dari produsen atau petani di Desa Puudongi hingga ke tangan konsumen. Pada umumnya para pedagang pengumpul ini sudah mempunyai langganan. Mereka datang ke rumah petani secara berkala dan menimbang langsung di lokasi produksi. Pengusaha rumahan gula aren tidak melakukan *grading* terhadap gula aren yang dihasilkan, jadi semuanya dihargai sama baik

untuk gula yang ukuran kecil ataupun besar yang sudah jadi (Arham, 2017).

Umumnya pedagang pengumpul yang membeli gula aren kepada produsen masih mempunyai hubungan secara emosional baik hubungan pertemanan ataupun hubungan keluarga, sehingga produsen cenderung tidak mematok harga untuk gula aren yang dihasilkan, terlebih mereka juga tidak mengetahui informasi harga pasar di tingkat konsumen akhir. Biasanya rata-rata setiap satu bulan sekali produsen akan mengumpulkan hasil produksinya. Sedangkan pedagang pengumpul biasanya akan mengirimkan hasil pembelian gula aren ini seminggu sekali ke Morowali, Sulawesi Tengah.

Dari hasil analisis saluran pemasaran, terdapat tiga saluran pemasaran yang terjadi pada proses pemasaran gula aren yang bisa dilihat pada Gambar 1.



Sumber: Data Setelah diolah, 2022  
 Gambar 1. Saluran Pemasaran Gula aren di Desa Puudongi

Dari Gambar 1, dapat dilihat bahwa pemasaran gula aren di Desa Puudongi ini mempunyai tiga saluran pemasaran yaitu sebagai berikut.

**1. Saluran I: petani - pedagang pengumpul - pedagang besar - pengecer - konsumen**

Pada saluran I merupakan saluran pemasaran yang paling kompleks di Desa Puudongi karena melibatkan beberapa lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul, pedagang pengumpul besar dan konsumen.

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli langsung gula aren kepada produsen/petani, dimana pedagang pengumpul ini merupakan masyarakat yang tinggal dekat dengan rumah para petani yang menjual gula aren, keuntungan pedagang pengumpul membeli gula aren dimana pedagang pengumpul tidak perlu mengeluarkan biaya banyak untuk pengangkutan ataupun transportasi karena lokasi dari pedagang pengumpul kepetani gula aren tidak jauh. Harga beli gula aren dari produsen ke pedagang pengumpul adalah Rp 12.000/kg gula aren berukuran kecil maupun berukuran besar.

Selanjutnya pedagang besar menjual kembali gula aren yang telah dikumpul ke pedagang pengumpul besar. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli gula aren dalam jumlah yang besar, karena pedagang besar akan menjualnya kembali ke konsumen yang dimana berada diluar Sulawesi Tenggara seperti Morowali. Proses pembeliannya dilakukan tiga kali dalam satu bulan, proses pembelian

gula aren yaitu pedagang besar mendatangi langsung lokasi pedagang pengumpul dan melakukan jual beli secara nyata. Pedagang besar membeli gula aren dari pedagang pengumpul dengan harga Rp. 15.000/kg gula aren berukuran besar maupun kecil. Pedagang besar selanjutnya mengumpulkan dan akan memasarkan kembali gula aren yang telah dibeli dari beberapa pedagang pengumpul ke Provinsi Sulawesi Tengah bagian Morowali, alasan mengapa pedagang besar lebih menyukai memasarkan gula aren disana karena permintaan gula aren di Morowali lebih banyak, harga lebih tinggi dan keuntungan akan lebih besar. Pedagang besar memiliki modal yang besar sehingga lebih mudah memasarkan gula aren lebih jauh. Selanjutnya pedagang besar akan menjual kembali gula aren yang telah dikumpul untuk dijual ke pengecer dengan harga Rp 18.000/kg gula aren berukuran besar maupun kecil. Harga gula aren di tingkat pedagang pengumpul besar memang telah tinggi karena telah melalui saluran pemasaran yang panjang, agar gula aren sampai ketangan konsumen pedagang besar menjualnya kembali kepedagang pengecer baik dalam jumlah banyak maupun dalam jumlah sedikit. Selanjutnya pedagang pengecer akan menjual ke konsumen tingkat akhir, harga ditingkat pengecer akan lebih tinggi karena telah melalui beberapa lembaga pemasaran yang memakan biaya yang sangat banyak. Harga gula aren di tingkat akhir (konsumen) adalah Rp 20.000/ kg

gula aren berukuran kecil, Rp 22.000/kg gula aren berukuran sedang, dan Rp 25.000/kg gula aren berukuran besar. Hasil penelitian ini sama dengan hasil kajian yang dilakukan oleh Arham (2017).

## **2. Saluran II : Petani – konsumen**

Saluran pemasaran II adalah saluran paling pendek diantara ke tiga saluran pemasaran yang ada di Desa Puudongi karena saluran ini merupakan model saluran pemasaran yang paling sederhana, seringkali disebut juga pemasaran langsung. Saluran pemasaran gula aren di Desa Puudongi Kecamatan Polinggona Kabupaten Kolaka dari produsen/petani kekonsumen tidak melalui lembaga perantara melainkan saluran II ini adalah saluran langsung yang dimana produsen dan konsumen bertemu langsung untuk membeli gula aren, biasanya saluran ini digunakan pada masyarakat sekitar produsen karena jumlah gula aren yang dibeli relatif sedikit. Harga gula aren dari produsen kekonsumen adalah Rp 15.000/kg (Arham, 2017).

## **3. Saluran III : Petani - pedagang pengumpul - pengecer - konsumen**

Pemasaran III di Desa Puudongi dari produsen/petani ke konsumen menggunakan dua saluran pemasaran yaitu melalui pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul mendatangi langsung produsen/petani gula aren dilokasinya. Pedagang pengumpul membeli gula aren dengan harga Rp 12.000/kg gula aren baik berukuran kecil maupun ukuran

besar. Selanjutnya pedagang mengumpulkan gula aren yang telah dibeli dari produsen untuk dijual kembali ke pedagang pengecer yang berada di Kabupaten Kolaka. Pedagang pengecer membeli gula aren dari pedagang pengumpul dengan cara pedagang pengumpul mendatangi langsung pedagang pengecer yang ingin membeli gula aren di lokasinya pedagang pengumpul mengeluarkan biaya berupa biaya transportasi dan tenaga kerja sehingga harga gula aren juga berbeda. Setiap bentuk atau ukuran gula aren memiliki harga yang berbeda dimana gula aren berukuran kecil diberi harga Rp 12.000/kg, gula yang berukuran sedang diberi harga Rp. 13.500/kg dan gula aren yang berukuran besar diberi harga Rp 15.000/kg. Pedagang pengecer dan pedagang pengumpul melakukan transaksi secara tunai sehingga tidak ada pihak yang akan merasa dirugikan. Selanjutnya pedagang pengecer akan menjual kembali gula aren ke konsumen akhir dengan harga Rp 14.000/kg gula aren berukuran kecil, Rp 15.000/kg gula aren yang berukuran sedang, Rp 18.000/kg gula aren yang berukuran besar. Setiap satu saluran harga gula aren akan berbeda karena lembaga pemasaran akan mengeluarkan biaya berupa biaya penyimpanan dan biaya pengemasan (Arham, 2017).

#### Analisis Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan salah satu indikator dalam penentuan tingkat efisiensi pemasaran. Marjin tataniaga (pemasaran) adalah selisih

antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Untuk mengetahui marjin pemasaran gula aren pada setiap saluran pemasaran maka tentunya yang penting diketahui adalah harga jual dan harga beli setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Jika marjin pemasaran tinggi, maka pemasaran dikatakan tidak efisien pada sistem pemasaran. Tabel 5 menunjukkan seberapa besar marjin pemasaran dalam setiap saluran pemasaran gula aren di Desa Puudongi, Kecamatan Polinggona, Kabupaten Kolaka yang dilihat dari bentuk gula aren berukuran besar.

**Tabel 5. Marjin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Gula Aren Berukuran Besar di Desa Puudongi, Kecamatan Polinggona Kabupaten Kolaka**

Saluran Pemasaran	Lemba ga Pemas aran	Har ga Beli (Rp/ Kg)	Har ga Jual (Rp/ Kg)	Mar gin (Rp/ Kg)
1	Produ sen gula aren Pedag ang pengu mpul Pedag ang besar penge cer konsu men Total	- 12.00 15.00 18.00 25.00	12.00 15.00 18.00 25.00	13.00
2	Produ sen Konsu men Total	- 12.00	12.00	0

3	Produ	-	12.0	
	sen		00	
	Pedag	12.0	15.0	
	ang	00	00	
	pengu			
	mpul			
	Penge	15.0	18.0	
	cer	00	00	
	Konsu	18.0	-	
	men	00		
	Total			6.00
				0

Sumber: Data Setelah diolah, 2022

Dari Tabel 5, dapat dilihat bahwa saluran pemasaran yang memiliki jumlah margin tertinggi adalah saluran pemasaran I dimana tabel marginnya adalah Rp. 13.000/kg. Saluran I adalah saluran terpanjang didalam saluran pemasaran gula aren yang berada di Desa Puudongi dapat dilihat dari produsen menjual gula aren ke pedagang pengumpul dengan harga Rp. 12.000/kg selanjutnya pedagang pengumpul menjual kembali kepedagang besar dengan harga Rp. 15.000/kg di saluran pemasaran ini pedagang pengumpul mengemas kembali dengan plastik lalu diisinya kembali kedalam bakul dan disusun sedemikian rupa agar bentuk menjadi rapi. Kemudian pedagang besar datang langsung kelokasi pedagang pengumpul untuk membeli kembali gula aren dengan jumlah 1-3 ton dalam satu kali pembelian. Pedagang besar akan memasarkan kembali gula aren sampai ke Morowali untuk dijual kembali ke pengecer agar sampai ke konsumen. Pedagang besar dalam saluran pemasaran I menggunakan biaya yang cukup tinggi dalam memasarkan gula aren karena jarak yang ditempuh cukup jauh sehingga membutuhkan biaya yang besar, biasanya pedagang besar adalah pedagang yang memiliki modal yang

banyak dan memiliki jaringan pemasaran yang luas agar proses pemasaran gula aren berjalan dengan lancar.

Saluran ke II tidak memiliki lembaga perantara antara produsen gula aren dengan konsumen karena konsumen membeli langsung ke produsen gula aren dengan harga Rp12.000/kg sehingga disaluran II ini margin pemasarannya bernilai nol. Sedangkan saluran margin pemasaran III memiliki tabel margin pemasaran sebesar Rp.6000/kg saluran pemasaran ke II ini tidak seperti dengan saluran pemasaran ke I. Saluran pemasaran yang ke III memiliki jumlah lembaga perantara yang pendek hanya dua lembaga pemasaran untuk sampai ke tangan konsumen.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis saluran pemasaran gula aren di Desa Puudongi, Kecamatan Polinggona, Kabupaten Kolaka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran I adalah saluran yang terpanjang di Desa Puudongi karena terdapat 3 lembaga pemasaran yang terlibat sebelum sampai ke tangan konsumen. Saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran yang paling efisien karena konsumen melakukan pembelian langsung dari produsen.

### Saran

Untuk mendapatkan gula aren yang berkualitas tinggi sebaiknya pemerintah harus memperhatikan dan terlibat di dalam usaha gula aren ini karena proses pembuatan gula aren masih sangat sederhana dan tradisional. Pemerintah harusnya lebih terlibat seperti memberi bantuan

modal atau teknologi baru yang dapat memudahkan dan menaikkan tingkat produksi petani gula aren yang berada di Desa Puudongi, Kecamatan Polinggona, Kabupaten Kolaka.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto M., dan Umanailo MCB. 2019. "Decrease Polyphenols, Ethanol, Lactic Acid, and Acetic Acid During Fermentation with Addition of Cocoa Beans Inoculum." *International Journal Of Scientific & Tecnology Research* 8 (10): 461-65. [www.ijstr.org](http://www.ijstr.org).
- Araujo MD, dan Agustinus Nubatonis. 2016. Analisis Produksi dan Pemasaran Usahatani Padi Sawah di Desa Tualene Kecamatan Biboki Utara Kabupaten Timor Tengah Utara. *Agrimor: Jurnal Agribisnis Lahan Kering*. 1(3): 55-56. <https://doi.org/10.32938/ag.v1i03.262>
- Arham 2017. *Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Gula Aren di Desa Umpungeng Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng, Sulawesi Tengah*.
- Burhanudin 2015. *Prospek Pengembangan Usaha Koperasi Dalam Produksi Gula Aren*, Jakarta.
- Dari DY., Nurhaliza, Prihantini CI, Herdiansyah, Nirma, dan Yaqub A. 2021. Marketing Analysis Of Duck Eggs In Puuroda Village, Baula District, Kolaka Regency. *AGROLAND: The Agricultural Sciences Journal*. 8(2) : 108 – 114. <https://doi.org/10.22487/agroland.v0i0.897>
- Hatta S. 1993. *Aren, Budidaya dan Multigunanya*. Kanisius, Yogyakarta.
- Hidayat RS., Rusman Y., dan Ramdan M. 2016. Analisis Saluran Pemasaran Gula Aren (*Arenga Pinnata*)(Studi Kasus di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*. 2 (2): 117-124.
- Nurfadila, Prihantini CI, Erni, Samaria, Erwin. 2021. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jambu Mete di Desa Rakadua, Kecamatan Poleang Barat, Bombana. *Agrimor : Jurnal Agribisnis Lahan Kering*. 6 (3) 121-126. <https://doi.org/10.32938/ag.v6i3.1406>
- Safari, A. 2005. *Teknik Membuat Gula Aren. Karya Anda*, Jakarta.
- Soekartawi 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Widyawati, N. 2012. *Sukses Investasi Masa Depan dengan Bertanam Pohon Aren*. Lily Publisher, Yogyakarta.