

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Pertanian sampai saat ini masih diyakini sebagai salah satu akar perekonomian bangsa Indonesia. Hampir disemua sektor perekonomian tidak bisa dilepaskan dari peran sektor pertanian. Potensi alam yang melimpah, tanah yang subur, serta iklim yang cukup mendukung merupakan modal yang sangat mendukung bagi keberhasilan pembangunan pertanian.

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan di Indonesia memiliki kontribusi yang sangat penting. Prioritas pembangunan di Indonesia pada bidang ekonomi dititikberatkan pada sektor pertanian. Pertanian juga dipandang sebagai suatu sistem yang dinamakan agribisnis. Agribisnis adalah bisnis berbasis usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, baik di sektor hulu maupun di sektor hilir. Konsep agribisnis sebenarnya adalah suatu konsep yang utuh mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Sebagai suatu sistem, agribisnis mengandung arti sebagai rangkaian kegiatan dengan beberapa subsistem yang saling mempengaruhi satu sama lain. Subsistem-subsistem ini yaitu subsistem faktor input pertanian, subsistem produksi pertanian, subsistem pengolahan hasil pertanian, subsistem pemasaran dan subsistem kelembagaan penunjang (Soekartawi, 2001 : 10).

Pembangunan pedesaan yang dirangsang oleh agroindustri dengan pertimbangan bahwa sumberdaya di pedesaan lebih banyak menunjang produksi pertanian karena mengandalkan lahan dan tenaga kerja. Agroindustri sebagai salah satu subsistem penting dalam sistem agribisnis yang memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang tinggi karena pangsa pasar dan nilai tambah yang relatif besar dalam produk nasional. Sebagai penggerak pembangunan pertanian, agroindustri diharapkan dapat memainkan peranan penting kegiatan pembangunan daerah dalam sasaran pemerataan pembangunan ekonomi. Keberadaan agroindustri di

pedesaan diharapkan dapat meningkatkan permintaan terhadap komoditas pertanian (Arifin, 2013 : 79).

Agroindustri dapat diartikan menjadi dua hal, pertama agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian, arti yang kedua adalah agroindustri itu sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian. Agroindustri sebagai suatu usaha untuk menciptakan nilai tambah bagi komoditi pertanian antara lain melalui produk olahan dalam bentuk setengah jadi maupun barang jadi yang bahan bakunya berasal dari hasil pertanian. Salah satu hasil pertanian yang dapat diolah dan menciptakan nilai tambah yaitu air nira dari tanaman aren (Soekartawi, 2001 : 10).

Tanaman aren merupakan salah satu komoditas pertanian yang dijadikan sebagai bahan baku dalam agroindustri gula aren dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi sehingga tanaman aren dalam pengembangannya memiliki peluang yang sangat besar dalam meningkatkan perekonomian suatu wilayah. Tanaman aren dapat diolah menjadi berbagai macam produk olahan seperti air dari tanaman aren disebut dengan nira yang dapat diolah menjadi gula aren, serta buah dari tanaman aren yang disebut kolang kaling yang dapat dijadikan sebagai asinan dan campuran pada berbagai jenis minuman dingin.

Pengolahan hasil pertanian menjadi berbagai produk dan bahan baku bagi kebutuhan industri seperti inilah yang disebut dengan agroindustri. Dengan kata lain, dalam upaya mewujudkan sektor pertanian yang tangguh, maju dan efisien sehingga mampu menjadi leading sektor dalam pembangunan nasional, harus ditunjang melalui pengembangan agroindustri, menuju agroindustri yang tangguh, maju serta efisien dan efektif (Soekartawi, 2001 : 27).

Gula aren yang telah jadi dapat segera didistribusikan ke konsumen. Proses pendistribusian gula aren ke konsumen melalui proses pemasaran. Pemasaran gula aren yang baik akan mengalirkan gula aren dari produsen ke konsumen dan memberi indikasi tentang perubahan penawaran dan permintaan gula aren kepada produsen. Pemasaran merupakan pelaksanaan kegiatan dan usaha yang bertujuan untuk mengalirkan barang dan jasa dari titik produksi ke titik konsumsi (Usman, 2013 : 3).

Aspek pemasaran merupakan aspek yang penting, bila mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Oleh sebab itu peranan lembaga pemasaran yang biasanya terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, broker, eksportir, importer atau lainnya menjadi sangat penting. Lembaga pemasaran ini, khususnya bagi negara berkembang, yang dicirikan oleh lemahnya pemasaran hasil pertanian atau lemahnya kompetisi pasar, akan menentukan mekanisme pasar (Soekartawi, 1999 : 21).

Dalam proses pemasaran, semakin efisien kerja lembaga-lembaga pemasaran, maka semakin menguntungkan bagi semua pihak. Bagi konsumen efisien dapat berakibat harga lebih murah dengan tingkat pelayanan yang sama. Sedangkan bagi produsen dapat berakibat bertambahnya bagian keuntungan yang diterima. Bagi lembaga pemasaran efisien memberikan kemungkinan untuk menentukan biaya agar keuntungan lebih besar. Dalam kegiatan pemasaran melibatkan satu atau beberapa lembaga pemasaran sebagai penyelenggara pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen ke konsumen akhir dan menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Untuk meningkatkan efisiensi pemasaran, lembaga-lembaga melakukan koordinasi melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran (Puspitawati & Whardani, 2013 : 74).

Suatu kegiatan pemasaran dikatakan efisien apabila kegiatan tersebut mampu mendistribusikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu memberikan keuntungan yang adil kepada semua pihak yang terlibat dalam saluran pemasaran, seperti: petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer (Mubyarto, 1989 : 166). Penelitian mengenai efisiensi pemasaran perlu dilakukan, karena dengan menilai efisiensi pemasaran ini kita dapat mengetahui biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Selain itu dengan efisiensi kita dapat mengetahui apakah setiap biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran tersebut sesuai dengan keuntungan yang seharusnya diterima oleh setiap lembaga pemasaran. Dengan demikian, penelitian mengenai efisiensi pemasaran gula aren ini penting, karena banyaknya lembaga pemasaran yang dapat mempengaruhi besarnya biaya pemasaran. Besarnya biaya

pemasaran akan mengarah kepada semakin besarnya perbedaan harga antara petani produsen dengan konsumen.

## **B. Rumusan Masalah**

Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan salah satu daerah yang memiliki areal tanaman aren kedua terluas dan produksi terbanyak setelah Kabupaten Tanah Datar di wilayah Sumatera Barat (Lampiran 1). Para petani aren mengolah hasil produksi dari tanaman aren yaitu air nira menjadi gula aren. Gula aren merupakan salah satu produk olahan dari pohon aren yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Di Sumatera Barat tanaman aren tumbuh dengan baik khususnya di daerah Kabupaten Lima Puluh Kota dengan luas lahan aren adalah 373 Ha dengan total lahan yang sudah berproduksi adalah 295 Ha dan lahan yang belum berproduksi seluas 71 Ha, serta 7 Ha lainnya merupakan tanaman aren yang sudah tua atau rusak (Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Barat, 2017).

Produksi gula aren di Nagari Labuah Gunuang Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota ini memiliki kualitas yang bagus dan masih dapat terus dikembangkan, karena daerah ini terkenal dengan penghasil gula aren tradisional yang diolah dari nira pohon aren (*Arenga pinnata*) yang telah diusahakan secara turun temurun, dan pohon arennya tidak dibudidayakan. Jika melihat kondisi pada saat ini peluang produk gula aren untuk terus dikembangkan sangatlah besar mengingat permintaan pasar yang semakin tinggi. Gula aren ini dipasarkan ditingkat lokal dan tingkat provinsi.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa hampir semua petani aren di Nagari Labuah Gunuang Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota mengolah nira dari tanaman aren menjadi gula aren. Harga jual gula aren yang ditetapkan oleh petani produsen adalah Rp. 16.000/Kg – Rp. 17.000/Kg. Sedangkan harga gula aren di tingkat konsumen berkisar antara Rp. 22.000/Kg hingga Rp. 26.000/Kg. Jarak yang ditempuh untuk mengantarkan produk dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan harga dan margin pemasaran.

Pemasaran gula aren di Nagari Labuah Gunuang Kecamatan Lareh Sago Halaban tidak hanya dipasarkan pada pasar di Kota Payakumbuh maupun Kabupaten Lima Puluh Kota, tetapi juga pasar-pasar yang berada di luar Kabupaten Lima Puluh Kota seperti Provinsi Riau. Semakin jauhnya pasar yang dituju maka semakin banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula aren. Disamping itu kesenjangan harga juga terjadi ditingkat produsen dengan harga ditingkat konsumen akhir pada gula aren.

Petani gula aren di Nagari Labuah Gunuang Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul dengan harga jual berdasarkan mekanisme pasar. Petani yang tidak menjual produk hasil olahannya sendiri membutuhkan lebih dari satu pedagang perantara agar produknya dapat sampai ke konsumen akhir. Perantara tersebut diantaranya pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Berdasarkan hasil survei pendahuluan, ada beberapa saluran pemasaran yang diduga menjadi saluran pemasaran gula aren di Nagari Labuah Gunuang yaitu (1) petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen akhir, (2) petani – pedagang pengumpul – pedagang antar daerah – pedagang pengecer – konsumen akhir, (3) petani – pedagang pengecer – konsumen akhir.

Panjang pendeknya saluran pemasaran ditentukan oleh banyak sedikitnya lembaga pemasaran yang ikut serta dalam penyampaian barang dari produsen ke konsumen. Analisis sistem pemasaran gula aren dilakukan untuk mengetahui lembaga yang terlibat dalam pemasaran gula aren dan fungsi yang dilakukan masing-masing lembaga, serta saluran pemasaran yang tercipta. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka juga mempengaruhi biaya-biaya dan efisiensi pemasaran (Usman, 2013:26).

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana saluran pemasaran gula aren di Nagari Labuah Gunuang Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota?

2. Saluran pemasaran manakah dari pemasaran gula aren di Nagari Labuah Gunuang Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota yang paling efisien secara ekonomi?

Berdasarkan hal diatas, maka peneliti melakukan suatu penelitian dengan judul, **“Analisis Efisiensi Pemasaran Gula Aren Di Nagari Labuah Gunuang Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota”**.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan saluran pemasaran gula aren di Nagari Labuah Gunuang Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota.
2. Menganalisis efisiensi pemasaran gula aren di Nagari Labuah Gunuang Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu :

1. Bagi petani produsen gula aren, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan mengambil keputusan dalam hal pemasaran produksinya.
2. Bagi penulis, penelitian ini berguna ini menambah pengetahuan dan pengalaman serta untuk melatih dalam penerapan ilmu yang telah diperoleh.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi pertimbangan kebijakan untuk perkembangan dan kemajuan usaha gula aren.