

## SISTEM PEMASARAN GULA AREN DI KECAMATAN ATINGGOLA KABUPATEN GORONTALO UTARA

Julia Gobel <sup>\*1)</sup>; Ria Indriani <sup>2)</sup> Yuriko Boekoesoe <sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo  
Jl.Prof Ing B.J Habibie, Moutong, Tilongkabila, Kabupaten Bonebolango, 96119<sup>2)</sup>  
Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo<sup>\*</sup>

### ABSTRACT

*This study aimed: (1) to analyze the palm sugar marketing system and (2) to analyze the obtained value added by craftsmen in the research site. This study employed a survey method, while the sampling technique relied on the purposive sampling and snowball sampling. The data consisted of primary data and secondary data, further, the data analysis comprised descriptive analysis, marketing margin analysis, farmer's share analysis, profit, and cost ratio analysis. Moreover, value-added analysis using the biological method. The result showed that there were four marketing channels of palm sugar in the aforementioned area, namely: (1) Craftsmen-village konsumen (2) craftsmen-village collectors-village retailers-consumers (market of Atinggola District) (3) Craftsmen-village collectors-wholesalers (Gorontalo City)-Gorontalo City consumer (4) craftsmen-village retailers-consumen (market of Atinggola District. The value added of the sap processed product is IDR 1096/Kg, with a value-added ratio of 48.53%. Simply put, this business was a high-valued business because the ratio was more than 40%.*

**Keyword:** *Marketing System, Palm Sugar, The Value Added*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan : (1) Menganalisis saluran pemasaran gula aren di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara (2) Menganalisis berapa nilai tambah yang didapatkan oleh pengrajin di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara pada bulan Juni – Agustus 2020 dengan metode penelitian survey, teknik pengambilan sampel berupa metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Analisis data adalah analisis deskriptif serta analisis nilai tambah menggunakan metode hayami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran gula aren di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara terdapat 4 saluran pemasaran yaitu : (1) Pengrajin – Konsumen Desa (2) Pengrajin – Pengumpul Desa – Pengecer Desa – Konsumen (Pasar Kecamatan Atinggola), (3) Pengrajin – Pengumpul Desa – Pedagang Besar (Kota Gorontalo) – Konsumen Kota Gorontalo (4) Pengrajin – Pengecer Desa – Konsumen (Pasar Kecamatan Atinggola). Nilai Tambah produk olahan nira sebesar Rp 1.096/Kg dengan rasio nilai tambah sebesar 48,53%. Artinya usaha ini termasuk kedalam usaha bernilai tinggi karena memiliki rasio >40%.

**Kata Kunci:** Sistem Pemasaran, Gula Aren, Nilai Tambah

### PENDAHULUAN

Pengembangan industri sejalan dengan pembangunan pertanian. Hal ini dapat menjadikan keunggulan komperatif menjadi keunggulan kompetitif dengan sistem agribisnis yang terintegrai dengan agribisnis dan agroindustri. Untuk menciptakan kesejahteraan dan kemakmuran bagi seluruh rakyat Indonesia maka pelaku disektor pertanian dituntut profesional dan beretos kerja tinggi yang didasari pada efisiensi, produktivitas, kualitas serta nilai tambah, tanggap terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta penerapan manajemen modern.

Gula aren adalah komoditi yang dihasilkan dari tanaman aren. Gula aren sudah dikenal masyarakat sejak dulu. Gula aren dihasilkan dari penyadapan nira aren yang selanjutnya disaring dan dimasak dan kemudian mengental. Sebelum dingin gula aren dicetak di

dalam cetakan berbentuk setengah lingkaran. Produk dari aren sendiri ada 2 yaitu gula aren dan gula semut. Gula aren sangat cocok dikembangkan sebagai alternative pemanis alami karena selain rasanya, gula aren juga memiliki kandungan alami yaitu kadar protein, lemak, kalium, dan fosfor. Kandungan tersebut lebih tinggi daripada gula tebu. Kelebihan lainnya gula aren juga tidak memiliki kandungan kimia sehingga aman dikonsumsi oleh penderita diabetes (Warsito, 2012 dalam Marentek, dkk, 2017: 423).

Gorontalo Utara merupakan kabupaten terbaru di Provinsi Gorontalo. Kabupaten ini merupakan hasil pemekaran ketiga (2007) Kabupaten Gorontalo. Walaupun terbilang merupakan kabupaten termuda namun sektor pertaniannya cukup maju. Hal ini dapat dilihat

\*Alamat Email:

[juliagobel31@gmail.com](mailto:juliagobel31@gmail.com)

dari sektor perkebunan khususnya tanaman aren. Luas tanaman aren pada tahun 2016 di Gorontalo Utara yaitu sebesar 53 Ha dengan produktivitas 28 kg/Ha dan produksi 1,48 ton BPS Gorontalo Utara, 2016).

Kecamatan Atinggola adalah kecamatan di Kabupaten Gorontalo Utara yang memproduksi gula aren dan telah menjadi ciri khasnya. Kecamatan Atinggola adalah kecamatan yang cukup tua di Provinsi Gorontalo. Mayoritas pekerjaan masyarakatnya adalah petani. Selain bertani mereka juga adalah pengrajin gula aren. Pada tahun 2017 jumlah pengrajin gula aren di kecamatan Atinggola yaitu sebanyak 78 unit usaha yang tersebar di 14 Desa di Kecamatan Atinggola. Unit usaha ini terdiri dari beberapa kelompok yang berjumlah sekitar 10-12 orang dalam satu kelompok usaha (BPS Gorontalo Utara, 2017).

Nilai tambah adalah konsep untuk melihat perubahan nilai suatu produk karena adanya perlakuan terhadap suatu input dalam proses produksi. Di setiap mata rantai komoditas pertanian terjadi arus peningkatan nilai tambah dari hulu ke hilir yang berawal dari petani dan berakhir pada konsumen akhir. (Aprilia, 2019: 26). Jadi, nilai tambah sendiri adalah suatu istilah untuk melihat seberapa besar produk tersebut bertambah nilainya setelah dilakukan suatu proses tertentu. Dengan melihat banyaknya unit usaha gula aren dan juga pengrajin maka nilai tambah dari tanaman aren sangat dibutuhkan untuk menambah nilai aren dengan mengubah tempat, waktu, dan bentuk sehingga lebih siap untuk dikonsumsi oleh konsumen.

Pada bulan November 2019 harga pada konsumen tingkat akhir gula aren yang pada umumnya sebesar Rp 15.000 menjadi Rp 20.000 sedangkan di tingkat petani sendiri harga yang didapatkan sebesar Rp 11.000. Dengan melihat margin yang cukup jauh antara yang didapatkan oleh petani dan konsumen tingkat akhir maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana sistem pemasaran produk gula aren tersebut sehingga produk gula aren bisa sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana sistem pemasaran dan nilai tambah gula aren di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem pemasaran gula aren di Kecamatan Atinggola.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Gula Aren**

Pohon aren disebut juga pohon kehidupan karena seluruh bagian tubuhnya dapat dimanfaatkan untuk kegiatan industri mulai dari akar sampai daun. Bagian tanaman ini dapat diolah menjadi bahan baku produk tertentu dan memiliki nilai ekonomis. (Soekartawi, 2001 dalam Derek, dkk, 2017: 341).

Tanaman aren mudah untuk tumbuh dimanapun karena tumbuhan ini tumbuh secara liar baik didataran rendah, lereng bukit, lembah, maupun pegunungan hingga ketinggian 1.400 m dipermukaan laut. Bagian tanaman aren yang dimanfaatkan dalam industri makanan adalah nira. Nira aren diperoleh dari hasil sadapan tangkai bunga, cairan nira aren mengandung gula antara 10-15%. Dibandingkan gula jawa lainnya, gula aren lebih diminati karena baunya yang harum. Berdasarkan kajian BPPT Banten, pohon aren dalam setahun bisa memproduksi nira sebanyak 300-400 liter permusim bunga (selama 3-4 bulan). Artinya setiap pohon aren menghasilkan nira ± 900-1600 liter/tahun dan setiap liter nira dapat diolah menjadi sekitar 0,15-0,17 kg gula aren (Widyawati, 2011 dalam Umar, 2013: 6).

Pengambilan aren juga sangat unik yaitu jika tandan bunga jantan telah mekar dan berwarna kuning maka pengrajin akan memukul-memukul tandan bunga jantan dengan dimemarkan selama beberapa hari. Proses ini berlangsung beberapa hari hingga keluar cairan dari dalamnya. Cairan yang keluar akan ditampung di tangkai bambu yang digantungkan. Cairan manis berwarna jernih sedikit keruh inilah yang dinamai nira. Nilai keawetan nira rendah, sehingga wadah bambu yang telah terisi penuh harus segera diolah agar nira tetap bisa diproses. Biasanya sehari dua kali pengambilan yakni pagi dan sore (Muslimah, 2017 dalam Indra, dkk, 2018: 31)

Pengembangan secara serius untuk tanaman aren dapat meningkatkan potensi ekspor karena tanaman ini memiliki nilai ekonomis tinggi. Selain dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembuatan gula aren. (Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Perkebunan, 2014).

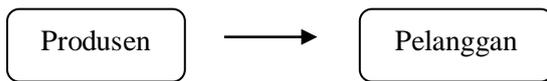
### **Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran adalah alur yang dilalui suatu produk pemasaran dari tangan produsen sampai ke tangan konsumen. Saluran pemasaran saling terlibat untuk menghasilkan suatu produk yang siap dikonsumsi oleh pelanggan akhir. Saluran pemasaran melaksanakan tugas fungsional yaitu kegiatan

penyaluran barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen, diman dalam situasi kompetitif hal intuisi saluran pemasaran ini diperlukan agar meminimumkan total biaya pemasaran. (Kadir, 2008 dalam Suaib, dkk 2018: 147).

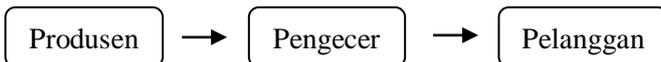
Karakteristik pemasaran komoditas pertanian bersifat unik karena alur yang dilalui barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen sangat panjang sehingga banyak pelaku yang terlibat didalamnya. Pelaku ini terlibat secara langsung maupun tidak langsung sehingga pada akhirnya membentuk banyak saluran pemasaran. (Dilana, 2013:12) Karena karakteristik inilah maka saluran pemasaran berbeda antara satu dan yang lainnya. Terdapat 4 tingkatan saluran pemasaran yaitu :

Saluran Tingkat Nol (Zero Level Channel) lebih dikenal juga dengan saluran langsung. Dinamakan langsung karena tidak terdapat perantara diantara saluran pemasarannya. Produsen langsung menjualnya kepada konsumen.



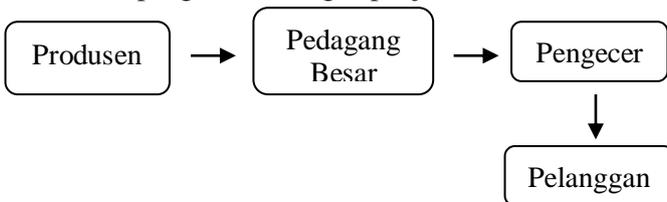
Gambar 1. Saluran Pemasaran Tingkat Nol

Saluran Tingkat Nol (Zero Level Channel) lebih dikenal juga dengan sebutan saluran langsung. Karena pada saluran ini tidak mempunyai perantara untuk menjual produknya.



Gambar 2. Saluran Pemasaran Tingkat Satu (One Level Channel)

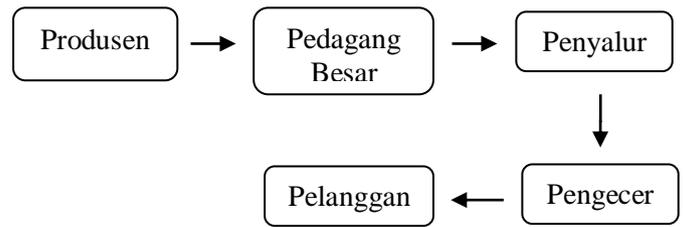
Saluran Tingkat Satu (One Level Channel) atau dikenal saluran ini tingkat satu karena hanya satu lembaga perantara. Lembaga pemasaran yang terlibat adalah pengecer, dan agen penjualan.



Gambar 3. Saluran Pemasaran Tingkat Dua (Two Level Channel)

Saluran Tingkat Dua (Two Level Channel) atau dikenal dengan saluran tingkat dua

karena ada dua perantara yaitu pedagang besar, pengecer, distributor, dan dealer.



Gambar 4. Saluran Pemasaran Tingkat Banyak (Multi Level Channel)

Saluran Tingkat Banyak (Multi Level Channel) atau dikenal dengan saluran yang bertingkat banyak karena menggunakan banyak perantara, umumnya diantara pedagang besar dan pengecer terdapat pedagang pengumpul yang terstruktur, dimana setiap perantara membawahi beberapa perantara lain. Oleh karena itu saluran pemasaran ini disebut sebagai “Multi Level Marketing”. Bentuk ini terutama cocok untuk memasarkan atau menyalurkan barang konsumsi dan bukan barang industri.

**Nilai Tambah**

Nilai Tambah adalah perlakuan yang diberikan kepada satu input produksi dengan melihat perubahan nilai yang terjadi akibat perlakuan tersebut. Nilai tambah digunakan untuk melihat seberapa besar nilai yang didapatkan suatu produk dengan mengubah tempat, waktu dan bentuk produk tersebut. Disetiap mata rantai komoditas pertanian terjadi arus peningkatan nilai tambah dari hulu ke hilir yang berawal dari petani dan berakhir pada konsumen akhir (Aprilia, 2019: 26).

Tujuan dari nilai tambah adalah untuk menjadikan pembeda produk yang satu dan produk yang lainnya. Sehingga terciptalah keunggulan kompetitif dan tentunya akan berpengaruh pada kepuasan konsumen (Sari, 2012).

Salah satu analisis nilai tambah pengolahan yang sering digunakan adalah analisis yang ditemukan oleh Hayami et al., (1987). Kelebihan dari metode ini adalah: (1) lebih cocok digunakan untuk pengolahan produk pertanian, (2) dapat diketahui produktivitas produknya, (3) dapat diketahui balas jasa bagi pemilik faktor produksi dan (4) dapat diperbaharui untuk penggunaan analisis nilai tambah selain proses pengolahan (Dilana, 2013).

**METODE PENELITIAN**

**Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian dilaksanakan di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Uarakhususnya di Desa Pinontoyonga. Waktu penelitian dilaksanakan selama 3 bulan yaitu dari bulan Juni sampai Agustus 2020.

**Jenis Dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari hasil wawancara langsung dengan responden pengrajin gula aren dengan menggunakan kuisisioner. Data sekunder bersumber dari buku-buku, laporan-laporan dan lain-lain yang berasal dari instansi terkait dengan penelitian ini.

**Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah pengrajin gula aren. Penarikan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu sebanyak 12 orang pengrajin. Sedangkan untuk saluran pemasaran sendiri dilakukan dengan metode *snowball sampling*.

**Teknik Analisis Data**

**1. Saluran Pemasaran**

Untuk melihat saluran pemasaran dilakukan analisis data secara deskriptif yaitu dengan menjelaskan pola atau saluran pemasaran gula aren di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara

**2. Analisis Nilai Tambah**

Untuk menghitung nilai tambah dilakukan dengan metode hayami yaitu denan perhitungan sebagai berikut:

**Tabel 1.**  
**Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Menggunakan Metode Hayami.**

No	Variabel	Nilai
	Output, Input, Harga	
1.	Output	(1)
2.	Bahan Baku	(2)
3.	Tenaga Kerja (HOK)	(3)
4.	FaktorKonversi	(4) = (1) / (2)
5.	Koefisien Tenaga Kerja (HOK/Kg)	(5) = (3) / (2)
6.	Harga Output (Rp/Kg)	(6)
7.	Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	(7)
	Penerimaan dan Keuntungan	
8.	Hargabahanbaku	(8)
9.	Harga input lain (Rp/Kg)	(9)
10.	Nilai output (Rp/Kg)	(10) = (4) x (6)
11.	a. Nilai tambah (Rp/Kg)	(11a) = (10) – (8) – (9)
	b. Rasionilai tambah (%)	(11b) = (11a) / (10) x 100
12.	a. Pendapatantenegakerja	(12a) = (5) x (7)
	b. Pangsatenagakerja	(12b) = (12a) / (11a) x 100
13.	a. keuntungan (Rp/Kg)	(13a) = (11a) – (12a)
	b. Tingkat Keuntungan (%)	(13b) = (13a) / (10) x 100

Sumber: Sudiyono, 2004

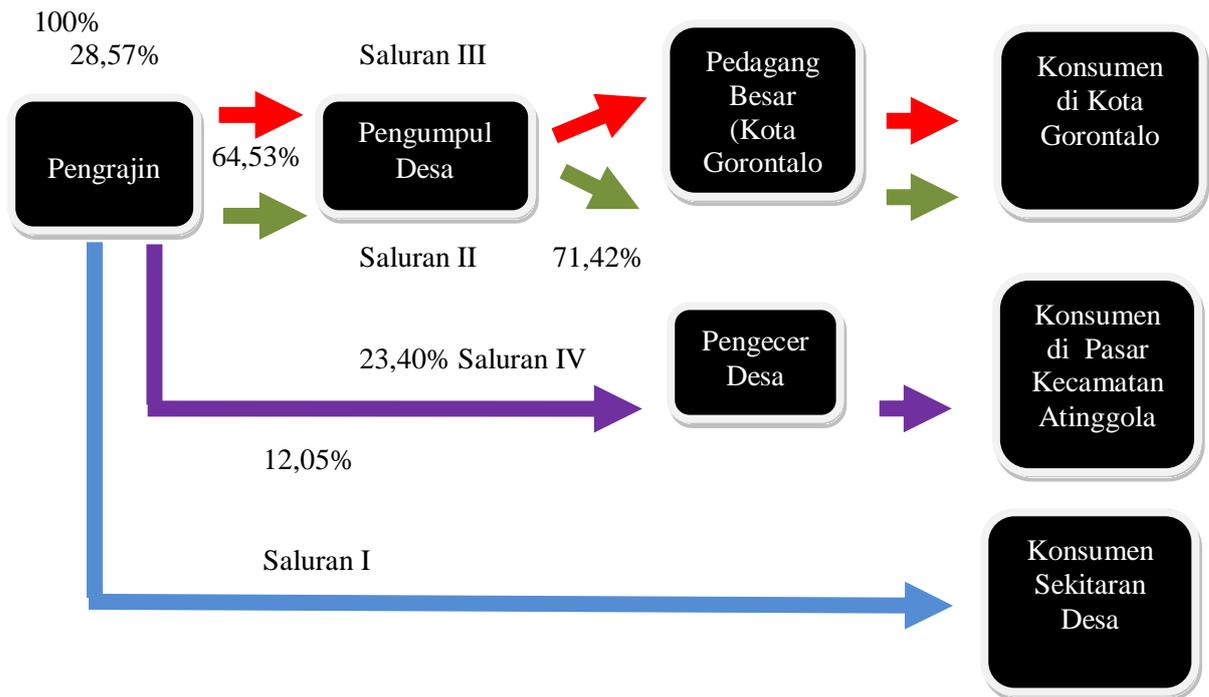
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**1. Saluran Pemasaran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dijabarkan pola saluran pemasaran gula aren di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyusuri arus perpindahan gula aren dari pengrajin kepada konsumen. Terdapat 4 saluranpemasaran yang terjadi yaitu, saluran I: Pengrajin – Konsumen sekitaran desa, saluran II : Pengrajin – Pedagang

pengumpul desa – Pedagang pengecer desa – Konsumen di Pasar Kecamatan Atinggola, Saluran III : Pengrajin – Pedagang Pengumpul desa – Pedagang Besar (Kota Gorontalo) - Konsumen di Kota Gorontalo. Saluran IV: Pengrajin – Pedagang Pengecer desa – Konsumen di Kecamatan Atinggola.

Berikut ini adalah gambar pola saluran pemasaran pada tingkat I, II, III dan IV yang digunakan oleh pengrajin gula aren di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara.



Gambar 10. Saluran Pemasaran GulaAren di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara

- █ : Saluran 1
- █ : Saluran 2
- █ : Saluran 3
- █ : Saluran 4

Dari bagan tersebut kita dapat melihat bahwa ada 4 saluran pemasaran yang digunakan oleh pengrajin gula aren di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara. Jumlah gula aren yang dipasarkan dari Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara adalah 987 kg setiap minggunya. Berdasarkan ke empat saluran di atas terlihat bahwa 100% gula aren disalurkan kepada pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan Konsumen sekitaran rumah pengrajin. Dari 12 orang responden penelitian, 7 orang pengrajin gula aren pada saluran II dan III menjual gula aren sebesar 64,53% atau sebanyak 637 kg kepada 4 pengumpul desa yang kemudian gula aren tersebut disalurkan ke pedagang pengecer yang berada di Pasar Kecamatan Atinggola serta kepada pedagang besar yang ada di Kota Gorontalo. Pada saluran I sebanyak 2 orang pengrajin gula aren memasarkan gula arennya langsung kepada konsumen sebesar 12,05% atau sebanyak 119 kg. Kemudian pada saluran IV, sebanyak 3 orang pengrajin gula aren menjualnya kepada pedagang pengecer sebesar 23,40% atau sebanyak 231 kg. Pada saluran IV gula aren dijual pedagang pengecer di Pasar Kecamatan Atinggola. Dari ke empat saluran pemasaran di

atas yang paling banyak digunakan adalah saluran pemasaran II yaitu sebanyak 5 orang (41,66%), saluran pemasaran IV sebanyak 3 orang (25%) serta saluran I dan III masing-masing sebanyak 2 orang (16,67%).

**a. Saluran Pemasaran I (Langsung): Pengrajin – Konsumen**

Pada saluran pemasaran I pengrajin menjualnya langsung kepada konsumen gula aren yang terdapat disekitaran tempat pembuatan gula aren atau sekitaran rumah pengrajin. Saluran pemasaran I pada penelitian ini tidak terdapat lembaga pemasaran karena pengrajin menjualnya langsung kepada konsumen. Biaya pemasaran yang dikeluarkan juga tidak ada. Sehingga keuntungan yang didapatkan juga maksimal. Harga yang ditawarkan oleh pengrajin kepada konsumen adalah Rp 14.000/Kg. Volume rata-rata gula aren yang di beli oleh konsumen akhir adalah 10-20 kg.

**b. Saluran Pemasaran II (Tingkat Dua): Pengrajin – Pengumpul Desa – Pengecer Desa – Konsumen**

Pola saluran pemasaran II paling banyak digunakan yaitu sebanyak 5 orang dari 12 orang pengrajin. Pengrajin menjual gula aren kepada 3

pedagang pengumpul desa dengan harga Rp. 11.000/Kg yang kemudian gula aren tersebut dijual kepada pedagang pengecer desa. Dari pedagang pengecer desa inilah gula aren dibawa menggunakan bentor (becak motor) ke pasar di Kecamatan Atinggola setiap minggunya. Volume rata-rata gula aren yang dibeli oleh konsumen akhir adalah 20-30 kg dengan harga Rp. 15.000/Kg.

**c. Saluran Pemasaran III (Tingkat Dua):  
Pengrajin – Pengumpul Desa – Pedagang Besar – Konsumen**

Di saluran pemasaran III 2 orang pengrajin menjual gula aren kepada 1 pedagang pengumpul desa dengan harga Rp. 11.000/Kg. Selanjutnya pedagang pengumpul desa menjual gula aren keluar kabupaten Gorontalo Utara yaitu di Kota Gorontalo kepada pedagang pengecer. Pedagang pengumpul desa mengeluarkan biaya transportasi yaitu Rp. 1000/Kg dan biaya pengemasan yaitu berupa plastik dan karung. Gula aren dimasukkan ke dalam kantong plastik dan kemudian diisi ke dalam karung. Isi muat karung adalah sebesar 50 kg. Biaya ini ditanggung oleh pedagang pengumpul. Dari pedagang pengumpul desa gula aren dijual kepada pedagang besar yang ada di Kota Gorontalo. Aktivitas penjualan terjadi setiap seminggu sekali. Selanjutnya pedagang besar menjual gula aren dengan cara delivery karena pada saat penelitian berlangsung terjadi pandemic Covid 19 sehingga membuat aktivitas penjualan terjadi dalam lingkup kecil. Untuk biaya pengiriman gula aren dari pedagang besar ke konsumen akhir yaitu Rp. 2000.

**d. Saluran Pemasaran IV (Tingkat satu):  
Pengrajin–Pengecer Desa – Konsumen**

Pada saluran pemasaran IV pengrajin menjual gula aren kepada pedagang pengecer desa dengan harga Rp. 13.000/Kg. Volume rata-rata gula aren yang dibeli adalah 56-70 Kg/minggunya. Dari pedagang pengecer gula aren ini dipasarkan ke Pasar di Kecamatan Atinggola. Untuk transportasi menggunakan bentor (becak motor). Selanjutnya ditawarkan dengan harga Rp 15.000/Kg oleh pengecer kepada konsumen.

**2. Lembaga Pemasaran**

Lembaga pemasaran adalah organisasi yang terlibat dalam pendistribusian gula aren guna memperlancar arus komoditi dari produsen kepada konsumen.

Di penelitian ini lembaga pemasaran yang terkait untuk penyaluran gula aren dari konsumen kepada produsen yaitu pedagang pengumpul dan pengecer, baik konsumen dari dalam kecamatan maupun luar kecamatan.

**a. Pedagang pengumpul**

Ada 4 pedagang pengumpul gula aren di lokasi penelitian yaitu yang berada di sekitaran tempat pembuatan gula aren. Pedagang pengumpul mendapatkan gula aren dengan cara membelinya secara langsung kepada pengrajin. Pengrajin menyetorkan gula aren setiap minggunya sebanyak 56-126 kg. Kemudian pedagang pengumpul menyalurkan gula aren tersebut kepada pedagang pengecer yang berada diluar kabupaten yaitu di Kota Gorontalo dengan cara mengemasnya diplastik yang kemudian dimasukkan kedalam karung. Dalam proses penyaluran ke pedagang pengecer yang ada di kota Gorontalo ini pedagang pengumpul mengeluarkan biaya transportasi sebesar Rp 1000/kg. Dalam satu kali transaksi pedagang pengumpul mengirimkan sebanyak 50 – 100 kg dalam seminggu. Semua pedagang pengumpul itu menjalankan usaha dagangnya dengan modal sendiri. Untuk pedagang pengecer di pasar didalam kecamatan pedagang pengumpul menyetorkan gula aren sebanyak 30-50 kg/minggunya. Didalam kecamatan ini pedagang pengumpul mengeluarkan biaya pengemasan yaitu berupa karung. untuk biaya transportasi yaitu sewa bentor untuk biaya pengangkutan yang dijual ke Pasar Kecamatan Atinggola.

**b. Pedagang Pengecer**

Pedagang pengecer di lokasi penelitian ini berjumlah 2 orang. Pedagang pengecer mendapatkan gula aren dari pedagang pengumpul sebanyak 56 – 70 kg setiap minggunya.

Untuk memasarkan gula arennya biasanya pedagang pengecer yang berada didalam kecamatan menjualnya di pasar yang ada di Kecamatan Atinggola yaitu Pasar Minggu.

**c. Pedagang Besar**

Pedagang besar dalam penelitian ini berjumlah 1 orang yang berada di luar Kabupaten yaitu di Kota Gorontalo. Pedagang besar mendapatkan gula aren dari pedagang pengumpul di Kecamatan Atinggola. Pedagang besar mendapatkan gula aren sebanyak 56-126 kg dengan harga Rp 13.000/kg dari pedagang pengumpul setiap minggunya. Pedagang besar biasanya memasarkan gula aren dengan menjualnya ke pasar sentral. Tapi karena pada saat penelitian ini terdapat pandemi Covid 19 jadi untuk mensiasatinya pedagang besar menjualnya dengan cara mengatarkan secara online. Melayani pembelian secara persatuan ataupun grosiran. Harga yang ditaksir adalah Rp 16.000/ kg dengan biaya ongkir yang dibebankan kepada konsumen. Pedagang besar mengemas gula aren dalam kantong plastik.

### 3. Analisis Nilai Tambah Gula Aren

Analisis nilai tambah adalah kegiatan menambah nilai dalam suatu produk guna meningkatkan nilai ekonomis dari produk tersebut. Dalam hal ini nira menjadi gula aren yang nilai tambah produknya bertambah sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomisnya. Analisis nilai tambah gula aren pada penelitian ini menggunakan analisis nilai tambah dengan metode hayami.

Perhitungan nilai tambah gula aren ini dilakukan pada satu kali proses produksi. Dimana input dalam satuan nira yang berupa liter dengan output berupa gula aren dalam satuan kilogram. Dalam proses produksinya nira aren disadap dan kemudian dimasak selama kurang lebih 7 jam dengan menggunakan satu bantuan tenaga kerja. Satu kali proses produksi nira yang dibutuhkan rata-rata sebanyak 41,87 liter nira dengan output sebanyak 11,75 kg.

Nilai tambah yang diperoleh dari pengurangan antara nilai output, harga bahan baku dan harga input lain sebesar Rp. 1.906/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 48,53 %. Hal ini menunjukkan bahwa usaha pengolahan gula aren tergolong dalam usaha bernilai tinggi menurut Metode Hayami yaitu memiliki rasio berkisar antara >40%. Hal ini sejalan dengan penelitian Miftah M yang berjudul analisis nilai tambah olahan gula aren dikelompok usaha bersama (KUB) gula semut Aren (GSA) yang menyebutkan bahwa metode nilai tambah hayami dikatakan bernilai tinggi jika nilai rasio berkisar antara >40%.

Rata-rata nilai koefisien tenaga kerja yaitu 0,02 menunjukkan bahwa untuk mengolah 11,75 Kg gula aren dibutuhkan 1 HKO dengan upah tenaga kerja sebanyak Rp 75.000. Dengan nilai koefisien tenaga kerja menunjukkan bahwa usaha tersebut efisien atau belum. Semakin kecil nilai koefisien tenaga kerja maka semakin efisien pengusaha memproduksi. Rata-rata harga jual gula aren ditingkat pengrajin adalah Rp 14.000.

Pendapatan tenaga kerja langsung yang diterima adalah Rp 1.791 yang didapatkan dari hasil perkalian antara koefisien tenaga kerja dan upah tenaga kerja.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Sistem pemasaran gula aren di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara menunjukkan bahwa dalam penelitian ini terdapat 4 saluran pemasaran yaitu sebagai berikut : (1) Pengrajin – Konsumen (Sekitaran

- Desa) (2) Pengrajin – Pengumpul Desa – Pedagang Pengecer Desa – Konsumen (Pasar Kecamatan Atinggola) (3) Pengrajin – Pengumpul Desa – Pedagang Besar (Kota Gorontalo) – Konsumen (Kota Gorontalo) (4) Pengrajin – Pengecer Desa – Konsumen (Pasar Kecamatan Atinggola).
2. Analisis Nilai Tambah yang diperoleh pada pengolahan nira menjadi gula aren adalah sebesar Rp 1.906/Kg dengan harga bahan baku nira Rp 1000 dan harga input lain Rp 1.022. Kemudian untuk nilai faktor konversi yang diperoleh dengan mengolah 41,87 ltr nira menjadi gula aren yaitu 0,28. Nilai Koefisien tenaga kerja yang dihasilkan sebesar 0,02. Dengan pendapatan tenaga kerja langsung sebesar Rp 1.791 dengan keuntungan Rp 115/Kg.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, N. 2019. Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Agroindustri Kelanting Di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Skripsi*. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo Dalam Angka Tahun 2014.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gorontalo Utara Dalam Angka Tahun 2016.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gorontalo Utara Dalam Angka Tahun 2017.
- Derek, M. K., & Dumais, J. N. (2017). Analisis Keuntungan Agroindustri Gula Aren Di Kelurahan Pandu, Kecamatan Bunaken, Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 13(3a), 341-350.
- Dilana, IA. 2013. Pemasaran Dan Nilai Tambah Biji Kakao Di Kabupaten Madiun, Jawa Timur. *Tesis*. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Indriani, R, R. Darma, Y. Musa, AN. Tenriawaru, Made Viantika. 2019. Mekanisme Rantai Pasok Cabai Rawit Di Provinsi Gorontalo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. P-ISSN 0853-8395. E-ISSN 2598-5922. Vol. 15, No. 1, Februari 2019.
- Marentek, MR, Rasjid, E, Papia, J. 2017 Analisis Kelayakan Usaha Gula Aren Cetak Di Kota Tomohon. Volume 3- ISSN: 2477-2097.
- Sari, P.N. 2012. Analisis Network Supply Chain dan Pengendalian Persediaan Beras Organik (Studi Kasus Rantai Pasok Tani Sejahtera Farm, Kab. Bogor). *Skripsi*. Departemen Agribisnis. Fakultas

- Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Suaib, T, Saleh, Y, Murtisari, A. 2018. Analisis Pemasaran Komoditas Cengkeh Di Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango. *AGRINESIA* Vol. 2 No. 2 Maret 2018.
- Umar, Fendi. 2013. Analisis Pendapatan Usaha Pengrajin Gula Aren Di Desa Tulo'a Kecamatan Bulango Utara Kabupaten Bone Bolango. *Skripsi*. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo.