

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor yang sangat vital bagi perekonomian Indonesia, mengingat sekitar 30% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional berasal dari sektor ini (BPS, 2023). Sektor pertanian juga menyerap lebih dari 40% tenaga kerja di negara ini, sehingga menjadi sumber mata pencaharian bagi jutaan keluarga, dalam konteks perekonomian, pertanian berkontribusi sekitar 13% terhadap PDB nasional, dan sektor ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut melalui penerapan teknologi modern dan praktik pertanian berkelanjutan (Kementerian Pertanian, 2022). Pertanian tidak hanya berperan dalam meningkatkan kesejahteraan petani, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan dan menjaga ketahanan pangan nasional. Jenis komoditas pertanian terdapat beberapa macam, gula aren menempati posisi penting sebagai salah satu sumber pemanis alami yang memiliki nilai ekonomi dan gizi yang tinggi. Gula aren tidak hanya digunakan dalam berbagai produk makanan dan minuman, tetapi juga semakin diminati oleh konsumen yang sadar akan kesehatan sebagai alternatif gula pasir (Solihat & Hasnelly, 2018).

Gula aren merupakan salah satu komoditas strategis yang berpeluang untuk dikembangkan, karena kedudukannya yang sudah dikenal di kalangan masyarakat Indonesia dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi (Salam *et al.*, 2021). Proses pengambilan nira diawali dengan pemukulan tangkai tandan bunga dari pangkal pohon kearah tandan bunga. Pengambilan nira dilakukan selama satu bulan atau sampai bunga berguguran (Yudho, 2021). Menurut Zulhiyah *et al.*, (2022) gula aren merupakan gula yang terbuat dari bahan baku air nira diperoleh dari pohon enau. Hasil olahan nira yang diolah menjadi gula aren ini biasanya dapat diolah menjadi bahan baku pembuatan kecap manis, wedang jahe, bubur kacang hijau, sehingga hal inilah yang menjadikan gula aren berpotensi menjadi bahan baku yang dapat dikembangkan.

Potensi pengembangan tanaman aren (*arenga pinnata merr*) di Sulawesi Selatan cukup menjanjikan ditinjau dari aspek agroekologi, pemanfaatan dan konservasi. Luas perkebunan Aren di Sulawesi Selatan adalah 7.211 ha, dengan produksi Aren sebesar 3.723 ton yang dikelola oleh 12.472 Kepala Keluarga (KK) (BPS 2020). Jumlah populasi tanaman aren di Sulawesi Selatan belum diketahui secara pasti karena datanya belum tersedia, diperkirakan jumlah populasi per hektar antara 3 sampai 50% 160 pohon atau rata-rata 20 pohon/ha, maka di bagian Sulawesi Selatan terdapat 144.200 pohon, data tersebut memberikan gambaran bahwa aren merupakan salah mata pencaharian utama bagi masyarakat.

Salah satu Kelurahan di Kabupaten Soppeng yang berpotensi untuk pengembangan usaha gula aren tepatnya di Kelurahan Botto yang beberapa penduduknya berprofesi sebagai produsen gula aren (Ginoga *et al.*, 2022). Komoditas ini banyak diusahakan oleh industri gula aren lokal karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi dan permintaan yang stabil, baik di pasar lokal maupun nasional. Menurut Arham (2017), namun potensi yang besar ini belum sepenuhnya diimbangi dengan efisiensi dalam sistem produksi dan pemasaran, yang pada akhirnya memengaruhi tingkat pendapatan para pelaku agribisnis gula aren. Pendapatan pelaku agribisnis, terutama produsen gula aren, sangat bergantung pada faktor-faktor seperti produktivitas

lembaga pemasaran, akses terhadap teknologi, serta mekanisme distribusi hasil produksi. Di sisi lain, saluran pemasaran memegang peranan krusial dalam menentukan harga yang diterima oleh industri gula aren, distribusi keuntungan di sepanjang rantai pasok, dan keberlanjutan usaha pelaku agribisnis gula aren.

Saluran pemasaran merupakan alat dan sarana yang dapat digunakan oleh produsen untuk menyalurkan hasil produksinya hingga ke konsumen (Cahyanum, 2018). Adapun macam-macam pola saluran pemasaran gula aren di Kelurahan Botto yaitu ada empat saluran pemasaran, saluran I yaitu dari produsen - pedagang pengumpul - pedagang besar - agen - konsumen, saluran II yaitu dari produsen - pedagang pengumpul - pedagang besar - pedagang pengecer - konsumen, saluran III yaitu dari produsen - pedagang pengumpul - pedagang pengecer - konsumen dan saluran paling akhir adalah IV produsen - pedagang pengecer - konsumen. Saluran pemasaran tersebut memberi gambaran bagaimana memperlihatkan fungsi peran pelaku agribisnis dalam menjalankan saluran pemasaran dalam lembaganya.

Menurut Hikmah (2021), lembaga pemasaran merupakan lembaga yang membawa produk dan kepemilikannya lebih dekat ke pembeli akhir merupakan suatu tingkat saluran. Mulyana *et al.*, (2019) mengatakan dalam pemasaran terdapat empat pedagang perantara diantaranya, pedagang pengumpul adalah pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari produsen dan kemudian memasarkannya kembali dalam jumlah yang besar kepada pedagang lain/pedagang besar, pedagang besar adalah pedagang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul dan atau dari produsen, serta menjual kembali kepada pengecer dan agen atau kepada pembeli untuk industri, dan terakhir pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual barang hasil pertanian dari produsen ke konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil. Efektivitas juga menjadi faktor penting dalam melihat kinerja lembaga pemasaran dimana dari penilaian ini bertujuan bagaimana cara proses berjalannya jalur distribusi pemasaran.

Efektivitas dan kinerja lembaga pemasaran menjadi aspek krusial dalam menunjang keberhasilan distribusi produk pertanian, termasuk gula aren, karena keduanya menentukan efisiensi biaya, besaran margin pemasaran, serta proporsi harga yang diterima produsen (*farmer's share*) (Gurning *et al.*, 2024). Penelitian Hidayat *et al.*, (2023), menunjukkan bahwa semakin efisien dan efektif suatu lembaga pemasaran ditandai dengan saluran pemasaran yang lebih pendek dan biaya distribusi yang rendah semakin besar pula bagian harga yang diterima produsen, sehingga meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pelaku agribisnis. Kinerja lembaga pemasaran yang baik tercermin dari margin pemasaran yang wajar, biaya distribusi yang terkendali, serta adanya sinergi antar pelaku pasar, yang pada akhirnya mendorong keberlanjutan usaha dan daya saing produk di pasar. Hal ini sejalan dengan temuan Riski (2018), yang menegaskan bahwa saluran pemasaran yang efisien dan efektif secara langsung berdampak pada peningkatan *farmer's share* dan pendapatan produsen, serta memperkuat posisi lembaga pemasaran dalam rantai nilai agribisnis.

Menurut Prayoto *et al.*, (2022), margin pemasaran merujuk pada selisih antara harga yang diterima oleh petani atau produsen gula aren dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir di pasar. Margin ini mencerminkan keuntungan yang diambil oleh setiap pelaku dalam saluran pemasaran, seperti pedagang pengumpul, pedagang besar,

dan pengecer. Semakin besar margin pemasaran, semakin banyak keuntungan yang diperoleh oleh perantara dalam proses distribusi, sementara petani atau produsen mungkin menerima bagian yang lebih kecil dari harga jual produk mereka. Pendapatan produsen dapat dilihat dengan menganalisis *farmer's share* yang merupakan pendekatan untuk melihat berapa besar produsen memperoleh imbalan dari produk yang mereka hasilkan, yang diukur dengan membandingkan harga yang diterima produsen dan harga yang terjadi di tingkat konsumen.

farmer's share merupakan bagian dari harga konsumen yang diterima oleh produsen, dan dinyatakan dalam persentase harga konsumen hal ini berguna untuk mengetahui porsi harga yang berlaku di tingkat konsumen. (Hidayat et al., 2017) menjelaskan bahwa bagian harga yang diterima produsen (*Farmer's share*) adalah suatu nilai hasil perbandingan antara harga jual di produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan dinyatakan dalam persentase. *Farmer's share* akan menghasilkan persentase yang rendah, ini berarti pemasaran terselenggara kurang baik. *Farmer's share* mempunyai hubungan negatif dengan margin pemasaran maka bagian yang akan diperoleh petani semakin rendah (Meisy, 2022). Setelah melihat perbandingan yang diperoleh antara produsen hingga sampai ke konsumen, dapat dilakukan dengan melihat saluran pemasaran yang mana paling efisien untuk digunakan oleh produsen gula aren untuk meningkatkan dan kesejahteraan para pelaku agribisnis gula aren.

Pendapatan merupakan salah satu indikator kesejahteraan bagi pelaku agribisnis, termasuk produsen gula aren (Yuroh & Maesaroh, 2018). Besarnya pendapatan yang diterima bergantung pada harga jual produk, biaya produksi, serta efisiensi dalam distribusi dan pemasaran. Dalam sistem pemasaran, semakin panjang saluran pemasaran, semakin besar biaya transaksi dan margin pemasaran yang dikenakan oleh perantara, yang dapat menyebabkan bagian harga yang diterima produsen menjadi lebih kecil. Sebaliknya, saluran pemasaran yang lebih efisien memungkinkan produsen dan pelaku usaha lainnya memperoleh bagian harga yang lebih besar, sehingga meningkatkan pendapatan mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara saluran pemasaran dan tingkat pendapatan pelaku agribisnis gula aren di Kabupaten Soppeng serta melihat efektivitas dan kinerja setiap lembaga pemasaran. Dengan memahami dinamika pemasaran dan distribusi pendapatan dalam rantai pasok, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efisiensi pemasaran, memperpendek rantai distribusi, serta meningkatkan kesejahteraan produsen dan lembaga pemasaran lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut Salam et al., (2021) usaha gula aren ini diharapkan dapat lebih berkembang sehingga dapat menjadi sumber pendapatan utama bagi masyarakat. Kelurahan Botto dipilih sebagai lokasi penelitian karena masyarakat disana sebagian besar bermata pencaharian sebagai produsen gula aren namun sampai saat ini belum ada kejelasan dalam hal distribusi pemasaran produsen gula aren. Hal ini sependapat dengan Arham (2017), yang membahas mengenai analisis dan efisiensi saluran pemasaran, bahwa kendala pemasaran masih menjadi masalah utama dalam penjualan

gula aren di Kabupaten Soppeng. Untuk mengatasi masalah tersebut perlu dianalisis kembali bagaimana hubungan saluran pemasaran gula aren terhadap tingkat pendapatan pelaku agribisnis gula aren di Kabupaten Soppeng.

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pola saluran pemasaran gula aren di Kabupaten Soppeng?
2. Bagaimana efektivitas dan kinerja lembaga pemasaran gula aren di Kabupaten Soppeng?
3. Bagaimana hubungan saluran pemasaran terhadap tingkat pendapatan pada setiap pelaku agribisnis gula aren di Kabupaten Soppeng?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Menganalisis pola saluran pemasaran gula aren yang ada di Kabupaten Soppeng.
2. Menganalisis efektivitas dan kinerja lembaga pemasaran gula aren di Kabupaten Soppeng.
3. Menganalisis hubungan saluran pemasaran terhadap tingkat pendapatan pada setiap pelaku agribisnis gula aren di Kabupaten Soppeng.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat berguna sebagai:

1. Kegunaan akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang agribisnis dan pemasaran. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi akademisi, peneliti, dan mahasiswa yang tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang hubungan antara saluran pemasaran dan pendapatan pelaku agribisnis.
2. Kegunaan praktis, penelitian ini memberikan informasi yang bermanfaat bagi para pelaku agribisnis gula aren di Kabupaten Soppeng dalam memahami hubungan saluran pemasaran gula aren terhadap tingkat pendapatan pelaku agribisnis gula aren. Temuan penelitian dapat menjadi dasar untuk perbaikan strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan kesejahteraan pelaku agribisnis.
3. Kegunaan kebijakan, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pemerintah daerah atau instansi terkait dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan agribisnis gula aren, terutama dalam memperbaiki sistem pemasaran dan meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis.
4. Kegunaan sosial - ekonomi, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya pengelolaan saluran pemasaran yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya pelaku agribisnis gula aren, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah.

1.5 Research Gap (novelty)

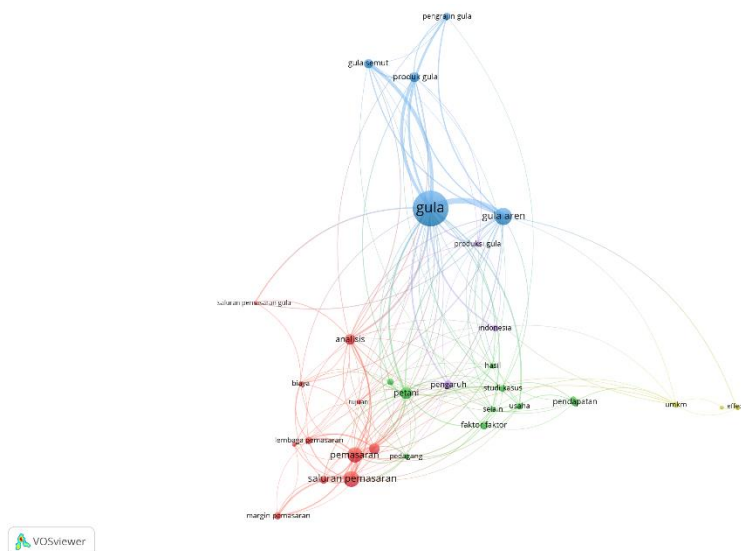
Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan metode bibliometrik, yaitu pendekatan yang digunakan untuk mengukur perkembangan penelitian, literatur,

buku, atau dokumen dalam suatu bidang tertentu. Metode ini dapat dilakukan secara kuantitatif maupun kualitatif dengan penerapan teknik statistik (Balaka, 2022). Analisis bibliometrik umumnya digunakan untuk menelusuri keterkaitan antara kata kunci, institusi penelitian, serta penulis yang berkontribusi dalam suatu topik kajian (Anggita, 2024).

VOSviewer merupakan perangkat lunak berbasis komputer yang berfungsi untuk membangun peta bibliometrik (Kurnia, 2021). Aplikasi ini mampu membentuk jaringan yang mencakup publikasi ilmiah, jurnal akademik, peneliti, institusi, negara, kata kunci, maupun istilah tertentu. Selain itu, VOSviewer juga memungkinkan proses visualisasi dan eksplorasi peta secara interaktif. Fitur seperti pembesaran dan pengguliran membantu pengguna untuk menganalisis peta tersebut secara lebih mendalam (Realistik, 2023). Dalam studi ini, VOSviewer dimanfaatkan untuk memvisualisasikan jaringan keterkaitan kata kunci (*network of co-occurrences of keywords*) (Astuti, 2023).

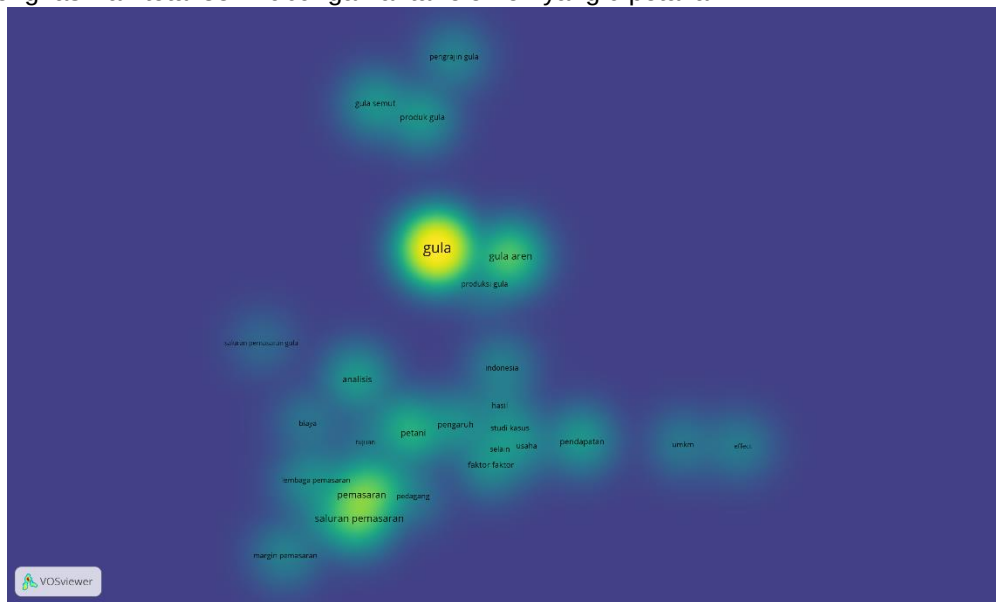
Melalui analisis bibliometrik, penelitian ini mampu menggambarkan hubungan antara berbagai konsep yang telah dikaji serta menunjukkan pola perkembangan riset dalam bidang tersebut. Penggunaan VOSviewer mempermudah proses identifikasi terhadap hubungan antar kata kunci, penulis, dan institusi yang relevan. Dengan demikian, hasil yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika riset terkait gula aren, saluran pemasaran, kelembagaan pemasaran, efisiensi pemasaran, distribusi pendapatan.

Artikel ilmiah yang relevan diperoleh melalui pencarian menggunakan aplikasi *Publish or Perish* (PoP) dengan kata kunci “gula aren”, “saluran pemasaran” dan pendapatan”. Artikel-artikel tersebut kemudian diunduh dalam format *Research Information Systems* (RIS). Seleksi artikel dibatasi pada publikasi dari jurnal nasional maupun internasional yang terindeks Google Scholar dan Scopus, dengan rentang waktu publikasi antara tahun 2020 hingga 2025. Hasil analisis bibliometrik menggunakan VOSviewer disajikan dalam bentuk visualisasi jaringan seperti yang ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Visualisasi jaringan VOSviewer dengan analisis kata kunci dan abstrak

Hasil analisis bibliometrik menggunakan aplikasi VOSviewer yang divisualisasikan dalam bentuk jaringan (Gambar 1) menunjukkan bahwa kajian mengenai saluran pemasaran gula aren dan pendapatan dalam konteks penelitian gula aren selama periode 2020 - 2025 memiliki keterkaitan yang cukup erat. Namun demikian, jumlah penelitian yang secara khusus membahas saluran pemasaran gula aren dan pendapatan terhadap penjualan gula aren masih tergolong terbatas. Hal ini tercermin dari visualisasi jaringan yang belum terlalu padat, di mana terbentuk lima kluster yang saling terhubung dan ditandai dengan warna yang berbeda. Jaringan tersebut menghasilkan total 854 hubungan antar elemen yang dipetakan.



Gambar 2. Visualisasi kepadatan VOSviewer dengan analisis kata kunci dan abstrak

Jumlah penelitian yang terkait dengan saluran pemasaran gula aren dan pendapatan terhadap penjualan gula aren juga dapat dilihat dari kepadatan penelitian yang terkait dengan topik tersebut. Gambar 2 menunjukkan visualisasi kepadatan penelitian yang mengangkat topik saluran pemasaran gula aren dan pendapatan penjualan gula aren, dari gambar visualisasi tersebut disimpulkan bahwa penelitian terkait dengan topik saluran pemasaran gula aren dan pendapatan terhadap penjualan gula aren masih relatif kurang, hal ini ditunjukkan pada warna visualisasi kepadatan yang belum nampak berwarna terang dibandingkan topik-topik penelitian lain yang terkait pada gambar.

Tabel 1. *Research Gap* pada topik penelitian yang diajukan

Aspek	Uraian Kebaruan
Fokus Penelitian	Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya membahas efisiensi pemasaran, harga jual, atau strategi pengembangan gula aren secara terpisah. Masih sedikit yang mengkaji hubungan struktur saluran pemasaran secara utuh terhadap pendapatan seluruh pelaku agribisnis. Penelitian ini mengintegrasikan analisis saluran pemasaran, margin, <i>farmer's share</i>, dan pendapatan untuk mengidentifikasi saluran paling menguntungkan bagi produsen dan pelaku lainnya secara komprehensif.
Metode Analisis	Banyak penelitian sebelumnya menggunakan metode deskriptif atau perbandingan sederhana antar saluran tanpa memperhitungkan pendapatan total, margin, dan efisiensi distribusi secara kuantitatif dan menyeluruh. Penelitian ini menggunakan metode analisis <i>mix method</i> (kualitatif dan kuantitatif), termasuk perhitungan biaya total, penerimaan, pendapatan, margin pemasaran, dan <i>farmer's share</i>, yang dilengkapi analisis hubungan dengan struktur saluran pemasaran.
Lokasi Penelitian	Banyak penelitian sebelumnya berfokus pada daerah seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, atau Sulawesi Tenggara. Penelitian di Kabupaten Soppeng, khususnya Kelurahan Botto, masih sangat terbatas. Penelitian ini mengambil lokasi di Kelurahan Botto, Kabupaten Soppeng, yang merupakan salah satu sentra produksi gula aren di Sulawesi Selatan.

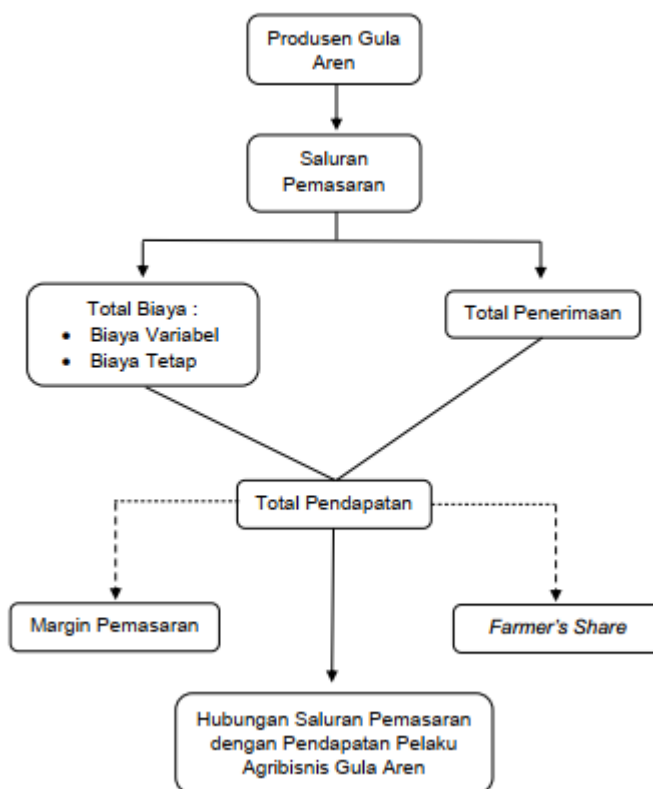
Berdasarkan Tabel 1 beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi peneliti umumnya hanya membahas salah satu aspek pemasaran, seperti strategi pengembangan, harga jual, atau efisiensi margin tanpa mengkaji hubungan langsung antara struktur saluran pemasaran dan pendapatan pelaku agribisnis secara menyeluruh. Penelitian-penelitian tersebut telah memberikan kontribusi terhadap pemahaman aspek pemasaran gula aren, namun masih terdapat celah penelitian (*Research gap*) yang belum banyak dieksplorasi, khususnya pada konteks lokal di Kabupaten Soppeng yang merupakan salah satu sentra gula aren di Sulawesi Selatan.

Kebaruan (*Novelty*) dalam penelitian ini terletak pada analisis menyeluruh terhadap hubungan saluran pemasaran dan tingkat pendapatan semua pelaku agribisnis gula aren mulai dari produsen hingga agen dengan menggunakan pendekatan dekriptif kualitatif dan biaya, pendapatan, analisis *farmer's share*, serta margin pemasaran, serta analisis bibliometrik menggunakan VOSviewer. Kebaruan penelitian ini disajikan lebih lanjut pada Tabel 1 berikut. Maka dari itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: "Hubungan Saluran Pemasaran Gula Aren terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku Agribisnis Gula Aren di Kabupaten Soppeng."

1.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini menjelaskan bahwa produsen gula aren menyalurkan produknya melalui saluran pemasaran yang memengaruhi besarnya total penerimaan dan biaya yang dikeluarkan, sehingga menentukan total pendapatan yang diterima. Untuk mengukur seberapa efektif saluran pemasaran tersebut terhadap pendapatan pelaku agribisnis, digunakan dua alat ukur yaitu margin pemasaran dan *farmer's share*. Margin pemasaran menunjukkan selisih antara harga konsumen dengan harga produsen, sedangkan *farmer's share* menggambarkan persentase harga yang diterima produsen dari harga yang dibayar konsumen. Semakin kecil margin dan semakin besar *farmer's share*, maka semakin besar bagian pendapatan yang diterima produsen. Dengan demikian, kedua alat ukur ini digunakan untuk melihat hubungan saluran pemasaran dengan pendapatan pelaku agribisnis gula aren.

Gambar 3. Kerangka Berpikir



BAB II. METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Botto, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng yang berfokus pada produsen gula aren dan pedagang pengumpul di Kelurahan Botto, pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Kelurahan Botto merupakan salah satu Kelurahan sentra produksi gula aren di Kabupaten Soppeng yang memproduksi gula aren dan beberapa informan lembaga pemasaran yang berada di Kabupaten Soppeng serta berada di Kota Balikpapan dan Kota Samarinda . Penelitian dilaksanakan mulai bulan Januari 2025.

2.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang didukung oleh analisis kuantitatif. Menurut Waruwu (2023), Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui perspektif subjek yang diteliti. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali secara mendalam pemahaman terhadap pola saluran pemasaran, efektivitas dan kinerja lembaga pemasaran, serta dinamika yang terjadi di lapangan melalui wawancara dan observasi langsung. Sementara itu, metode kuantitatif diterapkan untuk menganalisis data numerik terkait biaya, penerimaan, pendapatan, margin pemasaran, dan nilai *farmer's share* menggunakan rumus dan perhitungan statistik sederhana. Penggabungan kedua metode ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih utuh dan objektif mengenai hubungan antara struktur saluran pemasaran dan tingkat pendapatan pelaku agribisnis gula aren di Kabupaten Soppeng.

2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang dibuat dari sudut pandang yang menonjolkan karakteristik subjek yang diteliti, dan data kuantitatif adalah data yang berupa angka dan bilangan.

Sumber data yang digunakan adalah :

1. Data primer

Menurut Balaka (2022), data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung di ambil dari lokasi penelitian yang meliputi identitas responden dan saluran pemasaran gula aren. Data primer bersumber langsung dari responden produsen dan informan (pedagang) melalui kuesioner serta wawancara mendalam dapat diperoleh informasi yang aktual.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari kantor desa, serta instansi - instansi yang terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS) yang meliputi data keadaan umum lokasi dan data sosial ekonomi dan dinas Kehutanan dan Perkebunan (Wahidmurni, 2017). Selain itu menggunakan 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.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga tahap yaitu :

1. Observasi

Menurut Gautama, (2017) observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Pada observasi ini akan dilakukan pengamatan berapa produsen gula aren yang aktif dalam pembuatan gula aren dan berapa pedagang yang masih aktif dalam pemasaran gula aren serta bagaimana berjalannya pengaruh pelaku agribisnis dalam saluran pemasaran. Hasil Observasi memberikan gambaran terdapat 30 produsen gula aren di Kelurahan Botto, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng.

2. Wawancara

Menurut Herdayati *et al.*, (2019), wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai. Proses pengumpulan data pada penelitian ini, penelitian menggunakan metode wawancara terstruktur dengan menggunakan kuesioner. Jadi pewawancara sudah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang lengkap dan rinci mengenai bagaimana berjalannya proses saluran pemasaran yang dilakukan pelaku agribisnis gula aren serta efektivitas dan kinerja pelaku lembaga pemasaran gula aren di Kabupaten Soppeng.

3. Dokumentasi

Metode ini dapat diartikan sebagai cara pengumpulan data dengan cara memanfaatkan data-data berupa buku, dokumen. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden (Jailani, 2023). Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data yang berkenaan dengan bagaimana berjalannya proses pemasaran yang dilakukan pelaku agribisnis.

2.5 Populasi dan Sampel

Populasi menurut Kuantitatif, (2016), wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini dilakukan dengan fokus pada produsen gula aren di Kelurahan Botto. Dalam penentuan populasi, sebelumnya peneliti telah melakukan observasi awal di lokasi penelitian, sehingga populasi dalam penelitian ini terdapat 30 orang produsen gula aren di Kelurahan Botto, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng.

Gunawan (2016), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. menurut Purwono *et al.*, (2019), jika subjek < 100 orang maka sebaiknya mengambil semua populasi dijadikan sampel. Pada penelitian ini, seluruh jumlah populasi dijadikan sampel, seluruh produsen gula aren berjumlah 30 orang yang berada di Kelurahan Botto, sehingga penelitian ini menggunakan total sampling. Sedangkan untuk menentukan informan yang terlibat dalam saluran

pemasaran adalah dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. Informan ini terdiri dari 4 pedagang pengumpul dari Kelurahan Botto, 2 pedagang besar, 6 pedagang pengecer dan 2 agen yang berada di Kota Balikpapan serta kota Samarinda.

2.6 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua pendekatan, yaitu analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan pola saluran pemasaran, peran pelaku agribisnis, serta kondisi pemasaran gula aren berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan responden dan informan. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menghitung besarnya biaya produksi, penerimaan, pendapatan, serta margin pemasaran dan *farmer's share* pada masing-masing saluran pemasaran. Data kuantitatif dianalisis menggunakan rumus-rumus perhitungan ekonomi sederhana, sehingga hasil yang diperoleh dapat menunjukkan efisiensi setiap saluran pemasaran dan kaitannya dengan tingkat pendapatan pelaku agribisnis gula aren.

2.6.1 Metode Analisis Deskriptif kualitatif

Metode analisis data kualitatif yang dilakukan dengan wawancara langsung maupun pengamatan lapangan untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama dan kedua yaitu, untuk mengetahui pola saluran pemasaran gula aren serta menganalisis efektivitas dan kinerja lembaga pemasaran gula aren.

2.6.2 Analisis Biaya, Pendapatan, Margin Pelaku Agribisnis dan *Farmer's Share*

Metode analisis data dengan menghitung biaya, pendapatan dan margin untuk menjawab tujuan penelitian yang ketiga yaitu, untuk menganalisis hubungan saluran pemasaran terhadap tingkat pendapatan pada setiap pelaku agribisnis gula aren di Kabupaten Soppeng, dapat dilakukan diketahui melalui langkah-langkah berikut:

1. Perhitungan biaya dilakukan di seluruh tingkatan pelaku agribisnis gula aren, biaya produksi merupakan penjumlahan dari dua komponen biaya yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Gabungan biaya tetap dan biaya variabel disebut biaya total (*total cost*) yang secara umum dirumuskan sebagai berikut:

Keterangan:

$$TC = FC + VC$$

TC = Biaya total (Rp/Bulan)

FC = Biaya tetap (Rp/Bulan)

VC = Biaya variabel (Rp/Bulan)

2. Menghitung penerimaan pada masing-masing pelaku yang terlibat dalam saluran pemasaran komoditas gula aren. Secara matematis, penerimaan dirumuskan sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Penerimaan total (Rp/Bulan)

P = Harga jual rata-rata (Rp/Bulan)

Q = Jumlah penjualan produk per bulan (Rp/Bulan)

3. Menghitung pendapatan/laba pada masing-masing pelaku yang terlibat dalam saluran pemasaran komoditas gula aren. Secara matematis, pendapatan dirumuskan sebagai berikut:

$$TI = TR - TC$$

Keterangan:

TI (*Total Income*) = Pendapatan keseluruhan (Rp/Bulan)

TR = Penerimaan keseluruhan (Rp/Bulan)

TC = Biaya keseluruhan (Biaya variabel dan biaya tetap) (Rp/Bulan)

4. Distribusi pendapatan adalah penyebaran uang yang diterima oleh masing-masing pada setiap proses per unit produksi.

5. Margin Pemasaran

Merupakan selisih harga dari dua atau lebih tingkat rantai pemasaran, atau antara harga ditingkat produsen dan harga eceran ditingkat konsumen yang bertujuan melihat seberapa besar keuntungan yang diperoleh setiap tingkat saluran pemasaran.

Berikut adalah rumus untuk perhitungan margin pemasaran:

$$MP = Pr - Pf \text{ atau } \text{£}bi + \text{£}ki$$

Keterangan:

Mp = Margin pemasaran (Rp/Bulan)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/Bulan)

Pf = Harga ditingkat Produsen (Rp/Bulan)

Atau:

Bi = Biaya pada tiap lembaga pemasaran

Ki = Keuntungan pada tiap lembaga pemasaran

6. *Farmer's Share*

Merupakan salah satu pendekatan untuk melihat berapa besar produsen aren memperoleh imbalan dari produk yang mereka hasilkan, yang diukur dengan membandingkan harga yang diterima petani dan harga yang terjadi di tingkat konsumen dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

Keterangan:

Fs = *Farmer's share* (Rp/Bulan)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp/Bulan)

Pr = Harga yang dibayar konsumen akhir (Rp/Bulan)

Kaidah keputusan:

FS > 40% = efisien

FS < 40% = tidak efisien

2.7 Definisi Operasional

1. Pelaku agribisnis dalam penelitian ini mencakup produsen gula aren, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, dan agen. Produsen mengolah nira menjadi gula aren, sementara pedagang pengumpul membeli dari produsen untuk dijual ke pedagang besar. Pedagang besar mendistribusikan ke pengecer atau konsumen besar, sedangkan pedagang pengecer menjual langsung ke konsumen. Agen berperan menyalurkan gula aren dalam jumlah besar ke konsumen dan berada khususnya di Kota Balikpapan dan Kota Samarinda.
2. Saluran pemasaran mengacu pada jalur distribusi gula aren dari produsen ke konsumen melalui berbagai perantara. Terdapat empat saluran pemasaran yang dianalisis dalam penelitian ini, saluran I yaitu dari produsen - pedagang pengumpul - pedagang besar - agen - konsumen, saluran II yaitu dari produsen - pedagang pengumpul - pedagang besar - pedagang pengecer - konsumen, saluran III yaitu dari produsen - pedagang pengumpul - pedagang pengecer - konsumen dan saluran paling akhir adalah IV produsen - pedagang pengecer - konsumen.
3. Efektivitas lembaga pemasaran diukur dari kemampuan mereka dalam menyalurkan gula aren dengan tepat waktu, volume distribusi yang stabil, serta kemampuan membina hubungan baik dengan produsen. Sementara kinerja lembaga pemasaran dilihat dari aspek biaya distribusi, kelancaran arus barang, dan keuntungan yang diperoleh masing-masing pelaku dalam saluran pemasaran.
4. Margin pemasaran tertinggi pada saluran IV terjadi pada pedagang pengecer dengan selisih harga sebesar Rp3.000 per kilogram, yaitu dari harga beli Rp22.000 menjadi harga jual Rp25.000. Margin ini menggambarkan keuntungan yang diperoleh pengecer sebagai pelaku terakhir dalam distribusi sebelum produk sampai ke konsumen. Margin ini dinilai rendah dan lebih adil karena hanya melibatkan satu perantara, serta mencerminkan efisiensi saluran IV dibandingkan saluran lainnya yang memiliki margin lebih tinggi dan terbagi di banyak pelaku.
5. *Farmer's share* tertinggi tercatat pada saluran pemasaran IV sebesar 88%, diikuti oleh saluran III sebesar 80%, saluran I sebesar 77%, dan saluran II sebesar 75%. Seluruh saluran dinyatakan efisien karena nilai *farmer's share* berada di atas ambang batas efisiensi yaitu 40%. Hal ini menunjukkan bahwa produsen di semua saluran tetap mendapatkan bagian harga yang layak, namun saluran IV tetap menjadi yang paling menguntungkan bagi produsen karena

distribusi keuntungan yang lebih besar tetap berada di tangan petani.

6. Pendapatan produsen tertinggi selama satu bulan diperoleh pada saluran pemasaran IV, yakni sebesar Rp10.289.254, dengan penerimaan kotor sebesar Rp17.600.000 dan biaya operasional Rp7.310.746. Di sisi lain, pedagang pengecer pada saluran yang sama memperoleh pendapatan bersih yang lebih tinggi, yaitu Rp16.143.104, dari penerimaan sebesar Rp20.000.000 dan biaya sebesar Rp3.856.896. Perbedaan ini menunjukkan bahwa meskipun produsen mendapat bagian besar dari harga jual (88%), posisi pengecer sebagai pelaku terakhir tetap memberi peluang pendapatan lebih tinggi karena kontrol harga langsung di pasar konsumen.