

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian dikenal dengan istilah agroindustri. Agroindustri merupakan suatu rangkaian kegiatan industri yang terdiri dari proses produksi, pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, pendanaan, pemasaran dan distribusi berbasis produk pertanian. Dapat dikatakan bahwa agroindustri adalah industri yang mengolah hasil pertanian menjadi bahan setengah jadi atau produk akhir yang melibatkan manusia, komoditas pertanian, modal, teknologi, informasi dan faktor-faktor lainnya (Kurniati, 2015). Menurut Suprpto (2011) Agroindustri merupakan bagian subsistem yang memproses dan mentransformasikan bahan-bahan pertanian yang mana sari pati menjadi bahan-bahan setengah jadi yang langsung dikonsumsi dan barang hasil produksi industri yang digunakan dalam proses industri. Pertanian di Indonesia tidak hanya terdiri dari atas subsektor pertanian dan pangan akan tetapi ada juga subsektor perkebunan, peternakan dan perikanan.

Perkebunan merupakan salah satu sub sektor yang memiliki urutan pertama dalam kontribusi terhadap sektor pertanian. Menurut data Badan Pusat Statistik pada tahun 2019 kontribusi sub sektor perkebunan sebesar 3,27 persen terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) dan 25,71 persen terhadap sektor pertanian. Salah satu komoditas perkebunan yang banyak manfaatnya adalah tanaman aren.

Menurut Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat (2016) tanaman aren menyebar luas di 14 Provinsi Indonesia yaitu Papua, Maluku, Maluku Utara, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Jawa Barat, Jawa Tengah, Banten, Sulawesi Utara, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Bengkulu, Kalimantan Selatan dan Aceh, dengan total luas areal sekitar 70.000 Ha. Luas areal tanaman aren di Jawa Barat 14.204 Ha dengan produksi 22.489 ton dan produktivitas mencapai 2.781 Kg/Ha. Potensi pengembangan tanaman aren di Jawa Barat sangat prospektif, salah satunya di Kabupaten Tasikmalaya yang tersebar di beberapa kecamatan, terutama di 3 (tiga) kecamatan dengan jumlah petani sebanyak 1.800 orang, yaitu Kecamatan Bantarkalong (7 desa, 300 orang petani), Kecamatan Bojong Gambir (5 desa, 1.300 petani aren) dan Kecamatan Pageurageung (2 desa, 200 petani).

Tanaman aren merupakan salah satu jenis tumbuhan palma yang memproduksi buah, nira dan pati atau tepung di dalam batang. Hasil produksi aren ini semuanya dapat dimanfaatkan dan memiliki nilai ekonomis. Pohon aren juga dapat dikatakan tumbuhan serbaguna karena hampir semua bagian pohon aren bermanfaat dan dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan (Lempang, 2012). Ada 23 jenis pemanfaatan aren dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis-jenis Pemanfaatan Aren

No	Hasil Pemanfaatan
1 Nira	1. Gula Merah 2. Minuman fermentasi 3. Pembuatan tuak 4. Gula semut 5. Gula kristal 6. Plam wine 7. Bioethanol 8. Cuka nira 9. Pengembang roti
2 Buah	10. Kolang Kaling
3 Daun	11. Atap rumah 12. Sapu ijuk 13. Sebagai pembungkus 14. Sapu lidi 15. Pembuatan tali ijuk 16. Corong
4 Pelepah	17. Sinar pancing
5 Batang	18. Pembuatan papan 19. Dibuat menjadi tongkat 20. Kayu Bakar 21. Tepung
6 Akar	22. Anyaman 23. Cambukan

Sumber : Baharuddin dkk, 2007;Lempang, 2012;& Permentan No.113,2013

Tabel 1 menunjukkan bahwa tanaman aren salah satunya dapat diolah menjadi tepung yang di manfaatkan dari batang pohon aren. Tepung aren didapat dari pati yang diekstrak dari batang pohon aren yang sudah matang. batang tanaman aren memiliki kandungan pati kurang lebih 26-37 persen namun setiap pohon aren menghasilkan jumlah tepung yang bervariasi, selain itu tepung aren juga memiliki kandungan protein dan lemak rendah, karena kandungannya tersebut, tepung aren banyak dimanfaatkan menjadi bahan makanan (Manatar, 2012).

Ketersediaan produk tepung aren akan dipengaruhi oleh adanya lembaga-lembaga pemasaran untuk didistribusikan kepada konsumen akhir. Menurut Kotler

(2016) pemasaran merupakan salah satu bentuk aktivitas kegiatan manusia yang memiliki landasan untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui serangkaian proses baik pertukaran dan penawaran. Aktivitas pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting, karena dalam pemasaran memiliki tujuan agar produk yang dihasilkan produsen dapat sampai ketangan konsumen akhir.

Pemasaran merupakan salah satu aspek yang penting dalam kegiatan agribisnis. Pemasaran dilakukan setelah proses produksi selesai, pemasaran adalah kegiatan penyampaian barang atau jasa yang melibatkan lembaga pemasaran dari produsen ke konsumen. Pemasaran hasil pertanian adalah suatu kegiatan bisnis dimana menjual produk berupa komoditas pertanian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan harapan konsumen akan puas dengan mengkonsumsi komoditas tersebut (Angipora, 2012).

Faktor yang penting dalam memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen adalah pemilihan yang tepat dari saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang tidak efisien akan terjadi apabila biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan semakin kecil. Pemasaran yang dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya-biaya yang serendah-rendahnya (Rosmawati, 2011). Masalah pemilihan saluran pemasaran adalah suatu masalah yang sangat penting Peran lembaga pemasaran menentukan bentuk saluran pemasaran. Lembaga pemasaran ini pada akhirnya juga melakukan fungsi pemasaran antara lain pembelian, sorting, grading, penyimpanan, pengangkutan, dan pengemasan (Soekartawi, 2013).

Industri usaha menengah Tepung Aren Sugih Rahayu merupakan salah satu produsen tepung aren di Desa Cihayu, Kecamatan Kadipaten, Kabupaten Tasikmalaya yang mensuplai kebutuhan tepung aren di daerah Ciawi, Rajapolah dan Tasikmalaya. Ada pun data produksi tepung aren pada industri Sugih Rahayu lima tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Produksi Tepung Aren Lima Tahun Terakhir di Industri Tepung Aren Sugih Rahayu

Tahun	Produksi (ton)
2016	720
2017	732
2018	744
2019	660
2020	720

Sumber : Produsen Tepung Aren Sugih Rahayu

Tabel 2 menunjukkan bahwa produksi tepung aren pada tahun 2016, 2017, hingga 2018 selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya, meski pun peningkatannya tidak terlalu signifikan. Namun pada tahun 2019 produksi tepung aren mengalami penurunan dikarenakan adanya wabah Covid-19 yang mengharuskan para pedagang olahan dari tepung aren seperti pedagang bakso, cendol dan pedagang lainnya menutup lokasi penjualannya atau menjadi sepi pembeli. Pada tahun 2020 produksi kembali normal yaitu seperti pada tahun 2016 setiap bulannya memproduksi 60 ton per bulan atau 720 ton pertahun.

Permasalahan dalam pemasaran produk tepung aren Sugih Rahayu yaitu produsen tepung aren Sugih Rahayu beranggapan bahwa jika melakukan penjualan langsung kepada konsumen merupakan saluran yang paling efisien. Sedangkan menurut Rosmawati (2011) pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya-biaya yang serendah-rendahnya, dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang di bayar konsumen akhir dari semua pihak yang ikut serta didalam seluruh kegiatan produksi dan pemasaran barang itu. Produsen tepung aren Sugih Rahayu belum mengetahui bahwa jika penjualan melalui media sosial pun akan timbulnya risiko yaitu berupa biaya transportasi, biaya pengemasan, dan biaya pemasaran lainnya yang disebabkan karena lokasi pembeli yang jauh misalnya pembeli dari luar pulau Jawa.

Saluran pemasaran tepung aren yang banyak melibatkan lembaga pemasaran pun akan menyebabkan harga di tingkat konsumen menjadi tinggi, sedangkan harga ditingkat produsen rendah. Hal tersebut disebabkan karena perbedaan margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran. Nilai margin pemasaran yang berbeda akan berpengaruh pada harga ditingkat konsumen. Saluran pemasaran

dikatakan efisien jika nilai margin pemasarannya tidak tinggi. Selain itu, saluran pemasaran dipengaruhi oleh fungsi-fungsi pemasaran yang diterapkan oleh lembaga pemasaran.

Lembaga pemasaran menerapkan fungsi-fungsi pemasaran dalam menyalurkan tepung aren dari produsen sampai ke konsumen. Hal tersebut dapat mempengaruhi biaya pemasaran. Selain itu, saluran pemasaran yang panjang dapat menyebabkan terjadinya penambahan biaya karena banyak melalui lembaga pemasaran sehingga saluran tersebut menjadi tidak efisien. Oleh karena itu, agar produsen dan lembaga pemasaran dapat memilih pola saluran pemasaran yang tepat maka perlu adanya analisis mengenai pola saluran pemasaran yang efisien sehingga kegiatan pemasaran dapat berjalan baik dan memberikan keuntungan bagi semua pihak.

Berdasarkan uraian permasalahan yang terjadi pada agroindustri tepung aren Sugih Rahayu maka perlu dilakukan penelitian mengenai “**Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Tepung Aren**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana saluran pemasaran tepung aren agroindustri Sugih Rahayu dan fungsi pemasaran apa saja yang tidak dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat ?
2. Berapa besarnya biaya, keuntungan, margin pemasaran, distribusi margin dan *farmer's share* pada setiap saluran pemasaran tepung aren agroindustri Sugih Rahayu ?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran tepung aren agroindustri Sugih Rahayu di Desa Cibahayu Kecamatan Kadipaten Kabupaten Tasikmalaya dilihat dari biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, distribusi margin pemasaran dan *farmer's share*.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengidentifikasi saluran pemasaran dan fungsi pemasaran yang tidak dilakukan oleh setiap saluran pemasaran tepung aren agroindustri Sugih Rahayu
2. Menganalisis besar biaya, keuntungan, margin pemasaran, distribusi margin dan *farmer's share* pada setiap saluran pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran tepung aren agroindustri Sugih Rahayu.
3. Menganalisis efisiensi pemasaran tepung aren agroindustri Sugih Rahayu di Desa Cibahayu Kecamatan Kadipaten Kabupaten Tasikmalaya dilihat dari biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, distribusi margin pemasaran dan *farmer's share*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yaitu :

1. Bagi peneliti, untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian, dan sebagai penerapan teori yang telah dipelajari / diperoleh selama dibangku kuliah, menambah pengetahuan dan menambah pengalaman penulis.
2. Bagi pelaku usaha, sebagai bahan informasi dalam memilih dan menentukan saluran pemasaran yang dapat meningkatkan efisiensi pemasaran dan memberikan keuntungan kepada semua pihak lembaga yang terlibat.
3. Bagi pemerintah, sebagai sumbangan pemikiran bahan pertimbangan dan evaluasi terhadap kebijakan, terutama yang berkaitan dengan pemasaran tepung aren.
4. Bagi peneliti lain, sebagai bahan acuan dalam melakukan penelitian yang relevan.