

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH**

### **2.1 Tinjauan Pustaka**

#### **2.1.1 Tanaman Aren**

Tanaman aren (*Arenga pinnata*) merupakan tanaman berbiji tertutup (Angiospermae) yaitu biji buahnya terbungkus daging buah. Tanaman aren ini termasuk suku Arecaceae (pinang- pinangan). Tanaman aren banyak terdapat mulai dari Pantai Timur India sampai ke daerah Asia Tenggara. Di Indonesia tanaman ini banyak terdapat hampir di seluruh wilayah nusantara. Tanaman aren hampir mirip dengan pohon kelapa (*Cocos nucifera*). Bedanya jika pohon kelapa batang pohonnya bersih (pelelah daun dan tapasnya mudah diambil) maka batang pohon aren itu sangat kotor karena batangnya terbalut ijuk yang warnanya hitam dan sangat kuat sehingga pelelah daun yang sudah tua pun sulit untuk diambil atau dilepaskan dari batangnya (Sunanto, 1993).

Tanaman aren adalah kelompok tanaman palem yang tumbuh tinggi dan besar. Garis tengah batangnya bisa sampai 65 sentimeter, sedang tingginya 15 meter. Kalau ditambah dengan tajuk daun yang menjulang di atas batang tinggi keseluruhannya bisa sampai 20 meter. Pada saat pohon masih muda batang belum terlihat karena tertutup oleh pangkal-pangkal pelelah daun. Namun setelah daun terbawah sudah gugur, maka batangnya mulai terlihat. Waktu yang diperlukan yaitu selama 3,5 tahun, baru daunnya yang tertua gugur dari ruas yang paling bawah (Soesono, 1991). Perakaran pohon aren menyebar dan cukup dalam, sehingga tanaman ini dapat diandalkan sebagai vegetasi pencegahan erosi terutama untuk daerah yang tanahnya mempunyai kemiringan lebih dari 20 persen. Akar-akarnya yang direndam dalam air sehingga kulitnya mengelupas menghasilkan suatu material anyaman yang mudah dibelah-belah. Akar pohon aren juga dapat digunakan untuk benang kail karena mempunyai sifat yang sangat kuat Batang pohon ini tidak mempunyai lapisan kambium, sehingga tidak dapat tumbuh semakin besar lagi.

Tanaman aren memiliki batang yang keras dan dapat digunakan sebagai bahan pembuat alat-alat rumah tangga, bahan bangunan dan jembatan. Batang tanaman aren apabila dibelah dapat digunakan sebagai saluran atau talang air, sedangkan umbutnya yang berasa manis dapat digunakan sebagai sayur mayur.

Daun tanaman aren pada tanaman bibit (sampai umur tiga tahun) bentuk daunnya belum bersirip (berbentuk kipas). Sedang daun tanaman aren yang sudah dewasa dan tua bersirip ganjil seperti daun tanaman kelapa, namun ukuran daun dan pelepah daunnya lebih besar dan lebih kuat jika dibandingkan dengan daun tanaman kelapa. Warna daun tanaman aren adalah hijau gelap sedangkan warna daun tanaman kelapa agak terang (Sunanto, 1993).

Tandan buah aren yang terdapat pada batang dapat menghasilkan nira, yang selanjutnya diolah menjadi produk olahan nira. Nira adalah cairan yang keluar dari tandan bunga jantan yang disadap. Buah betina pada tanaman aren tidak menghasilkan nira, tetapi dapat diolah menjadi kolang-kaling. Bagian lain dari tanaman aren yang dapat dimanfaatkan untuk kehidupan sehari-hari yaitu ijuk. Ijuk dapat dimanfaatkan untuk pembuatan sapu, sikat, tali dan jok.

### **2.1.2 Gula Aren**

Gula aren merupakan hasil olahan dari nira yang dihasilkan oleh tanaman aren melalui bagian bunga jantan yang kemudian diolah melalui proses pemasakan untuk selanjutnya dicetak. Cara pengolahan gula aren cukup sederhana dimulai dari penyadapan nira sebagai bahan baku pembuatan gula aren. Nira merupakan cairan bening yang terdapat di dalam mayang atau manggar dari tumbuhan jenis palma yang masih tertutup. Dari mayang atau manggar rata-rata dapat diperoleh 0,5–1 Liter nira per hari. Setelah bahan baku diperoleh kemudian dilakukan penyaringan selanjutnya nira dimasak dengan suhu pemanasan 110 – 120°C hingga nira mengental dan 6 berwarna kecoklatan, kemudian dicetak dan didinginkan hingga mengeras (Balai Penelitian Tanaman Palma, 2010). Gula aren banyak dimanfaatkan sebagai bahan pemanis beberapa jenis makanan dan minuman.

### **2.1.3 Karakteristik Usaha**

Karakteristik usaha menunjuk pada asal usul usaha, lama usaha, skala usaha dan sumber permodalan. Seorang wirausahaan yang memulai usaha atas inisiatifnya sendiri memiliki kemungkinan lebih berhasil dari wirausahawan yang meneruskan usaha orang tuanya. Wirausahawan yang memulai usahanya dari nol mengalami proses belajar yang mengasah kompetensinya sebagai wirausaha.

Seiring berjalannya waktu, usaha akan semakin berkembang dari usaha yang sangat kecil kemudian terus meningkat.

Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Sukirno dalam Husaini & Fadhlani, 2017). Sama halnya dengan skala usaha, semakin meningkat skala usaha maka kebutuhan modal juga semakin besar, sehingga wirausahawan menggunakan berbagai pendanaan untuk meningkatkan skala usahanya. Maka semakin besar penggunaan dana dari eksternal semakin tinggi kemampuan wirausahawan untuk mengembangkan usahanya dan meraih kesuksesan usaha (Indarto & Santoso, 2020). Modal menjadi faktor yang penting bagi setiap usaha. Jika terjadi kelebihan invest maka biaya modal akan meningkat, terutama jika pendanaan berasal dari sumber dana eksternal. Sebaliknya jika terjadi kekurangan invest juga dapat menjadi kendala terhadap kelangsungan usaha. Fleksibilitas kecukupan modal menentukan kesuksesan usaha (Indarto & Santoso, 2020).

#### **2.1.4 Karakteristik Pengrajin**

Karakteristik individu pengrajin merupakan salah satu faktor yang penting untuk diketahui dalam rangka mengetahui suatu perilaku dalam masyarakat. Selanjutnya Halim (1992) menambahkan bahwa karakteristik individu merupakan ciri-ciri yang dimiliki seseorang dengan semua aspek dengan lingkungannya. Karakteristik terbentuk oleh faktor biologis dan sosiopsikologis. Pemberdayaan masyarakat terhadap suatu objek tertentu serta karakteristik individu merupakan salah satu faktor yang penting untuk diketahui.

Halim (1992) mengidentifikasikan karakteristik individu antara lain adalah; umur, pendidikan formal, luas lahan garapan, sikap terhadap inovasi, dan tingkat pengetahuan. Selanjutnya Nelly (1988) mendefinisikan karakteristik individu sebagai hasil pembawaan dan lingkungan sosialnya sehingga menentukan pola aktivitas dalam meraih cita-citanya. Karakteristik petani menentukan pemahaman petani terhadap informasi pertanian yang terbagi dalam dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dalam hal ini, karakteristik pengrajin gula aren dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal diantaranya yaitu umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha. Sedangkan faktor eksternal

adalah jumlah pohon aren yang dimiliki dan kemampuan pemanfaatan teknologi pemasaran online.

#### **2.1.4 Konsep Biaya**

Mulyadi (2009) menyatakan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Terdapat 4 unsur pokok dalam definisi biaya tersebut antara lain: (1) biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, (2) diukur dalam satuan uang, (3) yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, dan (4) pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Biaya dapat dikelompokan menurut tujuan penggunaan biaya tersebut, setiap biaya akan memiliki tujuan tersendiri. Siregar (2013) menyatakan bahwa berdasarkan hubungannya dengan produk, biaya dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri ke produk. Contoh biaya langsung adalah biaya bahan baku.

2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung ditelusuri ke produk. Contoh biaya tidak langsung adalah sewa peralatan pabrik.

Ken Suratiyah (2015) menyatakan bahwa biaya usahatani merupakan semua pengeluaran yang digunakan dalam usahatani, dimana biaya usahatani diklasifikasikan menjadi dua, yaitu :

- a. Biaya tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Jadi besarnya biaya tetap ini tidak tergantung pada besar-kecilnya produksi yang diperoleh. Semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan sebaliknya jika volume kegiatan semakin rendah maka biaya satuan semakin tinggi.

- b. Biaya tidak tetap (*Variabel Cost*)

Biaya tidak tetap atau biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh. Semakin besar volume kegiatan,

maka semakin rendah jumlah total biaya variabel. Biaya satuan pada biaya variabel bersifat konstan karena tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan. Contohnya adalah biaya untuk sarana produksi.

Biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk menghasilkan output. Biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Dalam teori biaya terdapat biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang, biaya jangka pendek merupakan suatu periode produksi dimana salah satu faktor produksi tetap, sedangkan faktor produksi lain berubah-ubah. Sedangkan biaya jangka panjang ialah bila semua faktor produksi berubah-ubah. Oleh karena itu dalam biaya jangka pendek biaya produksi dapat diklasifikasikan kedalam biaya tetap (*Fixed Cost/FC*), Biaya Variabel (*Variable Cost/VC*), dan Biaya Total (*Total Cost/TC*). Menurut Ken Suratiyah (2015) biaya tetap (*fixed cost/fc*) adalah biaya yang jumlah totalnya tidak terpengaruh oleh volume kegiatan dalam kisaran volume tertentu, biaya variabel (*variable cost/vc*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau produksi tetapi jumlah per-unitnya tidak berubah, dan biaya total (*total cost/tc*) adalah merupakan jumlah biaya variabel dan biaya tetap dalam satu kali proses produksi.

### **2.1.5 Penerimaan**

Ken Suratiyah (2015) menyatakan bahwa, penerimaan adalah perkalian antara jumlah produksi yang dihasilkan dengan harga jual produk. Konsep penerimaan menurut Soekartawi (2009) merupakan perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Penerimaan terbagi dalam tiga jenis yaitu:

1. Total Penerimaan (*Total Revenue: TR*), yaitu total penerimaan dari hasil penjualan.
2. Penerimaan Rata-rata (*Average Total Revenue: AR*), yaitu rata-rata penerimaan dari per kesatuan produk yang dijual atau yang dihasilkan, yang diperoleh dengan cara membagi hasil total penerimaan dengan jumlah satuan barang yang dijual.

3. Penerimaan Marginal (*Marginal Revenue: MR*), yaitu penambahan penerimaan atas TR sebagai akibat penambahan satu unit output.

Jadi penerimaan pengrajin gula aren di Desa Cibalanarik diperoleh cara dengan mengalikan antara jumlah produksi gula aren yang dihasilkan dengan harga jualnya.

### **2.1.6 Pendapatan**

Ken Suratiyah (2015) pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dan biaya total. Sedangkan pendapatan menurut Soekartawi (2009) adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya eksplisit. Jadi pendapatan pengrajin gula aren di Desa Cibalanarik diperoleh dari selisih dari penerimaan yang didapatkan dari penjualan gula aren dengan total biaya produksi gula aren yang dikeluarkan. Data pendapatan ini dapat digunakan sebagai ukuran untuk melihat apakah suatu usaha menguntungkan atau merugikan untuk kemudian ditentukan apakah suatu usaha layak atau tidak diusahakan menggunakan analisis kelayakan usaha.

### **2.1.7 Kelayakan Usaha**

Upaya pengembangan usaha tidak terlepas dari aspek keuangan yang salah satunya dengan menganalisis biaya yang berujung pada usaha tersebut layak diusahakan atau tidak. Ken Suratiyah (2015) menyatakan bahwa analisis kelayakan usaha menggunakan R/C Ratio adalah perbandingan antara penerimaan dan biaya.

Pada dasarnya sebuah usaha akan dikatakan layak untuk dijalankan apabila nilai R/C Ratio yang didapatkan lebih besar daripada 1. Hal ini terjadi karena semakin tinggi nilai R/C Ratio dari sebuah usaha, maka tingkat keuntungan yang didapatkan suatu usaha juga akan semakin tinggi. R/C Ratio adalah singkatan dari *Revenue Cost Ratio* atau dikenal dengan perbandingan antara total penerimaan (R) dan total biaya (C).

Soekartawi (2006) lebih lanjut mengemukakan bahwa analisis *Revenue Cost Ratio* merupakan analisis yang melihat perbandingan antara penerimaan dan pengeluaran. Tujuannya adalah untuk mengetahui layak atau tidak usahatani itu dilaksanakan. Apabila nilai R/C Ratio = 1, berarti usaha yang dijalankan tidak untuk tidak pula rugi atau impas. Selanjutnya apabila nilai R/C Ratio < 1, menunjukkan

bahwa usaha yang dijalankan tidak layak diusahakan dan jika nilai R/C Ratio  $> 1$ , maka usaha yang dijalankan layak untuk diusahakan.

### **2.1.8 Pemasaran**

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang memegang peranan penting dalam suatu perusahaan, karena dengan pemasaran perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Untuk menghasilkan pemasaran yang baik perlu dilaksanakan perencanaan dan pelaksanaan yang matang dan baik pula. Pada umumnya masyarakat sering kali sulit membedakan antara pemasaran dengan penjualan. Penjualan merupakan salah satu dari beberapa aspek yang ada pada pemasaran. Sedangkan pemasaran muncul dari adanya kebutuhan manusia yang kemudian tumbuh menjadi keinginan. Dalam bahasa Inggris pemasaran dikenal dengan istilah marketing yang artinya adalah proses menciptakan dan memasarkan produk baik barang ataupun jasa kepada pelanggan dan masyarakat umum. Dalam penyajian maupun penekanannya, pengertian pemasaran (*marketing*) dikemukakan berbeda-beda oleh para ahli tetapi semua itu mempunyai arti yang hampir sama satu dengan yang lainnya.

Pemasaran menurut Daryanto (2011) adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapat kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Maka dari itu, pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan individu, kelompok, atau perusahaan dalam menciptakan dan mengkomunikasikan, serta menawarkan barang atau jasa kepada para konsumen, dimana kegiatan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen melalui proses pertukaran.

Philip Kotler (2008) mengemukakan konsep-konsep utama yang digunakan dalam pemasaran adalah segmentasi, targeting, positioning, kebutuhan, keinginan, permintaan, penawaran, brand, nilai dan kepuasan, pertukaran, transaksi, hubungan dan jejaring, jalur pemasaran, rantai distribusi (*supply chain*), persaingan, lingkungan pemasaran, serta program pemasaran. Pemasaran yang optimal dan memberikan hasil yang memuaskan apabila perusahaan mampu mengadakan *Marketing mix* atau bauran pemasaran dengan baik dan terpadu, direncanakan dengan baik, serta dikendalikan dengan baik pula. Bauran pemasaran adalah

kombinasi dari empat variabel inti sistem pemasaran perusahaan yaitu; produk, harga, promosi, dan distribusi (Swastha dan Sukotjo, 1995).

#### 1. Produk

Menurut Tjiptono (2008), produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar yang bersangkutan. Sedangkan menurut Philip Kotler (2008), produk adalah sesuatu yang dapat diberikan kepada seseorang guna memuaskan sesuatu keinginan atau kebutuhan atau dapat juga dikatakan sebagai kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran. Secara rinci konsep produk total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan.

#### 2. Harga dan prosedur penetapannya

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan dan pendapatan bagi industri (Tjiptono, 2008). Selain itu, dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik itu langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung yaitu harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah, dan lainnya. Faktor yang tidak langsung yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.

#### 3. Promosi

Promosi menurut Kotler (2008), merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan pelanggan agar membeli produk tersebut. Bauran promosi terdiri dari empat alat utama, yaitu pengiklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi.

#### 4. Saluran Distribusi

Menurut Tjiptono (2008), pendistribusian merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen sampai kepada konsumen sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat yang dibutuhkan). Menurut Kotler (2008) saluran distribusi dapat dilihat sebagai sekumpulan organisasi independen yang terlibat



dalam proses membuat suatu produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan hasil penelitian Rosanna Lubis tahun 2017, yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Usaha Gula Aren (Studi Kasus: Desa Ranjo Batu Kecamatan Muara Sipongi Kabupaten Mandailing Natal). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis strategi pemasaran usaha gula aren di desa Ranjo Batu kecamatan Muara Sipongi kabupaten Mandailing Natal. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, telah dilakukan usaha gula aren layak untuk dikembangkan menggunakan metode analisis kelayakan usaha dimana  $R/C > 1$  dimana ( $R/C > 1,49$ ) dan strategi pemasaran industri rumah tangga gula aren menggunakan analisis SWOT diperoleh sebagai berikut : 1. Mempertahankan dan melakukan peningkatan kualitas produk, 2. Membuat kemasan yang higienis dan lebih menarik dari produk sejenis lainnya, 3. Meningkatkan dan membuat pembukuan dengan baik dalam proses menjalankan usaha gula aren, 4. Melakukan penetapan harga dengan orientasi biaya, 5. Menambah dan memperluas pengetahuan tentang informasi pasar, 6. Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan jaringan internet, 7. Meningkatkan dan membangun kerjasama antara pemilik usaha gula aren dengan pemerintah dinas terkait.

Berdasarkan hasil penelitian Mikke R Merentek, Efendy Rasjid, Jeditjhah Papia tahun 2017, yang berjudul Analisis Kelayakan Usaha Gula Aren Cetak di Kota Tomohon. Berdasarkan hasil analisis kelayakan yang dilakukan, kegiatan proses produksi gula aren melalui tahapan persiapan, penyadapan, pemasakan, pengemasan masih tradisional. Berdasarkan analisis kelayakan Usaha gula aren di Kota Tomohon layak dijalankan karena hasil BEP volume produksi dan BEP harga produksi dengan tanpa menghitung biaya tenaga kerja atau dihitung biaya tenaga kerja lebih kecil harga dan jumlah produksi dan  $R/C > 1$ .

Arief Rahman H.,Nurtaji Wathon, Abdullah Usman (2015) meneliti Analisis Pendapatan Dan Kelayakan Usaha Agroindustri Gula Aren Di Kecamatan Lingsar. Berdasarkan analisis, (1) Rata-rata pendapatan yang diperoleh responden perajin gula aren di Kecamatan Lingsar yaitu sebesar Rp 49.841,43. Per sekali

produksi (2) Agroindustri gula aren di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat layak untuk diusahakan dengan nilai R/C Ratio 1,43 untuk sekali proses produksi. Menunjukkan bahwa  $R/C > 1$  maka usaha agroindustri gula aren ini layak untuk dikembangkan. (3) Terdapat beberapa kendala atau hambatan yang dihadapi pengusaha gula aren di Kecamatan Lingsar. Kendala Teknis yaitu (a) Pengaruh pergantian musim/cuaca; (b) Ketersediaan Bahan Baku Utama (Nira Aren); dan (c) Ketersediaan kayu bakar. Kendala ekonomis yaitu (1) Harga jual yang tidak kontinu karena ditentukan pengumpul dan (2) Terbatasnya modal yang digunakan.

Penelitian Julia Gobel, Ria Indriani, Yuriko Boekoesoe (2020), yang berjudul Sistem Pemasaran Gula Aren Di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan disimpulkan bahwa sistem pemasaran gula aren di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara terdapat 4 saluran pemasaran yaitu (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).

Terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian-penelitian diatas dengan penelitian penulis. Persamaannya yaitu dari tujuan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui tata cara produksi suatu produk dan mengetahui sistem pemasaran serta kelayakan usaha. Ada beberapa penelitian dengan metode penelitian yang sama dengan penelitian penulis yaitu metode survei dan beberapa alat analisis yang digunakan. Sedangkan perbedaan penelitian dengan penelitian-penelitian diatas yaitu tempat penelitian dan teknik pengambilan responden.

### **2.3 Pendekatan Masalah**

Gula aren yang dihasilkan oleh para pengrajin gula aren di Desa Cibalanarik, Kecamatan Tanjungjaya merupakan produk olahan hasil pertanian yang diusahakan sejak tahun 2012 oleh masyarakat Desa Cibalanarik. Namun pengrajin gula aren di Desa Cibalanarik masih melakukan usahanya dengan sederhana. Pengetahuan mengenai aspek produksi dan aspek pemasaran masih belum memadai sehingga belum adanya lembaga pemasaran yang jelas dari hasil

produksi gula aren yang mereka usahakan. Karakteristik serta teknik produksi gula aren di Desa Cibalanarik perlu diamati dan diteliti guna pengembangan usaha para pengrajin gula aren di Desa Cibalanarik.

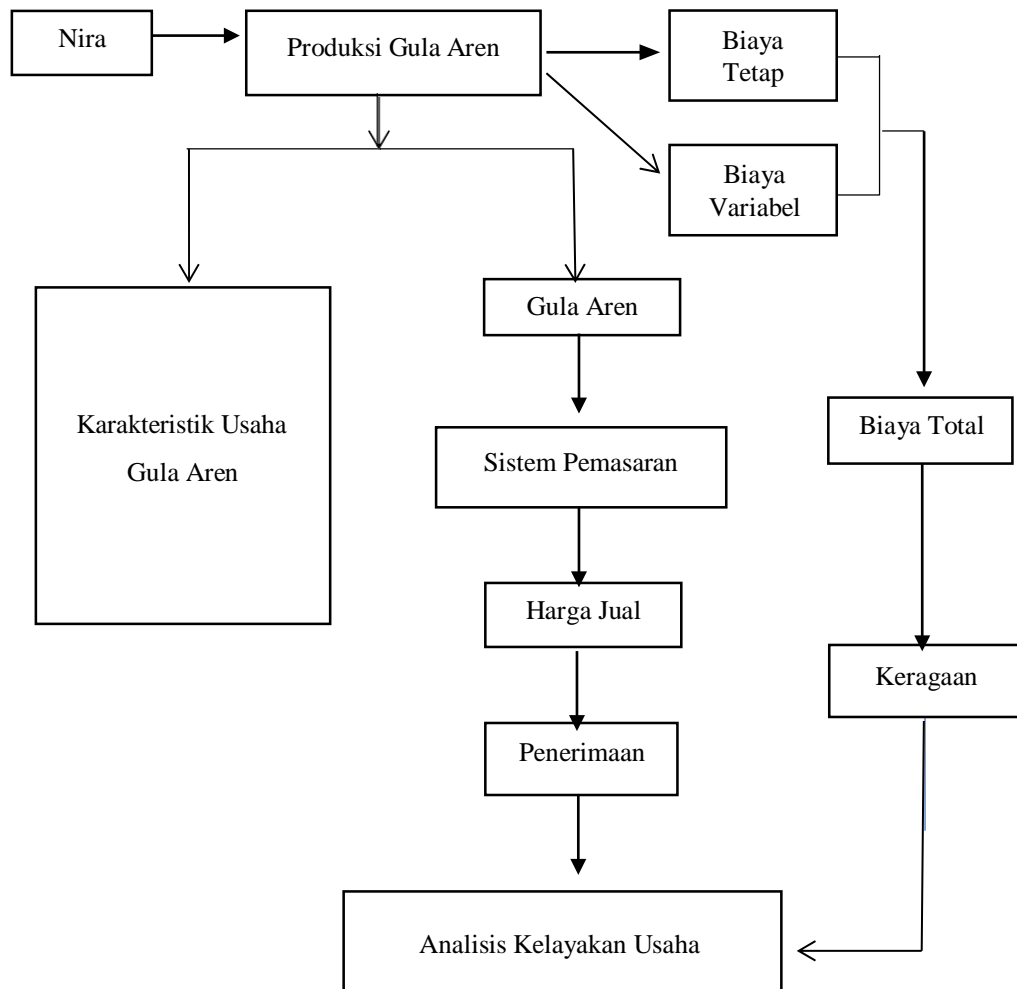
Setiap usaha yang dilakukan tentunya tidak akan terlepas dari biaya, begitu pula dengan usaha produksi gula aren di Desa Cibalanarik. Biaya menjadi salah satu unsur yang digunakan dalam menghitung pendapatan dari suatu usaha yang kemudian bisa dikatakan untung atau merugi. Ken Suratiyah (2015) menyatakan bahwa biaya adalah nilai semua yang dikorbankan dapat diperkirakan dan diukur untuk menghasilkan suatu produk, biaya dibagi menjadi dua bagian yaitu Biaya Tetap (*Fixed Cost*) dan Biaya Variabel (*Variabel Cost*). Biaya Tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi dan sifatnya tidak habis dalam satu kali proses produksi. Biaya variabel (*variabel cost*) adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi dan sifatnya habis dalam satu kali pakai. Biaya total (*total cost*) adalah penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel. Pertimbangan yang digunakan adalah karena usaha pembuatan gula aren ini jika diklasifikasikan ke dalam jenis usahanya, termasuk usaha pengolahan bahan baku nira yang melakukan kegiatan proses produksi jangka pendek, sehingga pengklasifikasian biaya yang tepat untuk digunakan adalah pengklasifikasian biaya produksi antara lain : Biaya Tetap (*Fixed Cost*), Biaya Variabel (*Variabel Cost*) dan Biaya Total (*Total Cost*).

Penerimaan yang didapatkan oleh para pengrajin gula aren diperoleh dari hasil penjualan dari output produksi yaitu gula aren. Ken Suratiyah (2015) menyatakan bahwa penerimaan adalah jumlah nilai atau hasil penjualan yang diterima dalam menjalankan usaha. Semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan semakin besar pula penerimaan yang didapatkan. Penerimaan yang didapatkan kemudian dikurangi dengan biaya total produksi yang dilakukan. Hasil dari pengurangan tersebut kemudian disebut sebagai pendapatan.

Penerimaan, pendapatan dan biaya inilah yang kemudian menjadi pertimbangan dalam menentukan kelayakan usaha para pengrajin gula aren di Desa Cibalanarik. Tentunya selain berusaha memperoleh keuntungan yang besar bagi perusahaan, kegiatan produksi juga tidak lepas dari kelayakan usaha. Ken Suratiyah (2015) menyatakan bahwa kelayakan usaha menggunakan analisis R/C adalah

perbandingan antara penerimaan dan biaya total. Apabila nilai  $R/C > 1$  berarti usaha sudah dijalankan secara layak atau menguntungkan, sedangkan apabila nilai  $R/C = 1$  berarti usaha yang dijalankan tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian, dan  $R/C < 1$  usaha tidak menguntungkan dan tidak layak.

Selanjutnya aspek pemasaran menjadi salah satu kunci keberhasilan pengembangan komoditas atau produk olahan yang menggunakan bahan baku hasil pertanian dan merupakan syarat mutlak dalam pengembangan pertanian secara umum. Hal ini juga sangat berpengaruh terhadap penjualan dari output yang dihasilkan pengrajin gula aren di Desa Cibalanarik. Perlunya kecermatan dalam menentukan sistem pemasaran yang tepat, guna memaksimalkan penjualan dari gula aren itu sendiri. Berdasarkan uraian diatas maka skema alur pendekatan masalah dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 . Bagan Pendekatan Masalah