

INTEGRASI PERSEPSI KONSUMEN DAN ANALISIS PERHITUNGAN NILAI TAMBAH DALAM PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI GULA KELAPA DI KECAMATAN TEMPULING, INDRAGIRI HILIR

Fajar Restuhadi¹, Yeni Kusumawaty², Evy Maharani³, Shorea Khaswarina⁴, Susy Edwina⁵

^{1,2,3,4,5} Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

Artikel Info	ABSTRAK
Genesis Artikel: Diterima : 18-08-2025 Direvisi : 19-08-2025 Diterbitkan : 28-10-2025	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis integrasi persepsi kualitas dan preferensi konsumen dalam strategi branding untuk meningkatkan daya saing agroindustri gula kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Penelitian ini menggunakan <i>mixed-methods</i> , menggabungkan survei kuantitatif dengan kuesioner skala Likert untuk mengukur persepsi konsumen terhadap atribut rasa, aroma, kebersihan, warna, dan kemasan, serta analisis Hayami untuk menghitung nilai tambah dan kelayakan finansial. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengrajin, pedagang, dan konsumen, menggunakan purposive sampling hingga mencapai saturasi informasi. Analisis dilakukan secara deskriptif guna mengidentifikasi faktor kualitas dan strategi <i>branding</i> yang memengaruhi daya saing agroindustri gula kelapa di Indragiri Hilir. Analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami menunjukkan bahwa industri gula kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir memiliki rasio nilai tambah sebesar 40% dan tingkat keuntungan sebesar 87%, yang mengindikasikan efisiensi dan kelayakan finansial industri berdasarkan <i>R/C ratio</i> . Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa strategi branding berbasis asal-usul daerah, keberlanjutan, dan sertifikasi organik/halal dapat meningkatkan daya saing produk gula kelapa baik di pasar lokal maupun internasional. Temuan ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pengrajin dan pemerintah dalam mengembangkan agroindustri gula kelapa untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk.
Kata Kunci : Analisis Nilai Tambah Daya Saing Agroindustri Gula Kelapa Persepsi Konsumen Strategi Branding	
	ABSTRACT
Keywords: Agroindustry Competitiveness Branding Strategy Coconut Sugar Consumer Perception Value-Added Analysis	<i>This study investigates the integration of perceived product quality and consumer preferences into branding strategies to enhance the competitiveness of the coconut sugar agroindustry in Indragiri Hilir Regency, Riau Province. Utilizing a mixed-methods approach, the research combines quantitative surveys—employing Likert-scale questionnaires to assess consumer perceptions of taste, aroma, cleanliness, color, and packaging—with qualitative insights gathered through in-depth interviews with artisans, traders, and consumers via purposive sampling. Additionally, Hayami analysis is applied to evaluate value-added and financial feasibility. Findings reveal that the coconut sugar industry in Indragiri Hilir demonstrates a value-added ratio of 40% and a</i>

profit margin of 87%, indicating strong financial viability as measured by the Revenue-Cost (R/C) ratio. Furthermore, branding strategies based on origin, sustainability, eco-friendly packaging, and certifications (organic/halal) are identified as key factors to enhance competitiveness in both local and international markets. The findings highlight the potential of the coconut sugar agroindustry to improve local economic welfare while addressing challenges in production consistency, technology adoption, and market penetration.

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

Fajar Restuhadi
Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian
Universitas Riau
Email: f.restuhadi@lecturer.unri.ac.id
Handphone: 081380690240

PENDAHULUAN

Kabupaten Indragiri Hilir (Inhil), yang terletak di Provinsi Riau, merupakan salah satu wilayah strategis dalam pengembangan agroindustri berbasis kelapa di Indonesia. Daerah ini dikenal luas sebagai “Hamparan Kelapa Dunia” karena memiliki areal perkebunan kelapa yang sangat luas dan produktif. Berdasarkan data terbaru, luas lahan kelapa dalam di Inhil mencapai ± 391.745 hektar, yang setara dengan sekitar 10,46% dari total luas tanam kelapa nasional. Produksi kelapa dalam mencapai ± 390.924 ton per tahun, sementara kelapa hibrida menyumbang ± 67.055 ton per tahun (Widodo & Rachmawati, 2022; Transmedia Riau, 2021).

Potensi sumber daya alam yang melimpah ini menjadikan Inhil sebagai salah satu pusat utama penghasil kelapa di Indonesia. Namun, pemanfaatan kelapa sebagai bahan baku industri hilir, khususnya gula kelapa, masih didominasi oleh skala usaha rumah tangga dengan teknologi sederhana. Meskipun demikian, aktivitas produksi gula kelapa tetap berlangsung secara aktif dan berkelanjutan, terutama di beberapa kecamatan seperti Tempuling dan Batang Tuaka, yang dikenal sebagai sentra pengrajin gula kelapa tradisional (Transmedia Riau, 2021). Selain itu, gula kelapa khas Tembilahan dari Inhil telah menembus pasar ekspor ke negara-negara seperti Malaysia. Pada Maret 2023, ekspor perdana produk UMKM berupa sekitar 1 ton gula kelapa dengan nilai ekspor sebesar USD 1.423 (sekitar Rp 22 juta) ke Malaysia dilaksanakan melalui PT Bekawan Agro Mandiri, yang menunjukkan kualitas dan daya saing produk gula kelapa Inhil di pasar internasional (Berita Inhil, 2023).

Kajian mengenai agroindustri gula kelapa di Indonesia pada umumnya masih didominasi oleh penelitian yang berfokus pada analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami serta aspek efisiensi produksi dan daya saing di pasar lokal. Beberapa studi menitikberatkan pada faktor kualitas produk, terutama atribut sensori seperti rasa, aroma, warna, kebersihan, dan kemasan (Marlina et al., 2020; Widodo & Rachmawati, 2022), sementara penelitian lain lebih menyoroti pentingnya strategi branding berbasis asal-usul, keberlanjutan, dan citra produk dalam meningkatkan penetrasi pasar (Dharmawan et al., 2023; Sarpong et al., 2024). Namun demikian, penelitian yang secara integratif menghubungkan persepsi kualitas konsumen, preferensi, strategi branding, dan analisis nilai tambah dalam satu kerangka analisis masih sangat terbatas, khususnya dalam konteks agroindustri gula kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir yang merupakan salah satu sentra produksi gula kelapa terbesar di Indonesia.

Keterbaharuan penelitian ini terletak pada pendekatan integratif yang menggabungkan analisis persepsi kualitas konsumen berbasis atribut sensori dengan analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami dalam konteks agroindustri gula kelapa. Penelitian ini juga memberikan kontribusi baru dengan menekankan pentingnya strategi branding berbasis asal-usul daerah, keberlanjutan, serta sertifikasi (organik/halal) sebagai faktor penentu daya saing produk baik di pasar domestik maupun internasional. Selain itu, penggunaan metode campuran (*mixed-methods*) yang mengombinasikan survei kuantitatif dan wawancara kualitatif menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara persepsi konsumen, kualitas produk, dan keuntungan ekonomi. Keunikan lain dari penelitian ini adalah fokus pada kasus empiris Kecamatan Tempuling di Kabupaten Indragiri Hilir, yang memberikan kontribusi praktis bagi pengrajin lokal, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan terkait dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas dan daya saing gula kelapa. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menawarkan kontribusi teoretis, tetapi juga implikasi aplikatif yang relevan untuk pengembangan agroindustri gula kelapa secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed-methods* dengan metode kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif melalui kuesioner mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas gula kelapa, sementara pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam menggali faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan pandangan produsen serta pedagang mengenai branding.

Obyek penelitian ini melibatkan 3 pengrajin, 5 pedagang, dan 70 konsumen gula kelapa di Kecamatan Tempuling, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau, Indonesia yang dipilih secara acak. Pengrajin gula kelapa yang menjadi fokus utama penelitian adalah mereka yang mengolah nira kelapa menjadi gula kelapa, dengan perhatian khusus pada kualitas produk dan strategi branding yang mereka terapkan. Sementara itu, pedagang dan konsumen berfungsi sebagai sumber data tambahan untuk memahami bagaimana branding dan persepsi kualitas mempengaruhi keputusan pembelian.

Dalam kajian agroindustri berbasis komoditas lokal seperti gula kelapa, pendekatan sistemik yang melibatkan seluruh pelaku rantai nilai menjadi sangat penting. Penelitian yang hanya berfokus pada aspek produksi akan kehilangan konteks

pasar dan dinamika konsumsi yang menentukan keberlanjutan industri. Oleh karena itu, keterlibatan pengrajin, pedagang, dan konsumen dalam penelitian ini merupakan langkah strategis untuk memperoleh gambaran menyeluruh tentang struktur, tantangan, dan peluang pengembangan agroindustri gula kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir.

Pengrajin merupakan aktor utama dalam proses produksi. Mereka memiliki pengetahuan lokal tentang teknik pengolahan, efisiensi biaya, dan adaptasi teknologi tradisional yang menjadi fondasi keberlangsungan industri. Menurut (Timisela et al., 2020), pelibatan pelaku hulu seperti pengrajin sangat penting dalam membentuk rantai pasok yang efisien dan berkelanjutan, terutama dalam konteks agroindustri pangan lokal. Dengan memahami kondisi kerja, akses terhadap bahan baku, dan kendala produksi yang dihadapi pengrajin, penelitian dapat merumuskan strategi peningkatan produktivitas dan nilai tambah secara lebih tepat sasaran.

Pedagang berperan sebagai penghubung antara produsen dan konsumen. Mereka menentukan saluran distribusi, margin pemasaran, dan strategi promosi produk. Dalam studi yang dilakukan (Choirunnisa & Widodo, 2022), ditemukan bahwa struktur pasar dan peran pedagang sangat memengaruhi efisiensi pemasaran serta bagian keuntungan yang diterima oleh pengrajin (*farmer's share*). Melibatkan pedagang dalam penelitian memungkinkan analisis terhadap dinamika pasar, hambatan distribusi, serta potensi ekspansi wilayah pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing produk gula kelapa.

Sementara itu, konsumen merupakan penentu akhir dalam rantai nilai agroindustri. Preferensi mereka terhadap rasa, bentuk, kemasan, dan harga produk sangat memengaruhi keberhasilan pemasaran dan inovasi produk. Pratiwi et al., (2017) menekankan pentingnya pemahaman terhadap perilaku konsumen dalam merancang strategi pengembangan agroindustri berbasis masyarakat. Dengan melibatkan konsumen, penelitian dapat mengevaluasi persepsi kualitas, loyalitas merek, dan potensi diversifikasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Secara keseluruhan, pelibatan ketiga aktor ini—pengrajin, pedagang, dan konsumen—memungkinkan penelitian untuk menghasilkan rekomendasi yang komprehensif dan aplikatif, tidak hanya dalam aspek teknis produksi, tetapi juga dalam penguatan kelembagaan, strategi pemasaran, dan pengembangan produk yang berorientasi pasar.

Lokasi penelitian ini berada di Kabupaten Indragiri Hilir, yang dikenal sebagai salah satu pusat produksi gula kelapa di Indonesia, khususnya di wilayah Kecamatan

Tempuling. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa daerah tersebut memiliki perkebunan kelapa yang luas, dengan volume produksi yang tinggi, serta pengolahan industri hilir gula kelapa yang masih aktif. Lokasi ini memberikan gambaran yang representatif mengenai kondisi agroindustri gula kelapa di daerah tersebut. yang merupakan salah satu lokasi sentra produksi gula kelapa, dipilih untuk menganalisis bagaimana tantangan dalam industri UMKM gula kelapa mempengaruhi kualitas produk dan branding.

Penelitian ini juga menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan kuesioner, serta data sekunder yang berasal dari sumber-sumber yang relevan seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan Dinas Perkebunan. Data ini akan dianalisis dengan menggunakan teknik statistik deskriptif untuk analisis kuantitatif dan analisis tematik untuk analisis kualitatif.

Data dikumpulkan menggunakan dua metode: (1) Menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi konsumen terhadap atribut sensori gula kelapa (rasa, aroma, warna, kebersihan, kemasan). (2) Wawancara Mendalam dengan pengrajin, pedagang, dan konsumen untuk memahami tantangan produksi dan pemasaran serta pengaruh branding terhadap keputusan pembelian.

Kuesioner merupakan instrumen utama dalam pendekatan kuantitatif untuk mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas gula kelapa. Kuesioner ini dirancang dengan mempertimbangkan atribut sensori gula kelapa, seperti rasa, aroma, warna, kebersihan, dan kemasan untuk melihat kombinasi atribut yang paling diprioritaskan oleh konsumen dalam membeli gula kelapa. Selain itu, kuesioner juga akan mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yang meliputi preferensi konsumen terhadap kualitas produk dan faktor branding.

Kuesioner tentang data demografis bertujuan untuk mengetahui informasi dasar dari responden, seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pendapatan bulanan, dan frekuensi pembelian gula kelapa. Kuesioner terkait Persepsi terhadap atribut sensori dilakukan terhadap responden untuk memberikan penilaian mengenai rasa, aroma, warna, kebersihan, dan kemasan gula kelapa yang mereka konsumsi. Penilaian ini akan menggunakan skala Likert, yang mengukur kepuasan responden dari "Sangat Tidak Puas" (1) hingga "Sangat Puas" (5). Sedangkan Kuesioner Keputusan Pembelian bertujuan untuk mengetahui seberapa sering responden membeli gula kelapa dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh data kualitatif terkait dengan tantangan yang dihadapi oleh pengrajin dalam produksi gula kelapa, serta strategi branding yang diterapkan oleh pengrajin, pedagang, dan persepsi pasar terhadap kualitas produk. Wawancara ini dilakukan dengan pengrajin gula kelapa, pedagang, dan konsumen di Kabupaten Indragiri Hilir. Pandangan mereka mengenai aspek-aspek seperti tantangan dalam proses produksi, pengaruh branding terhadap keputusan pembelian, serta persepsi mereka mengenai kualitas gula kelapa akan dieksplorasi secara mendalam.

Analisis Nilai Tambah dilakukan dengan pendekatan Hayami (1976), yang mengembangkan metode ini untuk menganalisis kontribusi sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi, termasuk sektor pengolahan gula kelapa di negara berkembang. Metode Hayami menghitung nilai tambah dengan menggunakan persamaan dasar nilai tambah yang menggambarkan hubungan antara output dan input dalam proses produksi. Persamaan dasar yang digunakan adalah:

$$\text{Nilai Tambah (VT)} = \text{Pendapatan Kotor (PK)} - \text{Biaya Produksi (BP)}$$

dimana:

Pendapatan Kotor (PK) adalah total pendapatan diperoleh dari penjualan produk akhir.

Biaya Produksi (BP) adalah total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi untuk menghasilkan barang atau jasa tersebut, yang mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya.

Secara lebih terinci, nilai tambah (VT) per unit dapat dihitung sebagai berikut:

$$VT_{\text{per unit}} = P_{\text{akhir}} - P_{\text{input}}$$

dimana:

P_{akhir} adalah harga jual produk akhir (gula kelapa),

P_{input} adalah biaya bahan baku dan biaya yang dikeluarkan untuk memproses bahan baku menjadi produk akhir.

Dalam proses produksi gula kelapa, misalnya, pendapatan kotor dihasilkan dari penjualan gula kelapa, sedangkan biaya produksi meliputi biaya bahan baku (nira

kelapa), biaya tenaga kerja, dan biaya operasional pabrik pengolahan gula kelapa. Tahapan dalam Analisis Nilai Tambah Metode Hayami adalah sebagai berikut:

Penghitungan Pendapatan Kotor: Pendapatan kotor dihitung berdasarkan harga jual produk akhir (gula kelapa).

Penghitungan Biaya Produksi: Biaya produksi mencakup biaya bahan baku (nira kelapa), tenaga kerja, dan biaya operasional. Misalnya, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya

Perhitungan Nilai Tambah: dihitung dengan mengurangi biaya produksi dari pendapatan kotor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau, yang dikenal sebagai salah satu pusat produksi gula kelapa terbesar di Indonesia. Kecamatan Tempuling dan Desa Karya Tunas Jaya memiliki perkebunan kelapa luas dengan volume produksi gula kelapa yang tinggi, meskipun menghadapi tantangan terkait teknologi pengolahan, penurunan produksi nira, dan berkurangnya luas lahan penyadapan (Badan Pusat Statistik Riau, 2018). Penelitian ini memberikan gambaran terkait dinamika agroindustri gula kelapa di wilayah dengan produksi kelapa yang lebih intensif serta tantangan di wilayah dengan produksi kelapa lebih rendah. Tabel 1 menunjukkan data demografi dari Kecamatan Tempuling. Data ini menggambarkan distribusi penduduk berdasarkan gender, yang berpengaruh pada penyediaan tenaga kerja untuk sektor pertanian dan pengolahan gula kelapa.

Tabel 1. Demografi Kecamatan Tempuling

Desa/Kelurahan	Laki-laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	Jumlah Penduduk (Jiwa)
Teluk Jira	1,468	1,478	2,946
Mumpa	1,701	1,613	3,314
Teluk Kiambang	1,741	1,657	3,398
Karya Tunas Jaya	1,607	1,421	3,028
Harapan Jaya	1,021	908	1,929
Tempuling	2,286	2,179	4,465

Sumber: Proyeksi Penduduk, BPS Kabupaten Indragiri Hilir.

Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kualitas Gula Kelapa

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara mendalam, konsumen di Kabupaten Indragiri Hilir menilai beberapa faktor utama dalam menentukan kualitas gula kelapa, seperti rasa, aroma, kebersihan, warna, dan kemasan. Setiap faktor ini memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen.

Konsumen lebih menyukai gula kelapa dengan rasa manis alami dan sedikit *aftertaste* yang lembut. Penelitian oleh Kusumawaty et al., (2008) menunjukkan bahwa rasa adalah faktor utama yang menentukan pilihan konsumen. Rasa manis alami ini dianggap sebagai indikator kualitas tinggi dari gula kelapa, karena rasa merupakan atribut sensoris utama yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk pangan, dalam hal ini gula kelapa. Dalam konteks gula kelapa, rasa manis alami yang berasal dari nira kelapa segar tanpa tambahan pemanis sintetis dianggap sebagai ciri khas dan keunggulan produk tradisional. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa rasa adalah faktor dominan dalam menentukan preferensi konsumen terhadap gula kelapa, mengungguli atribut lain seperti warna, aroma, dan tekstur.

Rasa manis alami ini tidak hanya mencerminkan keaslian bahan baku, tetapi juga menjadi indikator bahwa proses produksi dilakukan secara higienis dan tanpa degradasi senyawa gula akibat fermentasi atau kontaminasi mikroba. Menurut Naufalin et al., (2013), kualitas rasa gula kelapa sangat dipengaruhi oleh kesegaran nira dan teknik pengolahan yang tepat. Gula kelapa yang dihasilkan dari nira segar cenderung memiliki rasa manis yang bersih, lembut, dan tidak pahit, yang secara sensoris dinilai lebih tinggi oleh panel uji hedonik.

Lebih lanjut, studi oleh Sitoresmi et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan bahan pengawet alami dan kontrol terhadap proses fermentasi nira berpengaruh signifikan terhadap karakteristik rasa, aroma, dan tingkat kesukaan konsumen terhadap gula kelapa cair. Produk dengan rasa manis alami dan *aftertaste* yang lembut memperoleh skor preferensi tertinggi dalam uji sensoris, yang mengindikasikan bahwa rasa manis alami memang menjadi penentu kualitas premium dalam persepsi konsumen. Dengan demikian, rasa manis alami bukan hanya preferensi subjektif, tetapi juga merupakan indikator objektif dari kualitas tinggi berdasarkan parameter sensoris, komposisi kimia, dan standar mutu pangan.

Selanjutnya, aroma yang dihasilkan selama pemasakan nira kelapa juga sangat memengaruhi penilaian konsumen. Gula kelapa dengan aroma karamel alami

dianggap lebih berkualitas. Sejalan dengan pendapat Sarpong et al. (2024) disimpulkan bahwa 68% konsumen memilih gula kelapa berdasarkan aroma.

Warna coklat kemerahan menunjukkan kualitas gula kelapa yang lebih baik dan alami. Warna yang terlalu gelap atau pudar dianggap sebagai indikator kualitas rendah. Hal ini juga dibuktikan dalam studi oleh Widodo dan Rachmawati (2022), yang mengungkapkan bahwa konsumen lebih memilih warna yang lebih terang dan konsisten.

Produk gula kelapa yang diproses secara higienis, baik dalam tahap pengolahan maupun kemasan, cenderung lebih dipercaya oleh konsumen. Berdasarkan penelitian Sarpong et al. (2024), sebanyak 82% konsumen menyatakan bahwa aspek kebersihan sangat memengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk.

Kemasan yang menarik dan ramah lingkungan dapat meningkatkan persepsi kualitas gula kelapa. Penelitian oleh (Mardiyah et al., 2022) menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih produk dengan kemasan yang informatif dan ramah lingkungan.

Tabel 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kualitas Gula Kelapa

Faktor	Pengaruh pada Persepsi Kualitas
Rasa	Manis alami, aftertaste lembut
Aroma	Aroma karamel alami, bebas bahan kimia
Warna	Coklat kemerahan menunjukkan kualitas tinggi
Kebersihan	Menjamin produk bebas dari kontaminasi
Kemasan	Menyampaikan kesan higienis dan ramah lingkungan

Sumber: Kusumawaty et al., (2008); Sarpong et al., (2024); Widodo & Rachmawati (2022)

Analisis Nilai Tambah Agroindustri Gula Kelapa

Analisis nilai tambah bertujuan untuk mengukur kontribusi suatu sektor terhadap perekonomian. Metode Hayami digunakan untuk menghitung nilai tambah dalam produksi gula kelapa dengan menghitung selisih antara pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk dan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi gula kelapa.

Pada Tabel 3 disajikan analisis nilai tambah Hayami dari lokasi pengamatan pengolahan gula kelapa di Kecamatan Tempuling, Indragiri Hilir.

Tabel 3. Analisis Nilai Tambah Pengolahan Gula Kelapa di Kecamatan Tempuling

Variabel	Nilai	Penjelasan Perolehan Angka
Output (Kg)	411,42	Output ini mengacu pada jumlah produk yang dihasilkan, dihitung berdasarkan produksi bulanan yang tercatat.
Input (L)	1.558,06	Input ini merupakan jumlah bahan baku dalam liter yang digunakan dalam proses produksi. Dihitung berdasarkan volume bahan baku yang digunakan dalam produksi.
Tenaga Kerja (HOK)	22,65	Tenaga kerja dihitung berdasarkan jumlah jam kerja (HOK) yang digunakan untuk menghasilkan output tersebut.
Faktor Konversi (Output/Input)	0,26	Faktor konversi = Output / Input = 411,42 Kg / 1.558,06 L = 0,26 (menggambarkan efisiensi bahan baku yang digunakan).
Koefisien Tenaga Kerja (HOK/L)	0,015	Koefisien tenaga kerja = Tenaga Kerja / Input = 22,65 HOK / 1.558,06 L = 0,015 (menunjukkan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan per liter input).
Harga Output (Rp)	10.548	Harga output dihitung berdasarkan harga jual per kilogram produk (Rp 10.548 per Kg).
Upah Tenaga Kerja (Rp/Jam)	10.000	Upah tenaga kerja dihitung berdasarkan upah per jam yang dibayarkan kepada pekerja, yaitu Rp 10.000 per jam.
Harga Bahan Baku (Rp/L)	1.550	Harga bahan baku per liter dihitung berdasarkan harga pembelian bahan baku (Rp 1.550 per liter).
Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	134,74	Sumbangan input lain dihitung berdasarkan biaya bahan tambahan dan input lain yang digunakan dalam proses produksi per kilogram.
Nilai Output (Rp/Kg)	2.785	Nilai output dihitung berdasarkan faktor konversi dan harga output: Faktor Konversi (0,26) x Harga Output (Rp 10.548) = Rp 2.785 per kg.
Nilai Tambah (Rp/Kg)	1.101	Nilai tambah dihitung dengan rumus: Nilai Output (Rp 2.785) - Harga Bahan Baku (Rp 1.550) - Sumbangan Input Lain (Rp 134,74).
Rasio Nilai Tambah (%)	40%	Rasio nilai tambah dihitung dengan rumus: (Nilai Tambah / Nilai Output) x 100% = (Rp 1.101 / Rp 2.785) x 100% = 40%.
Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	145	Pendapatan tenaga kerja per kg dihitung dengan rumus: Koefisien Tenaga Kerja (0,015) x Upah Tenaga Kerja (Rp 10.000).
Pangsa Tenaga Kerja (%)	13%	Pangsa tenaga kerja dihitung dengan rumus: (Pendapatan Tenaga Kerja / Nilai Tambah) x 100% = (Rp 145 / Rp 1.101) x 100% = 13%.
Keuntungan (Rp/Kg)	955	Keuntungan per kg dihitung dengan rumus: Nilai Tambah - Pendapatan Tenaga Kerja = Rp 1.101 - Rp 145 = Rp 955.
Tingkat Keuntungan (%)	87%	Tingkat keuntungan dihitung dengan rumus: (Keuntungan / Nilai Tambah) x 100% = (Rp 955 / Rp 1.101) x 100% = 87%.
Marjin (Rp/Kg)	1.235	Marjin dihitung dengan rumus: Nilai Output - Harga Bahan Baku = Rp 2.785 - Rp 1.550 = Rp 1.235.

Variabel	Nilai	Penjelasan Perolehan Angka
Pendapatan Tenaga Kerja (%)	12%	Pendapatan tenaga kerja dihitung sebagai persentase dari marjin dengan rumus: (Pendapatan Tenaga Kerja / Marjin) x 100% = (Rp 145 / Rp 1.235) x 100% = 12%.
Sumbangan Input Lain (%)	11%	Sumbangan input lain dihitung sebagai persentase dari marjin dengan rumus: (Sumbangan Input Lain / Marjin) x 100% = (Rp 134,74 / Rp 1.235) x 100% = 11%.
Keuntungan Pengusaha (%)	77%	Keuntungan pengusaha dihitung sebagai persentase dari marjin dengan rumus: (Keuntungan / Marjin) x 100% = (Rp 955 / Rp 1.235) x 100% = 77%.

Faktor konversi dalam analisis nilai tambah agroindustri gula kelapa memainkan peranan penting dalam menggambarkan efisiensi proses produksi. Nilai faktor konversi sebesar 0,26 menunjukkan bahwa setiap liter bahan baku yang digunakan dalam produksi gula kelapa menghasilkan 0,26 kg produk jadi. Angka ini menggambarkan seberapa efisien agroindustri ini dalam mengolah bahan baku menjadi produk akhir yang siap dipasarkan. Semakin tinggi faktor konversi, semakin efisien proses produksi dalam mengubah bahan baku menjadi produk dengan nilai tambah. Oleh karena itu, angka 0,26 menandakan adanya tingkat efisiensi yang cukup baik, meskipun terdapat ruang untuk perbaikan dalam hal peningkatan hasil produksi dari setiap liter bahan baku yang digunakan.

Selanjutnya, untuk mengukur seberapa besar nilai yang ditambahkan oleh agroindustri dalam proses produksinya, dihitunglah nilai tambah, yang mencapai Rp 1.101 per kg produk. Nilai tambah ini menunjukkan perbedaan antara harga jual produk jadi dan biaya bahan baku serta input lainnya yang digunakan dalam proses produksi. Dengan kata lain, nilai tambah adalah ukuran dari keberhasilan sektor ini dalam menciptakan nilai melalui proses pengolahan, selain hanya mengandalkan bahan baku. Nilai tambah yang cukup besar ini mencerminkan bahwa agroindustri gula kelapa mampu menghasilkan produk dengan kualitas tinggi yang memiliki daya saing di pasar, setelah mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan untuk bahan baku dan input lainnya.

Mengacu pada nilai tambah tersebut, rasio nilai tambah yang tercatat sebesar 40% menggambarkan efisiensi industri dalam mengkonversi bahan baku menjadi produk yang lebih bernilai. Rasio ini menunjukkan bahwa sekitar 40% dari harga output produk merupakan nilai yang dihasilkan oleh agroindustri dalam proses produksinya. Rasio ini cukup tinggi dan menunjukkan bahwa industri gula kelapa ini dapat menciptakan nilai yang signifikan dari bahan baku yang digunakan. Sebuah rasio yang

tinggi menandakan adanya manajemen produksi yang efisien, di mana biaya produksi dapat diminimalkan dan nilai yang dihasilkan melalui proses pengolahan dapat dimaksimalkan. Dalam konteks ini, rasio nilai tambah ini menjadi indikator kunci dari keberhasilan dan daya saing industri ini di pasar.

Keuntungan yang diperoleh pengusaha dari usaha agroindustri ini mencapai 77% dari marjin yang dihasilkan. Angka ini menggambarkan bahwa sebagian besar nilai yang tercipta dalam proses produksi jatuh pada pemilik usaha, sementara bagian untuk tenaga kerja dan input lainnya relatif kecil. Keuntungan yang tinggi ini menunjukkan bahwa sektor ini memiliki potensi profitabilitas yang besar bagi pengusaha. Meskipun tenaga kerja dan input lain turut berperan dalam proses produksi, keuntungan yang diperoleh pengusaha lebih dominan, yang mengindikasikan bahwa industri ini beroperasi dengan margin keuntungan yang sehat. Hal ini tentu saja menjadi indikator yang menarik bagi pemilik usaha untuk terus mengembangkan agroindustri ini, sekaligus menjaga keseimbangan antara upah tenaga kerja dan distribusi keuntungan yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil analisis lapangan di Kecamatan Tempuling, diperoleh gambaran mengenai distribusi nilai tambah dalam agroindustri gula kelapa. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa tenaga kerja memperoleh pendapatan sebesar Rp145 per kilogram produk, yang dihitung berdasarkan koefisien tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi. Sementara itu, setelah dikurangi biaya tenaga kerja, pengusaha memperoleh keuntungan sebesar Rp956 per kilogram. Nilai ini merefleksikan margin keuntungan yang relatif tinggi, yakni mencapai 77% dari total nilai tambah yang dihasilkan.

Tabel 4. Kontribusi tenaga kerja dan keuntungan pengusaha dalam proses pengolahan gula kelapa di Tempuling

Variabel	Nilai (Rp/kg)
Pendapatan Tenaga Kerja	145
Keuntungan Pengusaha	956
Margin Keuntungan (%)	77%

Sumber: Data pengolahan gula kelapa Kecamatan Tempuling

Temuan ini mengindikasikan bahwa agroindustri gula kelapa di Kecamatan Tempuling memiliki prospek pengembangan yang menjanjikan. Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan nira kelapa menjadi gula kelapa tercatat sebesar 40%, menunjukkan bahwa proses produksi mampu meningkatkan nilai ekonomi bahan baku

secara signifikan. Tingginya margin keuntungan (77%) menjadi bukti bahwa efisiensi produksi telah tercapai, sehingga usaha ini tidak hanya memberikan keuntungan bagi pengusaha, tetapi juga berpotensi meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja dan masyarakat sekitar.

Selain itu, analisis kelayakan usaha (Tabel 5) yang ditunjukkan oleh nilai *Revenue Cost Ratio* R/C sebesar 1,37 semakin memperkuat argumen bahwa industri ini layak untuk dikembangkan. Nilai R/C yang lebih besar dari satu menandakan bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan mampu menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,37, sehingga kegiatan usaha ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga memiliki keberlanjutan dalam jangka panjang.

Tabel 5. Komposisi Penerimaan, Keuntungan, dan Efisiensi Usaha

No	Uraian	Unit	Jumlah
1	Produksi	Kg	435,60
2	Harga Jual	Rp	11.345,35
3	Penerimaan R	Rp	4.942.034,46
4	Biaya Produksi C	Rp	3.605.002,39
5	Keuntungan B (3-4)	Rp	1.331.617,61
6	Pendapatan Kerja Keluarga	Rp	2.842.025,45
7	Efisiensi R/C (3/4)	Rp	1,37

Secara keseluruhan, temuan-temuan ini menunjukkan bahwa agroindustri gula kelapa ini memiliki efisiensi yang baik dalam mengolah bahan baku menjadi produk bernilai tambah. Dengan nilai tambah yang signifikan, rasio nilai tambah yang tinggi, serta keuntungan yang besar bagi pengusaha, industri ini berada dalam posisi yang kuat untuk bersaing di pasar. Namun, meskipun demikian, upaya untuk meningkatkan efisiensi penggunaan tenaga kerja dan input lainnya dapat lebih diperhatikan untuk lebih meningkatkan rasio nilai tambah dan kesejahteraan tenaga kerja, sehingga menciptakan sistem produksi yang lebih berkelanjutan dan inklusif.

Strategi Branding yang Efektif untuk Gula Kelapa

Berdasarkan analisis faktor-faktor kualitas dan elemen branding, beberapa rekomendasi strategi branding untuk meningkatkan daya saing produk gula kelapa di pasar lokal dan internasional dapat diidentifikasi. Di antaranya adalah:

1. **Branding Berbasis Asal-Usul dan Keberlanjutan:** Membangun narasi yang menonjolkan asal-usul produk dari Kabupaten Indragiri Hilir, serta proses

produksi yang tradisional dan ramah lingkungan, untuk menarik konsumen yang peduli dengan keberlanjutan.

2. **Penggunaan Kemasan Ramah Lingkungan:** Menggunakan kemasan yang ramah lingkungan dan menarik dapat meningkatkan persepsi kualitas gula kelapa dan menarik perhatian konsumen yang semakin sadar akan isu lingkungan.
3. **Sertifikasi Organik atau Halal:** Mendapatkan sertifikasi yang diakui, seperti organik atau halal, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk dan memperluas akses pasar internasional.

Tabel 7. Strategi Branding untuk Meningkatkan Daya Saing Gula Kelapa

Strategi Branding	Tujuan
Branding Berbasis Asal-Usul dan Keberlanjutan	Meningkatkan citra dan kepercayaan konsumen
Penggunaan Kemasan Ramah Lingkungan	Menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan
Sertifikasi Organik/ Halal	Memberikan jaminan kualitas dan kepercayaan pada konsumen
Peningkatan Kesadaran Merek via Media Sosial	Meningkatkan interaksi dengan konsumen dan memperluas pasar

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai integrasi persepsi kualitas dan preferensi konsumen dengan analisis nilai tambah agroindustri gula kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk gula kelapa sangat dipengaruhi oleh atribut sensori yang mencakup rasa, aroma, warna, kebersihan, dan kemasan. Konsumen secara konsisten menunjukkan preferensi terhadap gula kelapa yang memiliki rasa manis alami dan aroma karamel yang khas, yang dianggap sebagai indikator utama kualitas tinggi. Selain itu, aspek kebersihan dalam proses produksi serta penggunaan kemasan yang higienis dan ramah lingkungan terbukti meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk.

Dari sisi ekonomi, hasil analisis menggunakan metode Hayami menunjukkan bahwa agroindustri gula kelapa memberikan nilai tambah sebesar Rp 1.101 per kilogram dengan rasio nilai tambah mencapai 40%. Tingkat keuntungan usaha sebesar

87% dan margin keuntungan pengusaha sebesar 77% mencerminkan efisiensi usaha yang tinggi. Nilai Revenue Cost Ratio (R/C) sebesar 1,37 semakin memperkuat argumen bahwa usaha pengolahan gula kelapa di Kecamatan Tempuling layak dikembangkan secara finansial dan memiliki prospek keberlanjutan dalam jangka panjang.

Di sisi pemasaran, strategi branding terbukti memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing produk. Branding yang menonjolkan asal-usul produk, keberlanjutan proses produksi, serta penggunaan kemasan ramah lingkungan dan sertifikasi seperti organik atau halal menjadi elemen kunci dalam membangun citra positif di mata konsumen. Peningkatan digital branding melalui media sosial juga membuka peluang ekspansi pasar, baik di tingkat lokal maupun internasional.

Namun demikian, terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi oleh para produsen, antara lain inkonsistensi kualitas produk, keterbatasan teknologi pengolahan, dan belum optimalnya strategi pemasaran. Kendala-kendala ini berdampak pada terbatasnya penetrasi pasar internasional dan rendahnya daya saing produk di tingkat global. Oleh karena itu, diperlukan intervensi strategis yang mencakup peningkatan kapasitas produksi, penguatan kelembagaan, dan pengembangan sistem pemasaran yang lebih terarah untuk mendukung pertumbuhan agroindustri gula kelapa secara berkelanjutan di Kabupaten Indragiri Hilir.

Berdasarkan temuan penelitian mengenai integrasi persepsi kualitas dan preferensi konsumen dengan analisis nilai tambah agroindustri gula kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir, sejumlah rekomendasi strategis dapat diajukan untuk mendorong pengembangan industri ini secara berkelanjutan. Bagi para produsen dan pengrajin, peningkatan konsistensi kualitas produk menjadi prioritas utama. Hal ini dapat dicapai melalui penerapan standar kebersihan yang ketat, proses produksi yang higienis, serta penggunaan kemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga ramah lingkungan. Upaya penguatan branding berbasis asal-usul daerah dan narasi produk yang autentik juga perlu dioptimalkan, karena terbukti mampu meningkatkan daya tarik di pasar internasional. Di samping itu, pengrajin disarankan untuk mengupayakan sertifikasi produk seperti organik, halal, atau indikasi geografis guna memperkuat kredibilitas dan memperluas akses pasar.

Pemerintah daerah dan lembaga terkait diharapkan memberikan dukungan melalui pelatihan teknologi pengolahan dan manajemen mutu, fasilitasi akses permodalan dan peralatan modern bagi pengrajin kecil, serta promosi produk melalui pameran, ekspor, dan platform digital berbasis lokal. Untuk penelitian selanjutnya,

perlu dilakukan kajian lebih mendalam mengenai preferensi konsumen internasional, analisis aspek keberlanjutan lingkungan dan sosial, serta pengembangan model bisnis inklusif yang mampu meningkatkan kesejahteraan pengrajin secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Riau. (2018). Produksi dan luas lahan perkebunan kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir. In *Badan Pusat Statistik*.
- Berita Inhil. (2023). BC Tembilahan launching perdana ekspor produk gula kelapa Inhil Ke pasar Internasional. In *Berita Inhil*.
- Choirunnisa, N. R., & Widodo. (2022). *Analisis Pemasaran Gula Jawa di Desa Hargotirto Kecamatan Kokap Kabupaten Kulon Progo*. 107–113.
- Dharmawan, B., Suyono, Sutanto, A., Wijayanti, I. K., & Putri, D. D. (2023). Healthy organic coconut sugar powder business's development strategy: A case study at the Nira Perwira Cooperative, Purbalingga District, Central Java, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1131(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1131/1/012008>
- Hayami, Y. (1976). *Agricultural Development: An International Perspective*. Johns Hopkins University Press.
- Kusumawaty, N., Sari, R. P., & Hidayat, T. (2008). Preferensi konsumen terhadap atribut gula kelapa di pasar tradisional. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 3(2), 101–108.
- Mardiyah, S., Vivi Anggraeni, S., Muzdalifah, L., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2022). The Role of Green Products and Green Packaging in Purchase Decisions. *GREENOMIKA*, 2022(2), 116–127. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2022>
- Marlina, T., Gunawan, B., & Pratama, H. (2020). Pengaruh penggunaan bahan pengawet terhadap persepsi kualitas gula kelapa. *Jurnal Teknologi Pangan*, 12(1), 51–60.
- Naufalin, R., Yanto, T., & Sulistyaningrum, A. (2013). Pengaruh Jenis dan Konsentrasi Pengawet Alami Terhadap Mutu Gula Kelapa. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 14(3), 165–174.
- Pratiwi, R., Harianto, H., & Daryanto, H. (2017). Strategi pengembangan agroindustri kelapa berbasis masyarakat. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 5(1), 45–56.
- Sarpong, D., Susanti, E., & Sari, R. (2024). *Tren produksi gula kelapa coklat: Tinjauan terhadap kesehatan dan prospek industri di masa depan*.
- Sitoresmi, I., Purbowati, M., Wijonarko, G., & Maksum, A. (2024). Evaluasi karakteristik gula kelapa cair dengan variasi penggunaan laru dan penambahan ekstrak rosela. *Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 18(3), 667–677. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v18i3.15168>
- Timisela, N. R., Masyahuri, D. H., & Hartono, S. (2020). Manajemen rantai pasok dan kinerja agroindustri pangan lokal sagu di Provinsi Maluku. *Agritech*, 40(1), 1–10.

Transmedia Riau. (2021). Tembus pasar ekonomi internasional, inilah gula kelapa tradisional dari Inhil yang memiliki kualitas tanpa kompromi. In *Transmedia Riau*.

Widodo, A., & Rachmawati, D. (2022). Pengaruh proses produksi terhadap mutu dan daya simpan gula kelapa. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 23(1), 33–42.