

# **ANALISIS SALURAN PEMASARAN CAP TIKUS DI DESA WIAU KECAMATAN PUSOMAEN KABUPATEN MINAHASA TENGGARA**

**Elvira S. A. Gonta** (20520001)

**Gratia N. Lengkong, S.P., M.Si** (0909118101)

**Claudya P. Watulingas S.P., MSi** (0929028804)

*Program Studi Agribisnis Universitas Prisma Manado*

## **Abstrak**

Cap tikus merupakan pendapatan utama dari masyarakat petani di Desa Wiau Tujuan utama penelitian ini untuk mengetahui saluran pemasaran cap tikus yang ada di Desa Wiau. Penelitian ini sudah dilaksanakan sejak bulan September 2023.

Desain penelitian ini menggunakan metode Penelitian Kualitatif yaitu untuk mendapatkan data sesuai dengan yang sebenarnya dengan wawancara langsung dengan petani, dan mendeskripsikan bagaimana saluran pemasaran petani Cap Tikus yang ada di Desa Wiau Kecamatan Pusomaen Kabupaten Minahasa Tenggara dari hasil analisis yang diperoleh terdapat dua saluran pemasaran petani cap tikus yang ada di Desa wiau yaitu produsen – konsumen dan produsen – pengecer – pedagang besar – konsumen. Data Yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer diperoleh langsung dari responden yang terkait dengan penelitian, baik melalui wawancara langsung, maupun observasi yaitu keseluruhan petani Cap Tikus yang ada di Desa Wiau Kecamatan Pusomaen Kabupaten Minahasa Tenggara dan Data sekunder yang diperoleh adalah dari Internet, literatur-literatur maupun dari Instansi-instansi pemerintahan yang terkait.

Metode analisis data Untuk mengetahui saluran pemasaran pada pemasaran Cap Tikus dari petani sampai konsumen akhir melalui wawancara langsung kepada petani cap tikus yang ada di Desa Wiau dan data harga yang digunakan adalah harga di tingkat petani dan harga di tingkat lembaga pemasaran.

**Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Cap Tikus**

## **Abstract**

*Cap tikus is the main income of Wiau's farmers. The main objective of this research is to determine the marketing channels of cap tikus in Wiau Village. This research has been carried out since September 2023.*

*This research design uses a qualitative research method, namely to obtain actual data by direct interviews with farmers, and to describe the marketing channels of Cap Tikus farmers in Wiau Village, Pusomaen District, Southeast Minahasa Regency from the results. The analysis obtained shows that there are two marketing channels for cap tikus farmers in Wiau Village, namely producers - consumers and producers - retailers - wholesalers - consumers. Data taken in this research is primary data obtained directly from respondents related to the research, either through direct interviews or observations, namely all Cap Tikus farmers in Wiau Village, Pusomaen District, Southeast Minahasa Regency and secondary data obtained was from the Internet, literature and from related government agencies. Data analysis method: To determine the marketing channels for Cap Tikus marketing from farmers to final consumers through direct interviews with cap tikus farmers in Wiau Village and the price data used is prices at the farmer level and prices at the marketing institution level.*

*Data analysis method: To determine the marketing channels for Cap Tikus marketing from farmers to final consumers through direct interviews with cap tikus farmers in Wiau Village and the price data used is prices at the farmer level and prices at the marketing institution level.*

**Keywords: Marketing Channels, Cap Tikus**

## I. Pendahuluan

Indonesia memang tidak terkenal dengan pohon enau, tapi produk yang dihasilkan dari enau sudah dinikmati oleh dunia asing dan sudah diekspor, diantaranya produk cap tikus yang merupakan hasil olahan dari pohon enau.

Pohon enau ini merupakan salah satu peluang usaha tanaman potensial yang dimanfaatkan oleh Masyarakat Sulawesi Utara, dimana di Minahasa lebih dikenal dengan nama “Pohon Seho”. Pohon yang tumbuh liar ini umumnya terdapat di daerah pegunungan dengan populasi mencapai 2 (dua) juta pohon dan telah lama dimanfaatkan oleh Masyarakat Sulawesi Utara, khususnya Minahasa sebagai sumber mata pencaharian melalui produksi minuman *saguer* dan cap tikus (alcohol kadar tinggi).

Cap tikus ini sejenis tuak dan sudah merupakan kegiatan industri kecil yang telah berlangsung lama secara turun temurun selama berabad-abad. Hal ini menjadikan usaha cap tikus sebagai peluang bagi ketersediaan tenaga kerja terampil serta memberi peluang bagi pengembangan industri kecil yang merupakan sentuhan teknologi terapan (tepat guna) dimana mampu

meningkatkan produktivitas dan pendapatan masyarakat.

Cap tikus memiliki sejumlah manfaat apabila di konsumsi sesuai takaran (tidak berlebihan) namun Cap tikus akan berbahaya bagi kesehatan dan menimbulkan kejahatan apabila dikonsumsi secara berlebihan, karena akan menyebabkan mabuk (ejournal.unsrat.ac.id Journal “*Acta Diurna*” Volume III. No.4. Tahun 2014)

Jadi Cap tikus merupakan pendapatan utama dari masyarakat petani di Desa Wiau. Dengan memanfaatkan pohon aren yang ada masyarakat di Desa Wiau dari turun temurun mewarisi pekerjaan mereka tersebut kepada anak cucu mereka melalui pengolahan pohon aren sebagai bahan utama pembuatan cap tikus dan pembuatan gula aren atau biasa disebut gula batu (gula merah).

Tetapi karena adanya keterbatasan pemasaran Cap tikus dan produksi Cap tikus di Manado dan larangan peredarannya, sangat sulit untuk mengakses cap tikus sampai ke kota hanya pada hari – hari tertentu misalnya hari Minggu lebih efektif, secara Cap tikus merupakan mata pencaharian petani di berbagai daerah di Sulawesi Utara khususnya Desa Wiau

yang dimana Cap tikus merupakan sumber mata pencaharian utama bagi mereka jika tidak memproduksi Cap tikus dari mana lagi mereka bisa menanggung kebutuhan sehari-hari keluarga.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana saluran pemasaran Cap tikus di Desa Wiau Sehingga yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran Cap tikus yang ada di Desa Wiau.

## **II. Hasil Pembahasan**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu untuk mendapatkan data sesuai dengan yang sebenarnya dengan kuesioner dan wawancara langsung dengan petani dan mendeskripsikan bagaimana saluran pemasaran petani Cap Tikus yang ada di Desa Wiau Kecamatan Pusomaen Kabupaten Minahasa Tenggara.

Objek penelitian adalah seluruh petani cap tikus di Desa Wiau, dan data dalam penelitian ini merupakan data primer yang didapat langsung dari responden.

Adapun metode analisis data yaitu dengan analisis deskriptif.

Sekilas tentang Desa Wiau. Desa Wiau merupakan salah satu desa yang berada

di Kecamatan Pusomaen Kabupaten Minahasa Tenggara, Provinsi Sulawesi Utara. di Desa Wiau terkenal dengan Cap tikus yang berkadar tinggi dan rasanya yang sangat khas. jadi pemanfaatan pohon aren di Desa Wiau digunakan untuk pembuatan Cap Tikus yang telah menjadi mata pencaharian sebagian kecil dari masyarakat di Desa Wiau. Desa Wiau adalah desa yang paling terkecil di Minahasa Tenggara, terkadang masyarakat luar tidak pernah mendengar tentang kampung ini. Luas Wilayah desa Wiau adalah 753,14 km<sup>2</sup>.

Desa Wiau berbatasan langsung sebelah utara dengan Desa Wongkay, sebelah timur dengan Desa Palamba, Sebelah Selatan dengan Desa Bentenan dan Sebelah Barat dengan Desa Makulu.

Responden dalam penelitian ini yaitu 3 orang laki – laki dengan jumlah responden dengan umur 47-56 tahun ada 2 orang, dan responden dengan umur 57-65 ada 1 orang, jadi responden yang paling banyak adalah pada umur 47-56 tahun yaitu 2 orang. Jadi umumnya responden ini adalah berusia 47 – 65 tahun.

Saluran pemasaran merupakan kegiatan yang dibutuhkan untuk mengalihkan kepemilikan, kepemilikan berupa barang dari titik produksi ke titik konsumsi. Dengan cara ini produk sampai kepengguna akhir atau konsumen dan juga dikenal sebagai saluran distribusi, tentu saja

hal ini sangat berguna sebagai alat untuk manajemen dan sangat penting untuk menciptakan strategi pemasaran yang terencana dengan baik.

Menurut Tjiptono (2008), saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir.

Saluran distribusi atau saluran pemasaran adalah sebuah struktur bisnis yang terdiri atas organisasi-organisasi yang saling berkitan dimulai dari tempat asal mula produk dibuat sampai penjual terakhir dengan maksud memindahkan produk serta kepemilikan ke pemakaian terakhir, yaitu konsumen pribadi atau pengguna bisnis (Bowersox dan Cooper, 2013).

(Kotler (2012) Dalam definisi terbatas, rantai pasokan dianggap sebagai jaringan-jual-bisnis antara pemasok utama dengan berbagai mitra baik di aliran atas maupun yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Dalam pandangan dewasa ini, jual-bisnis berupa saluran ini dianggap tidak relevan dengan semangat penghantaran nilai dan pengambilan nilai dari pelanggan, maka ada istilah yang dikenal sebagai jaringan penghantar nilai yang berarti jaringan

yang terbentuk dari perusahaan, pemasok, distributor dan pada akhirnya pelanggan yang “bermitra” satu sama lain untuk memperbaiki kinerja keseluruhan sistem yang digunakan untuk melengkapi makna rantai pasokan.

Menurut Tangkilisan (2012) Cap tikus adalah minuman beralkohol tradisional Minahasa dari hasil fermentasi dan distilasi air nira dari pohon aren (*pinnata*). Minuman ini sudah dikenal sejak lama oleh masyarakat Minahasa, dan umumnya di konsumsi oleh para bangsawan atau oleh masyarakat umum dalam acara adat.

Tradisi Cap tikus bermula dalam upacara naik rumah baru, para penari maengket menyanyi Lagu Marambak untuk menghormati Dewa pembuat rumah, leluhur Tingkulendeng. Tuan rumah harus menyodorkan minuman Cap Tikus kepada Tonaas pemimpin upacara adat naik rumah baru sambil penari menyanyi “tuasan e sopi e maka wale”, artinya tuangkan Cap tikus wahai tuan rumah.

Kadar alkohol pada Cap Tikus tergantung pada teknologi penyulingan. Petani sejauh ini masih menggunakan teknologi tradisional, yakni *saguer* dimasak kemudian uapnya disalurkan dan dialirkan melalui pipa bambu ke

tempat penampungan. Tetesan-tetesan itulah yang kemudian dikenal dengan minuman Cap Tikus.

Minuman keras tradisional Minahasa ini pada mulanya bernama Sopi. Namun, sebutan Sopi berubah menjadi Cap Tikus ketika orang Minahasa yang mengikuti pendidikan militer untuk menghadapi Perang Jawa, sebelum tahun 1829 menemukan Sopi dalam botol-botol biru dengan gambar ekor tikus. Sopi dijual oleh para pedagang Cina di Benteng Amsterdam, Manado. minuman Cap Tikus sudah sejak dulu sangat akrab dan populer di kalangan petani Minahasa. Umumnya, petani Minahasa, sebelum pergi ke kebun atau memulai pekerjaannya, minum satu seloki Cap Tikus untuk penghangat tubuh dan pendorong semangat untuk bekerja

Latar belakang pengolahan cap tikus sebagai profesi utama yaitu dari Hasil penelitian ini menunjukkan ada beberapa alasan mengapa cap tikus dijadikan profesi utama oleh petani cap tikus sebagai penopang kehidupan dan sumber penghidupan utama. Desa Wiau memiliki lahan pohon aren yang terbilang cukup banyak dan menjamin ketersediaan bahan baku, yang pada akhirnya dimanfaatkan oleh petani cap

tikus secara turun-temurun. Penjualan cap tikus mampu menjamin kebutuhan hidup berkeluarga.

Sebagian besar petani cap tikus di Desa Wiau sudah menguasai teknik pengolahan cap tikus karena mereka yang sudah puluhan tahun menjadi petani cap tikus bahkan saat mereka masih muda, dengan itu maka mereka meneruskan apa yang mereka kuasai pada anak-anak cucu mereka.

Harga cap tikus yang stabil dan selalu tinggi dianggap mampu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari baik dalam keluarga, pangan, keperluan sekolah anak, bahkan tabungan. sebagai salah satu alasan mengapa petani cap tikus tetap mempertahankan usaha mereka untuk tetap menjual cap tikus, dengan mempertimbangkan pengolahan cap tikus yang terbilang cepat dalam produksinya, dibandingkan dengan usaha-usaha lainnya.

Pengolahan cap tikus di Desa Wiau pada dasarnya sama dengan pengolahan cap tikus diberbagai daerah lainnya yaitu secara tradisional. pohon aren yang sudah cukup umur di potong bagian mayang, dengan begitu bagian yang ipotong akan mengeluarkan cairan yaitu *saguer*. *Saguer* yang ditampung ditunggu selama satu sampai 2 hari dan

harus di *tifar* setiap hari. *Saguer* yang sudah ditampung dibawa ke *porno* (Bahasa dari Minahasa sebagai tempat pembakaran tungku) dan kemudian dimasak dalam drum yang sudah dipanaskan menggunakan kayu bakar. Kadar cap tikus yang dimasak tergantung pada banyaknya *saguer* yang diisi, semakin banyak *saguer* yang diisi semakin tinggi juga kadar cap tikus tersebut.

*Saguer* dimasak sampai mendidih kemudian uap dari cap tikus dalam drum tersebut yang kemudian dialiri ke dalam peralatan bambu yang telah disediakan. uap Proses penguapan tersebut yang disebut proses penyulingan, kemudian uap hasil penyulingan ditampung kedalam galon. Uap *saguer* yang terkumpul itulah yang disebut cap tikus.

Menurut Tangkilisan (2012) Terdapat berbagai cara untuk memproduksi Cap tikus, yaitu:

#### 1. Produksi Tradisional

Memproduksi Cap Tikus butuh sehari-hari. Kerja sejak pagi hingga sore, bahkan malam. Butuh waktu dan tenaga. Sebab kebanyakan pohon aren (pohon seho) tingginya lebih dari 10 meter. Menaiki pohon aren di Minahasa juga dilakukan

tradisional. Hanya dengan sebuah bambu berlubang jari yang disandarkan di batang pohon.

Semua proses pembuatan Cap Tikus ini dilakukan petani Cap Tikus di Minahasa setiap hari dari pagi hingga malam. Butuh perjuangan ekstra apalagi dengan banyaknya risiko kecelakaan kerja karena semua serba tradisional. Bahan dasar pembuatannya berasal dari air sadapan yang menetes dari Pohon Enau, yang oleh masyarakat Minahasa dikenal sebagai Pohon Akel atau Seho. Secara umum pohon ini disebut Pohon Aren.

#### 2. Produksi Modern

Kini Cap Tikus telah diproduksi dengan metode modern, aman dikonsumsi, dan legal, memenuhi standar BPOM dan Bea Cukai.

Produksi modern yaitu berlangsung dalam pabrik, tong besar tempat menampung Cap Tikus dari penyuplai. Tiap tong yang kapasitas mencapai ratusan liter. Kemudian pipa menyalurkan bahan mentah Cap Tikus ke tempat desimilasi dan penyaringan.

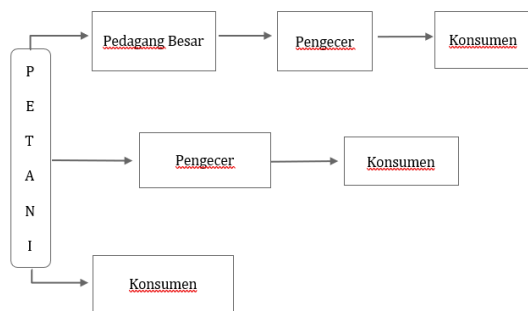
Selanjutnya pipa mengarah ke alat pengisian. Di situ, botol khas Cap Tikus berukuran 320 ml menunggu

untuk diisi. Selanjutnya pindah ke alat penutupan segel botol dan pemberian label.

Cap tikus yang sudah di produksi ada yang langsung dipasarkan, namun ada juga yang ditampung dulu.

Rata-rata bisa menghasilkan 1 gallon per minggunya, namun itu semua tergantung dari ketersediaan *Saguer* sebagai bahan utama pembuatan cap tikus.

Adapun Saluran Pemasaran Cap tikus di Desa Wiau pada gambar berikut:



Gambar 1. Pola Saluran Pemasaran Cap tikus di Desa Wiau

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat pola saluran pemasaran yang berbeda antara ketiga petani cap tikus. Dimana ada petani yang langsung ke konsumen, ada yang harus ke pedagang besar kemudian ke pengecer dan terakhir ke konsumen, namun ada juga yang hanya melalui pengecer dan ke konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dengan wawancara kepada Petani maka di Desa Wiau terdapat 3 jenis saluran pemasaran Cap Tikus yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 3. Saluran Pemasaran Cap tikus di Desa Wiau

<u>Petani Cap tikus Penampung</u>	Nama: Yori Gonta Umur: 50 tahun	<u>Produsen</u> → <u>Pedagang Besar</u> → <u>Pengecer</u> → <u>Konsumen</u>
	Nama: Fery Ruata Umur: 65 tahun	<u>Produsen</u> → <u>Pengecer</u> → <u>Konsumen</u>
<u>Petani Cap tikus Eceran</u>	Nama: Lucky Sumendap Umur: 52 tahun	<u>Produsen</u> → <u>Konsumen</u>

Sumber: data primer, diolah 2023

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa setiap petani memiliki pemasaran yang berbeda, yaitu:

1. Petani → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen
2. Petani → Pengecer → Konsumen
3. Petani → Konsumen

Perbedaan pola pemasaran ini disebabkan jumlah permintaan dari konsumen. Dan berdasarkan ciri khas dari petani itu, Dimana ada petani yang enggan untuk menjual dalam bentuk banyak atau menjual dalam gallon. Sehingga petani tersebut hanya menjual dalam kemasan botol 600ml untuk kalangan tertentu,

Untuk petani dengan segmen pasar ke pedagang besar biasanya harus menampung ketersediaan Cap Tikus dan akan diambil oleh pedagang besar untuk dijual di kota lain. Biasanya untung yang

di dapat oleh pedagang besar sangat banyak.

Dalam penelitian ini Cap tikus di produksi berdasarkan permintaan dari konsumen. Konsumen juga bisa menentukan kadar dari cap tikus ini. Semakin tinggi kadar akan mempengaruhi harga, karena biasanya semakin tinggi kadar, membutuhkan jumlah *saguer* lebih banyak.

Namun ketiga petani cap tikus ini tetap mempertahankan kualitas agar selalu diminati oleh pelanggan. Dimana pelanggan ini sudah sampai di beberapa kota di Indonesia.

### III. Kesimpulan

Dari Hasil Penelitian ini Kita dapat mengetahui Bahwa Saluran Pemasaran Petani Cap Tikus di Desa Wiau Kecamatan Posumaen Kabupaten Minahasa Tenggara adalah sebagai berikut:

- a. Saluran Pemasaran Petani Cap tikus Penampung adalah :  
Produsen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen  
(dari Produsen ke pedagang besar, kemudian ke Pengecer dan terakhir ke konsumen)  
Produsen → Pengecer → Konsumen  
(dari produsen ke pengecer dan ke

konsumen)

- b. Petani Cap tikus Eceran: Produsen → Konsumen  
(dari Produsen langsung ke Konsumen)

### IV. Daftar Pustaka

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). Manajemen Pemasaran. Depok: PT Raja Grafindo Persada

Alexander Wirapraja. (2021). Manajemen Pemasaran Perusahaan. Yayasan Kita Menulis

Alma, B. (2013). Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta

Ariyanto, Aris dkk. (2023). Manajemen Pemasaran. Bandung: CV. Widina Bhakti Persada

Assauri, Sofjan. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers

Bowersox, DJ., Closs DJ., Cooper, M.B., dan Bowersox J.C. (2013). Supply Chain Logistics Management (4<sup>th</sup> Edition). Singapore: McGraw-Hill,

Cicilia Bolang Academia.edu <https://www.academia.edu> › Cap Tikus Minuman Indonesia Minahasa.

Daryanto. (2011). Manajemen Pemasaran (Cetakan 1). Bandung: Satu Nusa

Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran. Deepublish

Hamdat, A., dkk (2020) Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen. Sleman: Mirra Buana Media

Kotler, Phillippe. (2017). Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, P dan Armstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran (alih Bahasa: Benyamin Molan). Edisi ke 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, P & Keller, K.L. (2008). Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jakarta: Erlangga

Saleh, Muh. Yusuf dan Miah Said. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. Makassar: CV Sah Media

Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI

Tangkilisan, Yuda. (2012). Kesenian Kuno Minahasa: Dari Perspektif Sejarah

Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI

Warnadi dan Aris triyono. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish

Wijayanti, Titik. (2017). Marketing Plan Dalam Bisnis 3<sup>rd</sup> Edition, Elex Media Komputindo

Wikipedia <https://id.m.wikipedia.org> › wiki Cap tikus - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas

Wikipedia <https://id.m.wikipedia.org>  
Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia *Cap tikus*