

ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN LADA DI KABUPATEN KONAWE

ORAL

Ulyasniati

Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lakidende
e-mail: yulinidar@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran lada di Kabupaten Konawe. Metode penentuan sampel dilakukan dengan cara acak sederhana (simple random sampling) sebanyak 45 responden dari jumlah populasi, sedangkan Pedagang Pengumpul Desa (PPD) diambil sebanyak 3 orang dan Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK) dipilih sebanyak 2 orang secara sensus. Variabel yang diamati dan diukur yang diamati dalam penelitian ini adalah (a) Karakteristik responden yang meliputi: umur, pendidikan formal, pengalaman berusaha tani, jumlah anggota keluarga, luas lahan garapan, (b) Saluran pemasaran. Hasil penelitian disimpulkan bahwa saluran pemasaran lada di Kelurahan Unaasi Kecamatan Anggaberu Kabupaten Konawe melalui 2 saluran pemasaran yaitu: 1). Saluran Pemasaran I: dari Petani Produsen → PPK → pedagang antar Pulau, dengan margin pemasaran 97,46 %. 2). Saluran Pemasaran II: dari Petani Produsen → PPD → PPK → Pedagang antar Pulau, dengan margin pemasaran 97,40%.

Kata kunci: saluran pemasaran, margin pemasaran, lada

PENDAHULUAN

Sub sektor pertanian yang memiliki prospek pengembangan yang cerah dan potensial untuk dikembangkan adalah perkebunan lada rakyat. Lada merupakan salah satu tanaman yang serbaguna. Kegunaan lada antara lain: (1) sebagai bumbu makanan yang dapat memberi rasa atau menambah selera makan, (2) sebagai bahan obat-obatan dan bahan minyak lada, (3) untuk keperluan pembuatan jamu tradisional. Kenyataan dewasa ini menunjukkan bahwa lada merupakan bahan makanan penting, sehingga dapat menjadi sumber pendapatan yang penting pula bagi petani di pedesaan.

Sejarah telah mencatat bahwa lada merupakan salah satu rempah-rempah yang tertua dan terpenting. Bagi komoditi tanaman perkebunan, lada menempati posisi yang cukup penting disamping karet, kelapa sawit, teh, tembakau dan kopi. Sedangkan untuk golongan rempah-rempah, tanaman lada menempatkan urutan yang penting dibanding dengan jenis rempah-rempah lainnya.

Setelah perang dunia II produksi lada dari Indonesia mengalami penurunan dan kedudukannya digeserkan oleh India bahkan Indonesia pernah berada urutan ketiga setelah India dan Malaysia. Namun setelah itu Indonesia berusaha

melakukan berbagai cara peningkatan produksi sehingga Indoneia kembali menduduki urutan kedua setelah India. Berbagai usaha dilakukan untuk memulihkan kembali potensi lada dimana usaha-usaha ini dititik beratkan pada penerapan intensifikasi dan meningkatkan penelitian-penelitian dalam rangka pengembangan lada. Usaha ini dimaksudkan untuk meningkatkan pendapatan petani agar petani memiliki daya beli yang tinggi terhadap komoditi yang dihasilkan oleh luar sektor pertanian. Disamping itu peningkatan produksi perkebunan tersebut diarahkan juga untuk menghemat devisa dengan mengurangi impor beberapa komoditi perkebunan yang selama ini masih harus diimpor dan sebaliknya sangat diharapkan untuk dapat melakukan ekspor diwaktu yang akan datang. Berdasarkan uraian latar belakang peneliti ingin mengetahui bagaimana saluran dan margin pemasaran komoditi lada yang dilakukan petani di Kelurahan Unaasi Kecamatan Anggaberu Kabupaten Konawe.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Oktober sampai dengan bulan November 2013 di Kelurahan Unaasi Kecamatan Anggaberu Kabupaten Konawe. Pemilihan lokasi penelitian tersebut dilakukan berdasarkan pertimbangan bahwa di Kelurahan Unaasi rata-rata produksi lada meningkat dan sebagian besar petani di Kelurahan tersebut mengusahakan tanaman lada sebagai pekerjaan pokoknya.

Populasi dan Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua petani lada di Kelurahan Unaasi Kecamatan Anggaberu yang berjumlah 100 orang. Penentuan sampel dilakukan dengan cara acak sederhana (*simple random sampling*) sebanyak 45 responden dari jumlah populasi. Dengan rumus menurut Slovin (Slovin *dkk.*, 1993) yaitu :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{100}{1+100(0,11)^2}$$

$$= \frac{100}{1+100(0,0121)}$$

$$= \frac{100}{1+1,21}$$

$$n = \frac{100}{2,21} = 45$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

E = Persentase kelonggaran 11% (0,11)

Sedangkan Pedagang Pengumpul Desa diambil sebanyak 3 orang dan Pedagang Pengumpul Kecamatan dipilih sebanyak 2 orang secara sensus.

Jenis dan Sumber Data

Data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, pengumpulan data dilakukan dengan cara (1) wawancara, yaitu mengadakan wawancara langsung dengan obyek penelitian untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu, (2) pencatatan yaitu mencatat data yang sudah tersedia di kantor-kantor atau instansi terkait dengan penelitian.

Variabel yang Diamati dan Diukur

Variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah:

1. Karakteristik responden yang meliputi : umur, pendidikan formal, pengalaman berusahatani, jumlah anggota keluarga, luas lahan garapan.
2. Saluran Pemasaran
3. Efektifitas dan Efisiensi pemasaran

Teknik dan Analisis Data

Data yang diperoleh ditabulasi dan dianalisis berdasarkan distribusi dan rata-rata hitung. Untuk mengetahui saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran dari produsen ke konsumen dengan menggunakan rumus yaitu:

Untuk mengetahui margin pemasaran :

$$M = He - Hp \text{ (Nurland, 1986)}$$

Keterangan:

M = Margin pemasaran (Rp/Kg)

He = Harga eceran pedagang (Rp/Kg)

Hp = Harga beli ditingkat petani (Rp/Kg)

Sedangkan besarnya keuntungan yang diperoleh setiap lembaga pemasaran dapat dihitung dengan rumus :

$$M = B + \pi \text{ atau } \pi = M - B \text{ (Nurland, 1986)}$$

Keterangan:

π = Besarnya keuntungan (Rp/Kg)

B = Biaya pemasaran (Rp/Kg)

M = Marjin pemasaran (Rp/Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani Lada

Faktor-faktor tersebut antara lain meliputi karakteristik seperti :

Umur Petani

Berdasarkan hasil penelitian memperlihatkan bahwa sebagian besar (97,78%) umur petani responden adalah berusia produktif dan sisanya (2,22%) jiwa berada pada usia non produktif. Dengan kondisi demikian, maka dapat dikatakan petani responden adalah petani yang dinamis.

Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian nampak bahwa (40%) responden yang mengenyam pendidikan Sekolah Dasar, sedangkan (42,22 %) responden mengenyam pendidikan sekolah lanjutan tingkat pertama serta SLTA (17,78%). Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan petani responden di wilayah penelitian pernah mengikuti pendidikan formal. Hal ini merupakan potensi sumber daya yang diharapkan dapat dengan cepat memahami setiap informasi, termasuk pada penentuan lokasi pemasaran dan efisiensi.

Pengalaman Berusaha

Pada penelitian ini nampak bahwa sebagian besar responden (53,33%) memiliki pengalaman berusaha tani 5-10 tahun (cukup) dan hanya sekitar (46,67%) responden yang berpengalaman > 10 tahun. Dapat diketahui bahwa pada umumnya responden memiliki pengalaman berusaha tani dalam kategori cukup, sehingga mereka mampu mengikuti proses alih teknologi dalam kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan oleh penyuluh dan kemudian menyerap serta menerapkannya.

Jumlah Tanggungan Keluarga

Pada penelitian menunjukkan bahwa responden yang mempunyai jumlah tanggungan keluarga 1–4 orang (keluarga kecil) sebanyak 39 orang (86,67%) sedangkan responden yang mempunyai tanggungan keluarga > 5 orang (keluarga besar) sebanyak (13,33 %) 20 orang sehingga memberikan gambaran bahwa dalam penerapan teknologi dan kegiatan pemasaran cukup tersedia tenaga kerja tanpa mendatangkan tenaga kerja dari luar keluarga.

Luas Lahan

Lahan garapan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lahan yang dipergunakan untuk usahatani. Luas lahan garapan merupakan salah satu faktor produksi yang menentukan pengambilan keputusan dan keberhasilan seorang petani dalam melaksanakan usaha taninya. Berdasarkan penelitian menunjukan bahwa sebagian besar petani responden memiliki luas lahan < 0,33 Ha (13,33 %) 6 jiwa, sedangkan petani responden yang memiliki luas lahan > 0,33 Ha (86,67%) 39 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa luas lahan yang dimiliki petani responden dapat dikategorikan lahan sempit. Sehingga perlu memperhatikan saluran pemasaran agar bisa mendatangkan input yang lebih baik.

Analisis Pemasaran Lada

Jumlah Produksi

Produksi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah produksi lada petani responden selama satu kali musim panen, produksi lada yang diperoleh petani responden dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Keadaan Jumlah Produksi Lada Petani Responden di Kelurahan Unaasi

No.	Jumlah Produksi Lada (Kg)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	< 442	11	24,44
2.	> 442	34	75,55
Jumlah		45	100

Sumber: Data Primer Tahun, 2013.

Saluran Pemasaran

Di lokasi penelitian komoditi lada yang dihasilkan oleh petani produsen dijual kepada para konsumen melalui beberapa saluran pemasaran. Adapun saluran pemasaran lada yang ada di Kelurahan Unaasi Kecamatan Anggaberu Kabupaten Konawe adalah sebagai berikut:

- Saluran Pemasaran I : Petani → Produsen → PPK → pedagang antar pulau
- Saluran Pemasaran II : Petani → Produsen → PPD → PPK → pedagang antar pulau

Keterangan :

PPK = Pedagang Pengumpul Kecamatan

PPD = Pedagang Pengumpul Desa

Saluran pemasaran (I), petani langsung menjual ke Pedagang Pengumpul Kecamatan dengan harga Rp.77.000,-/kg selanjutnya Pedagang Pengumpul Kecamatan menjual ke Surabaya dengan harga Rp.78.000,-/kg. Pada saluran pemasaran (II) petani langsung menjual ke Pedagang Pengumpul Desa dengan harga Rp.75.000,-/kg dan Pedagang Pengumpul Desa menjual ke Pedagang Pengumpul Kecamatan dengan harga Rp 75.000,-/kg selanjutnya Pedagang Pengumpul Kecamatan menjual ke Surabaya dengan harga Rp.78.000,-/kg.

Dari kedua saluran pemasaran lada tersebut di atas, maka saluran pemasaran ke (I) paling banyak digunakan oleh petani responden di Kelurahan Unaasi Kecamatan Anggaberu Kabupaten Konawe. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah petani responden di Kelurahan Unaasi Kecamatan Anggaberu yang memasarkan lada dapat disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Harga dan Jumlah Produsen Yang Memasarkan Lada Kepada
Lembaga Pemasaran Di Kelurahan Unaasi

No.	Uraian	Harga (Rp)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Pedagang Pengumpul Desa	75.000	19	42,22
2.	Pedagang Pengumpul Kecamatan	77.000	26	57,78
Jumlah			45	100

Sumber : Hasil Olahan Data Primer Tahun, 2013.

Pada tabel 2 nampak bahwa sejumlah 19 orang atau 42,22% petani yang memasarkan hasilnya langsung ke Pedagang Pengumpul Desa. Hal ini ditempuh petani karena jarak antara tempat memasarkan lada dengan rumah produsen (petani) dekat, sehingga tidak memerlukan Biaya transportasi. Sedangkan responden yang memasarkan lada ke Pedagang Pengumpul Kecamatan sejumlah 26 orang atau 57,78%, saluran pemasaran ini digunakan oleh petani karena harga yang diterima cukup tinggi serta produksi lada yang dihasilkan cenderung agak besar.

Margin, Biaya dan Keuntungan

Margin pemasaran merupakan selisih harga lada pokok dengan harga yang diterima petani apabila suatu komoditi melibatkan lebih dari satu lembaga pemasaran, penjumlahan dari suatu margin tiap-tiap lembaga pemasaran terlibat, sedangkan keuntungan pemasaran adalah merupakan selisih antara besarnya margin pemasaran dengan biaya yang maka margin pemasaran merupakan dikeluarkan masing-masing lembaga pemasaran. Lebih jelasnya mengenai margin pemasaran biaya dan keuntungan pemasaran lada di Kelurahan Unaasi Kecamatan Unaasi dapat disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Besarnya Harga Beli, Harga Jual, Margin, Biaya dan Keuntungan Pemasaran Lada Di Kelurahan Unaasi, 2013

No.	Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
1.	I	PPK	77.000	79.000	2000	350	1.650
2.	II	PPD	75.000	77.000	2000	150	1.850

Sumber : Hasil Olahan Data Primer Tahun 2013.

Tabel 3 terlihat bahwa harga beli terendah adalah di Pedagang Pengumpul Desa yaitu Rp.75.000/Kg dan tertinggi pada Pedagang Pengumpul Kecamatan Rp.77.000/Kg,-. Harga jual terendah pada Pedagang Pengumpul Desa yaitu Rp 77.000,-/Kg dan tertinggi pada Pedagang Pengumpul Kecamatan yaitu Rp79.000,-/Kg. Biaya terendah pada Pedagang Pengumpul Desa yaitu Rp.150,-/Kg dan tertinggi pada Pedagang Pengumpul Kecamatan yaitu Rp.350,-/Kg. Keuntungan terendah yang diperoleh pedagang terdapat pada Pedagang Pengumpul Kecamatan dengan keuntungan sebesar Rp.1.650,/Kg dan tertinggi pada Pedagang Pengumpul Desa yaitu Rp 1.850,-/Kg, hal ini disebabkan karena harga beli pada Pedagang Pengumpul Desa yang relatif rendah jika dibandingkan harga beli pada Pedagang Pengumpul Kecamatan. Meskipun margin kedua lembaga pemasaran tersebut sama.

Bagian Harga Yang Diterima Petani

Bagian harga yang diterima petani responden adalah merupakan gambaran efisien tidaknya jalur pemasaran yang digunakan. Persentase bagian harga yang diterima petani responden kurang dari 50% dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran yang digunakan tidak efisien. Dengan kata lain bahwa semakin tinggi bagian harga yang diterima petani, maka saluran pemasaran dianggap efisien. Untuk lebih jelasnya mengenai persentase bagian harga yang diterima petani pada setiap saluran pemasaran dapat disajikan pada tabel 4.

**Tabel 4. Persentase Bagian Harga yang Diterima Petani Responden
Di Kelurahan Unaasi, 2013**

No.	Saluran Pemasaran	Harga Yang Diterima Petani (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	Harga Yang Dibayarkan Pedagang (Rp/Kg)	Bagian Yang Diterima Petani (Rp/Kg)
1.	I	77.000	2000	79.000	97,46
2.	II	75.000	2000	79.000	97,40

Sumber : Hasil Olahan Data Primer Tahun 2013.

Analisis Harga, Margin, Biaya dan Keuntungan Pemasaran Lada

Tabel 5. Jalur Pemasaran dan Harga/Margin/Keuntungan Lada

Jalur Pemasaran	Uraian	Harga/Margin/Keuntungan (Rp/Kg)
II	Pedagang Pengumpul Desa	
	1. HargaBeli	75.000
	2. HargaJual	77.000
	3. Margin(a-b)	2.000
	4. BiayaPemasaran :	150 :
	a. Angkutan	100
I	b. Retribusi	50
	5. Keuntungan	1.850
	Pedagang Pengumpul Kecamatan	77.000
	1. Harga Beli	79.000
	2. Harga Jual	2000
	3. Margin (a-b)	350 :
	4. BiayaPemasaran :	300
	a. Angkutan	50
	b. Retribusi	
	5. Keuntungan	1650

Sehingga hasil perhitungan dari analisis Margin, Keuntungan Pemasaran dan Persentase Bagian Harga yang diterima oleh Petani Responden adalah :

a. Jalur Pemasaran I

$$\begin{aligned}
 M &= H_e - H_P \\
 &= 79.000 - 77.000 \\
 &= 2000
 \end{aligned}$$

Pedagang Pengumpul Kecamatan

$$\begin{aligned}
 M &= H_e - H_P \\
 &= 79.000 - 77.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \Pi &= M - B \\
 &= 2000 - 350 \\
 &= 1650
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} EP &= 1 - \left[\frac{M}{HE} \right] \times 100\% \\ &= 1 - \left[\frac{2000}{79.000} \right] \times 100\% \\ &= 97,46\% \end{aligned}$$

b. Jalur Pemasaran II
Pedagang Pengumpul Desa

$$\begin{aligned} M &= He - HP \\ &= 77.000 - 75.000 \\ &= 2000 \\ \Pi &= M - B \\ &= 2000 - 150 \\ &= 1850 \\ EP &= 1 - \left[\frac{M}{HE} \right] \times 100\% \\ &= 1 - \left[\frac{2000}{77.000} \right] \times 100\% \\ &= 97,40\% \end{aligned}$$

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Saluran pemasaran lada di Kelurahan Unaasi Kecamatan Anggaberi Kabupaten Konawe melalui 2 saluran pemasaran yaitu :

- Saluran Pemasaran I, dari Petani Produsen → PPK → pedagang antar Pulau, dengan margin pemasaran 97,46 %.
- Saluran Pemasaran II, dari Petani Produsen → PPD → PPK → Pedagang antar Pulau, dengan margin pemasaran 97,40%.

Saran

Pada kegiatan pemasaran lada, petani perlu meningkatkan produksi lada dan untuk mendapatkan harga yang lebih baik dan tinggi petani diharapkan lebih aktif dalam mencari informasi harga dipasar sehingga dapat meningkatkan tingkat pendapatannya.

.

DAFTAR PUSTAKA

Ayub. M Padangaran, 2014. *Analisis Kuantitatif Pembiayaan Perusahaan Pertanian*. PT Penerbit IPB Press. 2014.

- Ferlin, 2012. *Analisis Saluran Pemasaran Jagung (Zeamays.L) di Desa Karandu Kecamatan Wawotobi Kabupaten Konawe*. Skripsi Universitas Lakidende.
- Hanafiah, A.M dan Saefuddin, A.M, 2003. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta.
- Kotler, 2003. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi Keenam jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Limbong, W, M. dan P. Sitorus, 2001. *Pengantar pemasaran Pertanian*. Bahan kuliah Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian IPB. Bogor.
- Mubyarto, 2007. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Nurland, F. 1986. *Pemasaran Produksi Pertanian*. LEPHAS. Ujung Pandang.
- Rasyad, M. 2008. *Memasarkan Hasil Pertanian dan Peternakan*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rismunandar, 2002. *Lada Budidaya dan Tata Niaga*. Penerbit Penebar Swadaya. Jakarta.