

ANALISIS MARJIN PEMASARAN KEMIRI DI KECAMATAN KABOLA KABUPATEN ALOR

Ferdinan Demang

Universitas Tribuana Kalabahi

Program studi agribisnis Fakultas pertanian dan perikanan

Email:ferdy.demang@yahoo.com

ABSTRACT

Analysis of Marketing Margin of Pecan in Kabola District of Alor Regency This study aimed to analyze the marketing channel of candlenut, the magnitude of the marketing margin of candlenut and the distribution of marketing margins of candlenut in the District of KabolaAlor Regency The method used in this study was primary and secondary data. Primary data is obtained through interviews with informants who know the development of candlenuts (qualitative). While secondary data is obtained from several agencies that are used to determine the development of candlenuts. Analyzing the factors that influence marketing margins carried out by direct observation, interviews with data collection of primary data and secondary data, informal as many as 56 people quantitatively From the results of the study it is known that in the first marketing channel the average marketing margin is the price difference at the consumer level and farmers are Rp.5,020.24/kg. The average price at the retailer level is Rp.21,186.90/kg and the average price of the farmer level is (Rp. 16,166.67/kg). It can be seen that the marketing margin ranges from Rp.4,500/kg to Rp.5,150/kg with the price range at the retailer level is Rp.16,100/kg up to Rp.24,000/kg and the price range at the farmer level is Rp.11,000/kg up to Rp.19,000/kg. There are variations in prices in every marketing agency because each marketing agency spends different marketing costs so the price is different. In the marketing process both the average marketing margin at the consumer level and the farmer level is Rp.4,321.43/kg. This margin is the average difference in the selling price of retailers as much as Rp.22,607.14/kg and the average level of farmers is Rp.18,285.71/kg.

Keywords: candlenuts, marketing, margin, farmer

PENDAHULUAN

Pembangunan sektor pertanian menjadi salah satu sektor penentu perkembangan perekonomian bangsa Indonesia. Kontribusi sektor pertanian secara signifikan terlihat memberikan sumbangan yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan merupakan mata pencaharian sebagian besar penduduk Indonesia. Sektor pertanian juga mampu menyediakan keragaman menu pangan sehingga dapat mempengaruhi konsumsi dan gizi masyarakat, sebagai pendukung sektor industri serta merupakan salah satu penyumbang devisa negara.

Peran sektor pertanian yang demikian besar merupakan perwujudan dari akumulasi sumbangsih sub sektor penunjang yaitu sub sektor tanaman pangan, sub sektor perkebunan, sub sektor kehutanan, sub sektor peternakan dan sub sektor perikanan.

Sub sektor Perkebunan memberi peran yang cukup besar dalam perekonomian nasional. Selain perannya sebagai penyumbang devisa Negara, disadari juga bahwa pembangunan sub sektor perkebunan mempunyai arti yang sangat strategis sebagai upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui penyediaan dan perbaikan pangan dan gizi untuk dikonsumsi masyarakat. Sub sektor perkebunan juga memiliki keunggulan yang dapat meningkatkan taraf kehidupan masyarakat karena masih besarnya potensi hasil sub sektor perkebunan yang dapat dimanfaatkan, terutama yang mempunyai nilai jual tinggi di pasaran.

Perbedaan saluran pemasaran juga mengakibatkan perbedaan bagian harga yang diterima oleh petani. Besarnya bagian harga juga dipengaruhi oleh faktor harga ditingkat petani, pengecer dan berbagai faktor lainnya. Semua komponen yang terlibat dalam proses pemasaran dapat merespon peluang dan tantangan terhadap kebutuhan kemiri baik di dalam daerah maupun luar daerah secara baik. Bagi petani yang berusaha di bidang pertanian, sistem pemasaran kemiri yang dipilih dapat berdampak pada besarnya pendapatan, sedangkan bagi pelaku - pelaku pemasaran yang lain mengharapkan sebuah sistem pemasaran yang efisien sehingga dapat memberi keuntungan. Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui saluran pemasaran kemiri di Kecamatan Kabola
2. Menentukan besarnya marjin pemasaran kemiri di Kecamatan Kabola
3. Menentukan besarnya distribusi marjin pemasaran untuk setiap pelaku pemasaran kemiri di Kecamatan Kabola.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dari tanggal 15 Mei sampai dengan 15 Juni 2013. Penelitian ini bertempat di Desa Kopidil dan Desa Lawahing Kecamatan Kabola Kabupaten Alor.

Metode Dasar

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistim pemikiran ataupun suatu kilas peristiwa pada masa sekarang dan untuk membuat

deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara masalah yang diselidiki (Nazir, 1999).

Penentuan Daerah Penelitian

Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive*) yaitu pada Kecamatan Kabola dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Kabola merupakan salah satu sentra produksi kemiri di Kabupaten Alor. Sedangkan pemilihan desa sampel didasarkan pada desa yang memiliki populasi kemiri terbanyak di Kecamatan Kabola. Dengan demikian secara sengaja ditentukan Desa Kopidil dan Desa lawahing sebagai desa sasaran penelitian.

Penentuan Responden

Jumlah petani kemiri di Desa Kopidil sebanyak 501 orang dan Desa Lawahing sebanyak 672 orang. Dengan demikian yang merupakan populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.173 orang petani kemiri. Dari populasi sebesar 1.173 petani kemiri maka perhitungan sampel penelitian dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

dimana : N = Populasi
 n = sampel
 e = Tingkat kesalahan

dengan menggunakan rumus Slovin tersebut serta tingkat kesalahannya 13% dapat dihitung jumlah sampel penelitian sebagai berikut.

$$n = \frac{1173}{1 + 1173.(0,13^2)}$$

$$n = \frac{1173}{1 + 1173.0,069}$$

$$n = 56,34 = 56.$$

dengan demikian jumlah sampel penelitian ini adalah 56 petani kemiri. Selanjutnya jumlah sampel pada masing-masing desa penelitian dapat dihitung dengan menggunakan rumus Sugiono, yaitu :

$$H_i = \frac{N_i}{N} , n$$

dimana : N_i = Jumlah Populasi pada desa ke-i

N = Jumlah Populasi seluruhnya

H_i = Jumlah sampel pada desa ke-i

n = Jumlah Sampel seluruhnya

Dengan demikian jumlah sampel untuk masing-masing desa penelitian adalah sebagai berikut :

$$\text{Desa Kopidil} = \frac{501}{1173} \times 56 = 23,918 = 24 \text{ Sampel}$$

$$\text{Desa Lawahing} = \frac{672}{1173} \times 56 = 32,08 = 32 \text{ Sampel}$$

Selain sampel yang berasal dari petani kemiri, dalam penelitian ini sampel penelitian juga terdiri dari pedagang yang terlibat dalam pemasaran kemiri di Kecamatan Kabola.

Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif, yaitu meliputi :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden yakni petani dan pedagang kemiri yang menjadi objek dalam penelitian ini.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi pustaka dan sumber-sumber data lainnya yang berkaitan dengan materi penelitian seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Alor dan Dinas Perkebunan Kabupaten Alor

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi :

1. Teknik wawancara, yaitu dengan cara menanyakan langsung pada responden, yaitu pihak petani dan pedagang serta pihak - pihak lain yang terkait dengan usaha dan pemasaran hasil komoditi kemiri di Desa Kopidil dan Desa Lawahing Kecamatan Kabola.
 2. Teknik pencatatan, yaitu dengan cara mencatat data – data yang diperlukan baik dari responden maupun instansi terkait yang memiliki data pendukung dalam penelitian ini.
 3. Teknik observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung keadaan obyek di lapangan, yaitu tentang pemasaran produksi kemiri.
-

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Geografis

Kecamatan Kabola terletak di bagian utara Pulau Alor Kabupaten Alor Provinsi Nusa Tenggara Timur. Luas Kecamatan Kabola 76,73 Km² dengan letak yang umumnya di sepanjang pantai dalam teluk yang berbukit dan curah hujan yang sangat rendah dan tidak merata setiap tahun, dengan musim penghujan relatif pendek bila dibandingkan dengan musim kemarau. sesuai dengan perda No 15 Tahun 2005 batas Kecamatan Kabola adalah :

- Sebelah Timur berbatasan dengan Teluk Benlelang
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Alor Barat Laut dan Kecamatan Teluk Mutiara
- Sebelah Utara berbatasan dengan laut Flores
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Alor Tengah Utara dan Kecamatan Teluk Mutiara

Analisis Margin Pemasaran Kemiri

Analisis margin pemasaran kemiri di Kecamatan Kabola meliputi analisa saluran pemasaran, margin serta distribusi margin kemiri.

Saluran pemasaran

Analisis margin pemasaran kemiri di Kecamatan Kabola dilakukan dengan menggunakan data penelitian pada dua desa yaitu Desa Kopidil (24 responden), dan Desa Lawahing (32 responden).

Dalam penelitian ini dapat diketahui persentase pemasaran kemiri di Kecamatan Kabola dari petani sampai ketangan konsumen atau pemakai barang ditiap lembaga pemasaran, sebagaimana pada tabel 1.

Tabel 1: Persentase Pola Penjualan Kemiri Oleh Petani Kemiri Kepada Lembaga - lembaga Pemasaran di Kecamatan Kabola.

| Petani Kemiri | Menjual Kepada | | Jumlah |
|----------------|--------------------|-------------------|--------|
| | Pedagang pengumpul | Pedagang pengecer | |
| Jumlah (orang) | 42 | 14 | 56 |
| Persentasi (%) | 75 | 25 | 100 |

Sumber: data primer diolah, 2013

Data pada tabel 1 menunjukkan bahwa dari 56 petani kemiri yang diwawancarai, sebanyak 42 petani kemiri (75%) menjual hasil komoditi kemiri

kepada pedagang pengumpul di tingkat kecamatan. Proses penjualan dilakukan dengan cara para petani kemiri langsung membawa kemiri ke tempat pedagang pengumpul. Dalam sistem pembelian seperti ini para petani mendapatkan harga yang lebih tinggi. Data pada tabel 1 juga menunjukkan bahwa sebanyak 25 % petani menjual kemiri langsung kepada pedagang pengecer. Untuk mengetahui distribusi petani dalam penjualan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2: Sebaran Petani Dalam Penjualan Hasil Komoditi Kepada Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer

| No | Desa | Jumlah | Menjual kepada pedagang pengumpul | Menjual kepada pedagang pengecer |
|--------|----------|--------|-----------------------------------|----------------------------------|
| 1 | Kopidil | 24 | 18 | 6 |
| 2 | Lawahing | 32 | 24 | 8 |
| Jumlah | | 56 | 42 | 14 |

Sumber: data primer diolah, 2013

Data pada tabel 2 menunjukkan bahwa dari jumlah petani di Desa kopidil sebanyak 24 petani, 18 petani (75 %) menjual kemiri kepada pedagang pengumpul sedangkan 6 petani (25 %) menjual kemiri kepada pedagang pengecer. Sedangkan dari jumlah petani di Desa Lawahing sebanyak 32 petani dan 24 petani (75%) menjual kemiri kepada pedagang pengumpul sedangkan 8 petani (25%) menjual kemirinya kepada pedagang pengecer

Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga diterima pengecer. Dalam proses penjualan kemiri di Kecamatan Kabola besarnya marjin pemasaran dipengaruhi oleh seberapa besar biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran komoditi kemiri. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pada saluran pemasaran pertama rata - rata marjin pemasaran yang merupakan selisih harga ditingkat konsumen dan petani adalah Rp.5.020,24/kg. Harga rata - rata ditingkat pengecer Rp.21.186,90/kg dan harga rata - rata harga ditingkat petani sebesar (Rp.16.166,67/kg). Dapat diketahui bahwa marjin pemasaran berkisar antara Rp.4.500/kg sampai dengan Rp.5.150/kg dengan kisaran harga ditingkat pengecer adalah Rp.16.100/kg sampai dengan Rp.24.000/kg dan kisaran harga ditingkat petani adalah Rp.11.000/kg sampai dengan Rp.19.000/kg. Terjadi variasi harga di setiap lembaga pemasaran karena setiap lembaga pemasaran mengeluarkan biaya pemasaran pun berbeda-beda sehingga harganya pun ikut berbeda.

Pada proses pemasaran kedua rata-rata margin pemasaran ditingkat konsumen dan tingkat petani adalah Rp.4.321,43/kg. Margin ini merupakan selisih rata - rata harga jual pedagang pengecer sebesar Rp.22.607,14/kg dan rata - rata ditingkat petani sebesar Rp.18.285,71/kg, dengan margin berkisar antara Rp 4.000/kg sampai dengan Rp. 4.500/kg. Harga di tingkat pengecer berkisar antara Rp.19.000/kg sampai dengan Rp 28.000/kg, sedangkan harga ditingkat petani adalah Rp. 15.000/kg sampai dengan Rp. 24.000/kg. Dari hasil penelitian pun dapat diketahui bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sebesar Rp.500/kg.

Distribusi margin pemasaran.

Berdasarkan hasil analisis margin pemasaran kemiri di Kecamatan Kabola, dapat diketahui distribusi margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran sebagai mana yang tercantum pada tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Margin Pemasaran Kemiri di Kecamatan Kabola Untuk Setiap Lembaga Pemasaran

| No | Uraian | Rp/Kg | % |
|----|----------------------|-----------|-------|
| A | Saluran pemasaran I | | |
| 1 | Pedagang pengumpul | | |
| | Harga beli | 16.166,67 | |
| | Biaya pemasaran | 115,48 | 2,30 |
| | Harga jual | 16.770,24 | |
| | Keuntungan | 488,10 | 9,75 |
| | Margin | 603,57 | 12,03 |
| 2 | Pedagang pengecer | | |
| | Harga beli | 16.770,24 | |
| | Biaya pemasaran | 500 | 9,96 |
| | Harga jual | 21.186,90 | |
| | Keuntungan | 3.916,67 | 78,01 |
| | Margin | 4.416,67 | 87,97 |
| B | Saluran pemasaran II | | |
| | Pedagang kemiri | | |
| | Harga beli | 18.285,71 | |
| | Biaya pemasaran | 500 | 11,57 |
| | Harga jual | 22.607,14 | |
| | Keuntungan | 3.821,43 | 88,43 |
| | Margin | 4.321,43 | 100 |

Sumber : Data Primer diolah, 2013.

Berdasarkan data pada tabel 3 terlihat bahwa pada saluran pemasaran yang pertama, distribusi marjin pemasaran sebesar 87,97 % terdapat pada pedagang pengecer. Sedangkan marjin yang diperoleh pedagang pengumpul relatif kecil yaitu 12,03 %. Selisih marjin pada saluran pertama ini karena dalam biaya pemasaran pun berbeda. Pada saluran pemasaran pertama rata-rata harga beli kemiri oleh pedagang pengumpul adalah Rp16.166,67/kg dan rata-rata harga jual kemiri dari pedagang pengumpul kepada pedagang pengecer sebesar Rp16.770,24/kg, maka harga jual oleh pedagang pengumpul sebesar 0,643 %. Harga jual pedagang pengumpul sangat kecil jika dibandingkan dengan harga jual oleh pedagang pengecer kepada konsumen dengan rata - rata harga jual sebesar Rp.21.186,90/kg, dengan menaikkan harga jual hingga 26,33 %. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar 2.30 %, oleh pedagang pengecer sebesar 9,96 %. Perbedaan dari biaya ini karena proses pedagang pengecer dalam pemasaran semakin panjang hingga ke konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Saluran pemasaran kemiri di Kecamatan Kabola ada dua saluran pemasaran yakni :
 - a. Saluran pertama yaitu Petani - Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer - Konsumen
 - b. Saluran pemasaran kedua yaitu Petani - Pedagang Pengecer – Konsumen.
2. Besarnya marjin pemasaran kemiri di Kecamatan Kabola pada saluran pertama adalah Rp 5.020,24/kg, sedangkan marjin pemasaran pada saluran kedua adalah sebesar Rp 4.321/kg
3. Besarnya distribusi marjin pemasaran untuk setiap pelaku pasar di Kecamatan Kabola pada saluran pertama untuk pedagang pengumpul adalah sebesar 12,03 %, dan pada pedagang pengecer 87,97 %. Sedangkan marjin pada saluran pemasaran kedua untuk pedagang pengecer sebesar 100%

Saran

1. Petani kemiri diharapkan dapat memperpendek saluran pemasaran dalam menjual hasil kemiri.
-

2. Petani diharapkan melaksanakan proses pengolahan kemiri dilakukan dengan baik supaya dapat meningkatkan harga kemiri
3. Pemerintah diharapkan untuk mengawasi harga komoditi daerah pelosok agar pedagang jangan seenaknya membeli hasil komoditi sesuai dengan kemauannya sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Downkey,W. dan Erickson, 1992. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga, Jakarta.
- Gumbira. E. dan A. Harizt Intan. (2001). *Manajemen Agribisnis*. Jakarta. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Gumbira.E. dan L. Febriyanti. (2005). *Prospek dan Tantangan AgribisnisIndonesia. Economic Review Journal* 200. (On-line).
- Junus, D. dan A. Ng. Gintings,1981, *Cara Penanaman Kemiri*, Balai Penelitian Hutan Bogor Kotler , (1996), *Pemasaran*.
- Mahekam, J.P, 1991. *Manajemen Usaha Daerah Tropis. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial*. LP3S, Jakarta.
- Nasir,M., 1999. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Nurasi dan hidayat, (2005) *Analisis Margin Pemasaran*
- Syahza. A., (2003). *Analisis Ekonomi Usahatani Hortikultura Sebagai Komoditi Unggulan Agribisnis Di Kabupaten Pelalawan, Propinsi Riau. Perspektif* VIII(01):101-112.
- Syahza. A., (2007). *Model Pemberdayaan Masyarakat Dalam Upaya Percepatan Pembangunan Ekonomi Pedesaan Berbasis Agribisnis Di Daerah Riau*, Lembaga Penelitian Universitas Riau, Pekanbaru.
- Saragih. B, (2001), *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*, Bogor, Yayasan Usese.
- Soekaartawi. (1987) *Faktor-faktor Penunjang Produksi*.
- Yudarfin, Alimin Djisbar, dan Masri Ramadhan, 1990, *Pengaru Pembakaran dan Naungan terhadap Perkecambahan Benih Kemiri*, Buletin Litro V No. 2, 1990.
-