

ANALISIS MARGIN PEMASARAN BIJI KAKAO KERING DI DESA BANCEA KECAMATAN PAMONA SELATAN

Oleh :

Silvany A.Taariwuan¹⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan besarnya margin pemasaran biji kakao kering. Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan survey. Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau bagaimana adanya. Jumlah sampel petani 10 orang dan pedagang pengumpul 2 orang, sedangkan pedagang besar 2 orang dan eksportir 1 orang yang ada di Kabupaten. Dengan seluruh responden berjumlah 15 orang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan saluran pemasaran yang ada di desa bancea ada tiga saluran pemasaran biji kakao kering dengan Margin pemasaran biji kakao kering yang terbesar Rp.6.500, ada pada pedagang pengumpul dan margin terkecil Rp.1.500, ada pada pedagang besar. Untuk memperpendek saluran pemasaran biji kakao kering dan memperkecil margin pemasaran biji kakao kering, adalah membangun/menghidupkan kembali kelompok tani kakao, Gapoktan dan koperasi yang mewadai petani kakao guna menampung hasil panen kakao serta meningkatkan posisi tawar petani kakao terhadap pedagang. Diharapkan adanya intervensi Pemerintah daerah Kabupaten Poso dalam hal perbaikan infrastruktur transportasi guna memudahkan akses langsung ke eksportir.

Kata kunci : Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran

PENDAHULUAN

Komoditas biji coklat menduduki tempat yang sejajar dengan komoditas perkebunan lainnya, seperti kelapa sawit dan karet. Sebagai komoditas penghasil devisa Negara, produksi coklat di Indonesia tidak saja memenuhi kebutuhan dalam negeri, namun juga atas produksi coklat yang tidak terserap di dalam negeri diekspor ke luar negeri, Tumpal H.S Siregar et al.(2010)

Salah satu Provinsi penghasil kakao terbesar di Indonesia adalah

provinsi Sulawesi Tengah. Poso yang merupakan salah satu Kabupatennya memiliki perkebunan kakao dengan lahan yang sudah digunakan 40.882 ha BPS Sulteng (2014),

Komoditi kakao ini dijadikan salah satu komoditi unggulan di Kabupaten Poso. Namun dalam banyak kenyataan masih sering dijumpai kelemahan dalam mengembangkan produk-produk pertanian yang salah satunya disebabkan oleh kurang

¹⁾ Staf Pengajar Fakultas Ekonomi,
Universitas Kristen Tentena

perhatiannya terhadap masalah-masalah pemasaran.

Menurut Sudiyono (2002) di dalam pemasaran komoditas pertanian seringkali dijumpai rantai pemasaran yang panjang, sehingga banyak lembaga pemasaran yang dilibatkan dalam rantai pemasaran. Hal ini menyebabkan terlalu besarnya keuntungan pemasaran yang diambil oleh pelaku pemasaran. Beberapa penyebab panjangnya rantai pemasaran dan pihak produsen sering dirugikan, antara lain : 1) pasar tidak bekerja sempurna, 2) lemahnya informasi pasar, 3) lemahnya produsen/ petani memanfaatkan peluang pasar, 4) lemahnya produsen/ petani untuk melakukan penawaran dalam mendapatkan harga yang layak, 5) produsen/ petani melakukan usaha tidak didasarkan pada permintaan pasar.

Panjangnya rantai pemasaran menyebabkan nilai margin pemasaran menjadi besar, sehingga efisiensi pemasaran bagi petani jauh dari harapan untuk menikmati share atau bagian harga yang seharusnya diterima. Hal ini menyebabkan pendapatan masyarakat tidak optimal sehingga petani masih miskin.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) untuk mengetahui saluran pemasaran kakao dari petani sampai ke tingkat eksportir (2) mengetahui besarnya margin pemasaran kakao pada saluran pemasaran dari tingkat petani sampai pada tingkat eksportir.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian di laksanakan di Desa Bancea Kecamatan Pamona Selatan dengan waktu penelitian mulai bulan Juni sampai Agustus 2015

Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dengan metode survey. Penelitian *deskriptif* dapat diartikan sebagai proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau bagaimana adanya. Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder dalam kurun waktu sampai akhir bulan agustus 2015. Data primer diperoleh langsung berdasarkan daftar pertanyaan yang dijalankan kepada responden dalam hal ini para petani, pedagang pengumpul dan pedagang besar. Data ini merupakan data pokok yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, khususnya dengan saluran pemasaran biji kakao kering dan margin pemasaran.

Data sekunder merupakan data pendukung dalam penelitian ini yang diambil dari kepustakaan yang ada hubungan dengan penelitian ini dan dari instansi-instansi yang berwenang seperti Biro Pusat Statistik, Kantor perdagangan, Bapeda Kabupaten dan internet.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini yaitu petani kakao yang ada di Desa Bancea, pedagang pengumpul yang ada di Desa Bancea, pedagang besar yang ada di kecamatan dan eksportir yang ada di Kabupaten Poso.

Penelitian menggunakan metode pengambilan sampel dengan teknik non *probabilitas* sampling yaitu *Quota sampling* Sugiyono (2010), untuk petani 10 orang yang diambil dari Desa Bancea dan pedagang pengumpul 2 orang di Desa Bancea sedangkan pedagang besar 2 orang dan eksportir 1 orang yang ada di Kabupaten dengan seluruh responden berjumlah 15 orang.

Analisa Data

Secara matematik besarnya margin pemasaran tiap saluran pemasaran dirumuskan menurut Abd Rahim&Diah retno dwi Hastuti (2008) sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf \dots\dots(1)$$

Keterangan :

MP = Marjin pemasaran pada saluran pemasaran kakao(Rp)

Pr = Harga ditingkat lembaga pemasaran (Rp)

Pf = Harga ditingkat petani(Rp)

Definisi Operasional

1.Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran sebagai kumpulan organisasi yang saling tergantung satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan

sebuah produk atau pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi (Philip Kotler, 1993).

2.Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Pada penelitian ini selisih harga di tingkat lembaga pemasaran dan petani kakao itu adalah margin pemasaran, diukur dalam rupiah (Rp) (Swastha, 2002).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum Lokasi Penelitian

Secara geografis desa Bancea terletak diantara 2° lintang selatan (LS) dan 120° 45'Bujur Timur(BT). Berdasarkan letak astronominya, panjang wilayah Desa bancea dari ujung barat sampai ujung timur diperkirakan jaraknya kurang lebih 34,40 Km.. Batas wilayah desa Bancea dibatasi oleh batas alam yakni kawasan Pantai dan Pegunungan/Perbukitan dengan batas Administratif sebagai berikut:

- Batas sebelah utara : berbatasan dengan desa Taipa
- Batas sebelah Timur : berbatasan dengan danau Poso/desa Tolambo
- Batas sebelah barat : berbatasan dengan Cagar Alam Pamona
- Batas sebelah selatan : berbatasan dengan desa Bo'e

Wilayah Desa Bancea sebagian besar merupakan kawasan pegunungan dan perbukitan, maka ketinggian wilayah pada umumnya berada diatas 500 meter dari permukaan laut. Berdasarkan data

dari kecamatan Pamona selatan tahun 2014 Desa Bancea memiliki 5 dusun dengan jumlah penduduk 1718 jiwa dan 374 kepala keluarga, laki-laki 880 dan perempuan 838 jiwa dengan rata-rata penduduk/rumah tangga 4 orang. mata pencarian penduduk mengarah pada sector pertanian dan kehutanan dengan jenis tanaman yang diusahakan padi,jagung,kacang tanah,kopi, durian,kakao dan sayur-sayuran. Sedangkan jenis tanaman kehutanan yaitu Damar. Tingkat pendidikan dan kesehatan masyarakatnya relative lebih baik. Penduduk desa Bancea 100% memeluk agama Kristen.

Masyarakat Bancea sebagian besar dari suku etnis Pamona, yang merupakan penduduk asli daerah Poso, sedangkan penduduk lainnya merupakan pendatang dari suku Toraja, Bugis, Jawa dan Bali.

Karakteristik Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok umur responden sampel bervariasi dari umur 28 – 60 tahun (Tabel 1). Dalam tabel 1 memperlihatkan bahwa kelompok umur 45 – 54 tahun adalah kelompok umur yang persentasenya tertinggi yaitu 40 persen atau sebanyak 4 orang.

Tabel 1. Responden Petani Menurut Kelompok Umur, Di Desa Bancea

No.	Umur (Tahun)	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1.	25 - 34	2	20
2.	35 – 44	2	20
3.	45 – 54	4	40
4.	55 – 64	2	20
5.	> 65	-	-
Jumlah		10	100,00

Sumber : Data Primer setelah diolah (2015)

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani sampel respondent tertinggi berpendidikan

SMP dengan 40 persen atau sebanyak 4 orang.

Tabel 2 Responden Petani Menurut Tingkat Pendidikan, Di Desa Bancea

No.	Pendidikan	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1.	SD	3	30
2.	SMP	4	40
3.	SMA	3	30
4.	PT	-	-
Jumlah		10	100,00

Sumber : Data Primer setelah diolah (2015)

Sampel Pedagang Pengumpul di Desa Bancea

orang masih berumur produktif yaitu umur 40 tahun dan 60 tahun.

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa kelompok umur sampel pedagang pengumpul ada 2

Tabel 3. Responden Pedagang pengumpul Menurut Kelompok Umur Desa Bancea

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1.	25 - 34	-	-
2.	35 – 44	1	50
3.	45 – 54	-	-
4.	55 – 64	1	50
5.	> 65	-	-
Jumlah		2	100,00

Sumber : Data Primer setelah diolah (2015)

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan tingkat pendidikan dari sampel pedagang pengumpul ada 2 orang yang 1(satu) orang

berpendidikan SMP dan 1(satu) orang berpendidikan SMA.

Tabel 4. Responden Pedagang pengumpul Menurut Tkt Pendidikan Desa Bancea

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1.	SD	-	-
2.	SMP	1	50
3.	SMA	1	50
4.	PT	-	-
Jumlah		2	100,00

Sumber : Data Primer setelah diolah (2015)

Sampel Pedagang Besar

orang masih berumur produktif yaitu umur 34 tahun dan 45 tahun.

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa kelompok umur sampel pedagang Besar ada 2

Tabel 5. Responden Pedagang besar Menurut Kelompok Umur

No.	Umur (Tahun)	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1.	25 - 34	1	50
2.	35 – 44	-	-
3.	45 – 54	1	50
4.	55 – 64	-	-
5.	> 65	-	-
Jumlah		2	100,00

Sumber : Data Primer setelah diolah (2015)

Berdasarkan Tabel 6 orang yang dua-duanya menunjukkan tingkat pendidikan dari berpendidikan Sarjana (Strata 1). sampel pedagang besar ada 2

Tabel 6. Responden Pedagang Besar Menurut Tingkat Pendidikan

No.	Umur (Tahun)	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1.	SD	-	-
2.	SMP	-	-
3.	SMA	-	-
4.	PT	2	100
Jumlah		2	100,00

Sumber : Data Primer setelah diolah (2015)

Sampel Eksportir Di Kabupaten Poso

orang masih berumur produktif yaitu umur 37 tahun.

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa kelompok umur pedagang besar/eksportir ada 1

Tabel 7. Responden Eksportir Menurut Kelompok Umur, Di Kabupaten Poso.

No.	Umur (Tahun)	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1.	25 - 34	1	100
2.	35 – 44	-	-
3.	45 – 54	-	-
4.	55 – 64	-	-
5.	> 65	-	-
Jumlah		10	100,00

Sumber : Data Primer setelah diolah (2015)

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan tingkat pendidikan dari pedagang besar/eksportir ada 1 orang yang berpendidikan SMA.

Tabel 8. Responden Eksportir Menurut Tingkat Pendidikan, Di Kabupaten Poso.

No.	Pendidikan	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1.	SD	-	-
2.	SMP	-	-
3.	SMA	1	100
4.	PT	-	-
Jumlah		10	100,00

Sumber : Data Primer setelah di Olah (2015)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik petani berdasarkan kelompok umur responden sampel bervariasi dari umur 25 – 64 tahun (Tabel 1 – Tabel 8). Dalam tabel memperlihatkan bahwa kelompok umur 35 – 44 tahun adalah kelompok umur yang persentasenya tertinggi.

Menurut Rusli (1995), mengelompokkan umur yaitu pada umur belum produktif 0 – 12 tahun, umur produktif 15 - 64 tahun dan umur tidak produktif > 65 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori produktif. Suriatna (1988), petani yang berumur antara 25 – 44 tahun dikategorikan cepat mengadopsi atau menerapkan hal-hal yang baru dalam aktivitas usahanya sedangkan yang berumur antara 45 – 54 tahun dikategorikan lambat mengadopsi hal-hal yang baru, tetapi petani tersebut mempunyai kemauan untuk mencoba hal yang baru. Petani yang berumur di atas 55 tahun dikategorikan sebagai petani yang hanya menerima dan sadar akan

hal-hal yang baru tetapi kurang mengadopsi karena masih terakumulir dengan hal yang dianutnya misalnya budaya telah menjadikan mereka tidak berubah dalam system bertani.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian di Desa Bancea diperoleh bentuk saluran pemasaran pada pemasaran biji kakao kering di mulai dari petani ke pedagang pengumpul terus pedagang besar dan kepada eksportir yang ada di Kabupaten Poso.

1. Saluran pemasaran biji kakao pertama dari petani ke pedagang pengumpul dengan rata-rata harga beli Rp.19.500./kg kemudian ke pedagang besar dengan rata-rata harga beli Rp.24.500./kg, dari pedagang besar ke eksportir dengan rata-rata harga beli Rp.26.000./kg.
2. Saluran pemasaran biji kakao yang ke dua dari petani ke pedagang pengumpul dengan rata-rata harga Rp.19.500./kg kemudian ke eksportir dengan

- rata-rata harga beli Rp.26.000./kg.
3. Saluran pemasaran biji kakao yang ketiga dari petani ke pedagang besar dengan rata-rata harga Rp.24.500/kg kemudian ke eksportir dengan rata-rata harga beli Rp.26.000./kg.

Tabel 9. Margin Pemasaran biji Kakao kering di Desa Bancea

Saluran Pemasaran Untuk Desa Bancea			
Petani	Pedagang Pengumpul	Pedagang Besar	Eksportir
Rp. 19.500		Rp. 24.500	Rp.26.000

Petani	Pedagang Pengumpul / Pedagang Besar	Eksportir
Rp. 19.500		Rp. 26.000
	Margin Pedagang Pengumpul	= Rp. 5.000
	Margin Pedagang Besar	= Rp. 1.500

Hasil penelitian di Desa Bancea diperoleh bentuk saluran pemasaran pada pemasaran biji kakao kering di mulai dari petani ke pedagang pengumpul terus pedagang besar dan kepada eksportir yang ada di Kabupaten Poso.

1. Saluran pemasaran biji kakao pertama dari petani ke pedagang pengumpul dengan rata-rata harga beli Rp.19.500./kg kemudian ke pedagang besar dengan rata-rata harga beli Rp.24.500./kg, dari pedagang besar ke eksportir dengan rata-rata harga beli Rp.26.000./kg.
2. Saluran pemasaran biji kakao yang ke dua dari petani ke pedagang pengumpul dengan rata-rata harga Rp.19.500./kg kemudian ke eksportir dengan rata-rata harga beli Rp.26.000./kg.

3. Saluran pemasaran biji kakao yang ketiga dari petani ke pedagang besar dengan rata-rata harga Rp.24.500/kg kemudian ke eksportir dengan rata-rata harga beli Rp.26.000./kg.

Margin Pemasaran Biji Kakao kering di Desa Bancea

Harga beli pedagang pengumpul dari tingkat petani dan menjualnya ke pedagang besar merupakan saluran pemasaran yang menghasilkan margin pemasaran.

1. Saluran pemasaran pertama pedagang pengumpul mendapat margin sebesar Rp.5.000./kg dan pedagang besar mendapat margin sebesar Rp.1.500/kg.
2. Saluran pemasaran kakao yang kedua pedagang pengumpul mendapat margin Rp.6.500./kg
3. Saluran pemasaran kakao yang ketiga dari petani langsung ke

pedagang besar maka petani mendapatkan keuntungan dengan harga jual Rp.24.500/kg, tidak ada margin pedagang pengumpul yang ada hanya margin pedagang besar yaitu Rp.1.500/kg

PENUTUP

Kesimpulan

1. Bentuk saluran pemasaran yang panjang di Desa Bancea berada di mulai dari Petani, Pedagang pengumpul, Pedagang besar dan Eksportir. Bentuk saluran pemasaran yang pendek di mulai dari Petani, Pedagang besar dan Eksportir.
2. Panjangnya Saluran pemasaran kakao menyebabkan nilai margin pemasaran yang diperoleh menjadi besar, hal ini menunjukkan besar perbedaan harga kakao antara petani dengan harga yang dibayarkan oleh pedagang. Margin Pemasaran biji kakao kering sebesar Rp.6.500., adalah Margin yang terbesar yang diterima pedagang pengumpul, sedangkan margin terkecil adalah sebesar Rp. 1.500. yang diterima pedagang besar.

Saran

Untuk memperkecil saluran pemasaran dan margin pemasaran kakao, salah satu upaya yang perlu diterapkan adalah membangun atau menghidupkan kembali kelompok petani kakao, Gapoktan dan koperasi yang mewadai petani kakao guna menampung hasil panen kakao serta

meningkatkan posisi tawar petani kakao terhadap pedagang sehingga mengurangi margin yang besar pada saluran pemasaran kakao. Keadaan geografi Kabupaten Poso yang terpencar untuk tiap kecamatan dan jarak pemasaran yang ditempuh untuk sampai ke pedagang besar dan eksportir sukar dijangkau, sehingga memperbesar nilai margin pemasaran. Untuk itu diharapkan adanya intervensi Pemerintah daerah Kabupaten Poso dalam hal perbaikan infrastruktur transportasi guna memudahkan akses langsung ke eksportir.

DAFTAR PUSTAKA

- Arinong R.Abd & Kadir Edi. 2008. Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kakao di Desa Timbuseng Kecamatan Pattalasang Kabupaten Gowa. Jurnal Agrisistem Volume 4 NO.2. ISSN 1858-4330.
- Kalaba Y. 2007. Analisis Margin Pemasaran Kakao di Kabupaten Donggala, Jurnal Ilmiah Agribisnis Volume 6. NO.2 Penerbit Untad Fakultas Pertanian
- Kotler Philip & Armstrong, 2000. Dasar-dasar Pemasaran (terjemahan Alexander Sindoro), Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler Philip. 1993. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Edisi

Ketujuh. Lembaga Penerbit
Fakultas Ekonomi Universitas
Indonesia. Jakarta.

Rahim Abd&Hastuti dwi retno diah.
2008. Ekonomika Pertanian,
cetakan kedua,
PenerbitPenebar Swadaya
Jakarta

Rusli. 1995. Dasar-dasar
Penyuluhan.CV.Yasaguna,
Jakarta.

Siregar. H.S. Tumpal, Riyadi
Slamet&Nuraeni Laeli 2010.
Budidaya Cokelat cetakan
pertama, Penerbit Penebar
Swadaya. Jakarta

Sudiyono,A.,2002, Pemasaran
Pertanian, edisi kedua.
Cetakan ke 2 Universitas
muhammadiyah malang,
Malang.

Sugiyono. 2004. Statistika untuk
penelitian.Cetakan Keenam
Penerbit Alfabeta Bandung

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian
Bisnis. Cetakan kelimabelas,
Penerbit Alfabeta Bandung

Suriatna, S.1988. Metode
Penyuluhan Pertanian.
Cetakan Pertama, penerbit
PT.MSP Jakarta.

.Swastha Basu dan Irawan,2002,
Manajemen Pemasaran
Modern.Yogyakarta : Liberty.

Swastha Basu, 2002. Azas-azas
Marketing.Edisi Ketiga.
Yogyakarta :Liberty.