

**ANALISIS PEMASARAN LADA PERDU
(Studi Kasus di Desa Marga Mulya Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis)**

**Oleh:
Erwin Krisnandi¹, Soetoro², Mochamad Ramdan³**

- 1) Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Galuh
2) Dosen Fakultas Pertanian Universitas Galuh
3) Dosen Fakultas Pertanian Universitas Galuh

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) saluran pemasaran lada perdu di Desa Margamulya Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis, (2) besarnya biaya, margin dan keuntungan pemasaran lada perdu di Desa Margamulya Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis, (3) besarnya bagian harga yang diterima petani (farmer's share) lada perdu dari harga eceran di Desa Margamulya Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan mengambil lokasi penelitian Desa Margamulya Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode sensus di Desa Margamulya Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis, jumlah sampel responden petani sebanyak 7 orang, sedangkan untuk sampel lembaga pemasaran diambil dengan cara Snowball Sampling terhadap 1 orang pedagang pengumpul, 1 orang pedagang besar dan 3 orang pedagang pengecer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Terdapat satu saluran pemasaran lada perdu di Desa Margamulya Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis yaitu : Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen. Pada saluran pemasaran lada perdu melibatkan tiga lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Besarnya total margin pemasaran adalah Rp. 8.500,00 per kilogram dengan total biaya pemasaran Rp. 435,84 per kilogram sehingga total keuntungan pemasaran Rp. 8.064,16 per kilogram. Besarnya bagian harga yang diterima petani (farmer share) pada saluran pemasaran lada perdu adalah 85,47 persen.

Kata kunci : pemasaran, margin, farmer share

PENDAHULUAN

Lada adalah "*King of Spice*", atau raja tanaman rempah yang kini menjadi komoditas penting perdagangan dunia. Lada berperan penting dalam penghasil devisa dan penyedia lapangan kerja maupun sebagai bahan konsumsi dan bahan baku industri. Sebagai penghasil devisa, lada menempati urutan ke-4 setelah minyak sawit (CPO), karet, dan kopi, dengan nilai ekspor lebih dari 220 juta dolar Amerika Serikat. Petani di Indonesia yang terlibat dalam usahatani dan pengolahan lada sekitar 300 ribu KK, yang menghidupi 1,5 juta manusia (Ditjenbun, 2004 dalam Sitanggang, 2008).

Berdasarkan data dari Departemen Pertanian, kebutuhan lada untuk pasar dunia (*world market*) tidak kurang dari 125 ribu ton per tahun. Sementara produk lada yang dihasilkan petani rata-rata 42 ribu ton per tahun. Ini berarti Indonesia hanya bisa memenuhi permintaan pasar dunia sepertiganya, sisanya dipenuhi oleh Brasil, India, dan beberapa negara lainnya. Padahal, petani lada Indonesia masih bisa memanfaatkan

peluang pasar tersebut dengan cara meningkatkan mutu (kualitas) serta memperluas areal kebun (Sarpian, 2004 dalam Sitanggang, 2008).

Kecamatan Kawali merupakan salah satu Kecamatan, atau penghasil lada perdu di Kabupaten Ciamis. Luas tanam tanaman lada yang terdapat di Kabupaten Ciamis seluas 538,65 hektar, tanaman lada perdu telah dikembangkan dan diusahakan oleh masyarakat sejak lama.

Desa Marga Mulya merupakan salah satu Desa yang berpotensi, hal ini ditunjukkan dari luas areal menghasilkan 4,26 hektar dengan produksi 1,82 ton dengan tingkat produktivitas 0,43 ton per hektar dan jumlah petani sebanyak 7 orang.

Pemasaran tanaman lada perdu di Desa Marga Mulya mempunyai peluang yang cukup baik untuk dikembangkan. Namun dalam pengembangannya masih dijumpai kendala terutama fluktuasi harga yang cukup tajam akibat dari rantai pemasaran yang ada, sehingga berakibat kepada pendapatan yang diterima oleh petani menjadi rendah. Dengan terdapatnya lembaga-lembaga pemasaran dari produsen ke

konsumen yang terlibat, sehingga terjadi perbedaan harga antara harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen. Perbedaan harga tersebut disebabkan adanya biaya pemasaran dan tingkat keuntungan yang berbeda. Pada umumnya semakin banyak lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran, maka perbedaan harga semakin besar sehingga produsen akan mendapatkan bagian harga yang semakin kecil.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode studi kasus, dengan mengambil kasus pada petani dan lembaga pemasaran lada perdu di Desa Marga Mulya Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis. Susilo Rahardjo dan Gudnanto (2011) studi kasus adalah suatu metode untuk memahami individu yang dilakukan secara integrative dan komprehensif agar di peroleh pemahaman yang mendalam tentang individu tersebut beserta masalah yang dihadapinya dengan tujuan masalahnya dapat terselesaikan dan memperoleh perkembangan diri yang baik.

Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini mencakup :

- 1) Petani lada perdu adalah orang yang membudidayakan lada perdu kemudian menjual hasil produksi lada perdu tersebut.
- 2) Saluran pemasaran adalah tata urutan atau jalur pemasaran lada perdu dari produsen sampai ke konsumen akhir.
- 3) Margin pemasaran adalah perbedaan atau selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen, dinyatakan oleh satuan rupiah per kilogram.
- 4) Keuntungan lembaga pemasaran adalah merupakan selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran lada perdu di masing-masing lembaga pemasaran, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
- 5) Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh produsen atau lembaga pemasaran dalam proses pergerakan lada perdu dari tangan produsen ke tangan konsumen akhir, yang terdiri dari :
 - a. Biaya pengangkutan meliputi biaya bagi kegiatan yang ditunjukan untuk menggerakkan barang-barang dari

tempat pembelian sampai ketempat penjualan dinilai dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

- b. Biaya bongkar muat dan kuli angkut yaitu biaya yang dikeluarkan bagi penggunaan kuli angkut dari sarana transportasi ke tempat penjualan dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
- c. Biaya retribusi (resmi) yaitu biaya yang dikeluarkan untuk pembayaran pajak penjualan per kilogram (Rp/kg).
- d. Biaya penyimpanan yaitu biaya yang dikeluarkan bagi sewa gudang atau tempat penyimpanan dinilai dalam rupiah per kilioqram per hari (Rp/kg).
- e. Biaya penyusutan adalah biaya yang diperhitungkan oleh lembaga pemasaran untuk mengutip kerugian akibat adanya kerusakan selama proses pemasaran seperti susut, busuk dan hilang dinilai dalam rupiah perkilogram (Rp/kg).

Penyusutan = Volume Beli – Volume Jual

- 6) Total biaya adalah jumlah semua korbanan ekonomis yang dicurahkan di tingkat lembaga pemasaran dalam menyalurkan produk lada perdu.
- 7) Lembaga pemasaran adalah orang, perusahaan atau lembaga yang terlibat langsung dalam pengaliran lada perdu dari produsen sampai konsumen.
- 8) Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli dan mengumpulkan hasil lada perdu dari petani kemudian menjual ke pedagang besar.
- 9) Pedagang besar adalah pedagang yang membeli produk lada perdu dalam jumlah banyak dan dijual kembali ke pedagang pengecer.
- 10) Pedagang pengecer adalah pedagang yang langsung menjual produk lada perdu kepada konsumen akhir.
- 11) Konsumen akhir adalah orang yang mengkonsumsi produk lada perdu dan tidak menjual kembali.
- 12) Volume penjualan adalah merupakan volume produk yang dijual oleh perantara atau lembaga pemasaran, dinyatakan dalam satuan kilogram (Kg).
- 13) Volume pembelian adalah merupakan volume produk yang dibeli oleh perantara

- atau lembaga pemasaran, dinyatakan dalam satuan kilogram (Kg)
- 14) Harga beli adalah harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran atau konsumen guna mendapatkan barang-barang yang diinginkan, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram.
 - 15) Harga jual adalah harga yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran atau produsen sebagai pengganti atas komoditi yang dipasarkannya, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram.
 - 16) *Farmer's Share* adalah bagian harga yang diterima produsen yang dinyatakan dalam persen.
 - 17) Total nilai produksi adalah besarnya harga produk lada perdu ditingkat konsumen dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan petani lada perdu, dan lembaga pemasaran. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari beberapa instansi terkait seperti Balai Penyuluh Pertanian (BPP) Kecamatan Kawali dan Laporan Lembaga Penelitian serta studi pustaka.

Teknik Penarikan Sampel

Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sensus terhadap 7 orang petani. Menurut Sugiyono (2008) sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa seluruh anggota petani yang berjumlah 7 orang harus dijadikan sebagai sampel.

Lembaga pemasaran yang terdapat di Desa Marga Mulya terdiri dari pedagang pengumpul, PD hasil Bumi Ariyanti yang termasuk ke pedagang besar, dan pasar Panawangan dan Rajadesa Kabupaten Ciamis yang termasuk ke pedagang pengecer.

Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh dari data primer dianalisis sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran lada perdu digunakan analisis deskriptif kualitatif.

2. Marjin pemasaran menggunakan rumus (Angipora, 2002) :

$$Mm = Pe - Pf$$

Keterangan :

Mm = Marjin pemasaran di tingkat petani

Pe = Harga produk di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)

Pf = Harga produk ditingkat petani (Rp/kg)

3. Karena dalam marjin pemasaran terdapat dua komponen yaitu komponen biaya dan komponen keuntungan maka :

$$Mm = \pi + TC$$

$$\pi = Mm - TC$$

Keterangan:

Mm = Margin pemasaran di tingkat petani

π = Keuntungan di tingkat lembaga pemasaran

TC = Total biaya pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

4. Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menggunakan rumus : (Angipora, 2002)

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

Keterangan :

FS = Bagian harga yang diterima produsen (*Farmer's share*)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di Desa Marga Mulya Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Mei sampai dengan Juli 2014.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 12 orang yang terdiri dari 7 orang petani lada perdu, 1 orang pedagang pengumpul, 1 orang pedagang besar dan 3 orang pedagang pengecer.

Semua petani lada perdu dan pedagang pengumpul berada di Desa Marga Mulya Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis, pedagang besar berada di PD hasil Bumi Ariyanti, 1 orang pedagang pengecer berada di Pasar Kawali dan 2 orang pedagang pengecer berada di pasar Panawangan dan Rajadesa Kabupaten Ciamis

1. Umur Responden
Menurut Suratiah (2009) umur produktif berkisar antara 15 sampai dengan 64 tahun, sedangkan umur di bawah 15 dan lebih dari 64 tahun termasuk umur yang tidak produktif. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data umur responden berkisar antara 35 tahun sampai 70 tahun
2. Pendidikan Responden
Tingkat pendidikan responden umumnya adalah tamatan Sekolah Dasar (SD) yaitu sebanyak 3 responden, tamatan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) yaitu sebanyak 8 responden, tamatan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) sebanyak 1 responden.
3. Jumlah Anggota Keluarga
Keluarga yang menjadi tanggungan dalam hal ini adalah anggota keluarga atau sanak saudara yang tinggal satu rumah dengan dan bergantung hidup kepadanya.
4. Pengalaman Berusaha
Berdasarkan hasil penelitian sebagian besar responden berpengalaman usaha antara 7 sampai 25 tahun.
5. Luas Lahan Responden
Desa Marga Mulya merupakan salah satu Desa yang berpotensi, hal ini ditunjukkan dari luas areal menghasilkan 4,26 hektar dengan produksi 1,82 ton dengan tingkat produktivitas 0,43 ton per hektar dan jumlah petani sebanyak 7 orang.

Pemasaran Tanaman Lada Perdu

Pemasaran tanaman lada perdu di Desa Marga Mulya mempunyai peluang yang cukup baik untuk dikembangkan. Namun dalam pengembangannya masih dijumpai kendala terutama fluktuasi harga yang cukup tajam akibat dari rantai pemasaran yang ada, sehingga berakibat kepada pendapatan yang diterima oleh petani menjadi rendah. Dengan terdapatnya lembaga-lembaga pemasaran dari produsen ke konsumen yang terlibat, sehingga terjadi perbedaan harga antara harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen. Perbedaan harga tersebut disebabkan adanya biaya pemasaran dan tingkat keuntungan yang berbeda. Pada umumnya semakin banyak lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran, maka perbedaan harga semakin besar sehingga produsen akan mendapatkan bagian harga yang semakin kecil.

Saluran Pemasaran Lada Perdu

Saluran pemasaran lada perdu melibatkan tiga lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul membeli lada perdu dengan harga Rp. 50.000,00 per kilogram dan dijual kembali ke pedagang besar dengan harga Rp. 53.000,00 per kilogram sehingga margin pemasaran sebesar Rp. 3000,00 per kilogram. Dengan biaya pemasaran sebesar Rp. 178,03 per kilogram, maka keuntungan pemasaran sebesar Rp. 2.821,97 per kilogram.

Pedagang besar membeli lada perdu dengan harga Rp. 53.000,00 per kilogram dan dijual kembali ke pedagang pengecer dengan harga Rp. 55.000,00 per kilogram sehingga margin pemasaran sebesar Rp. 2.000,00 per kilogram. Dengan biaya pemasaran sebesar Rp. 81,35 per kilogram, maka keuntungan pemasaran sebesar Rp. 1.918,65 per kilogram.

Pedagang pengecer membeli lada perdu dengan harga Rp. 55.000,00 per kilogram dan dijual kembali ke konsumen dengan harga Rp. 58.500,00 per kilogram sehingga margin pemasaran sebesar Rp. 3.500,00 per kilogram. Dengan biaya pemasaran sebesar Rp. 176,46 per kilogram, maka keuntungan pemasaran sebesar Rp. 3.323,54 per kilogram.

Farmer Share atau Persentase Bagian Harga yang Diterima Petani

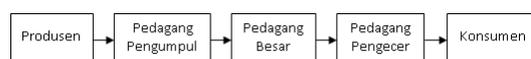
Farmer's Share adalah perbandingan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir kemudian dikali seratus persen. Untung dan ruginya para petani tidak ditentukan oleh besar dan kecilnya nilai *farmer's share*, tetapi dipengaruhi oleh harga produk dan biaya produksi yang dikeluarkan (Angipora, 2002).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat satu saluran pemasaran lada perdu dari petani sampai ke tangan konsumen akhir yaitu :



2. Pada saluran pemasaran lada perdu melibatkan tiga lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Besarnya total margin pemasaran adalah Rp. 8.500,00 per kilogram

dengan total biaya pemasaran sebesar Rp. 435,84 per kilogram sehingga total keuntungan pemasaran sebesar Rp. 8.064,16 per kilogram.

3. Besarnya bagian harga yang diterima petani (farmer share) pada saluran pemasaran lada perdu adalah sebesar 85,47 persen.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat disampaikan adalah petani dianjurkan memiliki tempat untuk menjual langsung lada perdu yang sudah kering kepada konsumen akhir agar keuntungan yang didapat bisa lebih meningkat karena sudah memotong saluran pemasaran dari pedagang pengumpul, pedagang besar, sampai ke pedagang pengecer.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M. 2008. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kedua*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Azhari, DH., 2004. *Dukungan Pengolahan dan Pemasaran Hasil terhadap Pengembangan Agribisnis Hortikultura*. Makalah Disampaikan pada Pertemuan Sinkronisasi Pelaksanaan Pengembangan - Hortikultura 2004. Cisarua Bogor, 24 – 27 Mei 2004.
- Balai Penyuluh Pertanian (BPP) Kecamatan Karangnunggal. 2010. *Laporan Tahunan*. Tasikmalaya.
- Daniel, M. 2010. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Bumi Aksara. Jakarta
- Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Ciamis. 2010. *Laporan Tahunan*. Ciamis.
- . 2008. *Budidaya Lada Perdu (Piper nigrum L.)*. Ciamis
- Desa Marga Mulya Kecamatan Kawalirangnunggal. 2013. *Data Monografi Desa Marga Mulya*. Ciamis.
- Kastaman, R. 2006. *Pengembangan Model Agroindustri dan Pemasaran Terpadu Komoditi Lada Perdu di Kabupaten Ciamis. Laporan Kajian Pengembangan Komoditi Lada Perdu*. Kerjasama LPM UNPAD dengan Direktorat Jenderal P2HP Departemen pertanian.
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1*. Indeks, Jakarta
- Mantra. 2000. *Demografi Umum*. UI Press. Jakarta
- Sitanggang, E. 2008. *Analisis Usahatani Dan Tataniaga Lada*. Universitas Sumatera Utara. Sumatera Utara

Soekartawi, 2000. *Pengantar Agroindustri*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung

Suratiyah, K. 2006. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.

Swastha, B. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta

