

Pada tahun 2013, BBKSDA Jawa Barat mengembangkan usahatani anggrek di kawasan konservasi sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar hutan, dengan adanya pemberdayaan ekonomi tersebut diharapkan masyarakat tidak terlalu tergantung kepada hasil hutan dan tidak merusak hutan. Adapun program tersebut dinamakan program Model Desa Konservasi (MDK) yaitu desa yang dijadikan model bagi desa lain di sekitar kawasan hutan konservasi dalam upaya pemberdayaan masyarakat dengan memperhatikan aspek konservasi, sosial, ekonomi dan budaya masyarakat setempat (BBKSDA Jawa Barat, 2014).

Tujuan program Model Desa Konservasi (MDK) adalah meningkatnya perekonomian masyarakat sekaligus terjaganya kelestarian kawasan konservasi (BBKSDA Jawa Barat, 2013). Cakupan model desa konservasi meliputi lima kawasan yang berada di 12 desa dan kawasan konservasi yang terluas adalah Taman Buru Masigit Kareumbi yang berada di dua desa yaitu Desa Sindulang dan Desa Tanjungwangi. Pengembangan ekonomi alternatif di Desa Tanjungwangi adalah pembibitan tanaman dan ternak kelinci, sedangkan di Desa Sindulang dikembangkan budidaya anggrek dan pelatihan menjahit.

Keberadaan usahatani anggrek pada kelompok MDK Desa Sindulang tentu saja perlu didukung oleh sistem pemasaran yang baik, karena produksi yang baik akan sia-sia apabila tidak disertai dengan pemasaran yang baik dan efisien, sehingga pemberdayaan ekonomi yang diharapkan BBKSDA Jawa Barat pun akan menjadi sia-sia.

Sebagian besar masyarakat mengartikan pemasaran sebagai proses penjualan barang dan jasa, tetapi bila dilihat lebih lanjut pemasaran mempunyai arti lebih luas daripada pengertian tersebut. Menurut Kotler (2009), pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Pemasaran termasuk salah satu kegiatan perekonomian yang membantu dalam penciptaan nilai ekonomi, sedangkan nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu. Selain itu, pemasaran juga merupakan sebuah faktor penting dalam

siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu pemasaran harus dapat menafsirkan kebutuhan-kebutuhan konsumen dan mengkombinasikannya dengan data pasar seperti lokasi konsumen, jumlah konsumen dan kesukaan mereka. Informasi tersebut dapat dipakai sebagai dasar untuk mengadakan pengelolaan bagi kegiatan produksi, yaitu bagaimana petani dapat memproduksi hasil-hasil pertanian yang dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Kotler, 2009).

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis melakukan penelitian mengenai Analisis Saluran Pemasaran Anggrek Pada Kelompok Model Desa Konservasi (MDK) Kawasan Taman Buru Masigit Kareumbi di Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- 1) Saluran pemasaran anggrek dari produsen sampai ke konsumen di Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang.
- 2) Besarnya margin, biaya dan keuntungan pemasaran anggrek dari produsen sampai ke konsumen di Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, dengan mengambil kasus pada Kelompok Model Desa Konservasi (MDK) di Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang. Menurut Iskandar (2009), Studi kasus bertujuan untuk mengembangkan metode kerja paling efisien, peneliti mengadakan telaah secara mendalam, kesimpulan hanya berlaku atau terbatas pada kasus tertentu saja/tidak dapat digeneralisasikan sehingga produktivitas penelitian lebih tinggi.

Operasionalisasi Variabel

Untuk menyamakan dan memperjelas pemahaman terhadap variabel-variabel yang diteliti, maka dioperasionalkan sebagai berikut :

- 1) Produsen adalah Kelompok tani yang berada di kawasan konservasi Taman Buru Masigit Kareumbi yang bernama Kelompok MDK di Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang.

- 2) Saluran pemasaran adalah tata urutan atau jalur pemasaran anggrek dari produsen sampai ke konsumen akhir.
- 3) Marjin pemasaran adalah perbedaan atau selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen, dinyatakan dengan satuan rupiah per buah (Rp/buah).
- 4) Keuntungan lembaga pemasaran adalah selisih antara marjin pemasaran dengan biaya pemasaran anggrek, dinyatakan dengan satuan rupiah per buah (Rp/buah).
- 5) Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam proses pergerakan anggrek dari tangan produsen ke tangan konsumen akhir, yang terdiri dari :
 - a) Biaya bongkar muat yaitu biaya yang dikeluarkan untuk bongkar muat anggrek termasuk kuli angkut, dinyatakan dengan satuan rupiah per buah (Rp/buah).
 - b) Biaya penyusutan adalah biaya yang diperhitungkan oleh lembaga pemasaran untuk menutup kerugian akibat adanya kerusakan selama proses pemasaran seperti susut dan hilang, dinyatakan dengan satuan rupiah per buah (Rp/buah). Untuk menghitung biaya penyusutan menggunakan rumus sebagai berikut (Angipora, 2002) :

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Volume Susut} \times \text{Harga Beli}}{\text{Volume Beli}}$$

$$\text{Volume Susut} = \text{Volume beli} - \text{Volume jual}$$
 - c) Biaya penyimpanan adalah biaya yang dikeluarkan untuk menyimpan anggrek selama proses pemasaran berlangsung, dinyatakan dengan satuan rupiah per buah (Rp/buah).
 - d) Biaya pengangkutan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengangkut anggrek selama proses pemasaran berlangsung, dinyatakan dengan satuan rupiah per buah (Rp/buah).
- 6) Harga beli adalah harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran atau konsumen untuk mendapatkan barang-barang yang diinginkan, dinyatakan dengan satuan rupiah per buah (Rp/buah).
- 7) Harga jual adalah harga yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran atau produsen sebagai pengganti atas komoditi yang dipasarkannya, dinyatakan dengan satuan rupiah per buah (Rp/buah).
- 8) Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli dan mengumpulkan anggrek dari petani kemudian menjualnya kepada pedagang besar/pengecer.
- 9) Pedagang besar adalah pedagang yang membeli anggrek dalam jumlah besar dari pedagang pengumpul, kemudian menjualnya kembali kepada pedagang pengecer.
- 10) Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli anggrek dari pedagang besar/ pengumpul/ produsen untuk dijual kembali kepada konsumen.
- 11) Konsumen adalah pembeli anggrek dari produsen atau pedagang pengecer untuk kegiatan konsumsi bukan kegiatan produksi.
- 12) Volume penjualan adalah volume produk yang dijual oleh perantara atau lembaga pemasaran, dinyatakan dalam satuan buah.
- 13) Volume pembelian adalah volume produk yang dibeli oleh perantara atau lembaga pemasaran, dinyatakan dalam satuan buah.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari petani anggrek dan lembaga pemasaran yang berperan aktif dalam mekanisme pemasaran anggrek dengan cara melakukan wawancara langsung. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dinas, instansi, lembaga dan studi kepustakaan yang terkait dengan penelitian ini

Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel untuk produsen dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu pada Kelompok MDK yang berada di kawasan konservasi Taman Buru Masigit Kareumbi yang bernama Kelompok MDK di Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang. Menurut Arikunto (2006), *purposive sampling* yaitu menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dipandang dapat memberikan data secara maksimal.

Untuk teknik penarikan sampel pedagang perantara dilakukan dengan metode pengambilan bola salju (*snowball sampling*) dengan

menelusuri lembaga tataniaga secara bertahap dimulai dari informasi petani sampel. Berdasarkan penelusuran tersebut diketahui bahwa pedagang perantara pada saluran pemasaran anggrek dari Desa Sindulang terdiri dari 5 orang pedagang pengecer.

Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh dari lapangan dianalisis sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui saluran pemasaran anggrek dari petani sampai ke konsumen akhir dijelaskan secara deskriptif.
- 2) Untuk mengetahui marjin pemasaran dianalisis dengan formulasi sebagai berikut (Sudiyono, 2004):

$$MP = B + \pi \quad \text{atau} \quad MP = H_J - H_B$$

Keterangan :

MP = Marjin Pemasaran (Rp/kg)

H_J = Harga Jual (Rp/kg)

B = Biaya Pemasaran (Rp/kg)

H_B = Harga Beli (Rp/kg)

π = Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)

- 3) Karena dalam marjin pemasaran terdapat dua komponen yaitu komponen biaya dan komponen keuntungan, maka untuk menghitung biaya dan keuntungan pemasaran digunakan rumus sebagai berikut (Sudiyono, 2004) :

$$B = MP - \pi \quad \pi = MP - B$$

Keterangan :

B = Biaya pemasaran (Rp/kg)

π = Keuntungan pemasaran (Rp/kg)

MP = Marjin Pemasaran (Rp/kg)

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada Kelompok MDK di Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang, dengan alasan bahwa kelompok tersebut merupakan satu-satunya kelompok yang mengusahakan tanaman anggrek sebagai pengembangan ekonomi alternatif di kawasan konservasi Taman Buru

Masigit Kareumbi. Waktu penelitian mulai Bulan April sampai dengan Bulan Juli 2015.

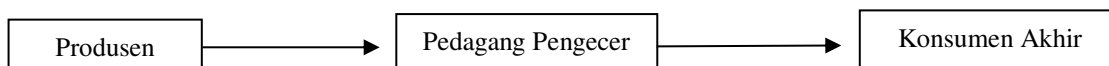
HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

- 1) Umur responden berkisar antara 41 sampai 53 tahun, dengan demikian seluruh responden termasuk ke dalam usia kerja atau usia produktif.
- 2) Tingkat pendidikan petani adalah lulusan SMA sedangkan pedagang pengecer tingkat pendidikannya bervariasi, yaitu lulusan SD sebanyak tiga orang, lulusan dari SMP satu orang dan lulusan dari SMA sebanyak satu orang, secara keseluruhan responden telah memiliki rasa tentang pentingnya wajib belajar.
- 3) Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengalaman responden seluruhnya adalah 2 tahun, hal ini dapat dipahami karena usahatani tanaman anggrek baru dikembangkan pada tahun 2013 untuk mendukung wisata alam dan konservasi di kawasan Taman Buru Masigit Kareumbi.
- 4) Responden yang mempunyai tanggungan keluarga 1 sampai 2 orang sebanyak 3 orang atau 50 persen dari jumlah keseluruhan petani, demikian pula dengan responden yang mempunyai tanggungan keluarga 3 sampai 4 orang sebanyak 3 orang atau 50 persen dari jumlah keseluruhan responden.

Saluran Pemasaran Anggrek

- 1) Pemasaran anggrek dari Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang melalui satu saluran pemasaran, dimana pelaku pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran dari produsen ke tangan konsumen adalah pedagang pengecer. Berdasarkan hasil penelitian bahwa anggrek dari kelompok MDK Desa Sindulang dijual kepada konsumen melalui pedagang pengecer yang ada di Desa Sindulang, saluran pemasaran dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1.

Saluran Pemasaran Anggrek pada Kelompok MDK di Desa Sindulang
Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang

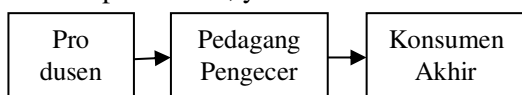
- 2) Hasil penelitian di tingkat petani menunjukkan bahwa produk tanaman anggrek yang dihasilkan kelompok MDK dijual kepada 5 orang pedagang pengecer yang ada di lokasi wisata Taman Buru Masigit Kareumbi di Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang. Transaksi dilakukan di tempat petani dengan volume jual produk tanaman anggrek sebanyak 115 pot atau rata-rata 23 pot per pengecer dengan sistem pembayaran secara tunai.
- 3) Besarnya biaya pemasaran anggrek di pedagang pengecer rata-rata Rp. 3.520,00. Jenis biaya tersebut antara lain biaya transportasi Rp. 1.540,00 per pot atau 43,75 persen, biaya bongkar muat Rp. 660,00 per pot atau 18,75 persen, dan biaya penyimpanan rata-rata Rp. 1.320 per pot atau 37,50 persen dari biaya pemasaran secara keseluruhan. Dari data tersebut diketahui bahwa biaya terbesar yang dikeluarkan pedagang pengecer adalah biaya transportasi.
- 4) harga beli anggrek Rp. 30.000 per pot dan harga jual Rp. 40.000 per pot, sehingga diperoleh margin pemasaran anggrek sebesar Rp. 10.000 per pot. Pada tabel 13 juga terlihat biaya pemasaran anggrek sebesar Rp. 3.520,00 per pot, sehingga apabila margin dikurangi biaya maka diperoleh keuntungan pemasaran yaitu sebesar Rp. 6.480,00. per pot.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Saluran pemasaran anggrek dari Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang hanya terdapat satu saluran pemasaran, yaitu :



- 2) Harga beli anggrek Rp. 30.000 per pot dan harga jual Rp. 40.000 per pot, sehingga diperoleh margin pemasaran anggrek sebesar Rp. 10.000 per pot, biaya pemasaran anggrek sebesar Rp. 3.520 per pot, maka diperoleh keuntungan pemasaran yaitu sebesar Rp. 6.480 per pot.

Saran

Berdasarkan atas kesimpulan penelitian, maka disarankan agar petani dan pedagang tidak hanya memasarkan produk anggrek di lokasi wisata kawasan Taman Buru Masigit Kareumbi tetapi mencari peluang pasar yang lebih luas, misalnya Kota Bandung, agar omzet dan pendapatannya meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agromedia. 2007. *Cara Tepat Merawat Anggrek*. Redaksi Agromedia. Jakarta.
- Angipora. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kedua*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Anjayani dan Haryanto, 2009. *Geografi SMA XI*. Penerbit Cempaka Putih. Jakarta.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Barat. 2013. *Grand Design Model Desa Konservasi (Sebagai Instrumen Penanganan Gangguan Kawasan Konservasi Ditinjau Dari Program Pendekatan Sosial)*. BBKSDA Jawa Barat. Bandung.
- _____. 2014. *Buku Informasi Kawasan Konservasi BBKSDA Jawa Barat*. BBKSDA Jawa Barat. Bandung.
- _____. 2015. *Data Curah Hujan Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang*. BBKSDA Jawa Barat. Bandung.
- Darmono, D. W. 2008. *Agar Anggrek Rajin Berbunga*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Desa Sindulang. 2015. *Profil Desa Sindulang*. Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang.
- Gifriah. 2004. *Analisis Efisiensi Pemasaran Tanaman Anggrek Dendrobium Sp. Di DKI Jakarta (Studi Kasus : Taman Anggrek Ragunan, Pasar Minggu-Jakarta Selatan)*. Skripsi. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Ginting, R. 2008. *Tanaman Budidaya Anggrek*. Penerbit Gloria. Jakarta.
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Gaung Persada Press. Jakarta.

- Iswanto, H. 2002. *Petunjuk Perawatan Anggrek*. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen dan Pemasaran Jilid II*. Penerbit Prenhelindo. Jakarta .
- Kotler, P. dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT, Erlangga. Jakarta
- Pranata, A. 2005. *Budidaya Dan Perawatan Anggrek*. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Saragih, B. 2001. *Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Loji Grafika Griya Sarana. Bogor.
- Soekartawi, 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.
- Sumardi, Susilawati dan Sunarhadi. 2007. *Geografi 2*. Penerbit Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta.
- Swastha, B. dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Tjasyono, B. 2004. *Klimatologi*. Institut Teknologi Bandung. Bandung.
- Widiastuti, R., Aththorick Alief T. & Marliya. 2010. *Tumbuhan Anggrek Hutan Gunung Sinabung*. Pustaka Bangsa Press. Medan.