

# ANALISIS SALURAN PEMASARAN KOMODITAS PANDANWANGI DI DESA BUNIKASIH KECAMATAN WARUNGKONDANG KABUPATEN CIANJUR

Oleh :

Rosda Malia S.P, M.Si \* dan Wisnu Mulyanu Supartin, S.P \*\*

## ABSTRAK

Pandanwangi adalah komoditas khas unggulan Cianjur yang mempunyai nilai jual tinggi. Tepat jika pemasaran komoditas ini dikembangkan agar dapat memberikan keuntungan yang banyak bagi petani. Tujuan penelitian ini : (1) mengidentifikasi saluran pemasaran komoditas Pandanwangi, (2) mengetahui biaya pemasaran, (3) mengetahui saluran pemasaran yang paling optimal dan (4) mengidentifikasi struktur pasar komoditas Pandanwangi. Penelitian dilaksanakan di Desa Bunikasih Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur dari Bulan April-Juli 2014. Responden dalam penelitian ini adalah petani, pengumpul dan pengecer. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis margin pemasaran serta farmer's share. Terdapat tiga saluran pemasaran yang dipilih petani Pandanwangi di Desa Bunikasih. Saluran pertama adalah saluran nol tingkat, yaitu dari petani ke konsumen dengan total biaya pemasarannya Rp. 2.860,- per kilo gram. Saluran kedua adalah saluran satu tingkat, yaitu dari petani, pengumpul kemudian ke konsumen dengan total biaya pemasaran sebesar Rp. 3.343,57,- per kilo gram. Saluran ketiga adalah saluran dua tingkat yaitu dari petani, pengumpul dan pengecer kemudian sampai pada konsumen dengan total biaya sebesar Rp. 3.916,57,- per kilo gram. Saluran pemasaran nol tingkat adalah saluran yang paling optimal bagi petani karena memberikan bagian barga yang paling besar kepada petani dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya. Pada tataniaga komoditas Pandanwangi di Desa Bunikasih struktur pasar yang terbentuk adalah pasar persaingan sempurna.

Kata kunci : Pandanwangi, Saluran, Fungsi, Biaya, Optimal, Struktur

## ABSTRACT

Pandanwangi is a typical commodity from Cianjur that has a high selling value. Pandanwangi marketing was developed in order to provide many benefits for farmers. The purpose of this research : 1. identify marketing channel commodities pandanwangi, 2. to know the cost of marketing, 3. to know the most optimal marketing channels and 4. identify market structure commodities pandanwangi. Research carried out in village Bunikasih Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur from The Moon April-Juli 2014. Respondents in this research is farmer, compiler and retailers. Methods of processing and data analysis consisted of : descriptive analysis, analysis marketing margins and farmers share. There are three marketing channels was selected by farmer Pandanwangi of Desa Bunikasih. The first is the zero level marketing channel with the total cost is Rp. 2.860,-/kg. The second channel is the one level marketing channel with the total cost is Rp. 3.343,57,-/kg. The third channel is the two level marketing channel with total cost is Rp. 3.916,57,-/kg. The zero level marketing channels is the most optimal marketing channels for farmers, because provide the largest part of the price to the farmers than other marketing channels. The structure of market of Pandanwangi trading system in Desa Bunikasih inclined to the perfect competition market.

Key words : Pandanwangi, channel, function, cost, optimal, structure

\*Dosen Fakultas Pertanian UNSUR

\*\*Alumni Fakultas Pertanian UNSUR

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Cianjur adalah salah satu wilayah sentra produksi padi yang merupakan sumber komoditas beras. Beras produksi Cianjur merupakan komoditas yang mudah dipasarkan, mengingat komoditas ini tidak hanya dibutuhkan di kawasan lokal Cianjur, melainkan komoditas yang dibutuhkan baik regional maupun nasional. Namun, pada proses pemasarannya masih terdapat kendala dan masalah yang harus diselesaikan. Masalah pasar dan

tataniaga, pada dasarnya lebih kepada tersedianya pasar dan informasi harga, di mana dirasakan tidak wajar, kondisi selalu fluktuatif, bergantung kepada pedagang dan tengkulak yang secara umum merugikan petani (Anonim, 2007).

Komoditas Pandanwangi memiliki nilai jual tinggi, diharapkan dapat memberi keuntungan yang banyak oleh para petani. Untuk mewujudkan hal tersebut, salah satunya adalah melalui pemilihan saluran pemasaran yang tepat.

Usahatani komoditas Pandanwangi di Wilayah Cianjur dikembangkan dan difokuskan di 8 (delapan) kecamatan. Delapan kecamatan ini dianggap sebagai wilayah yang mempunyai kekhasan

geografi yang cocok dalam membudidayakan Pandanwangi. Ke delapan kecamatan tersebut adalah : Warungkondang, Cibeber, Cugenang, Cilaku, Cianjur, Sukaresmi, Gekbrong dan Campaka. Penanaman pandanwangi terbesar terletak di Kecamatan Warungkondang (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Cianjur, 2013).

Meskipun Pandanwangi merupakan komoditas yang mempunyai nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan komoditas beras lainnya, akan tetapi masih banyak petani yang enggan untuk membudidayakan dan melakukan kegiatan usahatani komoditas ini. Sebagian petani beranggapan bahwa Pandanwangi adalah komoditas yang berumur panjang dalam budidayanya dan tidak menguntungkan untuk diusahakan. Di sisi lain sejumlah petani Pandanwangi di wilayah Kabupaten Cianjur menyatakan bahwa harga jual komoditas Pandanwangi ini sangat tergantung pada harga yang ditetapkan tengkulak. Hal ini yang menjadikan harga beras Pandanwangi di tingkat petani lebih rendah dibandingkan Pandanwangi yang dijual di tingkat pedagang ke konsumen secara langsung.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi saluran pemasaran komoditas Pandanwangi di Desa Bunikasih Kecamatan Warungkondang.
2. Mengetahui biaya pemasaran komoditas Pandanwangi untuk masing-masing saluran pemasaran.
3. Mengetahui saluran pemasaran komoditas Pandanwangi yang paling optimal.
4. Mengidentifikasi struktur pasar tataniaga komoditas Pandanwangi.

### METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Desa Bunikasih Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Desa Bunikasih secara administratif merupakan bagian dari Kecamatan Warungkondang, di mana Kecamatan Warungkondang adalah salah satu kecamatan sentra produksi Pandanwangi di Kabupaten Cianjur, dilakukan sejak bulan April sampai dengan bulan Juli 2014. Metode penentuan responden adalah dengan menggunakan metode yang bersifat *non probability* dengan teknik *purposive*, yaitu teknik penentuan responden dengan pertimbangan tertentu (Sidik, 2012). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, kemudian dilakukan analisis deskriptif sesuai bidang permasalahan. Analisis deskriptif adalah analisis yang mendeskripsikan atau memberi gambaran

terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2011).

### Analisis Margin Pemasaran

Menurut Jumiati *dkk.*, (2013), Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.

$$M_i = H_{ji} - H_{bi} \quad \text{atau} \quad M_i = B_i + \pi_i$$

Di mana :

- $M_i$  = Margin pemasaran pada lembaga ke- $i$
- $H_{ji}$  = Harga jual pada lembaga ke- $i$
- $H_{bi}$  = Harga beli pada lembaga ke- $i$
- $B_i$  = Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga ke- $i$
- $\pi_i$  = Keuntungan pemasaran yang diperoleh lembaga ke- $i$
- $i = 1,2,3...n$  (Purwanto, 2011)

### Analisis Farmer's share

Analisis *farmer's share* untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani dari harga di tingkat konsumen dirumuskan sebagai berikut :

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

Di mana :

- $F_s$  = bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*)
- $P_f$  = harga di tingkat petani
- $P_r$  = harga di tingkat konsumen (Kohl dan Uhl, 1990 *dalam* Silitonga, 2005)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Tempat Penelitian

Desa Bunikasih Kecamatan Warungkondang terletak di wilayah utara Kabupaten Cianjur. Keadaan topografis Desa Bunikasih merupakan wilayah yang termasuk ke dalam daerah dataran rendah, yaitu ketinggian wilayah berada pada 550 meter di atas permukaan laut (mdpl) dengan suhu rata-rata 30°C serta curah hujan berkisar pada 3.000 mm per tahun.

Kondisi topografis wilayah tersebut menjadikan wilayah ini menjadi salah satu sentra produksi tanaman pangan, khususnya padi. Mayoritas masyarakatnya bermatapencaharian sebagai petani, maka sebagian besar potensi lahan yang ada digunakan sebagai lahan pertanian yang

memungkinkan desa ini tidak hanya sebagai salah satu sentra produksi tanaman pangan, melainkan juga sebagai wilayah penghasil komoditas hortikultura dan tanaman perkebunan lainnya.

Total jumlah penduduk Desa Bunikasih adalah 5.889 orang. Total jumlah tersebut terdiri dari laki-laki sebanyak 3.045 orang dan perempuan sebanyak 2.844 orang. Secara keseluruhan masyarakat Desa Bunikasih terdiri dari 1.972 kepala keluarga.

### **Karakteristik Responden**

Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini berjumlah 11 (sebelas) orang responden. Terbagi atas 8 (delapan) orang petani Pandanwangi dari Desa Bunikasih yang merupakan anggota dari Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Wangun Jaya. Responden pedagang pada penelitian ini terdiri dari tiga orang pedagang yaitu pedagang pengumpul yang menerima komoditas Pandawangi dari responden sebelumnya (komoditas Pandanwangi dari petani Pandawangi) dan 1 (satu) orang pedagang pengecer sebagai lembaga pemasaran tujuan pedagang pengumpul berikutnya di kawasan Cianjur.

Sebanyak 1 (satu) orang petani atau 12,5% mengusahakan lahan untuk Pandanwanginya seluas < 0,25 hektar dan termasuk ke dalam petani gurem, 6 orang petani lainnya atau 75% mengusahakan lahan seluas 0,25-1 hektar dan termasuk ke dalam petani menengah serta 1 (satu) orang petani lainnya mengusahakan > 1 hektar atau 12,5% yang termasuk ke dalam petani yang mengusahakan lahan luas.

Sebelas orang responden dalam penelitian ini merupakan penduduk atau masyarakat yang masih tergolong ke dalam penduduk usia produktif.

Sebanyak 7 (tujuh) orang atau 64% responden pendidikannya adalah hanya sebatas pada tingkat sekolah dasar (SD), sebanyak 3 (tiga) orang atau 27% responden tingkat pendidikannya adalah sekolah menengah pertama (SMP) dan sisanya 1 (satu) orang atau 9% responden tingkat pendidikannya adalah sekolah menengah atas (SMA/ sederajat).

### **Saluran Pemasaran Komoditas Pandanwangi**

Saluran pemasaran komoditas Pandanwangi yang ada di Desa Bunikasih Kecamatan Warungkondang adalah : saluran pemasaran nol tingkat yaitu dari petani ke konsumen, saluran satu tingkat yaitu dari petani melalui pedagang pengumpul kemudian ke konsumen dan saluran dua tingkat yaitu dari petani melalui pedagang pengumpul dan pedagang pengecer kemudian ke konsumen.

### **Biaya Pemasaran Komoditas Pandanwangi**

Biaya pemasaran saluran nol tingkat adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan komoditas Pandanwangi hasil produksi petani sampai kepada konsumen langsung. Komoditas yang dipasarkan kepada konsumen adalah komoditas Pandanwangi yang telah dalam bentuk beras. Pada Saluran pemasaran nol tingkat petani menanggung semua biaya-biaya. Biaya tersebut diantaranya adalah untuk menjalankan fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan) sebesar Rp. 0,-/kg. Fungsi fisik (panen, pengangkutan, penjemuran dan penggilingan) sebesar Rp. 900,-/kg. Fungsi fasilitas (biaya pengemasan dan resiko penyusutan) sebesar Rp. 1.960,-/kg.

Biaya pemasaran pada saluran pemasaran satu tingkat dikeluarkan oleh dua lembaga, yaitu petani dan pengumpul. Pada saluran ini kedua lembaga mengeluarkan biaya pemasaran yang berbeda-beda sesuai dengan fungsi-fungsi pemasaran yang dijalankan oleh setiap lembaga pemasaran. Petani menjual hasil produksi Pandanwangi kepada pengumpul dalam bentuk gabah kering panen, kemudian pengumpul menjual komoditas Pandanwangi kepada konsumen secara langsung dalam bentuk beras. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani dan pengumpul dalam menjalankan fungsi pertukaran masing-masing adalah sebesar Rp. 0,-/kg. Fungsi fisik (panen dan pengangkutan) biaya yang dikeluarkan petani sebesar Rp. 378,57,-/kg sedangkan oleh pengumpul (pengangkutan, penjemuran dan penggilingan) adalah Rp. 632,5,-/kg. Fungsi fasilitas (biaya pengemasan dan resiko penyusutan) biaya yang dikeluarkan petani adalah Rp. 0,-/kg sedangkan pengumpul sebesar Rp. 2.332,5,-/kg.

Biaya pemasaran saluran dua tingkat dikeluarkan oleh tiga lembaga, yaitu petani, pengumpul dan pedagang pengecer. Pada saluran ini lembaga-lembaga tersebut mengeluarkan biaya pemasaran yang berbeda-beda sesuai dengan fungsi-fungsi pemasaran yang dijalankan oleh setiap lembaga. Pada saluran ini petani menjual hasil produksi Pandanwangi kepada pengumpul dalam bentuk gabah kering panen, kemudian pengumpul menjual komoditas dalam bentuk beras. Selanjutnya pengecer menjual ke konsumen dalam bentuk beras. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani, pengumpul dan pengecer dalam menjalankan fungsi pertukaran masing-masing adalah sebesar Rp. 0,-/kg. Fungsi fisik (panen dan pengangkutan) biaya yang dikeluarkan petani sebesar Rp. 378,57,-/kg sedangkan oleh pengumpul (pengangkutan, penjemuran dan penggilingan serta transportasi) adalah Rp. 792,5,-/kg dan pengumpul adalah sebesar Rp. 0,-/kg. Fungsi fasilitas biaya yang dikeluarkan petani adalah Rp. 0,-/kg sedangkan pengumpul dan pengecer masing-masing (biaya

pengemasan dan resiko penyusutan) sebesar Rp. 2.332,5,-/kg dan Rp. 413,-/kg.

### **Saluran Pemasaran Optimal Komoditas Pandanwangi**

#### **Optimalisasi Berdasarkan Marjin Pemasaran**

Untuk menganalisis marjin pemasaran, data yang digunakan adalah data harga di tingkat petani dan data harga di tingkat lembaga pemasaran. Pada saluran nol tingkat, satu tingkat dan dua tingkat harga di tingkat petani adalah sebesar Rp. 5.200,- sedangkan harga di tingkat konsumen Rp. 12.600,- untuk saluran nol tingkat dan masing-masing Rp. 15.000,- untuk saluran satu dan dua tingkat. Oleh sebab itu dapat dihitung total marjin pemasaran pada saluran nol tingkat adalah sebesar Rp. 7.400,-/kg dan total marjin pemasaran masing-masing untuk saluran satu dan dua tingkat adalah sebesar Rp. 9.800,-/kg. Margin terkecil menunjukkan saluran nol tingkat merupakan saluran paling optimal bagi konsumen. Di level petani, keuntungan pemasaran terbesar di saluran nol tingkat.

#### **Optimalisasi Berdasarkan *Farmer's Share***

*Farmer's share* digunakan untuk melihat persentase harga yang diterima oleh petani dibandingkan dengan total harga yang dibayarkan oleh konsumen. Saluran pemasaran yang memberikan bagian harga terbesar kepada petani adalah saluran pemasaran nol tingkat yaitu sebesar 41,27 persen dibandingkan dengan saluran satu dan dua tingkat, masing-masing yaitu sebesar 34,67 persen.

#### **Struktur Pasar Tataniaga Pandanwangi**

Struktur pasar yang terjadi pada tataniaga komoditas Pandanwangi di Desa Bunikasih yaitu dapat ditinjau dari banyak atau tidaknya lembaga pemasaran, banyak atau tidaknya konsumen yang terlibat dan siapa yang berperan dalam penentuan harga serta diferensiasi produk Pandanwangi tersebut. Pada pemasaran komoditas Pandanwangi di Desa Bunikasih menunjukkan bahwa lembaga pemasaran yang terlibat jumlahnya lebih dari satu lembaga (banyak penjual yang terlibat), dapat diamati pemasaran Pandanwangi dalam bentuk gabah kering panen penjualnya banyak, begitu pula pemasaran Pandanwangi dalam bentuk beras penjualnya banyak (lebih dari satu penjual), konsumen yang terlibat juga banyak dan sistem penentuan harga yang terjadi berdasarkan mekanisme pasar tidak ada satu pihakpun yang dapat menentukan harga di pasaran baik itu harga komoditas dalam bentuk gabah kering panen atau dalam bentuk beras serta tidak ada diferensiasi produk baik itu produk yang dipasarkan dalam

bentuk gabah kering panen atau dalam bentuk beras. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa struktur pasar yang terjadi pada pemasaran komoditas Pandanwangi di Desa Bunikasih adalah pasar persaingan sempurna.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Saluran pemasaran komoditas Pandanwangi yang ada di Desa Bunikasih Kecamatan Warungkondang adalah saluran pemasaran nol tingkat yaitu dari petani ke konsumen, saluran satu tingkat yaitu dari petani melalui pedagang pengumpul kemudian ke konsumen dan saluran dua tingkat yaitu dari petani melalui pedagang pengumpul dan pedagang pengecer kemudian ke konsumen.
2. Total biaya pemasaran komoditas Pandanwangi di Desa Bunikasih masing-masing saluran adalah Rp. 2.860,- per kilo gram untuk saluran pemasaran nol tingkat, Rp. 3.343,57,- per kilo gram untuk saluran pemasaran satu tingkat dan Rp. 3.916,57,- per kilo gram untuk saluran pemasaran dua tingkat.
3. Saluran pemasaran optimal komoditas Pandawangi di Desa Bunikasih adalah saluran pemasaran nol tingkat karena berdasarkan analisis marjin pemasaran saluran pemasaran nol tingkat merupakan saluran yang memiliki marjin pemasaran yang paling kecil yaitu sebesar Rp. 7.400,- per kilo gram dan berdasarkan analisis *farmer's share* menunjukkan bahwa saluran pemasaran nol tingkat memberikan bagian harga paling besar kepada petani yaitu sebesar 41,27 persen. Margin terkecil menunjukkan saluran nol tingkat merupakan saluran paling optimal bagi konsumen. Di level petani, keuntungan pemasaran terbesar di saluran nol tingkat.
4. Struktur pasar yang terjadi pada tataniaga komoditas Pandanwangi di Desa Bunikasih adalah bersifat pasar persaingan sempurna. Hal ini dicirikan berdasarkan banyaknya lembaga pemasaran/penjual dan kosumen yang terlibat serta sistem penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar yang terjadi.

### **Saran**

1. Secara berkelompok sebaiknya petani melalui kelompok tani/gapoktan melakukan penjualan komoditas Pandanwangi langsung pada konsumen atau kepada pengecer dalam bentuk beras untuk meningkatkan pendapatan petani.
2. Pemerintah sebaiknya lebih intensif dalam melakukan pembinaan sehingga petani melalui kelompok tani/gapoktan dapat memanfaatkan

internet agar petani mendapatkan pangsa pasar yang luas serta mengikuti berbagai pameran pertanian.

3. Perlu adanya revitalisasi pertanian komoditas Pandanwangi khususnya di wilayah Desa Bunikasih melalui kerjasama berbagai pihak, karena sudah banyak petani yang enggan untuk melestarikan kekhasan daerah Cianjur yaitu Pandanwangi dengan tidak lagi membudidayakan komoditas tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2007. *Revitalisasi Pertanian (Agriculture Revitalization)*. Jakarta : Departemen Pertanian.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Cianjur, 2013.
- Jumiati, E. dkk., 2013. *Analisis Saluran Pemasaran Dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur*. Jurnal AGRIFOR Volume XII Nomor 1.
- Purwanto. 2011. *Efisiensi Pemasaran Kayu Jenis Sengon (Paraserianthes falcataria)*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sidik, A. 2012. *Cara Mudah Aplikasi Metode Statistika*. Cianjur : Mumtaz Publisher.
- Silitonga, EH. 2005. *Analisis Efisiensi Pemasaran Sayuran Dataran Tinggi Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara*. Evi Naria: Jurnal Komunikasi Penelitian Volume XVII Nomor 4.
- Sugiyono. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.