

**EFISIENSI PEMASARAN CENGKEH DARI DESA SIGEGA
BERSEHATI KECAMATAN TINOMBO SELATAN
KABUPATEN PARIGI MOUTONG**

**Marketing Efficiency of Cloves from Sigega Bersehati Village
South Tinombo District Parigi Moutong Regency**

Nomiati Alini Polume¹⁾, Marhawati Mappatoba²⁾, Ali Akrab²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako.

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako.

E-mail : nomiatialini@gmail.com, wati_chairil@hotmail.com, aliakrab86170@gmail.com.

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing margin, farmer's share and marketing efficiency of cloves from Sigega Bersehati Village, South Tinombo District, Parigi Moutong Regency. This research was carried out from July to August 2023 in Sigega Bersehati Village. The respondents sampled consisted of clove farmers, gathering traders and wholesalers. Sampling farmers using the purposive method was as many as 10 respondents. Sampling of traders, collectors and wholesalers using the snowball sampling method is as many as 3 traders. The data used are primary and secondary data. The analysis used in this study was marketing margin analysis, farmer's share and marketing efficiency. The results showd that the total marketing margin is Rp.10.000.- with a margin at each marketing institution of Rp.5.000.-. The results of the farmer's share analysis show that the share of prices received by farmers is high, which is 92% in accordance with the criteria of >50% efficient. The results of the clove marketing efficiency analysis are 1.33%, thus the marketing of cloves from Sigega Bersehati Village is efficient according to the criteria of 0-33% is the same as efficient.

Keywords: Marketing Margin, Farmer's Share, Marketing Efficiency.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran cengkeh dari Desa Sigega Bersehati Kecamatan Tinombo Selatan Kabupaten Parigi Moutong. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli hingga bulan Agustus 2023 di Desa Sigega Bersehati. Responden yang dijadikan sampel terdiri dari petani cengkeh, pedagang pengumpul dan pedagang besar. Pengambilan sampel petani menggunakan metode *purposive* yaitu sebanyak 10 orang responden. Pengambilan sampel pedagang pengumpul dan pedagang besar menggunakan metode *snowball sampling* yaitu sebanyak 3 pedagang. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total margin pemasaran yaitu Rp.10.000.- dengan margin pada masing-masing lembaga pemasaran sebesar Rp.5.000.-. Hasil analisis *farmer's share* menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima petani tinggi yaitu 92% sesuai dengan kriteria >50% efisien. Hasil analisis efisiensi pemasaran cengkeh yaitu 1,33% dengan demikian pemasaran cengkeh dari Desa Sigega Bersehati efisien sesuai dengan kriteria 0-33% sama dengan efisien.

Kata kunci: Margin Pemasaran, *Farmer's Share*, Efisiensi Pemasaran.

PENDAHULUAN

Kebijakan pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan pendapatan dan taraf hidup petani dan masyarakat pada umumnya dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil pertanian. Meningkatnya hasil pertanian diharapkan dapat memberikan keuntungan secara adil baik terhadap petani, pelaku pemasaran maupun konsumen. Pembagian keuntungan yang adil diantara pelaku ekonomi sangat ditentukan oleh efisiensi pemasaran. Sistem pemasaran yang efisien akan memperkecil selisih antara harga ditingkat petani produsen dengan harga ditingkat konsumen sehingga konsumen memperoleh harga yang murah dan petani menerima harga yang lebih layak. Selain harga yang lebih layak, petani juga menginginkan harga yang relatif stabil dari waktu ke waktu.

Sektor perkebunan merupakan salah satu penyumbang terbesar ekonomi negara. Khusus untuk cengkeh sangat spesifik karena Indonesia dikenal sebagai produsen sekaligus konsumen terbesar di dunia, salah satu komoditi perkebunan di Indonesia yang menjadi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri rokok kretek serta permintaan ekspor yaitu adalah komoditas cengkeh. Tanaman cengkeh (*Syzygium aromaticum* (L) Merr & Perry) di Indonesia lebih kurang 95% diusahakan oleh rakyat dalam bentuk perkebunan rakyat yang tersebar diseluruh provinsi. Sisanya sebesar 5% diusahakan oleh perkebunan swasta dan perkebunan negara. Cengkeh merupakan tanaman yang bersifat tahunan yang memiliki proses produksi dan pemasaran yang panjang (Ali M Sutriyono, 2018).

Cengkeh banyak digunakan sebagai bumbu masakan di negara-negara Asia dan Eropa, dan sebagai bahan utama rokok kretek khas Indonesia. Bagian utama dari tanaman cengkeh yang bernilai komersial adalah bunganya, yang sebagian besar digunakan dalam industri rokok. Cengkeh selain digunakan sebagai bahan baku rokok kretek, cengkeh juga digunakan untuk industri farmasi dan industri makanan. Minyak cengkeh yang berasal dari bunga cengkeh, gagang/tangkai dan daun cengkeh mengandung *eugenol* dan

bersifat *anestetik* dan *antimikrobia*. *Eugenol* tersebut dapat digunakan untuk aromaterapi, mengobati sakit gigi, menghilangkan bau nafas, dan dapat mengendalikan beberapa jamur patogen pada tanaman. Selain untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri yang semakin meningkat, komoditas cengkeh dari Indonesia juga ditujukan untuk memenuhi permintaan pasar luar negeri (Najiyati S, dkk, 2003).

Tahun 2021 luas lahan cengkeh di Kabupaten Parigi Moutong yaitu seluas 7.439,25 ha dengan jumlah produksi cengkeh sebesar 1.664,35 ton. Kecamatan Tinombo Selatan adalah salah satu penghasil komoditas cengkeh terbanyak dengan luas lahan 1.098,00 ha dengan jumlah produksi cengkeh sebesar 454,39 ton di ikuti Kecamatan Bolano Lambunu, Sidoan, Tinombo, Tomini, Kasimbar, dan Mepanga. Tanaman cengkeh di Kabupaten Parigi Moutong merupakan salah satu komoditi yang memiliki peranan sangat penting dalam menggerakkan perekonomian masyarakat pedesaan.

Jumlah produksi cengkeh di Desa Sigega Bersehati pada Tahun 2021 adalah sebanyak 125,00 ton dengan luas lahan 125,00 ha dan produktifitas sebesar 1,00 ton/ha. Areal perkebunan di Desa Sigega Bersehati membuat penduduk memilih bekerja sebagai petani cengkeh, tidak sedikit yang hanya mengandalkan dari hasil panen cengkeh yang memiliki musim panen setahun sekali bahkan jika cuaca atau iklim sedang ekstrim atau memiliki curah hujan yang panjang, hal tersebut akan sangat memungkinkan panen cengkeh menjadi dua kali setahun.

Pada umumnya petani cengkeh memasarkan hasil cengkeh pada lembaga pemasaran dengan selisih harga yang relatif besar yaitu Rp.5.000.-/kg – Rp.10.000.-/kg. Adanya perbedaan antara harga yang dibayarkan pedagang dengan harga yang diterima petani dikarenakan adanya lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut yang dimana masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat akan mengeluarkan biaya dan mengambil keuntungan dalam proses pemasaran tersebut, hal ini dapat berpengaruh pada margin pemasaran dan keuntungan yang diterima

petani. Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan penelitian ini adalah :

1. Berapakah margin pemasaran, dan *farmer's share* cengkeh dari Desa Sigega Bersehati Kecamatan Tinombo Selatan Kabupaten Parigi Moutong ?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran cengkeh dari Desa Sigega Bersehati Kecamatan Tinombo Selatan Kabupaten Parigi Moutong ?

METODE PENELITIAN

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan responden terpilih dengan menggunakan daftar pertanyaan (*quisioner*). Data sekunder diperoleh dari studi literatur, buku, artikel, jurnal yang terkait dengan penelitian.

Adapun sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 13 orang yang terdiri dari 10 petani cengkeh, 2 pedagang pengumpul dan 1 pedagang besar. Pengambilan sampel petani menggunakan metode *purposive* atau secara sengaja. Pengambilan sampel pedagang menggunakan metode *snowball sampling*.

1. Menurut (Nuriati dkk, 2018) margin pemasaran dapat dihitung dengan rumus:

$$MP = Pf - Pr$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran

Pf = Harga ditingkat konsumen

Pr = Harga ditingkat produsen

$$MT = M_1 + M_2.....M_n$$

Keterangan :

MT = Margin total pemasaran

M1 + M2.....Mn = Margin setiap lembaga

2. *Farmer's share* dapat dianalisis dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

FS = *Farmer's share*

Pr = Harga ditingkat produsen

Pf = Harga ditingkat konsumen

3. Menurut (Soekartawi, 2002) untuk menghitung efisiensi pada setiap saluran pemasaran di gunakan rumus sebagai berikut :

$$EP = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Total Nilai Produk}} \times 100\%$$

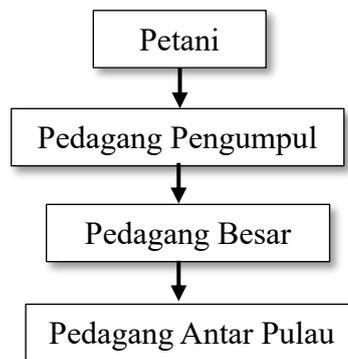
Keterangan :

EP = Efisiensi Pemasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah Tanaman Cengkeh. Semakin banyak jumlah pohon cengkeh yang ditanam oleh petani maka semakin tinggi pula produksi cengkeh.

Saluran Pemasaran. Kegiatan untuk menyalurkan hasil komoditas cengkeh kepada konsumen secara tepat akan menjamin keberhasilan pemasaran cengkeh dan pemasaran dapat berjalan dengan baik. Kegiatan penyaluran hasil komoditas cengkeh dari produsen ke konsumen dapat melibatkan beberapa perantara yang saling bekerja sama. Hal ini juga dijumpai pada pemasaran cengkeh yang dihasilkan oleh petani di Desa Sigega Bersehati. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hanya terdapat satu saluran pemasaran cengkeh di Desa Sigega Bersehati yaitu :



Pada umumnya petani menjual hasil cengkehnya ke pedagang pengumpul selanjutnya ke pedagang besar lalu akan di ekspedisi ke pabrik atau industri di Pulau Jawa melalui pedagang antar pulau.

Tabel 1. Margin Pemasaran Cengkeh dari Desa Sigega Bersehati Kecamatan Tinombo Selatan Kabupaten Parigi Moutong.

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)
1.	Petani	
	Biaya transportasi	200
	Biaya karung	50
	Biaya pemasaran	250
	Harga jual	120.000
2	Pedagang pengumpul	
	Harga beli	120.000
	Biaya transportasi	118
	Biaya tenaga kerja	29
	Biaya karung	50
	Biaya pemasaran	197
	Keuntungan	4.803
	Margin	5.000
	Harga jual	125.000
3.	Pedagang besar	
	Harga beli	125.000
	Biaya transportasi	1.180
	Biaya tenaga kerja	49
	Biaya karung	50
	Biaya pemasaran	1.279
	Keuntungan	3.721
	Margin	5.000
	Harga jual	130.000
	Total biaya pemasaran	1.726
	Total margin pemasaran	10.000
	Margin rata-rata	5.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023.

Margin Pemasaran.

Analisis margin pemasaran pada dasarnya digunakan untuk bagaimana distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima petani, selain itu analisis margin pemasaran juga ditujukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam jaringan pemasaran/distribusi suatu komoditas (Sudiyono, 2001).

Margin pemasaran adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan ditingkat konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen.

1. Pedagang Pengumpul

$$MP = Pr - Pf$$

$$MP = Rp.125.000 - Rp 120.000$$

$$MP = Rp 5.000/Kg$$

2. Pedagang Besar

$$MP = Pr - Pf$$

$$MP = Rp 130.000 - Rp 125.000$$

$$MP = Rp 5.000/kg$$

$$MT = M_1 + M_2 + \dots + M_n$$

$$MT = Rp 5.000 + Rp 5.000$$

$$MT = Rp 10.000$$

Dari hasil perhitungan margin pemasaran pada lembaga pemasaran cengkeh didapatkan total margin sebesar Rp.10.000 dengan margin rata-rata sebesar Rp.5.000.

Farmer's Share

Farmer's Share merupakan perbandingan harga yang diterima petani cengkeh dengan harga yang dibayar konsumen, *farmer's share* dinyatakan dalam persentase. Menurut (Asmarantaka, 2014) semakin besar bagian yang diterima petani (produsen) maka pemasaran tersebut semakin efisien. *Farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani cengkeh di Desa Sigega Bersehati dapat dilihat pada perhitungan berikut.

$$Fs = Pf/Pr \times 100\%$$

$$Fs = 120.000/130.000 \times 100\%$$

$$Fs = 92\%$$

Pada perhitungan dapat dilihat bahwa nilai *farmer's share* yaitu sebesar 92%, berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa pemasaran cengkeh dari Desa Sigega Bersehati efisien karena bagian harga yang diterima petani tinggi.

Efisiensi Pemasaran Cengkeh

Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dinyatakan dengan persen (Nainggolann, 2017). analisis efisiensi pemasaran cengkeh dapat dilihat pada perhitungan berikut:

$$EP = TB/TNP \times 100\%$$

$$TB = (1.726 \times 10.170)$$

$$= Rp17.553.420$$

$$TNP = (130.000 \times 10.170)$$

= Rp 1.322.100.000

$$EP = (TB/TNP) \times 100\%$$

$$EP = (17.553.420/1.322.100.000) \times 100\%$$

$$EP = 1,33\%$$

Pada perhitungan diatas terlihat bahwa nilai efisiensi pemasaran cengkeh pada saluran pemasaran sebesar 1,33%, berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa pemasaran cengkeh efisien dengan melihat total margin pemasaran yang kecil, dan bagian harga yang diterima petani lebih tinggi, juga nilai efisiensi yang sesuai dengan kriteria 0-33% sama dengan efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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

1. Total margin pemasaran dari Desa Sigega Bersehati sebesar Rp 10.000, dengan margin pada masing-masing lembaga pemasaran sebesar Rp 5.000 dan bagian harga yang diterima petani sebesar 92% yang berarti pemasaran efisien karena nilai *farmer's share* tinggi.
2. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran cengkeh sebesar 1,33%, dengan demikian pemasaran cengkeh dari Desa Sigega Bersehati efisien karena berada dikriteria 0-33% sama dengan efisien.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa pemasaran cengkeh dari Desa Sigega Bersehati adalah efisien dengan melewati dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar dengan tingkat efisiensi yang sesuai kriteria, namun penelitian ini belum sampai ketingkat industri atau konsumen akhir, dengan begitu peneliti selanjutnya disarankan agar dapat melakukan penelitian sampai ketingkat konsumen akhir atau industri agar dapat mengetahui lebih lanjut berapa margin pemasaran dan bagian harga yang diterima petani serta bagaimana tingkat efisiensinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali. M, Sutriyono. (2018). *Teknik Budidaya Cengkeh*. Penerbit Fakultas Pertanian, Universitas Merdeka. Surabaya.
- Asmarantaka. RW. (2014). *Pemasaran Agribisnis*. IPB Press. Institut Pertanian. Bogor.
- Mantra. (2004). *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Najiyati. S, Danarti. (2003). *Budidaya dan Penanganan Pascapanen Cengkeh*. Penerbit Penebar Swadaya. Jakarta.
- Nainggolan. I.P.M, Pratiwi. M.W. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Perusahaan*. Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen, 32: 80-96.
- Nuriati. NK. (2018). *Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha. 10(2): 512-522.
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil Pertanian*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Sudiyono. A. (2001). *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhamadiyah. Malang.