

**MARJIN PEMASARAN CENGKEH DI DESA TOMPASOBARU SATU
KECAMATAN TOMPASOBARU**

Clove Marketing Margin in Tompaso Baru One Village, Tompaso Baru District

**Keni Angga Pinontoan, Jane S. Tambas, dan Lyndon R. J. Pangemanan
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi**

ABSTRACT

The results of this study show that the clove marketing channel in Tompaso Baru Satu Village involves marketing institutions, namely collecting traders. Collecting traders buy cloves from farmers or producers then sorting is carried out, after that the cloves are packaged and then sold to wholesalers in Manado City using land transportation, namely pickup cars or trucks depending on the availability of cloves. Farmers or producers sell cloves to collecting traders at a price of Rp. 110,000 per kg, where the price is determined by the collecting merchant. In its sale, farmers or producers spend Rp. 51 per kg for sacks and transportation of Rp. 58 per kg, with a total marketing cost of Rp. 109 per kg. The profit obtained by farmers or producers after deducting marketing costs is Rp. 109,891 per kg. Collecting traders sell cloves to wholesalers at a price of Rp. 135,000 per kg. In its sales, collecting traders incur labor costs of Rp. 522 per kg, packaging costs of Rp. 52 per kg and transportation costs of Rp. 435 per kg. The marketing margin obtained by collecting traders is Rp. 25,000 per kg with profits obtained after deducting marketing costs of Rp. 23,994 per kg.

Keywords: *marketing margin, clove*

ABSTRAK

Hasil penelitian ini menunjukkan saluran pemasaran cengkeh di Desa Tompaso Baru Satu melibatkan lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul membeli cengkeh dari petani atau produsen kemudian dilakukan penyortiran, setelah itu cengkeh dikemas lalu di jual ke pedagang besar yang berada di Kota Manado menggunakan transportasi darat yaitu mobil pick up atau truck tergantung ketersediaan cengkeh. Petani atau produsen menjual cengkeh ke pedagang pengumpul dengan harga Rp. 110.000 per kg, dimana harga tersebut ditentukan oleh pedagang pengumpul. Dalam penjualannya, petani atau produsen mengeluarkan biaya untuk karung sebesar Rp. 51 per kg dan transportasi sebesar Rp. 58 per kg, dengan total biaya pemasaran Rp. 109 per kg. Keuntungan yang diperoleh petani atau produsen setelah dikurangi biaya pemasaran yaitu Rp. 109.891 per kg. Pedagang pengumpul menjual cengkeh pada pedagang besar dengan harga Rp. 135.00 per kg. Dalam penjualannya, pedagang pengumpul mengeluarkan biaya tenaga kerja sebesar Rp. 522 per kg, biaya pengemasan sebesar Rp. 52 per kg dan biaya transportasi sebesar Rp 435 per kg. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul yaitu Rp. 25.000 per kg dengan keuntungan yang diperoleh setelah dikurangi biaya pemasaran yaitu sebesar Rp. 23.994 per kg.

Kata kunci: *marjin pemasaran, cengkeh*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Cengkeh merupakan salah satu tanaman rempah-rempah yang memegang peranan penting sejak ratusan tahun yang lalu sebagai bahan makanan, pengobatan dan industri rokok kretek. Cengkeh merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi diantara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara dan sebagai sumber penghasilan bagi petani cengkeh.

Biaya dan margin pemasaran memegang peranan yang dinamis dalam meningkatkan produksi dan dapat merangsang para petani untuk melaksanakan peningkatan dan perbaikan cara-cara berproduksi yang sesuai dengan permintaan pasar. Pemasaran hasil pertanian penting bagi petani selaku produsen. Masalah inilah yang sering dihadapi petani dimana kurangnya informasi mengenai pemasaran hasil pertanian sehingga masih banyak petani yang belum mampu memasarkan hasil pertanian yang mereka hasilkan secara luas. Penentuan harga jual lebih banyak dikuasai oleh lembaga pemasaran sehingga kekuatan tawar menawar antara petani dan lembaga pemasaran hampir tidak ada

Komoditi cengkeh merupakan tanaman yang memiliki luas areal terbesar dari komoditi lain dan banyak di manfaatkan oleh petani, salah satunya petani yang ada di Desa Tompaso Baru Satu. Petani yang ada di Desa Tompaso Baru Satu memiliki lahan tanaman cengkeh yang ada di dalam Desa Tompaso Baru Satu maupun yang berada di desa sekitar.

Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila sistem pemasaran tersebut memiliki rantai distribusi yang tidak terlalu panjang, sehingga tidak terjadi kelonjakan harga yang terlalu tinggi pada pihak konsumen akhir. Adanya rantai distribusi yang tidak terlalu panjang diharapkan

petani mendapatkan keuntungan yang maksimum dan konsumen akhir membayar harga yang rendah. Berdasarkan uraian tersebut, maka penting dilakukan penelitian dengan judul Analisis Biaya dan Marjin Pemasaran Cengkeh di Desa Tompaso Baru Satu Kecamatan Tompaso Baru.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Biaya dan Marjin Pemasaran Cengkeh di Desa Tompaso Baru Satu Kecamatan Tompaso Baru.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat atau tambahan pengetahuan bagi berbagai pihak seperti:

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan bagian dari proses belajar yang harus ditempuh sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratu-langi Manado.
2. Bagi Pemerintah dan Instansi terkait dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan secara keseluruhan.
3. Bagi Peneliti lain, sebagai landasan dan bahan informasi untuk penelitian sejenis, serta dapat menjadi titik tolak untuk melakukan penelitian serupa dalam lingkungan yang lebih luas.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai bulan Mei 2023, di Desa Tompaso Baru Satu Kecamatan Tompaso Baru Kabupaten Minahasa Selatan.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan petani cengkeh, pengumpul menggunakan daftar pertanyaan sebagai alat bantu dalam pengumpulan data. Data sekunder diperoleh dari kantor desa, instansi terkait dan literature yang berkaitan dengan penelitian.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel petani cengkeh dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling (Secara Sengaja). Populasi petani cengkeh di Desa Tompasso Baru Satu Kecamatan Tompasso Baru adalah 39 petani. Peneliti mengambil sampel sebanyak 15 petani yang tanamannya sudah berproduksi. Penentuan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode snowball sampling yaitu penelusuran pemasaran cengkeh yang ada di Desa Tompasso Baru Satu mulai dari produsen atau petani cengkeh.

Konsep Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Karakteristik Responden Petani dan Lembaga Pemasaran:
 - 1) Umur (Tahun)
 - 2) Jenis Kelamin
 - 3) Tingkat Pendidikan terakhir (SD, SMP, SMA, S1)
 - 4) Lama berusahatani/berdagang cengkeh (Tahun)
 - 5) Luas Lahan
2. Petani Cengkeh
 - 1) Harga jual cengkeh (Rp/kg).
 - 2) Biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran cengkeh ?
 - 3) Kepada siapa menjual cengkeh tersebut ?

3. Lembaga Pemasaran

- 1) Harga beli cengkeh ?
- 2) Harga jual cengkeh
- 3) Biaya yang di keluarkan dalam proses pemasaran cengkeh ?

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis data deskriptif dimana hasil penelitian disajikan dalam bentuk tabel.

1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran pada tanaman cengkeh dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Bp = Bp1 + Bp2 \dots + Bpn$$

2. Marjin Pemasaran

Margin pemasaran dapat dihitung secara matematis menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Mp = Pr - Pf \quad (6)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Wilayah Penelitian

Desa Tompasso Baru Satu adalah satu wilayah yang ada di Kecamatan Tompasso Baru. Desa Tompasso Baru Satu memiliki luas wilayah 47.200 Km². Secara administrasi Desa Tompasso Baru Satu Berbatasan dengan:

- Sebelah Utara: Desa Torout
- Sebelah Selatan: Desa Tompasso Baru Dua
- Sebelah Timur: Desa Kinalawiran
- Sebelah Barat: Desa Pinaesaan

Sejarah Desa

Desa Tompasso Baru Satu adalah hasil pemekaran dari desa Tompasso Baru yang terbagi menjadi dua desa, yaitu desa Tompasso Baru Satu

dan desa Tompaso Baru Dua. Desa Tompaso Baru Satu diresmikan tahun 1978 dengan ditunjuknya pejabat kepala desa (hukum tua) yaitu Bpk. J.A. Runtuwene dan selanjutnya dilaksanakan pemilihan kepala desa.

Keadaan Penduduk

Total keseluruhan jumlah penduduk di Desa Tompaso Baru Satu sebanyak 2.030 jiwa, dengan jumlah KK sebanyak 670. Jumlah penduduk menurut jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	1.050	51.73
2	Perempuan	980	48.27
	Jumlah	2.030	100

Sumber: Kantor Desa Tompaso Baru Satu, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa penduduk berjenis kelamin laki-laki sebanyak 1.050 jiwa (51.73%) dan penduduk berjenis kelamin perempuan sebanyak 980 jiwa (48.27%) dari total penduduk yang ada di Desa Tompaso Baru Satu.

Mata pencaharian penduduk Desa Tompaso Baru 1 terdiri dari 340 Buruh, 320 Petani, 21 Peternak, 50 Pedagang, 15 Tukang Kayu, 2 Penjahit, 46 PNS, 56 Pensiunan, 8 TNI/POLRI, 22 Perangkat Desa, 2 industri kecil dan 8 buruh industri.

Karakteristik Responden Petani Cengkeh

Karakteristik responden merupakan kriteria yang diberikan kepada subjek penelitian agar informasi pada penelitian dapat tertuju dengan tepat. Karakteristik responden petani cengkeh pada penelitian ini dapat dilihat berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, lama berusahatani cengkeh dan luas lahan.

Umur Petani Cengkeh

Masa produktif seseorang dapat dipengaruhi oleh umur. Umur dapat berpengaruh pada pola pikir dan fisik seseorang. Umur petani cengkeh di Desa Tompaso Baru Satu dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Petani Cengkeh Berdasarkan Umur

No.	Kelompok Umur (tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	44 – 53	9	60
2	54 – 63	6	40
	Jumlah	15	100

Sumber: Kantor Desa Tompaso Baru Satu, 2023

Tabel 2 menunjukkan pada umur 44 sampai 53 memiliki presentase yang lebih yakni 60% dengan jumlah responden 9 orang dan umur 54 sampai 63 memiliki presentase 40% dengan jumlah responden 6.

Karakteristik Petani Cengkeh Berdasarkan Luas Lahan

Luas lahan merupakan salah satu faktor petani dalam mengambil keputusan pada pengelolaan usahatannya. Luas lahan juga turut berperan dalam jumlah produksi yang dihasilkan petani. Luas lahan petani cengkeh di Desa Tompaso Baru Satu dapat dilihat Pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Petani Cengkeh Berdasarkan Luas Lahan

No.	Luas Lahan (ha)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	0.5 - 0.9	7	46.67
2	1 – 2	8	53.33
	Jumlah	15	100

Sumber: Kantor Desa Tompaso Baru Satu, 2023

Tabel 3 menunjukkan 7 (46.67) petani responden memiliki lahan antara 0.5 sampai 0.9 ha dan 8

(53.33%) petani responden memiliki lahan 1 sampai 2 ha.

Luas lahan petani cengkeh di Desa Tompaso Baru satu yang cukup besar memungkinkan petani lebih terampil dalam mengelola cengkeh.

Karakteristik Responden Pedagang Pengumpul Cengkeh

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli cengkeh dari petani yang ada di Desa Tompaso Baru Satu. Karakteristik responden pedagang pengumpul cengkeh pada penelitian ini dapat dilihat berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan lama berdagang cengkeh.

Jenis Kelamin Pedagang Pengumpul

Berdasarkan hasil penelitian pedagang pengumpul cengkeh di Desa Tompaso Baru Satu berjumlah 3 orang. Jenis kelamin pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Pedagang Pengumpul Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	2	66.67
2	Perempuan	1	33.33
	Jumlah	3	100

Sumber: Kantor Desa Tompaso Baru Satu, 2023

Tabel 4 menunjukkan pedagang pengumpul cengkeh berjenis kelamin laki-laki sebanyak 2 orang atau 66.67% dan berjenis kelamin perempuan 1 orang atau 33.33%.

Umur Pedagang Pengumpul

Tingkat produktivitas seseorang termasuk pedagang pengumpul dapat dilihat dari tingkat umurnya. Umur pedagang pengumpul cengkeh dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Pedagang Pengumpul Berdasarkan Umur

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	27-49	1	33.33
2	50-72	2	66.67
	Jumlah	3	100

Sumber: Kantor Desa Tompaso Baru Satu, 2023

Tabel 5 menunjukkan pedagang pengumpul yang berumur 27-49 tahun sebanyak 1 orang atau 33.33% dan pedagang pengumpul yang berumur 50-72 sebanyak 2 orang atau 66.67%.

Tingkat Pendidikan Pedagang Pengumpul

Kemampuan seseorang dalam menjalankan usaha sangat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki pedagang pengumpul maka semakin tinggi kemampuan pedagang dalam memasarkan produk. Berdasarkan hasil penelitian pedagang pengumpul di Desa Tompaso Baru Satu semuanya atau 100% memperoleh pendidikan formal sampai tingkat SMA.

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya.

Petani (Produsen)

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, produsen dalam hal ini petani cengkeh melakukan fungsi pertukaran yaitu dengan menjual cengkeh dalam bentuk kering kepada pedagang pengumpul dan pedagang besar. Petani melakukan fungsi pengangkutan dengan mengantar cengkeh langsung ke pedagang pengumpul menggunakan mobil.

Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul melakukan fungsi pemasaran yaitu penjualan dan pembelian, fungsi fisik yaitu pengemasan, penyimpanan dan pengangkutan serta fungsi fasilitas atau pelancar yaitu penyortiran.

Pedagang Besar

Pedagang Besar, fungsi pemasaran yang dilakukan adalah fungsi pertukaran penjualan dan pembelian, fungsi fisik, pengemasan, penyimpanan dan pengangkutan, serta fungsi pelancar yaitu penyortiran.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang di terima produsen. Untuk mengetahui besarnya margin, biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran saluran pemasaran cengkeh di Desa Tompaso Baru Satu dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 menunjukkan saluran pemasaran cengkeh di Desa Tompaso Baru Satu melibatkan lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul membeli cengkeh dari petani atau produsen kemudian dilakukan penyortiran, setelah itu cengkeh dikemas lalu di jual ke pedagang besar yang berada di Kota Manado menggunakan transportasi darat yaitu mobil pick up atau truck tergantung ketersediaan cengkeh.

Tabel 6. Margin, Biaya Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran Cengkeh di Desa Tompaso Baru Satu Kecamatan Tompaso Baru

No.	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Farmer Share (%)
1	Petani Cengkeh (Produsen)		
	• Harga Jual	110.000	81.48
	• Biaya Pengemasan	51	0.03
	• Biaya Transportasi	58	0.04
	• Jumlah Biaya Pemasaran	109	0.08
2	Pedagang Pengumpul		
	• Harga Beli	110.000	81.48
	• Biaya Tenaga Kerja	522	0.38
	• Biaya Pengemasan	52	0.03
	• Biaya Transportasi	435	0.32
	• Jumlah biaya Pemasaran	1.009	0.74
	• Margin Pemasaran	25.000	18.51
• Keuntungan Pemasaran	23.994	17.77	
3	Pedagang Besar a. Harga Beli	135.000	100

Pedagang pengumpul menjual cengkeh pada pedagang besar dengan harga Rp. 135.000 per kg. Dalam penjualannya, pedagang pengumpul mengeluarkan biaya tenaga kerja sebesar Rp. 522 per kg, biaya pengemasan sebesar Rp. 52 per kg dan biaya transportasi sebesar Rp. 435 per kg. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul yaitu Rp. 25.000 per kg dengan keuntungan yang diperoleh setelah dikurangi biaya pemasaran yaitu sebesar Rp. 23.994 per kg.

Total biaya pemasaran cengkeh pada saluran pemasaran di Desa Tompaso Baru satu sebesar Rp. 1.118 per kg. total margin sebesar 25.000 per kg dan total keuntungan sebesar Rp. 23.882 per kg.

Panjang pendeknya saluran pemasaran akan sangat berpengaruh pada keuntungan yang akan di terima oleh petani dan lembaga pemasaran. Besarnya biaya yang dikeluarkan petani dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran berbeda-beda. Besarnya biaya

pemasaran sangat dipengaruhi oleh kegiatan yang dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai analisis biaya dan margin pemasaran cengkeh di Desa Tompaso Baru Satu Kecamatan Tompaso Baru dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasaran cengkeh di Desa Tompaso Baru Satu Kecamatan Tompaso Baru terdapat 1 saluran pemasaran cengkeh yaitu: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar
2. Biaya pemasaran yang dikeluarkan petani yaitu Rp. 109 per kg. Keuntungan yang diperoleh petani atau produsen setelah dikurangi biaya pemasaran yaitu Rp. 109.891 per kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul yaitu Rp. 1.009. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul yaitu Rp. 25.000 per kg dengan keuntungan yang diperoleh setelah dikurangi biaya pemasaran yaitu sebesar Rp. 23.994 per kg.
3. Total biaya pemasaran cengkeh pada saluran pemasaran di Desa Tompaso Baru satu sebesar Rp. 1.118 per kg. total margin sebesar 25.000 per kg dan total keuntungan sebesar Rp. 23.882 per kg.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu petani dengan adanya saluran pemasaran dalam memasarkan cengkeh, karena anjang pendeknya saluran pemasaran akan sangat berpengaruh pada keuntungan yang akan di terima oleh petani dan lembaga pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, R.. 2017. Konsep Pemasaran Agribisnis: Pendekatan Ekonomi dan Manajemen Agribisnis. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. 5 (2)
- Aziza, A.. 2020. Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Agribisnis Rumput Laut di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep. Skripsi. Universitas Hasanudin. Makassar.
- Najiyanti, S.. dan Danarti. 2003. Budidaya dan Penanganan Pascapanen Cengkeh. Edisi Revisi. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Wona, E.. 2019. Analisis Pemasaran Cengkeh (*Syzigium aromaticum*) di Desa Takatunga Kecamatan Golewa Selatan Kabupaten Ngada. *Jurnal bulletin Excellentia*. 8(1)
- Wulansari, C.. 2015. Analisis Jalur Pemasaran Marjin Pemasaran dan Transmisi Harga Lateks di Desa Pagar Gading Kecamatan Blambangan Pagar Kabupaten Lampung Utara. Universitas Sanata Dharma.