

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN MARGIN PEMASARAN BIJI PALA
DI DESA BELENGANG KECAMATAN MANGANITU
KABUPATEN KEPULAUAN SANGIHE**

**ANALYSIS OF MARKETING CHANNELS AND MARKETING MARGIN OF NUTRITION
SEEDS IN BELENGANG VILLAGE, MANGANITU DISTRICT, SANGIHE ISLANDS**

Marfanuel Takasihaeng⁽¹⁾, Leonardus Ricky Rengkung⁽²⁾, Tommy Ferdy Lolowang⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: tmarfanuel@gmail.com

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id : Kamis, 25 Januari 2022
Disetujui diterbitkan : Jumat, 28 Januari 2022

ABSTRACT

This study aims to analyze the form of marketing channels and marketing margins of nutmeg in Belengang Village, Manganitu District, Sangihe Islands Regency. The data used in this study are primary and secondary data. Sampling of farmers is done by simple random sampling method and for traders as marketing institutions using the snowball sampling method. The number of farmer samples obtained were 30 farmers. The data is presented in tabular form and analyzed descriptively. The results show that there are 3 forms of marketing channels which are divided into 5 marketing channels: (1) marketing channel level 1: farmers - traders in Tanjung Lelepu district - exporters, (2) marketing channels at 2 levels: farmers - traders in the central district of Tahuna City – traders in the province of Manado City – exporters (b) farmers – traders in Pasar Tamako sub-district – traders in Tanjung Lelepu district – exporters, (3) 3 level marketing channels: (a) farmers – traders in Belengang village – collectors traders in the city center district Tahuna – traders in the province of Manado City – exporters (b) farmers – traders in Pasar Lebo sub-district – traders in the central district of Tahuna City – traders in the province of Manado City – exporters. The highest marketing margin is in marketing channel I with a total margin of Rp 40.800/Kg.

Keywords : marketing channel; margin; farmer; trader; nutmeg

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk saluran pemasaran dan marjin pemasaran tertinggi pada saluran pemasaran biji pala di Desa Belengang Kecamatan Manganitu Kabupaten Kepulauan Sangihe. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Penarikan sampel petani dilakukan dengan metode *simple random sampling* dan untuk pedagang sebagai lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling*. Jumlah sampel petani yang diperoleh sebanyak 30 petani. Data ditampilkan dalam bentuk tabel dan dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 bentuk saluran pemasaran yang terbagi dalam 5 saluran pemasaran : (1) saluran Pemasaran tingkat 1 : petani - pedagang pengumpul kabupaten Tanjung Lelepu – eksportir, (2) saluran pemasaran 2 tingkat : petani – pedagang pengumpul kabupaten pusat Kota Tahuna – pedagang pengumpul provinsi Kota Manado – eksportir (b) petani – pedagang pengumpul kecamatan Pasar Tamako – pedagang pengumpul kabupaten Tanjung Lelepu – eksportir, (3) saluran pemasaran 3 tingkat : (a) petani – pedagang pengumpul desa Belengang – pedagang pengumpul kabupaten pusat Kota Tahuna – pedagang pengumpul provinsi Kota Manado – eksportir (b) petani – pedagang pengumpul kecamatan Pasar Lebo – pedagang pengumpul kabupaten pusat Kota Tahuna – pedagang pengumpul provinsi Kota Manado – eksportir. Margin pemasaran tertinggi dalam penelitian ini ada pada saluran pemasaran I dengan total marjin Rp 40.800/Kg,

Kata kunci : saluran pemasaran; marjin; petani; pedagang; biji pala

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang sangat penting di Indonesia. Sektor pertanian memiliki peran yang sangat penting dalam basis ekonomi masyarakat pedesaan, penyedia lapangan pekerjaan bagi lebih dari separuh tenaga kerja di Indonesia, memiliki kontribusi penting terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), menjadi penggerak industri mulai dari hulu sampai ke hilir dan salah satu penyumbang devisa negara melalui ekspor hasil pertanian. Sektor pertanian terdiri dari sub sektor tanaman pangan, sub sektor hortikultura, sub sektor perikanan, sub sektor peternakan, sub sektor kehutanan dan sub sektor perkebunan. PDB sektor pertanian tumbuh 16.24% dan pada triwulan III tahun 2020 tumbuh 2.15%. Pertumbuhan sektor pertanian sekaligus membuat kontribusinya terhadap ekonomi nasional terus menguat. Hal ini terlihat dari peningkatan kontribusi pada PDB triwulan III tahun 2020 yang makin meningkat menjadi sebesar 571,87 triliun rupiah atau 14.68%. Salah satu penopang utama pertumbuhan positif PDB sektor pertanian ialah subsektor perkebunan dengan kontribusi pada triwulan III sebesar 163,49 triliun rupiah atau 28.59% (Rahayu, 2010).

Sektor perkebunan terdiri dari beberapa komoditas antara lain : kakao, sawit, cengkeh, kelapa, karet, pala. Sub sektor perkebunan adalah salah satu sub sektor yang mempengaruhi naik turunnya kontribusi sektor pertanian terhadap PDB maupun PDRB. Sub sektor ini menyediakan lebih dari 19,5 juta lapangan kerja bagi penduduk Indonesia. Indonesia adalah pemasok utama sejumlah komoditas perkebunan di pasar dunia dan merupakan negara yang memiliki areal perkebunan terluas di dunia, yaitu sebesar 14 juta hektar. Sekitar 11,2 juta hektar (80%) merupakan perkebunan rakyat, selebihnya adalah perkebunan besar milik swasta (PBS) dan perkebunan besar negara (PBN) (Ditjenbun, 2020).

Salah satu komoditas sub sektor perkebunan yang memiliki harga jual tinggi dipasaran adalah biji pala. Biji pala merupakan komoditas unggulan dalam menghasilkan devisa untuk negara melalui ekspor ke berbagai negara di dunia.

Salah satu daerah sentra produksi biji pala di Indonesia adalah Sulawesi Utara dengan

Kabupaten Kepulauan Sangihe sebagai salah satu daerah penghasil biji pala terbesar di Sulawesi Utara (BPS, 2017).

Tabel 1. Produksi pala di Provinsi Sulawesi Utara Tahun 2016

No	Kabupaten/Kota	Produksi (ton)	Jumlah (%)
1	Bolaang Mongondow	35,72	0,34
2	Minahasa	57,65	0,55
3	Kepulauan Sangihe	2.779,82	26,84
4	Kepulauan Talaud	3.955,85	38,19
5	Minahasa Selatan	24,73	0,23
6	Minahasa Utara	168,55	1,63
7	Bolaang Mongondow Utara	5,25	0,05
8	Kepulauan Sitaro	3.189,78	30,80
9	Minahasa Tenggara	54,99	0,53
10	Bolaang Mongondow Selatan	7,44	0,07
11	Bolaang Mongondow Timur	13,78	0,13
12	Kota Manado	0,00	0,00
13	Kota Bitung	54,92	0,53
14	Kota Tomohon	0,00	0,00
15	Kota Kotamobagu	7,23	0,07
Sulawesi Utara		10.355,71	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara

Kepulauan Sangihe terdiri dari 15 kecamatan dan Kecamatan Manganitu adalah kecamatan dengan produksi biji pala terbesar di Kabupaten Kepulauan Sangihe (BPS Kabupaten Kepulauan Sangihe, 2017).

Tabel 2. Produksi Pala di Kabupaten Kepulauan Sangihe Tahun 2017

No	Kecamatan	Produksi (ton)	Jumlah (%)
1	Manganitu Selatan	62,10	1,65
2	Tatoareng	12,25	0,32
3	Tamako	856,36	22,81
4	Tabukan Selatan	72,00	1,91
5	Tabukan Selatan Tengah	70,43	1,87
6	Tabukan Selatan Tenggara	15,00	0,39
7	Tabukan Tengah	414,50	11,04
8	Manganitu	1.012,13	27,00
9	Tahuna	94,50	2,51
10	Tahuna Timur	64,49	1,71
11	Tahuna Barat	160,14	4,26
12	Tabukan Utara	360,23	9,59
13	Nusa Tabukan	4,05	0,10
14	Kepulauan Marore	0,96	0,02
15	Kendahe	562,50	14,98
Kabupaten Kepulauan Sangihe		3.753,16	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Kepulauan Sangihe

Kecamatan Manganitu terdiri dari 18 desa. Salah satu desa yang berada di Kecamatan Manganitu adalah Desa Belengang. Desa Belengang memiliki areal perkebunan pala yang sudah ada sejak zaman kolonial.

Informasi dinas perdagangan dan perindustrian Sulawesi Utara mengenai ekspor biji pala yang mencapai Rp 115.000/Kg (Ekspor ke Singapura 8 ton menghasilkan devisa bagi negara US\$ 65.300 dengan kurs Rp 14.100/US\$). Informasi ini menegaskan bahwa dalam

pemasaran biji pala mulai dari petani sebagai produsen hingga bisa sampai ke berbagai negara tujuan ekspor (konsumen) terdapat margin pemasaran dan saluran pemasaran yang panjang sehingga menarik untuk diteliti (CNN, 2021).

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk saluran pemasaran biji pala yang ada di Desa Belengang Kecamatan Manganitu Kabupaten Kepulauan Sangihe?
2. Berapa margin pemasaran tertinggi pada saluran pemasaran biji pala yang ditemukan?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui seberapa banyak saluran pemasaran biji pala yang ada di Desa Belengang Kecamatan Manganitu Kabupaten Kepulauan Sangihe.
2. Mengetahui margin pemasaran tertinggi pada saluran pemasaran biji pala yang ditemukan.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi kepada petani pala di Desa Belengang Kecamatan Manganitu terkait harga biji pala di tingkat konsumen akhir.
2. Menjadi acuan pertimbangan pengambilan kebijakan untuk pemerintah Desa maupun Daerah Kabupaten Kepulauan Sangihe.
3. Dapat mendorong terbentuknya komunitas petani pala di Kabupaten Kepulauan Sangihe.
4. Sebagai sumber referensi untuk keberlanjutan penelitian selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Agustus 2021 hingga Januari 2022 dimulai dari persiapan hingga laporan hasil penelitian.

Penelitian dilakukan di Desa Belengang, Kecamatan Manganitu, Kabupaten Kepulauan Sangihe.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* di tingkat petani dan *snowball sampling* pada lembaga pemasaran bukan produsen. *Simple random sampling* digunakan untuk pengambilan contoh beberapa petani yang ada di Desa Belengang Kecamatan Manganitu dari total 90 orang petani pala. Metode *simple random sampling* merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan penilaian atau pandangan dari peneliti berdasarkan tujuan dan maksud penelitian. Sedangkan *snowball sampling* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang terus menerus.

Konsep Pengukuran Variabel

Adapun variabel utama yang diukur dalam 1 kali musim panen pala adalah :

1. Harga jual; harga jual biji pala pada setiap lembaga pemasaran dinyatakan dalam Rp/Kg
2. Biaya pemetikan; biaya tenaga kerja untuk panen pala dinyatakan dalam Rp/Kg.
3. Biaya penjemuran; biaya tenaga kerja yang melakukan penjemuran biji pala dinyatakan dalam Rp/Kg.
4. Biaya pengemasan; biaya yang dikeluarkan untuk membeli karung atau kantong plastik dinyatakan dalam Rp/Kg.
5. Biaya transportasi; biaya angkutan untuk menyampaikan hasil mulai dari produsen hingga sampai ke konsumen dinyatakan dalam Rp/Kg.
6. Biaya bongkar muat; biaya tenaga kerja untuk memindahkan biji pala ke dalam truk atau kapal dinyatakan dalam Rp/Kg.
7. Biaya sortasi; biaya untuk memisahkan biji pala menurut kualitasnya dinyatakan dalam Rp/Kg.
8. Biaya pengeringan; biaya untuk pengeringan biji pala yang belum masak digudang sortir dinyatakan dalam Rp/Kg.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif yang digunakan

adalah metode deskriptif untuk memberikan gambaran maupun penjelasan secara sistematis saluran pemasaran biji pala.

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan lembaga pemasaran, rasio keuntungan terhadap biaya, *farmer share* dan efisiensi pemasaran.

Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan setiap lembaga pemasaran untuk memasarkan hasil produksi mulai dari produsen ke konsumen.

Biaya pemasaran dirumuskan sebagai berikut :

$$Bp = Bp1+Bp2+Bp3...+Bpn$$

Dimana :

Bp : Biaya pemasaran pala (Rp/Kg)

Bp : 1,2,3...n : biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran (Rp/Kg)

Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Untuk menganalisis margin pemasaran dalam penelitian ini, data harga yang digunakan adalah harga ditingkat petani dan harga ditingkat lembaga pemasaran, sehingga dalam perhitungan margin pemasaran digunakan rumus :

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan :

Mp = margin pemasaran

Pf = harga ditingkat produsen

Pr = harga ditingkat konsumen akhir

Profit Margin Pemasaran Pemasaran

Profit Margin lembaga pemasaran digunakan sebagai berikut :

$$P = Mi - Ci$$

Dimana :

P = Profit margin lembaga pemasaran

Mi = Harga jual – Harga beli lembaga pemasaran ke-i

Ci = Biaya pemasaran yang dikeluarkan lembaga ke-i

i = 1,2,3.....n

Analisis *Farmer's Share*

Analisis *farmer's share* digunakan untuk mengetahui bagian dari harga yang diterima oleh petani dari harga ditingkat konsumen yang dinyatakan dalam persentase.

Farmer's share untuk komoditi pala dirumuskan sebagai berikut, (Putra Bisuk, 2009 dalam Jumiaty, 2013) :

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

Dimana :

Sm = *Share* margin dihitung dalam persen (%)

Pf = Harga ditingkat petani/produsen (Rp)

Pr = Harga beli ditingkat pedagang perantara/ pengecer (Rp)

Rasio Keuntungan Terhadap Biaya

Suatu pemasaran dapat dikatakan efisien apabila margin pemasarannya sama dengan kegunaan yang diciptakan oleh margin pemasaran itu sendiri.

Perhitungan ini dapat dilakukan dengan rumus :

$$\text{Rasio keuntungan terhadap biaya} = \pi/Ci \times 100\%$$

Dimana :

π : keuntungan yang diterima oleh lembaga ke-i

Ci : biaya yang dikeluarkan oleh lembaga ke-i

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antara biaya pemasaran total dengan nilai produk yang dijual dinyatakan dengan persen. Rumus efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut :

$$Eps = (TBP/HA) \times 100\%$$

Dimana :

Eps = Efisiensi Pemasaran (%)

TBP = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

HA = Harga Akhir Eksportir (konsumen akhir) (Rp/Kg)

Pengambilan keputusan efisiensi pemasaran ini adalah :

- Jika nilai Eps < 50% maka saluran pemasaran efisien

- Jika nilai Eps > 50% maka saluran pemasaran belum efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Daerah Penelitian

Luas Wilayah dan Letak Geografis

Desa Belengang merupakan salah satu desa di Kecamatan Manganitu, yang terletak dibagian selatan Kecamatan Manganitu Kabupaten Kepulauan Sangihe. Desa ini berada di kaki Gunung Sahendarumang yang merupakan gunung berapi mati dan kawasan konservasi hutan lindung Sahendarumang dengan ketinggian 0 – 300 mdpl. Desa Belengang merupakan Desa pemekaran dari Desa Lebo. Luas wilayah Desa Belengang 89 Ha/ 890.000 m². Secara geografis Desa Belengang berbatasan dengan :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Lebo Kecamatan Manganitu
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Ulung Peliang Kecamatan Tamako
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Barangkalang Kecamatan Manganitu
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Laut Sulawesi

Topografi Desa Belengang adalah berbukit, dengan kesuburan tanah yang baik untuk tanaman perkebunan seperti pala, cengkeh, dan kelapa.

Distribusi Penduduk

Desa Belengang terbagi dalam 5 lindongan yang terdiri dari 405 kartu keluarga (KK) dengan jumlah penduduk mencapai 1.426 jiwa. Sedangkan jumlah KK yang bergantung pada perkebunan pala adalah 90 KK.

Perkebunan Pala Desa Belengang

Perkebunan pala di Desa Belengang adalah perkebunan warisan dari orang tua masyarakat Desa Belengang. Cara pengelolaan perkebunan pala pada saat penelitian dilakukan masih menggunakan metode tradisional (tanpa pemupukan dan jarak tanam baku).

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terdapat keberagaman dari setiap responden dalam penelitian ini. Keragaman responden dilihat berdasarkan usia, tingkat

pendidikan, lamanya berusaha, jumlah tanggungan keluarga dan jumlah pohon pala produktif.

Usia Responden

Menurut hasil penelitian, usia responden petani dan pedagang dibagi dalam 2 kategori usia yaitu usia produktif dan tidak produktif dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 3. Distribusi Responden Petani, Pedagang Pengumpul Desa, Kecamatan, Kabupaten, Provinsi Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Petani		Pedagang Pengumpul Desa		Pedagang Pengumpul Kecamatan		Pedagang Pengumpul Kabupaten		Pedagang Pengumpul Provinsi	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	<60	24	80	1	50	2	100	2	100	1	100
2	>60	6	20	1	50	-	-	-	-	-	-
Jumlah		30	100	2	100	2	100	2	100	1	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden petani yang masih berusia produktif sebanyak 24 orang (80%) sedangkan petani berusia lanjut berjumlah 6 orang (20%). Responden pedagang pengumpul desa yang masih berusia produktif sebanyak 1 orang (50%) dan pedagang pengumpul desa berusia lanjut sebanyak 1 orang (50%). Responden pedagang pengumpul kecamatan yang masih berusia produktif sebanyak 2 orang (100%). Responden pedagang pengumpul kabupaten yang masih berusia produktif sebanyak 2 orang (100%). Responden pedagang pengumpul provinsi yang masih berusia produktif sebanyak 1 orang (100%).

Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu informasi yang didapat dalam penelitian ini. Berikut tingkat pendidikan petani dan pedagang menurut hasil penelitian disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Responden Petani dan Pedagang

No	Tingkat Pendidikan	Petani		Pedagang Pengumpul Desa		Pedagang Pengumpul Kecamatan		Pedagang Pengumpul Kabupaten		Pedagang Pengumpul Provinsi	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	SD	4	13,3	-	-	-	-	-	-	-	-
2	SMP	12	40,0	2	100,0	-	-	-	-	-	-
3	SMA	12	40,0	-	-	2	100,0	1	50,0	-	-
4	SI	2	6,7	-	-	-	-	1	50,0	1	100,0
Jumlah		30	100,0	2	100,0	2	100,0	2	100,0	1	100,0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 4 menunjukkan tingkat pendidikan petani dan pedagang pengumpul desa, kecamatan, kabupaten, provinsi yaitu (1) Tingkat pendidikan responden petani terbanyak

adalah SMP 12 (40%) dan SMA 12 orang (40%), SD 4 orang (13.3%) dan yang paling sedikit terdapat pada Universitas 2 orang (6.7%). (2) Tingkat pendidikan responden pedagang pengumpul desa adalah SMP sebanyak 2 orang (100%). (3) Tingkat pendidikan pedagang pengumpul kecamatan adalah SMA 2 orang (100%). (4) Tingkat pendidikan pedagang pengumpul kabupaten adalah S1 1 orang (50%) dan SMA 1 orang (50%). (5) Tingkat pendidikan pedagang pengumpul provinsi adalah S1 sebanyak 1 orang (100%).

Jumlah Tanggungan Keluarga

Umumnya, semakin banyak anggota keluarga maka akan memperbesar tanggungan kepala keluarga. Berikut jumlah tanggungan keluarga responden dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden Petani dan Pedagang

No	Jumlah Tanggungan (Orang)	Petani		Pedagang Pengumpul Desa		Pedagang Pengumpul Kecamatan		Pedagang Pengumpul Kabupaten		Pedagang Pengumpul Provinsi	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	1-4	20	67	2	100	2	100	2	100	1	100
2	5-7	10	33	-	-	-	-	-	-	-	-
Jumlah		30	100	2	100	2	100	2	100	1	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022.

Tabel 5 menunjukkan jumlah tanggungan keluarga petani, pedagang pengumpul desa, kecamatan, kabupaten dan provinsi yaitu; (1) Jumlah tanggungan responden petani terbanyak adalah 1-4 orang (67%) dan 5-7 orang (33%). (2) Jumlah tanggungan responden pedagang pengumpul desa terbanyak adalah 1-4 orang (100%). (3) Jumlah tanggungan responden pedagang pengumpul kecamatan terbanyak adalah 1-4 orang (100%). (4) Jumlah tanggungan responden pedagang pengumpul kabupaten terbanyak adalah 1-4 orang (100%). (5) Jumlah tanggungan responden pedagang pengumpul provinsi terbanyak adalah 1-4 orang (100%).

Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha didapatkan dari lama seseorang menjalankan usaha. Semakin lama usaha maka semakin banyak pengalaman dan pengetahuan yang diperoleh. Tabel 6 menunjukkan pengalaman usaha petani,

pedagang pengumpul desa, kecamatan, kabupaten dan provinsi.

Tabel 6. Pengalaman Usaha Responden Petani dan Pedagang

No	Pengalaman Usaha (Tahun)	Petani		Pedagang Pengumpul Desa		Pedagang Pengumpul Kecamatan		Pedagang Pengumpul Kabupaten		Pedagang Pengumpul Provinsi	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	1-20	6	20	-	-	-	-	1	50	-	-
2	>20	24	80	2	100	2	100	1	50	1	100
Jumlah		30	100	2	100	2	100	2	100	1	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 6 menunjukkan pengalaman usaha dari petani, pedagang pengumpul desa, kecamatan, kabupaten, dan provinsi. Pengalaman usaha petani terbanyak adalah > 20 tahun dengan jumlah 24 orang (80%) dan 1-20 tahun berjumlah 6 orang (20%). Pengalaman usaha pedagang pengumpul desa terbanyak adalah > 20 tahun sebanyak 2 orang (100%). Pengalaman usaha pedagang pengumpul kecamatan terbanyak adalah > 20 tahun sebanyak 2 orang (100%). Pengalaman usaha pedagang pengumpul kabupaten terbanyak adalah > 20 tahun sebanyak 2 orang (100%). Pengalaman usaha pedagang pengumpul provinsi terbanyak adalah > 20 tahun sebanyak 1 orang (100%).

Jumlah Pohon Produktif dan Produksi

Cara menanam pala petani di Desa Belengang masih secara tradisional (tidak mengikuti aturan jarak tanam) maka data jumlah pohon pala diminta untuk mengetahui kemampuan produksi petani. Menurut hasil penelitian jumlah kepemilikan pohon dan produksi pala dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Pohon Pala Produktif dan Produksi Pala Responden Petani

No	Banyak Pohon Produktif	Produksi Biji Pala Kering/Tahun (Kg)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	< 50	< 225	18	60.00
2	51 - 150	229.5 - 675	10	33.30
3	> 151	> 679	2	6.70
Jumlah			30	100.00

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7 jumlah pohon dan produksi terbanyak yaitu; (1) Petani dengan jumlah kepemilikan pohon < 50 sebanyak 18 orang (60%). (2) Petani dengan jumlah kepemilikan pohon 51-140 sebanyak 10 orang (33.30%). (3) Petani dengan jumlah kepemilikan pohon > 141 sebanyak 2 orang (6.70%).

Margin Pemasaran Biji Pala di Desa Belengang Kecamatan Manganitu Kabupaten Kepulauan Sangihe

Sistem Pemasaran

Dari seluruh petani pala yang menjadi responden dalam penelitian ini, semuanya bekerja sama dengan lembaga pemasaran untuk menyalurkan hasil produksi biji pala hingga sampai kepada konsumen, yaitu pedagang pengumpul desa, kecamatan, kabupaten dan provinsi. Banyaknya saluran pemasaran ini menyebabkan tingkat margin, biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh berbeda.

Ada beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran biji pala mulai dari tingkat produsen hingga bisa sampai ke konsumen akhir. Umumnya petani pala memiliki dua opsi penjualan ketika panen, menjual biji pala kering atau basah dengan perbandingan harga yang dapat menguntungkan pedagang pengumpul maupun petani menurut kebiasaan yang ada.

Dalam pemasaran biji pala, petani di Desa Belengang menjual hasil produksinya tergantung pada relasi, cuaca, dan besaran jumlah panennya. Pada saat panen di musim penghujan biasanya petani akan langsung menjual biji pala basah kepada pedagang pengumpul desa maupun pedagang pengumpul kecamatan. Petani juga akan langsung menjual ke pedagang pengumpul desa maupun pedagang pengumpul kecamatan apabila hasil panennya dibawah 20 kg (biji pala kering). Faktor relasi di Desa Belengang sangat berpengaruh terhadap penjualan biji pala basah maupun kering walaupun hasil biji pala keringnya lebih dari 20 kg.

Biaya produksi petani pala di Desa Belengang terbilang cukup rendah pertahun, ini dipengaruhi oleh tidak adanya penggunaan pupuk dan pestisida pada setiap pohon pala. Proses pengeringan biji pala di Desa Belengang dilakukan dengan cara dijemur di sinar matahari (musim panas) rata-rata 4-5 hari sinar matahari penuh, sedangkan pada musim penghujan dilakukan pengeringan dengan cara pengasapan. Penyusutan biji pala dari biji pala basah menjadi biji pala kering adalah 50%. Hasil dari penelitian terhadap 30 responden petani pala menunjukkan jumlah produksi rata-rata 1 pohon pala dalam 1 tahun adalah 9-10 kg/pohon, dengan pembagian ditipi kuartal panen pala 5 kg/pohon (panen raya),

3 kg/pohon (panen sedang) dan 1-2 kg/pohon (panen terendah).

Dalam hal pemasaran petani pala di Desa Belengang dapat memilih saluran pemasaran menurut manfaat yang dianggap petani bisa menghasilkan keuntungan terbaik baginya. Dari hasil penelitian terdapat 5 Saluran Pemasaran biji pala di Desa Belengang :

1. Petani – Pengumpul Desa – Pedagang Besar Kabupaten – Pedagang Besar Provinsi - Eksportir
2. Petani – Pedagang Pengumpul Kecamatan - Pedagang Besar Kabupaten – Pedagang Besar Provinsi - Eksportir
3. Petani – Pedagang besar Kabupaten – Pedagang Besar Provinsi - Eksportir
4. Petani – Pengumpul Kecamatan – Pedagang Besar Kabupaten - Eksportir
5. Petani – Pedagang Besar Kabupaten – Eksportir.

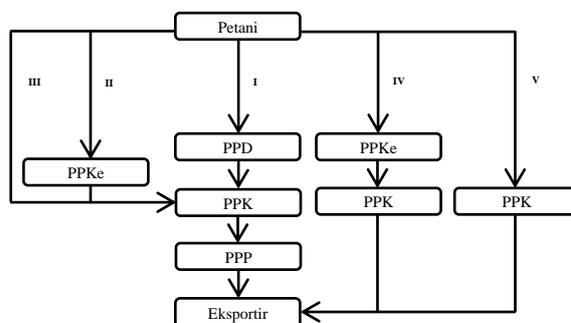
Dari hasil penelitian diatas, terdapat lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran biji pala diantaranya pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, pedagang pengumpul kabupaten, pedagang pengumpul dan provinsi. Jumlah pedagang perantara dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8. Lembaga Perantara yang Terlibat dalam Pemasaran Biji Pala

No	Lembaga Pemasaran	Jumlah (orang)
1	Pedagang Pengumpul Desa	2
2	Pedagang Pengumpul Kecamatan	2
3	Pedagang Pengumpul Kabupaten	2
4	Pedagang Besar Provinsi	1
Total		7

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Saluran pemasaran biji pala di Desa Belengang mulai dari petani hingga sampai ke tangan eksportir dapat lihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Saluran Pemasaran Biji Pala di Desa Belengang

Keterangan :

PPD : Pedagang Pengumpul Desa

PPKe : Pedagang Pengumpul Kecamatan

PPK : Pedagang Pengumpul Kabupaten

PPP : Pedagang Pengumpul Provinsi

Model Saluran Pemasaran I

Model saluran pemasaran pertama melibatkan tiga lembaga pemasaran yaitu PPD yang berkedudukan di Desa Belengang sebanyak 2 orang, PPK yang berlokasi di Jalan Makaampo, Kota Tahuna sebanyak 1 orang dan PPP berlokasi di Kelurahan Cereme Kota Manado sebanyak 1 orang. Bentuk Saluran Pemasaran I dapat dilihat pada Gambar 1.

Dari 30 petani yang menjadi responden, sebanyak 13 (43.3%) petani memilih untuk menggunakan saluran pemasaran I untuk menyampaikan hasilnya ke konsumen. Model saluran pemasaran pertama pada Gambar 1 menunjukkan petani menjual hasil biji pala mereka ke PPD. Biji pala yang dijual ke PPD adalah biji pala kering dan basah. Petani menjual hasilnya ke PPD biasanya menjual dalam jumlah yang kecil < 20kg, penjualan ke PPD biasanya hanya untuk memenuhi kebutuhan harian.

Biji pala kering dijual ke PPD dengan harga Rp 84.200/Kg (Pala A). Selanjutnya PPD menjual biji pala kering ke PPK dengan harga Rp 88.500/Kg (Pala A). PPK menjual biji pala ke PPP dengan harga Rp 92.800/Kg (Pala A). Selanjutnya PPP menjual ke Eksportir yang ada di Surabaya dengan harga Rp 125.000/Kg (Pala A).

Margin pemasaran dan komponen biaya pada saluran pemasaran I dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Margin Pemasaran dan Komponen Biaya Saluran Pemasaran I

Uraian	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1. Petani		
Harga Jual	84.200	67.36
Biaya :		
- Pemetikan	10.500	8.40
- Penjemuran	1.300	1.04
- Pengemasan	100	0.08
- Transportasi	0	0.00
Total Biaya	11.900	9.52
Keuntungan	72.300	57.84
2. Pedagang Pengumpul Desa		

Harga Beli	84.200	67.36
Biaya :		
- Transportasi	428	0.34
- Bongkar Muat	40	0.03
- Pengemasan	100	0.08
Total Biaya	568	0.45
Harga Jual	88.500	70.80
Total Margin	4.300	3.44
Profit Margin (Keuntungan)	3.732	2.98

3. Pedagang Pengumpul Kabupaten

Harga Beli	88.500	70.8
Biaya :		
- Transportasi	500	0.40
- Bongkar muat	40	0.03
- Pengemasan	100	0.08
Total Biaya	640	0.51
Harga Jual	92.800	74.24
Total Margin	4.300	3.44
Profit Margin (Keuntungan)	3.660	2.92

4. Pedagang Pengumpul Provinsi

Harga Beli	92.800	74.24
Biaya :		
- Transportasi	650	0.52
- Bongkar muar	40	0.03
- Pengemasan	100	0.08
- Sortasi	750	0.60
- Pengeringan	1.000	0.80
Total biaya	2.540	2.03
Harga jual	125.000	100.00
Total margin	32.200	25.76
Profit Margin (keuntungan)	29.660	23.72

5. Harga beli Eksportir

Total biaya saluran I	15.648	12.51
Total margin saluran I	40.800	32.64
Total keuntungan saluran I	109.352	87.48

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 9 menunjukkan total biaya pemasaran biji pala pada saluran pemasaran I sebesar Rp 15.648/Kg dan total keuntungan sebesar Rp 109.352/Kg.

Pada saluran pemasaran I petani mengeluarkan biaya sebesar Rp 11.900/Kg mulai dari pemetikan, penjemuran dan pengemasan dengan keuntungan Rp 72.300/Kg. Petani tidak mengeluarkan biaya transportasi karena hanya menjual hasilnya kepada pedagang pengumpul desa yang berada di Desa Belengang. Pedagang pengumpul desa mengeluarkan biaya untuk transportasi, bongkar muat dan pengemasan sebesar Rp 568/Kg, keuntungan pedagang pengumpul desa sebesar Rp 3.732/Kg. Selanjutnya pedagang pengumpul kabupaten mengeluarkan biaya transportasi, bongkar muat dan pengemasan sebesar Rp 640/Kg, keuntungan pedagang pengumpul kabupaten sebesar Rp 3.660/Kg. Pedagang pengumpul provinsi mengeluarkan biaya transportasi, sortasi, pengeringan, pengemasan

dan bongkar muat sebesar Rp 2.540/Kg, keuntungan pedagang pengumpul provinsi sebesar Rp 29.660/Kg.

Model Saluran Pemasaran II

Model pemasaran kedua melibatkan tiga lembaga pemasaran yaitu PPKe yang berkedudukan di Pasar Lebo Kecamatan Manganitu sebanyak 1 orang, PPK yang berlokasi di Jalan Makaampo Kota Tahuna sebanyak 1 orang dan PPP berlokasi di Kelurahan Cereme Kota Manado sebanyak 1 orang.

Dari 30 petani yang menjadi responden, sebanyak 8 (26.6%) petani memilih untuk menggunakan saluran pemasaran II untuk menyampaikan hasilnya ke konsumen. Model saluran pemasaran kedua, petani menjual hasil biji pala kering mereka ke PPKe. Petani menjual hasilnya ke PPKe karena terletak di Pasar Lebo sebagai pasar utama untuk Desa Belengang, Desa Sesiwung, Desa Lebo dan Desa Barangkalang. Penjualan ke PPKe biasanya hanya untuk memenuhi kebutuhan belanja petani di Pasar Lebo selain itu jarak Kota Tahuna dari Desa Belengang yang mencapai 20 Km membuat petani langsung menjual hasilnya ke PPKe.

Biji pala yang di jual ke PPKe adalah biji pala kering dengan harga Rp 87.100/Kg (Pala A). Selanjutnya PPKe menjual biji pala ke PPK di Kota Tahuna dengan Harga Rp 88.500/Kg (Pala A). Kemudian PPK menjual biji pala kering ke PPP di Kota Manado dengan harga Rp 92.800/Kg. Kemudian PPP menjual biji pala ke eksportir yang ada di Surabaya dengan harga Rp 125.000/Kg. Komponen biaya, margin dan profit margin pemasaran pada saluran pemasaran II di Desa Belengang dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Margin Pemasaran dan Komponen Biaya Saluran Pemasaran II

Uraian	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1. Petani		
Harga jual	87.100	69.68
Biaya :		
- Pemetikan	10.500	8.40
- Penjemuran	1.300	1.04
- Pengemasan	100	0.08
- Transportasi	396	0.31
Total Biaya	12.296	9.83
Keuntungan	74.804	59.84

2. Pedagang Pengumpul Kecamatan		
Harga Beli	87.100	69.68
Biaya :		
- Transportasi	428	0.34
- Bongkar Muat	40	0.03
- Pengemasan	100	0.08
Total Biaya	568	0.45
Harga Jual	88.500	70.80
Total Margin	1.400	1.12
Profit Margin (Keuntungan)	832	0.66
3. Pedagang Pengumpul Kabupaten		
Harga Beli	88.500	70.8
Biaya :		
- Transportasi	500	0.40
- Bongkar muat	40	0.03
- Pengemasan	100	0.08
Total Biaya	640	0.51
Harga Jual	92.800	74.24
Total Margin	4.300	3.44
Profit Margin (Keuntungan)	3.660	2.92
4. Pedagang Pengumpul Provinsi		
Harga beli	92.800	74.24
Biaya :		
- Transportasi	650	0.52
- Bongkar muat	40	0.03
- Pengemasan	100	0.08
- Sortasi	750	0.60
- Pengeringan	1.000	0.80
Total biaya	2.540	2.03
Harga jual	125.000	100.00
Total margin	32.200	25.76
Profit Margin (keuntungan)	29.660	23.72
5. Harga beli Eksportir	125.000	100.00
Total biaya saluran II	16.044	12.83
Total margin saluran II	37.900	30.32
Total keuntungan saluran II	108.956	87.16

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 10 menunjukkan total biaya pemasaran biji pala pada saluran pemasaran II sebesar Rp 16.044/Kg dan total keuntungan sebesar Rp 108.956/Kg.

Pada saluran pemasaran II petani mengeluarkan biaya sebesar Rp 12.296/Kg mulai dari pemetikan, penjemuran, pengemasan dan transportasi dengan keuntungan Rp 74.804/Kg. Pedagang pengumpul kecamatan mengeluarkan biaya untuk transportasi, bongkar muat dan pengemasan sebesar Rp 568/Kg dengan keuntungan sebesar Rp 832/Kg. Selanjutnya pedagang pengumpul kabupaten mengeluarkan biaya transportasi, bongkar muat dan pengemasan sebesar Rp 640/Kg, keuntungan pedagang pengumpul kabupaten sebesar Rp 3.660/Kg. Pedagang pengumpul provinsi mengeluarkan biaya transportasi, sortasi, pengeringan, pengemasan dan bongkar muat sebesar Rp 2.540/Kg, keuntungan pedagang pengumpul provinsi sebesar Rp 29.660/Kg.

Model Saluran Pemasaran III

Model pemasaran ketiga melibatkan 2 lembaga pemasaran yaitu PPK yang berlokasi di Jalan Makaampo Kota Tahuna sebanyak 1 orang dan PPP berlokasi di Kelurahan Cereme Kota Manado sebanyak 1 orang.

Dari 30 petani yang menjadi responden, sebanyak 2 (6.6%) petani memilih untuk menggunakan saluran pemasaran III untuk menyampaikan hasilnya ke konsumen. Model pemasaran ketiga petani menjual hasilnya langsung ke PPK yang ada di Kota Tahuna. Alasan Utama petani menjual hasilnya langsung ke Kota Tahuna adalah apabila hasil biji pala keringnya > 20Kg. Selain itu petani juga biasanya akan menitipkan hasilnya kepada sopir atau kerabat yang pergi ke Kota Tahuna dengan biaya transport sama dengan 1 orang.

Biji pala yang dijual petani ke PPK adalah biji pala kering dengan harga Rp 88.500/Kg. jika menjual dengan cara menitipkan hasilnya maka petani harus membayar biaya transport Rp 15.000/karung 20 kg. kemudian PPK menjual biji pala ke PPP di Kota Manado dengan harga Rp 92.800. Pengiriman melalui jalur laut menggunakan truk yang menyeberang dengan kapal veri. Komponen biaya, margin dan profit margin pemasaran pada saluran pemasaran III di Desa Belengang dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Margin Pemasaran dan Komponen Biaya Saluran Pemasaran III

Uraian	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1. Petani		
Harga jual	88.500	70.80
Biaya :		
- Pemetikan	10.500	8.40
- Penjemuran	1.300	1.04
- Pengemasan	100	0.08
- Transportasi	1.190	0.95
Total Biaya	13.090	10.47
Keuntungan	75.410	60.32
2. Pedagang Pengumpul Kabupaten		
Harga Beli	88.500	70.8
Biaya :		
- Transportasi	500	0.40
- Bongkar muat	40	0.03
- Pengemasan	100	0.08
Total Biaya	640	0.51
Harga Jual	92.800	74.24
Total Margin	4.300	3.44
Profit Margin (Keuntungan)	3.660	2.92
3. Pedagang Pengumpul Provinsi		

Harga beli	92.800	74.24
Biaya :		
- Transportasi	650	0.52
- Bongkar muar	40	0.03
- Pengemasan	100	0.08
- Sortasi	750	0.60
- Pengerangan	1.000	0.80
Total biaya	2.540	2.03
Harga jual	125.000	100.00
Total margin	32.200	25.76
Profit Margin (keuntungan)	29.660	23.72
4. Harga beli Eksportir	125.000	100.00
Total biaya saluran III	16.270	13.01
Total margin saluran III	36.500	29.20
Total keuntungan saluran III	108.730	86.98

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 11 menunjukkan total biaya pemasaran biji pala pada saluran pemasaran III sebesar Rp 16.270/Kg dan total keuntungan sebesar Rp 108.730/Kg.

Pada saluran pemasaran III petani mengeluarkan biaya sebesar Rp13.090/Kg mulai dari pemetikan, penjemuran, pengemasan dan transportasi dengan keuntungan Rp 75.410/Kg. Pedagang pengumpul kabupaten mengeluarkan biaya transportasi, bongkar muat dan pengemasan sebesar Rp 640/Kg, keuntungan pedagang pengumpul kabupaten sebesar Rp 3.660/Kg. Pedagang pengumpul provinsi mengeluarkan biaya transportasi, sortasi, pengerangan, pengemasan dan bongkar muat sebesar Rp 2.540/Kg, keuntungan pedagang pengumpul provinsi sebesar Rp 29.660/Kg.

Model Saluran Pemasaran IV

Model pemasaran keempat melibatkan 2 lembaga pemasaran yaitu PPKe yang berlokasi di Pasar Tamako sebanyak 1 orang dan PPK berlokasi di Jalan Makaampo Kota Tahuna sebanyak 1 orang.

Dari 30 petani yang menjadi responden, sebanyak 6 (20%) petani memilih untuk menggunakan saluran pemasaran IV untuk menyampaikan hasilnya ke konsumen. Model saluran pemasaran keempat petani menjual hasilnya ke PPKe di Pasar Tamako. Petani memilih untuk menjual hasilnya ke PPKe di Pasar Tamako karena petani harus membeli kebutuhan keluarga di Swalayan yang tidak terdapat di Pasar Lebo.

Biji pala dijual ke PPKe di Pasar Tamako dengan harga Rp 87.100/Kg. Kemudian PPKe di Pasar Tamako akan menyimpan hasil

pembeliannya di rumah hingga mencapai berat paling kurang 50Kg, jika sudah terkumpul sebanyak > 50Kg/minggu PPK akan menelpon PPK di Kota Tahuna untuk menjemput langsung biji pala di rumah PPK. Biji pala dijual PPK ke PPK di Kota Tahuna dengan harga Rp 90.000/Kg. PPK biasanya akan menjual langsung ke PPK yang ada di Kota Tahuna saat ada keperluan belanja saja.

Kemudian PPK akan langsung mengolah biji pala dan dikemas sudah siap ekspor kemudian dikirim menggunakan truk yang menyeberang via kapal veri, yang kemudian akan dikirim melalui jasa pengiriman menggunakan kontener ke eksportir yang ada di Sentul, Bogor. Komponen biaya, margin dan profit margin pemasaran pada saluran pemasaran IV di Desa Belengang dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12 menunjukkan total biaya pemasaran biji pala pada saluran pemasaran IV sebesar Rp 15.873/Kg dan total keuntungan sebesar Rp 109.227/Kg.

Tabel 12. Margin Pemasaran dan Komponen Biaya Saluran Pemasaran IV

Uraian	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1. Petani		
Harga jual	87.100	69.68
Biaya :		
- Pemetikan	10.500	8.40
- Penjemuran	1.300	1.04
- Pengemasan	100	0.08
- Transportasi	793	0.63
Total Biaya	12.693	10.15
Keuntungan	74.407	59.52
2. Pedagang Pengumpul Kecamatan		
Harga Beli	87.100	69.68
Biaya :		
- Transportasi	0	0.00
- Bongkar Muat	40	0.32
- Pengemasan	100	0.08
Total Biaya	140	0.11
Harga Jual	90.000	72.00
Total Margin	2.900	2.32
Profit Margin (Keuntungan)	2.860	2.28
3. Pedagang Pengumpul Kabupaten		
Harga Beli	90.000	72.00
Biaya :		
- Transportasi & Retribusi	1.150	0.92
- Bongkar muat	40	0.03
- Pengemasan	100	0.08
- Sortasi	750	0.60
- pengeringan	1000	0.80
Total Biaya	3.040	2.43
Harga Jual	125.000	100.00
Total Margin	35.000	28.00
Profit Margin (Keuntungan)	31.960	25.56

4. Harga beli Eksportir	125.000	100.00
Total biaya saluran IV	15.873	12.69
Total margin saluran IV	37.900	30.32
Total keuntungan saluran IV	109.227	87.38

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Pada saluran pemasaran IV petani mengeluarkan biaya sebesar Rp 12.693/Kg mulai dari pemetikan, penjemuran, pengemasan dan transportasi dengan keuntungan Rp 74.407/Kg. Pedagang pengumpul kecamatan mengeluarkan biaya untuk bongkar muat dan pengemasan sebesar Rp 140/Kg dengan keuntungan sebesar Rp 2.860/Kg. Pedagang pengumpul kecamatan tidak mengeluarkan biaya transportasi karena pembeli dari pedagang pengumpul kabupaten menawarkan jasa penjemputan. Selanjutnya pedagang pengumpul kabupaten mengeluarkan biaya transportasi, bongkar muat, sortasi, pengeringan dan pengemasan sebesar Rp 3.040/Kg, keuntungan pedagang pengumpul kabupaten sebesar Rp 31.960/Kg.

Model Saluran Pemasaran V

Model pemasaran kelima melibatkan 1 lembaga pemasaran yaitu PPK yang berlokasi di Jalan Makaampo Kota Tahuna sebanyak 1 orang.

Dari 30 petani yang menjadi responden, sebanyak 1 (3.3%) petani memilih untuk menggunakan saluran pemasaran V untuk menyampaikan hasilnya ke konsumen. Seperti pada saluran pemasaran keempat. Petani dapat biasanya menjual hasilnya ke PPK dengan menghubungi PPK untuk menjemput hasilnya. Petani biasanya menjual biji pala kering dan basah ke PPK. Pada musim panas petani akan menjual biji pala kering tetapi pada saat musim hujan petani akan menjual biji pala dalam kondisi basah ke PPK. Petani akan menjual langsung ke Kota Tahuna saat harus membeli kebutuhan atau jalan-jalan dengan keluarga.

Petani menjual biji pala ke PPK di Kota Tahuna dengan harga Rp 90.000/Kg. Kemudian PPK akan langsung mengolah biji pala dan dikemas sudah siap ekspor kemudian dikirim menggunakan truk yang menyeberang via kapal veri, yang kemudian akan dikirim

melalui jasa pengiriman menggunakan kontener ke eksportir yang ada di Sentul, Bogor. Komponen biaya, margin dan profit margin pemasaran pada saluran pemasaran IV di Desa Belengang dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Margin Pemasaran dan Komponen Biaya Saluran Pemasaran V

Uraian	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1. Petani		
Harga jual	90.000	72.00
Biaya :		
- Pemetikan	10.500	8.40
- Penjemuran	1.300	1.04
- Pengemasan	100	0.08
- Transportasi	0	0.00
Total Biaya	11.900	9.52
Keuntungan	78.100	62.48
2. Pedagang Pengumpul Kabupaten		
Harga Beli	90.000	72.00
Biaya :		
- Transportasi & Retribusi	1.150	0.92
- Bongkar muat	40	0.03
- Pengemasan	100	0.08
- Sortasi	750	0.60
- pengeringan	1000	0.80
Total Biaya	3.040	2.43
Harga Jual	125.000	100.00
Total Margin	35.000	28.00
Profit Margin (Keuntungan)	31.960	25.56
3. Harga beli Eksportir	125.000	100.00
Total biaya saluran V	14.940	11.95
Total margin saluran V	35.000	28.00
Total keuntungan saluran V	110.060	88.04

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 13 menunjukkan total biaya pemasaran biji pala pada saluran pemasaran V sebesar Rp 14.940/Kg dan total keuntungan sebesar Rp 110.060/Kg.

Pada saluran pemasaran V petani mengeluarkan biaya sebesar Rp 11.900/Kg mulai dari pemetikan, penjemuran dan pengemasan dengan keuntungan Rp 78.100/Kg. Petani tidak mengeluarkan biaya transportasi karena pembeli dari pedagang pengumpul kabupaten menawarkan jasa penjemputan. Selanjutnya pedagang pengumpul kabupaten mengeluarkan biaya transportasi, bongkar muat, sortasi, pengeringan dan pengemasan sebesar Rp 3.040/Kg, keuntungan pedagang pengumpul kabupaten sebesar Rp 31.960/Kg.

Berdasarkan komponen biaya, margin dan profit margin (keuntungan) kelima saluran pemasaran maka dapat diketahui perbandingan keseluruhan biaya, margin dan profit margin seperti pada Tabel 14.

Tabel 14. Komponen Biaya, Margin, Profit Margin dan Rasio Keuntungan Terhadap Biaya

Saluran	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Margin (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Profit Margin (Rp/Kg)	P/C Rasio
I	Petani	-	84.200	-	11.900	72.300	6.07
	PPD	84.200	88.500	4.300	568	3.732	6.57
	PPK	88.500	92.800	4.300	640	3.660	5.71
	PPP	92.800	125.000	32.200	2.540	29.660	11.67
	Petani	-	87.100	-	12.296	74.804	6.08
II	PPKe	87.100	88.500	1.400	568	832	1.46
	PPK	88.500	92.800	4.300	640	3.660	5.71
	PPP	92.800	125.000	32.200	2.540	29.660	11.67
	Petani	-	88.500	-	13.090	75.410	5.76
III	PPK	88.500	92.800	4.300	640	3.660	5.71
	PPP	92.800	125.000	32.200	2.540	29.660	11.67
	Petani	-	87.100	-	12.693	74.407	5.86
IV	PPKe	87.100	90.000	2.900	140	2.860	20.42
	PPK	90.000	125.000	35.000	3.040	31.960	10.51
	Petani	-	90.000	-	11.900	78.100	6.56
V	PPK	90.000	125.000	35.000	3.040	31.960	10.51

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 14 menunjukkan bahwa total biaya pemasaran terbesar dari kelima saluran pemasaran adalah total biaya pemasaran saluran III sebesar Rp 16.270/Kg sedangkan saluran dengan total biaya pemasaran terendah ada pada saluran V sebesar Rp 14.940/Kg.

Total profit margin terbesar saluran pemasaran terbesar dari kelima saluran pemasaran adalah saluran pemasaran V yaitu Rp 110.060/Kg sedangkan profit margin saluran pemasaran terkecil terdapat pada saluran pemasaran III yaitu Rp 108.730/Kg.

Farmer Share

Farmer share adalah persentase harga yang diterima oleh petani pala dengan harga yang diterima di pedagang pengumpul provinsi (PPP). Semakin besar nilai *farmer share* maka akan sangat menguntungkan petani sebagai produsen.

Nilai *farmer share* pada setiap saluran pemasaran yang terbentuk dari aktivitas pemasaran biji pala di Desa Belengang dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Farmer Share Responden Petani di Desa Belengang

No	Saluran Pemasaran	Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)	Harga Ditingkat Akhir PPP/PPK (Rp/Kg)	Farmer share (%)
1	Saluran Pemasaran I	84.200	125.000	67.36
2	Saluran Pemasaran II	87.100	125.000	69.68
3	Saluran Pemasaran III	88.500	125.000	70.80
4	Saluran Pemasaran IV	87.100	125.000	69.68
5	Saluran Pemasaran V	90.000	125.000	72.00

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 15 menunjukkan bahwa nilai *farmer share* tertinggi ada pada saluran V sebesar 72% karena petani menjual langsung ke PPK dan PPK menjual langsung ke eksportir. Sementara nilai *farmer share* terendah ada pada saluran I sebesar 67.36%, hal ini dikarenakan panjangnya saluran pemasaran sehingga terdapat banyak lembaga pemasaran sehingga memiliki biaya pemasaran yang lebih banyak dibandingkan keempat pemasaran lainnya.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antara keseluruhan biaya pada setiap saluran pemasaran dengan harga ditingkat akhir (lembaga pemasaran) setiap saluran pemasaran. Semakin kecil persentase biaya pemasaran yang diperoleh maka kegiatan pemasaran tersebut dikatakan efisien. Kegiatan pemasaran suatu saluran pemasaran dikatakan efisien apabila total biaya pemasaran < 50% dari harga akhir di setiap saluran pemasaran. Hal ini berbanding terbalik dengan total biaya pemasaran > 50% dari harga akhir maka kegiatan pemasaran tersebut tidak efisien.

Tingkat efisiensi pada setiap saluran pemasaran pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Efisiensi Pemasaran Saluran Pemasaran Biji Pala di Desa Belengang

Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Harga Ditingkat Pedagang Akhir (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
Saluran I	15.648	125.000	12.51
Saluran II	16.044	125.000	12.83
Saluran III	16.270	125.000	13.01
Saluran IV	15.873	125.000	12.69
Saluran V	14.940	125.000	11.95

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 16 menunjukkan saluran pemasaran I, II, III, IV dan V sudah efisien karena persentase total biaya pemasaran tidak lebih dari 50% dari harga ditingkat akhir setiap saluran pemasaran. Saluran pemasaran V merupakan saluran pemasaran yang paling efisien yang terdapat di Desa Belengang, Kecamatan Manganitu Kabupaten Kepulauan

Sangihe, dengan nilai efisiensi sebesar 11.95%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Bentuk saluran pemasaran biji pala di Desa Belengang, Kecamatan Manganitu, Kabupaten Kepulauan Sangihe adalah sebagai berikut :
 - a. Bentuk saluran pemasaran 1 tingkat :
 - Petani – Pedagang Pengumpul Kabupaten – Eksportir
 - b. Bentuk saluran pemasaran 2 tingkat :
 - Petani – Pedagang Pengumpul Kabupaten – Pedagang Pengumpul Provinsi – Eksportir
 - Petani – Pedagang Pengumpul Kecamatan – Pedagang Pengumpul Kabupaten – Eksportir
 - c. Bentuk saluran pemasaran 3 tingkat :
 - Petani – Pedagang Pengumpul Desa – Pedagang Pengumpul Kabupaten – Pedagang Pengumpul Provinsi – Eksportir
 - Petani – Pedagang Pengumpul Kecamatan – Pedagang Pengumpul Kabupaten – Pedagang Pengumpul Provinsi – Eksportir
2. Margin pemasaran tertinggi dalam penelitian ini ada pada saluran pemasaran I dengan total margin Rp 40.800/Kg.

Saran

Melalui penelitian ini maka diperoleh informasi faktual mengenai pemasaran dan produksi biji pala di Desa Belengang, Kecamatan Manganitu, Kabupaten Kepulauan Sangihe. Berdasarkan hasil penelitian maka ada beberapa saran yang dikemukakan melalui penelitian ini diantaranya :

1. Pemerintah Desa sebaiknya membentuk BUMDes yang dapat memperpendek saluran pemasaran dengan tujuan peningkatan pendapatan petani.

2. Pemerintah desa dapat memfasilitasi pengadaan alat pengeringan biji pala secara komersial supaya dapat membantu petani melakukan pengeringan biji pala ketika musim panen jatuh pada musim penghujan sehingga harga yang diterima petani pada proses pemasaran meningkat.
3. Sebaiknya dibentuk komunitas petani pala di Kabupaten Kepulauan Sangihe supaya dapat mewadahi proses saling tukar informasi mengenai pemasaran biji pala.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS, 2017. Produksi tanaman perkebunan menurut kecamatan dan jenis tanaman di Kabupaten Kepulauan Sangihe. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kepulauan Sangihe. Tahuna.
- CNN. 2021. Sulut ekspor biji pala Rp. 2 M ke Singapura dan Belanda. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210111191953-92-592341/sulut-ekspor-biji-pala-rp2-m-ke-singapura-dan-belanda>. 5 Juli 2021.
- Ditjenbun Pertanian. 2020. Peluang ekspor perkebunan masih bertahan. <http://ditjenbun.pertanian.go.id/2020/>. 29 Juni 2021.
- Jumiati, Elly, dkk. 2013. Analisis saluran pemasaran dan margin pemasaran kelapa dalam di daerah perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal Agrifor*, 12(1): 2.
- Rahayu, E, S. 2010. Aplikasi tipologi klassen pada strategi pengembangan subsektor pertanian tanaman pangan di Kabupaten Boyolali. *Journal of Rural and Development*, 1(2):106.