

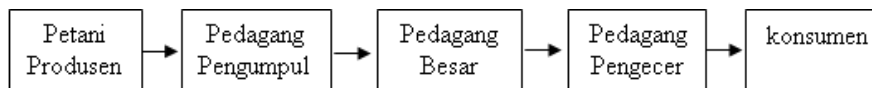
**ANALISIS PEMASARAN BENIH PADI SAWAH (*Oryza sativa* L.)
VARIETAS CIHERANG
(Suatu Kasus di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis)**

**Oleh:
Ahmad Ubaedillah¹⁾, Yus Rusman²⁾, Sudradjat³⁾**

1) Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Galuh
2) Dosen Fakultas Pertanian Universitas Galuh
3) Dosen Fakultas Pertanian Universitas Galuh

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Saluran pemasaran benih padi sawah di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis. (2) Besarnya margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran benih padi sawah di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis. (3) Keuntungan pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran benih padi sawah di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis. (4) Besarnya bagian harga yang diterima petani (farmer's share) benih padi sawah. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis dengan menggunakan metode survai. Responden petani diambil secara acak sederhana (simple random sampling), sedangkan untuk sampel lembaga pemasaran diambil dengan cara snowball sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Terdapat satu saluran pemasaran benih padi sawah varietas Ciherang dari Desa Sindangasih yaitu :



2) Margin pemasaran benih padi sawah varietas Ciherang di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 1.000,00 per kilogram, di pedagang besar sebesar Rp. 1.000,00 per kilogram dan di pedagang pengecer sebesar Rp. 1.000,00 per kilogram sehingga margin keseluruhan sebesar Rp. 3.000,00 per kilogram. 3) Keuntungan pemasaran benih padi sawah varietas Ciherang yang diperoleh di tingkat pedagang pengumpul yaitu Rp. 716,00 per kilogram, pedagang besar Rp. 880,00 per kilogram dan pedagang pengecer Rp. 884,60 per kilogram sehingga keuntungan keseluruhan sebesar Rp. 2.480,60 per kilogram. 4) Farmer's share atau bagian harga yang diterima petani adalah 64,7 persen dari harga yang dibayarkan konsumen.

Kata kunci : Benih Padi Sawah, Pemasaran, Saluran

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian subsektor tanaman pangan/palawija di Indonesia memegang peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Sektor ini diperkirakan mempunyai pangsa terhadap pendapatan nasional sektor pertanian sekitar 60%. Selain menjadi penyedia bahan pangan, subsektor pertanian tanaman

pangan sampai sekarang ini masih menjadi andalan penyerapan tenaga kerja, dimana pangsa terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 43.21 % (Sawit, 2003).

Padi (*Oryza sativa* L.) merupakan salah satu tanaman pangan pokok yang telah lama dikenal orang. Penduduk dunia sebagian besar menggantungkan hidupnya pada padi. Padi begitu penting sehingga kegagalan panen dapat menyebabkan kelaparan dan kematian luas. Padi

juga tercermin dalam kehidupan petani. Di Indonesia padi merupakan tanaman pokok utama masyarakat. Inovasi dan penerapan teknologi dalam melakukan usahatani padi dilakukan karena kebutuhannya terus meningkat, sedangkan persediaan alam semakin terbatas (Harahap dan Tjahjono, 2003).

Dalam usahatani padi, benih merupakan *input* yang sangat penting dalam proses produksi. Kualitas benih sangat berpengaruh terhadap penampilan dan hasil tanaman. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi perbenihan telah mencapai kemajuan yang sangat pesat. Benih tidak lagi diperlakukan secara tradisional, namun telah berkembang menjadi industri yang dapat memberikan keuntungan dan lapangan pekerjaan yang cukup besar. Kesadaran akan pentingnya penggunaan benih yang bermutu

(berlabel), mendorong tumbuh dan berkembangnya usaha perbenihan baik yang berskala besar maupun kecil. Di Indonesia, perkembangan usaha perbenihan meningkat cukup pesat dimana pemerintah perlu membentuk suatu usaha perbenihan seperti PT. Pertani dan PT. Sang Hyang Sri sebagai langkah dalam usaha memenuhi kebutuhan benih yang bermutu. Pada akhirnya masyarakat pertanian pun ikut terlibat dalam usaha pertanian ini, dimana mereka menjadi petani penangkar benih yang bisa bermitra dengan perusahaan besar atau secara swasembada mengelola usaha perbenihannya (Hadi, 2009).

Kabupaten Ciamis merupakan salah satu wilayah yang menghasilkan berbagai benih tanaman pangan/palawija khususnya benih padi. Benih padi yang dihasilkan di Kabupaten Ciamis yaitu 2.230 ton dengan luas lahan 555 hektar dan produktivitasnya 4,02 ton per hektar (Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih TPH Kabupaten Ciamis, 2013).

Salah satu wilayah binaan penangkaran benih padi terbesar di Kabupaten Ciamis adalah Kecamatan Banjarsari dengan luas lahan yaitu 250 hektar, produksi sebesar 1.000 ton per hektar dan produktivitas sebesar 4,00 ton per hektar.

Desa Sindangasih merupakan salah satu wilayah penangkaran benih padi terbesar yang berada di Kecamatan Banjarsari dengan luas lahan 62 hektar, produksi 254 hektar dan produktivitas 4,1 ton per hektar (Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih TPH Kabupaten Ciamis, 2013)

Menurut cara dan tempat bertanam yang dilakukan oleh penangkar benih padi di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis, padi sawah merupakan jenis tanaman padi yang lebih banyak diusahakan dibandingkan padi gogo dan varietas Ciherang merupakan jenis padi sawah yang paling banyak diusahakan dengan luas lahan 25 hektar, produksi 105,00 ton dan produktivitas 4,20 ton per hektar (Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih TPH Kabupaten Ciamis, 2013).

Dalam usaha penangkaran benih padi sawah varietas Ciherang, saluran pemasaran yang panjang diduga menjadi masalah yang berdampak pada keuntungan yang diterima oleh pengusaha seiring dengan kebutuhan benih yang berkualitas semakin meningkat. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan : (1) Saluran pemasaran benih padi sawah dari produsen

sampai ke konsumen, (2) Besarnya margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran benih padi, (3) Berapa besarnya keuntungan pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran, (4) Besarnya bagian harga yang diterima petani penangkar benih padi sawah dari harga yang dibayarkan konsumen (*farmer's share*).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode survai dengan mengambil kasus di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis. Menurut Daniel (2002), metode survai adalah pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapat keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu di dalam daerah atau lokasi tertentu atau suatu studi ekstensif yang dipolakan untuk memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan.

Operasionalisasi Variabel

Agar mendapatkan persepsi dan penafsiran yang jelas terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian, perlu ada pembatasan istilah terhadap variabel yang diteliti, yaitu :

1. Pemasaran adalah suatu kegiatan usaha yang mengarahkan arus barang dan jasa dari petani atau produsen ke konsumen atau pemakai.
2. Lembaga pemasaran adalah orang atau perusahaan atau lembaga yang secara langsung terlibat dalam proses pemasaran.
3. Saluran pemasaran adalah suatu jalur yang dilalui arus barang-barang dari petani ke lembaga perantara dan akhirnya sampai pada konsumen.
4. Petani penangkar benih padi adalah orang yang membudidayakan tanaman benih padi Ciherang.
5. Pedagang pengumpul adalah orang yang membeli benih padi Ciherang dari petani kemudian disimpan pada suatu tempat dan dijual kembali kepada pedagang besar.
6. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli benih padi Ciherang dari pedagang pengumpul dalam jumlah banyak dan dijual kembali kepada konsumen.
7. Pedagang Pengecer adalah pedagang yang membeli produk benih padi sawah dari pedagang besar untuk dijual atau diecerkan kepada konsumen.
8. Konsumen akhir adalah pembeli atau setiap orang baik pemakai barang atau jasa yang ada

- dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
9. Harga jual adalah nilai dari benih padi Ciherang yang dikeluarkan atau dijual saat penelitian dilakukan, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
 10. Harga beli adalah nilai dari benih padi Ciherang yang diterima atau dibeli saat penelitian dilakukan, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
 11. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk menyalurkan barang dari tangan produsen ke tangan konsumen, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg). Meliputi :
 - a. Biaya pengangkutan adalah biaya yang digunakan untuk memindahkan benih padi Ciherang dari satu tempat ke tempat lain, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
 - b. Biaya penyimpanan adalah biaya yang dikeluarkan untuk menahan benih padi Ciherang dalam jangka waktu tertentu sampai adanya peluang-peluang pemasaran yang memungkinkan adanya keuntungan baru ketika benih padi Ciherang itu dijual, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
 - c. Biaya pengemasan adalah biaya yang dikeluarkan dari seluruh rangkaian kegiatan mulai dari pengisian, pembungkusan, pemberian label atau kegiatan lain yang dilakukan terhadap produk mentah untuk menghasilkan produk jadi, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
 - d. Biaya penyusutan produk adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghindari segala penyusutan baik karena kerusakan, kehilangan dan lain-lain yang terjadi selama pengalihan barang dari produsen ke konsumen, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg)
 12. Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima oleh lembaga ke i dengan harga yang di bayarkan oleh lembaga ke i yang terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
 13. Keuntungan lembaga pemasaran adalah selisih harga jual dengan harga beli setelah dikurangi biaya dari fungsi pemasaran,

dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

14. Farmer's Share adalah bagian harga yang diterima petani penangkar benih padi sawah dari harga yang dibayarkan konsumen dihitung dalam satuan persen.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui cara wawancara langsung dengan responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari Dinas dan Instansi terkait, serta literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknik Penarikan Sampel

Penarikan sampel untuk petani penangkar benih dilakukan dengan cara sensus. Menurut Arikunto (2002) apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua, jika jumlah subjeknya lebih dari 100 dapat diambil antara 10-15 persen atau 20-25 persen atau lebih. Maka untuk keperluan penelitian diambil 21 orang petani penangkar benih padi sawah atau seluruh anggota populasi penangkar benih padi sawah di Desa Sindangasih.

Untuk lembaga pemasaran menggunakan *snowball sampling* atau bola salju. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang tidak jelas keberadaannya dan tidak pasti jumlahnya dengan cara menemukan sampel, untuk kemudian dari sampel tersebut dicari (digali) keterangan mengenai keberadaan sampel lain terus demikian secara berantai (Sugiono, 2007). Berdasarkan hasil penelitian di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis terdapat 1 (satu) pedagang pengumpul yang berada di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari, 1 (satu) pedagang besar yang berada di Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis dan 13 (tiga belas) pedagang pengecer yang berada di Kabupaten Ciamis dan Kabupaten Tasikmalaya.

Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh ditabulasi, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui saluran pemasaran benih padi Ciherang. Untuk mengetahui marjin pemasaran, keuntungan pemasaran dan *farmer's share* dihitung dengan

menggunakan rumus sebagai berikut (Angipora, 2002).

1. Marjin pemasaran :

$$Mm = Pe - Pf$$

Keterangan :

Mm = Marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

Pe = Harga jual produk di tingkat lembaga pemasaran ke i

Pf = Harga beli produk di tingkat petani

2. Biaya Pemasaran :

$$TC = Mm - \pi$$

Keterangan :

TC = Total biaya di tingkat lembaga pemasaran

Mm = Marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

π = Keuntungan di tingkat lembaga pemasaran

3. Keuntungan Pemasaran :

$$\pi = Mm - TC$$

keterangan:

π = Keuntungan di tingkat lembaga pemasaran

Mm = Marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

TC = Total biaya di tingkat lembaga pemasaran

4. Untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menggunakan rumus :

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

Keterangan :

FS = Bagian harga yang diterima petani (*Farmer's share*)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja karena Desa Sindangasih merupakan salah satu sentra wilayah binaan penangkaran benih padi di Kabupaten Tasikmalaya. Penelitian

ini dilaksanakan mulai bulan 2014 sampai Juni 2014.

PEMBAHASAN

Identitas Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 36 orang yang terdiri dari 21 orang petani penangkar benih padi sawah varietas Ciherang, 1 orang pedagang pengumpul, 1 orang pedagang besar dan 13 pedagang pengecer.

1. Usia Responden

Usia responden responden pada umumnya berada pada usia produktif yaitu sebanyak 28 orang, sedangkan yang lainnya yaitu 8 orang responden berada pada usia tidak produktif. Hal ini sesuai dengan pendapat Anjayani dan Haryanto (2011) yang menyatakan bahwa penduduk usia produktif adalah penduduk berumur 15 sampai 64 tahun. Pada usia 35 sampai 64 tahun responden cenderung lebih mudah menerima inovasi yang akan membawa pengaruh terhadap peningkatan pendapatannya.

2. Pendidikan responden

Tingkat pendidikan responden umumnya adalah tamatan Sekolah Dasar (SD) yaitu sebanyak 18 responden, sedangkan yang lainnya yaitu tamatan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) yaitu sebanyak 9 responden, tamatan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) sebanyak 6 responden dan tamatan Perguruan Tinggi 3 orang

3. Pengalaman berusaha responden

Pengalaman berusaha responden sebagian besar antara 5 sampai 10 tahun yaitu sebanyak 25 responden, sedangkan yang mempunyai pengalaman berusaha antara 1 sampai 5 tahun sebanyak 10 responden dan yang mempunyai pengalaman lebih dari 10 tahun sebanyak 1 responden.

4. Tanggungan keluarga responden

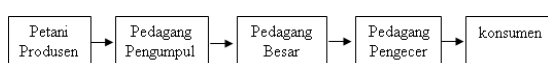
Tanggungan keluarga responden sebagian besar kurang dari 3 orang yaitu sebanyak 31 orang, sedangkan yang mempunyai tanggungan keluarga lebih dari 3 orang sebanyak 5 orang. Dengan demikian pada umumnya kesadaran responden terhadap program Keluarga Berencana (KB) dapat dikatakan baik.

Hal ini dikarenakan sebagian besar anak-anaknya telah bekerja atau berkeluarga. Mereka yang masih menjadi tanggungan adalah istri dan anak yang masih sekolah atau belum menikah atau belum bekerja.

Saluran Pemasaran Benih Padi Ciherang

Saluran pemasaran merupakan jembatan antara petani dengan konsumen akhir yang melalui berbagai tingkatan lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran benih padi sawah varietas Ciherang dari petani sampai ke tangan konsumen adalah pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer.

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis terdapat satu saluran pemasaran benih padi sawah varietas Ciherang seperti yang terlihat pada Gambar 1 berikut ini :



Gambar 1. Saluran Pemasaran Benih Padi Ciherang di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis

Gambar 1 menunjukkan bahwa benih padi sawah varietas Ciherang yang dihasilkan para petani penangkar benih di Desa Sindangasih dijual kepada pedagang pengumpul yang berada di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari, kemudian dari pedagang pengumpul dijual lagi kepada pedagang besar yang berada di Kecamatan Banjarsari, kemudian dari pedagang besar dijual kepada pedagang pengecer yang berada di Kabupaten Ciamis dan Kabupaten Tasikmalaya, dan dari pedagang pengecer kemudian dijual kepada konsumen yaitu petani padi sawah baik yang berada di Kabupaten Ciamis maupun di Kabupaten Tasikmalaya.

Kegiatan Pemasaran Benih Padi Ciherang di Desa Sindangasih

1. Kegiatan Pemasaran di Tingkat Petani Produsen

Petani penangkar benih tidak menjual langsung produksinya ke pedagang besar atau konsumen tetapi melalui pedagang pengumpul. Biasanya pedagang pengumpul tersebut datang langsung ke lokasi produsen untuk membeli benih padi tersebut sehingga produsen tidak menanggung biaya transportasi, ada pun cara pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul ketika produsen menjual produknya yaitu secara tunai.

Volume penjualan rata-rata petani penangkar benih padi di Desa Sindangasih yaitu

sebanyak 5.000,00 kilogram dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 5.500,00 per kilogram.

2. Kegiatan di Tingkat Pedagang Pengumpul

Sebelum pedagang pengumpul menjual produknya, terlebih dahulu pedagang pengumpul tersebut melakukan fungsi pemasaran sebelum menghubungi pedagang besar yang berada di Kecamatan Banjarsari. Setelah ada kesepakatan, pedagang besar mengangkut produknya dari lokasi pedagang pengumpul dengan harga jual dari pedagang pengumpul Rp. 6.500,00 per kilogram. Adapun besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-rata Biaya Pemasaran Benih padi sawah di Tingkat Pedagang Pengumpul

No	Jenis Biaya	Besarnya Biaya	
		Rp/kg	%
1	Transportasi	50,00	17,60
2	Bongkar muat	20,00	7,10
3	Standarisasi/sortasi	50,00	17,60
4	Pengemasan	114,00	40,10
5	Penyimpanan	50,00	17,60
Jumlah		284,00	100,00

Tabel 1 memperlihatkan bahwa total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah Rp. 284,00 per kilogram yang terdiri dari biaya transportasi yaitu sebesar Rp. 50,00 per kilogram atau sekitar 17,6 persen, bongkar muat Rp. 20,00 per kilogram atau sekitar 7,1 persen, standarisasi/sortasi Rp. 50,00 per kilogram atau sekitar 17,6 persen, pengemasan Rp. 114,00 per kilogram atau sekitar 40,1 persen dan penyimpanan Rp. 50,00 per kilogram atau sekitar 17,6 persen. Biaya pengemasan merupakan biaya paling besar yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul yaitu 114,00 atau 40,1 persen.

3. Kegiatan di Tingkat Pedagang Besar

Cara pembelian benih padi sawah yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu dengan cara mendatangi dan membeli benih padi sawah dari pedagang pengumpul dengan harga sebesar Rp. 6.500,00 per kilogram. Cara pembayaran yang mereka lakukan adalah secara tunai sesuai dengan volume pembelian dan sesuai dengan kesepakatan.

Produksi benih padi sawah dijual kembali ke pedagang pengecer dengan harga sebesar Rp. 7.500,00 per kilogram. Adapun besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Biaya Pemasaran Benih Padi Sawah di Tingkat Pedagang Besar

No	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran	
		Rp/kg	%
1	Transportasi	50,00	41,7
2	Bongkar muat	20,00	16,6
3	Penyimpanan	50,00	41,7
Jumlah		120,00	100,00

Tabel 2 terlihat bahwa total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar adalah Rp. 120,00 yang terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp. 50,00 per kilogram atau 41,7 persen, bongkar muat Rp. 20,00 per kilogram atau 16,6 persen, penyimpanan Rp. 50 atau 41,7 persen. Biaya pemasaran yang paling besar dikeluarkan oleh pedagang besar yaitu biaya transportasi dan biaya penyimpanan yaitu sebesar Rp. 50 atau 41,7 persen.

4. Kegiatan di Tingkat Pedagang Pengecer

Cara pembelian benih padi sawah yang dilakukan oleh pedagang pengecer yaitu dengan cara mendatangi dan membeli benih padi sawah dari pedagang besar dengan harga sebesar Rp. 7.500,00 per kilogram. Cara pembayaran yang mereka lakukan adalah secara tunai sesuai dengan volume pembelian dan sesuai dengan kesepakatan.

Produksi benih padi sawah dijual kembali ke pedagang konsumen dengan harga sebesar Rp. 8.500,00 per kilogram. Adapun besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rata-rata Biaya Pemasaran Benih Padi Sawah di Tingkat Pedagang Pengecer

No	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran	
		Rp/kg	%
1	Transportasi	50,00	43,33
2	Bongkar muat	33,10	28,68
3	Penyimpanan	32,30	27,99
Jumlah		115,40	100,00

Tabel 3 terlihat bahwa total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah Rp. 115,40 yang terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp. 50,00 per kilogram atau 43,33 persen, bongkar muat Rp. 33,10 per kilogram atau 28,68 persen dan penyimpanan Rp. 32,30 atau 27,99 persen. Biaya pemasaran yang paling besar dikeluarkan oleh pedagang besar yaitu biaya transportasi dan biaya penyimpanan yaitu sebesar Rp. 50 atau 43,33 persen.

Analisis Biaya, Marjin, dan Keuntungan Pemasaran antar Lembaga Pemasaran

Setiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang dapat menciptakan kegunaan, baik guna bentuk, guna waktu dan guna tempat sehingga dapat mempermudah konsumen untuk memperoleh benih padi sawah tersebut. Dalam proses pengaliran produk dari titik produksi sampai konsumen ternyata banyak perlakuan-perlakuan yang dilakukan oleh pedagang perantara agar produk sampai ke konsumen sesuai dengan keinginan.

Perlakuan-perlakuan yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dapat mempengaruhi besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran serta berpengaruh pula terhadap besarnya marjin dan keuntungan pemasaran.

Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh petani akan berpengaruh terhadap harga produk dan akan mempengaruhi besar kecilnya nilai *share*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Rata-rata Biaya, Keuntungan, Marjin pemasaran, dan *Farmer's Share* Pada Pemasaran Benih Padi Sawah di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis

Lembaga Pemasaran	Harga Beli	Harga Jual	Biaya	Keuntungan	Marjin
Pedagang Pengumpul	5.500	6.500	284	716	1.000
Pedagang Besar	6.500	7.500	120	880	1.000
Pedagang Pengecer	7.500	8.500	115	884	1.000
Jumlah	-	-	519,40	2480,60	3.000

Tabel 4 menunjukkan bahwa para pelaku pemasaran dalam proses pemasaran benih padi sawah ternyata memerlukan biaya-biaya yang besarnya berbeda-beda. Biaya total yang dikeluarkan oleh pelaku pemasaran yaitu Rp. 519,40 per kilogram yang terdiri dari pedagang pengumpul Rp. 284,00 per kilogram, pedagang besar yaitu Rp. 120,00 per kilogram dan pedagang pengecer yaitu 115,40 per kilogram. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan pedagang besar dan pedagang pengecer yaitu Rp. 284,00 per kilogram.

Marjin pemasaran di tiap-tiap pelaku pemasaran sama yaitu Rp. 1.000,00 per kilogram, sehingga marjin total pelaku pemasaran yaitu Rp. 3.000,00 per kilogram. sedangkan keuntungan

total yang diperoleh pelaku pemasaran yaitu Rp. 2.480,60 per kilogram yang terdiri dari pedagang pengumpul Rp. 716,00 per kilogram, pedagang besar Rp. 880,00 per kilogram dan pedagang pengecer Rp. 884,60 per kilogram. Keuntungan pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer lebih besar dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh pedagang besar dan pedagang pengumpul yaitu Rp. 884,60 per kilogram.

Farmer's share atau Persentase Bagian Harga yang Diterima Petani

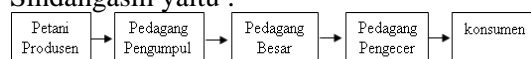
Farmer's share adalah persentase harga yang diterima produsen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Untung ruginya para petani tidak ditentukan oleh besar kecilnya nilai *Farmer's share*, tetapi dipengaruhi oleh harga produk dan biaya yang dikeluarkan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual di tingkat petani Rp. 5.500,00 per kilogram, dan ditingkat pedagang pengecer yang menjual ke konsumen sebesar Rp. 8.500,00 per kilogram, maka besarnya nilai *Farmer's share*-nya sebesar 64,7 persen, hal ini menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima petani sebesar 64,7 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terdapat satu saluran pemasaran benih padi sawah varietas Ciherang dari Desa Sindangasih yaitu :



2. Marjin pemasaran benih padi sawah varietas Ciherang di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 1.000,00 per kilogram, di pedagang besar sebesar Rp. 1.000,00 per kilogram dan di pedagang pengecer sebesar Rp. 1.000,00 per kilogram sehingga marjin keseluruhan sebesar Rp. 3.000,00 per kilogram.
3. Keuntungan pemasaran benih padi sawah varietas Ciherang yang diperoleh di tingkat pedagang pengumpul yaitu Rp. 716,00 per kilogram, pedagang besar Rp. 880,00 per kilogram dan pedagang pengecer Rp. 884,60 per kilogram sehingga keuntungan keseluruhan sebesar Rp. 2.480,60 per kilogram.
4. *Farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani adalah 64,7 persen dari harga yang dibayarkan konsumen.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka disarankan kepada pedagang pengumpul untuk menurunkan biaya pemasaran dengan cara mengefisiensikan biaya pengemasan agar diperoleh nilai keuntungan yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung
- Angipora. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kedua*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Anjayani dan Haryanto. 2009. *Geografi SMA XI*. Penerbit Cempaka Putih. Jakarta.
- Anonim, 2009. *Statistik Padi dan Palawija Provinsi Bali Tahun 2009*. BPS Provinsi Bali. Bali
- Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arifah, H. 2008. *Sikap Petani Terhadap Proyek Subsidi Benih Padi Ciherang di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo*. Surakarta.
- Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih TPH Kabupaten Ciamis. 2013. *Data Penangkaran Benih Tanaman Pangan*. Ciamis.
- Balai Pengkajian Teknologi Pertanian. 2009. *Petunjuk Teknis penangkaran benih padi*. Bandung
- Balai Besar Penelitian Padi. 2008. *Padi Ciherang*. Diakses dari http://bbpadi.litbang.deptan.go.id/index.php?option=com_content&task=view&id=49&Itemid=9 pada tanggal 14 Februari 2008 pukul 10.00 WIB.
- BP3K Kecamatan Banjarsari, 2012. *Laporan Tahunan BP3K Kecamatan Banjarsari Tahun 2013*. Ciamis.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar ekonomi pertanian*. Bumi aksara, Jakarta.
- Desa Sindangasih. 2013. *Monografi Desa Sindangasih*. Kecamatan Banjarsari. Kabupaten Ciamis.
- Dinas pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Ciamis. 2013. *Data Realisasi Padi*. Ciamis
- Hadi, R. M. 2009. *Kajian Ekonomi Usaha Penangkaran Benih Padi Unggul*. Lampung.
- Harahap, S dan Tjahjono, B. 2003. *Pengendalian Hama Terpadu*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1*. Indeks, Jakarta

- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta
- Nazir, M. 2011. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Reinjntjes, C, B. Haverkort, dan A. W. Boyer. 2003. *Pertanian Masa Depan*. Kanisius. Yogyakarta.
- Rejeki, S. 2006. *Analisis Efisiensi Usaha Tani jahe*. Semarang
- Ritonga. 2003. *Kependudukan dan Lingkungan Hidup*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Sazili, M. 2006. *Analisis Sistem Pengadaan dan Pemasaran Benih Padi*. Batang Hari, Jambi
- Sawit, H. 2003. *Kegagalan Perundingan Pertanian Wto Di Cancun: Peluang Atau Ancaman Ekonomi Rakyat*. Jurnal Ekonomi Rakyat. Jakarta
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. Rajawali. Jakarta.
- Suswono. 2013. *Perencanaan Tenaga Kerja Sektor Pertanian 2012-2014*. Jakarta.
- Sudiyono. 2004. *Pemasaran pertanian*. Penerbit Universitas Muhamadiyah Malang.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Suyamto dan Widiarta, I,N. 2010. *Inovasi Teknologi Berbasis Ketahanan Pangan Berkelanjutan*. Bogor
- Tjahjono, B, 2003. *Pengendalian Hama Terpadu*, Penebar Swadaya. Jakarta
- Yandianto. 2003. *Bercocok Tanam Padi*. M2S. Bandung.