

**ANALISIS PEMASARAN BIBIT KAKAO (STUDI KASUS) PADA CV. AGROVALAH DI
DESA BERDIKARI KECAMATAN PALOLO KABUPATEN SIGI**

***MARKETING ANALYSIS OF COCOA SEEDLINGS (CASE STUDY) ON CV. AGROVALAH IN
THE VILLAGE BERDIKARI PALOLO SUB DISTRICT SIGI***

¹Sufian Mohoridju, ²Patta Dua, ³Marliyah

Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palu

Email : sufian00@gmail.com

Email : pattadua@gmail.com

Email : marliyah01@gmail.com

ABSTRACK

Salah satu ciri usahatani tanaman Kakao adalah orientasi peningkatan sistim agribisnis yang mampu menghasilkan produk pertanian yang berdaya saing tinggi baik dipasar domestik maupun mancanegara. CV.Agrovalah di Desa Berdikari, Kecamatan Palolo, Kabupaten Sigi adalah salasatu produsen bibit unggul yakni bibit tanaman kakao dan dalam usaha pemenuhan kebutuhan akan tanaman perkebunan, dilingkungan masyarakat tani, namun demikian belum dapat diketahui seberapa besar hasil dari pemasaran bibit tanaman kakao pada uahatani yang selama ini dilakukan serta bagaimana proses pemasaran yang selama ini dilakukan. Adapun permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana saluran pemasaran bibit kakao pada CV Agrovala kemudian peneliti ingin mengetahui margin pemasaran CV Agrovala. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa saluran pemasaran pada CV agrovala adalah Produsen, kepedagang pengumpul selanjutnya kekonsumen. Adapun margin dari saluran pemasaran yang adalah Rp 2.500.

Kata Kunci : Pemasaran, Bibit Kakao

ABSTRACK

One characteristic of cocoa plantation farming is the orientation of the improvement of agribusiness system that is able to produce high competitiveness agricultural products both domestic and foreign market. Cv. Agrovalah in Berdikari village, Palolo Sub-district, Sigi is the leading producer of seeds of cocoa plants and in the business of fulfilling the need for plantation crops, in the community of farmers, but it is not yet known How much of the proceeds from the marketing of cocoa plant seeds in Uahatani that has been done as well as how the marketing process that has been done. The problem of this research is how the marketing channel of cocoa seedlings on CV Agrovala then researchers want to know the marketing margin of CV Agrovala. From the results of the research is known that the marketing channel on the Agrovala CV is the manufacturer, traders next gatherer consumers. The margin of the marketing channel is Rp 2,500.

Keywords: *marketing, cocoa seedlings*

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen akhir, yang kesemuanya itu dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sambil bersatu mencapai tujuan organisasi. Dalam proses pemasaran ini masalah yang dihadapi tidak hanya sebelum barang dibuat tetapi juga barang

itu selesai dibuat dan siap dipasarkan. Untuk menggerakkan proses tersebut maka dibutuhkan sebuah saluran yang dinamakan saluran distribusi. Saluran distribusi juga dinamakan sebagai saluran perdagangan sebagaimana didefinisikan bahwa “Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai kekonsumen industri” (Basu Swastha, 1989:190).

Kakao (*Theobroma cacao* L) merupakan salah satu tanaman Perkebunan yang mendapat prioritas untuk dikembangkan karena peranannya bagi siapa saja. Disamping sebagai tanaman Perkebunan, tanaman Kakao adalah sebagai tanaman perkebunan yang mempunyai nilai ekonomi tinggi yang mempunyai potensi yang besar untuk dapat meningkatkan pendapatan petani.

Salah satu ciri usahatani tanaman Kakao adalah orientasi peningkatan sistim agribisnis yang mampu menghasilkan produk pertanian yang berdaya saing tinggi baik dipasar domestik maupun mancanegara.

CV.Agrovalah di Desa Berdikari, Kecamatan Palolo, Kabupaten Sigi terus menghasilkan bibit tanaman kakao dan dalam usaha pemenuhan kebutuhan akan tanaman perkebunan, dilingkungan masyarakat tani, namun demikian belum dapat diketahui seberapa besar hasil dari pemasaran bibit tanaman kakao pada uahatani akan menentukan besarnya produksi.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan bulan September 2017, bertempat di Desa Berdikari, Kecamatan Palolo, kabupaten Sigi, Propinsi Sulawesi Tengah. Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (Questionare), Sedangkan sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi terkait baik tingkat desa, kecamatan, kabupaten dan propinsi.

Analisis Bentuk Pemasaran. Mengetahui saluran/bentuk pemasaran bibit tanaman Kakao di Desa Berdikari, Kecamatan Palolo, menggunakan analisis deskriptif. Analisis Margin Pemasaran Menghitung margin pemasaran setiap lembaga pemasaran yang terlibat didalam saluran pemasaran di hitung dengan menggunakan rumus :

$$M = HP - HB$$

Keterangan

M = Margin

HP = Harga Penjualan

HB = Harga Pembelian

a. Analisis Keuntungan Pemasaran

Profit adalah keuntungan yang didapat dimana keadaan penghasilan sudah melebihi ongkos/biaya yang harus kita keluarkan (break event point yaitu titik dimana penghasilan adalah biaya/ongkos), sedangkan margin adalah batas penghasilan yang harus kita peroleh agar biaya dan ongkos yang sudah kita keluarkan tertutup/tercover.

Menghitung keuntungan lembaga pemasaran dengan menggunakan rumus :

$$\pi = HP - (HB + B)$$

Keterangan

π = Keuntungan

HP = Harga Penjualan

HB = Harga Pembelian

B = Biaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengalaman berusahatani akan memberikan pengaruh positif dalam berusahatani bibit tanaman Kakao khususnya pemilik dan karyawan yang digunakan dari hasil wawancara rata-rata pengalaman berusahatani khususnya penangkar, responden memiliki pengalaman yang bervariasi yakni 4 tahun hingga 7 tahun

Untuk mengetahui data pembelian dan pemasaran bibit tanaman Kakao yang dilakukan oleh penangkar CV Agropala terlihat pada tabel dibawah ini.

Harga Jual Bibit Tanaman Kakao Desa Berdikari, Kecamatan Palolo, 2017

No	Harga Beli/Rp/Phn	Harga Jual	Keterangan
1.	Rp. 5.000	Rp. 7.500	Pedagang → Petani

Sumber Data: Data Primer setelah diolah, 2017

Berdasarkan Tabel terlihat bahwa harga pembelian bibit tanaman Kakao CV Agropala adalah Rp. 5.000.

Saluran Pemasaran bibit Kakao pada CV Agropala



Analisis Margin Keuntungan Pemasaran Bibit Tanaman Kakao

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan dari tangan penangkar ketangan pedagang pengumpul, sedangkan yang dimaksud dengan biaya pemasaran bibit tanaman Kakao, biaya-biaya yang dikeluarkan penangkar meliputi, biaya tenaga kerja untuk kegiatan penjualan sampai ketangan konsumen.

Dalam proses pemasaran ataupun penangkar mengeluarkan biaya sebagaimana tersebut untuk memperoleh keuntungan dari usaha yang dikeluarkan. Keuntungan adalah selisih antara harga penjualan dengan harga pembelian dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan oleh CV Agropala yang dinyatakan dalam rupiah (Rp). Kemudian margin adalah selisih antara harga ditingkat penangkar dengan harga penjualan,

Penangkar

Harga penjualan oleh penangkar ke pedagang adalah Rp. 5000./pohon.sedangkan petani membeli kepada pedagang adalah Rp. 7.500 Untuk mengetahui margin pemasaran pada CV Agropala adalah sebagai berikut:

Margin Pemasaran Bibit Kakao

Berdasarkan hasil identifikasi analisis data penelitian diketahui besarnya margin bibit Tanaman Kakao di Desa Berdikari sebagai berikut:

Kelembagaan	Pembelian	Penjualan	Margin
Penangkar		5.000	
Pedagang	5.000	7.500	2.500
Konsumen	7.500		

Sesuai dengan tabel diatas bahwa, pedagang langsung menjual kepada petani maka margin yang diterima adalah: $M = H_p - H_b$ atau Rp 7.500 –Rp 5.000 Rp 2.500

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan Sesuai dengan hasil pembahasan diatas bahwa CV Agrovala sebagai perusahaan yang bergerak dibidang penangkaran bibit kakao yang ada di Desa berdikari bahwa margin antara pedagang kekonsumen adalah Rp 2.500. Adapun saran-saran yang diperoleh yaitu: Bahwa untuk meningkatkan produktivitas usahatani kakao di Kecamatan palolo Khususnya Desa berdikari maka perlu peningkatan sosialisasi penggunaan bibit unggul yang disediakan oleh CV Agropala.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2009, **Pemasaran Produksi Pertanian**. Diklat Pertanian Departemen Pertanian Jakarta.
- Anonim. 2008. **Pedoman Penerapan Jaminan Mutu Terpadu Kakao**. Direktorat Jendral Bina Produksi Perkebunan Pertanian Bogor. Departemen Pertanian kerja sama dengan Pusat Kajian Buah-buahan Tropika Institut. Bogor.
- Gitosudarmo.H.I, 2009, **Manajemen Tataniaga**, BPFE, Yogyakarta.
- Hamid. Abdul Kadir, 2009. **Tataniaga Pertanian**, Lophas, Ujung Pandang.
- Kartasapoetra, 2008, **Pengantar Ekonomi Produksi**. PT Raya Grafindo Persada. Jakarta
- Kartasapoetra, 2009. **Marketing Produksi Pertanian dan Industri**, Bina Aksara, Jakarta
- Kotler, P.2010. **Modul Pemasaran Hasil Pertanian**. Diklat Penyetaraan D.III Bagi Penyuluh Pertanian.
- Mubyarto, 2008. **Pengantar Ekonomi Pertanian**. Edisi ketiga LP3ES, Jakarta
- Marshal,A, 2008. **Modul Pemasaran Hasil Pertanian**. Diklat PenyetaraanD.III Bagi Penyuluh Pertanian .
- Perkinston, 2009. **Modul Pemasaran Hasil Pertanian**.Diklat Penyetaraan D.III Bagi Penyuluh Pertanian .
- Robin, 2008. **ManfaatTeknologi Top Working Dalam Penggantian Varietas Kakao**.Makalah disampaikan pada Apresiasi Teknologi temu Teknologi Top Working.
- Setiono, 2011. **Praktek Pelaksanaan Top Working**. Makalah Disampaikan Kegiatan Pelatihan Perbanyak Benih Tanaman Buah
- Soekartawi, 2010 . **Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasi**. Rajawali Pers, Jakarta.
- Thomason, 2009. **Modul Pemasaran Hasil Pertanian**. Diklat Penyetaraan D.III Bagi Penyuluh Pertanian .
- www..Faperta.Ugm.ac/fokus/menggagas-Visi-Pertanian-2013 htm.