

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang.

Sektor pertanian di Indonesia memegang peranan penting dalam pembangunan nasional hal ini dapat dilihat dari banyaknya penduduk yang hidup dan bekerja pada sektor pertanian. Salah satu subsektor yang penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia merupakan subsektor perkebunan. Tanaman yang dikembangkan secara komersil termasuk dalam kelompok perkebunan tidaklah sedikit sehingga dalam hal ini tanaman perkebunan memiliki andil yang tidaklah kecil dalam proses pembangunan nasional. Sebagian dari komoditas perkebunan yang dianggap penting di Indonesia, diantaranya seperti: karet, kelapa sawit, kelapa, kopi, pinang, kakao, teh, dan tebu. Beberapa komoditas tersebut merupakan komoditas unggulan yang menyumbang devisa bagi negara secara rutin tiap tahunnya.

Provinsi Jambi merupakan salah satu daerah penghasil pinang di Indonesia yang menyebar hampir di seluruh daerah yang ada di Jambi. Pinang menjadi salah satu komoditas unggulan dan baik untuk dilaksanakan upaya pembudidayaan dalam skala komersial serta pinang juga memiliki prospek pasar yang relatif bagus. Provinsi Jambi juga memiliki potensi perkebunan pinang yang tidak kecil, dapat dilihat bahwa tanaman pinang mengalami peningkatan tiap tahunnya hingga saat ini tanaman pinang di Provinsi Jambi sebesar 25.276 Ha. Selain pinang ada komoditas lain yang tersebar di Provinsi Jambi seperti kelapa sawit, karet dan kelapa (Lampiran 1). Adapun perkembangan luas lahan dan produksi di Provinsi Jambi dari tahun 2018-2022 dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Luas Lahan, Produksi, Produktivitas dan Jumlah Petani Pinang di Provinsi Jambi Tahun 2020-2024**

Tahun	Luas Lahan (Ha)			Jumlah	Produksi Pinang (Ton)	Produktivitas Pinang (Ton/Ha)	Jumlah Petani (KK)
	TBM	TM	TTM				
2020	5.555	15.738	835	22.128	13.991	0,88	28.955
2021	5.557	15.766	835	22.158	13.922	0,88	28.994
2022	5.539	18.752	802	25.093	34.079	1,81	28.644
2023	5.649	18.761	865	25.275	30.389	1,62	28.673
2024	5.649	18.762	865	25.276	30.397	1,62	28.673
<b>Jumlah</b>	<b>27.949</b>	<b>87.779</b>	<b>4.202</b>	<b>119.930</b>	<b>122.788</b>	<b>1,36</b>	<b>143.939</b>

*Sumber: Direktorat Jenderal Perkebunan Tahun 2024.*

Tabel 1 diatas menjelaskan perkembangan luas lahan dan produksi tanaman pinang di Provinsi Jambi berfluktuasi dari tahun 2020-2024. Dalam lima tahun terakhir pada tahun 2021 produksi pinang mengalami penurunan sebesar 0,49 % kemudian pada tahun 2022 produksi pinang mengalami kenaikan yang sangat tinggi lebih dari 100 % dan pada tahun 2023 mengalami penurunan kembali sebesar 10,8 % dan naik kembali pada tahun 2024 sebesar 0,02 %.

Komoditas pinang mengalami peningkatan dikarenakan masyarakat sudah lama mengenal tanaman ini dan tergolong sebagai komoditas yang baik untuk dilaksanakan upaya pembudidayaan dan tanaman pinang juga menjadi salah satu komoditas perkebunan yang menjanjikan serta memiliki skala ekonomi yang cukup baik.

Hampir di setiap daerah yang ada Provinsi Jambi memproduksi pinang yang berkualitas baik. Dengan adanya peningkatan luas lahan di setiap daerah, hal ini menjadikan Provinsi Jambi sebagai salah satu sentra dengan penyebaran pinang terbesar di Indonesia. Adapun beberapa daerah yang menjadi sentra penghasil pinang terbesar terletak di Kabupaten Tanjung Jabung Barat kemudian disusul oleh Kabupaten Tanjung Jabung Timur dan Kabupaten Muaro Jambi dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Luas Lahan, Produksi dan Produktivitas Pinang Menurut Kabupaten Provinsi Jambi Tahun 2022**

Kabupaten/Kota	Luas Lahan (Ha)			Jumlah	Produksi Pinang (Ton)	Produktivitas Pinang (Ton/Ha)
	TBM	TM	TTM			
Batanghari	13	37	-	50	17	0,45
Muaro Jambi	142	138	15	178	32	0,23
Bungo	58	81	15	130	40	0,49
Tebo	94	181	102	341	51	0,28
Merangin	208	169	5	291	46	0,27
Sarolangun	33	89	26	231	32	0,35
<b>Tanjung Jabung Barat</b>	<b>3.824</b>	<b>9.617</b>	<b>204</b>	<b>11.491</b>	<b>13.876</b>	<b>1,44</b>
Tanjung Jabung Timur	1.151	8.310	407	9.242	19.933	2,39
Kerinci	16	67	24	107	30	0,44
Kota Sungai Penuh		64	3	67	21	0,32
<b>Jumlah</b>	<b>5.539</b>	<b>18.752</b>	<b>802</b>	<b>25.093</b>	<b>34.079</b>	<b>0,66</b>

*Sumber: Direktorat Jenderal Pertanian Tahun 2024*

Tabel 2 menunjukkan bahwa Provinsi Jambi memiliki jumlah produksi pinang yang bervariasi. Areal pengembangan komoditas pinang terluas terdapat di daerah Kabupaten Tanjung Jabung Barat yang mendominasi dengan luas areal sebesar 9.617 ha dan berkontribusi terhadap Provinsi Jambi sebesar 55 % atau sama dengan 34.079 ton pinang serta produktivitas pinang sebesar 1,44 ton/ha di Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

Wilayah Kabupaten Tanjung Jabung Barat yang berbatasan langsung dengan Selat Berhala di sebelah Timur, menjadikan Kabupaten ini sebagai kawasan strategis untuk perdagangan (ekspor). Tingginya permintaan bahan baku pinang dari luar negeri dan tingginya volume produksi di Kabupaten Tanjung Jabung Barat membuat Kabupaten ini melakukan kegiatan ekspor. Tersedianya pelabuhan Kuala Tungkal dan adanya eksportir-eksportir skala besar di Kabupaten Tanjung Jabung Barat akan mempermudah kegiatan ekspor dari Kabupaten Tanjung Jabung Barat. (Asbilyah et al., 2014)

Kabupaten Tanjung Jabung Barat memiliki 13 kecamatan yang dimana hampir seluruh kecamatan mengusahakan tanaman perkebunan pinang dengan jumlah luas tanaman dan jumlah produksi yang bervariasi di setiap kecamatannya. Adapun luas tanaman, produksi, produktivitas serta jumlah petani pinang di Kabupaten Tanjung Jabung Barat dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

**Tabel 3. Luas areal, Produksi, Produktivitas dan Jumlah Petani pinang menurut kecamatan di Kabupaten Tanjung Jabung Barat Tahun 2023**

Kecamatan	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)	Jumlah Petani (KK)
Tungkal Ilir	596	758	1,27	638
Seberang Kota	866	870	1,00	673
Bram Itam	1.383	1.466	1,06	985
<b>Betara</b>	<b>1.046</b>	<b>1.379</b>	<b>1,31</b>	<b>1.154</b>
Kuala Betara	1.552	1.602	1,03	972
Pengabuan	5.310	5.844	1,10	2.585
Senyerang	2.592	1.695	0,65	950
Merlung	0	0	0	0
Muara Papalik	10	3	0,3	15
Renah	21	0	0	66
Mendaluh	26	32	1,23	67
Batang Asam	52	44	0,84	87
Tebing Tinggi	302	223	0,73	113
<b>Jumlah</b>	<b>13.576</b>	<b>13.915</b>	<b>10,52</b>	<b>8.305</b>

Sumber: Tanjung Jabung Barat dalam Angka Tahun 2024.

Tabel 3 dapat diketahui bahwa Kecamatan Betara memiliki luas lahan sebesar 1.046 ha dengan jumlah produksi 1.379 ton/ha dan produktivitas 1.31 ton/ha dengan jumlah petani sebanyak 1.154. Meskipun Kecamatan Betara tidak mendominasi penghasil pinang di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, namun dapat diketahui bahwa varietas pinang betara merupakan varietas pinang unggulan dibandingkan varietas pinang lainnya hingga sampai saat ini. Pada Kabupaten Tanjung Jabung Barat hanya Kecamatan Betara yang memiliki 2 gudang/grosir pedagang pinang yang besar sekalipun Kecamatan Pengabuan memiliki produksi terbesar pinang

namun dapat diketahui bahwa Kecamatan Pengabuan tidak memiliki gudang/ grosir pedagang pinang.

Berdasarkan hasil evaluasi melalui sidang pelepasan varietas tanggal 8 November 2012, populasi Pinang Betara telah dilepas sebagai pinang unggul dengan SK MENTAN Nomor 199/Kpts/SR.120/1/2013, sebagai materi pengembangan pinang pada daerah-daerah yang memiliki iklim seperti di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Adapun karakteristik yang dimiliki Pinang Betara adalah : umur mulai berbunga Pinang Betara adalah 4 – 5 tahun dan umur mulai panen 6 – 7 tahun. (Miftahorrachman, 2015).

Sebagian besar masyarakat yang ada di Kecamatan Betara melakukan budidaya pinang yang menggunakan varietas pinang betara yang unggul dengan posisi jumlah petani terbanyak kedua di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, artinya banyak petani yang melakukan budidaya pinang pada daerah ini meskipun hampir seluruh desa yang ada di betara melakukan budidaya dengan sistem tumpang sari. Kecamatan Betara memiliki 12 desa yang memproduksi pinang dimana hampir seluruh masyarakat di desa yang ada di Kecamatan Betara melakukan usahatani pinang dengan varietas pinang betara (Lampiran 2).

Proses pemasaran pinang dimulai dari produsen hingga sampai kepada konsumen akhir tentunya memerlukan kegiatan fungsional yang disebut fungsi-fungsi pemasaran. Menurut Kohls dan Uls (2002) fungsi-fungsi pemasaran menjadi tiga fungsi yaitu, fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran lembaga pemasaran akan mengalami penambahan biaya pemasaran. Berdasarkan survei lapangan petani pinang di Kecamatan Betara rata-rata menjual hasil produksi kepada pedagang kecil yang ada

di desa yang menjadi tempat para petani untuk menjualkan hasil produksi dan menerima harga berapapun yang diberikan para pedagang kecil kepada petani. Dalam proses pemasaran pinang dimulai dari produsen hingga sampai kepada konsumen akhir (perusahaan eksportir) petani di Kecamatan Betara menggunakan beberapa saluran pemasaran, dimana saluran pemasaran tersebut melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang ada.

Tingginya biaya pemasaran akan menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani lebih rendah dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir. Itulah sebabnya mengapa para petani menjualkan hasil produksinya kepada pedagang pengumpul dikarenakan lokasi penjualan masih dalam jangkauan para petani. Jika petani menjual ke Pedagang Pengumpul Besar maka, akan semakin banyak biaya pengeluaran dikarenakan jarak dan lokasi yang jauh dari tempat para petani. Berikut ini adalah perbandingan harga rata-rata pinang di tingkat Kabupaten, Provinsi Jambi dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Rata-Rata Harga Komoditi Pinang Per Kabupaten di Provinsi Jambi 2020**

Kabupaten/Kota	Tahun					Rata-Rata
	2016	2017	2018	2019	2020	
Batanghari	11.691	9.855	7.183	-	-	9.576
Muaro Jambi	10.146	12.217	-	-	-	11.182
Bungo	11.744	16.817	-	-	-	14.281
Tebo	9.750	10.042	6.817	10.500	10.500	9.522
Merangin	11.500	12.397	12.500	12.000	12.000	12.079
Sarolangun	5.750	6.000	3.475	3.475	3.475	4.435
<b>Tanjung Jabung Barat</b>	<b>14.750</b>	<b>15.385</b>	<b>11.458</b>	<b>13.000</b>	<b>13.000</b>	<b>13.513</b>
Tanjung Jabung Timur	15.652	16.000	10.292	13.000	13.000	13.583
Kerinci	8.375	9.250	6.708	-	-	8.111
Kota Sungai Penuh	10.375	12.163	-	-	-	11.269

Sumber: Dinas Perkebunan Provinsi Jambi Tahun 2021

Tabel 4 menunjukkan bahwa harga rata-rata pinang per kabupaten sangat bervariasi di setiap kabupaten yang ada di Provinsi Jambi. Dapat dilihat bahwa harga rata-rata pinang di Kabupaten Tanjung Jabung Barat sebesar Rp.13.513

dalam beberapa tahun belakang harga pinang mengalami fluktuasi harga dengan kenaikan harga pinang terjadi pada tahun 2017 sebesar 4.3 % dan mengalami penurunan pada tahun berikutnya sebesar 25.3 % kemudian mengalami kenaikan kembali sebesar 13.4 % . Fluktuasi harga terjadi melalui mekanisme pasar, namun keadaan ini sangat ditentukan oleh efisiensi pasar. Pasar akan berfungsi secara efisien dengan memanfaatkan semua informasi yang tersedia. Dengan kata lain, jika pasar menggunakan harga yang lalu (*past price*) secara tepat dalam penentuan harga saat ini (*current price determination*), maka sistem pemasaran yang berlaku dapat dikategorikan efisien (Adiyoga, 2006 *diacu dalam* Malik et al., 2013)

Berdasarkan informasi di daerah penelitian, perkembangan harga jual pinang saat ini sangat bervariasi sesuai dengan jenis dan bentuk pinang yang akan dijual. Apabila pinang yang akan dijual dalam bentuk pinang gelondong campur hijau (basah) dari petani ke pedagang pengumpul saat ini berkisar Rp. 7.000,-/kg, pinang gelondong oren (basah) Rp. 1.000,-/kg, pinang kecil-kecil muda Rp. 3.500 – Rp. 4.500,-/kg, pinang belah dan jemur setengah hari Rp. 3.700,-/kg, sedangkan dalam bentuk pinang kering (masih ada hitamnya) berkisar Rp. 5.000,-/kg, pinang bagus Rp. 6.500 – Rp. 7.500,-/kg, dan jika dalam bentuk pinang klotok kering (super) berkisar Rp. 7.000 – Rp.8.000,-/kg. Pedagang menetapkan harga pinang sesuai dengan kadar airnya.

Kadar air biji pinang segar yaitu sebesar 67,27 %, dan rata-rata kadar air pinang kering adalah berkisar 6,49 % (Bulan & Lubis, 2023). Untuk mengetahui pinang tersebut sudah cukup kering atau belum biasanya petani akan menginjak pinang yang dijemur jika pinang berbunyi maka pinang sudah cukup kering.

Apabila kadar air semakin rendah maka, harga pinang yang diperoleh akan semakin tinggi begitu juga sebaliknya

Harga penjualan pinang dari pedagang pengumpul kepada Pedagang Pengumpul Besar hampir keseluruhan biasanya pedagang pengumpul akan mengambil keuntungan sekitar  $\pm$  Rp. 1000,-/kg dari harga yang dibeli oleh pedagang pengumpul dari petani pinang. Kemudian Pedagang Pengumpul Besar akan menjual kembali pinang kepada perusahaan eksportir yang ada di Tanjung Jabung Barat. Berdasarkan informasi, biasanya Pedagang Pengumpul Besar akan menjual pinang ke PT. Bintang Selatan sesuai SOP serta sudah dilakukan *sortasi* terlebih dahulu kemudian PT. Bintang Selatan akan mengekspor pinang dalam bentuk kering mati yang dimana pinang sudah dilakukan proses *sortasi* kembali sehingga pinang akan di sesuaikan dengan tingkat dan kualitas dan kemudian pinang siap di ekspor ke berbagai negara biasanya ke negara India, Pakistan dan Singapore.

Tinggi rendahnya harga yang diterima oleh petani dapat terjadi karena keadaan struktur pasar yang harus dilalui. Adanya rantai pemasaran yang panjang dan selisih harga ditingkat pelaku pemasaran menyebabkan para petani mendapatkan pendapatan yang tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Apabila para petani ingin mendapatkan untung yang sesuai maka petani harus memutus rantai pemasaran dan menjual hasil panen langsung ke perusahaan eksportir.

Pemasaran pinang di betara secara umum di pasarkan oleh pasar lokal dan diekspor dengan negara tujuan seperti India, Pakistan, Arab Saudi, Singapore. Berdasarkan informasi, para petani pinang biasanya menggunakan beberapa saluran

distribusi, yang dimana saluran tersebut melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Para petani akan menjual hasil pinang kepada pedagang pengumpul kecil dan pedagang pengumpul besar. Tetapi, pada umumnya petani menjual pinang kepada pedagang pengumpul yang ada di desa dalam memasarkan pinang dikarenakan jarak yang lebih dekat. Namun, ada juga beberapa petani yang menjual pinang kepada Pedagang Pengumpul Besar apabila memiliki volume pinang cukup besar maka, petani harus menjual pinang sesuai dengan standar penjualan kepada Pedagang Pengumpul Besar. Itulah sebabnya para petani banyak menjual pinang kepada pedagang pengumpul daripada Pedagang Pengumpul Besar. Kemudian pinang yang telah dibeli dari petani oleh pedagang akan dijual kembali.

Petani pinang di Kecamatan Betara cenderung sebagai penerima harga (*price taker*) hal ini terjadi karena mekanisme pasar dan hasil interaksi antara penawaran dan permintaan sehingga petani di pasar ini tidak dapat mempengaruhi harga dan hanya berperan sebagai penerima. Hal inilah yang menjadi ketergantungan petani terhadap lembaga pemasaran yang ada. Dengan demikian para petani tidak memiliki posisi daya tawar (*bergaining position*) yang kuat. Selain itu juga para petani tidak memiliki informasi pasar yang lengkap dan hanya memperoleh informasi dari pedagang pengumpul, sedangkan tinggi rendahnya harga jual produk pertanian tergantung dari informasi pasar yang diterima oleh petani. Hal ini tentunya juga akan menentukan besarnya margin dan tingkat keuntungan yang akan diterima oleh lembaga pemasaran lainnya. Berdasarkan penjelasan diatas maka diperlukan penelitian mengenai pola saluran pemasaran dan bagian yang diterima (*farmer's share*) petani pinang yang ada di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan

judul “*Analisis Farmer’s Share dalam Pemasaran Pinang di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat*”.

## 1.2 Perumusan Masalah.

Tanaman pinang merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang telah lama dikenal oleh masyarakat dan tergolong sebagai komoditas yang baik untuk dilaksanakan upaya pembudidayaan. Penyebaran pinang hampir merata di seluruh Kabupaten yang ada di Provinsi Jambi. Kecamatan Betara merupakan salah satu daerah penghasil pinang dengan varietas unggulan dibandingkan dengan daerah penghasil pinang lainnya yang ada di Kabupaten Tanjung Jabung Barat serta berkontribusi besar dalam produksi pinang di Provinsi Jambi.

Diketahui bahwa rata-rata petani pinang di Kecamatan Betara menjual hasil panen pinang kepada lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul dan Pedagang Pengumpul Besar. Pada umumnya para petani menjual pinang dalam bentuk pinang gelondong (basah), kering dan kering klotok (super) yang semuanya memiliki harga yang berbeda. Namun kualitas dan mutu dari pinang juga harus diperhatikan, hal ini dapat mempengaruhi harga jual petani sehingga apabila kualitas dan kadar air yang rendah serta mutu pinang semakin bagus maka, akan semakin bagus juga harga yang akan diterima oleh petani pinang.

Selain itu berfluktuasinya harga pinang dalam beberapa tahun ini menjadi permasalahan utama di bidang pemasaran bagi para petani pinang. Hal tersebut berkaitan dengan struktur pasar yang terbentuk di dalam suatu pasar yang ada sehingga hal tersebut dapat menyebabkan penurunan pendapatan bagi 14.06 % populasi petani pinang yang ada di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Dalam hal ini akan ada sebanyak 14.06 % populasi petani pinang di

Kecamatan Betara harus berupaya memaksimalkan kualitas dan mutu untuk mendapatkan harga pinang yang tinggi. Fluktuasi harga yang tinggi dapat menyebabkan nilai *farmer's share* menjadi rendah. *Farmer's share* yang rendah mengindikasikan bahwa pemasaran yang dilakukan kurang efisien hal tersebut dapat mengakibatkan rendahnya keuntungan yang akan diterima petani pinang. Selain itu, rendahnya harga jual juga dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti tingginya biaya pemasaran yang digunakan dalam kegiatan pemasaran pinang hingga kepada konsumen akhir.

Permasalahan lainnya dalam pemasaran pinang adalah daya tawar (*bargaining position*) petani pinang di Kecamatan Betara masih lemah, sehingga dalam posisi ini petani hanya sebagai penerima harga (*price taker*) dikarenakan minimnya informasi pasar pinang sehingga menyebabkan ketergantungan petani terhadap lembaga pemasaran yang mendistribusikan pinang. Akan tetapi, ada hal-hal yang harus diperhatikan dalam proses pemasaran tanaman pinang, yaitu bagaimana cara agar hasil produksi pinang dapat dipasarkan secara optimal dan efisien.

Proses pemasaran pinang dimulai dari petani melalui beberapa lembaga pemasaran yang pada akhirnya berhubungan dengan konsumen akhir. Setiap lembaga pemasaran pinang yang terlibat melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran tersebut mengakibatkan bertambahnya biaya pemasaran. Struktur pasar dan margin pemasaran yang harus dilalui oleh petani tentunya dapat mempengaruhi seberapa tinggi rendahnya harga yang akan diterima oleh petani. Sehingga semakin panjang

saluran pemasaran maka semakin tinggi biaya yang dikeluarkan sehingga semakin tinggi pula harga pinang yang dibayarkan hingga sampai kepada konsumen akhir.

Saluran pemasaran sangatlah berpengaruh pada besar harga beli yang akan diterima oleh petani. Ada beberapa saluran yang dilalui oleh pinang sebelum sampai kepada konsumen akhir, masing-masing saluran memiliki kekurangan dan kelebihan tersendiri, dan akan berdampak pada besar kecilnya penerimaan yang akan diterima oleh petani. Namun, harga yang tinggi di tingkat konsumen belum tentu dapat mempengaruhi harga di tingkat petani. Permasalahan yang sering terjadi dalam pemasaran pinang tidak hanya tertuju pada panjang pendeknya saluran pemasaran pinang, melainkan saluran mana yang dapat memberikan tingkat biaya, margin, bagian yang diterima dan keuntungan yang rasional yang diterima petani serta efisien. Pemasaran yang tidak efektif akan berdampak pada kecilnya keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran serta petani pinang, karena banyaknya biaya yang harus dikeluarkan dalam memasarkan pinang.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran pemasaran pinang muda dan pinang kering belah di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat?
2. Bagaimana pola saluran pemasaran pinang di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat?
3. Bagaimana perbandingan persentase besarnya bagian harga yang diterima petani pinang dengan harga yang dibayar di tingkat pedagang melalui pola-pola saluran pemasaran di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat?

### **1.3 Tujuan dan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian yang akan dilakukan bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran pemasaran pinang muda dan pinang kering belah di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
2. Untuk menganalisis pola saluran pemasaran pinang di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
3. Untuk menganalisis perbandingan persentase besarnya bagian harga yang di terima petani pinang dengan harga yang dibayar di tingkat pedagang melalui pola-pola saluran pemasaran di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi para pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat secara Akademis

Sebagai media referensi atau sumber informasi tambahan serta pengetahuan bagi para penelitian selanjutnya yang terkait dengan perbandingan bagian yang diterima pinang di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

2. Manfaat secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi atau sumbangan pemikiran mengenai perbandingan bagian yang diterima petani pinang serta sebagai bahan pertimbangan kebijakan dalam pemasaran pinang di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tanaman Pinang.

#### 2.1.1 Karakteristik Pinang

Pinang (*Areca catechu*) adalah tumbuhan yang secara alami tumbuh di daerah Pasifik, Asia dan Afrika Timur. Pinang termasuk salah satu palma terpenting karena banyak manfaatnya bagi manusia dan sudah jamak dibudidayakan. Negara-negara utama penghasil pinang adalah Indonesia, Thailand, Malaysia dan Myanmar. Biji pinang kering diekspor ke negara-negara India, Pakistan, Bangladesh dan Nepal (Kementrian Pertanian Republik Indonesia, 2019).

Pinang merupakan tanaman monokotil dan termasuk famili Palmaceae, genus *Areca*. Selain itu, pinang merupakan tanaman berumah satu (monoceous), yaitu bunga betina dan bunga jantan berada dalam satu tandan dan menyerbuk silang. Penggolongan tanaman pinang secara rinci sebagai berikut :

Kingdom : Plantae

Divisi : Spermatophyta

Sub Divisi : Angiospermae

Class : Liliopsida

Ordo : Arecales

Family : Arecaceae

Sub Family : Arecoideae

Genus : *Areca*

Species : *Areca catechu* L.

Tanaman pinang (*Areca catechu*, L.) termasuk tanaman yang cukup di kenal oleh masyarakat luas. Hal ini disebabkan oleh penyebaran yang secara alami

menyebar di berbagai daerah. Karakteristik tumbuhan pinang memiliki tinggi mencapai 15-20 m, batang tegak lurus bergaris tengah, tidak memiliki cabang, dan memiliki akar serabut berwarna merah putih. Tangkai daun pendek dan daun tanaman pinang mempunyai panjang 85 cm dan lebar 5 cm dan bergigi kemudian tangkai pendek bercabang rangkap dengan sumbu ujung sampai panjang 35 cm dengan 1 bunga betina pada pangkal. (Dewi *et al* 2017).

Umur pohon pinang berbuah sekitar 4 tahun, dan setiap bulannya bisa menghasilkan buah Pinang sebanyak 4 kg per bulan per pohon. Buah pinang berbentuk lonjong seperti bulat telur dan buah berkecambah setelah 1,5-4 bulan dengan dinding buah yang berserabut, buah muda berwarna hijau sedangkan yang masak berwarna merah kuning. Pohon Pinang ini bisa terus berkembang biak hingga 25 – 30 tahun, asalkan ditanam, dan dirawat dengan cara yang baik. Buah yang dipetik atau dipanen yaitu buah yang sudah matang dengan ciri – ciri sudah berubah warna kulit buah dari hijau menjadi jingga atau merah. Tanaman pinang yang sudah dewasa untuk setiap tahunnya dapat dipanen antar 4-6 kali dan setiap tandannya lebih kurang terdiri dari 20-60 buah.

Dalam penelitian ini difokuskan pada buah pinang dalam bentuk pinang muda dan pinang kering belah. Pinang muda adalah pinang yang dipanen secara langsung dalam keadaan buah segar hijau dengan bentuk buah lonjong dan masih ada topinya sedangkan buah pinang kering belah adalah buah pinang oren yang sudah dilakukan penjemuran dan pengeringan di gudang maupun di halaman rumah lebih kurang satu bulan atau hingga sampai pinang cukup kering kemudian pinang dibelah dan dicungkil.

## **2.2 Konsep Pemasaran.**

### **2.2.1 Arti dan Fungsi Pemasaran.**

Pemasaran (*marketing*) merupakan kegiatan yang sangat penting setelah selesainya produksi pertanian. Kegiatan pemasaran merupakan kegiatan mengalirkan produk yang dimulai dari petani sebagai produsen hingga konsumen akhir. Kondisi pemasaran menghasilkan suatu siklus atau lingkungan pasar suatu komoditas. Dalam kegiatan mengalirkan produk hingga kepada konsumen akhir, banyak kegiatan produktif yang dilakukan untuk menciptakan atau menambah nilai guna dengan tujuan memenuhi kepuasan konsumen akhir. Menurut Kotler dan Keller (2009) pemasaran merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan agar dapat mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara yang menguntungkan.

Kegiatan pemasaran komoditas melibatkan banyak pihak karena pada umumnya produsen tidak langsung menjual hasil panennya kepada konsumen akhir, melainkan dilaksanakan bersama-sama dengan beberapa lembaga pemasaran terutama untuk menjangkau konsumen yang jaraknya jauh dari produsen. Pihak-pihak yang terlibat tersebut adalah lembaga perantara yang berperan dalam melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran. Untuk memperlancar kegiatan maka diperlukan fungsi pemasaran agar dapat memperlancar kegiatan penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen akhir. Kohls dan Uhl (2002) secara umum mengklasifikasikan fungsi-fungsi pemasaran menjadi tiga fungsi seperti fungsi pertukaran, fungsi fisik, serta fungsi fasilitas. Adapun penjelasan dari fungsi-fungsi pemasaran tersebut sebagai berikut :

## **1. Fungsi Pertukaran**

Fungsi pertukaran terdiri dari pembeli (*buying*) dan penjualan (*selling*). Pembeli merupakan fungsi yang meliputi aktivitas-aktivitas mencari, mengumpulkan dan melakukan kegiatan yang terkait dengan pembayaran. Sedangkan penjualan merupakan fungsi yang harus diinterpretasikan secara luas. Aktivitas-aktivitas dalam fungsi penjualan meliputi pencarian calon pembeli atas produk yang ditawarkan, periklanan dan promosi, penentuan jumlah penjualan, pengemasan yang tepat, penentuan saluran pemasaran, serta waktu dan tempat untuk mendekati target calon pembeli.

## **2. Fungsi Fisik**

Fungsi fisik terdiri dari kegiatan penyimpanan, pengangkutan, dan pengelolaan. Fungsi penyimpanan terkait dengan membuat produk agar tersedia pada waktu yang dibutuhkan. Fungsi pengangkutan berkaitan dengan pendistribusian atau pemindahan produk ke lokasi lain sehingga produk tersedia di tempat yang tepat. Fungsi pengelolaan yaitu proses mengubah bentuk produk.

## **3. Fungsi Fasilitas**

Fungsi fasilitas merupakan fungsi yang terdiri dari standarisasi, penanggulangan risiko, informasi pasar (*market intelligence*), dan keuangan. Dengan adanya fungsi fasilitas diharapkan dapat memungkinkan terjadinya kelancaran pada fungsi pertukaran dan fungsi fisik.

### **2.2.2 Lembaga dan Saluran Pemasaran.**

Lembaga pemasaran adalah badan yang menyelenggarakan sistem pemasaran dengan mengembangkan fungsi-fungsi untuk kegiatan pemasaran. Dalam pemasaran komoditas pertanian tidak hanya melibatkan fungsi petani dan

konsumen, tetapi juga melibatkan lembaga perantara sebagai penghubung dalam sistem saluran pemasaran. Pada umumnya lembaga perantara tersebut adalah pedagang pengumpul, Pedagang Pengumpul Besar, dan pedagang pengecer.

Saluran pemasaran merupakan usaha yang dilakukan untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen, dimana di dalamnya melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang menjalankan fungsi-fungsi pemasaran. Setiap lembaga pemasaran akan memperoleh keuntungan yang berbeda dalam proses pemasarannya. Semakin panjang lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran, maka margin pemasaran akan semakin besar dan apabila semakin pendek lembaga pemasaran, maka akan semakin menguntungkan bagi petani (Kotler dan Susanto, 2001).

Menurut Swastha (2000) Pada setiap saluran, produsen memiliki alternative untuk dapat menggunakan kantor dan cabang dalam penjualan. Selanjutnya dalam penyaluran barang konsumsi terdapat lima macam saluran pemasaran. Namun, produsen juga dapat menggunakan lebih dari satu Pedagang Pengumpul Besar lainnya yang ada. Adapun jenis – jenis saluran pemasaran tersebut yaitu :

- a. Tingkat I : Produsen  $\Rightarrow$  konsumen
- b. Tingkat II : Produsen  $\Rightarrow$  pengecer  $\Rightarrow$  konsumen
- c. Tingkat III : Produsen  $\Rightarrow$  Pedagang Pengumpul Besar  $\Rightarrow$  pengecer  $\Rightarrow$  konsumen
- d. Tingkat IV : Produsen  $\Rightarrow$  agen  $\Rightarrow$  pengecer  $\Rightarrow$  konsumen
- e. Tingkat V : Produsen  $\Rightarrow$  agen  $\Rightarrow$  Pedagang Pengumpul Besar  $\Rightarrow$  pengecer  $\Rightarrow$  konsumen

Saluran pemasaran ini pada umumnya yang digunakan oleh petani dalam penyaluran produksi pinang hingga dapat sampai kepada konsumen akhir. Apabila semakin panjang saluran pemasaran yang akan dilalui maka hal tersebut dapat mengakibatkan pemasaran tidak efisien. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan setiap masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat akan mengambil keuntungan atas jasa yang telah mereka lakukan maka dari itu semakin panjang lembaga pemasaran, semakin besar juga margin pemasaran sebaliknya apabila semakin pendek lembaga pemasaran yang terlibat maka, semakin menguntungkan bagi para petani.

### **2.2.3 *Farmer's Share.***

*Farmer's share* adalah perbandingan harga yang ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen akhir dinyatakan dalam bentuk persentase. Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi kegiatan pemasaran adalah dengan membandingkan bagian yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayar konsumen akhir. Untuk mengetahui efisien atau tidaknya suatu saluran pemasaran dapat menggunakan nilai *farmer's share*. (Ahmadi & Utami, 2022)

*Farmer share* antar komoditi yang satu dengan komoditi yang lain berbeda, hal ini tergantung dari jumlah kegunaan bentuk, tempat dan waktu yang ditambahkan oleh petani dan pedagang perantara yang terhubung dengan saluran pemasaran tersebut. *Farmer share* merupakan suatu pendekatan untuk menentukan berapa besar petani memperoleh keuntungan dari produk yang mereka hasilkan, yang diukur dengan membandingkan harga yang diterima petani dengan harga yang dikenakan ditingkat konsumen. (Mushadi, 2020)

Secara matematis nilai *farmer's share* (F'S) dapat dihitung menggunakan rumus berikut :

$$F'S = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Dimana

$F'S$  : Penerimaan petani ( %)

$P_f$  : Harga penjualan di tingkat petani (Rp/kg)

$P_r$  : Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

Menurut Sumarni (2021), kaidah keputusan *farmer's share* yaitu:

Jika  $FS > 50 \%$  maka dikatakan efisien.

Jika  $FS < 50 \%$  maka dikatakan tidak efisien.

Apabila perbedaan harga di tingkat petani tidak jauh dengan harga di tingkat konsumen akhir, maka nilai *farmer's share* akan relatif lebih tinggi. Akan tetapi jika perbedaan harga di tingkat petani jauh dengan harga di tingkat konsumen akhir, maka nilai *farmer's share* akan relatif lebih rendah.

#### **2.2.4 Efisiensi Pemasaran.**

Efisiensi pemasaran merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam suatu sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat terjadi jika sistem tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang terlibat, yaitu produsen, konsumen akhir, dan lembaga-lembaga pemasaran. Tingkat produktivitas sistem pemasaran dapat dilihat dari efisiensi dan efektifitas dari seluruh kegiatan fungsional pemasaran, yang juga menentukan kinerja operasi dan proses sistem.

Menurut kotrtawi (1989) efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara biaya pemasaran yang dikeluarkan terhadap nilai produk yang dipasarkan atau harga beli yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Pemasaran yang dikatakan efisien

apabila memenuhi kriteria seperti (a) biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, (b) persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi, (c) tersedianya fasilitas fisik pemasaran, (d) adanya kompetisi yang sehat.

Efisiensi pemasaran dapat tercapai apabila sistem pemasaran yang dijalankan memberi kepuasan kepada pelaku-pelaku pemasaran yang terlibat di dalamnya seperti petani dan lembaga pemasaran lainnya. Efisien tidaknya suatu sistem pemasaran dapat diketahui dari beberapa indikator, diantaranya struktur pasar yang dihadapi, perilaku pasar, dan kinerja yang dilihat dari sebaran margin pemasaran, bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*), dan rasio keuntungan biaya. Efisiensi harga dapat tercapai apabila masing-masing pihak yang terlibat puas atau responsif terhadap harga yang berlaku dan terjadi koordinasi yang tinggi antar lembaga pemasaran dalam sistem tersebut.

### **2.3 Penelitian Terdahulu.**

Dalam penelitian Chuzaima *et al*, (2022) dengan judul penelitian, “Analisis Margin Dan *Farmer's Share* Komoditi Pepaya (Studi Kasus Di Desa Ulak Kapal Kecamatan Tanjung Lubuk Kabupaten Ogan Komering Ilir).” Tujuan dari penelitian ini adalah (1). Mengidentifikasi pola rantai pepaya (2). Menganalisis besar margin yang didapatkan di daerah penelitian, dan (3). Mengidentifikasi *farmers share* dan (4). Mengidentifikasi tingkat efisiensi tata niaga pepaya. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Hasil penelitian didapatkan bahwa rantai tataniaga pepaya di Desa lubuk Kapal Kecamatan Tanjung Lubuk, Kab. OKI terbagi tiga pola rantai tataniaga yaitu pola dari petani ke konsumen, Pola II: dari petani ke pedagang pengecer, lalu ke

konsumen, dan pola III: dari petani ke pedagang pengumpul ke Pedagang Pengumpul Besar kemudian ke pedagang pengecer., lalu ke konsumen. Margin tataniaga pada pola rantai tataniaga I sebesar Rp. 0, pada pola II untuk pedagang pengecer sebesar Rp. 1,500/kg dan pola ke III untuk pedagang pengumpul sebesar Rp. 1,700/kg, untuk Pedagang Pengumpul Besar Rp. 1.300/kg pedagang pengecer Rp. 1.500/kg. Besarnya bagian harga (*farmers share*) yang diterima petani pepaya dari harga yang dibayar konsumen di Desa Ulak Kapal Kec. Tanjung Lubuk Kab. OKI pada pola I sebesar 70,00 persen, pola II sebesar 58,30 persen, dan pola III sebesar 43,80 persen. Efisiensi tataniaga yang terjadi sudah efisien karena pada pola I sebesar 22,53 persen, pola II sebesar 27,14 persen, dan pola III sebesar 26,31 persen, dimana nilai efisiensi tataniaga yang didapatkan semuanya kurang dari 34 % (00-33 %).

Dalam penelitian Mardhia (2019), dengan judul “Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Pinang (*Areca Catechu*, L) di Kecamatan Kota Bahagia Kabupaten Aceh Selatan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efisiensi saluran pemasaran di setiap lembaga pemasaran komoditas pinang dan untuk menentukan jumlah margin pemasaran pinang yang diperoleh petani dan lembaga pemasaran yang terlibat di Kecamatan Kota Bahagia, Kabupaten Aceh Selatan. Berdasarkan hasil penelitian pada saluran pemasaran pinang jenis I di Kabupaten Kota Bahagia, di tingkat desa, pedagang di tingkat desa relatif efisien, sedangkan pedagang di tingkat kabupaten tidak efisien. Namun, pada saluran tipe II, pedagang tingkat kabupaten sudah sangat efisien. Margin pemasaran yang diterima petani lebih besar dari pedagang tipe I, yaitu 73,53 %, pengumpul tingkat desa mendapat untung 4,89 % dan pengumpul tingkat kabupaten mendapat untung

2,60 %. Sedangkan petani tipe II mendapat untung 73,53 % dan pengumpul di tingkat kabupaten mendapat untung 11,69 %.

Dalam penelitian Sumarni B, (2021) dengan judul, “ Analisis *Farmer's Share* Komoditas Bawang Merah.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar share petani, rasio, serta efisiensi dalam memasarkan bawang merah di Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto Provinsi Sulawesi Selatan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, analisis *Farmer's share*, analisis rasio dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil dari penelitian ini adalah *Farmer's share* paling besar yang diterima oleh petani dalam memasarkan bawang merah dengan menggunakan tiga saluran pemasaran adalah *farmer's share* saluran pemasaran I dengan share sebesar 100 %, kemudian share tertinggi kedua adalah pada saluran pemasaran II dengan share sebesar 73,33 % dan yang paling rendah adalah share pada saluran pemasaran III dengan share sebesar 37,82 %. Dilihat dari segi rasio, keuntungan yang diberikan bagi para pedagang pada saluran pemasaran II adalah sebesar 10,42 dan pada saluran III sebesar 8,86. Sedangkan untuk tingkat efisiensi pemasaran, maka semua saluran pemasaran bawang merah efisien karena masih berada pada kisaran 0–33 %. Namun jika ketiga saluran pemasaran tersebut dibandingkan, maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran pertama merupakan saluran pemasaran yang paling efisien.

Dalam penelitian Iswahyudi *et al*, (2019) dengan judul, “ Pola Saluran Pemasaran dan *Farmer's Share* Jambu Air Cv Camplong.” Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi pola saluran pemasaran dan *farmer's share* buah jambu air cv camplong di Kabupaten Sampang. Metode analisis menggunakan deskriptif

dengan didukung perhitungan farmer's share. Hasil penelitian ini adalah tiga pola saluran ambu air cv camplong yaitu (1) Petani – pengumpul kecil – Pedagang Pengumpul Besar dalam provinsi – pedagang pengecer dalam provinsi – pengecer – konsumen. (2) Petani – pengumpul dalam desa –Pedagang Pengumpul Besar provinsi – supermarket – konsumen.(3) Petani – pengecer – konsumen. Nilai Farmer Share's yang tergolong efisien berada pada saluran pemasaran 1 (50 %) dan saluran pemasaran 3 (80 %), sedangkan pada saluran pemasaran 2 tergolong tidak efisien (34,78 %). Diantara ketiga saluran pemasaran tersebut yang paling efisien dan direkomendasikan pada penelitian ini adalah saluran pemasaran 3 karena mempunyai nilai *farmer's share* yang paling tinggi yaitu sebesar 80 %.

Dalam penelitian Purnama Sari, (2018) dengan judul, “Analisis Efisiensi Pemasaran Pinang dengan Pendekatan *Structure Conduct and Performance* (SCP) di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran dari masing-masing lembaga pemasaran pinang di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat serta mengkaji efisiensi pemasaran pinang dilihat dari *structure, conduct, and performance* (SCP) di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif secara deskriptif dan analisis data kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pemasaran pinang di Kecamatan Betara terdiri dari tiga pola saluran pemasaran, yaitu: 1) petani-PPPB-perusahaan eksportir; 2) petani-PPK-PPPB-perusahaan eksportir; 3) petani-PPK perusahaan eksportir. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Berdasarkan struktur pasar, pemasaran pinang di Kecamatan Betara

cenderung mengarah kepada struktur pasar oligopsoni. Dilihat dari perilaku pasar, lembaga pemasaran yang terlibat memiliki perilaku yang berbeda-beda. Sedangkan berdasarkan kinerja pasar menunjukkan bahwa nilai marjin, *farmer's share*, dan rasio keuntungan tidak merata pada masing-masing lembaga pemasaran. Berdasarkan indikator SCP yang telah dijelaskan dapat diketahui bahwa pemasaran pinang di Kecamatan Betara belum efisien. Berdasarkan kondisi saat ini dan hasil analisis yang telah dilakukan, saluran pemasaran I (petani-PPPB-perusahaan eksportir) merupakan alternatif saluran pemasaran yang efisien yang dapat dipilih oleh petani pinang.

#### **2.4 Kerangka Pemikiran.**

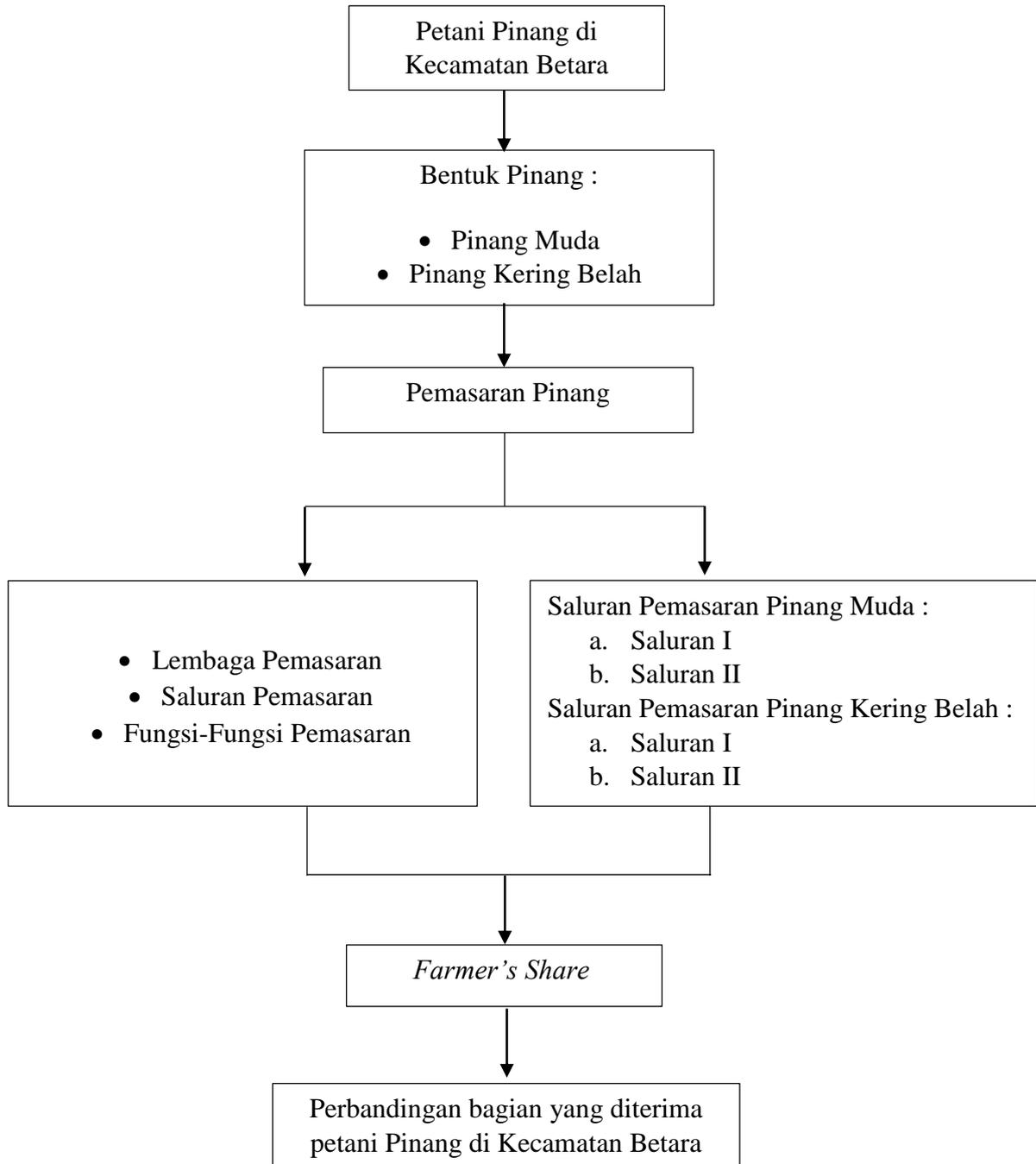
Kabupaten Tanjung Jabung Barat merupakan daerah sentra produksi pinang terbesar di Provinsi Jambi. Potensi pinang cukup baik pada daerah ini sehingga hal ini membuat pinang harus tetap dipertahankan dan dikembangkan. Salah satu lokasi di Kabupaten Tanjung Jabung Barat penghasil pinang yang banyak yaitu di Kecamatan Betara. Dapat diketahui bahwa pada Kecamatan Betara memiliki varietas unggulan yaitu, Pinang Betara yang merupakan salah satu pinang unggulan pertama yang ada di Indonesia.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh para petani pinang di Kecamatan Betara ialah berfluktuasinya harga pinang dalam beberapa tahun ini. Berfluktuasinya harga pinang menyebabkan 14.06 % petani pinang yang berada di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat mengalami penurunan pendapatan. Petani pinang di desa ini umumnya menjual hasil produksi kepada tengkulak, ketergantungan petani dengan tengkulak membuat petani tidak dapat melakukan tawar-menawar dan tidak memperoleh harga jual yang sesuai diharapkan petani

dikarenakan kurangnya informasi harga pasaran yang diterima petani. Dengan demikian dapat terjadi perbedaan harga yang cukup besar antar harga yang akan di terima oleh petani dengan harga yang akan diterima oleh konsumen akhir.

Pemasaran pinang yang dilakukan dari petani hingga sampai kepada konsumen akhir tentunya melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang ada pada daerah penelitian. Petani dan lembaga pemasaran yang terlibat saling berinteraksi dan mempunyai peranan yang berbeda dalam mendistribusikan pinang. Besarnya biaya pemasaran menentukan tingkat harga yang diterima produsen dan lembaga pemasaran. Dari biaya pemasaran dan harga jual akan didapatkan margin keuntungan yang merupakan pengukuran untuk efisiensi pemasaran. Apabila semakin banyak lembaga pemasaran pinang yang terlibat dalam saluran pemasaran, maka akan semakin meningkatkan juga biaya pemasaran, dan keuntungan dari masing-masing lembaga sehingga bagian harga yang diterima petani semakin rendah dan saluran pemasaran semakin tidak efisien. Interaksi ini di analisis menggunakan pendekatan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

Pendekatan analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis lembaga pemasaran, saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran dengan menggunakan analisis margin pemasaran. *farmer's share*, rasio keuntungan terhadap biaya di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Sehingga hasil analisis yang dilakukan untuk mengetahui pemasaran manakan yang efisien dan belum efisien di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Skema kerangka pemikiran yang melandasi penelitian ini dapat digambarkan seperti berikut :



**Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran Analisis Perbandingan Bagian Yang Diterima Petani Pinang di kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat.**

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan salah satu daerah penghasil komoditas pinang di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Pada penelitian ini yang menjadi objek adalah petani yang memiliki usahatani pinang dan melakukan panen serta penelitian ini juga dilakukan kepada lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran pinang di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan maret 2024.

Adapun data- data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Identitas petani sampel, meliputi data-data berupa nama, umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, jumlah anggota, dan jumlah keluarga.
2. Identitas pedagang atau lembaga pemasaran meliputi data-data berupa nama, umur, tingkat pendidikan, pengalaman menjadi lembaga pemasaran, biaya pemasaran dan alat transportasi yang digunakan.
3. Saluran pemasaran yang digunakan petani
4. Lembaga pemasaran yang digunakan oleh petani
5. Harga jual beli di tingkat petani dan pedagang (Rp/kg)
6. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran (Rp/kg)
7. Data-data lain yang diperlukan dalam penelitian ini

### **3.2 Sumber dan Metode Pengumpulan Data**

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari petani tanpa melalui perantara antara petani dan peneliti sebagai objek penulisan. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi yaitu metode pengamatan dan peninjauan langsung ke lokasi, wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan terstruktur dengan menggunakan alat bantu berupa kuesioner. Responden dalam penelitian ini meliputi petani pinang serta lembaga pemasaran yang digunakan oleh petani di Kecamatan Betara.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak kedua. Data yang mendukung data primer tersebut. Adapun data sekunder dapat di peroleh dari laporan – laporan atau arsip dari instansi, jurnal, serta literatur pustaka, Dinas Perkebunan Provinsi Jambi, Dinas Perkebunan dan Peternakan Tanjung Jabung Barat, Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, Badan Penyuluhan Pertanian Kecamatan Betara, dan lembaga lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **3.3 Metode Penarikan Sampel**

Pemilihan sampel penelitian di Kecamatan Betara melibatkan Desa Bunga Tanjung dan Desa Mekar Jaya yang ditentukan secara sengaja (*purposive*) yang dimana sampel ini merupakan petani yang menjual pinang muda dan pinang kering belah yang sudah terbentuk saluran pemasaran pinang di desa tersebut sehingga diharapkan dapat mewakili sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi yang ada (Lampiran 2).

Petani yang dijadikan sebagai sampel akan ditentukan dengan menggunakan rumus Taro Yamane atau dikenal dengan rumus Slovin (Riduwan dan Akdon,

2009) dengan ketentuan jika sampel berjumlah lebih dari 100 orang maka presisinya diambil 10 %-15 % atau 20 %-25 % atau lebih. Adapun rumus penarikan sampel yang dapat digunakan yaitu:

$$n = \frac{N}{N \times d^2 + 1}$$

dimana :

$n$  : Jumlah sampel keseluruhan

$N$  : Jumlah populasi petani

$d^2$  : Tingkat Presisi (ditetapkan 15 %)

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N \times d^2 + 1} = \frac{507}{507 (0,15)^2 + 1} = \frac{507}{507 (0,0225) + 1} = \frac{507}{11,40 + 1} = \frac{507}{12,40} = 40 \text{ Responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan metode Slovin maka, diperoleh sampel petani sebanyak 40 orang.

Kemudian untuk menghitung jumlah masing-masing sampel menurut desa secara proporsional menggunakan rumus :

$$n_i = \frac{N_i}{N} n$$

Keterangan :

$n_i$  : Jumlah petani sampel desa

$N_i$  : Jumlah petani populasi desa

$n$  : Jumlah petani sampel keseluruhan

$N$  : Jumlah petani populasi di dua desa

Berdasarkan rumus di atas diperoleh sampel untuk tiap-tiap desa adalah sebagai berikut :

**Tabel 5. Penyebaran Populasi dan Sampel menurut Desa Sampel di Derah Penelitian**

<b>Nama Desa</b>	<b>Jumlah Populasi</b>	<b>Jumlah Sampel</b>	<b>Pinang Muda</b>	<b>Pinang Kering Belah</b>
Bunga Tanjung	275	22	17	5
Mekar Jaya	235	18	4	14
<b>Jumlah</b>	<b>507</b>	<b>40</b>	<b>21</b>	<b>19</b>

Sumber : Dinas Perkebunan Kabupaten Tanjung Jabung Barat Tahun 2021.

Pengambilan sampel ini menggunakan metode *Probability Sampling* dengan menggunakan *Simple Random Sampling* yang dimana pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2017) . Adapun cara yang digunakan saat di lapangan adalah dengan mengidentifikasi daftar nama petani pinang (*sample frame*) yang ada dilokasi penelitian. Kemudian dilakukan pengundian terhadap populasi sampel yang ada, maka akan diperoleh sampel yang representatif yang mewakili populasi sehingga akan diperoleh jumlah sampel sebanyak 40 sampel.

Penarikan sampel untuk lembaga pemasaran menggunakan metode *Snowball Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar (Sugiyono, 2017). Metode *Snowball Sampling* ini diawali dengan perolehan informasi dari petani sebagai responden awal. Metode ini dipilih karena peneliti belum mengetahui lembaga apa saja yang terlibat dalam pemasaran pinang setelah petani. Lembaga pemasaran selanjutnya akan diketahui dari lembaga pemasaran sebelumnya. Hal tersebut akan dilakukan pada penelusuran selanjutnya melalui informasi yang didapatkan hingga sampai pada batas ruang lingkup yang diteliti.

### **3.4 Metode Analisis Data**

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

1. Untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama, metode analisis deskriptif kualitatif dilakukan untuk menjelaskan gambaran pemasaran pinang di daerah penelitian.
2. Kemudian untuk menjawab tujuan penelitian kedua digunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan setiap lembaga dan saluran pemasaran, serta fungsi-fungsi lembaga pemasaran.
3. Sedangkan untuk menjawab tujuan ketiga menggunakan analisis kuantitatif dengan alat analisis yang digunakan yaitu *farmer's share* bertujuan untuk menghitung perbandingan bagian yang diterima petani pinang serta berguna dalam melihat efisiensi kegiatan pada saluran pemasaran pinang di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

#### **3.4.1 Analisis Lembaga, Fungsi dan Saluran Pemasaran**

Analisis lembaga pemasaran dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi pelaku-pelaku pasar yang terlibat dalam proses pendistribusian komoditas pinang dari petani produsen sampai ke konsumen akhir. Analisis fungsi pemasaran dilakukan dengan mengamati fungsi atau kegiatan yang dilakukan petani dan lembaga pemasaran dalam menyalurkan pinang hingga ke konsumen akhir. Fungsi yang dilakukan juga diidentifikasi manfaatnya dalam menciptakan nilai guna (*utility*). Fungsi-fungsi yang dilakukan meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan

fungsi fasilitas. Analisis fungsi pertukaran dilakukan dengan mengamati proses pertukaran barang yang meliputi fungsi penjualan dan fungsi pembelian. Analisis fungsi fisik dilakukan dengan mengamati lembaga pemasaran yang melakukan fungsi penyimpanan, pengemasan, dan pengangkutan. Analisis fungsi fasilitas dilakukan dengan mengamati pelaku yang melakukan fungsi standarisasi, pembiayaan, penanggungungan risiko dan informasi harga. Analisis fungsi pemasaran diperlukan untuk mengetahui peranan dari setiap lembaga pemasaran, perhitungan biaya pemasaran, dan permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing pelaku serta fasilitas yang dibutuhkan.

Analisis saluran pemasaran dapat dilakukan dengan menelusuri saluran pemasaran pinang dari petani hingga kepada konsumen akhir. Pada analisis ini saluran mengidentifikasi berapa banyak tingkatan lembaga dalam suatu saluran tertentu dan apa yang menjadi alasan petani dalam memilih suatu saluran pemasaran tertentu. Berdasarkan hasil survei, maka dapat digambarkan pola saluran pemasaran pinang di Kecamatan Betara.

### **3.4.2 Analisis *Farmer's Share***

#### **1. *Farmer's Share***

Bagian harga yang diterima petani yaitu perbandingan antara harga di tingkat petani dengan harga yang dibayar di tingkat konsumen. Menurut (Chuzaimah & Lastinawati, 2022) besarnya bagian harga yang diterima petani dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F'S = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Dimana :

F'S = Bagian harga yang diterima oleh petani

Pf = Harga pinang di tingkat petani (Rp/kg)

Pr = Harga pinang di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

Menurut Sumarni (2021), kaidah keputusan *farmer's share* yaitu:

Jika  $FS > 50\%$  maka dikatakan efisien.

Jika  $FS < 50\%$  maka dikatakan tidak efisien.

### 3.5 Konsep Pengukuran

Konsepsi pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Petani sampel adalah petani yang berperan sebagai produsen dan memiliki lahan pinang untuk memproduksi pinang kemudian menjualnya kepada lembaga pemasaran di Kecamatan Betara.
2. Pedagang pengumpul kecil adalah pedagang yang membeli pinang dari petani dalam jumlah volume pembelian yang kecil 15 ton (pinang muda) dan 0,5 – 1,5 ton (pinang kering belah)
3. Pedagang Pengumpul Besar adalah pedagang yang membeli pinang dari pedagang pengumpul kecil dan/atau petani dalam jumlah volume pembelian yang besar 990 ton (pinang muda) dan 20–28 ton (pinang kering belah)
4. Perusahaan eksportir merupakan konsumen akhir dalam penelitian ini.
5. Harga jual adalah harga rata-rata pada tingkat usahatani pinang yang dinyatakan dalam (Rp/kg)
6. Harga beli adalah harga yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul, pedagang pengecer ke petani ataupun ke pedagang pinang (Rp/kg)
7. *Farmer's share* atau penerimaan petani adalah perbandingan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen ( %)

8. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung dari proses produksi sampai ke konsumen akhir yang dinyatakan dalam (Rp/kg)
9. Keuntungan pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam (Rp/kg)

## **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian**

#### **4.1.1 Letak Geografis dan Batasan Wilayah**

Kecamatan Betara merupakan salah satu Kecamatan yang berada dalam wilayah Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Provinsi Jambi. Kecamatan Betara secara geografis terletak di bagian Barat Daya Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Luas wilayah Kecamatan Betara adalah 473,72 Km<sup>2</sup>. Adapun batas-batas Kecamatan Betara, Kabupaten Tanjung Jabung Barat adalah sebagai berikut:

1. Utara : Kec. Bram Itam
2. Selatan : Kec. Kuala Betara
3. Barat : Kec. Bram Itam
4. Timur : Kec. Tanjab Timur

Desa/Kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Betara adalah Desa Pematang Lumut, Desa Bunga Tanjung, Desa Makmur Jaya, Kelurahan Mekar Jaya, Desa Terjun Gajah, Desa Lubuk Terentang, Desa Pematang Buluh, Desa Muntialo, Desa Teluk Kulbi, Desa Mandala Jaya, Desa Sungai Terap, Desa Serdang Jaya.

Desa Mekar Jaya terdapat di Kecamatan Betara yang merupakan daerah penelitian. Desa Mekar Jaya terdiri dari 11 RT, adapun batas wilayah administratif Kelurahan Mekar Jaya antara lain:

1. Sebelah Utara : Desa Bunga Tanjung
2. Sebelah Timur : Desa Sungai Betara
3. Sebelah Selatan : Desa Mandala Jaya
4. Sebelah Barat : Sungai Bram Itam

Desa Bunga Tanjung merupakan salah satu desa dari Kecamatan Betara dan merupakan daeran penelitian. Desa Bunga Tanjung terdiri dari 2 dusun 12 RT, Secara administrasi, batas wilayah desa Bungan Tanjung adalah sebagai berikut.

1. Sebelah Barat berbatas dengan Desa Bram Itam Raya Kec.Bram Itam;
2. Sebelah Timur berbatas dengan Desa Sungai Betara;
3. Sebelah Utara berbatas dengan Desa Bram Itam Raya Kec.Bram Itam; dan
4. Sebelah Selatan berbatas dengan Kelurahan Mekar Jaya.

#### **4.1.2 Keadaan Penduduk**

Jumlah penduduk di Kecamatan Betara merupakan potensi yang berperan dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian suatu wilayah. Kualitas dan kuantitas penduduk akan mempengaruhi kondisi perekonomian daerah dimana penduduk berperan sebagai pengelola sumber daya alam maupun sumber daya teknologi sesuai dengan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Penduduk Kecamatan Betara tahun 2022 tercatat sebanyak 30.801 jiwa yang terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 15.780 jiwa dan perempuan sebanyak 15.021 jiwa. Penduduk yang bermukin di desa Bunga Tanjung tercatat sebanyak 4.531 jiwa terdiri dari laki-laki 2.326 jiwa dan perempuan 2.205 jiwa. Kemudian pada Mekar Jaya ada sebanyak 2.887 jiwa terdiri dari laki-laki sebanyak 1.436 jiwa dan perempuan sebanyak 1.451 jiwa.

#### **4.1.3 Sarana dan Prasarana**

Pembangunan sarana dan prasarana dalam suatu wilayah merupakan suatu hal penting dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani. Tersedianya