

**ARECA NUT MARKETING ANALYSIS AT AMARASI SELATAN,
KABUPATEN KUPANG
(Analisis Pemasaran Pinang Di Kecamatan Amarasi Selatan Kabupaten Kupang)**

Maria I.N Seran¹, Damianus Adar², Hans L. Telsoni³
^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Nusa Cendana, Kupang
Penulis korespondensi : Email: mariaimeldanamokseran@gmail.com

Diterima : 28 Oktober 2019

Disetujui: 31 Oktober 2019

ABSTRAK

Penelitian ini telah dilakukan di Desa Sonraen dan Desa Nekmese Kecamatan Amarasi Selatan, Kabupaten Kupang pada bulan Juli sampai bulan Agustus Tahun 2018. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk, (1) Mengetahui saluran pemasaran pinang di Kecamatan Amarasi Selatan, (2) Mengetahui margin pemasaran pinang di Kecamatan Amarasi Selatan, (3) Mengetahui efisiensi biaya pemasaran di Kecamatan Amarasi Selatan, dan (4) Mengetahui tingkat elastisitas transmisi harga pinang di Kecamatan Amarasi Selatan.

Pengambilan sampel dilakukan secara bertahap yaitu tahap pertama penentuan lokasi secara purposive sampling yaitu Desa Sonraen dan Desa Nekmese. Tahap kedua penentuan petani contoh dengan menggunakan proportional random sampling. Total responden sebanyak 75 orang. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi yang terkait dalam penelitian ini. Alat analisis data yang dipakai dalam penelitian ini terdiri dari; 1) analisis deskriptif, 2) analisis margin pemasaran 3) analisis efisiensi biaya pemasaran 4) analisis elastisitas transmisi harga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) Saluran Pemasaran Pinang di Kecamatan Amarasi Selatan Ada Dua Saluran Pemasaran (2) Margin Pemasaran Pinang yang di peroleh pada saluran satu sebesar Rp 3000, dan pada saluran dua sebesar Rp 4000 (3) Efisiensi biaya pemasaran pinang yang di peroleh pada saluran satu sebesar 0,18 %, sedangkan pada saluran dua sebesar 0,74%. (4) dan tingkat elastisitas transmisi harga pinang sebesar 0,38.

Kata Kunci : Analisis Pemasaran Pinang

ABSTRACT

This research has been carried out in Sonraen and Nekmese Villages Amarasi Selatan Sub District, Kupang District in July to August, 2018. The objectives of this study were to (1) Know the areca nut marketing channels in South Amarasi Subdistrict, (2) Know the marketing margins areca nut in South Amarasi District, (3) Knowing the efficiency of marketing costs in the District of South Amarasi, and (4) Know the level of transmission elasticity of the price of areca nut in South Amarasi District.

Sampling was done in stages, namely the first stage of determining the location by purposive sampling, namely Sonraen and Nekmese Villages. The second stage determining the sample farmer by using proportional random sampling. The total respondents were 75 people. Data collected primary data and secondary data. Primary data is obtained from the results of direct interviews with respondents, while secondary data is obtained from relevant agencies in this study. The data analysis tool used in this study consists of; 1) descriptive analysis, 2) margin marketing analysis 3) marketing cost efficiency analysis 4) analysis of price transmission elasticity.

The results showed that, (1) There are two Marketing Channels of areca in South Amarasi Subdistrict. (2) Marketing Margin of Areca obtained in channel one amounting to Rp. 3000, and on channel two Rp. 4000 (3) Efficiency of areca nut marketing costs in get on channel one in the amount of 0.18%, while on channel two is 0.74%. (4) and the level of elasticity of the betel price transmission is 0.38.

Keywords : Analysis Of Oreca Nut Marketing

PENDAHULUAN

Sub sector perkebunan merupakan salah satu subsector yang mempunyai kontribusi penting dalam hal penciptaan nilai tambah yang tercermin dari kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB). Sub sektor perkebunan mempunyai peranan yang penting dan strategi dalam perekonomian, terutama dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat, penerimaan devisa Negara melalui ekspor, penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan konsumsi dalam negeri, bahan baku industry dalam negeri, perolehan nilai tambah dan daya saing serta optimalisasi pengelolaan sumberdaya alam harus diselenggarakan, dikelola, dilindungi dan dimanfaatkan secara terencana, terbuka terpadu, professional dan bertanggung jawab, sehingga mampu meningkatkan perekonomian rakyat, bangsa dan negara.

Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan mencatat ada 23 provinsi yang paling potensial memproduksi pinang. Luas lahan tanaman pinang di Indonesia pada tahun 2014 sebesar 143.202 ha, dengan produksi 42.014 ton dan produktivitas 441 ton/ha. Salah satu diantaranya adalah Nusa Tenggara Timur, dengan luas tanah perkebunan tanaman pinang di NTT pada tahun 2014 adalah 36.249 Ha, dengan total produksi 6.941 ton/ha. Wilayah Nusa Tenggara Timur (NTT) memiliki potensi lahan pertanian yang cukup besar yakni seluas 4.734.990 Ha dengan rinciannya 3.527.112 Ha adalah lahan kering dan 200.291 Ha adalah lahan basah. Sehingga memiliki potensi yang sangat besar dalam menghasilkan produk-produk pertanian, namun masyarakat sekitar belum mampu mengelola usaha taninya sehingga belum memperoleh hasil yang maksimal.

Kabupaten Kupang termasuk salah satu daerah di NTT yang memiliki potensi lahan kering sebesar 525.348Ha (BPS NTT Dalam Angka 2014). Berdasarkan data statistik Kabupaten Kupang 5 tahun terakhir, rata-rata produktivitas pinang berfluktuasi. Berfluktuasinya produktivitas pinang akan berdampak pada harga jual pinang, karena harga jual itu sendiri sangat erat kaitannya dengan tingkat pendapatan para petani produsen. Semakin tinggi harga jual di tingkat petani, maka semakin tinggi pula pendapatan yang diperoleh petani.

Kecamatan Amarasi Selatan merupakan salah satu daerah di Provinsi Nusa Tenggara Timur yang beribukota di Buraen memiliki luas wilayah 172,81

km² dan terdiri atas dua Kelurahan dan tiga Desa. Rata-rata hasil produksi tanaman pinang, seluruh kecamatan di Kabupaten Kupang mengalami fluktuasi. Sebagai daerah penghasil pinang, produksi yang dihasilkan tidak hanya untuk dikonsumsi saja, tetapi juga untuk dijual.

Pemasaran merupakan ujung tombak dari setiap usaha komersial. Dengan adanya pemasaran, maka produk yang dihasilkan produsen dapat sampai ke tangan konsumen. Dalam proses pemasaran, petani biasanya melakukan saluran pendek dan saluran panjang. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian tentang analisis pemasaran pinang di Kecamatan Amarasi Selatan Kabupaten Kupang.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kecamatan Amarasi Selatan Kabupaten Kupang. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Juli – Agustus Tahun 2018.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan petani dengan mengacu pada daftar pertanyaan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi yang terkait dengan penelitian ini. Total responden adalah 75.

Model dan Analisis Data

Data yang dikumpulkan ditabulasi kemudian dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk mengetahui saluran pemasaran menggunakan analisis deskriptif. Untuk menghitung margin pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana,

MP : Margin Pemasaran (Rp/Kg),

Pr : Harga Pinang di Tingkat Konsumen (Rp/Kg),

Pf : Harga Pinang di Tingkat Petani Produsen (Rp/Kg)

Untuk menghitung efisiensi biaya pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut:

$$E = \frac{Bi}{Hi} \times 100$$

Dimana,

E : Efisiensi Biaya Pemasaran,

Bi : Biaya,

Hi : Harga

Untuk menghitung elastisitas transmisi harga pinang dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Et = \frac{dPf / Pf}{dPr / Pr} = \frac{dPf}{dPr} \frac{Pr}{Pf}$$

Dimana,

Et : Elastisitas Transmisi Harga Pinang

dPr : Perubahan Harga Pinang di Tingkat Konsumen

dPf : Perubahan Harga Pinang di Tingkat Produsen

Pr : Harga di Tingkat Konsumen

Pf : Harga di Tingkat Produsen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek yang Diteliti

Penelitian ini diadakan di Kecamatan Amarasi Selatan yaitu Desa Sonraen dan Desa Nekomese diambil sebagai sampel untuk mewakili Kecamatan Amarasi Selatan. Guna memperoleh gambaran tentang objek yang diteliti, maka dibawah ini dikemukakan hal-hal sebagai berikut:

Gambaran Geografis

Kecamatan Amarasi Selatan merupakan salah satu Kecamatan dari Kabupaten Kupang yang memiliki luas wilayah sebesar 172,81 km² secara administrasi Kecamatan Amarasi Selatan terdiri dari 2 kelurahan dan 3 desa. Berdasarkan administrasi, Kecamatan Amarasi Selatan memiliki batas wilayah antara lain: sebelah timur dengan kecamatan amarasi timur, sebelah barat dengan kecamatan amarasi barat, sebelah selatan dengan laut timor, sebelah utara dengan kecamatan amarasi. Daerah Kecamatan Amarasi Selatan beriklim Tropis dan dingin. Hasil registrasi BPS tahun 2017 menunjukan bahwa jumlah penduduk Kecamatan Amarasi Selatan sebanyak 9.542 jiwa dengan kepadatan penduduk secara geografis adalah 55 jiwa/km².

Kelurahan Sonraen dan Desa Nekomese adalah salah satu dari 2 kelurahan dan 3 Desa di Kecamatan Amarasi Selatan Kabupaten Kupang dengan luas wilayah Kelurahan Sonraen 18.540 km² dan Luas Wilayah Desa Nekomese 969,70 km². Kelurahan Sonraen dan Desa Nekomese beriklim Tropis dan dingin. Berdasarkan administrasi, Kelurahan Sonraen dan Desa Nekomese memiliki batas wilayah antara lain:Sebelah utara kelurahan

Sonraen dengan Kelurahan Buraen, Desa Nekomese dengan Tesbatan 1 da 2, sebelah selatan Kelurahan Sonraen dengan Desa Retraen, Desa Nekomese dengan Kelurahan Buraen, sebelah barat kelurahan Sonraen dengan Desa Toobaun, Desa Nekomese dengan Desa Kotabes, sedangkan sebelah timur kelurahan Sonraen dengan Kelurahan Buraen, Desa Nekomese Desa Apren.

Jarak dari Ibukota Desa ke Ibukota Kecamatan dan Ibukota Kabupaten yaitu Desa Sonraen dan Desa Nekomese yang di ambil sebagai sampel untuk mewakili Kecamatan Amarasi Selatan. Kelurahan Sonraen berjarak 0,5 km ke Ibukota Kecamatan dan 32,5 km ke Ibukota Kabupaten sedangkan Desa Nekomese berjarak 10,0 km ke Ibukota Kecamatan dan 33,0 km ke Ibukota Kabupaten. Luas wilayah (Daerah/daratan) Kecamatan Amarasi Selatan adalah 172,81 km². Kelurahan Sonraen mempunyai luas wilayah yaitu 26,47 km² (15,32%) dan Desa Nekomese memiliki luas wilayah 26,95 km² (15,60%) dari luas wilayah Kecamatan Amarasi Selatan.

Gambaran Demografis

Kecamatan Amarasi Selatan berpenduduk sebanyak 11.078 jiwa yang terdiri dari laki-laki 5.662 orang dan perempuan 5.416 orang. Jumlah penduduk tersebut terdiri dari 3.011 KK. Apabila jumlah penduduk dihubungkan dengan jumlah anggota keluarga maka rata-rata tiap keluarga beranggotakan 3 sampe 4 orang. Kelurahan Sonraen dan Desa Nekomese yang di pilih sebagai sampel untuk mewakili Kecamatan Amarasi Selatan, masing-masing jumlah penduduknya di Kelurahan Sonraen sebanyak 1.943 orang, yang terdiri dari laki-laki sebanyak 999 orang, perempuan sebanyak 944 orang dan jumlah kepala keluarga sebanyak 467 kepala keluarga. Sedangkan jumlah Penduduk di Desa Nekomese sebanyak 2.217 orang yang terdiri dari laki - laki sebanyak 1.094 orang, perempuan sebanyak 1.123 orang dan jumlah kepala keluarga sebanyak 590 kepala keluarga.

Identitas Responden

Menurut sorhardjo dan patong (1984) penduduk yang berusia 15-55 tahun adalah penduduk yang berusia produktif, sebab pada tingkatan usia ini, kondisi fisik seseorang petani masih cukup kuat serta memiliki kematangan berpikir dan bertindak. Berdasarkan Table 1, terdapat 59 orang (78,67%) petani responden tergolong tenaga kerja produktif dan 16 orang (21,33%) petani responden tergolong tenaga kerja non produktif. Hal ini menunjukan

bahwa sebgaaian besar petani responden tergolong dalam usia produktif.

Tabel 1. Petani Responden Menurut Tingkat Umur

No	TingkatUmur (Tahun)	Jumlah Umur (Orang)	Persentase (%)
1	15-55	59	78,67
2	>55	16	21,33
Jumlah		75	100,00

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 4 menunjukkan tingkat pendidikan responden terbanyak adalah tamat SD sebanyak 31 orang, SMP sebanyak 18 orang, SMA sebanyak 21 orang. tingkat pendidikan responden yang paling sedikit adalah SARJANA sebanyak 5 orang.

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	31	41,33
2	SMP	18	24
3	SMA	21	28
4	SARJANA	5	6,67
Jumlah		75	100,00

Sumber: Data diolah, 2018

Menurut Siagian (2008) menyatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga adalah seluruh jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan seseorang. Jumlah anggota keluarga dapat mempengaruhi produktifitas usahatani terutama dalam hal kontribusi tenaga kerja pada usaha tani yang dijalankan. Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa jumlah responden terbanyak 58 orang atau 77,33% dengan jumlah tanggungan keluarga 1-5 orang, kemudian terdapat 17 orang atau 22,67% responden dengan jumlah tanggungan keluarga 6-10 orang. Responden dengan jumlah tanggungan yang banyak dapat memberi kontribusi waktu dan tenaga untuk meminimalisir biaya dalam usaha tani.

Tabel 3. Jumlah Tanggungan Keluarga

No	Jumlah	Jumlah	Persentase
----	--------	--------	------------

Tanggungan	Responden (Orang)	(%)
1 1-5	58	77,33
2 6-10	17	22,67
Jumlah	75	100,00

Sumber: Data diolah, 2018

Pengalaman petani dalam melakukan usahatani pinang perlu diketahui, karena lamanya pengalaman usahatani pinang yang dialami oleh petani mempengaruhi pemahaman sistem budidaya pinang dan bagaimana pemasaran pinang tersebut.

Berdasarkan Tabel 4 terlihat bahwa pengalaman berusahatani kurang dari 15 tahun berjumlah 20 orang atau 26,67%, pengalaman berusahatani dari rentang 16 – 35 tahun berjumlah 37 orang atau 49,33% dan >35 tahun berjumlah 18 orang atau 24%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa usahata ni pinang ini sudah lama diusahakan oleh para petani.

Tabel 4. Pengalaman Berusahatani

No	Pengalaman Berusahatani (Tahun)	Jumlah Respoden (orang)	Persentase (%)
1	<15	20	26,67
2	16-35	37	49,33
3	>35	18	24
Jumlah		75	100,00

Sumber: Data diolah, 2018

Luas lahan yang diusahakan untuk kegiatan usahatani tentunya mempengaruhi tingkat produksi yang dihasilkan. Dari hasil analisis data luas lahan keseluruhan yang dimiliki petani berkisar antara 0,35 – 1 Ha. Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa jumlah petani responden yang memiliki luas lahan yang kurang dari 0,35 ha berjumlah 26 orang atau 34,67% dan jumlah petani responden yang memiliki luas lahan antara 0,36,-0,75 ha berjumlah 43 atau 57,33% sedangkan jumlah petani responden yang memiliki luas lahan >1 ha berjumlah 6 orang atau 8%.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa luas lahan yang rendah lebih banyak digunakan, hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan petani dalam mengelola lahan sangat rendah, sebab kegiatan pertanian yang masih subsisten yang mana dalam prosesnya lebih mengandalkan kemampuan dari petani itu sendiri.

Sistem Pemasaran Pinang di Desa Sonraen dan Desa Nekmese

Tabel 5, Luas Lahan

No	Luas Lahan (ha)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	<0,35	26	34,67
2	0,36-0,99	43	57,33
3	>1	6	8
Jumlah		75	100,00

Sumber : Data diolah, 2018

Status kepemilikan lahan di daerah penelitian merupakan komponen yang sangat penting untuk diperhatikan. Status kepemilikan lahan akan memberi dampak terhadap tingkat pendapatan petani di daerah penelitian. Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa status kepemilikan lahan Pinang di daerah penelitian merupakan lahan dengan status sebagai milik sendiri. Hal ini tidak akan berpengaruh pada hasil Pinang yang diperoleh, karena jika petani memiliki lahan sendiri maka petani dapat menguasai hasil panen pinang mereka sendiri, tanpa harus membagi hasil panen dengan orang lain.

Tabel 6, Status Kepemilikan Lahan

No	Status Lahan	Jumlah	Persentase (%)
1	Milik sendiri	75	100
Jumlah		75	100

Sumber : Data diolah, 2018

Identitas Responden Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan atau usaha yang menjelaskan fungsi-fungsi pemasaran. Sudyono (2001) menjelaskan lembaga pemasaran sebagai badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lain. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap lembaga pemasaran yang teridentifikasi memiliki identitas diantaranya adalah petani 75 orang dengan kisaran umur rata-rata 35-74 tahun, pedagang pengumpul 5 orang dan pedagang pengecer yang memiliki identitas yaitu 11 orang dengan kisaran umur 36 – 54 tahun dan tingkat pendidikannya rata – rata SD dan SMP.

Saluran pemasaran hasil pinang yang dilakukan oleh petani di dua desa tersebut yaitu antara petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan pembeli. Petani menjual hasil panen mereka langsung ke pedagang pengumpul dalam desa dan pedagang pengumpul menjual kepada pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual ke konsumen, dan sebagian petani menjual hasil mereka langsung ke pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjualnya ke konsumen. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani di dua Desa tersebut memiliki 2 saluran yang digunakan oleh petani responden. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut.

Tabel 7, Saluran Pemasaran Pinang di Kecamatan Amarasi Selatan

Saluran Pemasaran	Jumlah (orang)	Persentase	Vol. Produksi
P → PP → PPcer → K	52	69,33	237.422
P → PPcer → K	23	30,66	264,65

Sumber : Data diolah, 2018

Ket : P : Petani
PP : Pedagang Pengumpul
PPcer : Pedagang Pengecer
K : Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa ada 75 petani yang dijadikan responden di dalam penelitian ini.

Pada saluran I Petani menjual hasil pinangnya melalui pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer dari Kabupaten Oesao, dan pedagang pengecer menjualnya ke konsumen di pasar Oesao. Jumlah petani yang melakukan pemasaran pada saluran ini sebanyak 52 orang (69,33%) dengan volume produksi pinang dalam satu periode musim (maret sampai juli) sebanyak 237.442 kg. Dan harga pinang petani dengan pedagang pengumpul dalam desa sebesar Rp.7000 /kg, kemudian pedagang pengumpul dengan pedagang pengecer di kabupaten oesao sebesar Rp.9000/kg sedangkan pedagang pengecer ke konsumen di pasar oesao sebesar Rp.10000/kg.

Adapun alasan pada saluran I mengapa petani menjual hasil panen mereka melalui pedagang pengumpul dalam desa karena 1).Pedagang

pengumpul berada di desa dimana petani berada. 2). Petani tidak cukup uang untuk biaya transportasi ke pedagang pengecer, karena pedagang pengecer berada di desa oesao, 3) Lima orang Pedagang pengumpul tersebut berperan juga sebagai petani karena mengingat produksi mereka pas pasan sehingga mereka membeli dari petani lainnya.

Pada saluran II Petani menjual hasil pinangnya tidak melalui pedagang pengumpul dalam desa tetapi langsung ke pedagang pengecer di Pasar Oesao, dan pedagang pengecer menjual lagi kepada konsumen di pasar oesao. Jumlah petani yang melakukan pemasaran pada saluran ini sebanyak 23 orang (30,66%) dengan volume produksi pinang sebanyak 264,65/Kg. dengan harga pinang petani dengan pedagang pengecer di Kabupaten Oesao sebesar Rp.9500/kg sedangkan pedagang pengecer dengan konsumen di pasar Oesao Rp.10000/kg.

Adapun alasan pada saluran ini mengapa petani tidak langsung menjual hasil mereka melalui pedagang pengumpul yang berada di desa tersebut karena petani pada saluran ini masih mempunyai dana untuk biaya transportasi sehingga petani lebih memilih sistem penjualan pada saluran ini dan juga harga jual pada saluran ini lebih tinggi dari pada saluran I.

Menurut Frederikus Naimena dan Agustinus Nobatonis menyatakan bahwa terdapat dua saluran pemasaran pinang kering di kecamatan kota kefamenanu yaitu saluran 1 :Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen, saluran II : Pedagang Besar → Konsumen.

Analisis Marjin Pemasaran dan Efisiensi Biaya Pemasaran

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga ditingkat konsumen untuk produk dengan harga di tingkat petani produsen untuk produk yang sama. Besar kecilnya marjin tergantung pada harga yang diberikan. Semakin besar perbedaan harga antara harga jual dan harga beli maka akan memperbesar marjin, dan sebaliknya.

Efisiensi pemasaran adalah ratio antar biaya dan harga dikalikan dengan 100% untuk masing-masing saluran dan lembaga pemasaran yang teridentifikasi. Suatu sistem dikatak efisien bila mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya serta mampu mengadakan

pembagian yang adil dari dari pada keseluruhan harga yang di bayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut.Hal ini erat kaitannya dengan biaya yang dikeluarkan oleh berbagai pelaku pasar tersebut.Semakin panjang saluran yang dilalui oleh produk, maka semakin besar biaya yang dikeluarkan. Untuk menutupi biaya tersebut maka para pelaku pasar akan menaikkan harga produknya. Selain itu juga harga jual produk pinang berbeda antara lembaga pemasaran dikarenakan oleh perbedaan letak tempat tinggal atau jarak yang ditempuh oleh pelaku pasar yang satu dengan yang lainnya.

Tabel 8 Marjin, dan Efisiensi Biaya Pemasaran, Saluran 1 dan Saluran 2

Analisis Saluran Pemasaran, Marjin, Efisiensi					
	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp)	Marjin	Efisiensi
Pemasaran I Saluran I	Petani	7000			
	Pedagang pengumpul 1	9000	18.223	3,000	0.18
	Pedagang Pengecer	10000			
Petani	6000				
Pemasaran II Saluran II	Pedagang pengecer	9500	74.083	4000	0.74
	Konsumen	10000			

Sumber: Data diolah 2018

Hasil analisis pada Tabel 4.15 menunjukkan bahwa pada saluran I petani tidak mengeluarkan biaya sama sekali, karena petani tersebut menjual hasil produksi langsung kepedagang pengumpul dalam desa dengan harga Rp.7000/kg. Dan pedagang pengumpul dalam desa menjual kepedagang pengecer dengan harga Rp.9000/kg, dengan biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul sejumlah Rp.18,2231 dengan rincian biaya transportasi Rp.45.000. Sedangkan pedagang pengecer menjual kekonsumen dengan harga Rp.10.000/kg. Dengan demikian marjin yang didapatkan sebesar Rp.3000, dan efisiensi biaya pemasaran yang diperoleh sebesar 0,18%.

Sedangkan saluran II petani mengeluarkan biaya karena petani menjual hasil produksinya

langsung ke pedagang pengecer Kabupaten dengan harga Rp.9500/kg.

Dengan rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh petani sejumlah Rp.187,35, dengan rincian biaya transportasi bervariasi dan tergantung hasil yang mereka peroleh, dengan transportasi yang tertinggi sebesar Rp.55000, dan pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp.10.000 dengan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sejumlah Rp.78,043 dengan rinciannya yaitu biaya transportasi bervariasi sehingga yang paling tinggi Rp.45000, pajak Rp1000/hari, dan penyewaan tempat penjualan Rp.110.000/bulan. Dengan demikian margin yang didapatkan sebesar Rp. 4000 dan efisiensi biaya pemasaran yang di peroleh sebesar 0,74 %.

Menurut Frederikus Naimena dan Agustinus Nobatonis menyatakan bahwa dari dua saluran pemasaran pinang kering di Kecamatan Kota Kefamenanu yang bervariasi, maka margin pemasaran juga sangat bervariasi seiring dengan berbedanya saluran pemasaran pinang kering, yaitu margin yang diperoleh pada saluran satu Rp 9000 dan saluran dua Rp 20.000.

Menurut Kalista M, Yunus Affifudinb, Ridwanti Batubara menyatakan bahwa dari 4 saluran pemasaran pinang di Kecamatan Sibolangit bervariasi, maka margin pemasaran juga sangat bervariasi seiring dengan berbedanya saluran pemasaran pinang yaitu Saluran I 8000, Saluran II 7750, Saluran III 4000, dan Saluran IV 3500.

Menurut Dedi Rahman, Elwamendri dan Yusma Damayanti menyatakan bahwa efisiensi biaya pemasaran yang diperoleh dari berbagai saluran yaitu secara teknis saluran pemasaran III 3,05 ini lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran yang lainnya dan secara ekonomis Saluran pemasaran I 17,29 ini adalah saluran yang terpanjang dari saluran pemasaran lainnya.

Analisis Elastisitas Transmisi Harga

Analisis elastisitas transmisi harga dilakukan untuk melihat kepekaan perubahan harga di tingkat produsen akibat perubahan harga di tingkat konsumen. Elastisitas transmisi harga komoditas pertanian pada umumnya bernilai lebih kecil dari satu. Jika nilai $df < 1$ berarti $df < 1$ dimana laju perubahan harga di tingkat produsen lebih kecil dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat pengecer.

Tabel 9. Elastisitas Transmisi Harga Pinang Di Kecamatan Amarasi Selatan

Elastisitas Transmisi					
Bulan	dPf		dPr		Elastisitas
	2016	2017	2016	2017	
1	5000	6.000	8000	10000	0,30
2	5000	6.000	8000	10000	0,30
3	5000	6.500	8500	10000	0,65
4	5500	6.500	8500	11500	0,19
5	5000	7.000	8000	11000	0,42
6	5000	6.500	8500	10000	0,65
7	5500	6.500	8000	10000	0,33
8	5000	6.000	8500	10500	0,29
9	5000	6.000	8500	10000	0,40
10	5500	6.000	8500	10500	0,14
11	5500	6.500	8500	10000	0,43
12	5000	6.500	8500	10500	0,46
Jumlah	62000	76.000	100000	124000	4,56
Rerata	5166,67	6333,33	8333,33	10333,3	0,38
Mean	5000	6.000	8000	10.000	0,14
Max	5500	7.000	8500	11.500	0,65
SD	246,18	325,67	246,18	492,37	0,16

Sumber, Data diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis elastisitas transmisi harga untuk mengetahui elastisitas digunakan metode pengukuran yaitu elastisitas transmisi harga. Dengan menggunakan metode elastisitas membutuhkan data harga jual pinang dua titik waktu yaitu harga jual pinang pada tahun 2016 dan 2017 pada tingkat petani dan tingkat pengecer. Hasil analisis data diketahui bahwa tahun 2016 harga jual pinang pada tingkat petani dengan kisaran 5000 -5500 dan tahun 2017 harga pinang dengan kisaran 6000-7000 sedangkan pada tahun 2016 harga pinang pada tingkat konsumen dengan kisaran 8000 - 8500 dan tahun 2017 harga pinang dengan kisaran 10000-11.500 dengan selisih harga Rp 3000.

Hasil analisis tersebut diketahui bahwa elastisitas antara petani/produsen dengan konsumen yaitu 0,38 dan standar deviasi (simpangan baku) antara responden yang satu dengan responden lainnya bervariasi yakni 0,15. Dari hasil elastisitas tersebut artinya perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer, menyebabkan perubahan harga di tingkat petani kurang dari 1% (tidak semua perubahan harga di transmisikan secara baik atau keadaan pasar berjalan kurang efisien).

Menurut Asbilyah, Zulkifli Alamsyah dan Saidin Nanggolan menyatakan bahwa koefisien elastisitas transmisi harga pinang di pasar Kuala Tungkal pada jangka pendek (koefisien α_1 pada persamaan ECM) sebesar 0.3765.

Hal ini berarti dalam jangka pendek, perubahan harga pinang di pasar Singapura sebesar 1% akan

menyebabkan perubahan harga pinang di pasar Kuala Tungkal sebesar 0.38%. Sedangkan dalam jangka panjang, elastisitas transmisi harga pinang di pasar Kuala Tungkal menjadi sebesar 1,6663 (koefisien β_1 pada persamaan ECM) yang berarti perubahan harga pinang di pasar Singapura sebesar 1% akan menyebabkan perubahan harga pinang di pasar Kuala Tungkal sebesar 1,67% dalam jangka panjang. Persamaan ECM menunjukkan elastisitas transmisi harga antara pasar pinang Singapura dan pasar pinang Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat dalam jangka pendek bersifat inelastis, akan tetapi dalam jangka panjang elastisitas transmisi harga berubah menjadi elastis.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat di simpulkan bahwa: Saluran pemasaran pinang di Kecamatan Amaraselatan Kabupaten Kupang ada 2 saluran, Marjin pemasaran yang di peroleh dari saluran satu sebesar Rp 3000 dan saluran dua sebesar Rp 4000, dan Efisiensi biaya pemasaran yang diperoleh di kecamatan amaraselatan dari saluran satu 0,18 dan saluran dua sebesar 0,74. Sedangkan elastisitas antara petani/produsen dengan konsumen yaitu hasil elastisitasnya yaitu 0,38 dan standar deviasi (simpangan baku) antara responden yang satu dengan responden lainnya bervariasi yakni 0,15. Dari hasil elastisitas tersebut artinya perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer, menyebabkan perubahan harga di tingkat petani kurang dari 1% (tidak semua perubahan harga di transmisikan secara baik atau keadaan pasar berjalan kurang efisien.

Saran

1. Kepada Pemerintah Desa setempat dengan melihat besarnya potensi produksi pinang, diharapkan untuk memperhatikan program kerja yang khusus untuk pemasaran pinang.
2. Pemerintah Kabupaten Kupang lebih memperhatikan lagi infrastruktur jalan yang ada didesa Sonraen dan Nekmese, dengan infrastruktur jalan yang baik maka hasil pertanian akan tersalurkan juga dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy Balukh ,1987 Elastisitas Transmisi Harga.htm, diunduh pada tanggal 7 Maret 2017 jam 07.00 WITA
- Asbilyah, dkk. 2014. Analisis Integrasi Pasar Pinang Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Jurnal. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Jambi. Diakses 23 Januari 2019.
- Azzaino,1982. Saluran dan Lembaga Pemasaran.htm, diakses pada tanggal 18 april 2017 jam 08.00 WITA
- Badan Pusat Statistik. 2013. Kecamatan Amaraselatan Dalam Angka. Badan Pusat Statistik NTT. Kupang.
- Badan Pusat Statistik. 2014. Kecamatan Amaraselatan Dalam Angka. Badan Pusat Statistik NTT. Kupang.
- Badan Pusat Statistik. 2013.. Badan Pusat Statistik NTT. Kupang.
- Naimena dan Nobatonis, 2017, Analisis Pemasaran Pinang Kering Oleh Pedagang di Kecamatan Kota Kefamenanu. Jurnal. Fakultas Pertanian Universitas Timor Kefamennanu. Provinsi NTT. Diakses 16 januari 2019
- Rahman, dkk. 2014. Analisis Tataniaga Pinang Pada Pasar Produsen di Kecamatan Muara Sabak Timur Kabupaten Tanjung Timur Propinsi Jambi. Jurnal. Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi. Diakses 23 Januari 2019
- Stanton, J.W, 2001. Teori Pemasaran (Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli Lengkap).htm, diakses pada tanggal 16 april 2017 jam 07.00 WITA
- Swastha, 1999. Saluran Pemasaran.htm, diakses pada tanggal 16 april 2017 jam 07.00 WITA
- Sudiyono A.2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhamadiyah Malang.
- M Kalista, dkk. 2015. Strategi Pemasaran Pinang Studi Kasus Kecamatan Sibolangit. Jurnal. Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian,

Universitas Sumatera Utara. Diakses 24 Tomek dan Robinson, 1997, Marjin
januari 2019. Pemasaran.htm,diakses pada tanggal 16 april
2017 jam 07.00 WITA