

ANALISIS MARGIN PEMASARAN CABAI RAWIT MERAH DI KECAMATAN LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT

MARKETING MARGIN ANALYSIS OF RED CHILI IN LEMBANG WEST BANDUNG DISTRICT

Nur Fitri Az-Zahra¹⁾, Marlinda Apriyani²⁾, Analiasari²⁾

¹⁾Mahasiswa D3 Program Studi Agribisnis, ²⁾Dosen Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Lampung Jl. Soekarno-Hatta No.10 Rajabasa, Bandar Lampung, Telp (0721) 703995, Fax : (0721) 787309

ABSTRAK

Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi penghasil cabai rawit merah kedua terbesar setelah Jawa Timur. Petani di daerah Lembang Jawa Barat sebagian besar membudidayakan cabai rawit merah, hasil panen cabai rawit merah dijual ke pasar Lembang dan para pedagang pengepul sekitar Bandung. Terjadi perbedaan harga cabai rawit merah yang dijual oleh petani petani, pedagang pengumpul, distributor, maupun pedagang retail hingga dibeli oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui margin pemasaran pada komoditi cabai rawit merah di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan yaitu data kuantitatif dan perhitungan margin. Hasil pembahasan diketahui bahwa analisis margin pemasaran pada cabai rawit merah di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat menggunakan metode analisis margin pemasaran dan margin keuntungan. Berdasarkan hasil analisis diketahui ada 3 saluran dalam pendistribusian cabai rawit merah. Margin pemasaran tertinggi didapatkan pada saluran Petani- Distributor – Pedagang Retail - Konsumen. Margin pemasaran terendah didapatkan pada saluran Petani – Pedagang Pengumpul – Distributor – Pedagang Retail – Konsumen. Berdasarkan analisis diatas didapatkan bahwa Margin pemasaran yang didapatkan petani dari menjual cabai rawit merah kepada distributor lebih tinggi dibanding menjual kepada pedagang pengumpul.

Kata kunci: Margin, Saluran distribusi, Cabai rawit merah.

PENDAHULUAN

Tanaman sayuran dan buah-buahan memegang peranan terpenting dari keseimbangan pangan, sehingga harus tersedia setiap saat dalam jumlah yang cukup dengan mutu yang baik, aman dikonsumsi, harga terjangkau, serta dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Cabai rawit merupakan salah satu jenis komoditas sayuran yang dibudidayakan, dikembangkan, dan dikonsumsi oleh masyarakat luas untuk pemenuhan kebutuhan.

Cabai rawit menjadi salah satu jenis cabai yang banyak dikonsumsi sebagai bahan bumbu masakan. Konsumsi yang tinggi membuat petani harus meningkatkan produksi cabai rawit merah agar selalu dapat memenuhi permintaan pasar yang terus mengalami peningkatan. Menurut Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura (2015), permintaan cabai rawit merah di Indonesia cenderung mengalami peningkatan. Permintaan yang tinggi tersebut menunjukkan cabai rawit merah memiliki potensi untuk dikembangkan dan dapat membantu memajukan pertanian Indonesia dengan keuntungan yang tinggi.

Upaya meningkatkan produksi, produktivitas, mutu, dan daya saing secara optimal, diperlukan penanganan secara maksimal. Pemasaran produk cabai rawit merah juga harus diperhatikan dengan baik agar mendapat keuntungan yang maksimal. Pemasaran merupakan sebagai suatu aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat aliran barang dan jasa dari titik produksi sampai titik konsumen. Berdasarkan latar belakang yang terjadi tersebut, maka proses pemasaran harus diperhatikan dengan baik. Semakin baik proses pemasaran maka akan semakin tinggi margin pemasaran yang didapatkan. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) mengetahui saluran distribusi cabai rawit merah dan (2) mengetahui margin pemasaran saluran distribusi cabai rawit merah.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat pada bulan Februari hingga April 2017. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja berdasarkan pertimbangan kondisi wilayah penelitian yang merupakan salah satu sentra penghasil sayuran di Jawa Barat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder.

Metode yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan ilmiah yang hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan data

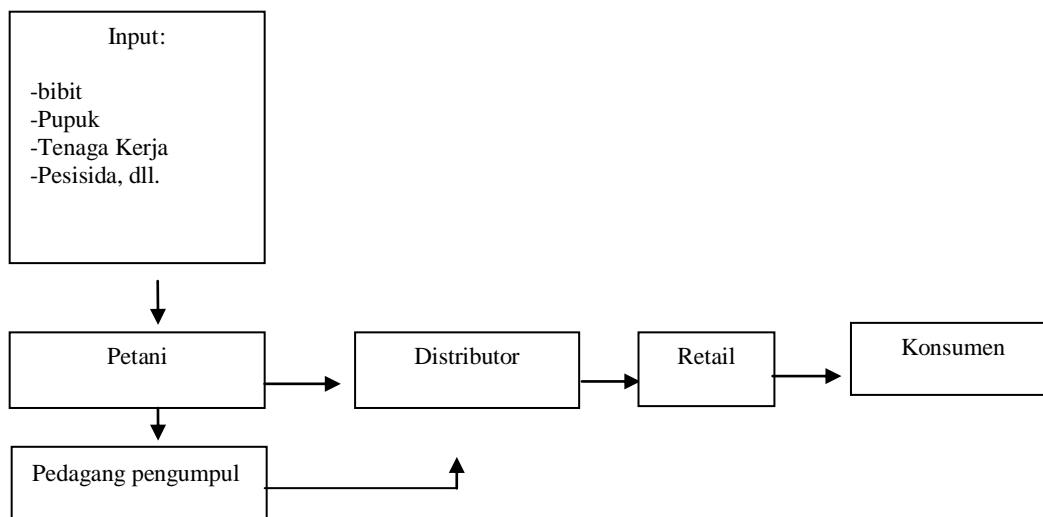
statistik serta memandang suatu realita itu dapat diklasifikasikan, konkrit, teramati, dan terukur (Sugiono, 2008).

Perhitungan margin didapatkan dari pengurangan biaya penjualan dengan biaya pembelian pada setiap tingkat anggota. Menurut Sutarno (2014), Margin lembaga tingkat pertama didapatkan dari rumus, harga jual lembaga tingkat pertama dikurangi dengan harga pembelian lembaga tingkat pertama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran distribusi pemasaran pada cabai rawit merah

Saluran distribusi pemasaran pada cabai rawit merah dimulai dari petani dan berakhir pada konsumen akhir. Anggota yang saling berhubungan selama kegiatan pemasaran produk berlangsung akan membentuk sebuah saluran distribusi. Semakin panjang saluran distribusi maka semakin banyak biaya yang akan dikeluarkan dan semakin besar juga harga yang akan dibayar oleh konsumen akhir serta akan membuat margin keuntungan yang rendah, sebaliknya semakin pendek saluran distribusi maka semakin sedikit lembaga yang terlibat sehingga harga yang akan dibayarkan konsumen akan lebih kecil serta akan membuat margin keuntungan yang tinggi Tjiptono dan Chandra (2008). Saluran distribusi pada umumnya memiliki 3 saluran. Saluran distribusi yang terbentuk pada cabai rawit merah di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran distribusi cabai rawit merah di Kecamatan Lembang, Bandung Barat.

Terbentuk dua saluran distribusi pemasaran pada cabai rawit merah, saluran pertama terdiri dari petani, distributor, pedagang retail dan konsumen akhir. Saluran kedua terdiri dari petani, pedagang pengumpul, distributor, pedagang retail, dan konsumen akhir. Saluran distribusi yang terbentuk membuat harga pada setiap saluran berbeda-beda hingga sampai pada konsumen

akhir. Perbedaan harga dan penetapan harga jual pada setiap saluran ditentukan dengan perlakuan dan penanganan oleh setiap saluran yang membuat perbedaan margin pemasaran dan margin keuntungan yang di dapat. Perbedaan harga yang terbentuk pada setiap saluran distribusi cabai rawit merah dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbedaan harga yang terbentuk pada saluran distribusi pemasaran cabai rawit merah

Saluran Distribusi	Harga tingkat petani (Rp)	Harga tingkat pengumpul (Rp)	Harga tingkat Distributor (Rp)	Harga tingkat Retail (Rp)	Harga tingkat konsumen (Rp)
1	60.000		95.000	112.500	112.500
2	40.000	60.000	95.000	112.500	112.500

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2017.

Perbedaan harga dipengaruhi oleh penanganan dan pengolahan cabai rawit merah pada setiap saluran. Harga pada cabai rawit merah sangat mudah naik turun. Naik turun harga juga pada cabai rawit merah dipengaruhi oleh jumlah panen cabai rawit merah, semakin sedikit jumlah panen maka harga akan tinggi begitu sebaliknya.

Analisis margin pemasaran pada saluran distribusi cabai rawit merah di Lembang Bandung Barat.

Analisis margin pemasaran dihitung untuk mengetahui besaran keuntungan pada setiap saluran distribusi pemasaran cabai rawit merah. Nilai margin pemasaran pada penelitian ini diketahui melalui analisis biaya yaitu dengan menghitung besarnya margin, biaya, margin keuntungan. Perhitungan margin pemasaran cabai rawit merah dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan margin pemasaran cabai rawit merah di Lembang, Bandung.

No	Uraian	Saluran (1)	Saluran (2)
		Rp/kg	Rp/kg
1	Petani		
	a. Biaya Produksi	6.866	6.866
	b. Biaya Kirim	172	172
	c. Harga Jual	60.000	40.000
	Margin Tataniaga	52.961	32.961
	Margin Keuntungan	45.923	25.923
2	Pedagang Pengumpul		
	a. Harga Beli		40.000
	b. Biaya Kirim		131
	c. Harga Jual		60.000
	Margin Tataniaga		20.000
	Margin Keuntungan		19.869
3	Distributor		
	a. Harga Beli	60.000	60.000
	b. Biaya Tenaga Kerja	350	350
	c. Biaya Penyusutan	896	896
	d. Biaya Pengemasan	2.242	2.242
	e. Biaya Transportasi	280	280
	f. Harga Jual	95.000	95.000
	Margin Tataniaga	35.000	35.000
	Margin Keuntungan	31.232	31.232
3	Retail		
	a. Harga Beli	95.000	95.000
	b. Biaya Tenaga Kerja	190	190
	c. Biaya Penyusutan	136	136
	d. Harga Jual	112.500	112.500
	Margin Tataniaga	17.500	17.500
	Margin Keuntungan	17.175	17.175

Sumber: Data primer yang diolah, 2017.

Tabel 2 Menjelaskan margin pemasaran tertinggi didapatkan oleh petani sebesar Rp 52.961,-/kg. Keuntungan petani sesuai dengan pengeluaran yang dikeluarkan, biaya yang dikeluarkan petani selama produksi lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan oleh pihak lain. Petani yang menjual cabai rawit merah kepada distributor memiliki keuntungan yang lebih tinggi

disbanding petani yang menjual kepada pedagang pengumpul. Margin tataniaga dan margin keuntungan yang didapat setiap lembaga berbeda-beda. Perbedaan terjadi sesuai dengan perlakuan dan penanganan serta harga jual yang ditetapkan oleh masing-masing lembaga pada saluran distribusi. Perbandingan margin yang didapat pada setiap lembaga dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perbandingan margin yang diperoleh setiap lembaga pada cabai rawit merah di Lembang, Bandung.

Saluran	saluran 1		saluran 2	
	MT	MK	MT	MK
Petani	52.961	45.923	32.961	25.923
Pedagang Pengumpul			20.000	19.869
Distributor	35.000	31.232	35.000	31.232
Retail	17.500	17.175	17.500	17.175

Sumber: Data primer yang diolah, 2017.

Keuntungan tertinggi sebesar Rp 52.961,-/kg didapat oleh Petani dan keuntungan terendah sebesar Rp 17.175 didapat oleh Retail. Keuntungan yang didapatkan petani lebih besar dengan menjual hasil panen cabai rawit merah langsung kepada distributor dibanding petani yang menjual hasil panen cabai rawit merah kepada pedagang pengumpul. Berdasarkan uraian margin pemasaran dapat disimpulkan bahwa petani mendapatkan margin tertinggi dibanding lembaga lainnya dikarenakan petani melakukan banyak kegiatan dalam pengolahan cabai rawit merah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan melakukan observasi,

REFERENSI

Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura 2015. Produksi Cabai Rawit Menurut provinsi 2011-2015. <http://www.bps.go.id>. Diunduh pada tanggal 8 Mei 2017.

Bambang Riyanto. Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan. BPFC edisi ke 4. Yogyakarta.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2008. Pemasaran strategik. ANDI. Yogyakarta.

wawancara dan pengolahan data, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Saluran distribusi pemasaran pada cabai rawit merah terdapat dua saluran, yaitu saluran yang terdiri dari petani – distributor – retail – konsumen akhir dan saluran kedua terdiri dari petani– pedagang pengumpul – distributor – retail – konsumen akhir.
2. Analisis margin pemasaran saluran distribusi pada cabai rawit merah di kecamatan Lembang, Bandung Barat menggunakan metode analisis margin pemasaran dan margin keuntungan. Margin pemasaran tertinggi didapatkan oleh petani yang ada pada saluran 1 Petani- Distributor – Retail – Konsumen. Petani mendapatkan margin tertinggi ketika menjual hasil panen cabai rawit merah melalui distributor.

Sugiono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.