

**ANALISIS SISTEM SALURAN PEMASARAN
KACANG TANAH (*Arachis hypogaea*) DI KABUPATEN BONE**
*Analysis of Bean Marketing Channels Land (*Arachis hypogaea*) in Bone District*

Yuslindah¹, Nurliani Karman², Ida Rosada²

¹Program Studi Agroekoteknologi Program Pascasarjana UMI

²Dosen Studi Agroekoteknologi Program Pascasarjana UMI

Email : yusfayuslindah@gmail.com ida.rosada@umi.ac.id nurliani.karman@umi.ac.id

ABSTRACT

Research related to the analysis of the peanut marketing system has been carried out with the aim of knowing the marketing channel system, analyzing the marketing margin, farmer's share, and the profit ratio of peanuts in Cina distric, Bone Village and analyzing the efficiency of their marketing. This research was conducted in the District of China, which is the center of Peanuts in Bone Regency, starting from February to May 2020. The data in this study came from 2 data, namely primary data and secondary data. Primary data is obtained from observations and results of commissioners and secondary data is data derived from other supporting data from books, journals and other written sources. From the research conducted, it was found that the results of Peanut Marketing in China District, Bone Regency, there were two channel patterns of the two channels, the second most efficient marketing channel is through farmers who sell to retailers to consumers and the large number of farmers cannot influence the market price.

Keyword : Peanuts; the Marketing Channel

PENDAHULUAN

Di Indonesia sebagian besar kacang tanah baru dimanfaatkan untuk makanan rumah tangga seperti: kacang rebus, kacang garing, kacang goreng, bumbu masakan, dan makanan ringan lainnya (Santosa 2009). Pertambahan penduduk seiring dengan pesatnya perkembangan industri makanan ringan seperti: kacang garing kemasan dan berbagai makanan ringan (*snacks*) berbahan baku kacang tanah, telah memicu peningkatan permintaan sehingga Indonesia masih mengimpor sekitar 30% dari kebutuhan dalam negeri (Swastika, 2014).

Kacang tanah merupakan salah satu komoditas pangan sumber protein dan minyak nabati yang bernilai ekonomi tinggi (Purba 2012). Di Indonesia, secara nasional kacang tanah belum dianggap sebagai komoditas unggulan (Harsono 2012). Perekonomian Kabupaten Bone didominasi sektor pertanian, Salah satunya yaitu komoditas tanaman kacang tanah dengan produktivitas 1,81 ton/ha

(BPS, 2018).

Kecamatan Cina adalah salah satu Kecamatan di Kabupaten Bone yang merupakan penghasil terbesar kacang tanah dimana di daerah ini terdapat banyak petani kacang tanah, tetapi petani masih kesulitan memperoleh informasi pasar, kehadiran pedagang pengumpul sangat diharapkan partisipasinya oleh para petani kacang tanah untuk mencari informasi harga agar petani dapat memperoleh harga yang menguntungkan.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Cina Kabupaten Bone, yang dilaksanakan mulai Bulan Februari 2020 sampai Bulan Mei 2020.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis kualitatif dan kuantitatif. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan observasi langsung melalui pembagian kuisioner yang telah disiapkan dengan teknik wawancara kepada petani kacang tanah dan lembaga pemasaran yang terlibat seperti, pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer kacang tanah.

Pengumpulan data primer melalui wawancara langsung kepada petani responden dengan menggunakan kuisioner.

Penentuan petani responden dilakukan secara purposive. Jumlah responden petani sebanyak 50 orang dan jumlah responden pedagang ditentukan berdasarkan informasi dari responden sebelumnya. Penentuan sampel petani menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu secara sengaja memilih kelompok tani.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian faktor umur mempunyai kaitan erat dengan kemampuan kerja pedagang dalam mengelola usahanya. Pedagang yang memiliki umur lebih muda jika dibandingkan dengan pedagang yang lebih tua cenderung akan lebih bersemangat dalam berusaha dan sering melakukan hal-hal yang sifatnya coba-coba untuk kemajuan usahanya.

Hal ini juga disebabkan mereka masih memiliki semangat yang besar dalam berusaha. Hal ini sesuai dengan pendapat Samun *et al.* (2011), petani umur 30-59 tahun memiliki fisik yang potensial untuk mendukung kegiatan usahatani, dinamis, kreatif, dan cepat dalam menerima inovasi teknologi baru.

Sedangkan faktor kecerdasan akan berpengaruh terhadap aktivitas yang akan dilaksanakan. Menurut Yulianti (2015), pendidikan seseorang pada umumnya akan mempengaruhi cara berpikirnya. Dengan pendidikan maka seseorang akan

memiliki pengetahuan yang luas, mudah mengembangkan ide-ide, mudah mengadopsi teknologi dan makin dinamis sikapnya terhadap hal-hal baru terutama dalam menghadapi perubahan yang lebih modern.

Selain ketiga faktor yang telah diuraikan pengalaman juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan dalam mengalokasikan biaya dan faktor-faktor produksi. Petani dan pedagang yang mengalami pengalaman kerja lebih lama akan lebih mudah dalam mengambil keputusan yang lebih baik pada saat yang tepat.

Terakhir, luas lahan garapan merupakan faktor produksi yang penting dalam usaha meningkatkan produksi yang dapat mempengaruhi pendapatan dan keuntungan yang diterima oleh petani.

Hampir seluruh petani kacang tanah yang ada di lokasi penelitian menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul yang berasal dari kecamatan tersebut. Petani melakukan panen pada pagi hari dan membawa hasil panen tersebut ke tempat pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul di lokasi penelitian umumnya membeli produk kacang tanah langsung dari petani.

Pedagang pengumpul bahkan seringkali yang melakukan kegiatan panen jika membeli dari petani dengan sistem borongan. Pada umumnya pedagang pengumpul telah memiliki petani langganan yang menyediakan kacang tanah yang siap dijual. Pedagang pengumpul melakukan kegiatan penjualan kacang tanah dalam jumlah cukup kepada pedagang pengecer.

Efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber/biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang dijalankan (Soekartawi, 2002). Efisiensi pemasaran juga dapat dilihat panjang pendeknya saluran pemasaran dalam memasarkan hasil pertaniannya. Semakin panjang

saluran pemasaran yang dilewati maka semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka makin besar nilai efisiensi

pemasaran. Nilai efisiensi pemasaran dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Efisiensi Pemasaran Komoditi Kacang Tanah pada Saluran 1 dan 2 di Kecamatan Cina, Kabupaten Bone.

No.	Uraian	Satuan	Saluran-1(Rp)	Saluran-2(Rp)
1.	Petani Biaya Pemasaran		1.300	800
2.	Pedagang Pengumpul Biaya Pemasaran Total Nilai Produk	Rp Rp	1.200	-
3	Pedagang Pengecer Total Biaya Pemasaran Total Nilai Produk	Rp Rp	350	100
4	Total Biaya Harga Penjualan Efisiensi Pemasaran	Rp Rp %	2.850 13.500 21,11	1.800 13.000 13,85

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran-2 lebih efisien dari pada saluran pemasaran-1 dimana nilai presentase dari saluran pemasaran-2 yaitu 13,85% yang berarti lebih kecil dari saluran pemasaran-1 memiliki nilai presentase yaitu 21,11%. Adapun kedua saluran pemasaran dikatakan sama-sama efisien karena nilai persentasenya masing-masing lebih kecil dari <50%.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2018. *Kabupaten Bone Dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bone.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Daerah Provinsi Sulawesi Selatan 2018*. Makassar: Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan.
- Chomba, C. 2012. A Research Report presented to the Department of Agricultural Economics and Extension of the University of Zambia. University of Zambia.
- Hidayati, D.R. 2017. Rantai Pasok (Supply Chain) Pemasaran Komoditas Kacang Tanah di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pamator*, 10(1), 2017. Universitas Trunojoyo Madura. Bangkalan.
- Kai, Y., Baruwadi, M., dan Wawan K.T. 2016. Analisis Distribusi dan Margin Pemasaran Usahatani Kacang Tanah di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo. *AGRINESIA : Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 1(1), 2016. Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo.
- Kusumawati, R. 2009. Analisis Keterpaduan Pasar Kacang Tanah antara Pasar Bunder Kabupaten Sragen dengan Pasar Legi Kota Surakarta [skripsi]. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Mulyono, J. dan Munibah, K. 2016. *Analisis Usahatani Kacang Tanah sebagai Komoditas Unggulan di Lahan Kering Kabupaten Bantul*. Prosiding Seminar Hasil Penelitian Tanaman Aneka Kacang dan Umbi. Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian. Bogor.
- Musaddad, A. 2005. *Teknologi Produksi Kacang Tanah di Lahan Alfisol Alkalis*. Balai Penelitian Kacang-Kacangan dan Umbi-Umbian.

- Malang.
- Satria, T.A. 2009. Analisis Rencana Kemitraan antara Petani Kacang Tanah dengan CV Mitra Priangan (Kasus pada Petani Kacang Tanah di Kecamatan Sindangbarang, Kabupaten Cianjur) [skripsi]. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Taphee, G.B., Giroh, D.Y., Jongur, A.A.U., dan Jen, E.I. 2015. Analysis of Profitability of Groundnut Production in Northern Part of Taraba State, Nigeria. *International Journal of Computer Applications* 125 (1), 2015. Nigeria.