

# **STUDI PENDAPATAN USAHATANI DAN PEMASARAN KUNYIT (*Curcuma domestica* Val.) DI DESA NTORI KECAMATAN WAWO KABUPATEN BIMA**

## **STUDY OF FARMING INCOME AND MARKETING OF TURMERIC (*Curcuma domestica* Val.) IN NTORI VILLAGE, WAWO DISTRICT, BIMA REGENCY**

Hidayatunnisa<sup>1</sup>; Dwi Praptomo Sudjatmiko<sup>2</sup>; dan Syarif Husni<sup>3</sup>, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram<sup>4</sup>, Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram<sup>5</sup>.

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk menganalisis pendapatan petani dari usahatani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo; (2) Untuk mengetahui efisiensi pemasaran kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo; (3) Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi oleh petani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara. Analisis yang digunakan meliputi: (a) untuk saluran pemasaran digunakan analisis deskriptif; (b) Analisis efisiensi pemasaran meliputi: Margin Pemasaran, Share Petani, Distribusi Keuntungan, dan Volume Pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Rata-rata biaya produksi pada usahatani kunyit sebesar Rp.563.096/LLG atau Rp.1.720.783/Ha, sedangkan rata-rata pendapatan yang diterima oleh petani dalam usahatani kunyit yaitu sebesar Rp.747.904/LLG atau Rp.2.376.074/Ha; (2) Dalam kegiatan pemasaran kunyit di Desa Ntori, terdapat tiga saluran pemasaran, dan dari ketiga saluran pemasaran kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima, disimpulkan bahwa saluran pemasaran 1 dan 2 lebih efisien.

**Kata Kunci:** Pendapatan, Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Kunyit.

### **ABSTRACT**

*This study aims to: (1) To analyze farmers' income from turmeric farming in Ntori Village, Wawo District; (2) To determine the efficiency of turmeric marketing in Ntori Village, Wawo District; (3) To find out the obstacles faced by turmeric farmers in Ntori Village, Wawo District. This study using descriptive methods and data collection techniques using interview techniques. The analysis used includes: (a) for marketing channels used descriptive analysis; (b) Analysis of marketing efficiency includes: Marketing Margin, Farmer's Share, Profit Distribution, and Marketing Volume. The results showed that: (1) The average production cost of turmeric farming was Rp.563.096/LLG or Rp.1.720.783/Ha,, and the average income received by farmers of turmeric farming was Rp.747.904/LLG or Rp.2.376.074/Ha; (2) In turmeric marketing activities in Ntori Village, there are three marketing channels, From the three of turmeric marketing channels in Ntori Village, Wawo District, Bima Regency, it is concluded that marketing channel 1 and 2 more efficient.*

**Keywords:** Income, Marketing, Marketing Efficiency, Turmeric.

### **PENDAHULUAN**

Nusa Tenggara Barat adalah salah satu provinsi yang memiliki potensi pertanian yang bagus, termasuk dalam usahatani pertanian hortikultura. Kabupaten Bima memiliki potensi lahan yang luas untuk produksi kunyit tetapi belum dimanfaatkan secara

maksimal untuk meningkatkan hasil produksi, hal ini dikarenakan masyarakat masih banyak memilih berusahatani komoditas yang lain seperti jagung dengan alasan waktu tanam kunyit yang lama dan harga kunyit yang rendah. Salah satu kecamatan yang banyak membudidayakan tanaman kunyit adalah Kecamatan Wawo. Daerah sentra tanaman kunyit di Kecamatan Wawo salah satunya adalah Desa Ntori.

Kunyit memiliki banyak potensi yang besar dibanding tanaman herbal lainnya dan dianggap mudah tumbuh. Kunyit biasanya dipanen setelah 8-12 bulan. Pengolahan kunyit di Desa ini biasanya diolah berupa kunyit segar, kunyit kering, kunyit bubuk. Kunyit yang dipasarkan ada yang berbentuk rimpang kunyit, irisan tipis kering dan ada yang berupa kunyit bubuk tergantung dari permintaan pasar.

Peluang pengembangan tanaman biofarmaka diikuti dengan penyebaran luas area produksi kunyit, salah satu area produsen kunyit dengan produksi dalam jumlah besar adalah Desa Ntori. Tanaman ini memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan petani. Pendapatan yang cukup besar dalam ekonomi pertanian tidak bermakna bila harus didapatkan dengan menggunakan pencurahan biaya produksi dalam jumlah besar juga. Namun sebetulnya pilihan-pilihan yang paling penting dilakukan petani adalah bagaimana memperoleh pendapatan yang lebih dari kegiatan usahatannya dibandingkan dengan total biaya produksi yang telah dikeluarkan. Semakin besar pendapatan yang didapatkan maka semakin tepat pilihan-pilihan penggunaan sumberdaya yang dilakukan dalam kegiatan usahatannya.

Dengan harapan akan mengangkat tingkat kesejahteraan para petani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima karena pendapatan mereka akan terus meningkat seiring dengan semakin membaiknya sistem baik dalam proses produksi dan juga proses pemasaran komoditas kunyit di Desa Ntori. Dengan produksi kunyit yang banyak dapat memberikan pendapatan yang bagus untuk petani, dalam hal ini maka perlu juga adanya saluran pemasaran yang tepat.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) berapakah besarnya pendapatan yang diperoleh petani dari usaha tani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo?; (2) apakah pemasaran kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo sudah efisien?; (3) apa sajakah hambatan-hambatan yang dihadapi oleh petani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo?. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pendapatan petani dari usahatani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo; (2) mengetahui efisiensi pemasaran kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo; (3) mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi oleh petani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara. Unit analisis dalam penelitian ini adalah petani dan lembaga pemasaran usahatani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima. Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Wawo terdiri dari 9 desa dan ditentukan secara *purposive sampling* yaitu satu desa yaitu Desa Ntori atas pertimbangan bahwa desa tersebut satu-satunya desa yang memiliki produksi kunyit terbanyak di Kecamatan Wawo. Jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan

dengan metode non probability sampling dengan sampling jenuh (sensus) yaitu mengambil satu kelompok populasi sebagai sampel keseluruhan dimana total responden sebanyak 35 orang petani kunyit.

Penetapan responden pedagang dilakukan dengan metode Snowball Sampling atau pelacakan yaitu dengan cara menelusuri rantai pemasaran kunyit yang terlibat dalam saluran pemasaran kunyit yang terlibat dalam saluran pemasaran kunyit

### **Analisis Data**

Untuk menganalisis pendapatan pada usahatani kunyit dalam penelitian ini ditelusuri dari penggunaan penerimaan (TR) dan biaya (TC) dengan menggunakan rumus  $Pd = TR - TC$ .

### **Saluran Pemasaran**

Untuk mengetahui saluran pemasaran kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima dilakukan dengan menelusuri pemasaran kunyit dari petani, lembaga pemasaran terlibat kemudian dianalisis secara deskriptif.

### **Efisiensi Pemasaran**

#### **1. Margin Pemasaran**

Untuk menghitung margin pemasaran kunyit maka digunakan rumus :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan : MP = Margin pemasaran

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir

Pf = Harga ditingkat petani

Kriteria keputusan: Semakin kecil margin pemasaran maka semakin efisien pemasaran.

#### **2. Share Produsen**

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan : Fs = Share petani/produsen

Pf = Harga ditingkat petani

Pr = Harga jual pengecer/harga beli konsumen akhir

Kriteria keputusan : Jika  $Fs \geq 60\%$  maka pemasaran kunyit dikatakan efisien dan jika  $Fs < 60\%$  maka pemasaran kunyit tidak dikatakan efisien.

#### **3. Distribusi Keuntungan**

Untuk menghitung distribusi keuntungan maka digunakan formula sebagai berikut :

$$DK = \frac{\frac{\pi}{c} \text{ terkecil}}{\frac{\pi}{c} \text{ terbesar}}$$

Keterangan : DK = Distribusi keuntungan

$\pi$  = Keuntungan pemasaran

c = Biaya pemasaran

Kriteria keputusan : Pemasaran dikatakan adil dan efisien apabila nilai distribusi keuntungan antara 0,5-1.

#### **4. Volume Pemasaran**

Jika semakin tinggi volume pemasaran maka semakin efisien pemasaran tersebut dan jika volume pemasaran rendah maka pemasaran tersebut tidak efisien.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

#### 1. Umur Responden

Tabel 1. Umur Responden Petani Kunyit Desa Ntori, Tahun 2022.

No.	Umur Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	30-45	4	11,43
2	46-60	18	51,43
3	61-75	13	37,14
Total		35	100

Sumber : Data Primer Diolah Tahun, 2022.

Berdasarkan tabel 1. dapat diketahui bahwa umur rata-rata petani kunyit adalah sekitar 46-60 tahun dengan jumlah 18 orang petani dengan persentase 51.43%. Usia ini masih tergolong produktif, dimana petani masih memiliki kemampuan bekerja yang tinggi dan dapat lebih matang dalam bertindak secara rasional untuk memajukan kegiatan usahatani.

#### 2. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Responden Petani Kunyit Desa Ntori Tahun 2022.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Tamat SD	13	37.14
2	Tamat SMP	6	17.14
3	Tamat SMA	11	31.43
4	Tamat PT	5	14.29
Total		35	100

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas tingkat pendidikan petani kunyit terbanyak adalah tamat SD dimana dari 35 responden ada 13 responden petani dengan persentase 37.14%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan sebagian besar petani masih tergolong rendah.

#### 3. Jumlah Tanggungan

Tabel 3. Tanggungan Keluarga Responden Petani Kunyit Desa Ntori Tahun 2022.

No	Jumlah Tanggungan (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0-2	19	54,29
2	3-5	16	45,71
Total		35	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa jumlah tanggungan keluarga petani kunyit terbanyak terdapat pada kisaran 0-2 sebanyak 19 responden petani (54,29%). Jumlah anggota keluarga ini amat penting peranannya terhadap ketersediaan tenaga kerja keluarga yang ikut aktif dalam kegiatan usahatani kunyit, disamping tenaga kerja yang berasal dari luar. Adapun jumlah rata-rata anggota yang aktif dalam usahatani ini sendiri berjumlah 2 orang. Umumnya mereka adalah suami dan istri sedangkan anak sifatnya hanya membantu orangtuanya ketika mereka tidak sedang bekerja atau bersekolah.

#### 4. Pengalaman Berusahatani

Tabel 4. Pengalaman Berusahatani Responden Petani Kunyit Desa Ntori Tahun 2022.

No	Pengalaman Berusahatani (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
a.	1-10	16	45,71
b.	>10	19	54,29
Total		35	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pengalaman usahatani petani kunyit paling banyak adalah lebih dari 10 tahun dimana jumlah responden sebanyak 19 petani dengan persentase sebesar 54,29%. Hal ini dikarenakan usahatani kunyit ini kebanyakan turun temurun jadi sudah dari lama diusahakan.

#### 5. Luas Lahan

Tabel 5. Luas Lahan Responden Petani Kunyit Desa Ntori Tahun 2022.

Luas Lahan Petani (Ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
a. 0.15-0.30	22	62.86
b. 0.31-0.45	9	25.71
c. >0.45	4	11.43
Total	35	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5. menunjukkan bahwa luas lahan rata-rata yang digunakan petani untu budidaya kunyit adalah sekitar 0,15-0,30 Ha dengan jumlah responden 22 orang responden petani persentase (62,86%). Sisa 13 responden petani memiliki luas lahan lebih dari 0,30 Ha, luas lahan ini dipengaruhi oleh petani disana lebih banyak yang budidaya komoditas lain seperti Jagung. Luas lahan ini akan mempengaruhi besarnya produksi yang diusahakan dan pendapatan yang akan mereka peroleh.

#### Biaya dan Pendapatan Usahatani Kunyit di Desa Ntori

Biaya produksi pada usahatani kunyit terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya variabel yang dihitung dalam penelitian ini meliputi biaya sarana produksi (saprodi), biaya tenaga kerja dan biaya pengolahan. Sedangkan biaya tetap yang diperhitungkan dalam penelitian ini meliputi biaya penyusutan alat dan pajak lahan

##### 1. Biaya Variabel

##### a) Biaya Sarana Produksi

Tabel 6. Rata-Rata Biaya Sarana Produksi Usahatani Kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima 2022

No	Jenis Saprodi	Volume (Kg)	Harga (Rp)	Nilai (Rp/ LLG)	Nilai (Rp/ Ha)
1	Benih	38	2.203	84.338	265.948
2	Pupuk :				
	Urea	18	2.400	43.200	135.000
	NPK	1,71	2.500	4.725	13.359
Total				47.925	148.359
<b>Total</b>				<b>132.263</b>	<b>414.307</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Keterangan : Rata-Rata Luas Lahan Garapan 0,32 Ha

Biaya sarana produksi pada usahatani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima meliputi benih dan pupuk yang digunakan.

Pada tabel 6 menunjukkan bahwa petani rata-rata menggunakan benih sebanyak Rp.84.338 per LLG atau Rp.148.359, benih disini berasal dari benih sendiri dan benih beli. Petani responden dalam berusahatani kunyit menggunakan pupuk urea dan pupuk NPK. Dimana pupuk Urea digunakan untuk meningkatkan jumlah anakan, mempercepat pertumbuhan akar, mempercepat pertumbuhan tunas, dll. Untuk penggunaan pupuk NPK sebenarnya sama seperti pupuk Urea yaitu membantu pertumbuhan tanaman kunyit agar berkembang secara maksimal. Berdasarkan data tabel 6. dapat diketahui bahwa rata-rata total biaya sarana produksi pupuk yang dikeluarkan oleh petani responden adalah sebesar Rp.47.925 per LLG atau Rp.148.359 per hektar pupuk.

### b) Biaya Tenaga Kerja

Pada kegiatan usahatani kunyit biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh responden petani meliputi biaya penanaman, pemupukan, dan pemanenan. Dapat dilihat pada tabel 4.9. dibawah ini.

Tabel 7. Rata-Rata Biaya Tenaga Kerja Usahatani Kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima 2022

No	Jenis Kegiatan	TK (HKO)	Upah (Rp/HKO)	Nilai (Rp/LLG)	Nilai (Rp/Ha)
1	Pembersihan Lahan	0,35	50.000	17.500	54.848
2	Penanaman	1,51	50.000	75.500	235.938
3	Pemupukan	1,20	50.000	60.000	187.500
4	Pemanenan	1,89	50.000	94.500	295.313
5	Pasca Panen	0,82	50.000	41.000	128.125
<b>Total</b>				<b>288.500</b>	<b>901.724</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Keterangan : Rata-Rata Luas Lahan Garapan 0,32 Ha

Berdasarkan data tabel 7. diatas dapat diketahui bahwa rata-rata biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh petani responden per LLG sebesar Rp.288.500 atau sebesar Rp.901.724 per hektar. Tingginya biaya pada saat kegiatan pemanenan disebabkan oleh penggunaan tenaga kerja yang lebih banyak dari pada kegiatan lain dengan upah perharinya sekitar Rp.50.000 per orang sehingga berkaitan pada jumlah upah yang dikeluarkan oleh petani responden untuk biaya kegiatan pemanenan.

### c) Biaya Pengolahan

Pada kegiatan usahatani kunyit terdapat beberapa petani responden yang mengeluarkan biaya untuk pengolahan dari kunyit basah menjadi tepung kunyit. Dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini.

Tabel 8. Rata-Rata Biaya Pengolahan Tepung Kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima 2022

No	Uraian	Nilai (Rp)	
		Per LLG	Per Ha
1	Penggilingan	85.882	238.562
2	Transportasi	5.000	5.000
<b>Total</b>		<b>90.882</b>	<b>243.562</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Keterangan : Rata-Rata Luas Lahan Garapan 0,32 Ha

Berdasarkan data tabel 8. diatas dapat diketahui bahwa rata-rata biaya pengolahan yang dikeluarkan oleh petani responden per LLG sebesar Rp.90.882,- atau sebesar Rp.243.562,- per hektar. Biaya pengolahan ini pada umumnya adalah biaya

penggilingan dimana besarnya biaya tergantung pada banyaknya volume kunyit basah yang sudah dikeringkan.

## 2. Biaya Tetap

Biaya tetap yang dimaksud dalam hasil penelitian ini adalah biaya penyusutan alat dan biaya pajak lahan.

Tabel 9. Rata-Rata Biaya Tetap Usahatani Kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima 2022

No	Jenis Biaya Tetap	Nilai (Rp)	
		Per LLG	Per Ha
1	Pajak Lahan	16.429	51.802
2	Penyusutan Alat :		
	Cangkul	7.182	22.444
	Tembilang	21.754	67.981
	Karung	6.086	18.963
	<b>Sub Total</b>	<b>35.022</b>	<b>109.388</b>
	<b>Total</b>	<b>51.451</b>	<b>161.190</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Keterangan : Rata-Rata Luas Lahan Garapan 0,32 Ha

### a) Biaya Pajak Lahan

Biaya pajak lahan merupakan biaya tetap yang diperhitungkan dalam satu kali proses produksi tanaman kunyit. Berdasarkan data tabel 9. dapat diketahui bahwa rata-rata pajak tanah per musim tanam pada usahatani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima sebesar Rp.16.429 per LLG atau sebesar Rp.51.802 per hektar.

### b) Biaya Penyusutan Alat

Pada umumnya alat-alat tahan lama yang digunakan untuk melakukan kegiatan usahatani kunyit mulai dari penanaman sampai dengan kegiatan pemanenan adalah milik sendiri. Alat-alat yang dimiliki oleh petani responden terdiri dari cangkul, tembilang, dan karung. Perhitungan penyusutan itu sendiri merupakan hasil pengurangan nilai beli dengan nilai sisa dan dibagi dengan umur ekonomis dari alat tersebut.

Berdasarkan pada tabel 9. diatas terdapat dilihat bahwa rata-rata biaya penyusutan alat yang dimiliki oleh responden petani pada usahatani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima sebesar Rp.51.451 per LLG atau sebesar Rp.161.190 per hektar.

### Penerimaan Petani Kunyit di Desa Ntori

Penerimaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah total pemasukan yang diterima oleh petani yang belum dikurangi oleh biaya-biaya yang dikeluarkan selama produksi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa rata-rata penerimaan petani tanaman kunyit dalam bentuk kunyit basah dan tepung kunyit, per LLG responden petani di Desa Ntori sebesar Rp.1.311.000 atau sebesar Rp. 4.096.857 per hektar.

Tabel 10. Rata-Rata Penerimaan Usahatani Kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima 2022

No	Jenis Produk	Volume (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Nilai (Rp/LLG)	Nilai (Rp/Ha)
1	Kunyit Basah	297	3.000	891.000	2.784.357
2	Tepung Kunyit	21	20.000	420.000	1.312.500
<b>Jumlah</b>				<b>1.311.000</b>	<b>4.096.857</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Keterangan : Luas Lahan Garapan 0,32 Ha

### Pendapatan Petani Kunyit di Desa Ntori

Pendapatan adalah hasil dari nilai produksi kunyit dikurang total biaya dalam usahatani. Hasil penelitian terhadap jumlah produksi, nilai produksi dan pendapatan usahatani kunyit di Desa Ntori, Kecamatan Wawo, Kabupaten Bima dapat dilihat dari tabel 11. berikut.

Tabel 11. Penerimaan, Biaya dan Pendapatan Petani Kunyit di Desa Ntori 2022.

No	Uraian	Nilai (Rp)	
		Per LLG	Per Ha
1	Penerimaan	1.311.000	4.096.857
2	Biaya Variabel		
	- Biaya Saprodi	132.263	414.307
	- Biaya Tenaga Kerja	288.500	901.724
	- Biaya Pengolahan	90.882	243.562
3	Biaya Tetap	51.451	161.190
4	Biaya Total	563.096	1.720.783
5	Pendapatan	747.904	2.376.074

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Keterangan : Rata-Rata Luas Lahan Garapan 0,32 Ha

Berdasarkan tabel 11. diatas dapat diketahui bahwa rata-rata penerimaan petani kunyit di Desa Ntori sebesar Rp.1.311.000 per LLG atau sebesar Rp4.096.857 per Ha. Semakin banyak kunyit yang dihasilkan dan disertai harga jual yang tinggi maka penerimaan akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya. Sehingga besar kecilnya penerimaan yang diperoleh responden petani kunyit akan mempengaruhi besar kecilnya pendapatan petani.

Dari hasil penelitian diperoleh rata-rata pendapatan bersih responden petani pada usahatani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo sebesar Rp.747.904 per LLG atau sebesar Rp.2.376.074 per hektar. Untuk biaya produksi responden petani sebesar Rp.563.096 per LLG atau sebesar Rp.1.720.783 untuk per hektarnya. Besar kecilnya pendapatan yang diperoleh responden petani dalam usahatani kunyit dipengaruhi oleh besarnya penerimaan dan biaya produksi. Semakin tinggi penerimaan yang diperoleh petani dan semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani maka pendapatan petani akan semakin besar, begitu juga sebaliknya.



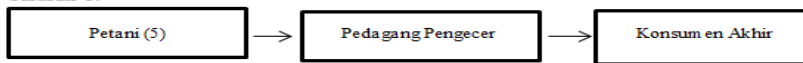
## Saluran Pemasaran

### a) Saluran Pemasaran Kunyit Basah

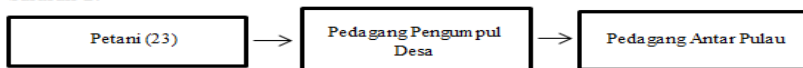
Saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh petani untuk menyampaikan komoditi dari tangan produsen ke tangan konsumen akhir. Saluran pemasaran kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima dapat dilihat di pada gambar 1.

Berdasarkan gambar 1. dibawah, saluran pemasaran kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima terdiri dari 3 pola saluran pemasaran yang melibatkan 2 sampai 3 pelaku pasar yaitu petani/produsen, pedagang pengecer, pedagang pengumpul desa (PPD), dan Pedagang Antar Pulau (PAP). Dalam penelitian ini, saluran pertama terdiri dari 5 petani menjual kunyit ke pedagang pengecer dalam bentuk kunyit basah dengan volume jual sebesar 1.200 kilogram kunyit. Pada saluran kedua, terdiri dari 23 petani menjual kepada pedagang pengumpul desa kemudian PPD menjual langsung kepada pedagang antar pulau dengan jumlah volume jual yang sama ketika membeli dari petani yaitu 6.200 Kg kunyit basah. Sedangkan saluran yang terakhir yaitu saluran 3 terdiri dari 7 petani yang menjual kunyit basah sebesar 1.250 kilogram kepada PPD kemudian PPD menjual ke pedagang pengecer.

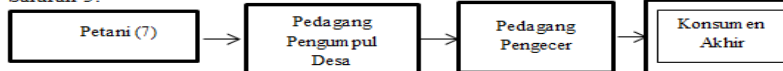
Saluran 1.



Saluran 2.



Saluran 3.

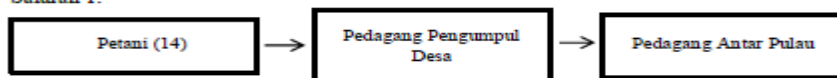


Gambar 1. Saluran Pemasaran Kunyit Basah

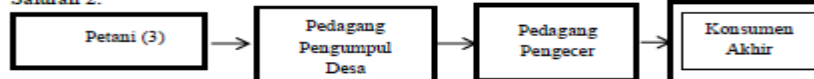
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh 3 pola saluran pemasaran dengan harga jual yang diterima oleh petani/produsen kunyit yaitu sama-sama Rp.3.000 per kilogram untuk produk kunyit basah artinya tidak ada perbedaan antar harga jual petani ke pedagang yang berbeda.

### b) Saluran Pemasaran Kunyit Tepung

Saluran 1.



Saluran 2.



Gambar 4.2. Saluran Pemasaran Kunyit Tepung

Berdasarkan gambar 2. diatas, saluran pemasaran kunyit tepung di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima terdiri dari 2 pola saluran pemasaran yang melibatkan 2 sampai 3 pelaku pasar yaitu petani/produsen, pedagang pengecer, pedagang pengumpul desa (PPD), dan Pedagang Antar Pulau (PAP). Dalam penelitian ini, saluran pertama terdiri dari 14 petani menjual kunyit tepung kepada pedagang pengumpul desa kemudian PPD menjual kepada pedagang antar pulau dengan jumlah volume jual yang sama ketika membeli dari petani yaitu sebesar 84 kilogram kunyit tepung. Pada saluran kedua, terdiri dari 3 responden petani menjual kepada PPD

kemudian PPD menjual ke pedagang pengecer dengan volume sebesar 12 kilogram tepung kunyit.

Sama seperti kunyit basah harga jual yang diterima oleh petani/produsen kunyit yaitu sama-sama Rp.20.000 per kilogram untuk produk kunyit tepung artinya tidak ada perbedaan antar harga jual petani ke pedagang yang berbeda.

### **Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran akan terjadi jika biaya pemasaran bisa ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi. Untuk menentukan efisiensi pemasaran di daerah penelitian ada beberapa indikator yang digunakan yaitu margin pemasaran, share petani, distribusi keuntungan dan volume pemasaran. Saluran pemasaran dikatakan efisien apabila bagian harga yang diterima petani (share petani) >60%, distribusi keuntungan antar 0,5-1 (dikatakan adil dan merata), dan margin pemasaran lebih kecil dari saluran pemasaran yang lainnya, serta volume penjualan lebih besar dibandingkan saluran pemasaran yang lainnya.

### **A. Kunyit Basah**

#### **1. Margin Pemasaran**

Margin Pemasaran adalah perbedaan harga ditingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran atas perbedaan jumlah yang dibayar konsumen dengan jumlah yang diterima oleh petani. Margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Margin pemasaran merupakan salah satu indikator efisiensi pemasaran dimana semakin kecil margin pemasaran maka pemasaran dikatakan efisien. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Sedangkan keuntungan pemasaran adalah hasil yang diperoleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran kunyit.

#### **a. Margin Pemasaran Saluran Pemasaran I**

Pada saluran pemasaran I kunyit basah terdiri dari petani dan pengecer sehingga memiliki nilai margin yang rendah.

Tabel 12. Margin Pemasaran pada saluran pemasaran I kunyit basah di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima, 2022.

No	Lembaga Pemasaran	Nilai/Fisik (Rp/Kg)
1	Petani	
	a. Harga Jual	3.000
	b. Volume Jual	1.200
2	Pedagang Pengecer	
	a. Harga Beli	3.000
	b. Biaya Pemasaran	450
	c. Harga Jual	4.000
	d. Keuntungan Pemasaran	550
	e. Margin Pemasaran	1.000
	$\pi/c$	1,22

Sumber : *Data Primer Diolah, 2022*

Berdasarkan tabel 12. dapat dilihat bahwa pada pola pemasaran I petani rata-rata menjual sebanyak 1.200 kg kunyit basah kepada pedagang pengecer dengan harga jual Rp.3.000. Kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer. Margin pemasaran didapat Rp.1.000 dimana harga pada tingkat konsumen Rp.4.000 sedangkan harga ditingkat petani sebesar Rp.3.000.

#### **b. Margin Pemasaran Saluran Pemasaran II**

Pada saluran pemasaran II kunyit basah terdiri dari petani, pedagang pengumpul desa dan pedagang antar pulau sehingga memiliki nilai margin yang beda jauh karena melibatkan tiga rantai pemasaran.

Tabel 13. Margin Pemasaran pada saluran pemasaran II kunyit basah di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima, 2022.

No	Lembaga Pemasaran	Nilai/Fisik (Rp/Kg)
1	Petani	
	a. Harga Jual	3.000
	b. Volume Jual	6.200
2	Pedagang Pengumpul Desa	
	a. Harga Beli	3.000
	b. Biaya Pemasaran	97
	c. Harga Jual	4.000
	d. Keuntungan Pemasaran	903
	e. Margin Pemasaran	1.000
	$\pi/c$	9,31
3	Pedagang Antar Pulau	
	a. Harga Beli	4.000
	b. Biaya Pemasaran	777
	c. Harga Jual	7.000
	e. Keuntungan Pemasaran	2.223
	f. Margin Pemasaran	3.000
	$\pi/c$	2,86

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 13. dapat dilihat bahwa pada pola pemasaran II petani menjual sebanyak 6.200 kg kunyit basah kepada pedagang dengan harga jual Rp.3.000. Margin pemasaran didapat Rp.3.000 untuk kunyit basah

### c. Margin Pemasaran Saluran Pemasaran III.

Pada saluran pemasaran III kunyit basah terdiri dari petani, pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer sehingga memiliki nilai margin yang beda antara harga ditingkat petani dan konsumen akhir.

Tabel 14. Margin Pemasaran pada saluran pemasaran III usahatani kunyit di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima, 2022.

No	Lembaga Pemasaran	Nilai/Fisik (Rp/Kg)
1	Petani	
	a. Harga Jual	3.000
	b. Volume Jual	1.250
2	Pedagang Pengumpul Desa	
	a. Harga Beli	3.000
	b. Biaya Pemasaran	320
	c. Harga Jual	4.000
	d. Keuntungan Pemasaran	680
	e. Margin Pemasaran	1.000
	$\pi/c$	2,1
3	Pedagang Pengecer	
	a. Harga Beli	4.000
	b. Biaya Pemasaran	253
	c. Harga Jual	6.000
	d. Keuntungan Pemasaran	1.747
	e. Margin Pemasaran	2.000
	$\pi/c$	6,91

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Pada tabel 14. dapat dilihat bahwa pada pola pemasaran III petani menjual sebanyak 1.250 kg kunyit basah kepada pedagang dengan harga jual Rp.3.000. Margin pemasaran didapat Rp.2.000 untuk kunyit basah.

#### d. Efisiensi Pemasaran pada Saluran Pemasaran Kunyit Basah

Tabel 15. Efisiensi pemasaran kunyit basah di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima, 2022

No	Uraian	Saluran Pemasaran I	Saluran Pemasaran II	Saluran Pemasaran III
1	Total Biaya Pemasaran (Rp)	450	874	573
2	Total Keuntungan (Rp)	550	3.126	2.427
3	Total Margin (Rp)	1.000	4.000	3.000
4	Share Petani (%)	75,00	42,86	50
5	Distribusi Keuntungan	1	0,31	0,30
6	Total Volume (Kg)	1.200	6.200	1.250

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

#### - Margin Pemasaran

Berdasarkan tabel 15. dapat dilihat bahwa besarnya biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran yang diterima oleh setiap pedagang perantara berbeda-beda yang mengakibatkan adanya perbedaan margin pemasaran. Pada saluran 1 diperoleh margin pemasaran sebesar Rp.1.000/kg dengan keuntungan pemasaran sebesar Rp.450/kg dan biaya pemasaran sebesar Rp.550/kg. Pada saluran 2 diperoleh total margin pemasaran sebesar Rp.4.000/kg dengan keuntungan pemasaran sebesar Rp.3.126/kg dan biaya pemasaran sebesar Rp.874/kg produk kunyit basah. Terakhir pada saluran pemasaran 3 diperoleh total margin pemasaran sebesar Rp.3.000/kg dengan keuntungan pemasaran sebesar Rp.2.427/kg dan biaya pemasaran sebesar Rp.573/kg untuk produk kunyit basah. Dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran I dapat dikatakan lebih efisien daripada saluran pemasaran lainnya karena memiliki margin pemasaran paling kecil.

#### - Share Petani

Untuk mengukur efisiensi pada saluran pemasaran, indikator lainnya adalah share petani (%) pada setiap saluran pemasaran. Yang dimaksud dengan share petani adalah bagian harga yang diterima petani. Berdasarkan tabel 15 diatas diperoleh nilai share petani pada saluran 1 sebesar 75%. Pada saluran 2 diperoleh nilai share petani 42,86% kunyit basah. Dan yang terakhir adalah saluran pemasaran III yaitu 50% untuk produk kunyit basah. Dari ketiga saluran pemasaran tersebut saluran pemasaran I dapat dikatakan efisien dengan kriteria nilai share petani >60%.

#### a. Saluran Pemasaran I

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

$$Fs = \frac{3.000}{4.000} \times 100\%$$

$$Fs = 75,00\%$$

#### b. Saluran Pemasaran II

$$Fs = \frac{3.000}{7.000} \times 100\%$$

$$Fs = 42,86\%$$

#### c. Saluran Pemasaran III

$$Fs = \frac{3.000}{6.000} \times 100\%$$

$$F_s = 50\%$$

### - Distribusi Keuntungan

Distribusi keuntungan adalah perbandingan antara keuntungan pemasaran kunyit pada biaya pemasaran terendah dan keuntungan pemasaran kunyit pada biaya pemasaran kunyit tertinggi. Berdasarkan tabel 4.16. dapat diketahui bahwa distribusi keuntungan pada saluran pemasaran I sebesar 1, saluran pemasaran II sebesar 0,31 dan pada saluran pemasaran III diperoleh 0,30 untuk kunyit basah. Dari semua pola saluran pemasaran saluran pemasaran I dapat dikatakan lebih efisien dan adil daripada saluran pemasaran II dan III.

### - Volume Pemasaran

Berdasarkan tabel 15. dapat dilihat bahwa saluran pemasaran dengan volume pemasaran paling besar adalah saluran pemasaran II yaitu sebesar 6.200 kilogram kunyit basah dengan pola pemasaran dimulai dari petani, pedagang pengumpul dan pedagang antar kota. Dan saluran pemasaran I adalah saluran dengan volume penjualan yang paling rendah yaitu 1.200 kilogram. Saluran pemasaran paling efisien adalah saluran pemasaran II dengan volume penjualan paling banyak.

## B. Kunyit Tepung

Tabel 16. Efisiensi Pemasaran Kunyit Tepung di Desa Ntori, 2022

No	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran II	Saluran Pemasaran III
1	Petani		
	Harga Jual	20000	20000
	Volume Jual	320	45
2	PPD		
	Harga Beli	20000	20000
	Biaya Pemasaran	313	222
	Harga Jual	21000	21000
	Keuntungan Pemasaran	688	778
	Margin Pemasaran	1000	1000
	$\pi/c$	2,19	3,50
3	PAP		
	Harga Beli	21000	
	Biaya Pemasaran	777	
	Harga Jual	23000	
	Keuntungan Pemasaran	1223	
	Margin Pemasaran	2000	
	$\pi/c$	1,57	
4	PP		
	Harga Beli		21000
	Biaya Pemasaran		253
	Harga Jual		22500
	Keuntungan Pemasaran		1247
	Margin Pemasaran		1500
	$\pi/c$		4,93
	<b>Total Biaya Pemasaran</b>	<b>1090</b>	<b>475</b>
	<b>Total Keuntungan</b>	<b>1911</b>	<b>2025</b>
	<b>Total Margin</b>	<b>3000</b>	<b>2500</b>
	<b>Share Petani</b>	<b>86,96</b>	<b>88,89</b>
	<b>Distribusi Keuntungan</b>	<b>0,74</b>	<b>0,7</b>
	<b>Total Volume</b>	<b>320</b>	<b>45</b>

Sumber : Data Primer diolah, 2022

#### - **Margin Pemasaran**

Berdasarkan tabel 16. dapat dilihat bahwa besarnya biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran yang diterima oleh setiap pedagang perantara berbeda-beda yang mengakibatkan adanya perbedaan margin pemasaran. Pada saluran 2 diperoleh total margin pemasaran sebesar Rp.3.000/kg dengan keuntungan pemasaran sebesar Rp.1.911/kg dan biaya pemasaran sebesar Rp.1.090/kg produk kunyit tepung. Margin yang paling kecil adalah Rp.2.500 pada saluran pemasaran ke III sehingga saluran pemasaran III lebih efisien daripada saluran ke II.

#### - **Share Petani**

Untuk mengukur efisiensi pada saluran pemasaran, indikator lainnya adalah share petani (%) pada setiap saluran pemasaran. Yang dimaksud dengan share petani adalah bagian harga yang diterima petani. Berdasarkan tabel 16 diatas diperoleh nilai share petani pada saluran 1 sebesar 86,96%. Pada saluran 2 diperoleh nilai share petani 88,89% kunyit tepung. Dari kedua saluran pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien dengan kriteria nilai share petani >60%.

##### a. Saluran Pemasaran II

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$
$$Fs = \frac{20.000}{23.000} \times 100\%$$
$$Fs = 86,96\%$$

##### b. Saluran Pemasaran III

$$Fs = \frac{20.000}{22.500} \times 100\%$$
$$Fs = 88,89\%$$

#### - **Distribusi Keuntungan**

Distribusi keuntungan adalah perbandingan antara keuntungan pemasaran kunyit pada biaya pemasaran terendah dan keuntungan pemasaran kunyit pada biaya pemasaran tertinggi. Berdasarkan tabel 16. dapat diketahui bahwa distribusi keuntungan pada saluran pemasaran II diperoleh sebesar 0,74, saluran pemasaran III sebesar 0,7. Dari kedua pola saluran pemasaran diperoleh nilai distribusi keuntungan saluran pemasaran III lebih efisien daripada saluran pemasaran II.

#### - **Volume Pemasaran**

Berdasarkan tabel 16 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran dengan volume pemasaran paling besar adalah saluran pemasaran II yaitu sebesar 320 kilogram kunyit tepung dengan pola pemasaran dimulai dari petani, pedagang pengumpul dan pedagang antar kota. Saluran pemasaran paling efisien adalah saluran pemasaran II dengan volume penjualan paling banyak.

#### **Kendala Yang Dihadapi Petani**

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa petani dihadapi oleh kendala-kendala dalam menjalankan usahatannya. Adapun kendala yang dihadapi oleh petani responden di Desa Ntori Kecamatan Wawo Kabupaten Bima dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Kendala yang Dihadapi Oleh Responden Petani Kunyit Desa Ntori, 2022

No.	Uraian	Jumlah Responden (Orang)	Yang Ada Kendala (Orang)	Persentase (%)
1	Harga Jual	35	18	51,43
2	Harga Pupuk	35	15	42,86
3	Tidak Ada Kendala	35	8	22,86

Sumber : Data Primer Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel 17 menunjukkan bahwa petani mempunyai kendala mengenai harga jual dan harga pupuk. Kurangnya informasi mengenai harga jual membuat petani hanya berpatokan pada pedagang yang membeli hasil produksinya saja. Sehingga petani kebanyakan menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul desa dan pada umumnya mereka juga hasil jualannya dibayar tunai ketika pedagang yang membeli sudah berhasil menjual kunyit ke konsumen. Tidak jarang karena kendala harga ini membuat petani memilih ganti komoditas lain seperti jagung, akibatnya mereka mengurangi usahatani kunyit dimana usahatani jagung lebih cepat prosesnya dan menurut mereka hasil produksinya yang lebih menguntungkan.

Kendala kedua yang dialami responden petani pada saat proses produksi kunyit adalah harga pupuk. Sebanyak 15 petani mengatakan bahwa harga pupuk yang cukup mahal membuat mereka mengurangi penggunaan pupuk anorganik bahkan tidak menggunakan sarana produksi pupuk dalam proses usahatannya dimana pupuk ini sendiri bermanfaat untuk mempercepat pertumbuhan kunyit.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan serta memperhatikan tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-Rata total biaya produksi kunyit di Desa Ntori dengan luas lahan garapan 0,32 Ha yaitu sebesar Rp.563.096/LLG dan Rp.1.720.783/Ha. Sedangkan untuk pendapatan petani kunyit sebesar Rp.747.904/LLG dan Rp.2.376.074/Ha.
2. Untuk saluran pemasaran pada kunyit basah, terdapat 3 saluran pemasaran yaitu I) Petani – PP – Konsumen Akhir, II) Petani - PPD – PAP, III) Petani – PPD – PP – Konsumen Akhir. Margin pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran I, share petani yang paling efisien adalah saluran pemasaran I, distribusi keuntungan yang lebih efisien adalah saluran pemasaran I, serta untuk volume penjualan yang paling efisien adalah saluran pemasaran II karena memiliki volume jual lebih besar daripada saluran pemasaran lainnya.
3. Untuk saluran pemasaran pada kunyit basah, terdapat 2 saluran pemasaran yaitu II) Petani - PPD – PAP dan III) Petani – PPD – PP – Konsumen Akhir. Margin pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran III, share petani pada kedua saluran pemasaran sama-sama efisien karena memenuhi kriteria, distribusi keuntungan yang lebih efisien adalah saluran pemasaran III, serta untuk volume penjualan yang paling efisien adalah saluran pemasaran II karena memiliki volume jual lebih besar daripada saluran pemasaran lainnya.
4. Kendala yang dihadapi oleh petani kunyit dalam usahatani kunyit adalah harga jual yang murah dan harga sarana produksi pupuk yang mahal sehingga petani mengurangi penggunaan bahkan tidak memakai pupuk anorganik dalam usahatannya.

### **Saran**

1. Agar pemerintah dapat membantu pemasaran kunyit atau menentukan pembeli atau investor sehingga harga jual kunyit dapat meningkat.
2. Sangat diperlukan penyediaan teknologi pembuatan pupuk organik yang murah dan mudah digunakan oleh petani sebagai alternatif dalam penggunaan pupuk untuk

meminimalisir biaya produksi, sehingga petani tidak tergantung pada pupuk anorganik yang harganya cukup mahal.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2007. *Kebijakan Obat Tradisional Nasional (KOTRANAS)*. Jakarta.
- Martiningsih, Muh.Nasir., Nikman Azmin. 2018. *Inventarisasi Berbagai Jenis Tumbuhan Obat Tradisional Di Kecamatan Wawo Sebagai Kearifan Lokal Masyarakat Bima*. Oryza Jurnal Pendidikan Biologi. Vol 7 (Nomor 2).