

**ANALISIS SALURAN DAN EFISIENSI PEMASARAN PESTISIDA
DI KABUPATEN KONAWE
(Studi Kasus Pada Toko Sahabat Tani)**

***CHANNEL ANALYSIS AND MARKETING EFFICIENCY OF PESTICIDES
IN KONAWE DISTRICT
(Case Study at Sahabat Tani Store)***

Milawati Saranani

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lakidende
Jalan Sultan Hasanuddin, No. 234, Wawotobi, Lalosabila, Unaaha, Kabupaten Konawe,
Sulawesi Tenggara 93461, Indonesia
smilawati7@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa saluran pemasaran pestisida Pada Toko Sahabat Tani di Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe dan untuk menganalisa tingkat efisiensi pemasaran pestisida Pada Toko Sahabat Tani di Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe. Penentuan sampel yang dilakukan yaitu menentukan informan kunci (*key person*) dan teknik *Snow Ball Sampling*. Responden dalam penelitian adalah distributor UD. Sahabat Tani, 4 kios tani di wilayah pemasaran pestisida, serta 12 orang petani sebagai konsumen. Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran pestisida yang terjadi dalam wilayah penelitian ini terdapat 2 jenis saluran pemasaran yaitu Saluran I = dari Toko Sahabat Tani sebagai distributor ke pedagang pengecer selanjutnya ke petani, dan saluran II dari Toko Sahabat Tani selanjutnya ke konsumen/petani. Nilai efisiensi pemasaran pestisida memperlihatkan bahwa distributor diperoleh nilai efisiensi sebesar 84% sedangkan pedagang pengecer memperoleh nilai efisien sebesar 82%. Hal ini menunjukkan bahwa distributor dan pedagang pengecer sudah efisien dalam melakukan pemasaran Pestisida.

Kata Kunci : *Saluran, Efisiensi, Pemasaran, Pestisida.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the pesticide marketing channel at Sahabat Tani Stores in Unaaha District, Konawe Regency and to analyze the efficiency level of pesticide marketing at Sahabat Tani Stores in Unaaha District, Konawe Regency. The sample determination was carried out by determining key informants and the Snow Ball Sampling technique. Respondents in the study were UD distributors. Sahabat Tani, 4 farmer stalls in the pesticide marketing area, and 12 farmers as consumers. Based on the research results of pesticide marketing channels that occur in this research area, there are 2 types of marketing channels, namely Channel I = from Sahabat Tani Shops as distributors to retailers then to farmers, and channel II from Sahabat Tani Shops to consumers/farmers. The efficiency value of pesticide marketing shows that the distributor obtained an efficiency value of 84% while the retailer obtained an efficiency value of 82%. This shows that distributors and retailers are efficient in marketing pesticides.

Keywords: Channels, Efficiency, Marketing, Pesticides.

Pendahuluan

Pada dasarnya Sektor Pertanian mempunyai peranan yang sangat besar

dalam pertumbuhan ekonomi negara terutama negara yang bercorak agraris seperti Indonesia. Pembangunan ekonomi

menitik beratkan pada bidang pertanian dan industri yang berbasis pertanian atau biasa disebut agroindustri. Dalam sistem agribisnis, agroindustri adalah salah satu subsistem yang bersama-sama subsistem lain membentuk agribisnis. sektor pertanian yang baik maka hal ini juga akan berdampak baik bagi daerah pedesaan karena sektor pertanian merupakan sektor yang sangat berpengaruh bagi daerah pedesaan dalam hal untuk mendapatkan pendapatan riil pedesaan. Jika sektor pertanian yang ada di desa dapat terus maju dan berkembang maka pendapatan riil pedesaan juga pasti akan naik (Fikrman, 2017).

Tanaman pertanian sering diganggu atau dirusak oleh Organisme Pengganggu Tanaman (OPT) yang secara ekonomis sangat merugikan petani. Organisme pengganggu tanaman ini dikenal sebagai hama tanaman, penyakit tanaman, dan gulma (tumbuhan pengganggu). Untuk menghindari kerugian karena serangan OPT, perlu dilakukan upaya pengendalian yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya pengendalian secara kimiawi dengan produk-produk perlindungan tanaman atau pestisida. (Djojsumarto, 2000). Pestisida sering digunakan sebagai pilihan utama untuk memberantas organisme pengganggu tanaman. Sebab, pestisida mempunyai daya bunuh yang tinggi, penggunaannya mudah, dan hasilnya cepat untuk diketahui (Wudianto, 2001).

Jumlah pilihan untuk pestisida ataupun jumlah merk dagang pestisida di Indonesia begitu banyak, seperti tercantum dalam buku pestisida untuk pertanian dan kehutanan yang diterbitkan oleh Direktorat Sarana Produksi, Direktorat Jenderal Tanaman Pangan, Departemen Pertanian (2004). Jumlah nama formulasi atau merk dagang pestisida yang terdaftar di Departemen Pertanian sebesar 1158 merk dagang pestisida ditambah 49 merk dagang pestisida yang baru terdaftar pada tahun 2006, dan ditambah 17 merk dagang

sebagai merk dagang perluasan dari pestisida yang telah beredar di pasar.

Dari sekian banyak merk dagang tersebut terdapat 196 perusahaan pemegang pendaftaran pestisida di Indonesia. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya persaingan yang semakin ketat diantara produsen-produsen pestisida yang didukung dengan meningkatnya kepentingan tentang kepuasan konsumen, perubahan teknologi, dan perbedaan dunia bisnis. Untuk itu diperlukan suatu strategi pemasaran yang menjanjikan dan mendukung pertumbuhan efektivitas pemasaran tanpa melupakan aspek lingkungan dan etika bisnis serta dampak negatif yang diciptakan.

Diantara 196 perusahaan pemegang pendaftaran pestisida, terdapat beberapa perusahaan terkemuka di bidang perlindungan tanaman, salah satunya adalah PT. Agro Persada, yang memiliki lebih kurang 15 jenis formulasi atau merk dagang pestisida yang terdaftar pada Komisi Pestisida Departemen Pertanian Republik Indonesia. Salah satu daerah pemasaran pestisida PT. Agro Persada di Sulawesi Tenggara adalah Kabupaten Konawe.

Menurut Soekartawi (2005) dalam pemasaran komoditi pertanian seringkali panjang sehingga banyak juga pelaku lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran tersebut. Akibatnya adalah terlalu besarnya keuntungan pemasaran yang diambil oleh para pelaku pemasaran tersebut. Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi (Kotler, 2014).

Dewasa ini pemasaran telah berkembang demikian pesatnya dan telah menjadi ujung tombak bagi setiap perusahaan dalam rangka mencapai tujuan. Hal ini disebabkan karena ruang lingkup pemasaran sangat luas karena berhubungan secara langsung dalam kegiatan mulai dari persiapan, penyediaan,

bahan baku, proses produksi, sampai pada saat akhir, yakni produk yang siap di konsumsi oleh konsumen. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa pemasaran melibatkan dua pihak yaitu produsen dan konsumen sebagai titik pusatnya, dan juga pemasaran merupakan faktor penting karena menyangkut kegiatan menentukan dan memproduksi produk maupun jasa, menetapkan harga penjualan dan pada akhirnya konsumen siap untuk mengkonsumsinya. Pemasaran menurut Philip Kotler (2016) adalah proses sosial yang dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Pemasaran pestisida di Kabupaten Konawe melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran ini berperan penting dalam pemasaran pestisida. Adapun lembaga pemasaran pestisida tersebut adalah distributor, pedagang besar, pedagang menengah, dan pedagang kecil. Pedagang tidak langsung menjual produk pestisida kepada petani tetapi produk tersebut diperkenalkan terlebih dahulu dengan cara memberikan penjelasan tentang manfaat, cara pengaplikasian, serta dosis penggunaan yang tepat. Dalam menjual pestisida kepada petani, produsen pestisida terlebih dahulu melakukan pengenalan produk pestisida kepada petani, langsung di daerah tempat tinggal petani melalui periklanan seperti pembagian brosur dan pemasangan poster.

UD Sahabat Tani merupakan distributor yang bergerak dalam bidang pertanian sebagai distributor obat-obatan pertanian (pestisida) di Kabupaten Konawe Provinsi Sulawesi Tenggara. Usaha dagang ini telah dianggap sebagai *took* yang telah banyak dipercaya oleh kios-kios pertanian. Hal ini karena dapat memenuhi permintaan dan kebutuhan pasar serta dapat memenuhi kebutuhan kios-kios pertanian pada setiap wilayah,

mulai dari bermacam-macam jenis produk hingga kebutuhan-kebutuhan pertanian lainnya.

Untuk dapat mengetahui bagaimana sistem pemasaran dan tingkat efisiensi sebagai solusi dalam sistem pemasaran pestisida pada Toko Sahabat Tani, dalam upaya untuk meningkatkan kinerja sistem pemasaran pestisida Toko Sahabat Tani di daerah penelitian. Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisa saluran pemasaran pestisida Pada Toko Sahabat Tani di Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe dan untuk menganalisa tingkat efisiensi pemasaran pestisida Pada Toko Sahabat Tani di Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe.

Metode Penelitian

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli sampai dengan September tahun 2021 dengan mengambil studi kasus pada Toko Sahabat Tani di Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe. Pemilihan studi kasus dilakukan secara sengaja (*Purposive Method*) dengan pertimbangan berbagai macam dan bervariasinya produk obat-obatan pertanian yang dijalankan dan terus diperdagangkan, selain itu pula Toko Sahabat Tani merupakan penyalur pestisida yang diproduksi oleh PT. Agro Persada.

Populasi dan Teknik penarikan Sampel

Penentuan sampel yang dilakukan yaitu menentukan informan kunci (*key person*) dan teknik *Snow Ball Sampling*. Informan kunci merupakan orang yang memiliki pengetahuan tertentu seputar Toko Sahabat Tani baik dari sistem dan pola manajemen yang telah dilaksanakan hingga saat ini. Informan tersebut diambil dan ditentukan guna mendapatkan sebuah data yang akurat untuk menganalisis sebuah kemajuan dalam sektor agribisnis pada bidang pemasaran, tepatnya dibidang pemasaran obat-obatan pertanian khususnya pestisida. Responden dalam penelitian adalah distributor UD. Sahabat

Tani, 4 kios tani di wilayah pemasaran pestisida, serta 12 orang petani sebagai konsumen.

Teknik Pengumpulan Data

Sebagai perlengkap pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dalam perusahaan. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan menggunakan metode sebagai berikut.

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)
Yaitu penelitian yang dilakukan pada perusahaan bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulisan dengan cara :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca beberapa buku literature-literatur, mengumpulkan dokumen, arsip, maupun catatan penting organisasi yang ada hubungannya dengan permasalahan penulisan skripsi ini dan selanjutnya diolah kembali.

Variabel Penelitian

Variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah karakteristik pemasaran pestisida yang meliputi lembaga pemasaran, harga pejualan dan biaya penjualan dan pembelian lembaga pemasaran, harga jual, dan perubahan harga di tingkat pembeli atau konsumen.

Analisis Data

1. Analisis saluran pemasaran
Untuk mengetahui gambaran mengenai saluran pemasaran pestisida Pada Toko Sahabat Tani di Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe yaitu dengan menelusuri lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran pestisida mulai dari tingkat produsen sampai pada konsumen akhir.
2. Berdasarkan tujuan penelitian II yaitu untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran pestisida Pada Toko

Sahabat Tani di Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe maka dilakukan analisis sebagai berikut :

- a. Margin Pemasaran :

$$M = H_e - H_p$$

Keterangan :

M : Marjin Pemasaran (Rp/Kg)

H_e : Harga Pestisida di tingkat pedagang (Rp/Kg)

H_p : Harga pestisida di tingkat distributor (Rp/Kg)

- b. Keuntungan:

$$\pi = M - B$$

Keterangan :

π : Besarnya keuntungan (Rp/Kg)

M : Marjin Pemasaran (Rp/Kg)

B : Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

- c. Efisiensi Pemasaran :

M

$$EP = 1 - \frac{M}{H_e} \times 100 \% \text{ ---}$$

(Nurland, 2013)

Keterangan :

EP : Efisiensi Pemasaran

M : Marjin Pemasaran

H_e : Harga pestisida ditingkat pedagang (Rp/Kg)

Bila $EP < 50\%$ berarti saluran pemasaran belum efisien

Bila $EP > 50\%$ berarti saluran pemasaran t sudah efisien

Hasil dan Pembahasan

Profil Usaha Toko Sahabat Tani

Pada Kabupaten Konawe Provinsi Sulawesi Tenggara, terdapat Toko Sahabat Tani yang merupakan usaha dalam bidang pertanian yang berstatus sebagai distributor obat-obatan pertanian (pestisida). Toko Sahabat Tani ini mulai berdiri pada tahun 2003 yang beralamat di Jalan Konggoasa Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe, Toko ini telah dianggap sebagai usaha yang telah banyak dipercaya oleh para kios-kios pertanian karena dapat memenuhi permintaan dan kebutuhan pasar serta dapat memenuhi

kebutuhan kios-kios pertanian pada setiap wilayah. Wilayah yang telah dapat dijangkau oleh Toko Sahabat Tani ini bukan hanya wilayah Kabupaten Konawe saja namun juga sampai di beberapa daerah diluar wilayah Kabupaten Konawe.

Jenis Pestisida Yang Dipasarkan

Pengertian mengenai pestisida di Indonesia mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 1973. Dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa pestisida ialah zat kimia maupun bahan jasad renik maupun virus yang digunakan untuk mencegah hama penyakit yang berpotensi merusak tanaman dan mengganggu hasil pertanian. Tidak hanya hama saja, pestisida pun mampu memberantas tanaman pengganggu atau gulma. Selain itu, pestisida memiliki fungsi untuk mengatur maupun merangsang tumbuhnya tanaman (Kumaran.com, 2010).

Pestisida juga bisa mencegah hama-hama air selain hama darat dan binatang pengganggu seperti ular. Termasuk memberantas binatang yang menyebabkan penyakit pada manusia. Kemudian untuk jenis pestisida yang dijual di pasaran resmi memang cukup banyak. Hal ini dikarenakan pestisida memiliki fungsi mencegah penyakit tanaman yang berbeda-beda. Berdasarkan informasi data hasil penelitian, bila ditinjau dari jenis pestisida yang dipasarkan adalah produksi PT. Agro Persada, maka jenis pestisida tersebut terbagi dalam beberapa golongan yakni sebagai berikut:

1. Insektisida (Penalti, Choloromite, Klensect, dan Dangke)



Gambar 1. Jenis Isektisida Produksi

PT. Agro Persada.

2. Herbisida (Supremo, Supretox, Avatar, dan Bestnoid)



Gambar 2. Jenis Herbisida Produksi PT. Agro Persada

3. Fungisida (Explore, Astonis, dan Leili)



Gambar 3. Jenis Fungisida Produksi PT. Agro Persada

Karakteristik Responden

1. Distributor

Produsen sampel adalah Ibu Lisathe pemilik Toko Sahabat Tani yang memiliki usaha di Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe, dan memiliki mitra penjualan atau pemasaran di beberapa wilayah kabupaten lain. Dimana wilayah penjualan tersebut adalah Kecamatan Onembute, Kecamatan Abuki, Kecamatan Onembute dan yang berada di Kabupaten Kolaka Timur. Toko Sahabat Tani Berdiri sejak tahun 2003 sampai sekarang. Untuk mengetahui karakteristik distributor dapat dilihat dari tabel 1 berikut :

Tabel 1. Karakteristik Distributor

No.	Karakteristik	Tahun
1.	Lama Usaha	18
2.	Pengalaman sebagai distributor PT. Agro Persada	7

Dari tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa lama usaha yang dijalankan oleh distributor adalah 18 tahun. Pengalaman distributor sebagai dealer resmi PT. Agro Persada adalah 7 tahun. Pengalaman adalah sesuatu yang sangat dibutuhkan seseorang untuk melakukan kegiatan, seperti kegiatan usaha pemasaran pestisida, karena dengan pengalaman seseorang akan lebih maksimal dalam kegiatan yang dilakukan. Salah satu ukuran mendapatkan pengalaman yaitu dengan lamanya seseorang melakukan usaha tersebut.

2. Pedagang Eceran

Sampel pedagang eceran berasal dari Kecamatan Onembute, Kecamatan Ladongi, Kabupten Kolaka Timur dan Kecamatan Abuki. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa rata-rata umur pedagang sampel adalah 47 tahun dengan rentang umur adalah 47-52 tahun. Tingkat pendidikan rata-rata pedagang adalah tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas. Pengalaman berusaha rata-rata pedagang adalah 9 tahun dengan rentang 9-12 tahun. Jumlah tanggungan pedagang rata-rata 3 orang.

3. Konsumen

Sampel konsumen dalam penelitian ini adalah petani yang berasal dari Kecamatan Ladongi 3 orang, Kecamatan Onembute sebanyak 3 orang, Kecamatan

1. Kios Tani Onembute

Kios Tani ini adalah pedagang atau usaha yang menjual pestisida PT. Agro Persada dalam skala kecil dan membuka usahanya di Kecamatan Onembute Kabupaten Konawe. Sistem pembelian dan pemasaran produk pestisida yang dilakukan adalah sistem langsung artinya bahwa Kios tani ini membeli produk pestisida PT. Agro Persada langsung ke

Abuki 3 orang dan Kabupaten Kolaka Timur 3 Orang. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa rata-rata umur konsumen (petani) sampel adalah 46 tahun dengan rentang umur adalah 36-55 tahun. Tingkat pendidikan rata-rata konsumen adalah SLTA. Pengalaman bertani rata-rata petani adalah 12 tahun dengan rentang 10-20 tahun. Pendidikan dan pengalaman bertani mempengaruhi pola pikir petani dalam mengelola usahatannya pada umumnya dan pada khususnya dalam pemilihan produk-produk perlindungan tanaman yaitu produk obat-obatan seperti pestisida bagi usahatannya. Jumlah tanggungan petani rata-rata 3 orang dengan rentang 2-6 orang.

Skema Saluran Pemasaran Pestisida

Setiap proses pendistribusian atau pemasaran komoditas selalu memiliki pola-pola tersendiri. Suatu komoditas tertentu memiliki pola saluran pemasaran tertentu yang membuatnya berbeda dengan komoditas lainnya. Perbedaan pola saluran pemasaran ini dapat disebabkan oleh perbedaan sifat komoditas maupun perbedaan lingkungan dan budaya tempat komoditas tersebut dihasilkan. Saluran Pemasaran pestisida produk pestisida PT. Agro Persada di beberapa daerah melibatkan lembaga pemasaran seperti kios-kios tani. hal tersebut didasarkan atas hubungan kerjasama dengan Toko Sahabat Tani sebagai distributor jenis pestisida produksi PT. Agro Persada.

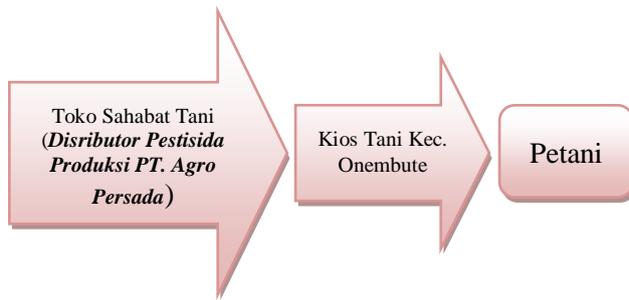
Adapun lembaga-lembaga pemasaran dan jenis pestisida produksi PT. Agro Persada yang diperdagangkan adalah sebagai berikut :

Toko Sahabat Tani selaku distributor dengan sistem pembayaran cash/tunai, kemudian produk pestisida tersebut dijual langsung ke petani yang membutuhkan.

Jenis produk pestisida yang dipasarkan adalah terdiri dari produk Insektisida (Penalti, Choloromite, Klensect, dan Dange), produk Herbisida (Supremo, Supretox, Avatar, dan Bestnoid) dan produk Fungisida (Explore,

Astonis, dan Leli). Pola pemasaran pestisida produksi PT. Agro Persada

terlihat pada gambar berikut :



Gambar 4. Pola Pemasaran di Onembute

2. Kios Tani Kolaka Timur

Kios Tani ini adalah pedagang atau usaha yang menjual pestisida PT. Agro Persada dalam skala kecil dan membuka usahanya di Kabupaten Kolaka Timur. Sistem pembelian dan pemasaran produk pestisida yang dilakukan adalah sistem langsung artinya bahwa Kios tani ini membeli produk pestisida PT. Agro Persada langsung ke Toko Sahabat Tani selaku distributor dengan sistem pembayaran cash/tunai, kemudian produk

pestisida tersebut dijual langsung ke petani yang membutuhkan.

Jenis produk pestisida yang dipasarkan adalah terdiri dari produk Insektisida (Penalti, Choloromite, Klensect, dan Dangke), produk Herbisida (Supremo, Supretox, Avatar, dan Bestnoid) dan produk Fungisida (Explore, Astonis, dan Leli). Pola pemasaran pestisida produksi PT. Agro Persada terlihat pada gambar berikut :



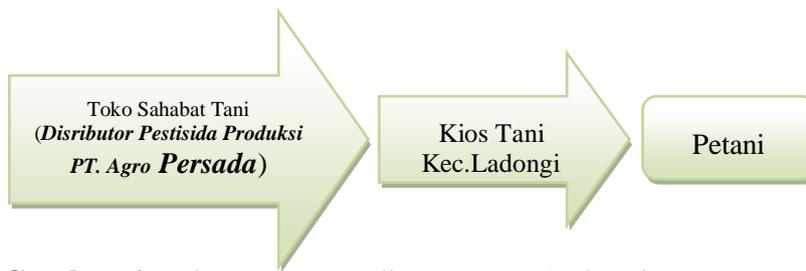
Gambar 5. Pola Pemasaran di Kios Tani Kolaka Timur

3. Kios Tani Kecamatan Ladongi

Kios Tani ini adalah pedagang atau usaha yang menjual pestisida PT. Agro Persada dalam skala kecil dan membuka usahanya di Kecamatan Ladongi Kabupaten Kolaka Timur. Sistem pembelian dan pemasaran produk pestisida yang dilakukan adalah sistem langsung artinya bahwa Kios tani ini membeli produk pestisida PT. Agro Persada langsung ke Toko Sahabat Tani selaku distributor dengan sistem pembayaran non tunai/transfer, kemudian produk pestisida

tersebut dijual langsung ke petani yang membutuhkan.

Jenis produk pestisida yang dipasarkan adalah terdiri dari produk Insektisida (Penalti, Choloromite, Klensect, dan Dangke), produk Herbisida (Supremo, Supretox, Avatar, dan Bestnoid) dan produk Fungisida (Explore, Astonis, dan Leili). Pola pemasaran pestisida produksi PT. Agro Persada terlihat pada gambar berikut:



Gambar 6. Pola Pemasaran di Kecamatan Ladongi

4. Kios Tani Kecamatan Abuki

Kios Tani ini adalah pedagang atau usaha yang menjual pestisida produksi PT. Agro Persada dalam skala kecil dan membuka usahanya di Kecamatan Abuki Kabupaten Konawe. Sistem pembelian dan pemasaran produk pestisida yang dilakukan adalah sistem langsung artinya bahwa Kios tani ini membeli produk pestisida PT. Agro Persada langsung ke Toko Sahabat Tani selaku distributor dengan sistem pembayaran tunai/cash,

kemudian produk pestisida tersebut dijual langsung ke petani yang membutuhkan.

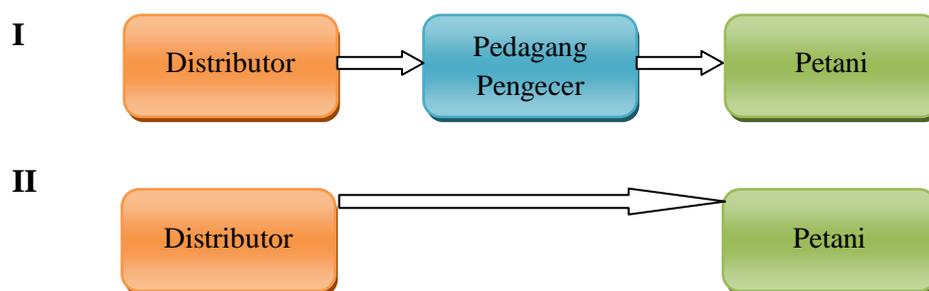
Jenis produk pestisida yang dipasarkan adalah terdiri dari produk Insektisida (*Penalti, Choloromite Klensect, dan Dangke*), produk Herbisida (*Supremo, Supretox, Avatar, dan Bestnoid*) dan produk Fungisida (*Explore, Astonis, dan Leli*). Pola pemasaran pestisida produksi PT. Agro Persada terlihat pada gambar berikut :



Gambar 7. Pola Pemasaran di Kecamatan Abuki

Berdasarkan uraian sistem dan pola pemasaran pestisida pada Toko Sahabat Tani selaku distributor produk PT. Agro Persada di atas terlihat bahwa semua lembaga pemasaran dalam melakukan transaksi jual beli dilakukan secara langsung dengan sistem pembayaran yang bervariasi yaitu secara tunai atau melalui sistem transfer bank, serta produk pestisida yang bervariasi baik jumlah dan jenisnya. Selain itu pula pemasaran pestisida juga dapat langsung dibeli ke Toko Sahabat Tani oleh Konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran

pestisida pada Toko Sahabat Tani hanya terdapat 2 jenis saluran pemasaran yaitu :



Gambar 7. Jenis saluran pemasaran pada Toko Sahabat Tani

Margin Dan Keuntungan Lembaga Pemasaran Pestisida

Margin adalah selisih antara harga penjualan dan harga pembelian. Dalam setiap saluran marginnya adalah selisih antara harga pokok yang diterima petani produsen dengan harga pembelian

pedagang pada tiap saluran pemasaran dari petani produsen sampai ke pedagang mempunyai margin yang berbeda.

Margin dan keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran yang menyalurkan pestisida dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Margin dan Rata-rata Keuntungan Pemasaran pestisida Setiap Lembaga Pemasaran di Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe, 2022

Lembaga Pemasaran	Harga Penjualan (Rp/botol)	Harga Beli (Rp/botol)	Margin (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/botol)	Keuntungan (Rp/Kg)
Distributor (Toko Sahabat Tani)	993.000	839.000	154.000	18.939	135.061
Pengecer (Kios Tani)	1.205.000	993.000	212.000	9.091	202.909

Sumber : Data Primer setelah diolah 2022

Efisiensi Pemasaran Pestisida

Efisiensi pemasaran pestisida dapat dilihat dengan membandingkan antara total biaya pemasaran dengan nilai produk

yang dipasarkan. Adapun efisiensi pemasaran pestisida dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Efisiensi Pemasaran Pestisida di Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe, 2022

Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/botol)	Efisiensi Pemasaran	Keterangan
Distributor	18.939	90.273	82%	Efisien
Pedagangn Pengecer	9.091	109.545	84%	Efisien

Berdasarkan data pada Tabel 3 memperlihatkan bahwa distributor mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp. 18.939/botol dengan nilai produk Rp.90.273,-/Kg sehingga diperoleh nilai efisiensi sebesar 84% sedangkan pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran Rp. 9.091,-/botol dengan harga produk Rp. 109.545,-/botol sehingga diperoleh nilai efisien sebesar 82%. Hal ini menunjukkan bahwa distributor dan pedagang pengecer sudah efisien dalam melakukan pemasaran Pestisida.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran pestisida yang terjadi dalam wilayah penelitian ini terdapat 2 jenis saluran pemasaran yaitu Saluran I = dari Toko Sahabat Tani sebagai distributor ke pedagang pengecer selanjutnya ke petani, dan saluran II dari Toko Sahabat Tani selanjutnya ke konsumen/petani.
2. Nilai efisiensi pemasaran pestisida memperlihatkan bahwa distributor diperoleh nilai efisiensi sebesar 84% sedangkan pedagang pengecer memperoleh nilai efisien sebesar 82%. Hal ini menunjukkan bahwa distributor dan pedagang pengecer sudah efisien dalam melakukan pemasaran Pestisida.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, untuk perbaikan pemasaran pestisida di daerah penelitian, maka ditekankan beberapa saran sebagai berikut :

1. Memperbanyak relasi untuk kios-kios tani dan perluasan wilayah pemasaran agar segmen pasar yang akan dikuasai oleh distributor dapat terbentuk dan terwujud.

2. Memberikan bantuan sarana promosi untuk menambah daya tarik kios tani untuk membeli produk yang disalurkan oleh distributor.

Daftar Pustaka

- Djojosumarto, P., 2000. *Teknik Aplikasi Pestisida Pertanian*. Kanisius, Yogyakarta.
- Fikriman, F. 2017. *Transformasi Pertanian dan Pembangunan Pedesaan*. JAS (Jurnal Agri Sains), 1(2).
- Grace Adhiwirawan, 2008. *Analisis Audit Pemasaran PT. Agricon (Studi Kasus Produk Pestisida Merk Spontan Di Wilayah Jawa Barat)*. Skripsi. Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor 2008.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke 15. Penerbit Pearson Education Limited 2016
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong. 2014. *Principles Of Marketing*, Globa Edition, 14 Edition, Pearson Education.
- Kumaran.com, 2010. *Mari Mengenal Lebih Banyak tentang Jenis Pestisida*.<https://www.corteva.id/berita/Mari-Mengenal-Lebih-Banyak-tentang-Jenis-Pestisida.html>. (Diakses tanggal 3 Juni 2022).
- Lupiyoadi Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Salemba Empat, Jakarta.
- Nurland, F., 2013. *Pemasaran Produk Pertanian*. LEPHAS Unhas, Ujung Pandang.
- Soekartawi, 2005. *Agribisnis, Teori dan Aplikasinya*. Cetakan Ketujuh, Jakarta. PT. Raja Grafindo.
- Swastha, B., 2007. *Saluran Pemasaran, Konsep dan Strategi Analisa Kuantitatif*. Jurusan Agribisnis, Faperta Unhas, Makassar.

Wudianto, R., 2001. *Petunjuk dan Penggunaan Pestisida*, Penebar Swadaya Jakarta.