

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lada (*Piper nigrum Linnaeus*) merupakan salah satu komoditi perkebunan yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian disamping komoditas perkebunan lainnya, baik sebagai sumber devisa maupun sumber mata pencaharian rakyat. Disamping itu, pemanfaatan lada dewasa ini juga tidak terbatas hanya sebagai bumbu penyedap masakan dan penghangat tubuh, tetapi telah berkembang untuk berbagai kebutuhan industri, misalnya industri makanan, industri farmasi, dan industri kosmetik. Dengan demikian komoditi lada memiliki peluang yang strategis untuk tetap dikembangkan (Mardian et. al, 2011).

Indonesia memiliki daerah-daerah sentra penghasil lada putih (*white pepper*) yaitu Bangka Belitung, Sulawesi dan Kalimantan. Lada putih dari Provinsi Bangka Belitung telah mempunyai *Brand Image* dan telah dikenal di dunia dengan sebutan yaitu *Muntok White Pepper*. Produk lada putih sudah mendapatkan hak paten Indikasi Geografisnya (IG). Indikasi Geografis dikeluarkan oleh Departemen Hukum dan HAM (Depkumham) kepada Badan Pengelolaan, Pengembangan dan Pemasaran Lada (BP3L) Bangka Belitung sebagai pihak pemegang hak paten merek dagang *Muntok White Pepper* pada Januari 2010 (Juwita, 2015). Keuntungan diisyaratkannya indikasi geografis pada produk lada putih ini membuat harga lada menjadi stabil, cita rasa yang khas, serta merek dagang *Muntok White Pepper* yang sudah terkenal di pasar lokal maupun dunia.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pertanian, Perkebunan dan Peternakan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tahun 2015, produksi lada putih di Provinsi Bangka Belitung cenderung mengalami peningkatan pada tahun 2010 sampai dengan 2014. Produksi lada di Provinsi Bangka Belitung berasal dari enam kabupaten. Pada tahun 2010, rata-rata produktivitas lada sebesar 1,46 ton per hektar per tahun. Kemudian terjadi peningkatan pada tahun 2011 sebesar 52,89 persen dengan rata-rata produktivitas sebesar 1,83 ton/ha/th dan peningkatan kembali terjadi

pada tahun 2012 sebesar 21,73 persen. Namun pada tahun 2013, terjadi penurunan produktivitas sebesar -2,27 persen dan pada tahun 2014 kembali mengalami kenaikan sebesar 0,69 persen dengan produktivitas sebesar 1,53 ton per hektar tahun.

Di Bangka Belitung, lada putih saat ini sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat juga berperan penting dalam membantu perekonomian Bangka Belitung khususnya dalam meningkatkan nilai ekspor lada putih ini. Besarnya volume dan nilai dari lada putih dapat dilihat dari Tabel 1.

Tabel 1. Volume dan Nilai Ekspor Lada Putih Provinsi Bangka Belitung 2010-2014

Tahun	Jumlah	
	Volume (Ton)	Nilai (US \$)
2010	6.166	33.394.000
2011	6.735	55.246.701,67
2012	7.291	68.272.713,64
2013	5.527,50	49.821.876
2014	8.051	96.070.229

Sumber : BP3L Provinsi Bangka Belitung Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 1 diatas, volume dan nilai ekspor lada putih di Bangka Belitung mengalami kenaikan pada tahun 2010 hingga tahun 2012. Namun pada tahun 2013, terjadi penurunan volume ekspor lada yaitu 5.527,50 ton dengan nilai ekspor lada yang juga menurun. Pada tahun 2014 kembali mengalami peningkatan dengan volume ekspor lada putih sebesar 8.051 ton. Peningkatan ekspor lada putih ini dikarenakan harga jual lada putih yang terus meningkat. Selain itu, mayoritas masyarakat yang mulai kembali kepada usahatani lada putih pasca penambangan timah membuat produksi lada putih semakin meningkat.

Kabupaten Bangka merupakan salah satu penghasil lada putih Di Provinsi Bangka Belitung. Luas area dan banyaknya produksi lada putih di Kabupaten Bangka dapat dilihat pada Tabel 2 .

Tabel 2. Luas Panen (Ha) dan Produksi (Ton) Lada Menurut Kecamatan Tahun 2014

Kecamatan	Lada	
	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
Sungailiat	44,23	54,09
Pemali	761,66	1158,65
Bakam	77,33	106,30
Merawang	225,17	357,51
Puding Besar	629,22	939,81
Belinyu	147,50	169,63
Riau Silip	113,00	124,30
Mendo Barat	142,53	279,26
Jumlah/Total	2140,64	3189,55
2013	3581,18	2946,58
2012	3322,17	2182,62
2011	2409,48	3625,87
2010	2026,30	3424,59

Sumber : Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Bangka Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 2 diatas, menunjukkan produksi lada putih di Kabupaten Bangka yang paling tinggi pada tahun 2014 yaitu Kecamatan Pemali dengan produksi sebesar 1158,65 ton. Kemudian diikuti oleh Kecamatan Puding Besar dengan produksi sebesar 939,81 ton. Produksi lada putih di Kabupaten Bangka pada tahun 2010 sampai 2013 mengalami kenaikan jumlah produksi, sedangkan tahun 2014 mengalami penurunan jumlah produksi dengan luas panen lada putih yang cenderung meningkat dari tahun 2010 sampai 2014. Adanya fluktuasi jumlah produksi lada putih di Kabupaten Bangka dengan jumlah luas lahan yang cenderung meningkat disebabkan kegiatan saluran pemasaran yang belum optimal dari para pelakunya seperti dari petani yang belum optimal dalam melakukan kegiatan usahatani dan juga kegiatan pasca panen yang belum optimal. Dalam hal ini, keterlibatan para pelaku pemasaran sangat penting dalam kegiatan tersebut.

Pemasaran atau marketing merupakan bagian kegiatan yang penting bagi perusahaan, dimana pemasaran sebagai salah satu faktor yang mendukung perkembangan perusahaan. Perusahaan yang berhasil dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya akan mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk terus

berkembang demi tercapainya tujuan perusahaan. Dalam hal ini, pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu proses atau aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi mulai dari perencanaan sampai penyaluran produk untuk menciptakan nilai pelanggan dan hubungan yang kuat dengan pelanggannya. Hal tersebut dilakukan dalam upaya perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Di Desa Bakam sendiri, pola saluran pemasaran lada putih yang dilakukan oleh pelaku pemasaran sangat beragam. Pelaku yang terlibat seperti petani selaku produsen, pedagang pengepul, pedagang besar, konsumen serta pihak-pihak yang terkait dalam pemasaran lada putih tersebut. Adanya berbagai pola saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani akan mempengaruhi harga dan nilai jual dari lada putih pada petani, pedagang pengecer, pedagang pengumpul, serta agen hingga tangan konsumen tingkat akhir. Sehingga, digambarkan tentang pola saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani hingga konsumen tingkat akhir dalam pemasaran lada putih.

Dari pelaku pemasaran serta saluran pemasaran lada putih yang dilakukan, setidaknya terdapat perbedaan margin pemasaran dan keuntungan lada putih dari setiap pelaku pemasaran. Pada kegiatan pemasaran yang dilakukan, margin pemasaran dan keuntungan yang diperoleh akan berbeda dari tingkat petani hingga konsumen. Adanya perbedaan margin pemasaran dari tingkat petani, pedagang pengecer, pedagang pengumpul, pedagang besar serta agen hingga ke tangan konsumen dalam pemasaran lada putih, dikarenakan adanya perbedaan harga di tiap masing-masing pelaku pemasaran. Selain itu, keuntungan yang didapat dalam kegiatan saluran pemasaran akan berbeda sesuai dengan pola rantai nilai yang dilakukan karena setiap masing-masing pelaku pemasaran yang terlibat akan mendapatkan margin keuntungan yang berbeda pula. Dalam hal ini, petani harus mengetahui bentuk saluran yang tepat agar mendapatkan keuntungan yang optimal dalam melakukan pemasaran lada putih.

Dalam kegiatan pemasaran selain adanya kegiatan dari pelaku pemasaran, peran pemerintah juga dibutuhkan dalam membenahi dan membangun kegiatan pemasaran

agar lebih baik. Dengan adanya campur tangan pemerintah diharapkan kegiatan pemasaran dapat menambah pendapatan bagi pelaku pemasaran sendiri dan juga dapat menambah pendapatan daerah. Berdasarkan uraian diatas, perlu dilakukan penelitian bagaimana pola saluran pemasaran yang berlangsung, marjin pemasaran dan keuntungan yang diperoleh dalam melakukan saluran pemasaran juga peran pemerintah dalam membenahi saluran pemasaran putih.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian yang dipaparkan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pola saluran pemasaran lada putih di Desa Bakam Kecamatan Bakam Kabupaten Bangka?
2. Bagaimana marjin pemasaran dan keuntungan yang diperoleh dalam melakukan saluran pemasaran lada putih di Desa Bakam Kecamatan Bakam Kabupaten Bangka?
3. Bagaimana peran pemerintah dalam membenahi saluran pemasaran lada putih di Desa Bakam Kecamatan Bakam Kabupaten Bangka?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pola saluran pemasaran lada putih di Desa Bakam Kecamatan Bakam Kabupaten Bangka.
2. Menghitung marjin pemasaran dan keuntungan yang diperoleh dalam melakukan saluran pemasaran lada putih di Desa Bakam Kecamatan Bakam Kabupaten Bangka.
3. Mendeskripsikan peran pemerintah dalam membenahi saluran pemasaran lada putih di Desa Bakam Kecamatan Bakam Kabupaten Bangka.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari dilaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai sumbangan pemikiran dan pengetahuan bagi instansi maupun masyarakat tentang kegiatan saluran pemasaran lada putih di Desa Bakam Kecamatan Bakam Kabupaten Bangka.
2. Sebagai bahan masukan bagi petani dalam mengembangkan kegiatan saluran pemasaran di Desa Bakam Kecamatan Bakam Kabupaten Bangka.
3. Merumuskan kebijakan yang tepat dalam kegiatan saluran pemasaran lada putih di Desa Bakam Kecamatan Bakam Kabupaten Bangka.
4. Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat digunakan bagi penelitian selanjutnya.

