

**ANALISIS SALURAN DAN FUNGSI PEMASARAN KOMODITAS HORTIKULTURA
SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT
KAWASAN PERBATASAN
(Studi Kasus Di Pulau Sebatik Kabupaten Nunukan Propinsi Kalimantan Utara)**

**ANALYSIS OF CHANNELS AND MARKETING FUNCTIONS OF HORTICULTURAL
COMMODITIES AS EFFORTS TO INCREASE THE WELFARE OF COMMUNITY
BORDER SOLUTION
(Case Study In Sebatik Island Nunukan District North Kalimantan Province)**

Dewi Elviana

Fakultas Pertanian
Universitas Borneo Tarakan
Email : dwulandari4@gmail.com

ABSTRAK

Berdasarkan data yang berkaitan dengan kebijakan pengembangan wilayah perbatasan di Kalimantan Timur - Sabah dari PKAI-LAN (2004), pemerintah Propinsi Kalimantan Timur berupaya untuk mengembangkan Pulau Sebatik di Kabupaten Nunukan sebagai pusat perdagangan dan jasa. Karena tingkat perekonomian masyarakat di negara bagian Malaysia yang lebih tinggi diharapkan menjadi pasar potensial bagi sejumlah barang produksi Indonesia. Adanya potensi sumberdaya alam Pulau Sebatik sangat mendukung pengembangan pertanian, sehingga sektor pertanian diharapkan dapat menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi di kawasan perbatasan. Tujuan dari penelitian ini antara lain : (1) mendeskripsikan saluran pemasaran komoditas hortikultura, (2) menganalisis Lembaga pemasaran yang terlibat dan (3) menganalisis fungsi-fungsi pemasaran. Lokasi penelitian dilakukan pada petani dan pedagang komoditi hortikultura Pulau Sebatik Kabupaten Nunukan. Analisis data yang digunakan berupa analisis deskriptif untuk mengetahui saluran pemasaran, lembaga dan fungsi pemasaran yang terkait. Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa terdapat tiga model saluran pemasaran yang terdiri dari empat Lembaga pemasaran yaitu pedagang Sebatik, Pedagang Tawau I, Pedagang Tawau II dan Pedagang Pengecer. Masing-masing Lembaga pemasaran melaksanakan fungsi pemasaran yang terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi penunjang.

Kata Kunci: Perbatasan, Pemasaran, Hortikultura, Lembaga, Saluran

ABSTRACT

Based on data related to border area development policy in East Kalimantan- Sabah from PKAI-LAN (2004), the provincial government of East Kalimantan strives to develop Sebatik Island in Nunukan District as a center of trade and services. Since the economic level of Malaysian's people is in higher state, it is expected to become a potential market for a number of Indonesian production goods. The potential natural resources of Sebatik Island strongly supports the development of agriculture, so the agricultural sector is expected to be the backbone of economic growth in the border region. The objectives of this research

are: (1) to describe the marketing channel of horticultural commodities, (2) to analyze the marketing institutions which involved and (3) to analyze marketing functions. The location of the research was conducted on farmers and traders of horticultural commodities on Sebatik Island of Nunukan district. Data analysis used in the form of descriptive analysis to discover the marketing channel, the institution and the related marketing function involved. The Research results show that there are three marketing channel models consisting of four marketing institutions: Sebatik traders, Tawau I traders, Tawau II traders and retailers. Each of the marketing institution carries out a marketing function consisting of an exchange function, a physical function and a support function.

Keywords: Border, Marketing, Horticulture, Institutions, Channels

PENDAHULUAN

Kalimantan Utara adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di bagian utara Pulau Kalimantan. Provinsi ini berbatasan langsung dengan negara tetangga, yaitu Negara Bagian Sabah dan Serawak. Saat ini, Kalimantan Utara merupakan provinsi termuda Indonesia. Pada saat dibentuknya, wilayah Kalimantan Utara dibagi menjadi 5 wilayah administrasi, yang terdiri dari 1 kota dan 4 kabupaten sebagai berikut yaitu Kota Tarakan, Kabupaten Bulungan, Kabupaten Malinau, Kabupaten Tana Tidung dan Kabupaten Nunukan. Salah wilayah perbatasan di Propinsi Kalimantan Utara adalah Pulau Sebatik.

Kebijakan pengembangan Pulau Sebatik menjadi pusat perdagangan dan jasa tersebut cukup beralasan, karena: (1) kawasan perbatasan Pulau Sebatik letaknya sangat strategis dan menjadi pintu gerbang yang menghubungkan Provinsi Kalimantan Timur dengan Negara tetangga, Malaysia. Posisi ini merupakan kekuatan sekaligus peluang bagi daerah, karena mempunyai akses pasar yang baik bagi komoditas yang dihasilkan dan terhadap barang-barang kebutuhan masyarakat (Hidayanto *et al.* 2009). Potensi sector ekonomi yang cukup dominan di Pulau Sebatik adalah sektor pertanian seperti hasil perkebunan dan hortikultura seperti buah-buahan dan sayuran. Petani di Pulau Sebatik cenderung menjual hasil pertaniannya ke

wilaya Tawau Sabah Malaysia dikarenakan lebih menguntungkan dari segi waktu, biaya dan transportasi bila dibandingkan menjual ke Kabupaten Nunukan .

Aktivitas perdagangan komoditas pertanian yang berlangsung di kawasan perbatasan Pulau Sebatik ini merupakan aktivitas perdagangan antar negara, yang berarti berlaku aturan ekspor-impor. Namun berdasarkan observasi yang dilakukan, perdagangan di wilayah ini lebih dilandasi oleh aturan informal, yang telah berlangsung sangat lama. Dan permasalahan yang sering dihadapi petani di Pulau Sebatik antara lain jalur distribusi dan harga yang cenderung ditentukan oleh pasar. Dalam kondisi seperti ini, petani tidak memiliki posisi tawar yang baik dalam menentukan harga. Melihat kondisi itu, maka dapat terlihat bahwa aspek pemasaran dengan lembaga pendukungnya belum berjalan dengan optimal. Komponen pemasaran yang cukup penting untuk diperhatikan adalah saluran pemasaran (tataniaga), lembaga yang terlibat dalam pelaksanaan fungsi pemasaran.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain ; (1) mendeskripsikan model saluran pemasaran komoditas hortikultura yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah perbatasan Pulau

Sebatik, (2) menganalisis lembaga apa saja yang berperan dalam saluran pemasaran komoditas hortikultura di Pulau Sebatik dan (3) menganalisis fungsi pemasaran pada tiap-tiap Lembaga pemasaran yang terlibat.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di kawasan perbatasan Kecamatan Sebatik Kabupaten Nunukan dengan Tawau Sabah Malaysia. Alasan lokasi tersebut dipilih adalah sebagai berikut: (1) Kecamatan Sebatik Kabupaten Nunukan merupakan daerah strategis yang berbatasan langsung dengan Tawau Sabah Malaysia; (2) Masyarakat Kecamatan Sebatik umumnya memasarkan produk-produk pertaniannya (dalam arti luas) ke Tawau Sabah Malaysia.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode *Rapid Rural Appraisal* (RRA), yaitu suatu pendekatan partisipatif untuk mendapatkan data/informasi dan penilaian (*assessment*) secara umum di lapangan dalam waktu yang relatif pendek. Kelebihan pendekatan ini adalah dapat mencakup daerah yang luas dalam waktu relatif singkat guna memperoleh

data/informasi yang luas. Dalam metode RRA ini informasi yang dikumpulkan terbatas pada data yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan penelitian. Sebagai sumber data adalah informan kunci (*key informan*) yang sampel ditentukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Selain itu, juga dikumpulkan data kualitatif yang sumber datanya adalah dokumen peraturan perundang-undangan yang terkait dengan perdagangan antar Negara (internasional). Metode analisis yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dan analisis deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pulau Sebatik berada di bagian utara Kabupaten Nunukan, yang terletak pada koordinat antara 117°41'05" - 117°55'56" BT, dan 4°01'37" - 4°10'05" LU. Di sebelah utara berbatasan langsung dengan Negara Malaysia Timur (Sabah), sebelah barat berbatasan dengan Selat Nunukan, sebelah timur dan selatan berbatasan dengan Selat Makasar (Laut Sulawesi).



Gambar 1. Peta Pulau Sebatik

Pulau Sebatik secara administratif berada pada Kabupaten Nunukan dan terbagi menjadi lima wilayah Kecamatan yaitu Sebatik Barat, Sebatik Timur, Sebatik

Tengah, Sebatik Utara dan Sebatik Selatan. Berdasarkan data BPS (2015), diketahui jumlah penduduk di Pulau Sebatik mencapai 36.876 jiwa yang merupakan

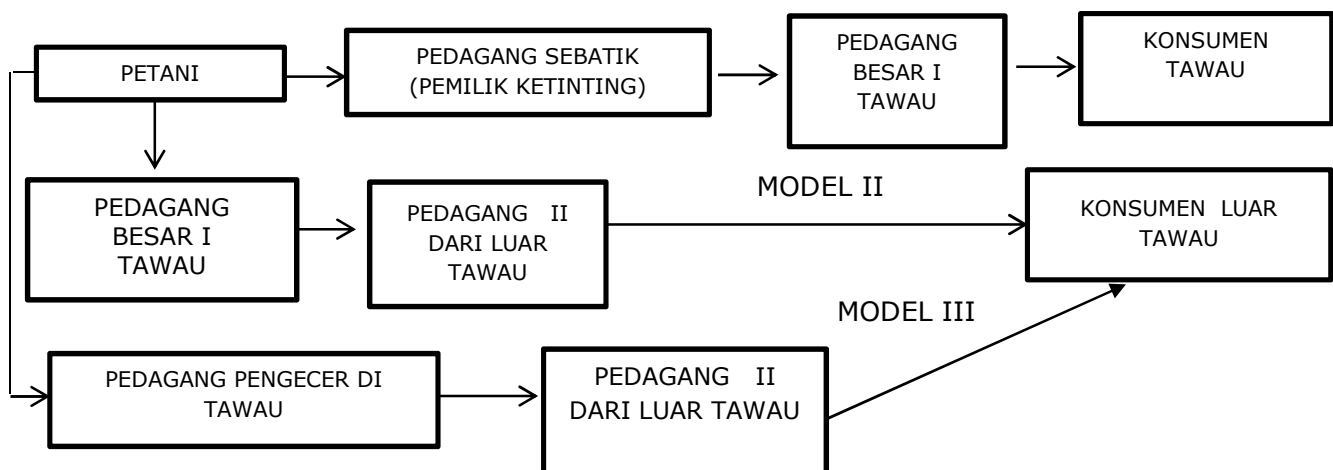
21,1% dari seluruh penduduk di Kabupaten Nunukan . Penduduk asli di Pulau Sebatik adalah etnis Tidung, namun saat ini mayoritas penduduk yang mendiaminya adalah pendatang. Pendatang tersebut rata-rata merupakan etnis Bugis, Jawa dan Timor. Hal ini terjadi karena ada migrasi penduduk baik dari Indonesia maupun eks Tenaga Kerja Indonesia (TKI) yang telah selesai kontrak kerjanya di Malaysia namun tidak ingin kembali ke kampung halamannya. Sarana dan prasarana terutama jaringan jalan di Pulau Sebatik hingga saat ini relatif terbatas Kondisi ini menyebabkan sebagian besar petani di Pulau Sebatik menjual hasil komoditi pertanian termasuk jenis hortikultura ke Tawao karena jaraknya relative dekat dan sarana transportasi laut lebih mudah dan murah jika dibandingkan menjual ke Nunukan.

a. Saluran dan Lembaga Pemasaran

Definisi saluran tataniaga adalah rangkaian lembaga tataniaga yang dilalui produk berupa barang atau jasa dengan arah penyaluran produk dari produsen ke konsumen. Setiap saluran yang berbeda akan memberikan keuntungan yang berbeda pula kepada masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga tersebut. Semakin pendek saluran tataniaga akan memberikan

keuntungan yang lebih besar terhadap produsen dibandingkan dengan saluran tataniaga yang panjang. Tempat menjual komoditi hortikultura dari Pulau Sebatik dijual di Pasar Sabindo Tawao. Harga yang berlaku adalah harga yang ditawarkan oleh pembeli dari Tawao dengan menggunakan mata uang Ringgit. Hal ini menyebabkan petani Pulau Sebatik tidak memiliki daya tawar untuk menentukan harga. Hal ini yang berpengaruh pada ketidakmampuan petani dalam meningkatkan kesejahteraannya. Namun hal ini berlangsung terus menerus karena dengan alasan:

1. Karena kebiasaan yang sudah lama dilakukan secara turun temurun untuk melakukan hubungan dagang dengan penduduk negara tetangga. Bahkan diantaranya ada yang pernah tinggal dan punya kerabat yang berada di Malaysia dan memiliki Identity Card (IC) Malaysia.
2. Faktor ekonomi (perdagangan)
3. Dari segi transportasi, jarak dan waktu ke Tawao lebih murah dan mudah dibandingkan ke Nunukan atau Tarakan.
4. Tidak ada pungutan pajak (cukai) sehingga tidak meningkatkan harga jual.



Gambar 2. Model Saluran Pemasaran Komoditas Hortikultura di Pulau Sebatik

Lembaga-lembaga tataniaga yang terdapat dalam saluran pemasaran komoditi hortikultura di Pulau Sebatik adalah sebagai berikut :

1. Pedagang Pengumpul I (Tingkat Desa Di Pulau Sebatik)
Pedagang pengumpul tingkat desa adalah orang yang membeli langsung komoditi hortikultura dari petani dan membawanya ke Tawao. Mereka membeli komoditi dalam bentuk mentah dan dilakukan dengan sistem borongan. Pedagang pengumpul yang dijadikan responden pun berprofesi sebagai pemilik perahu (ketinting) yang biasa pula digunakan sebagai alat transportasi masyarakat Pulau Sebatik (Aji Kuning dan Sungai Pancang). Sehingga hal tersebut dapat menghemat biaya transportasi.
2. Pedagang Besar I (Pedagang Di Tawao)
Pedagang pengumpul di Tawao adalah pedagang yang membeli komoditi hortikultura dari petani Sebatik. Prosedur pembeliannya adalah pedagang pengumpul bertemu dengan petani/pedagang dari Sebatik di Pasar Sabindo di Tawao setiap pagi mulai jam 06.00 – 10.00 WITE. Harga yang disepakati adalah harga yang ditawarkan pembeli dari Tawao dengan menggunakan mata uang Ringgit Malaysia.
3. Pedagang Besar II (Pedagang Luar Tawao)
Pedagang besar II adalah pembeli komoditi hortikultura di luar Tawao. Prosedur pembeliannya adalah dengan menemui Pedagang Besar di Tawao. Hal itu dilakukan agar memudahkan mendapatkan komoditi dengan standar dan jumlah yang sesuai walau dengan pertimbangan harga lebih mahal dibandingkan langsung membeli di pasar. Pedagang Besar II ini menjual komoditi ke luar Tawao, seperti Sampurna dan Loh Dato. Mereka menjual komoditi dengan cara

mengiriminya langsung kepada konsumen ataupun melayani di tempat.

4. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan pedagang yang langsung berhadapan dengan konsumen. Pedagang pengecer ini bertemu dengan petani di Pasar Sabindo di Tawao setiap pagi mulai jam 06.00 – 10.00 WITE. Harga yang disepakati adalah harga yang ditawarkan pembeli dari Tawao dengan menggunakan mata uang Ringgit Malaysia.

b. Fungsi-Fungsi Tataniaga

Tataniaga merupakan suatu proses dari pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan untuk memindahkan barang-barang atau jasa-jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga pemasaran tersebut bermacam-macam, pada prinsipnya terdapat tiga fungsi tipe fungsi pemasaran yaitu : Fungsi pertukaran (*exchange function*); fungsi fisik (*physical Function*) dan fungsi pelancar atau penyediaan fasilitas (*facilitating function*). Fungsi tataniaga dilakukan oleh lembaga tataniaga yang terlibat didalamnya namun tidak semua lembaga tataniaga melakukan fungsi-fungsinya.

1. Fungsi Pertukaran

Pada tingkatan petani hortikultura fungsi pertukaran yang dilakukan adalah fungsi penjualan. Mereka menjual hortikultura kepada pedagang lokal Pulau Sebatik , pedagang besar I dan pedagang pengecer di Kota Tawau. Sistem pembayaran yang dilakukan secara tunai. Adapun Pedagang pedagang lokal Pulau Sebatik melakukan fungsi pertukaran pembelian dan penjualan, yaitu mereka melakukan membeli produk hortikultura dari petani dan menjual kepada pedagang di Tawau. Pedagang besar I di Tawau melakukan fungsi pertukaran meliputi pembelian produk dari pedagang lokal Sebatik dan menjual kepada pedagang Besar dari luar Tawau. Pedagang Besar II

melakukan fungsi pertukaran melalui kegiatan pembelian produk dari pedagang pengecer dan pedagang besar I di Tawau dan melakukan penjualan kepada konsumen di luar Tawau. Sistem pembelian berdasarkan penaksiran harga oleh pedagang yang disesuaikan harga pasaran yang saat itu berlaku. Dalam hal ini, petani berlaku sebagai penerima harga. Sistem ini dipilih karena memudahkan proses penjualan sehingga petani akan lebih cepat menjual produknya mendapatkan uang.

2. Fungsi Pengadaan Secara Fisik

Fungsi pengadaan secara fisik meliputi pasca panen, pengangkutan dan dan penyimpanan. Fungsi pasca panen hanya dilakukan oleh petani yang meliputi proses sortasi dan grading produk. Lembaga pemasaran yang melaksanakan fungsi penyimpanan adalah pedagang besar I dan pedagang besar II, hal tersebut dilakukan jika hasil produksi hortikultura tidak semua terjual pada satu hari.

Adapun fungsi transportasi dilakukan oleh pedagang lokal di Pulau Sebatik, pedagang besar I di Tawau dan Pedagang Besar II dari luar Tawau. Apabila fungsi ini dapat dilaksanakan tepat waktu maka dapat mempunyai nilai waktu atas produk serta meminimalisasi risiko kerugian akibat buah yang busuk atau rusak selama proses pendistribusian. Sampainya produk dari produsen hingga ke tangan konsumen dikarenakan adanya transportasi. Alat transportasi yang digunakan adalah ketinting (perahu) bagi pedagang lokal Sebatik dan mobil bagi pedagang besar I dan II.

3. Fungsi Pelancar

Fungsi pelancar meliputi permodalnya, informasi (pasar dan harga) dan penanggungungan risiko.

a. Pembiayaan

Modal merupakan salah satu faktor produksi yang diperlukan oleh petani maupun pedagang untuk melaksanakan usahatani. Bagi petani, modal diperlukan untuk membeli sarana produksi seperti bibit, pupuk, pestisida dan peralatan pendukung lainnya. Sumber modal (pembiayaan) usaha diperoleh dari modal sendiri. Kondisi ini menjadi kendala bagi petani dalam upaya pengembangan usahatani.

b. Informasi Harga

Dalam setiap proses tataniaga setiap lembaga yang terlibat di dalamnya memerlukan informasi pasar dan harga. Informasi pasar diperlukan oleh mereka untuk mengetahui tentang kondisi pasar, lokasi, jenis mutu, waktu dan harga pasar. Petani komoditas hortikultura di Pulau Sebatik tidak melakukan fungsi fasilitas berupa informasi pasar dan harga. Seluruh informasi pasar dan harga dimiliki oleh pedagang lokal, pedagang I dan II. Berapapun harga yang berlaku, tidak mempengaruhi proses penjualan komoditas hortikultura oleh petani. Kondisi ini dikarenakan pertimbangan bahwa komoditas hortikultura harus segera dijual agar tidak rusak dan dapat memberikan pendapatan bagi petani. Apabila kondisi harga di pasaran meningkat, maka keuntungan petani akan meningkat. Sebaliknya jika harga yang terjadi anjlok atau mengalami penurunan, maka mereka akan mengalami kerugian. Untung ataupun rugi keduanya merupakan risiko yang harus diterima oleh petani. Harga yang terjadi diantara petani dan pedagang adalah hasil dari tawar menawar diantara dua belah pihak. Namun seringkali petani berlaku sebagai pihak yang menerima harga (*price taker*) yang ditetapkan oleh

pedagang pengumpul maupun pedagang besar daerah. Adapun di tingkat pedagang lokal dan pedagan besar informasi pasar dan harga sangat diperlukan. Informasi pasar diperlukan untuk mengetahui secara pasti mengenai kapan musim panen terjadi dan dimana lokasi panen, sehingga dari informasi tersebut jauh hari sebelumnya pedagang desa akan mempersiapkan segala sesuatunya untuk mendatangi petani di daerah yang sedang panen.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini antara lain :

1. Terdapat tiga model saluran pemasaran dalam tataniaga komoditas hortikultura di Pulau Sebatik.
2. Terdapat empat Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran komoditas hortikultura di Pulau Sebatik yaitu pedagang lokal di Pulau Sebatik, pedagang pengecer dan pedagang besar I di Tawau serta pedagang besar II dari luar Tawau.
3. Seluruh Lembaga pemasaran melaksanakan tiga fungsi pemasaran yang meliputi fungsi pertukaran, fisik dan penunjang.

DAFTAR PUSTAKA

BPS, 2015. Nunukan Dalam Angka. Nunukan. BPS

Firdaus, M, 2008. Manajemen Agribisnis. Jakarta. Bumi Aksara.

Hidayanto M, Supiandi S, Yahya S dan Amien LI. 2009. Analisis keberlanjutan perkebunan Kakao rakyat di kawasan perbatasan Pulau Sebatik, Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Agroekonomi*: 27 (2): 213 - 229.

Hastuti EL. 2012. Kelembagaan Pemasaran dan Kemitraan Komoditi Sayuran Kasus di Desa-Desa di Jawa Tengah dan Sumatera Utara. Bogor: Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian.

Indratno, I, 2009. Strategi Pengembangan Kawasan Perbatasan Negara Indonesia :Kawasan Pengembangan Ekonomi (KPE) Jasa Kabupaten Sintang. Program Studi Perencanaan Wilayah Kota. Univ. Islam Bandung.

Kartodihardjo, H dan Jhamtani, H, 2006. Globalisasi dan Neoliberalisme: Pengaruh dan Dampaknya Bagi Demokratisasi Indonesia. Yogyakarta. Logung Pustaka.

Koentjaraningrat, 1990. Sejarah dan Teori Antropologi. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta.

North, Douglass, 1990. Political Economy Of Institutions And Decisions. Cambridge. Cambridge University Press.

Ostrom, E, 2003. How Type Of Goods And Property Right Jointly Affect Collective Action. *Journal Of Theoretical Politics*. Vol.15 No.3. 239-270.

Perherti, 2008. Manajemen Rantai Pasoka Produk Hortikultura Berkualitas. Bogor. PERHORTI.

PKAI-LAN, 2004. Kajian Manajemen Wilayah Perbatasan Negara. Jakarta. LAN Press.

Rachbini, J, 2006. Ekonomi Politik dan Kebijakan Publik. Jakarta. PT.Grasindo.

Rushadi, 2001. Pergeseran Menuju Paradigma Baru Pengembangan Wilayah. Makalah Disampaikan Pada Forum Diskusi Pengembangan

Metode Pusat Penelitian dan Pengembangan Ketenagakerjaan dan Ketransmigrasian. Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi.
Schmid, Afret, 2004. Property Public and Power Choice. New York. Greenwood Press.Inc.

Siregar CN. 2008. Analisis potensi daerah pulau-pulau terpencil dalam rangka meningkatkan ketahanan, keamanan nasional, dan keutuhan wilayah NKRI di Nunukan–Kalimantan Timur. Jurnal Sositologi 13: 345 – 368.