



FUNGSI PEMASARAN LADA PUTIH DI CV. INDO BAKTI MAKMUR DESA KAMPUNG DUL KECAMATAN PANGKALAN KABUPATEN BANGKA TENGAH

Yulia¹

¹Universitas Bangka Belitung

Email: yuliaubb@gmail.com

Abstract

White pepper is one of the most important types of spices among other spices both in terms of its role in donating foreign exchange and in terms of its very distinctive uses and can not be replaced with other spices.

This study aims to identify the marketing functions of white pepper in CV.Indo Bakti Makmur. Research methods used case study methods. Data analysis using qualitative descriptive methods. The results showed that the marketing functions in CV.Indo Bakti Makmur is divided into three main functions, namely the first exchange function in which there is a purchase function and sales function, then the second physical function, in which there is a storage function, transportation function, and physical form change function then the third is the function of the provider of facilities in which there is a function about market information, risk management, and the process of standardization or grading.

Keywords: Marketing Function, White Pepper

Abstrak

Lada putih merupakan salah satu jenis rempah yang paling penting diantara rempah-rempah lainnya baik ditinjau dari segi perannya dalam menyumbangkan devisa negara maupun dari segi kegunaannya yang sangat khas dan tidak dapat digantikan dengan rempah lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi fungsi-fungsi pemasaran lada putih di CV.Indo Bakti Makmur. Metode penelitian yang digunakan metode studi kasus. Analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi-fungsi pemasaran yang ada di CV.Indo Bakti Makmur ini yaitu terbagi menjadi tiga fungsi utama yaitu yang pertama fungsi pertukaran yang didalamnya terdapat fungsi pembelian dan fungsi penjualan, kemudian yang kedua fungsi fisik, yang didalamnya terdapat fungsi penyimpanan, fungsi transportasi, dan fungsi perubahan wujud fisik kemudian yang ketiga yaitu fungsi penyedia sarana yang didalamnya terdapat fungsi mengenai informasi pasar, penanggulangan resiko, dan proses standarisasi atau grading.

Kata kunci: Fungsi Pemasaran, Lada putih

PENDAHULUAN

Lada (*Piper nigrum*) merupakan salah satu jenis rempah yang paling penting diantara rempah-rempah lainnya (*King of Spices*) baik ditinjau dari segi perannya dalam menyumbangkan devisa negara maupun dari segi kegunaannya yang sangat khas dan tidak dapat digantikan dengan rempah lainnya (Anindita, 2014).

Indonesia merupakan salah satu produsen dan eksportir lada (*Piper nigrum L*) terbesar di dunia dan sekitar $\pm 90\%$ dari produksinya ditujukan lada Indonesia terhadap pasar dunia cenderung mengalami penurunan dengan laju berturut-turut 9,2% dan 15,5%. (Bahtera, Purwasih and Yulia, 2020) Produksi lada putih Indonesia sejumlah 40.000 ton adalah nomor

satu di dunia dengan pangsa pasar 37% pada 2017. Sedangkan Vietnam memproduksi lada putih sebanyak 25 ribu ton.

Sejak lama Kepulauan Bangka Belitung terkenal sebagai penghasil lada putih atau *Muntok White Papper* kelas dunia. Lada putih menjadi salah satu komoditas perkebunan, sebagai sumber devisa negara, penyedia lapangan kerja dan pemenuhan bahan baku industri nasional dan internasional. Komite Ekonomi dan Industri Nasional Republik Indonesia (KEINRI) menyebut mutu lada putih Provinsi Kepulauan Bangka Belitung merupakan yang terbaik di dunia, sehingga peningkatan produksinya perlu terus didorong untuk meningkatkan kesejahteraan petani.

Kabupaten Bangka Tengah merupakan salah satu kabupaten penghasil produksi lada putih (*Muntok White Paper*) terbesar di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Kabupaten Bangka Tengah sendiri mempunyai luas lahan yang cukup besar dalam memproduksi lada putih yakni sebesar 2.528 hektare. Meskipun yang kita ketahui bahwa saat ini produksi lada putih di Kabupaten Bangka Tengah merosot karena dampak cuaca ekstrem yang membuat buah lada rontok sebelum masa panen tiba. Dimana dalam kondisi normal satu batang bisa memproduksi buah lada mencapai satu kilogram namun dengan kondisi buah yang banyak rontok hanya bisa memproduksi 0,5 kilogram per batang lada (Yulia, Bahtera and Saputra, 2019).

Menurut (Mursid, 2015), mengatakan bahwa Aktivitas pemasaran ini sangatlah penting bagi suatu organisasi atau perusahaan begitu juga pada CV.Indo Bakti Makmur yang beralamat di Desa Kampung Dul Kecamatan Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah. Dimana CV.Indo Bakti Makmur ini merupakan suatu badan usaha yang bergerak dalam bidang proses penyortiran lada putih (*Muntok White Paper*) yang kemudian untuk dilakukan kegiatan ekspor melalui beberapa proses seperti kegiatan pembersihan lada putih dari kotoran-kotoran seperti : tanah, ranting kayu dan daun dengan menggunakan teknologi mesin pengayak kemudian barulah lada putih tersebut di kemas menggunakan karung yang berukuran 25 dan 50 kg, untuk disimpan terlebih dahulu sebelum dilakukan kegiatan ekspor (Husein, 2013) .

Adapun kendala yang dihadapi oleh CV.INDO BAKTI MAKMUR yaitu kurang berjalannya fungsi serta saluran pemasaran yang ada pada CV nya tersebut. Misalnya salah satunya adalah kekurangan stok pemasokan lada putih (*Muntok White Paper*) dari petani yang ada di Kabupaten Bangka Tengah ke tempatnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Tanaman lada (*Piper nigrum L*) merupakan rempah-rempah yang terpenting dan tertua di dunia. Tanaman ini termasuk famili Piperaceae, yang terdiri dari lebih kurang 12 genus. Lada atau yang sering disebut merica memiliki nama ilmiah (*Piper nigrum L*) adalah salah satu rempah yang berbentuk biji-bijian kecil (Yulia, Bahtera and Saputra, 2019).

Tumbuhan lada dapat tumbuh di daerah yang memiliki iklim tropis dengan curah hujan yang cukup sepanjang tahunnya. Lada dapat tumbuh subur pada ketinggian dibawah 600 mdpl dengan curah hujan antar 2.200 mm hingga 5.000 mm per tahunnya dengan suhu berkisar antara 20⁰ C hingga 35⁰ C. Selain itu, lada membutuhkan kelembaban udara antara 60% hingga 93% dengan Ph tanah berkisar antara 6 hingga 7 dengan drainase yang baik dan dihindarkan dari genangan air karena dapat membuat akarnya membusuk terutama untuk tanaman muda.

Lada putih atau merica disebut oleh orang Bangka Belitung dengan Sahang. Tanaman lada hanya berumur sekitar 6 atau 7 tahun saja. Tanaman ini berdaun tunggal dengan batang yang berbuku-buku dan tumbuh merambat. Oleh karena itu, diperlukan tiang untuk tempat merambat lada, yang biasanya disebut dengan junjung.

Lada hitam (*Piper nigrum*) yaitu jenis tanaman merambat dalam keluarga Piperaceae. Buah yang dikenal sebagai lada kering, berukuran diameter sekitar 5 mm. Biji merica, dan merica bubuk bersal dari pengkilangan buah lada kering.

Klasifikasi Tanaman Lada (*Piper nigrum L.*)

Kingdom : Plantae (Tumbuhan)
Subkingdom : Tracheobionta (Tumbuhan berpembuluh)
Super Divisi : Spermatophyta (Menghasilkan biji)
Divisi : Magnoliophyta (Tumbuhan berbunga)
Kelas : Magnoliopsida (berkeping dua/dikotil)
Sub Kelas : Magnoliidae Ordo : Piperales
Famili : Piperaceae (suku sirih-sirihan)
Genus : Piper L
Spesies : Piper nigrum L

Fungsi-Fungsi Pemasaran

3 Fungsi manajemen pemasaran :

1. Fungsi Pertukaran

Konsep pertukaran berkaitan dengan pemindahan (pengalihan) kepemilikan barang dari satu pihak ke pihak lain dalam suatu sistem pemasaran.

2. Fungsi Fisik

Fungsi fisik pada fungsi manajemen pemasaran fokus pada kegunaan waktu, lokasi, dan bentuk.

Menurut (Anindita, 2014) Fungsi fisik ini mencakup aktivitas *handling* (perlakuan), pengangkutan (pemindahan), penyimpanan dan perubahan fisik produk sebagai berikut :

a. *Storage Function* (Dimensi Waktu)

Fungsi penyimpanan merupakan aktivitas yang bertujuan agar produk tersedia dalam volume transaksi yang memadai pada waktu yang diinginkan. Ada beberapa tipe penyimpanan berdasarkan motivasi atau alasan dilakukannya penyimpanan, yaitu:

1. *Seasonal stocks*: ada sejumlah produk pertanian yang proses konsumsinya dilakukan sepanjang tahun namun periode panennya relatif pendek, contoh bawang putih.
2. *Carryover stocks*: hal ini dilakukan untuk produk pertanian yang tersedia sepanjang tahun namun level produktivitasnya fluktuatif, contohnya telur dan daging ayam.
3. *Speculative stocks*: jenis penyimpanan ini dilakukan untuk produk-produk pertanian yang pola permintaannya sepanjang tahun berbeda.

b. *Transportation function* (Dimensi ruang)

Tujuan utama transportasi adalah untuk memberikan nilai guna tempat pada suatu produk dengan memindahkannya dari sentra produksi ke sentra konsumsi.

c. *Processing Function*

Karena pada umumnya harga produk semakin mahal seiring dengan semakin tingginya kualitas dan ukuran produk, maka produsen dan penjual berusaha untuk tidak memasarkan produk dengan ukuran terkecil dan kualitas terendah agar dapat menutup biaya pemasaran.

3. Fungsi Penyediaan Sarana

Fungsi penyediaan sarana adalah segala kegiatan yang mampu memperlancar kegiatan operasional pemasaran.

Beberapa fungsi penyediaan sarana adalah sebagai berikut :

- a. Informasi Pasar
- b. Penanggulangan Resiko
- c. Standarisasi dan Grading

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di CV.Indo Bakti Makmur di Kampung Dul Kecamatan Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah. Waktu pelaksanaan kuliah lapangan ini selama 30 hari kalender, dimulai sejak tanggal 1 Juli hingga 31 Juli 2020. Metode pengumpulan data

dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Untuk metode pengolahan data dan analisis menggunakan deskriptif kualitatif, dimana metode deskriptif kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata bukan dalam bentuk angka (Sugiyono, 2010). Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan penelitian (transkrip) (Nawawi, 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Usaha

CV.Indo Bakti Makmur merupakan suatu badan usaha yang bergerak dalam bidang proses penyortiran lada putih (*Muntok White Paper*) yang kemudian untuk dilakukan kegiatan ekspor yang ada di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Awal mula berdirinya perusahaan yaitu karena mengingat bahwa provinsi Kepulauan Bangka Belitung merupakan salah satu penghasil lada terbesar di Indonesia khususnya lada putih (*Muntok White Paper*).Anindita, R. (2014) *Pemasaran Hasil Pertanian*. surabaya: Papyrus.

Bahtera, N. I., Purwasih, R. and Yulia, Y. (2020) ‘Characteristics of Red Chili Pepper Smallholders and the Determinants of’, *International Journal of Business and Economy*, 2(1), pp. 1–9.

Husein, U. (2013) *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.

Mursid, M. (2015) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

Nawawi, H. (2003) ‘Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif’, in. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Pandji. (2017) *Pengantar Bisnis : Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka cipta.

Sugiono. (2012) *Konsep Sistem Pemasaran*. Jakarta: salemba empat.

Sugiyono (2010) ‘Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D’, in. Bandung: Alfabeta.

Sutarjo (2011) *Konsep Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.

Yulia, Y., Bahtera, N. I. and Saputra, H. M. (2019) ‘Karakteristik dan Keragaman Input Produksi Usahatani Lada Putih (Muntok White Pepper) di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung’, *Agromix*, 10(2), pp. 67–84. doi: 10.35891/agx.v10i2.1609.

Gambaran Umum Tanaman Lada

Lada atau yang biasa disebut dengan sahang oleh masyarakat bangka belitung merupakan salah satu tanaman khas dari bangka yang hampir seluruh masyarakat membudidayakan tanaman tersebut (*Muntok White Paper*) (Yulia, Bahtera and Saputra, 2019).

Adapun tahap-tahap budidaya tanaman lada putih (*Muntok White Paper*) yang benar dan syarat tumbuh lada sampai proses pemanenan :

1. Tanah

Jenis tanah cocok untuk lada adalah jenis tanah seperti Andisol, Vertisol, Alfisol, Oxisol dan banyak mengandung zat unsur hara.

2. Ketinggian tempat

Tanaman lada dapat tumbuh dengan subur didaerah yang memiliki ketinggian 0-500 dpl.

3. Iklim

Tanaman lada dapat tumbuh dengan subur pada daerah yang memiliki kelembaban antara 200 C sampai 340 C.

Cara menanam lada *step by step* di bawah ini (Husein, 2013)

1. Pemilihan bibit lada unggulan

Tahap pertama dalam proses cara menanam lada adalah pemilihan bibit unggulan, dengan menggunakan bibit yang memiliki kualitas baik maka hasil buah nantinya akan baik juga.

Adapun ciri-ciri bibit lada yang unggulan :

- a. Pertumbuhan bibit seragam
- b. Tahan saat dipindah
- c. Proses pertumbuhan cepat

2. Pengolahan lahan tanaman lada

Cara menanam lada selanjutnya adalah pengolahan lahan tanam meskipun sebenarnya anda bisa menggunakan polybag langsung tapi dalam penggunaan polybag jumlah tanaman terbatas.

Adapun cara pengolahan lahan tanam lada *step by step* yaitu :

- a. Persiapkan lokasi lahan yang sudah memenuhi persyaratan tumbuh tanaman lada diatas, setelah itu siapkan alat dan bahan yang akan digunakan untuk pengolahan tanam berupa cangkul, sabit, tanah humus, pupuk dan kandang kering.
- b. Selanjutnya bersihkan lahan dari hama pengganggu baik rumput atau tanaman yang tidak berguna lainnya.

- c. Setelah lahan bersih, lakukan penggemburan tanah dengan mencangkul berkedalaman 40 cm dalam proses ini anda bisa menambahkan tanah humus dan pupuk kandang agar tanah lebih kaya akan unsur hara (biarkan selama 7 hari).
- d. Setelah lahan dibiarkan selama 1 minggu anda bisa melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu pembuatan bedengan dengan ukuran lebar 135-140 cm, ketinggian 50 cm, panjang sesuaikan dengan kondisi lahan serta buat drainase disekitar bedengan agar proses pengaliran air lancar.
- e. Tahap terakhir buatlah lubang yang akan digunakan untuk penanam bibit lada yang sudah disiapkan sebelumnya dengan jarak 40 cm antar lubang.

3. Proses Penanam Lada

Penanam lada dilakukan jika bibit sudah berumur cukup serta memang benar-benar siap ditanam, karena jika bibit dipindahkan dalam waktu yang tidak tepat potensi kematiannya akan tinggi.

4. Proses Perawatan Tanaman Lada

Perawatan tanaman lada dilakukan agar buah yang dihasilkan melimpah atau banyak, sehingga para petani bisa mengalami untung yang banyak saat memasarkannya. Berikut beberapa perawatan lada yaitu :

- a. Pembuatan sulur
- b. Penyiangan
- c. Pemupukan susulan

5. Proses panen

Tanaman lada yang siap dipanen biasanya berumur 6-7 bulan dari waktu awal penanam lada serta buah sudah berwarna hijau tua. Selain itu anda juga bisa mengecek buah lada siap dipanen atau belum dengan cara memijit buah sudah keras/masih lunak (Pandji., 2017).

Fungsi-fungsi Pemasaran

Adapun fungsi-fungsi pemasaran yang ada pada CV. Indo Bakti Makmur terdiri dari 3 fungsi utama, yaitu:

1. Fungsi Pertukaran

Konsep pertukaran berkaitan dengan pemindahan (pengalihan) kepemilikan barang dari satu pihak ke pihak lain dalam suatu sistem pemasaran (Sugiono., 2012). Adapun fungsi pertukaran pada manajemen pemasaran dibagi menjadi 2 macam yaitu :

- a. Fungsi Pembelian

Fungsi pembelian adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh produk baik barang atau jasa dengan kualitas dan jumlah yang diperlukan sebagai persediaan dalam memenuhi kebutuhan para konsumen/pembeli. Adapun alasan mengapa pembelian lada putih hanya pada tiga desa tersebut yaitu mengingat bahwa Bapak Hendri sudah memiliki langganan tetap (pedagang pengepul lada desa) pada masing-masing desa tersebut, yang dapat menghubunginya apabila pada saat musim panen tiba.

b. Fungsi Penjualan

Dalam proses ini pada saat pembelian lada putih dari petani Bapak Hendri sendiri biasanya sudah mencari kontak orang-orang yang dapat menghubunginya (perantara) ketika musim panen tiba.

2. Fungsi Fisik

Fungsi fisik pada fungsi manajemen pemasaran fokus pada kegunaan waktu, lokasi, dan bentuk (Sutarjo, 2011). Fungsi fisik ini mencakup aktivitas *handling* (perlakuan), pengangkutan (pemindahan), penyimpanan dan perubahan fisik produk sebagai berikut :

- a. *Storage function* : fungsi penyimpanan merupakan aktivitas yang bertujuan agar produk tersedia dalam volume transaksi yang memadai pada waktu yang diinginkan. Pada proses ini biasanya CV.Indo Bakti Makmur ini sendiri melakukan kegiatan penyimpanan atau penampungan lada putih dalam suatu gudang, lada putih disimpan terlebih dahulu dalam jangka waktu yang tidak tentu atau tergantung dengan jumlah permintaan dari konsumen.
- b. *Transportation function* : kegiatan bongkar dan muat termasuk dalam fungsi transportasi. Pada proses pengangkutan lada dari petani ke CV sendiri menggunakan alat transportasi yaitu satu kendaraan mobil truck dalam satu kali angkutan.
- c. *Processing function* : fungsi ini dicirikan oleh adanya perubahan wujud fisik produk. Pada CV.Indo Bakti Makmur sendiri pada saat proses sebelum melakukan kegiatan ekspor lada putih (*Muntok White Paper*) yang telah melalui proses sortasi sebelumnya, yang kemudian barulah untuk dilakukan proses pengemasan.

3. Fungsi Penyediaan Sarana

Fungsi penyediaan sarana adalah segala kegiatan yang mampu memperlancar kegiatan operasional pemasaran (Mursid, 2015)

KESIMPULAN

Adapun Fungsi-fungsi pemasaran yang ada di CV. Indo Bakti Makmur ini yaitu terbagi menjadi tiga fungsi utama yaitu yang pertama fungsi pertukaran yang didalamnya terdapat fungsi pembelian dan fungsi penjualan, kemudian yang kedua fungsi fisik, yang didalamnya terdapat fungsi penyimpanan (*Storage function*) fungsi transportasi (*Transportation function*) dan fungsi perubahan wujud fisik (*Processing function*) kemudian yang ketiga yaitu fungsi penyedia sarana yang didalamnya terdapat fungsi mengenai informasi pasar, penanggulangan resiko, dan proses standarisasi atau grading.

REFERENCES

- Anindita, R. (2014) *Pemasaran Hasil Pertanian*. Surabaya: Papyrus.
- Bahtera, N. I., Purwasih, R. and Yulia, Y. (2020) 'Characteristics of Red Chili Pepper Smallholders and the Determinants of', *International Journal of Business and Economy*, 2(1), pp. 1–9.
- Husein, U. (2013) *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Mursid, M. (2015) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawawi, H. (2003) 'Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif', in. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Pandji. (2017) *Pengantar Bisnis : Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka cipta.
- Sugiono. (2012) *Konsep Sistem Pemasaran*. Jakarta: salemba empat.
- Sugiyono (2010) 'Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D', in. Bandung: Alfabeta.
- Sutarjo (2011) *Konsep Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Yulia, Y., Bahtera, N. I. and Saputra, H. M. (2019) 'Karakteristik dan Keragaman Input Produksi Usahatani Lada Putih (Muntok White Pepper) di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung', *Agromix*, 10(2), pp. 67–84. doi: 10.35891/agx.v10i2.1609.