

## EFISIENSI SALURAN TATANIAGA ASPARAGUS DI PT AABB LEMBANG BANDUNG

Ayu Catur Agustina

<sup>1</sup>Ayu Catur Agustina, <sup>2</sup>Analianasari, <sup>3</sup>Teguh Budi Trisnanto  
<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis, <sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Lampung  
Jl. Soekarno-Hatta No. 10 Rajabasa Bandar Lampung  
Telp (0721) 703995, Fax: (90721) 787309  
email : ayucaturagustina643@gmail.co.id  
email<sup>2</sup> : analianasari@polinela.ac.id  
email<sup>3</sup> : tbtrisnanto@polinela.ac.id

### ABSTRACT

*PT AABB is an agricultural institution that has commodities that are quite popular with consumers, namely asparagus. The number of institutions involved in the trading process will greatly affect prices in the hands of consumers. It is necessary to do business efficiency in agricultural products. The purpose of writing the final assignment: 1) to identify the asparagus trading channel, and 2) to analyze the asparagus trading efficiency to find out the trading system from the producer to the consumer's hand. The method used is descriptive and quantitative in this final project. The data used are primary data and secondary data. Based on the calculation shows the results that the efficient channels are 1) Channel 3 [Farmers - PT AABB - Hypermart (Supermarket) - End Consumers], 2) The trading margin value is Rp 79,110 / Pack, and the Farmer's share value is Rp 51.25 percent, while the value of profit and cost ratios, states that there is even distribution of profits because the results show that the resulting value is more than 0 (> 0).*

Keywords: Efficiency, Asparagus, Technical Channel

### ABSTRAK

PT AABB merupakan lembaga pertanian yang mempunyai komoditas cukup digemari oleh konsumen yaitu asparagus. Banyaknya sejumlah lembaga yang terkait dalam proses tataniaga akan sangat mempengaruhi harga di tangan konsumen. Perlu dilakukan Efisiensi tataniaga pada produk-produk hasil pertanian. Tujuan penulisan tugas akhir: 1) mengidentifikasi saluran tataniaga asparagus, dan 2) menganalisis efisiensi tataniaga asparagus untuk mengetahui tataniaga dari produsen ke tangan konsumen. Metode yang di gunakan yaitu deskriptif dan kuantitatif dalam tugas akhir ini. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Berdasarkan perhitungan menunjukkan hasil bahwa saluran yang efisien adalah 1) Saluran 3 [Petani – PT AABB – Hypermart (Supermarket) – Konsumen Akhir], 2) Nilai margin tataniaga sebesar Rp 79.110/Pack, dan nilai Farmer's share sebesar Rp 51,25 persen, sedangkan nilai rasio keuntungan dan biaya, menyatakan adanya persebaran keuntungan yang merata karena hasilnya menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan lebih dari 0 (>0).

**Kata kunci :** Efisiensi, Asparagus, Saluran Tataniaga

## PENDAHULUAN

PT AABB adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan (*trading*) sebagai pemasok sayur-mayur untuk supermarket (Carrefour dan Hypemart) dengan cara membeli produk sayur-mayur dari *supplier* (dari para petani). Ruang lingkup usaha PT AABB fokus pada penanganan pasca panen dalam bentuk Kemitraan dengan kelompok tani sebagai salah satu cara dalam melakukan pengadaan barang. Tataniaga merupakan ilmu ekonomi pertanian yang fokus pada bagaimana setiap pihak yang terlibat dalam saluran tataniaga mendapatkan pembagaian keuntungan yang adil. Saluran tataniaga merupakan serangkaian lembaga melakukan semua fungsi produk dan status dalam proses penyaluran (Aji, 2017). PT AABB menjadikan asparagus sebagai salah satu komoditas sayuran yang cukup di gemari oleh konsumen, namun asparagus bukan komoditas utama karena asparagus merupakan sayuran langka yang belum banyak petani membudidayakan asparagus di wilayah lembang, data permintaan konsumen. Kemudian dengan adanya hal tersebut, harga asparagus cukup mahal untuk seharga sayuran pada umumnya sekitar Rp. 150.000 – Rp 160.000/Pack, namun dengan

harga yang mahal tersebut sesuai dengan keunggulan komposisi gizi yang banyak. Asparagus adalah salah satu komoditas dalam perusahaan yang mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Pihak yang terlibat yaitu Tino dan Yanti sebagai pemasok dalam saluran pemasaran komoditi asparagus, dan menimbulkan terjadinya margin yang berbeda pada setiap toko dan pasar modern, dan perbedaan harga yang terjadi pada setiap toko dan pasar modern yang telah menyalurkannya. Perbedaan harga tersebut dapat mempengaruhi pendapatan pada masing – masing pihak atau perusahaan yang telah terberlibat didalamnya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan pengkajian mengenai saluran pemasaran, margin tataniaga, *farmer's share* serta rasio keuntungan dan biaya untuk mengetahui tingkat efisiensi pada saluran tataniaga yang terkait.

## Tujuan

Mengidentifikasi saluran tataniaga asparagus, dan menganalisis efisiensi tataniaga asparagus untuk mengetahui tataniaga dari produsen ke tangan konsumen akhir.

## Metodologi Pelaksanaan

Metode data yang digunakan untuk pengkajian penulisan adalah :

a) Data primer

Data primer yaitu data yang didapatkan langsung dari beberapa sumber data. Data primer dalam penyusunan laporan tugas akhir ini diperoleh dengan mewawancarai secara langsung kepada Petani, *Supplier*, dan Karyawan PT AABB, dan kemudian melakukan *survey* lapang, dan observasi. Observasi dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung proses penanganan pasca panen di PT AABB mulai dari penerimaan asparagus sampai dengan proses produksi (sortasi, grading, pengemasan) serta pengangkutan ke Toko atau Supermarket. Survei lapang dilakukan dengan cara berkunjung langsung ke pasar tujuan perusahaan untuk mengetahui harga jual masing-masing supermarket yang berbeda kekonsumen.

b) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapatkan secara tidak langsung, yaitu berupa bukti, catatan, data kirim dan order asparagus atau laporan historis. Data sekunder juga diperoleh dari buku literatur yang dapat mendukung materi dalam penyusunan laporan tugas akhir.

**Metode Analisa Data**

**1. Analisa Saluran Tataniaga**

Tataniaga atau saluran pemasaran ini dapat diidentifikasi dengan skema atau tataniaga asparagus melalui saluran pemasaran. Analisa yang dilakukan yaitu dengan analisa secara deskriptif.

**2. Analisa Efisiensi Tataniaga**

1. Margin Tataniaga

Margin tataniaga adalah perbedaan harga antara lembaga pemasaran. Margin pemasaran dan keuntungan perusahaan. Besarnya margin pemasaran pada dasarnya merupakan tambahan dari biaya- biaya pemasaran dan keuntungan yang didapatkan lembaga pemasaran. Aziz (2013) Secara sistematis, margin tataniaga dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi} \quad (1)$$

$$M_{ji} = b_{ti} - \mu_i \quad (2)$$

$$\mu_i = M_{ji} - b_{ti} \quad (3)$$

Keterangan :

$M_{ji}$  = Margin lembaga tataniaga tingkat ke-i

$P_{si}$  = Harga penjualan lembaga tataniaga tingkat ke-i

$P_{bi}$  = Harga pembeian lembaga tataniaga tingkat ke-i

$\mu_i$  = Keuntungan lembaga tataniaga tingkat ke-i

2. Farmer's share

Farmer's share rumus yang digunakan sebagai berikut :

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

Keterangan :

Sp = Farmer's share

Pf = Harga tingkat petani

Pr = Harga tingkat konsumen

(Dinar, 2017)

### 3. Rasio keuntungan dan Biaya

Berikut merupakan rumus Rasio Keuntungan dan Biaya (R/C):

**Rasio Keuntungan (%) =**

$$\frac{\text{Keuntungan } (\pi_i)}{\text{Biaya Pemasaran } (Ci)} \times 100\%$$

Keterangan :

$\pi_i$  = Keuntungan pemasaran pada tingkat lembaga ke-i

$C_i$  = Biaya pemasaran pada tingkat ke-i.

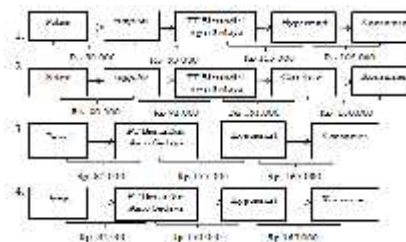
(Jumiati dalam Aji, 2017).

## Hasil dan pembahasan

### Saluran Tataniaga

Saluran tataniaga adalah suatu aktivitas bisnis dalam membantu menyampaikan produk dari petani sampai konsumen akhir melalui lembaga – lembaga yang tataniaga (Soekartawi dalam Salmiah, 2017). PT AABB adalah lembaga tataniaga yang bergerak dibidang produk pertanian (*agrotrading*) yang mempunyai kegiatan yaitu penangan pasca panen. PT AABB memasarkan produknya keberbagai

supermarket khususnya pada Carrefour dan Hypermart di wilayah Bandung dan Jakarta. PT AABB melakukan kegiatan pengadaan bahan baku dan kemudian menjual produk ke konsumen akhir, dengan melibatkan banyak pihak atau lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran yang saling berhubungan di dalam kegiatan yang dilakukan tersebut akan membentuk sebuah saluran tataniaga



Gambar 1. Saluran tataniaga

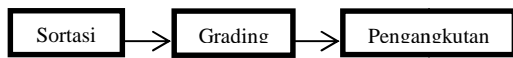
Berdasarkan gambar di atas, terdapat 4 saluran tataniaga asparagus, yaitu :

- 1) Petani – Pemasok – PT ABBB– Hypermart (Supermarket) – Konsumen Akhir.
- 2) Petani – Pemasok – PT ABBB – Carrefour (Supermarket) – Konsumen Akhir.
- 3) Petani – PT ABBB – Hypermart (Supermarket) – Konsumen Akhir.
- 4) Petani – PT ABBB– Carrefour (Supermarket) – Konsumen Akhir.

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran tataniaga asparagus:

1. Petani

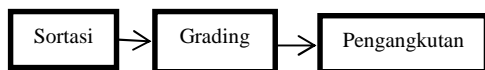
PT AABB melakukan kerja sama dengan petani asparagus bernama bapak Agus dan bapak Yadi dan tergabung dalam kelompok asparagus yang melakukan kegiatan perlakuan khusus pada Asparagus seperti, Sortasi, grading, dan pengangkutan.



Gambar 2. Alur kegiatan asparagus oleh petani

2. Pemasok

PT AABB melakukan kerja sama dengan pemasok asparagus bernama bapak Tino dan ibu Yanti yang melakukan kegiatan perlakuan khusus pada Asparagus seperti, Sortasi, grading, dan pengangkutan.

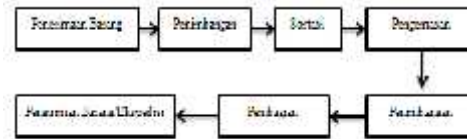


Gambar 3. Alur kegiatan asparagus oleh pemasok

3. PT AABB

PT AABB dapat terpenuhi pengadaan bahan bakunya karena, adanya kontrak kerja sama terlebih dahulu dengan *supplier* untuk memenuhi pemesanan asparagus ke perusahaan. Bahan baku yang

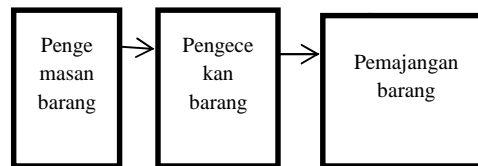
telah dikirim *supplier* ke perusahaan akan menerima perlakuan khusus untuk menambah nilai barang tersebut yaitu dengan melakukan penanganan pasca panen.



Gambar 4. Alur proses produksi asparagus di PT AABB

4. Supermarket

Supermarket (Hypermart dan carrefour) merupakan supermarket yang sering memesan asparagus di PT AABB setiap harinya dengan jumlah yang tidak sedikit.



Gambar 4. Alur asparagus di supermarket

5. Konsumen akhir

Produk sayuran yang mempunyai harga tinggi yaitu sayuran asparagus dengan harga yang tinggi sebesar Rp 160.000/Pack. Harga sayuran yang sangat tinggi membuat konsumen akhir asparagus yaitu adalah konsumen dalam golongan menengah ke atas.

**Efisiensi Tataniaga Asparagus**

1. Margin Tataniaga

Efisiensi tataniaga salah satunya dapat ditentukan oleh besar kecilnya marjin tataniaga dan marjin tataniaga merupakan perbedaan harga di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen akhir (Hidayat, 2016).

Uraian	Saluran 1 harga (Rp/pcs)	Saluran 2 harga (Rp/Pcs)	Saluran 3 harga (Rp/Pcs)	Saluran 4 harga (Rp/Pcs)
<b>petani</b>				
a.biaya produksi	69.890	69.890	69.890	69.890
b.biaya tataniaga			439	439
c. keuntungan			12.549	12.549
d. harga jual	80.000	80.000	82.000	82.000
e.margin tataniaga			12.110	12.110
<b>pemasok</b>				
a.harga beli	80.000	80.000		
b.biaya tataniaga	8.736	8.736		
c.keuntungan	21.736	21.736		
d. harga jual	93.000	93.000		
e. margin tataniaga	13.000	13.000		
<b>PT Bimandiri Agro Sedaya</b>				
a.harga beli	93.000	93.000	93.000	93.000
b.biaya tataniaga	4.330	4.330	4.330	4.330
c.keuntungan	64.330	66.330	64.330	66.330
d.harga jual	153.000	155.000	153.000	155.000
e.margin tataniaga	60.000	62.000	60.000	62.000
<b>supermarket</b>				
a.harga beli	153.000	155.000	153.000	155.000
b. biaya tataniaga	946	946	946	946
c.keuntungan	7.946	10.946	7.946	10.946
d.harga jual	160.000	165.000	160.000	165.000
e.margin tataniaga	7.000	10.000	7.000	10.000
total biaya (Rp/Pcs)	14.012	14.012	5.715	5.715
total keuntungan	94.012	99.012	84.825	89.825
total Margin Tataniaga (Rp/Pcs)	80.000	85.000	79.110	84.110

Tabel 1.Margin Tataniaga dari petani melalui PT AABB

Tabel 1 margin tataniaga dan profit pada masing- masing saluran yang tertera pada Tabel 1 bahwa saluran tataniaga 1 memiliki total margin sebesar Rp 80.000/Pack, sedangkan saluran 2 memiliki total margin sebesar Rp 85.000/Pack, total margin pada saluran 3 yaitu Rp 79.110/Pack, dan total margin pada saluran 4 yaitu Rp 84.110/Pack. Total keuntungan pada saluran 1 yaitu Rp 94.012/Pack, total keuntungan saluran 2 sebesar Rp.99.012/Pack, total keuntungan saluran 3 sebesar Rp 84.825/Pack, dan total saluran 4 sebesar Rp 89.825/Pack. , saluran ke 3 memiliki margin yang rendah dibandingkan saluran tataniaga yang lain yaitu sebesar Rp 79.110/Pack. Saluran 2 mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibanding dengan saluran tataniaga (1,3 dan 4) yaitu sebesar Rp 99.012/Pack, sehingga dapat dinyatakan bahwa nilai margin tataniaga yang tinggi akan mempengaruhi pada harga jual di tingkat konsumen akan mahal.

## 2. Farmer's Share

*farmer's share* ditentukan berdasarkan harga yang diterima petani (Pf) dengan harga yang diterima konsumen akhir (Pr) dan dinyatakan dalam bentuk persentase.(Dinar, 2017).

Saluran Tataniaga	Harga (Rp/pcs)		Farmer's Share
	Tingkat Petani	Tingkat Konsumen	
Saluran 1	80.000	160.000	50
Saluran 2	80.000	165.000	48,48
Saluran 3	82.000	160.000	51,25
Saluran 4	82.000	165.000	50

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Tabel 2 Saluran Tataniaga Pertanian dan Farmer's Share

Tabel 2 menunjukkan nilai *Farmer's Share* yang lebih besar dibanding saluran lainnya yaitu 51,25 persen.

## 3. Rasio keuntungan dan biaya

Rasio keuntungan dan biaya pemasaran yang dikeluarkan, rasio keuntungan dan biaya dilihat dari banyaknya keuntungan kemudian dibagi dengan biaya tataniaga, dan harus memperoleh persentase lebih dari nol sebagai syarat dijadikanya saluran tersebut efisien. (Limbong dan Sitorus dalam Elpawati, 2014).

Saluran Pemasaran	Keuntungan (Rp/Pack)	Biaya Tataniaga (Rp/Pack)	Rasio Keuntungan dan Biaya ( $\pi/C$ )
<b>Saluran 1</b>			
a. Petani	80.000	69.890	1
b. Pemasok	21.736	8.736	2
c. PT Bimandiri Agro Sedaya	64.330	4.330	15
d. Hypermart	7.946	946	8
<b>Saluran 2</b>			
a. Petani	80.000	69.890	1
b. Pemasok	21.736	8.736	2
c. PT Bimandiri Agro Sedaya	66.330	4.330	15
d. Carrefour	10.946	946	12
<b>Saluran 3</b>			
a. Petani	12.549	439	29
b. PT Bimandiri Agro Sedaya	64.330	4.330	15
c. Hypermart	7.946	946	8
<b>Saluran 4</b>			
a. Petani	12.549	439	29
b. PT Bimandiri Agro Sedaya	66.330	4.330	15
c. Carrefour	10.946	946	12

Tabel 3. Rasio Keuntungan dan biaya setiap lembaga tataniaga asparagus.

Tabel 3 menunjukkan rasio keuntungan dan biaya, saluran 3 memiliki nilai yang rendah di bandingkan dengan saluran tataniaga yang lainnya(1, 2, dan 4).

Aji (2017) melaporkan dalam penelitiannya bahwa saluran tataniaga buah naga organik yang paling efisien memiliki margin tataniaga terkecil sebesar

Rp.5300/Kg,namun penelitian Aji (2017) menunjukkan nilai *farmer's share* tertinggi sebesar 80%, sedangkan dalam perhitungan efisiensi asparagus mendapatkan hasil *farmer's share* hanya sebesar 51,25 persen, lebih kecil dibanding dengan penelitian Aji (2017), karena harga asparagus yang lebih mahal yaitu sebesar Rp 80.000/Pack di banding dengan harga buah naga, sehingga *farmer's share* yang dihasilkan kecil, walaupun dengan demikian nilai *farmer's share* tetap mendapat keuntungan karena di atas 50 persen, kemudian Aji (2017), memiliki nilai rasio keuntungan dan biaya terbesar yaitu 14,3 dibandingkan saluran yang lain.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa tataniaga asparagus di Wilayah Lembang, Bandung adalah sebagai berikut:

1. Saluran tataniaga asparagus terdiri dari 4 saluran, yaitu:

a. Petani – Pemasok – PT AABB – Carrefour (Supermarket) – Konsumen Akhir.

b. Petani – Pemasok – PT AABB – Hypermart (Supermarket) – Konsumen Akhir.



- c. Petani – PT AABB – Hypermart (Supermarket) – Konsumen Akhir.
  - d. Petani – PT AABB – Carrefour (Supermarket) – Konsumen Akhir
2. Hasil perhitungan efisiensi tataniaga menggunakan analisis tataniaga yaitu saluran 3 asparagus lebih efisien dibandingkan dengan saluran (1,2,dan 4) karena memiliki nilai margin tataniaga terkecil sebesar Rp 79.110/Pack, dan nilai Farmer's share sebesar Rp 51,25 persen, sedangkan nilai rasio keuntungan dan biaya, menyatakan adanya persebaran keuntungan yang merata karena hasilnya menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan lebih dari 0 (>0).

## REFERENSI

- Aji, Ardito Atmaka. 2017. Analisis Tataniaga Buah Naga Organik untuk meningkatkan kesejahteraan Petani di Kabupaten Banyuwangi. Politeknik Negeri Banyuwangi. Banyuwangi.
- Elpawati. 2014. Analisis Tataniaga Ubi Jalar di Desa Purwasari Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor Jawa Barat. *Jurnal Agribisnis*. 4(2) : (203-218).
- Dinar. 2017. Analisis Saluran Tataniaga penangkaran Bibit Mangga Gedong Gincu (*Mangifera indica, l.*). Kabupaten Majalengka. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*. 5(1).

Jumiati, E., Darwanto, D.H., Hartono, S, &Masyhuri. (2013). “Analisis Saluran Pemasaran Dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur”. *Jurnal AGRIFOR*. 9. (1). 1-10

Aziz, Abdul. 2013. Analisis Efisiensi Tataniaga komoditas Manggis Studi Kasus di Desa Karacak Kecamatan Leuwiliang Bogor. [skripsi]. Institut Pertanian Bogor. Bogor.