

## ANALISIS MARGIN TATANIAGA PRODUK TOMAT DI PT ABC

**Nirmala Dewi<sup>1</sup>, Dayang Berliana<sup>2</sup>, Irmayani Noer<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis, <sup>2</sup>Dosen Politeknik Negeri Lampung  
Perguruan Tinggi Politeknik Negeri Lampung Jalan Soekarno-Hatta Nomor 10 Rajabasa  
Bandar Lampung  
Email : nirmala.07dewi@gmail.com

### ABSTRACT

*PT ABC is a company engaged in agribusiness selling fresh vegetables in whole condition, fresh cut vegetables, and ready for consumption (mix salads). The company is currently getting a supply of tomatoes from farmers' partners and buying partners. This caused the existence of two suppliers of tomatoes at PT ABC. Tomato products sold by the company are fresh cut tomatoes and whole tomatoes. The purpose of this research is to analyze the trading chain, the magnitude of trading system margin, profit margin, profit margin ratio, and profit and cost ratio in fresh cut and whole tomato products. The method used is qualitative and quantitative methods. The chain of trade for fresh cut and whole products, namely 1) Farmer Partners - PT ABC - Final Consumer 2) Buying Partners - PT ABC - Final Consumer. Based on the calculation results, the fresh cut tomato product in the first trading chain has a trading value margin of Rp20,000, margin profit of Rp8,316, margin profit ratio of 71.1% and profit and cost ratio of 0.71. In the second trading system, the trading margin is Rp18,500, the margin profit is Rp6,816, the margin profit ratio is 58.3%, and the profit and cost ratio is 0.58. Whole tomato products in the first trading chain had a trading margin of Rp8,500, a profit margin ratio of 31.2% and a profit and cost ratio of 0.31. In the second trading chain, the trading margin is IDR 7,000, margin profit is IDR 526, margin profit ratio is 8.1% and profit and cost ratio is 0.08. The efficient trading system for fresh cut and whole tomato products is the first trading chain.*

*Keywords: Fresh cut tomato, PT ABC, trading system margin, whole tomato*

### ABSTRAK

PT ABC merupakan perusahaan yang bergerak dibidang agribisnis menjual sayuran segar dalam kondisi utuh (*whole*), sayur potong (*fresh cut*), dan siap konsumsi (*mix salad*). Perusahaan saat ini mendapatkan pasokan tomat dari mitra petani dan mitra beli. Hal ini menyebabkan adanya dua pemasok tomat di PT ABC. Produk tomat yang dijual perusahaan yaitu tomat *fresh cut* dan tomat *whole*. Tujuan penulisan Penelitian ini adalah menganalisis rantai tataniaga, besarnya margin tataniaga, *profit margin*, rasio *profit margin*, dan rasio keuntungan dan biaya pada produk tomat *fresh cut* dan *whole*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Rantai tataniaga produk *fresh cut* dan *whole* yaitu 1) Mitra Petani – PT ABC – Kosumen Akhir 2) Mitra Beli – PT ABC – Kosumen Akhir. Berdasarkan hasil perhitungan, produk tomat *fresh cut* pada rantai tataniaga pertama memiliki nilai margin tataniaga Rp20.000, *profit margin* Rp8.316, rasio *profit margin* 71,1% dan rasio keuntungan dan biaya 0,71. Pada rantai tataniaga kedua nilai margin tataniaga Rp18.500, *profit margin* Rp6.816, rasio *profit margin* 58,3%, dan rasio keuntungan dan biaya 0,58. Produk tomat *whole* pada rantai tataniaga pertama memiliki nilai margin tataniaga Rp8.500, rasio *profit margin* 31,2% dan rasio keuntungan dan biaya 0,31. Pada rantai tataniaga kedua nilai margin tataniaga Rp7.000, *profit margin* Rp526, rasio *profit margin* 8,1% dan rasio keuntungan dan biaya 0,08. Tataniaga yang efisien untuk produk tomat *fresh cut* dan *whole* yaitu rantai tataniaga pertama

Kata Kunci : Fresh cut, margin tataniaga, PT ABC, whole

## PENDAHULUAN

Pengembangan usaha dibidang hortikultura merupakan salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan kontribusi sektor pertanian. tahun 2016 penduduk Indonesia mengkonsumsi sayur sebesar 97,29%, hal ini menunjukkan bahwa komoditas hortikultura terutama sayur-sayuran sangat berpotensi dikembangkan di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2017). Tomat merupakan salah satu komoditas hortikultura dari kelompok sayuran yang produksinya mendominasi di Jawa Barat, sehingga sangat potensial untuk dikembangkan dan memiliki prospek yang tinggi.

PT ABC menjual sayur segar dalam kondisi utuh (*whole*), sayur potong (*fresh cut*), dan siap konsumsi (*mix salad*). Perusahaan menjual produk tomat dalam dua bentuk yaitu *fresh cut* (potong) dan *whole* (utuh). Pemasaran merupakan proses pengaliran atau pergerakan barang dari tangan produsen sampai ke tangan konsumen (Aji & Nur, 2017). Proses pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan harus diperhatikan dengan baik mulai dari proses pembelian bahan baku sampai penjualan produk (Manalu & Rahman, 2014). Perusahaan dalam rangka memenuhi permintaan konsumen membutuhkan persediaan tomat.

Perusahaan saat ini melakukan kemitraan dengan petani untuk memperoleh pasokan tomat, namun pasokan dari petani belum memenuhi kebutuhan perusahaan, sehingga perusahaan harus membeli tomat kepada pihak lain (mitra beli) dengan harga yang lebih tinggi. Pemasaran yang melibatkan beberapa

pihak akan menyebabkan perbedaan harga sehingga adanya selisih margin dan keuntungan yang diterima perusahaan (Miftah, 2011).

Harga tomat yang lebih tinggi menyebabkan biaya tataniaga yang dikeluarkan oleh perusahaan lebih besar, namun perusahaan tetap menjual produknya dengan harga yang sama karena sudah memiliki kontrak harga dengan konsumen yang berlaku selama 1-3 bulan. Perusahaan menjual tomat dalam dua bentuk yaitu *fresh cut* dan *whole* sehingga biaya tataniaga dan penanganannya berbeda. Hal tersebut akan menyebabkan perbedaan besarnya margin pemasaran dan keuntungan kedua produk. Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji mengenai rantai tataniaga, margin tataniaga dan keuntungan serta rasio keuntungan dan biaya yang diterima PT ABC. Pengkajian mengenai hal ini harus dilakukan karena akan berpengaruh terhadap laba yang diterima oleh perusahaan

## Tujuan

Tujuan dari penulisan penelitian ini, yaitu :

1. Menganalisis rantai tataniaga produk tomat *fresh cut* dan *whole* di PT ABC
2. Menganalisis besarnya margin tataniaga dan rasio *profit margin*, serta rasio keuntungan dan biaya tomat *fresh cut* dan *whole* yang di terima PT ABC

## ISI

### Metodologi Pelaksanaan

Data Penelitian diperoleh berdasarkan pengamatan langsung di PT ABC yang dilaksanakan pada tanggal 4 Februari – 4 Mei 2019. Data yang digunakan dalam penyusunan

penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

### Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam Penelitian di PT ABC adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif yaitu digunakan untuk mengidentifikasi rantai tataniaga tomat di PT ABC. Analisis kuantitatif digunakan untuk menghitung nilai margin tataniaga dan rasio *profit margin*, serta rasio keuntungan dan biaya.

Margin tataniaga adalah perbedaan harga antara lembaga pemasaran. Margin pemasaran dan keuntungan perusahaan (Agustina, 2018). Secara sistematis, analisis margin tataniaga dapat dinyatakan sebagai berikut :

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

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

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

Analisis rasio keuntungan dan biaya digunakan untuk menilai tingkat efisiensi sistem tataniaga dengan melihat rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga. Persentase keuntungan terhadap biaya tataniaga pada masing-masing lembaga tataniaga digunakan untuk mengetahui penyebaran margin (Agustina, 2018). Secara sistematis, analisis rasio keuntungan dan biaya dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$\text{Keuntungan (\%)} = \frac{\text{Keuntungan } (\pi_i)}{\text{Biaya Tataniaga } (C_i)} \times 100 \%$$

Rasio *profit margin* merupakan perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh lembaga tataniaga dengan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga yang bersangkutan (Prayitno et al., 2013) secara

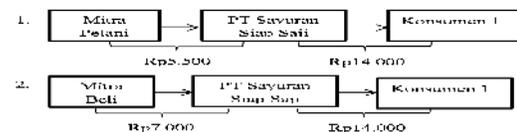
sistematis, analisis rasio *profit margin* (RPM) dapat ditulis sebagai berikut:

$$RPM = \frac{\text{Keuntungan } (\pi_i)}{\text{Biaya total } (b_{ti})} \times 100 \%$$

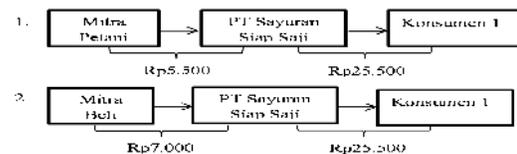
### Hasil Dan Pembahasan

#### 1. Analisis rantai tataniaga produk tomat *fresh cut* dan *whole*

Rantai tataniaga adalah sekumpulan pelaku-pelaku usaha (lembaga-lembaga tataniaga) yang saling melakukan aktivitas bisnis dalam membantu menyampaikan produk dari petani sampai konsumen akhir (Noer et al., 2018). Rantai tataniaga produk tomat *fresh cut* dan *whole* dapat dilihat pada Gambar 1 dan 2.



Gambar 1. Rantai tataniaga produk tomat *fresh cut*.



Gambar 2. Rantai tataniaga produk tomat *whole*.

Berdasarkan gambar 1 dan 2 dan di atas, terdapat 2 rantai tataniaga produk tomat. Pada rantai pertama PT ABC mendapatkan tomat dengan langsung dari mitra petani dengan harga yang lebih murah yaitu Rp5.500. Pada rantai kedua perusahaan mendapatkan tomat dari mitra beli dengan harga yang lebih tinggi yaitu Rp7.000. Rata-rata perusahaan mendapatkan pasokan dari petani sebesar 70% dan dari mitra beli sebesar 30%. Perusahaan membeli tomat pada mitra beli dikarenakan

pasokan tomat dari mitra petani tidak dapat mencukupi kebutuhan pasokan perusahaan.

Harga dari mitra beli yang lebih tinggi akan menyebabkan margin tataniaga dan keuntungan yang diterima PT ABC menurun

2. Analisis margin tataniaga, *profit margin*, rasio *profit margin* serta rasio keuntungan dan biaya.

a. Margin tataniaga dan rasio *profit margin*

Aji & Nur (2017) dalam penelitiannya menyatakan margin tataniaga adalah penjumlahan dari seluruh biaya tataniaga yang dikeluarkan dan keuntungan yang diambil oleh lembaga tataniaga selama proses pendistribusian satu komoditas dari satu lembaga tataniaga ke lembaga tataniaga lainnya

Biaya tataniaga pada mitra beli yaitu biaya angkut dan sortasi. Biaya tataniaga yang dikeluarkan oleh PT ABC terdiri dari biaya tenaga kerja, biaya penyusutan peralatan, biaya pengemasan, biaya transportasi dan biaya pengadaan. Perhitungan margin tataniaga produk *fresh cut* tomat dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Margin tataniaga produk tomat *fresh cut*

Lembaga Tataniaga	Uraian	Rantai 1	Share	Rantai 2	Share
		Harga (Rp/Kg)	(%)	Harga (Rp/Kg)	(%)
Mitra Petani	Biaya Produksi	3.705	14,5		
	Harga Jual	5.500	21,5		
Mitra Beli	Harga Jual			7.000	27,4
	Biaya Tataniaga:			675	2,6
	a. Biaya sortasi			262	
	b. Biaya transportasi			113	
	c. Biaya pengangkutan			300	
	Margin Tataniaga			1.500	5,8
	Profit Margin			825	3,2
PT Sayuran Siap Saji	Harga Beli	5.500	21,5	7.000	27,4
	Harga Jual	25.500	100	25.500	100
	Biaya Tataniaga:	11.684	45,8	11.684	45,8
	a. Biaya tenaga kerja	1.882		1.882	
	b. Biaya pengemasan	325		325	
	c. Biaya penyusutan peralatan	4.427		4.427	
	d. Biaya transportasi	3.075		3.075	
	e. Biaya pengadaan	1.975		1.975	
	Margin Tataniaga	20.000	78,4	18.500	72,5
	Profit Margin	8.316	32,6	6.816	26,7
	RPM		71,1		58,3

Sumber: Data primer, 2019

Tabel 1 menunjukkan perhitungan margin tataniaga dan keuntungan produk tomat *fresh cut* pada PT ABC. Pada produk tomat *fresh cut* margin tataniaga perusahaan untuk rantai tataniaga pertama sebesar Rp20.000/kg sedangkan untuk rantai tataniaga kedua margin tataniaga sebesar Rp18.500/kg. Margin keuntungan produk tomat *fresh cut* yang diterima perusahaan pada rantai tataniaga pertama sebesar Rp8.316/kg sedangkan untuk rantai tataniaga kedua sebesar Rp6.816/kg. Rasio *profit margin* pada produk tomat *fresh cut* sebesar 71,1% untuk rantai tataniaga pertama dan 58,3% untuk rantai tataniaga kedua.

Tabel 2. Margin tataniaga produk tomat *whole*

Lembaga Tataniaga	Uraian	Rantai 1	Share	Rantai 2	Share
		Harga (Rp/Kg)	(%)	Harga (Rp/Kg)	(%)
Mitra Petani	Biaya Produksi	3.705	26,4		
	Harga Jual	5.500	39,2		
Mitra Beli	Harga Jual			7.000	50
	Biaya Tataniaga:			675	4,8
	a. Biaya sortasi			262	
	b. Biaya transportasi			113	
	c. Biaya pengangkutan			300	
	Profit Margin			825	5,8
	Margin Tataniaga			1.500	10,7
PT Sayuran Siap Saji	Harga Beli	5.500	39,2	7.000	50
	Harga Jual	14.000	100	14.000	100
	Biaya Tataniaga:	6.474	46,2	6.474	46,2
	a. Biaya tenaga kerja	1.607		550	
	b. Biaya pengemasan	325		325	
	c. Biaya penyusutan peralatan	4.427		749	
	d. Biaya transportasi	2.875		2.875	
	e. Biaya pengadaan	1.975		1.975	
	Margin Tataniaga	8.500	60,7	7.000	50
	Profit Margin	2.026	14,4	526	3,7
	RPM		31,2		8,1

Sumber: Data primer, 2019

Tabel 2 menunjukkan perhitungan margin tataniaga dan keuntungan produk tomat *whole* pada PT ABC. Pada produk tomat *whole* margin tataniaga perusahaan pada saluran pertama sebesar Rp8.500/kg sedangkan pada saluran kedua sebesar Rp7.000/kg. Margin keuntungan produk tomat *whole* untuk rantai tataniaga pertama sebesar Rp2.026/kg sedangkan *whole* untuk rantai tataniaga kedua sebesar Rp526/kg. Rasio *profit margin* pada

produk tomat *whole* sebesar 31,2% *whole* untuk rantai tataniaga pertama dan 8,1% *whole* untuk rantai tataniaga kedua.

Keuntungan yang diterima perusahaan lebih besar pada rantai tataniaga pertama yaitu Rp8.316 untuk produk tomat *fresh cut* dan Rp2.026 untuk produk *whole*. Rasio *profit margin* produk tomat *fresh cut* dan *whole* lebih besar pada rantai tataniaga pertama. Hal ini menyatakan bahwa perusahaan akan menerima keuntungan lebih besar apabila mendapat pasokan tomat dari mitra petani.

#### b. Rasio keuntungan dan biaya

Rasio keuntungan dan biaya menunjukkan nilai dari keuntungan yang diterima dibandingkan dengan biaya tataniaga yang dikeluarkan oleh setiap lembaga tataniaga. Semakin menyebar rasio keuntungan dan biaya, maka dari segi operasional sistem tataniaga bisa dikatakan efisien (Noer et al., 2018). Rasio keuntungan dan biaya harus memperoleh persentase lebih dari nol sebagai syarat dijadikanya rantai tataniaga tersebut efisien

Berdasarkan marjin yang diperoleh dapat diketahui tingkat rasio keuntungan terhadap biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga tersebut. Rasio keuntungan dan biaya pada setiap rantai tataniaga produk tomat di PT ABC dapat dilihat pada tabel 2 dan 3.

Tabel 2. Rasio keuntungan dan biaya setiap rantai tataniaga tomat *fresh cut* di PT ABC

Rantai tataniaga	Keuntungan (Rp/Kg)	Biaya Tataniaga (Rp/Kg)	Rasio Keuntungan dan Biaya ( $\pi/C$ )
<b>Rantai 1</b>			
a. Petani	5.500	3.705	1,48
b. PT Sayuran Siap Saji	8.316	11.684	0,71
<b>Rantai 2</b>			
a. Mitra Beli	825	675	1,22
b. PT Sayuran Siap Saji	6.816	11.684	0,58

Sumber: Data primer, 2019

Tabel 3. Rasio keuntungan dan biaya setiap rantai tataniaga tomat *whole* di PT ABC

Rantai tataniaga	Keuntungan (Rp/Kg)	Biaya Tataniaga (Rp/Kg)	Rasio Keuntungan dan Biaya ( $\pi/C$ )
<b>Rantai 1</b>			
a. Petani	5.500	3.705	1,48
b. PT Sayuran Siap Saji	2.026	6.474	0,31
<b>Rantai 2</b>			
a. Mitra Beli	825	675	1,22
b. PT Sayuran Siap Saji	526	6.474	0,08

Sumber: Data primer, 2019

Tabel 2 dan 3 menunjukkan bahwa rasio keuntungan dan biaya tomat *whole* pada masing-masing lembaga tataniaga menyatakan adanya persebaran keuntungan yang merata karena perhitungan menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan lebih dari 0 ( $>0$ ). Rasio keuntungan dan biaya pada produk *fresh cut* dan *whole* penyebarannya lebih merata pada rantai tataniaga yang pertama dibandingkan rantai tataniaga kedua. Rasio keuntungan dan biaya pada produk *fresh cut* untuk petani sebesar 1,48 dan PT ABC sebesar 0,71. Rasio keuntungan dan biaya pada produk tomat *whole* untuk petani sebesar 1,48 dan PT ABC sebesar 0,31. Persentase keuntungan terhadap biaya tataniaga pada masing-masing lembaga tataniaga digunakan untuk mengetahui penyebaran marjin, semakin merata rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga, maka secara teknis sistem tataniaga tersebut semakin efisien (Jumiati, 2013).

## KESIMPULAN

Rantai tataniaga produk tomat *fresh cut* dan *whole* yaitu 1) Mitra Petani – PT ABC – Kosumen Akhir dan 2) Mitra Beli – PT ABC – Kosumen Akhir.

Produk tomat *fresh cut* pada rantai tataniaga pertama memiliki nilai marjin tataniaga

Rp20.000, *profit margin* Rp8.316, rasio *profit margin* 71,1% dan rasio keuntungan dan biaya 0,71. Pada rantai tataniaga kedua nilai *margin* tataniaga Rp18.500, *profit margin* Rp6.816, rasio *profit margin* 58,3%, dan rasio keuntungan dan biaya 0,58. Produk tomat *whole* pada rantai tataniaga pertama memiliki nilai *margin* tataniaga Rp8.500, rasio *profit margin* 31,2% dan rasio keuntungan dan biaya 0,31. Pada rantai tataniaga kedua nilai *margin* tataniaga Rp7.000, *profit margin* Rp526, rasio *profit margin* 8,1% dan rasio keuntungan dan biaya 0,08. Tataniaga yang efisien untuk produk tomat *fresh cut* dan *whole* yaitu rantai tataniaga pertama.

## REFERENSI

- Agustina, A. C. 2018. Efisiensi Saluran Tataniaga Asparagus di PT Bimandiri Agro Sedaya Lembang. *Agribisnis*. 0(1). 9.
- Aji, A. A., & Nur, K. M. 2017. Analisis Tataniaga Buah Naga Organik untuk Meningkatkan Kesejahteraan Petani di Kabupaten Banyuwangi. 1(1). 474–484.
- Badan Pusat Statistik. 2017. Konsumsi Buah dan Sayur Susenas Maret 2016. Seminar Hari Gizi Nasional. (1). 15.
- Jumianti, Darwanto, Hartono, & Masyhuri. 2013. Analisis Saluran Pemasaran dan *Margin* Pemasaran Kelapa Dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Agrifor*. 9(1), 1–10.
- Manalu, O., & Rahman, A. 2014. Analisis Tataniaga Cabai Merah dan Tomat Di Pasar Penampungan Kota Medan. *Agribisnis Sumatera Utara*. 7(2). 51–64.
- Miftah, H. 2011. Analisis *Margin* dan Strategi Pemasaran Tomat di Perusahaan Pacet Segar Desa Ciherang Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur Jawa Barat. *Pertanian* 2(1). 48–69.
- Noer, I., Zaini, M., & Fatih, C. 2018. *Tataniaga Pertanian*. Edisi 1. Bandar Lampung. Up Politeknik Negeri Lampung.
- Prayitno, B. A., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. (2013). Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewi Provinsi Lampung. *Universitas Lampung*. 1(1). 53–59.

nirmala.docx 

36 menit yang lalu

11% Risiko dari plagiarisme  
**MEDIUM**

---

Parafrase 1%  
Kutipan salah 0%  
Concentration 

 Bagikan

 Deep \$ 1.00

 Monetize

 View report \$ 2.17

2011-2016 © Hak Cipta milik plagramme.com