EFISIENSI TATANIAGA BROKOLI DI LEMBANG JAWA BARAT

Hesti. K[1)], Marlinda Apriyani[2)], Luluk Irawati[2)]

[1)]Mahasiswa Program Studi Agribisnis Politeknik Negeri Lampung
[2)]Dosen Program Studi Agribisnis Politeknik Negeri Lampung

ABSTRAK

Tataniaga merupakan proses penyaluran barang/jasa dari produsen sampai ke konsumen dan mampu menyampaikan hasil produksi dengan biaya murah serta melakukan pembagian keuntungan yang adil kepada pihak yang terlibat. PT XYZ merupakan perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan menyalurkan produknya dari petani ke pasar moderen. Tingginya harga pada konsumen sering dihubungkan oleh banyaknya lembaga yang terkait dalam proses tataniaga. Efisiensi tataniaga brokoli PT XYZ di Lembang Jawa Barat bertujuan untuk menganalisis efisiensi tataniaga brokoli sampai ke konsumen. Analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui efisiensi tataniaga brokoli menggunakan beberapa indikator yaitu marjin tataniaga, *farmer's share*, dan rasio keuntungan dan biaya. Hasil perhitungan margin tataniaga dan *farmer's share* menunjukkan bahwa saluran yang paling efisien adalah saluran 3 (Petani - PT XYZ – Supermarket A – konsumen) dengan nilai Rp.37.018/kg dan 42,6%, sedangkan rasio keuntungan dan biaya menunjukkan adanya persebaran keuntungan yang merata karena nilainya >0.

Kata kunci: efisiensi tataniaga, margin tataniaga, *farmer's share*, rasio keuntungan dan biaya

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat menyebabkan bertambahnya kebutuhan akan konsumsi pangan. Sayuran merupakan salah satu bahan makanan yang memiliki peran penting dalam pemenuhan kebutuhan pangan dan peningkatan gizi, karena sayuran merupakan salah satu sumber mineral dan vitamin yang dibutuhkan manusia. Salah satunya adalah brokoli. Tataniaga adalah suatu ilmu ekonomi pertanian yang memfokuskan pada bagaimana setiap pihak yang terlibat dalam saluran tataniaga mendapatkan pembagian keutungan yang adil. Saluran tataniaga adalah serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen.

PT XYZ adalah salah satu pelaku tataniaga brokoli yang ada di wilayah Lembang. PT XYZ adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang *agrotrading* yaitu perusahaan yang melakukan perdagangan produk pertanian. Perusahaan ini melakukan proses produksi dengan penanganan sayuran dan buah-buahan segar mulai dari pasca panen hingga pemasarannya. Brokoli merupakan salah satu jenis

sayuran yang memiliki permintaaan cukup tinggi di PT XYZ walaupun memiliki harga yang tinggi. Saluran tataniaga brokoli terdiri dari 4 saluran. Saluran 1 terdiri dari petani, pemasok, PT XYZ, Supermarket A dan konsumen, saluran 2 terdiri dari petani, pemasok, PT XYZ, Supermarket B dan konsumen, saluran ke 3 terdiri dari petani, PT XYZ, Supermarket A dan konsumen, dan saluran ke 4 terdiri dari petani, PT XYZ, Supermarket B dan konsumen.

Pemasaran yang melibatkan banyak pihak akan menimbulkan margin yang tidak merata karena setiap pihak yang terkait akan mengeluarkan biaya dan perlakuan yang berbeda untuk menyalurkan produknya sampai kepada konsumen sehingga keuntungan yang diperoleh pun akan berbeda. Banyaknya pihak yang terlibat dalam saluran tataniaga brokoli menyebabkan terjadinya perbedaan harga jual pada tiap toko atau pasar moderen yang disalurkannya sehingga menimbulkan margin yang berbeda pada setiap toko dan pasar moderen. Perbedaan harga tersebut dapat mempengaruhi pendapatan masing-masing pihak atau perusahaan yang terlibat di dalamnya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan pengkajian mengenai saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan dan biaya untuk mengetahui tingkat efisiensi pada saluran tataniaga yang terkait.

Tujuan penulisan ini yaitu untuk menganalisis efisiensi tataniaga brokoli di PT XYZ berdasarkan margin tataniaga, *farmers's share*, serta rasio keuntungan dan biaya.

METODE PELAKSANAAN

Metode Pengumpulan Data

Responden dalam penelitian ini adalah petani, pemasok, dan karyawan PT XYZ.

Data yang digunakan dalam laporan adalah data primer dan data skunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan mewawancarai responden secara langsung dan melakukan observasi, sedangkan data skunder diperoleh dari literatur, buku-buku, dan bukti catatan perusahaan yang telah tersusun dalam arsip perusahaan.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis tataniaga menggunakan margin tataniaga, farmer's share dan rasio keuntungan dan biaya. Secara sistematis persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut:

a. Margin tataniaga

Margin tataniaga merupakan perbedaan harga diantara lembaga tataniaga. Besarnya margin tataniaga merupakan tambahan dari biaya

pemasaran dan keuntungan yang didapat oleh masing-masing lembaga tataniaga. Margin tataniaga dinyatakan sebagai berikut:

Mji = Psi – Pbi, atau (1)

Mji = bti + Πi, atau (2)

Πi = Mji – bti (3)

Keterangan:

Mji= margin lembaga tataniaga ke-i
Psi = harga penjualan lembaga ke-i
Pbi= harga pembelian lembaga ke-i
Πi= keuntungan lembaga tataniaga ke-i

b. Farmer's Share

Farmer's share digunakan untuk membandingkan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. *Farmer's share* dapat dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Sp : *Farmer's share*
Pf : harga petani
Pr : harga konsumen

c. Rasio keuntungan dan biaya

Limbong dan Sitorus (1987), menjelskan bahwa pada tataniaga tingkat kelayakan tataniaga dapat dilihat dari sebaran rasio keuntungan dan biaya. Semakin adil persebaran rasio keuntungan dan biaya serta margin tataniaga terhadap biaya tataniaga yang dikeluarakan maka saluran tersebut dapat dikatakan efisien. Rasio keuntungan dan biaya dapat dinyatakan sebagai berikut:

Rasio keuntungan (%)

$$= \frac{Keuntungan\ \ (\pi i)}{Biaya\ \ Pemasaran\ \ (Ci)}$$

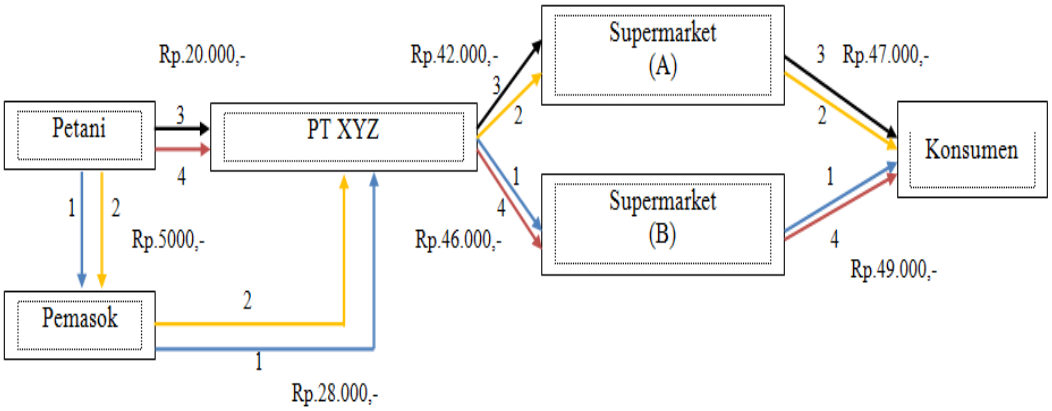
Keterangan:

πi = Keuntungan pemasaran pada lembaga tingkat ke-i
Ci = Biaya pemasaran pada tingkat lembaga ke-i

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efisiensi Tataniaga Brokoli

Kegiatan pengadaan bahan baku sampai dengan penjualan produk ke konsumen akhir PT XYZ melibatkan beberapa pihak atau lembaga tataniaga. Lembaga tataniaga yang saling berhubungan di dalamnya akan membentuk sebuah saluran tataniaga. serangkaian lembaga yang menjalankan semua fungsi yang digunakan untuk menyampaikan produk dan status kepemilikan produk dari produsen ke konsumen disebut dengan saluran tataniaga (Kotler, 2002). Saluran tataniaga brokoli dapat dilihat pada Gambar 1.

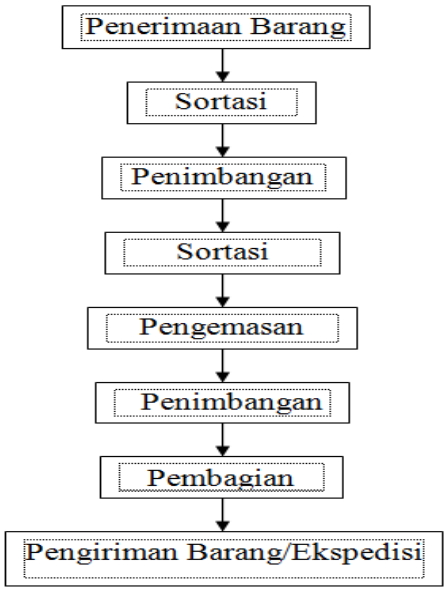


Gambar 1. Saluran tataniaga brokoli

Berdasarkan gambar tersebut, terdapat 4 saluran tataniaga brokoli, yaitu:

1) Petani – Pemasok – PT XYZ – Supermarket A – Konsumen akhir
2) Petani – Pemasok – PT XYZ – Supermarket B – Konsumen akhir
3) Petani – PT XYZ – Supermarket A – Konsumen akhir
4) Petani – XYZ – Supermarket B – Konsumen akhir

Saluran tataniaga diatas merupakan saluran tataniaga brokoli. Proses penanganan atau perlakuan yang dilakukan pada setiap lembaga tersebut tentu berbeda, karena masing-masing lembaga tersebut ingin mendapatkan keuntungan yang lebih sehingga lembaga pemasaran akan melakukan penanganan yang terbaik untuk mendapatkan harga jual yang tinggi. Alur produksi brokoli di PT XYZ dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Alur Produksi Brokoli di PT XYZ

Gambar 2 merupakan alur produksi brokoli yang dilakukan oleh PT XYZ mulai dari penerimaan barang sampai dengan pengiriman barang. Setiap perlakuan tersebut mengeluarkan biaya yang akan membuat kenaikan pada harga barang tersebut, sehingga perlu dilakukan analisis dengan beberapa indokator diantaranya margin

tataniaga, *farmer's share,* serta rasio keuntungan dan biaya untuk mengetahui saluran mana yang paling efisien. Berikut ini adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui efisiensi tataniaga brokoli:

a. Margin tataniaga

Selisih harga yang dibayar petani dengan harga yang dibayar konsumen disebut dengan margin tataniaga. Analisis tersebut dilakukan untuk mengetahui besarnya biaya yang digunakan pada setiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam saluran tataniaga brokoli. Hasil margin tataniaga brokoli dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Margin tataniaga brokoli

Saluran Tataniaga	Margin Tataniaga (Rp/Kg)
Saluran 1	42.000
Saluran 2	44.000
Saluran 3	37.018
Saluran 4	39.018

Sumber: Data Primer, 2017.

Tabel 1 Menunjukkan bahwa perbandingan margin tataniaga dan keuntungan tataniaga pada masing-masing saluran pemasaran memiliki niai yang berbeda. Saluran pemasaran 1 memiliki total margin sebesar Rp.42.000/kg, total margin pada saluran 2 sebesar Rp.44.000 /kg, total margin tataniaga pada saluran 3 sebesar Rp.37.018, dan total margin pada saluran ke empat adalah Rp.39.108. Total keuntungan pada saluran 1 sebesar Rp.38.196 /kg, total keuntungan saluran 2 sebesar Rp.40.169 /kg, total keuntungan saluran ke 3 sebesar Rp.33.104/kg, dan total keuntungan pada saluran ke 4 sebesar Rp.39.018/kg.

b. Farmer's share

Bagian yang diterima petani dari kegiatan tataniaga dengan membandingkan harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima disebut dengan *farmer's share*. Semakin tinggi nilai margin tataniaga akan membuat nilai *farmer's share* yang diterima petani dalam kegiatan tataniaga menjadi rendah (hernawati, 2012). *Farmer's share* yang diterima pada saluran pemasaran brokoli dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Farmer's share yang diterima pada saluran tataniaga brokoli

Saluran Tataniaga	Harga (Rp)		Farmer's Share
	Tingkat Petani	Tingkat Konsumen	
Saluran 1	5.000	47.000	10,6
Saluran 2	5.000	49.000	10,2
Saluran 3	20.000	47.000	42,6
Saluran 4	20.000	49.000	40,8

Sumber : Data Primer, 2017.

Tabel 2 menunjukkan bahwa pemasaran brokoli pada saluran 3 memiliki nilai *farmer's share*yang lebih besar dibandingkan saluran lainnya yaitu 42,6 persen. Nilai farmer's share tersebut termasuk dalam kategori efisien karena memiliki nilai yang paling besar diantara nilai saluran lain.

c. Rasio keuntungan dan biaya

Rasio yang menunjukkan niai dari keuntungan yang diterima serta membandingkan dengan biaya yang dikeluarkan setiap lembaga tataniaga disebut dengan rasio keuntungan dan biaya. Rasio ini digunakan untuk mengetahui penyebaran keuntungan dan biaya yang diperoleh lembaga tataniaga yang terlibat. Semakin menyebarnya rasio keuntungan dan biaya, maka bisa dikatakan efisien dari segi operasional. Rasio keuntungan dan biaya pada masing-masing lembaga tataniaga brokoli dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rasio keuntungan dan biaya pada saluran tataniaga brokoli

Saluran Pemasaran	Keuntungan (Rp/Kg)	Biaya Tataniaga (Rp/Kg)	Rasio Keuntungan dan Biaya (Π/C)
Saluran 1			
Petani	5.000	1.928	2,6
Pemasok	22.314	686	32,5
PT XYZ	12.745	1.255	10,2
Supermarket A	4.679	321	14,6
Saluran 2			
Petani	5.000	1.928	2,6
Pemasok	22.314	686	32,5
PT XYZ	16.745	1.255	13,3
Supermarket B	2.652	348	7,6
Saluran 3			
Petani	17.222	796	21,6
PT XYZ	12.745	1.255	10,2
Supermarket A	4.674	321	14,6
Saluran 4			
Petani	17.222	796	21,6
PT XYZ	16.745	1.255	13,3
Supermarket B	2.652	348	7,6

Sumber: Data Primer, 2017.

Tabel 3 menunjukkan bahwa rasio keuntungan dan biaya pada masing-masing lembaga menunjukkan adanya persebaran keuntungan yang merata karena nilai yang dihasilkan lebih besar dari 0 (>0).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat di simpulkan bahwa saluran 3 tataniaga brokoli lebih efisien dibandingkan

ketiga saluran lainnya karena saluran tataniaga satu memiliki margin tataniaga yang paling kecil yaitu sebesar Rp.45.018/kg, dan nilai *farmer's share* yang lebih yaitu sebesar 42,6 persen. Nilai rasio keuntungan dan biaya menunjukkan bahwa pada masing-masing lembaga menunjukkan adanya persebaran keuntungan yang merata karena nilai yang dihasilkan lebih besar dari 0 (>0).

Saran

PT XYZ sebaiknya mengajak petani atau membina kemitraan dengan petani brokoli agar petani brokoli dapat menjual hasil panennya dengan harga yang tinggi ke perusahaansehingga petani dapat menerima pendapatan yang tinggi.

REFERENSI

Anwar Hariry. 2015. Analisis Tataniaga Ubi Jalar di Desa Purwasari Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor. www.academia.ac.id. [Diakses pada tanggal 17 Mei 2017.]

Hernawati. 2012. Analisis Tataniaga Nanas Palembang (Kasus Desa Paya Besar Kecamatan Payaraman, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan). Skripsi. Fakultas Ekonomi Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Kotler Philip. 2002. Manajemen pemasaran, Analisis, Perencanaan dan pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.

Limbong, W.H dan Sitorus P. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.