

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian

Kabupaten Sidoarjo dihimpit oleh dua sungai besar. Sebelah utara melintas sungai Mas dan di sebelah selatan melintas sungai Brantas. Luas wilayah terbentang antara $112,5^{\circ}$ – $112,9^{\circ}$ bujur timur dan $7,3^{\circ}$ – $7,5^{\circ}$ lintang selatan. Secara administratif berbatasan dengan:

1. Sebelah utara dengan Kota Surabaya dan Kabupaten Gresik
2. Sebelah Selatan dengan Kabupaten Pasuruan
3. Sebelah timur dengan Selat Madura
4. Sebelah Barat dengan Kabupaten Mojokerto

Kabupaten Sidoarjo terdiri dari 18 kecamatan yaitu Kecamatan Tarik, Kecamatan Balongbendo, Kecamatan Krian, Kecamatan Taman, Kecamatan Waru, Kecamatan Prambon, Kecamatan Wonoayu, Kecamatan Sukodono, Kecamatan Gedangan, Kecamatan Sedati, Kecamatan Buduran, Kecamatan Sidoarjo, Kecamatan Candi, Kecamatan Tanggulangin, Kecamatan Tulangan, Kecamatan Krembung, Kecamatan Porong, dan Kecamatan Jabon.

Total luas wilayah Kabupaten Sidoarjo adalah $714,24 \text{ km}^2$, dengan 40,2% wilayah berada di ketinggian 3-10 meter di bagian tengah yang berair tawar. Seluas 29,9%, memiliki ketinggian 0 – 3 meter yang terletak di bagian timur yang merupakan wilayah pesisir/pertambakan dan berair asin, sedangkan 29,9% terletak pada ketinggian antara 10-20 meter yang berada di bagian barat wilayah.

Suhu udara di Kabupaten Sidoarjo rata-rata panas mencapai di atas 34°C pada bulan September, Oktober dan November, sedangkan suhu terendah terjadi pada bulan Juni, Juli, dan Agustus yang mendekati angka 20°C .

5.2 Kondisi Demografi

Jumlah penduduk Kabupaten Sidoarjo pada tahun 2012 mencapai 1.945.252 jiwa. Berdasarkan jumlah penduduk, Kabupaten Sidoarjo merupakan daerah terpadat penduduknya di Jawa Timur untuk level Kabupaten (selain kota). Tahun 2011, kepadatan penduduk di wilayah Sidoarjo mencapai 2.778

jiwa/km² menempati urutan 4 seJawa Timur setelah Surabaya, Kabupaten Malang, dan Jember.

Kabupaten Sidoarjo adalah daerah yang berbatasan langsung dengan Surabaya dan memiliki perusahaan industri sedang/besar terbanyak di Jawa timur. Kabupaten Sidoarjo telah menjadi daerah tujuan utama bagi para pencari kerja dan pemukiman baru.

5.2.1 Komposisi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3 menunjukkan Kecamatan yang memiliki jumlah penduduk tertinggi adalah Kecamatan Waru yaitu 231.298 jiwa sedangkan yang memiliki jumlah penduduk terendah adalah Kecamatan Jabon yaitu 49.989 jiwa. Data tersebut juga menunjukkan jumlah penduduk laki-laki lebih banyak sedikit 49,74% daripada jumlah penduduk perempuan yang sebesar 50,26%.

Berikut adalah komposisi penduduk menurut jenis kelamin tahun 2012:

Tabel 3. Penduduk per Kecamatan Menurut Jenis Kelamin Tahun 2012

Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Total
Sidoarjo	95.885	98.166	194.051
Buduran	46.901	45.433	92.334
Candi	72.283	72.863	145.146
Porong	33.771	32.138	65.909
Krembung	29.183	29.175	58.358
Tulangan	43.982	43.440	87.422
Tanggulangin	42.279	42.301	84.580
Jabon	24.966	25.023	49.989
Krian	59.899	58.786	118.685
Belongbendo	33.633	33.232	66.865
Wonoayu	36.017	35.992	72.009
Tarik	30.615	30.362	60.977
Prambon	34.273	34.063	68.336
Taman	107.256	105.601	212.857
Waru	116.242	115.056	231.298
Gedangan	67.757	65.090	132.847
Sedati	46.805	45.663	92.468
Sukodono	55.936	55.185	111.121
Jumlah	977.683	967.569	1.945.252

Sumber: Data Sekunder, 2013 (Diolah).

5.2.2 Komposisi Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur

Pada umumnya faktor umur sangat mempengaruhi produktivitas kerja seseorang. Berdasarkan Tabel 4 dibawah terlihat bahwa umur antara 15 hingga 49 tahun memiliki jumlah tertinggi yaitu sebesar 1.199.456 jiwa atau 58,75%. Pada umur 15 hingga 49 tahun termasuk kedalam golongan umur angkatan kerja atau umur produktif. Sedangkan jumlah terendah terdapat pada golongan umur lebih dari 50 tahun, yaitu sebesar 375.570 jiwa atau 18,40% dan sisanya sebanyak 466.442 jiwa atau 22,85% pada umur dibawah 15 tahun.

Tabel 4. Komposisi Penduduk Berdasarkan Umur Per Kecamatan Tahun 2012

Kecamatan	<15	15-49	>50
Sidoarjo	30.603	107.820	33.426
Buduran	31.718	82.379	25.538
Candi	23.789	61.785	19.154
Porong	18.191	47.247	14.647
Krembung	20.523	53.305	16.525
Tulangan	20.056	52.093	16.150
Tanggulangin	21.924	56.938	17.652
Jabon	20.523	53.305	16.525
Krian	29.853	77.533	24.036
Belongbendo	26.121	67.841	21.032
Wonoayu	22.389	58.149	18.028
Tarik	20.523	53.305	16.525
Prambon	25.188	65.419	20.281
Taman	40.581	93.395	32.674
Waru	38.248	99.339	30.797
Gedangan	26.121	67.841	21.032
Sedati	18.191	47.247	14.647
Sukodono	20.990	54.515	16.901
Jumlah	466.442	1.199.456	375.570

Sumber : Data Sekunder, 2013 (Diolah).

5.2.3 Komposisi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Komposisi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan digunakan untuk mengetahui seberapa besar jumlah penduduk di Kabupaten Sidoarjo yang bersekolah di berbagai tingkatan. Komposisi penduduk di Kabupaten Sidoarjo berdasarkan tingkat pendidikan disajikan pada Tabel 5. Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan yang

diselesaikan oleh penduduk di Kabupaten Sidoarjo adalah TK dengan total 41.068 jiwa atau 1,99%, berikutnya tingkat pendidikan yang diselesaikan pada tingkat SD atau sederajat sebesar 266.951 jiwa atau 13%. Dilanjutkan dengan tingkat SLTP sebesar 472.299 jiwa atau 23%, sedangkan tingkat pendidikan yang diselesaikan tertinggi yaitu tingkat SMU sebesar 554.437 jiwa atau 27%. Berdasarkan pada data yang diperoleh diketahui bahwa persentase komposisi penduduk berdasarkan pendidikan terbesar adalah SMU 27%.

Tabel 5. Komposisi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2012

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
TK	41.068	2
SD	266.951	13
SLTP	472.299	23
SMU	554.437	27
Akademi	492.832	24
Sarjana	225.880	11

Sumber: Data Sekunder, 2013 (Diolah).

5.2.4 Komposisi Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian

Tabel 6 menyajikan jenis mata pencarian yang dilakukan oleh penduduk Kabupaten Sidoarjo terlihat bahwa mata pencarian penduduk Kabupaten Sidoarjo cukup beragam dan mayoritas pekerjaan yang dilakukan adalah sebagai pegawai swasta dengan jumlah penduduk sebesar 205.347 jiwa atau 16,37 persen dari total angkatan kerja yang ada. Kemudian sisanya yaitu pegawai swasta, TNI, POLRI, PNS, buruh tani, pertukangan, petani, jasa, wiraswasta, nelayan dan pemulung. Sedangkan jumlah penduduk yang tidak bekerja namun bukan termasuk pengangguran yaitu pensiunan 294.757 jiwa atau 23,5 persen.

Tabel 6. Komposisi Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2012

Sektor	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
PNS	164.278	13,09
TNI	178.652	14,24
POLRI	170.440	13,59
Swasta	205.347	16,37
Wiraswasta	24.642	1,96

Tabel 6 (Lanjutan).

Sektor	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Petani	48.231	3,84
Pertukangan	55.444	4,42
Buruh Tani	57.498	4,58
Pensiunan	294.757	23,5
Nelayan	12.120	0,97
Pemulung	4.106	0,33
Jasa	39.016	3,11

Sumber: Data Sekunder, 2013 (Diolah).

5.3 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ciri-ciri berbeda dari responden yang mana dapat berpengaruh terhadap keputusan responden dalam menentukan dan menjalankan kegiatan usahatannya. Responden dari penelitian ini adalah petani padi di Kecamatan Sukodono, petani tebu di Kecamatan Candi, dan petani bandeng di Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. Jumlah responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu petani padi sebanyak 32 orang, petani tebu sebanyak 40 orang, dan petani bandeng sebanyak 40 orang.

5.3.1 Karakteristik Responden Petani Berdasarkan Kelompok Umur

Karakteristik responden berdasarkan kelompok umur dapat digunakan sebagai pedoman untuk mengetahui kemampuan petani dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan kerja dalam menjalankan usahatannya. Katagori usia produktif petani yaitu umur 30 tahun sampai 60 tahun dan usia yang tidak produktif yaitu umur 61 tahun sampai 70 tahun.

Tabel 7 . Komposisi Responden Petani Padi Berdasarkan Kelompok Umur

Kelompok Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
30 -40	7	21,88
41-50	11	34,37
51-60	12	37,50
>61	2	6,25
Jumlah	32	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 7 menunjukkan bahwa responden petani padi dengan usia 30-40 tahun berjumlah 7 orang atau sebesar 21,88 %, usia 41 hingga 50 tahun

sebanyak 11 orang atau sebesar 34,37 %, usia 51 hingga 60 tahun berjumlah 12 orang atau sebesar 6,25 % dari Jumlah jumlah responden petani padi.

Tabel 8. Komposisi Responden Petani Tebu Berdasarkan Kelompok Umur

Kelompok Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
20-30	1	2,5
31-40	8	20
41-50	13	32,5
51-60	13	32,5
>61	5	12,5
Jumlah	40	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Berdasarkan pada Tabel 8, diketahui responden petani tebu usia 20-30 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 2,5 %, usia 31-40 tahun sebanyak 8 orang atau sebesar 20 %, usia 41-50 tahun berjumlah 13 orang atau sebesar 32,5 %, usia 51-60 tahun sebanyak 13 orang atau sebesar 32,5 %, dan usia lebih dari 61 tahun sebanyak 5 orang atau sebesar 12,5 % dari Jumlah responden petani tebu.

Tabel 9. Komposisi Responden Petani Bandeng Berdasarkan Kelompok Umur

Kelompok Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
30-40	9	22,50
41-50	20	50
51-60	11	27,50
>60	0	0
Jumlah	40	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 9 menunjukkan bahwa responden petani bandeng usia 30-40 tahun berjumlah 9 orang atau sebesar 22,5 %, usia 41-50 tahun sebanyak 20 orang atau sebesar 50 %, usia 51-60 tahun sebesar 11 orang atau sebesar 27,5 % dari jumlah Jumlah responden petani bandeng.

Responden petani padi yang termasuk dalam usia produktif yaitu sebanyak 30 orang atau sebesar 93,75 %, responden petani tebu sebanyak 35 orang atau sebesar 87,5 %, dan responden petani bandeng sebanyak 40 orang atau 100 % dari masing-masing Jumlah jumlah responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar termasuk dalam katagori usia produktif sehingga lebih

mudah dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan untuk memperoleh hasil produksi yang tinggi.

5.3.2 Karakteristik Responden Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan memiliki peranan dalam kemajuan dan perkembangan berusahatani. Pendidikan merupakan salah satu faktor pendukung dalam pembangunan pertanian dikarenakan pendidikan dapat menunjang peningkatan produktivitas petani. Tingkat pendidikan juga menentukan kemampuan seorang petani dalam mengadopsi teknologi, tingkat pendidikan yang rendah akan mengakibatkan daya serap petani terhadap perkembangan teknologi menjadi semakin lamban. Komposisi responden petani berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10 . Komposisi Responden Petani Padi Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Tamat SD	14	43,75
Tamat SMP	12	37,50
Tamat SMA	6	18,75
Jumlah	32	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 10 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden petani padi di Kecamatan Sukodono sebagian besar adalah lulusan Sekolah Dasar (SD) yaitu sebanyak 14 orang atau sebesar 43,75 %, responden yang memiliki tingkat pendidikan formal akhir SMP sebanyak 12 orang atau sebesar 37,5 %, dan responden petani yang memiliki tingkat pendidikan formal akhir SMA sebanyak 6 orang atau sebesar 18,75 % dari Jumlah responden petani padi.

Tabel 11 . Komposisi Responden Petani Tebu Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Tamat SD	8	20
Tamat SMP	8	20
Tamat SMA	17	42,5
Tamat D3	5	12,5
Tamat S1	2	5
Jumlah	40	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Berdasarkan pada Tabel 11 diatas, jumlah responden petani tebu di Kecamatan Candi yang tamat SD dan SMP berjumlah 8 orang atau sebesar 20 %, responden yang taat SMA sebanyak 17 orang atau sebesar 42,5 %, responden yang tamat D3 sebanyak 5 orang atau sebesar 12,5 %, dan respoden yang memiliki pendidikan formal S1 sebanyak 2 orang atau sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar petani tebu memiliki pendidikan formal akhir SMA dari jumlah Jumlah responden yang ada.

Tabel 12 . Komposisi Petani Bandeng Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Tamat SD	7	17,50
Tamat SMP	11	27,50
Tamat SMA	19	47,50
Tamat S1	3	7,50
Jumlah	40	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 12 menunjukkan bahwa sebagian besar petani bandeng di Kecamatan Candi adalah tamatan SMA yaitu sebanyak 19 orang atau sebesar 47,5 % dari Jumlah jumlah responden petani bandeng, sedangkan yang tamat SD berjumlah 7 orang atau sebesar 17,5 %, responden yang tamat SMP sebanyak 11 orang atau sebesar 27,5 %, dan reponden yang telah menempuh pendidikan akhir S1 sebanyak 3 orang atau sebesar 7,5 %.

Berdasarkan pada komposisi petani padi di Kecamatan Sukodono (Tabel 10), petani tebu di Kecamatan Candi (Tabel 11) , dan petani bandeng di Kecamatan Candi (Tabel 12) diketahui bahwa rata-rata tingkat pendidikan responden yaitu pada tingkat SMA yang mana tergolong cukup tinggi, hal ini akan membawa dampak positif dimana petani akan memiliki pikiran yang lebih terbuka terhadap hal-hal baru yang bisa diterapkan dalam pengembangan usahatannya. Berdasrakan komposisi responden petani cukup sesuai dengan karakteristik penduduk di Kabupaten Sidoarjo berdasarkan tingkatan pendidikan yang sebagian besar adalah tamatan sekolah menengah atas (lihat Tabel 5).

5.3.3 Karakteristik Responden Petani Berdasarkan Luas Lahan

Luasnya lahan garapan usahatani berpengaruh terhadap tingkat pendapatan dan dalam merespon atau menerima suatu teknologi serta inovasi baru. Semakin luas lahan garapan semakin mampu memberikan jaminan hidup sebagai sumber pendapatan, dan semakin mudah dalam menerima teknologi atau inovasi dikarenakan resiko yang kemungkinan terjadi cukup kecil.

Tabel 13 menunjukkan komposisi responden petani padi berdasarkan luas lahan. Diketahui bahwa rata-rata luas lahan responden petani padi yaitu seluas 0,5 hektar dengan sebesar 68,75 %. Sedangkan petani responden dengan luas lahan 0,6 hektar hingga 1 hektar sebesar 25 %, dan petani responden dengan luas lahan lebih dari 1 hektar sebesar 6,25 %. Hal ini menunjukkan bahwa petani padi responden masih didominasi oleh petani subsisten dengan lahan sempit.

Tabel 13 . Komposisi Responden Petani Padi Berdasarkan Luas Lahan

Luas Lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Persentase(%)
0-0,5	22	68,75
0,6-1	8	25
>1	2	6,25
Jumlah	32	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Berdasarkan pada Tabel 14 , dapat diketahui bahwa responden petani tebu yang memiliki luas lahan kurang dari 2 hektar sebanyak 2 orang atau sebesar 5 %, dengan luas lahan 2 hingga 7 hektar berjumlah 16 orang atau sebesar 40 %, dengan luas lahan 8 hingga 13 hektar sebanyak 13 orang atau sebesar 32,5 %, sedangkan responden petani tebu yang memiliki luas lahan 14-19 hektar sebanyak 6 orang atau sebesar 15 %, dan sisanya responden petani tebu yang memiliki luas lahan lebih dari 19 hektar sebanyak 3 orang atau sebesar 7,5 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar petani tebu di Kecamatan Candi memiliki luas lahan 2 hingga 7 hektar.

Tabel 14 . Komposisi Responden Petani Tebu Berdasarkan Luas Lahan

Luas Lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<2	2	5
2-7	16	40
8-13	13	32,5

Tabel 14 (Lanjutan).

Luas Lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
14-19	6	15
>19	3	7,5
Jumlah	40	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Berdasarkan pada Tabel 15, dapat diketahui bahwa rata-rata luas lahan responden petani bandeng di Kecamatan Candi seluas 3 hingga 6 hektar sebanyak 21 orang atau sebesar 52,5 %. Berikutnya responden petani bandeng yang memiliki luas lahan 7 hingga 10 hektar sebanyak 19 orang atay sebesar 47,5 %. Hal ini menunjukkan bahwa responden petani bandeng masih di dominasi oleh petani dengan luas lahan sempit.

Tabel 15 . Komposisi Petani Bandeng Berdasarkan Luas Lahan

Luas Lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
3-6	21	52,5
7-10	19	47,5
Jumlah	40	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

5.3.4 Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran

Karakterisitik lembaga pemasaran adalah gambaran tentang badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi-fungsi pemasaran komoditi mulai dari petani produsen hingga sampai ke tangan konsumen.

Tabel 16. Komposisi Jumlah Lembaga Pemasaran Beras di Kecamatan Sukodono

Lembaga Pemasaran	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Penebas	3	30
Penggilingan	1	10
Agen	2	20
Pedagang Pengecer	4	40
Jumlah	10	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 16 menunjukkan komposisi lembaga pemasaran beras di Kecamatan Sukodono, diketahui bahwa penebas berjumlah 3 orang atau 30%, penggilingan berjumlah 1 orang atau 10%, lembaga pemasaran agen berjumlah 2

orang atau 20%, dan pedagang pengecer sebanyak 4 orang atau 40% dari jumlah lembaga pemasaran yang ada.

Tabel 17. Komposisi Jumlah Responden Lembaga Pemasaran Tebu di Kecamatan Candi

Lembaga Pemasaran	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pabrik Gula	1	12,5
Pedagang Besar	2	25
Agen	2	25
Pedagang Pengecer	3	37,5
Jumlah	8	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 17 menunjukkan bahwa lembaga pemasaran gula yang terlibat ialah untuk pabrik gula Candi berjumlah 1 orang atau 12,5% , pedagang besar sebanyak 2 orang atau sebesar 25%, agen sebanyak 2 orang atau sebesar 25% dan pedagang pengecer sebanyak 3 orang atau sebesar 37,5%.

Tabel 18. Komposisi Jumlah Responden Lembaga Pemasaran Bandeng di Kecamatan Candi

Lembaga Pemasaran	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pedagang Pengumpul	2	28,57
Pasar Ikan DEPO	1	14,29
Pedagang Besar	2	28,57
Pedagang Pengecer	2	28,57
Jumlah	7	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 18 menunjukkan komposisi jumlah responden lembaga pemasaran bandeng di Kecamatan Candi, diketahui bahwa pedagang pengumpul berjumlah 2 orang atau sebesar 28,57%, pasar ikan depo berjumlah 1 orang atau sebesar 14,29%, pedagang besar sebanyak 2 orang atau sebesar 28,57%, dan pedagang pengecer berjumlah 2 orang atau sebesar 28,57% dari jumlah responden lembaga pemasaran yang diteliti.

Masing-masing responden lembaga pemasaran ini memiliki karakteristik yang berbeda-beda menurut kelompok umur, dan alat transportasi. Tabel 19 menunjukkan komposisi responden lembaga pemasaran beras di Kecamatan Sukodono berdasarkan kelompok umur, diketahui bahwa kelompok

umur 36 hingga 40 tahun berjumlah 5 orang atau sebesar 50%, kelompok umur 41 hingga 45 tahun berjumlah 4 orang atau sebesar 40%, dan kelompok umur 46 hingga 50 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 10% dari jumlah responden lembaga pemasaran yang diteliti. Berikut adalah tabel komposisi lembaga pemasaran berdasarkan kelompok umur:

Tabel 19. Komposisi Responden Lembaga Pemasaran Beras Berdasarkan Kelompok Umur

Kelompok Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
30-35	0	0
36-40	5	50
41-45	4	40
46-50	1	10
>50	0	0
Jumlah	10	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Berdasarkan Tabel 20, dapat dilihat bahwa responden lembaga pemasaran gula dengan kelompok umur 36 hingga 40 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 57,14%, kelompok umur 41 hingga 45 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 28,57% dan kelompok umur lebih dari 50 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 14,29%.

Tabel 20. Komposisi Responden Lembaga Pemasaran Gula Berdasarkan Kelompok Umur

Kelompok Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
30-35	0	0
36-40	4	57,14
41-45	2	28,57
>50	1	14,29
Jumlah	7	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 21 menunjukkan bahwa komposisi responden lembaga pemasaran bandeng di Kecamatan Candi berdasarkan kelompok umur diketahui bahwa kelompok umur 30 hingga 35 tahun berjumlah 2 orang atau sebesar 28,57%, kelompok umur 36-40 tahun berjumlah 3 orang atau sebesar 42,86%, kelompok umur 41 hingga 45 tahun berjumlah 1 orang dan kelompok umur 46 hingga 50

tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 14,29% dari Jumlah komposisi jumlah responden lembaga pemasaran yang diteliti.

Tabel 21. Komposisi Responden Lembaga Pemasaran Bandeng Berdasarkan Kelompok Umur

Kelompok Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
30-35	2	28,57
36-40	3	42,86
41-45	1	14,29
46-50	1	14,29
Jumlah	7	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Berdasarkan hal tersebut maka usia responden lembaga pemasaran tiap komoditi beras, gula, dan bandeng sebagian besar berada di usia produktif, dimana pada usia ini keadaan fisik masih baik sehingga dapat menunjang kelancaran proses pemasaran tiap komoditi.

Tabel 22 menunjukkan komposisi responden lembaga pemasaran beras berdasarkan alat transportasi yang digunakan, diketahui bahwa responden lembaga pemasaran yang menggunakan sepeda motor sebanyak 3 orang atau sebesar 30%, yang menggunakan pick up berjumlah 2 orang atau sebesar 20%, yang menggunakan truk berjumlah 1 orang atau sebesar 10%, sedangkan sisanya sebesar 40% tidak memiliki alat transportasi.

Tabel 22. Komposisi Responden Lembaga Pemasaran Beras Berdasarkan Alat Transportasi

Alat Transportasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sepeda motor	3	30
Pick up	2	20
Truk	1	10
Tidak ada	4	40
Jumlah	10	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 23 menunjukkan bahwa responden lembaga pemasaran gula yang menggunakan pick up berjumlah 2 orang atau sebesar 25%, yang menggunakan truk sebanyak 2 orang atau sebesar 25%, dan sisanya 50% tidak memiliki alat transportasi.

Tabel 23. Komposisi Responden Lembaga Pemasaran Gula Berdasarkan Alat Transportasi

Alat transportasi	Jumlah	Pesentase(%)
Pick Up	2	25
Truk	2	25
Tidak Ada	4	50
Jumlah	8	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 24 menunjukkan komposisi lembaga pemasarn bandeng beradsarkan alat transportasi yang digunakan. Diketahui bahwa responden ynag menggunkan sepeda motor sebanyak 2 orang atau sebesar 28,57%, yang menggunakan pick up sebanyak 2 orang atau sebesar 28,57%, dan sisanya 42,86% tidak memiliki alat transportasi.

Tabel 24. Komposisi Responden Lembaga Pemasaran Bandeng Berdasarkan Alat Transportasi

Alat Transportasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sepeda Motor	2	28,57
Pick Up	2	28,57
Truk	0	0,00
Tidak Ada	3	42,86
Jumlah	7	100

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Berdasarkan pada komposisi lembaga pemasaran menurut alat transportasi yang digunakan, diketahui bahwa responden lembaga pemasaran baik beras, gula, dan bandeng yang terbesar tidak memiliki alat transportasi dalam memasarkan produknya. Hal ini dikarenakan yang memiliki alat transportasi biasanya penebas, penggilingan, dan agen untuk lembaga pemasaran beras, pedagang besar dan agen bagi lembaga pemasaran gula, serta pedagang pengumpul dan pedagang besar bagi lembaga pemasaran bandeng. Sisanya pedagang pengecer hanya menerima produk dari lembaga pemasaran sebelumnya sehingga sebagian besar pedagang pengecer pada tiap responden tidak menggunakan alat transportasi.

5.4 Perkembangan Harga Beras, Gula, dan Bandeng

5.4.1 Perkembangan Harga Jual Beras

Pada Tabel 25 terlihat perkembangan harga jual gabah tahunan pada tingkat produsen di Kabupaten Sidoarjo, pada tahun 2010 adalah Rp 2.998/kg lalu pada tahun 2011 mengalami peningkatan sebesar 15,94% yang mana menjadi Rp 3.476/kg. Tahun 2012 juga mengalami peningkatan sebesar 26,54% menjadi Rp 3.791/kg, dan pada tahun 2013 semakin meningkat sebesar 35,56% hingga harga jual mencapai Rp 4.064/kg. Kenaikan harga jual pada tiap tahunnya disebabkan karena produksi beras domestik tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang sebesar 192 ribu ton sehingga untuk mencukupi kebutuhan beras harus dipasok dari luar daerah antara 25% hingga 30% penurunan produksi petani akibat banyaknya sawah petani yang terkena hama sehingga menjadi gagal panen (Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, 2013). Kenaikan harga BBM (Bahan Bakar Minyak) pada tahun 2013 juga menjadi salah satu penyebab kenaikan harga jual hal ini karena mempengaruhi biaya usahatani yang dikeluarkan petani seperti harga bibit, harga pupuk, dan pestisida yang ikut naik.

Koefisien variasi adalah perbandingan antara simpangan standar dengan nilai rata-rata yang dinyatakan dengan persentase, yang mana berguna untuk melihat sebaran data dari rata-rata hitungannya. Pada tabel 25 menunjukkan koefisien variasi pada tahun 2010 sebesar 8,70%, pada tahun 2011 menjadi 14,46%, tahun 2012 menjadi 5,26%, dan tahun 2013 menjadi sebesar 3,17%. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui bahwa perkembangan harga gabah tahun 2013 pada tingkat produsen paling stabil dibandingkan dengan tahun 2010 hingga 2012 dengan nilai koefisien variasi sebesar 3,17%.

Tabel 25. Harga Produsen Beras

	Tahun			
	2010	2011	2012	2013
Harga rata-rata (Rp/kg)	2.998	3.476	3.791	4.064
Pertumbuhan (%)	-	15,94	26,45	35,56
Koefisien variasi (%)	8,70	14,46	5,26	3,17

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 26 menunjukkan rata-rata harga jual beras di tingkat konsumen diketahui bahwa rata-rata harga jual pada tahun 2010 sebesar Rp 5.930/kg, lalu naik sebesar 15,18% pada tahun 2011 menjadi Rp 6.830/kg. Dibandingkan tahun 2011, peningkatan harga pada tahun 2012 lebih besar yaitu sebesar 30,89% sehingga menjadi Rp 7.762/kg, dan tahun 2013 juga mengalami kenaikan harga jual sebesar 37,99% hingga harga jual mencapai Rp 8.183/kg. Berdasarkan hal tersebut maka peningkatan harga tertinggi yaitu pada tahun 2013 naik hingga 37,99%, terlihat bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan harga jual beras sama seperti halnya dengan harga jual rata-rata pada tingkat produsen. Terjadinya kenaikan harga tiap tahunnya di Kabupaten Sidoarjo dikarenakan harus memasok beras dari daerah luar Sidoarjo sehingga berpengaruh terhadap biaya pendistribusiannya ditambah dengan kenaikan harga BBM pada tahun 2013 sehingga mempengaruhi biaya transportasi, dan tenaga kerja.

Koefisien variasi pada tahun 2010 yaitu 4,76%, mengalami peningkatan sehingga menjadi 8,54%, lalu pada tahun 2012 mengalami penurunan menjadi 2,72%, dan tahun 2013 mengalami peningkatan kembali menjadi 4,38%. Berdasarkan hal tersebut maka diketahui pada tahun 2010 hingga 2013 harga jual rata-rata perbulannya cenderung stabil.

Tabel 26. Harga Konsumen Beras

	Tahun			
	2010	2011	2012	2013
Harga rata-rata (Rp/kg)	5.930	6.830	7.762	8.183
Pertumbuhan (%)	-	15,18	30,89	37,99
Koefisien variasi (%)	4,76	8,54	2,72	4,38

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Berdasarkan pada hasil penelitian diketahui selisih harga di tingkat konsumen dan tingkat produsen berkisar antara Rp 2.932/kg hingga Rp 4.119/kg (Lampiran 4), dan persentase pertumbuhan harga jual pada tingkat konsumen juga cenderung lebih tinggi dibandingkan di tingkat produsen dengan kecenderungan pertumbuhan sebesar 21,01%/tahun. Sesuai Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 65/Permentan/Ot.140/12/2010 tanggal 22 Desember 2010 tentang pencapaian standar pelayanan minimal distribusi pangan dan akses

pangan, harga dinyatakan stabil jika gejolak harga pangan di suatu wilayah kurang dari 25% dari kondisi normal. Terlihat pada stabilitas harga gabah dan beras di Kabupaten Sidoarjo tingkat produsen dan konsumen secara umum baik, tidak ada lonjakan harga yang berarti tiap bulannya mulai tahun 2010 hingga tahun 2013 hal ini berdasarkan nilai koefisien variasi yang kurang dari 25% (Badan Ketahanan Pangan, 2010). Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa kenaikan harga beras pada tahun 2010 hingga 2013 di tingkat konsumen atau pedagang besar lebih menguntungkan pedagang dibandingkan pada petani produsen. Masyarakat Kabupaten Sidoarjo masih dapat menjangkau harga jual beras yang beredar dikarenakan stabilitas harga beras cenderung baik walaupun terjadi kenaikan harga tiap tahunnya.

5.4.2 Perkembangan Harga Jual Gula

Tabel 27 menunjukkan rata-rata harga jual gula di tingkat produsen diketahui pada tahun 2010 harga rata-rata sebesar Rp 6.281/kg, tahun 2011 meningkat sebesar 12,24% sehingga menjadi Rp 7.050/kg. Tahun 2012 dan tahun 2013 juga mengalami peningkatan sebesar 27,89% dan 43,56% sehingga masing-masing menjadi Rp 8.033/kg dan Rp 9.017/kg. Diketahui bahwa peningkatan harga jual gula tiap tahunnya mengalami peningkatan, peningkatan tertinggi yaitu pada tahun 2013 yaitu naik sebesar 43,56%. Kenaikan harga jual ini dipicu oleh kekosongan stok gula secara nasional, produksi tanaman tebu tahun 2013 sebesar 4.719.162 kwintal mengalami penurunan dibandingkan tahun 2012 yang sebesar 5.267.176 kwintal demikian juga tahun 2013 tidak mencapai target produksi yang telah ditetapkan yaitu 5.802.393 kwintal yang disebabkan turunnya produktivitas karena adanya alih fungsi lahan di beberapa kecamatan (Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, 2013). Kenaikan harga dan adanya kenaikan biaya produksi seperti kenaikan harga pupuk, kenaikan biaya sewa lahan, kenaikan upah pekerja, dan kenaikan HPP (Harga Patokan Petani) yang harus dilakukan sesuai dengan kenaikan produksinya juga merupakan salah satu pemicu kenaikan harga jual (Komunikasi dan Informasi Jawa Timur, 2012).

Koefisien variasi rata-rata harga jual gula di tingkat produsen diketahui pada tahun 2010 adalah sebesar 1,37%, tahun 2011 meningkat menjadi 3,73%,

tahun 2012 juga meningkat menjadi 4,09%, dan tahun 2013 koefisien variasi turun menjadi 3,73%. Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa pada tahun 2013 harga jual perbulannya relatif stabil yang sebesar 3,73% jika dibandingkan tahun 2012 yang sebesar 4,09%.

Tabel 27. Harga Produsen Gula

	Tahun			
	2010	2011	2012	2013
Harga rata-rata (Rp/kg)	6.281	7.050	8.033	9.017
Pertumbuhan (%)	-	12,24	27,89	43,56
Koefisien variasi (%)	1,37	3,73	4,09	3,73

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 28 menunjukkan harga jual rata-rata gula pada tingkat konsumen, diketahui pada tahun 2010 yaitu sebesar Rp 10.218/kg, lalu tahun 2011 harga mencapai Rp 10.185/kg yang mana mengalami penurunan sebesar 0,32%. Tahun 2012 kembali meningkat sebesar 7,31% sehingga menjadi Rp 10.965/kg, dan tahun 2013 harga jual rata-rata gula juga meningkat 11,79% hingga mencapai Rp 11.423/kg. Berdasarkan hal tersebut peningkatan harga jual tiap tahunnya cenderung meningkat walaupun pada tahun 2011 mengalami penurunan sebesar 0,32% yaitu sebesar Rp 10.185/kg, dan peningkatan harga jual tertinggi yaitu sebesar 11,79% yang mana mencapai harga Rp 11.423/kg. Kenaikan harga jual yang terjadi pada tingkat konsumen disebabkan oleh banyak faktor seperti stok gula nasional yang semakin berkurang, kenaikan harga BBM, disertai dengan kenaikan barang dan jasa yang diperlukan dalam memasarkan gula (Komunikasi dan Informasi Jawa Timur, 2012).

Tabel 28 juga menunjukkan koefisien variasi yang mana diketahui tahun 2010 yaitu sebesar 2,54%, tahun 2011 yaitu sebesar 2,06%, tahun 2012 yaitu sebesar 3,39%, dan tahun 2013 koefisien variasi yaitu 1,34%. Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa koefisien variasi terendah yaitu pada tahun 2013 sebesar 1,34% yang mana artinya harga rata-rata perbulannya pada tahun 2013 adalah relatif stabil dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Tabel 28. Harga Konsumen Gula

	Tahun			
	2010	2011	2012	2013
Harga rata-rata (Rp/kg)	10.218	10.185	10.965	11.423
Pertumbuhan (%)	-	-0,38	7,31	11,79
Koefisien variasi (%)	2,54	2,06	3,39	1,34

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Berdasarkan pada hasil penelitian diketahui bahwa selisih harga gula di tingkat konsumen dan tingkat produsen berkisar antara Rp 2.406/kg hingga Rp 3.937/kg (Lampiran 4) , dan pertumbuhan harga jual pada tingkat produsen cenderung lebih tinggi dibandingkan di tingkat konsumen dengan rata-rata pertumbuhan sebesar sebesar 20,92%/tahun. Pada stabilitas harga gula di Kabupaten Sidoarjo di tingkat produsen dan konsumen secara umum baik, tidak ada lonjakan harga yang berarti tiap bulannya mulai tahun 2010 hingga tahun 2013 hal ini berdasarkan nilai koefisien variasi yang kurang dari 25%. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa peningkatan harga gula di tingkat petani menguntungkan dan walaupun harga cenderung naik tiap tahunnya stabilitas harga jual tetap stabil sehingga masyarakat masih mampu mengaksesnya.

5.4.3 Perkembangan Harga Jual Bandeng

Pada Tabel 29 menunjukkan rata-rata harga jual bandeng pada tingkat produsen diketahui pada tahun 2010 harga jual rata-rata bandeng yaitu sebesar Rp 12.310/kg. Peningkatan harga jual terjadi pada tahun 2011 sebesar yaitu sebesar 15,52% hingga menjadi Rp 14.221/kg, lalu tahun 2012 juga mengalami peningkatan harga jual sebesar 26,53% yang mana menjadi Rp 15.576/kg, dan tahun 2013 naik sebesar 28,83% hingga mencapai Rp 15.859/kg. Berdasarkan hal tersebut maka peningkatan harga jual tertinggi yaitu pada tahun 2013 dengan harga jual rata-rata sebesar Rp 15.576/kg dan pertumbuhan harga sebesar 28,83%. Kenaikan harga bandeng yang terjadi di Kabupaten Sidoarjo cenderung naik tiap tahunnya hal ini dikarenakan produksi bandeng belum mencapai target yang ditetapkan pemerintah daerah yaitu sebesar 2.173 kg/ha/th sedangkan

konsumsi ikan per kapita per tahun di Kabupaten Sidoarjo semakin meningkat, tingkat konsumsi ikan tahun 2013 telah mencapai 27,82 kg/kapita/th yang mana sudah melampaui target pemerintah daerah yang sebesar 26,75 kg/kapita/th. Penyebab turunnya produksi dikarenakan mayoritas pola budidaya masih tradisional, padat tebar, benih rendah, dan beberapa tambak mengalami tanggul jebol (pasang tinggi) (Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, 2013).

Koefisien variasi harga jual rata-rata bandeng pada tingkat produsen dapat diketahui tahun 2010 sebesar 3,84%, lalu tahun 2011 menjadi 3,91%, tahun 2012 turun menjadi 2,02%, dan tahun 2013 menjadi 1,34%. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan harga jual rata-rata per bulannya tahun 2010 hingga tahun 2013 relatif stabil/tidak ada lonjakan harga yang berarti hal ini berdasarkan nilai koefisien variasi yang kurang dari 25%, dan pada tahun 2013 memiliki koefisien variasi terendah yang sebesar 1,34%.

Tabel 29. Harga Produsen Bandeng

	Tahun			
	2010	2011	2012	2013
Harga rata-rata	12.310	14.221	15.576	15.859
Pertumbuhan (%)	-	15,52	26,53	28,83
Koefisien variasi (%)	3,84	3,91	2,02	1,34

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Tabel 30 menunjukkan rata-rata harga jual bandeng di tingkat konsumen diketahui pada tahun 2010 rata-rata harga jual sebesar Rp 16.462/kg, tahun 2011 sebesar Rp 18.494/kg yang mana mengalami peningkatan sebesar 12,34%, lalu tahun 2012 menjadi Rp 19.419/kg dengan kenaikan sebesar 17,96%, dan pada tahun 2013 mengalami peningkatan tertinggi yaitu sebesar 25,38% yang mana mencapai harga Rp 20.641/kg nya. Terlihat bahwa harga jual rata-rata pada tingkat konsumen mengalami kenaikan harga terus menerus tiap tahunnya, hal ini disebabkan produksi yang semakin menurun sedangkan tingkat konsumsi masyarakat semakin meningkat, serta semakin naiknya harga kebutuhan petani tambak dalam melakukan usahataniya sehingga mempengaruhi harga jual akhir (Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, 2013).

Koefisien variasi rata-rata harga jual bandeng di tingkat konsumen tahun 2010 adalah sebesar 5,39%, tahun 2011 sebesar 3,31%, lalu tahun 2012

menjadi 2,38%, dan tahun 2013 sebesar 0,99%. Berdasarkan hal tersebut maka koefisien variasi yang terendah terlihat pada tahun 2013 yaitu sebesar 0,99% yang mana artinya rata-rata harga jual per bulannya pada tahun 2013 stabil (tidak berfluktuasi) dibandingkan tahun sebelumnya.

Tabel 30. Harga Konsumen Bandeng

	Tahun			
	2010	2011	2012	2013
Harga rata-rata (Rp/kg)	16.462	18.494	19.419	20.641
Pertumbuhan (%)	-	12,34	17,96	25,38
Koefisien variasi (%)	5,39	3,31	2,38	0,99

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

Berdasarkan pada hasil penelitian diketahui bahwa selisih harga bandeng di tingkat konsumen dan tingkat produsen berkisar antara Rp 3.843/kg hingga Rp 4.782/kg (Lampiran 4), dan pertumbuhan harga jual pada tingkat produsen cenderung lebih tinggi dibandingkan di tingkat konsumen dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 17,72%/tahun. Pada stabilitas harga beras di Kabupaten Sidoarjo di tingkat produsen dan konsumen secara umum baik, tidak ada lonjakan harga yang berarti tiap bulannya mulai tahun 2010 hingga tahun 2013 hal ini berdasarkan nilai koefisien variasi yang kurang dari 25%. Peningkatan harga yang terjadi tidak mempengaruhi stabilitas harga jual per bulannya dari tahun 2010 hingga 2013 sehingga penduduk Kabupaten Sidoarjo masih mampu membelinya bahkan tingkat konsumsi masyarakat semakin tinggi.

5.5 Gambaran Umum Distribusi Pangan di Kabupaten Sidoarjo

Distribusi pangan merupakan salah satu komponen penting dalam penyelenggaraan ketahanan pangan di suatu wilayah. Potensi produksi pangan dalam suatu wilayah akan tidak berarti apabila distribusinya tidak berjalan dengan baik sehingga tidak dapat sampai merata ke tangan konsumen. Distribusi pangan di Kabupaten Sidoarjo diwakili oleh tiga jenis kelompok pangan yaitu kelompok tanaman pangan, kelompok tanaman perkebunan, dan kelompok pangan hewani. Kelompok tanaman pangan diwakili oleh beras. Kelompok

tanaman perkebunan diwakili oleh tebu dan kelompok pangan perikanan diwakili oleh bandeng.

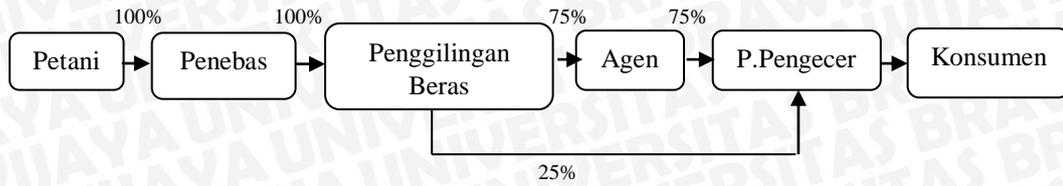
5.5.1 Pemasaran Beras di Kabupaten Sidoarjo

Dari penelitian yang telah dilaksanakan dengan menggunakan metode *snowball sampling* diperoleh 2 saluran pemasaran beras di Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo. Dari kedua saluran yang didapatkan terdapat lembaga pemasaran yang masing-masing memiliki perannya sendiri yang bertujuan menyampaikan/menzalurkan beras dari petani produsen padi kepada konsumen akhir. Panjang pendeknya saluran pemasaran yang ada tergantung pada banyak atau tidaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran beras. Semakin pendek saluran yang ada, berarti lembaga yang terlibat dalam suatu proses pemasaran juga semakin sedikit, begitu pula sebaliknya semakin panjang saluran pemasaran maka lembaga pemasaran yang terlibat akan semakin banyak. Ketika semakin panjang saluran pemasaran maka harga jual akhir yang harus dibayar konsumen tinggi, begitu juga sebaliknya semakin pendek saluran pemasaran maka harga akhir yang diterima konsumen akan semakin rendah.

Saluran pemasaran beras terbentuk dari adanya proses perpindahan komoditas jaguung, yaitu dari petani sebagai produsen ke konsumen melalui lembaga-lembaga pemasaean yang ada. Panjang pendeknya saluran pemasaran tergantung pada jumlah lembaga pemasaran yang terlibat, maka saluran pemasaran akan semakin panjang. Dari hasil penelitian, terdapat 2 saluran pemasaran beras di Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo, yaitu:

1. Saluran pemasaran I: Petani – Penebas – Penggilingan Beras – Agen – Pedagang Pengecer – Konsumen.
2. Saluran pemasaran II: Petani – Penebas –Penggilingan Beras – Pedagang Pengecer – Konsumen.

Lebih jelasnya saluran pemasaran beras dapat dilihat pada Gambar 4 berikut ini:



Gambar 4. Saluran Pemasaran Beras di Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo.

Pada saluran I melalui empat lembaga pemasaran sebelum komoditi beras sampai ke tangan konsumen. Saluran ini lebih panjang bila dibandingkan saluran pemasaran kedua. Rantai pemasaran padi dimulai dari tingkat petani sebagai produsen padi, sebagian besar hasil produksi padi petani dibeli langsung oleh penebas atau sebesar 100% petani menjual hasil produksinya kepada penebas. Petani yang menjual padi secara tebasan tidak melakukan proses penanganan dan pengolahan pasca panen, proses ini ditanggung oleh penebas. Hampir seluruh petani memiliki langganan penebas yang akan membeli hasil produksinya, hanya sistem kepercayaan yang diterapkan dalam transaksi antara petani dan penebas. Penebas biasanya mendatangi petani secara langsung di lapang (sawah) untuk melihat padi yang akan di beli sebelum melakukan transaksi jual beli. Selanjutnya yaitu terjadi proses tawar menawar antara penebas dan petani, jika harga jual telah mencapai kesepakatan maka terjadilah transaksi. Biasanya yang menentukan harga adalah penebas, petani hanya menuruti harga yang telah ditetapkan penebas.

Selanjutnya penebas menjual hasil gabah basah tebasannya kepada penggilingan beras, harga yang ditentukan biasanya dipengaruhi oleh musim panen dan jumlah gabah basah yang diterima, jika gabah basah melimpah maka harga yang diberikan cenderung rendah yaitu berkisar Rp 4.000/kg dan jika gabah basah yang diterima tidak banyak maka harga yang diberikan kepada penebas cenderung tinggi Rp 4.200/kg. Penggilingan beras disini melakukan pengolahan dari gabah menjadi beras, pengangkutan dari tempat penggilingan kepada pedagang besar dan melakukan fungsi penyimpanan. Setelah dari penggilingan beras maka lembaga pemasaran berikutnya yaitu agen biasanya akan langsung membeli beras kepada penggilingan beras langganannya, agen disini melakukan fungsi penyimpanan dan transportasi. Penggilingan beras menjual kepada agen sebanyak 50%. Setelah lembaga pemasaran agen, lembaga

pemasaran berikutnya adalah pedagang pengecer, pedagang pengecer hanya melakukan fungsi pembelian dan penjualan serta penyimpanan. Fungsi transportasi tidak dilakukan dikarenakan biasanya pedagang besar yang menyalurkan produknya dengan menggunakan *pick up* kepada para pedagang pengecer.

Saluran pemasaran II merupakan saluran yang terdiri dari petani, penebas, penggilingan beras, pedagang pengecer, dan konsumen. Sama halnya dengan saluran pertama, bahwa setelah petani menjual hasil produksinya kepada penebas dan penebas mememanennya serta menjualnya kepada penggilingan beras, proses pemasaran berikutnya yaitu 50% langsung kepada pedagang pengecer. Pedagang pengecer pada saluran pemasaran ini tidak hanya melakukan fungsi penjualan, pembelian, dan penyimpanan saja, akan tetapi juga melakukan fungsi pengangkutan untuk membawa beras yang telah dibeli secara langsung dari penggilingan beras. Alat yang digunakan biasanya sepeda motor dikarenakan yang dibeli dalam jumlah sedikit.

5.5.2 Fungsi Pemasaran Beras di Kabupaten Sidoarjo

Aliran produk dari produsen ke konsumen disertai dengan peningkatan nilai guna. Peningkatan nilai guna ini terwujud hanya apabila terdapat lembaga pemasaran yang melaksanakan fungsi pemasaran atas komoditas tersebut. Setiap pelaku pasar pada masing-masing saluran memiliki tugas dan tanggung jawab sesuai dengan fungsi pemasaran yang dilakukan. Fungsi dari lembaga pemasaran adalah menjalankan masing-masing fungsi pemasaran dan memenuhi kebutuhan konsumen secara optimal. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan dalam pemasaran beras dapat dilihat pada Tabel 31.

Tabel 31. Fungsi-fungsi Pemasaran Beras

Lembaga	Fungsi pemasaran	Uraian
Petani	Pertukaran	Penjualan
Penebas	Pertukaran	Penjualan, pembelian
	Fisik	Pengangkutan, penyimpanan
	Fasilitas	Resiko
Penggilingan Beras	Pertukaran	Penjualan, pembelian

Tabel 31 (Lanjutan).

Lembaga	Fungsi pemasaran	Uraian
Penggilingan Beras	Fisik	Pengolahan, pengangkutan, pengemasan, penyimpanan
	Fasilitas	Pendanaan, pengetahuan pasar
Agen	Pertukaran	Pembelian Penjualan
	Fisik	Penyimpanan Transportasi
Pedagang Pengecer	Pertukaran	Pembelian Penjualan
	Fisik	Penyimpanan

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

1. Petani

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilaksanakan, dapat diketahui bahwa petani melakukan penjualan berupa sistem tebasan. Kegiatan pascapanen dilakukan oleh penebas. Petani melakukan fungsi penjualan kepada penebas, penebas biasanya mendatangi lahan sawah petani yang akan dibeli hasil panennya, lalu terjadi proses tawar menawar. Kesepakatan harga yang diberikan ke penebas kepada petani yaitu dengan perkiraan banyaknya padi yang akan dihasilkan secara keseluruhan luas area sawah. Perkiraan pemberian harga tidak berdasarkan dengan cara ditimbang sesuai dengan hitungan matematika yang jelas dengan harga per kilogramnya melainkan hanya melihat kondisi tanaman yang akan dibeli. Petani banyak menjual padinya kepada para penebas dikarenakan dianggap paling menguntungkan yaitu dengan menghasilkan uang lebih cepat dan tidak perlu memikirkan proses pemanenan. Mahalnya biaya tenaga kerja yang diperlukan untuk proses pemanenan juga merupakan salah satu alasan petani menjual padinya kepada penebas.

2. Penebas

Penebas melakukan pembelian gabah basah dari para petani padi. Lalu penebas menjual kembali gabah basah ke penggilingan beras untuk digiling menjadi beras. Fungsi fisik di lembaga penebas yaitu fungsi pengangkutan yang mana menggunakan sepeda motor ketika membawa hasil tebasan ke tempat penyimpanan. Penebas juga melakukan fungsi penyimpanan yang mana penebas memiliki tempat penyimpanan gabah basah sebelum dijual ke pedagang

penampung. Fungsi fasilitas di lembaga penebas yaitu fungsi resiko fisik, terjadi jika ada kerusakan atau penyusutan gabah basah.

3. Penggilingan Beras

Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh penggilingan beras yaitu pembelian dimana membeli gabah basah Rp 4.200/kg dari penebas. Penebas berasal dari daerah Gedangan, Sukodono, Buduran dan Sidoarjo. Selain itu juga melakukan fungsi penjualan kepada agen-agen beras, harga jual yang diberi yaitu Rp 7.800/kg. Fungsi fisik yang dilakukan diantaranya yaitu fungsi pengolahan yang mana dilakukan penjemuran gabah lalu selanjutnya penggilingan hingga pengemasan 25kg/karung. Fungsi penyimpanan juga dilakukan baik gabah basah yang dibeli dari penebas, gabah kering, dan beras dilakukan penyimpanan. Fungsi pengangkutan dilakukan setelah penggilingan beras membeli gabah dari penebas untuk diangkut ke penggilingan dan beras yang siap untuk dijual kepada para agen, selain itu pengangkutan dilakukan ketika pedagang pengecer memesan beras untuk diantar ke toko. Alat pengangkutan dilakukan dengan truk. Fungsi pengetahuan pasar adalah mengenai informasi harga mengenai harga beras di pasar.

4. Agen

Lembaga pemasaran agen ini melakukan fungsi pertukaran dengan kegiatan pembelian dari penggilingan beras dengan harga Rp 7.800/kg, serta melakukan kegiatan penjualan kepada pedagang pengecer dengan harga Rp 7.900/kg. Fungsi fisik yang dilakukan oleh agen diantaranya yaitu fungsi penyimpanan yang mana agen melakukan kegiatan penyimpanan beras 2 ton selama 2 hari setelah menerima beras dari penggilingan beras dan selanjutnya untuk di distribusikan kepada pedagang pengecer. Berikutnya yaitu fungsi transportasi yang mana berkenaan dengan penyediaan barang pada sub agen dengan melakukan pemilihan alternatif rute dan jenis transportasi yang digunakan (*pick up*). Fungsi ini termasuk kegiatan bongkar dan muat barang.

5. Pedagang Pengecer

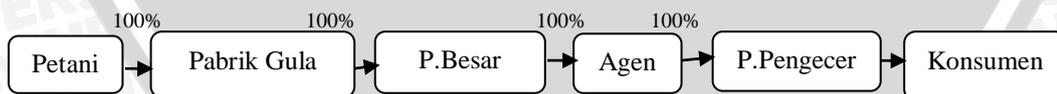
Pedagang pengecer di daerah penelitian juga hanya terlibat dalam pemasaran beras. Pedagang pengecer melakukan fungsi pertukaran yaitu pembelian beras dari pedagang besar dan penjualan beras kepada konsumen

akhir serta fungsi fisik yaitu pengangkutan. Harga pembelian beras dari pedagang besar sebesar Rp 8.000/kg sedangkan harga penjualan beras kepada konsumen sebesar Rp 8.500/kg. Konsumen yang biasanya membeli beras kepada pedagang pengecer adalah konsumen rumah tangga. Pengecer melakukan fungsi penyimpanan yaitu menyimpan beras yang telah dibeli dari agen untuk dijual kepada konsumen selama 2 hingga 3 minggu. Pedagang pengecer tidak melakukan fungsi fisik seperti pengemasan. Hal tersebut dikarenakan pengecer menjual beras per kilogram secara curah.

Berdasarkan pada hasil penelitian maka dapat dikatakan dua saluran pemasaran yang terbentuk dalam pendistribusian beras dari produsen ke konsumen di Kecamatan Sukodono cukup mampu berperan dengan baik dalam memperluas jangkauan pasar terlihat pada saluran pemasaran 1 banyak melibatkan lembaga pemasaran beras, sedangkan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan tiap lembaga pemasaran cukup berfungsi dengan baik terlihat dari stabilitas harga jual yang terbentuk. Pada tingkat produsen fungsi pengetahuan pasar perlu dilakukan mengenai informasi teknologi dan informasi harga agar produksi petani padi semakin meningkat dan posisi tawar petani lebih baik.

5.5.3 Pemasaran Gula di Kabupaten Sidoarjo

Tebu merupakan salah satu komoditas unggulan yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Hal ini didukung oleh produksi tebu yang tinggi dan adanya empat buah pabrik gula yang beroperasi di Kabupaten Sidoarjo salah satunya yaitu PG Candi Baru (Kecamatan Candi). Pada Gambar 5 dapat terlihat alur pemasaran gula di Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo.



Gambar 5. Saluran Pemasaran Gula di Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo

Pada saluran pemasaran gula terlihat petani 100% produsen tebu langsung menjual hasil panennya kepada pabrik gula (PG. Candi). Petani tebu memiliki fungsi penjualan dan transportasi dari lahan ke pabrik gula. Peran PG. Candi yaitu membeli hasil tebu kepada petani dan sebagai fasilitator kepada para pedagang besar untuk dilaksanakannya penjualan gula dengan sistem

lelang, harga yang ditetapkan yaitu sesuai dengan penetapan harga tetap berpatokan pada harga gula di pasaran yang telah ditetapkan oleh pemerintah, serta jumlah permintaan dan penawaran yang ada di pasar. Pelelangan gula oleh pabrik gula biasanya dilakukan tiap satu minggu sekali, dengan diikuti oleh para pedagang besar yang telah terdaftar dan proses lelang didampingi oleh perwakilan Dinas Perkebunan Sidoarjo dan perwakilan dari pabrik gula sendiri. Pedagang besar yang memenangkan lelang maka akan mendapatkan hak untuk membeli seluruh gula yang telah dilelangkan oleh pabrik gula. Pedagang besar memiliki fungsi pertukaran yaitu pembelian dari pabrik gula dan penjualan kepada para agen, fungsi fisik yaitu penyimpanan dan transportasi, dan fungsi fasilitas yaitu pendanaan dan penanggungungan resiko. Proses pemasaran berikutnya dari pedagang besar ke agen-agen langganan, fungsi pemasaran agen diantaranya yaitu fungsi pembelian, penjualan, penyimpanan, transportasi, pendanaan, dan penanggungungan resiko. Sedangkan lembaga pemasaran akhir yaitu pedagang pengecer yang memiliki fungsi pemasaran pembelian, penjualan, dan penyimpanan.

5.5.4 Fungsi Pemasaran Gula di Kabupaten Sidoarjo

Dalam pendistribusian gula kepada konsumen mulai petani dan lembaga pemasaran memiliki masing-masing fungsi pemasaran yang berbeda. Berikut fungsi-fungsi pemasaran gula di Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo:

Tabel 32. Fungsi-fungsi pemasaran Gula

Lembaga	Fungsi	Uraian
Petani	Pertukaran	Penjualan
	Fisik	pengangkutan
Pabrik Gula	Pertukaran	Pembelian, penjualan
	Fisik	Pengolahan
	Fasilitas	Standarisasi, pengetahuan pasar
Pedagang Besar	Pertukaran	Pembelian, penjualan
	Fisik	Penyimpanan, pengangkutan
	Fasilitas	Pendanaan, resiko
Agen	Pertukaran	Pembelian, penjualan
	Fisik	Penyimpanan, pengangkutan

Tabel 32 (Lanjutan).

Lembaga	Fungsi pemasaran	Uraian
Agen	Fasilitas	Pendanaan, penanggungan resiko, pengetahuan pasar
Pedagang Pengecer	Pertukaran	Pembelian, penjualan
	Fisik	Penyimpanan

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

1. Petani

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani tebu mencakup pada fungsi pertukaran yakni penjualan dan fungsi fisik yaitu transportasi. Petani melakukan transaksi penjualan tebu dengan pabrik gula. Kebanyakan petani tebu sudah melakukan kemitraan sehingga pada saat panen semua tebu langsung dikirim ke pabrik gula dengan menggunakan truk.

2. Pabrik Gula

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh Pabrik Gula meliputi fungsi pertukaran, fisik dan fasilitas. Fungsi pertukaran berupa fungsi pembelian dimana pabrik gula melakukan transaksi untuk pembelian tebu dari petani dengan harga sesuai dengan yang ditetapkan pemerintah yakni Rp 8.100/kg. Fungsi penjualan yang dilakukan yaitu Pabrik Gula melakukan transaksi penjualan gula yang telah dihasilkan kepada pedagang besar melalui *broker* (pelelang) dengan sistem lelang yang diadakan sekali setiap minggunya. Harga lelang untuk periode ke 22 sebesar Rp 9.040/kg dengan jumlah gula yang dilelang sebanyak 1447,86 kw. Fungsi fisik yang dilakukan berupa proses pengolahan dari tebu menjadi gula dan dikemas dalam karung seukuran 50kg. Fungsi fasilitas berupa standarisasi agar gula yang dihasilkan diupayakan dapat seragam baik warna maupun butiran kristalnya. Fungsi pengetahuan pasar yang dilakukan untuk menentukan harga lelang gula tiap minggunya.

3. Pedagang Besar

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang besar adalah fungsi pertukaran, fisik dan fasilitas. Fungsi pertukaran berupa fungsi pembelian gula dimana pedagang besar melalui pabrik gula melakukan transaksi lelang gula dan fungsi penjualan yakni transaksi penjualan gula dari pedagang besar ke agen. Pedagang besar yang mengikuti lelang berjumlah 11 orang dan memiliki kantor

di Surabaya. Harga pembelian gula pedagang besar ke pabrik gula adalah Rp 9.040/kg sedangkan harga penjualan gula ke agen sekitar Rp 9.300/kg. Fungsi fasilitas yang dilakukan pedagang besar adalah fungsi pendanaan untuk penyimpanan karena satu perusahaan akan mengikuti lelang gula di beberapa pabrik gula dan kemudian gulanya akan disimpan terlebih dahulu sebelum didistribusikan lebih lanjut ke agen serta penanggungungan resiko fisik pendistribusian gula dari pabrik ke gudang penyimpanan perusahaan.

4. Agen

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh agen adalah fungsi pertukaran, fisik dan fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan agen adalah fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Transaksi pembelian gula dilakukan ke pedagang besar dan transaksi penjualan dilakukan ke pedagang pengecer di kios-kios daerah Sidoarjo Rp 9.900/kg. Fungsi fisik yang dilakukan berupa penyimpanan dan transportasi, karena biaya distribusi ke pengecer seluruhnya ditanggung oleh agen. Fungsi fasilitas yang dilakukan adalah fungsi pendanaan untuk gudang penyimpanan, penanggungungan resiko dimana apabila terjadi masalah dalam proses pendistribusian gula ke pengecer maka menjadi tanggungan oleh agen, dan fungsi pengetahuan pasar dalam informasi harga lelang.

5. Pedagang Pengecer

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer adalah fungsi pertukaran, fisik dan fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan adalah fungsi pembelian yaitu transaksi pembelian gula ke agen dan fungsi penjualan yang mencakup transaksi penjualan ke konsumen dengan harga Rp 10.500/kg serta pembagian gula dari karung ukuran 50kg ke plastik-plastik kecil ukuran 1kg. Fungsi fisik mencakup penyimpanan gula yang telah dibeli kira-kira bisa terjual habis dalam kurun waktu 2-3 minggu.

Berdasarkan pada hasil penelitian diketahui hanya ada satu saluran pemasaran yang terbentuk dalam pendistribusian gula dari produsen ke konsumen di Kecamatan Candi. Saluran ini melibatkan 5 lembaga pemasaran yang cukup mampu berperan dengan baik dalam memperluas jangkauan pasar hal ini terlihat dari jangkauan pasar yang hingga pulau Kalimantan. Fungsi-

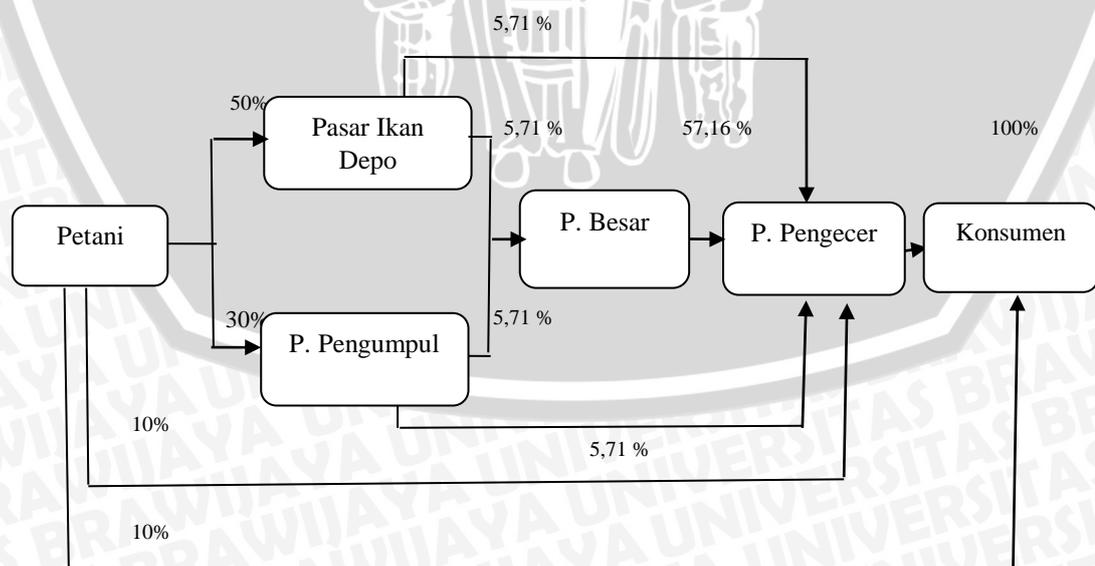
fungsi pemasaran yang dilakukan tiap lembaga pemasaran pun cukup berjalan dengan baik hal ini terlihat dari stabilitas harga jual yang terbentuk. Pada tingkat produsen fungsi pengetahuan pasar perlu dilakukan mengenai informasi teknologi dan informasi harga agar produksi petani tebu semakin meningkat dan posisi tawar petani lebih baik.

5.5.5 Pemasaran Bandeng di Kabupaten Sidoarjo

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui ada enam saluran pemasaran bandeng di Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran I: petani – Pasar Ikan Depo – pedagang besar - pedagang pengecer – konsumen
2. Saluran pemasaran II: petani – Pasar Ikan Depo – pedagang pengecer – konsumen
3. Saluran pemasaran III: petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen
4. Saluran pemasaran IV: petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen
5. Saluran pemasaran V: petani – pedagang pengecer – konsumen
6. Saluran pemasaran VI: petani – konsumen

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 6 di bawah ini:



Gambar 6. Saluran Pemasaran Bandeng di Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo

Gambar 6 menunjukkan bahwa petani tambak yang menjual hasil panen bandengnya ke Pasar Ikan Depo yaitu sebanyak 50%, lalu petani yang menjual langsung kepada pedagang pengumpul yaitu sebanyak 30%, berikutnya petani yang menjual langsung ke pedagang pengecer dan langsung ke konsumen sama yaitu sebanyak 10%. Lembaga pemasaran yang berikutnya yaitu Pasar Ikan Depo yang menjual langsung kepada pedagang besar dan pedagang pengecer yaitu sama-sama sebanyak 5,71%. Pedagang pengumpul yang menjual kepada pedagang besar sebanyak 5,71%, sedangkan yang menjual langsung ke pedagang pengecer juga sebanyak 5,71%.

Pada saluran pemasaran I dan III melalui tiga lembaga pemasaran sebelum komoditi bandeng sampai ke tangan konsumen. Saluran ini lebih panjang jika dibandingkan pada saluran pemasaran II, saluran pemasaran IV, saluran pemasaran V, dan saluran pemasaran VI. Pada saluran II petani tambak menjual hasil tambaknya di Pasar Ikan Depo. Pasar Ikan Depo berperan sebagai fasilitator antara petani dengan lembaga pemasaran berikutnya yaitu pedagang besar untuk dilakukannya proses pelelangan bandeng. Pedagang besar biasanya menggunakan alat transportasi *pick up* untuk selanjutnya mengantarkan jualannya kepada para pedagang pengecer langganannya. Lalu pada saluran III yaitu ada lembaga pemasaran pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer.

Pada saluran pemasaran II dan IV melalui dua lembaga pemasaran. Yang mana pada saluran pemasaran II yaitu Pasar Ikan Depo, lalu pedagang pengecer hingga akhirnya sampai ke tangan konsumen. Disini pedagang pengecer langsung membeli bandeng kepada Pasar Ikan Depo tanpa perantara. Untuk saluran pemasaran IV yaitu melalui pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Pada saluran pemasaran V hanya melalui pedagang pengecer saja hingga akhirnya ke tangan konsumen, biasanya pedagang pengecer yang membeli langsung bandeng dari petani tambak dalam jumlah kecil dan dekat dari daerah tambak petani untuk berikutnya dijual kepada konsumen di pasar terdekat. Pada saluran pemasaran VI yaitu petani langsung menjual hasil

tambaknya kepada para konusmen. Disini para konsumen langsung datang ke daerah pertambakan yang biasanya ada kolam pancing/wisata pancingnya.

5.5.6 Fungsi Pemasaran Bandeng di Kabupaten Sidoarjo

Pendistribusian bandeng dari produsen hingga konsumen melibatkan lembaga pemasaran yang mana masing-masing memiliki fungsi pemasaran. Berikut Tabel 33 menunjukkan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan:

Tabel 33. Fungsi-fungsi Pemasaran Bandeng

Lembaga	Fungsi	Uraian
Petani	Fungsi pertukaran	Penjualan
	Fungsi fisik	Penyimpanan, pengangkutan
	Fungsi fasilitas	Standarisasi
Pasar Ikan Depo	Fungsi pertukaran	Pembelian, penjualan
	Fungsi fasilitas	Standarisasi, resiko, penelitian pasar, dan pengetahuan pasar.
Pedagang Pengumpul	Fungsi pertukaran	Pembelian, dan penjualan
	Fungsi fisik	Pengangkutan, resiko
	Fungsi fasilitas	Standarisasi, penelitian pasar, pengetahuan pasar
Pedagang besar	Fungsi pertukaran	Pembelian, penjualan
	Fungsi fisik	Pengangkutan, penyimpanan,
	Fungsi fasilitas	Pendanaan, resiko, pengetahuan pasar
Pedagang pengecer	Fungsi pertukaran	Pembelian dan penjualan
	Fungsi fisik	Pengangkutan, penyimpanan
	Fungsi fasilitas	Pendanaan, resiko, pengetahuan pasar

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah).

1. Petani

Pada komoditi ikan bandeng ini, petani tambak melakukan fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi kualitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan yaitu fungsi penjualan. Petani tambak 50% menjual hasil tambaknya kepada Pasar Ikan Depo-Sidoarjo dengan harga jual Rp 14.000/kg dengan sekali penjualan setiap harinya sebanyak 50 kilogram secara keseluruhan dan jumlah penjualan tersebut didapatkan dari hasil panen petani tambak yang berbeda. Fungsi fisik yaitu fungsi pengangkutan dan penyimpanan. Dalam hal ini petani tambak menggunakan transportasi sederhana berupa motor untuk di bawa ke pasar Ikan Depo. Proses pengemasan yang digunakanya yaitu dengan memakai

box yang terbuat dari *sterofoam*. Fungsi fasilitas yang dilakukan yaitu fungsi standarisasi. Standarisasi dilakukan petani tambak terhadap ikan bandeng yang akan dijual ke Pasar Ikan Depo guna mendapatkan harga yang sesuai dan tinggi. Penstandarisasian ini dilihat berdasarkan ukuran, karena ukuran menentukan jumlah yang dilelang pada pasar Ikan Depo untuk menyesuaikan harga yang akan digunakan sebagai dasar penjualan ikan bandeng bagi petani tambak.

2. Pasar Ikan Depo

Pasar Ikan Depo berada pada tiga fungsi, yaitu fungsi pertukaran dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan adalah fungsi pembelian dan penjualan. Fungsi pembelian yang dilakukan pelelang yang ada di Pasar Ikan Depo yaitu berdasarkan pada hasil lelang ikan yang didapat. Harga pelelangan didasarkan pada kuantitas dari ikan bandeng yang diterima setiap harinya, jika kuantitas yang didapat setiap harinya rendah maka harga ikan yang ada di pelelangan akan tinggi berkisar antara Rp 17.000/kg hingga Rp 19.000/kg. Apabila kuantitas yang didapatkan dari petani tambak tinggi maka harga yang diperoleh pun akan menjadi rendah berkisar antara Rp 13.000/kg hingga Rp 15.000/kg. Pelelang di Pasar Ikan Depo mengambil keuntungan berkisar antara Rp 2.000/kg hingga Rp 3.000/kg setiap kali pelelangan. Hal ini dilakukan agar pedagang besar dan pedagang pengecer bisa menjualnya ke konsumen dengan harga yang tidak terlalu rendah maupun tinggi dan tetap mendapatkan keuntungan yang sesuai.

Fungsi fasilitas masuk ke dalam fungsi standarisasi, keuangan, resiko, penelitian pasar, dan pengetahuan pasar. Fungsi standarisasi dilihat berdasarkan ukurannya. Ukuran ikan bandeng akan membantu dalam penentuan harga juga untuk mengetahui kuantitas ikan bandeng yang dijual setiap harinya.

Fungsi risiko, dalam pelelangan ikan di Pasar Depo semua ikan bandeng diusahakan untuk dijual dan habis dalam kurun waktu hari itu juga, hal ini dilakukan agar harga ikan yang dijual tidak menurun dan guna menghindari resiko fisik yang terjadi jika ikan bandeng yang akan dilelang mengalami penurunan kualitas akibat terlalu lama di pasar. Resiko fisik disini masih bisa dilakukan meminimalisasian dengan cara pelelang melakukan kemudahan pembelian bagi konsumen (pedagang besar) seperti dalam pembelian ikan

bandeng apabila telah menjadi konsumen tetap dari pelelang di Pasar Ikan Depo maka bisa membayar ikan yang dibeli dengan tunai 2 hari setelah pembelian, hal ini dapat menjadi solusi juga untuk menghindarkan produk dalam rusak/busuk, selain itu terkadang ikan bandeng yang tidak laku terjual terpaksa akan dilakukan penurunan harga,

Resiko pasar, lebih kepada konsumen (pedagang besar), dimana biarpun telah diberi kemudahan dan kepercayaan biasanya ada saja konsumen (pedagang besar) yang nakal, dengan tidak membayar ikan yang dibeli. Resiko pasar ini, menjadi kompleks bagi pelelang di Pasar Ikan Depo dikarenakan apabila keras terhadap pelanggan (pedagang besar) bisa saja pelanggan (pedagang besar) akan berpindah ke pelelang yang lain. Pelelang akan mengalami kerugian pada saat penghitungan akhir dari penjualan ikan yang dilakukannya setiap hari jika pelelang tidak menindaklanjuti kasus-kasus konsumen yang tidak bertanggungjawab.

Fungsi penelitian pasar lebih mengutamakan selera konsumen, dimana pelelang selain meminimalisasi resiko juga melakukan pengkondisian dalam penjualan ikan bandeng dengan melihat kualitas dari ikan yang akan dilelang dari petani tambak. Ini menyesuaikan dari selera konsumen di pasar yang menginginkan ikan yang besar dan segar.

Fungsi pengetahuan pasar di Pasar Ikan Depo lebih menekankan pada informasi harga yang diperoleh pada saat lelang. Hal ini menjadi penting, guna membantu pelelang untuk melakukan pemasaran dan mengetahui kisaran harga setiap harinya pada saat penjualan ikan berlangsung di pasar Depo.

3. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul memiliki peranan sebagai pembeli hasil tambak petani. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul diantaranya fungsi pengangkutan. Pedagang pengumpul melakukan pengangkutan dari tambak ke pedagang pengecer dengan menggunakan *pick up*. Selanjutnya pedagang besar akan menjual ikan tersebut kepada pedagang besar. Fungsi pengetahuan pasar untuk mengetahui informasi harga, sehingga harga pembelian yang ditawarkan pedagang pengumpul kepada petani disesuaikan dengan

kondisi pasar. Fungsi penelitian pasar untuk melihat selera konsumen terhadap bandeng seperti ukuran bandeng.

4. Pedagang Besar

Pedagang besar masuk ke dalam fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pembelian, pedagang besar biasa membeli dari pasar Ikan Depo dengan pembayaran setelah 2 hari, dari pembelian ikan yang dibeli dari pasar Ikan Depo didapatkan harga berkisar antara Rp 15.000/kg hingga Rp 18.000/kg tergantung dari kuantitas yang ada pada saat pelelangan, kuantitas pembelian biasanya berkisar antara 60 kilogram hingga 3 kuintal setiap harinya. Fungsi penjualan, pedagang besar rata-rata mempunyai stand jualan sendiri di pasar atau langsung memasoknya ke pelanggan mereka (pedagang pengecer). Pemasokan ikan kepada pedagang pengecer langgananya dilakukan setiap hari mengikuti dari kuantitas ikan yang dilelang pada waktu itu juga. Penjualan bandeng pun tidak bisa sama setiap harinya tergantung dari hasil pelelangan.

Fungsi fisik, fungsi pengangkutan yaitu dengan menggunakan mobil *pick up* dengan biaya angkut sebesar Rp 35.000 yang dimasukkan ke dalam biaya untuk bensin, sedangkan untuk penyimpanannya pedagang besar memasukkannya ke dalam box *sterofoam* dan drum berukuran besar dengan memasukkannya bersamaan dengan es batu berukuran balok sebanyak 2 buah; transportasi sendiri pedagang besar masih menggunakan kendaraan pribadi untuk menghemat biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar; dan yang terakhir adalah standarisasi. Standarisasi sendiri hanya bersifat sederhana yang dilihat dari ukuran saja. Ukuran ini akan mempengaruhi kegiatan penjualan yang dilakukan pedagang besar dalam memenuhi permintaan konsumen (pedagang pengecer dan masyarakat umum) karena hal ini menyangkut selera dari konsumen.

Fungsi fasilitas, fungsi pendanaan yang dilakukan pedagang besar ditekankan kepada penjualan untuk meminimalisasi perbedaan waktu antara pembelian ikan bandeng dengan penjualan. Hal ini dikarenakan pedagang besar kebanyakan melakukan penyimpanan terlebih dahulu untuk ikan bandeng yang dijual kepada konsumen (pedagang pengecer dan masyarakat umum). Penanggunggan resiko, pedagang besar lebih kepada resiko fisik dari ikan

bandeng tersebut. Hal ini bisa saja diakibatkan dari penyimpanan yang dilakukan pada saat akan diantarkan ke tempat pelanggan dari pedagang besar, bandeng dapat menjadi tidak segar atau rusak. Fungsi pengetahuan pasar yaitu mengenai informasi harga, menjadi penting bagi pedagang besar untuk mengetahui informasi harga karena berhubungan patokan harga jual yang akan dilakukan oleh pedagang besar ke konsumen (pedagang pengecer dan masyarakat umum) dan biasanya pedagang besar mengambil keuntungan diantara Rp 2.000/kg hingga Rp 3.000/kg.

5. Pedagang Pengecer

Pada pedagang pengecer, fungsi pertukaran tetap kepada pembelian dan penjualan. Pembelian oleh pedagang pengecer tetap dilakukan setiap harinya, dan biasanya ada yang datang langsung ke pasar Depo. Pada pembelian ikan bandeng ini, volume pembelian rata-rata sebanyak 3 kwintal dengan tetap melihat dari kuantitas ikan yang ada di pasar Depo. Sedangkan untuk penjualannya pedagang pengecer langsung menjualnya ke konsumen tanpa perantara.

Fungsi fisik yang dilakukan yaitu fungsi pengangkutan. Pengangkutan yang dilakukan oleh pedagang pengecer tetap menggunakan kendaraan pribadi berupa *pick up*, dengan kegiatan penyimpanan sama seperti pedagang besar yaitu menggunakan box styrofoam dan drum berukuran besar dengan ditambahkan es batu sebanyak 2 balok dan di potong ukuran sedang lalu dimasukkan ke dalam tempat penyimpanan.

Fungsi fasilitas, masuk ke dalam pendanaan yang dilakukan oleh pedagang pengecer untuk menjaga kuantitas pembelian mereka dengan melakukan penjualan secara maksimal untuk meminimalisasi penyimpanan produk yang lama dan mempercepat mengalirnya uang pada kegiatan pemasaran ini. Fungsi resiko, pedagang pengecer lebih kepada lamanya ikan bandeng terjual ke konsumen sehingga akan rentan terhadap resiko fisik yang mana jika terlalu lama disimpan ikan akan tidak segar lagi. Pembayaran ikan bandeng pada pelelangan dilakukan setiap 2 hari sekali. Pedagang pengecer pun juga harus melakukan perhitungan yang sesuai dengan kuantitas ikan yang didapat dan hasil keuangan yang diperoleh; yang terakhir adalah pengetahuan pasar. Dalam

informasi harga ini pedagang pengecer mengikuti dari harga lelang dengan menghitung juga biaya transportasi yang dikeluarkan dan rata-rata ikan bandeng yang dijual berkisar antara Rp 21.000/kg hingga Rp 30.000/kg. Harga tersebut menjadi mahal dipengaruhi dari harga lelang yang diterima pedagang besar pada saat pembelian dari pedagang penampung di Pasar Ikan Depo.

Berdasarkan pada hasil penelitian maka diketahui ada 6 saluran pemasaran yang terbentuk dalam pendistribusian bandeng dari produsen ke konsumen di Kecamatan Candi. Terlihat pada saluran pemasaran 1 dan 3 berperan dengan baik dalam penyaluran bandeng hal ini dikarenakan banyak melibatkan lembaga pemasaran dalam pendistribusian bandeng yaitu 4 lembaga pemasaran sehingga jangkauan pasar nya cukup luas. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan tiap lembaga pemasaran pun cukup berjalan dengan baik hal ini terlihat dari stabilitas harga jual yang terbentuk. Pada tingkat produsen fungsi pengetahuan pasar perlu untuk dilakukan yaitu mengenai informasi teknologi dan informasi harga agar produksi petani bandeng semakin meningkat dan posisi tawar petani lebih baik.

