

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pulau Jawa dapat dikatakan sebagai sentra penghasil kentang di Indonesia dengan total produksi 744.308 ton pada tahun 2013 sehingga menyebabkan distribusi kentang Indonesia didominasi kentang dari Pulau Jawa. Provinsi Jawa Timur merupakan daerah penghasil kentang yang cukup tinggi di Indonesia setelah Jawa Tengah dan Jawa Barat, dengan total tercatat sebesar 207.645 ton pada tahun 2013. Produksi kentang di Jawa Tengah sebesar 292.215 ton dan Jawa Barat sebesar 244.448 ton pada tahun 2013 (Badan Pusat Statistik, 2013). Varietas kentang yang banyak dibudidayakan yakni kentang Granola karena umur tanam lebih pendek. Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru khususnya Desa Wonokitri Kecamatan Tosari merupakan salah satu daerah penghasil kentang yang berkualitas di Jawa Timur. Produksi kentang di Kecamatan Tosari sebesar 75.906 ton/tahun dengan produktivitas 195 kuintal/Ha (Statistik Kabupaten Pasuruan, 2013).

Konsumsi kentang nasional mencapai 8,9 juta ton/tahun, sedangkan konsumsi kentang di Jawa Timur sebanyak 99.972 ton/tahun. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Andriyanto, Setiawan, dan Riana, (2013) selama kurun waktu 15 hingga 20 tahun terakhir kentang bukan hanya dikonsumsi sebagai sayuran semata namun juga dalam bentuk olahan (*chips dan French fries*). Total produksi kentang di Indonesia hanya berkisar pada jumlah 1,1 juta ton/tahun hingga tahun 2013, sehingga terdapat selisih antara produksi dengan konsumsi sebesar 7,8 ton. Perbedaan tersebut mengindikasikan bahwa masih banyak kebutuhan kentang di Indonesia yang dapat dipenuhi dengan meningkatkan produktivitas produsen kentang di seluruh wilayah penghasil kentang di Indonesia, sehingga produksi kentang juga meningkat.

Peningkatan produktivitas kentang dapat diartikan meningkatkan kemampuan petani kentang untuk dapat memproduksi kentang dengan jumlah lebih tinggi. Kenaikan jumlah produksi kentang pada dasarnya harus diimbangi dengan kelancaran proses distribusi. Pendistribusian kentang dilaksanakan dari tingkat

produsen (petani) hingga konsumen. Petani pada umumnya menjual hasil produksi kentang kepada pedagang pengumpul atau kontrak dengan industri. Pedagang pengumpul menjual kentang kepada pedagang besar di pasar induk atau pasar-pasar tradisional di kota besar kemudian dijual kepada sesama pedagang di pasar induk atau di pasar tradisional lain dan masih dapat didistribusikan oleh pedagang kecil kepada pedagang keliling. Sedangkan distribusi kentang menuju supermarket atau pengolah berskala besar berasal dari *supplier* yang bekerja sama dengan pedagang pengumpul atau pemborong.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sailah (1999) mengenai proses distribusi kentang di Indonesia, terdapat saluran pemasaran kentang yang banyak dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran untuk dapat menyalurkan kentang ke tangan konsumen. Konsumen rumah tangga membeli kentang dari berbagai macam pasar yang tersedia baik pasar tradisional ataupun pasar modern (*supermarket*). Salah satu permasalahan dalam pendistribusian kentang dari Desa Wonokitri adalah ketersediaan kentang yang tidak stabil terutama saat musim tanam (Desember-Januari). Saat musim tanam tersebut hasil produksi kentang menurun hingga lebih dari 50%. Lembaga pemasaran seperti pengumpul dan pemborong harus mencari kentang di luar Desa Wonokitri yakni di kawasan Kecamatan Tosari hingga Ranu Pani dan Kota Batu.

Harga kentang meningkat pada Bulan Januari berkisar antara Rp. 3.750- Rp. 4000/kg karena kurangnya pasokan sehingga menyebabkan masuknya kentang dari daerah lain (Agustian, 2008). Kenaikan harga kentang juga menyebabkan tingginya margin pemasaran, namun tidak selalu diikuti dengan peningkatan pendapatan petani namun keuntungan tertinggi justru terdapat pada lembaga pemasaran, hal tersebut tidak seimbang dengan beban kerja yang harus ditanggung petani (Putri, 2013). Beban kerja petani merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan petani dalam proses usahatani hingga pasca panen, sedangkan beban kerja lembaga pemasaran terdiri dari aktivitas pemasaran seperti sortasi, penggolongan (*grading*), pengemasan hingga penjualan.

Petani melaksanakan berbagai kegiatan di dalam proses usahatannya, namun petani kurang memiliki kemampuan dalam mengelola pekerjaan menyebabkan beban kerja petani lebih besar jika dibandingkan dengan lembaga pemasaran lain

serta keuntungan yang didapat petani justru lebih kecil. Beban kerja merupakan target pekerjaan yang harus dicapai dalam periode waktu tertentu termasuk kegiatan petani dan lembaga pemasaran dalam proses distribusi kentang. Beban kerja menurut Adawiyah (2013) digunakan untuk mengetahui jumlah jam kerja serta tenaga kerja yang dibutuhkan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Putri (2013) permasalahan dalam efektivitas pekerjaan yang dilakukan petani dan lembaga pemasaran dapat diukur dengan metode *Full Time Equivalent (FTE)* yakni dengan mengetahui jumlah jam kerja yang digunakan pekerja selama periode tertentu, kemudian membandingkan waktu yang digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan terhadap waktu kerja efektif yang tersedia. Sebelum menggunakan metode *Full Time Equivalent (FTE)* maka terlebih dahulu dilakukan penyusunan *bussiness process mapping* yang terdiri dari berbagai kegiatan yang dilakukan petani dan lembaga pemasaran untuk melihat berbagai aktifitas pada proses distribusi kentang di Desa Wonokitri.

Setelah mengetahui beban kerja pada petani maupun lembaga pemasaran, kemudian dilakukan analisis nilai tambah untuk menghitung biaya (input) dan pendapatan (output) yang diperoleh petani dan lembaga agar didapatkan nilai tambah yang sesuai dengan beban kerja. Analisis nilai tambah pada proses distribusi dapat diperoleh menggunakan metode Hayami (Hidayat, 2012) yang bertujuan untuk mengetahui selisih antara nilai produk dengan nilai biaya input, dalam hal ini nilai tambah merupakan penambahan nilai komoditas kentang karena melalui proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam proses distribusi. Tidak meratanya keuntungan yang diterima antara petani dan lembaga pemasaran menjadi alasan dilaksanakannya penelitian mengenai analisis beban kerja dalam distribusi kentang di Desa Wonokitri untuk mengetahui beban kerja yang harus ditanggung petani serta perbedaan keuntungan yang diterima petani dan lembaga pemasaran.

Penelitian ini mengkaji mengenai proses distribusi, beban kerja yang diterima oleh masing-masing pelaku dalam proses distribusi dengan metode *Full Time Equivalent (FTE)* serta analisis nilai tambah dan margin pemasaran yang dapat sesuai dengan beban kerja yang diterima. Berdasarkan analisis beban kerja tersebut diketahui waktu kerja efektif yang dibutuhkan petani maupun lembaga

pemasaran, sehingga hasil dari analisis penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam perbaikan beban kerja dan nilai tambah yang diperoleh petani dan lembaga pemasaran. Perbaikan proses distribusi mengenai sistem jual beli kentang juga diharapkan dapat mengoptimalkan keuntungan yang diperoleh serta petani mampu bersaing dalam tawar menawar harga dengan pedagang atau lembaga pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Komoditas potensial di Desa Wonokitri adalah komoditas kentang, rata-rata produksi kentang di daerah penelitian yakni 75.906 ton/tahun dengan produktivitas 195 kuintal/Ha dan menyumbang 50% pasokan kentang di wilayah Jawa Timur (Statistik Kabupaten Pasuruan, 2013). Pada umumnya petani menjual kentang ke pedagang pengumpul atau pedagang besar yang nantinya akan didistribusikan ke wilayah Jawa Timur. Rata-rata petani menjual hasil panen berupa kentang yang sudah melalui proses *grading* atau campuran kepada pedagang pengumpul, selain itu juga menjual hasil panen dengan sistem borongan lahan kepada pemborong. Penjualan dengan sistem borongan dihitung melalui tafsiran hasil panen dalam ton kemudian dikalikan harga jual kentang dari tingkat petani yang berlaku pada musim tersebut. Kentang hasil panen digolongkan menjadi kelompok gelondong, AL, AB, BC dan TO oleh pengepul atau pemborong. Penggolongan kentang tersebut berdasarkan ukuran, kentang gelondong yakni kentang yang dalam satu kg berisi 3 buah, kentang AL dalam satu kg terdapat 5 buah, kentang AB berisi 7 buah, kentang BC berisi 9 buah dan kentang TO dapat berjumlah lebih dari 10 buah setiap kg.

Pendistribusian kentang dari tingkat petani dilakukan dengan survei langsung oleh pengepul atau pemborong untuk menentukan lahan yang sesuai untuk dibeli kemudian dilakukan proses seperti sortasi, *grading*, pengemasan serta pengiriman. Berdasarkan kegiatan sortasi dan *grading* dapat diketahui bahwa terdapat perubahan dari kentang yang belum disortasi kemudian digolongkan menjadi berbagai kelas dan dikemas sesuai golongan tersebut. Seperti yang disampaikan Soekartawi (1991) bahwa adanya pengolahan hasil pertanian atau kegiatan pasca panen dapat meningkatkan nilai tambah. Hasil survei pendahuluan menunjukkan

bahwa pedagang pengumpul dan pemborong menjual kentang setelah digolongkan dalam beberapa kelas dengan harga yang berbeda kepada pedagang besar. Kentang dikirimkan menuju pedagang besar di pasar tradisional atau distributor yang kemudian didistribusikan ke *supermarket*.

Fluktuasi harga kentang di wilayah Tengger juga dikarenakan adanya hari raya Karo untuk umat Hindu pada kisaran bulan Oktober, menjelang hari raya tersebut petani cenderung tidak bekerja dan membutuhkan biaya untuk pelaksanaan hari raya, maka dari itu pedagang pengumpul justru dapat membeli kentang dengan harga murah. Menurut Hartono yang merupakan pemborong kentang di wilayah Tosari mengatakan bahwa harga kentang di wilayah Tengger meningkat hingga mencapai Rp. 5.500/kg untuk harga borongan ke petani pada bulan Agustus 2014. Pada awal bulan September 2014 harga kentang turun hingga mencapai Rp. 4.000/kg dan kembali meningkat pada akhir bulan September saat mencapai harga Rp. 6.000/kg.

Permasalahan fluktuasi harga kentang terjadi pada Bulan Januari saat musim tanam kentang sehingga harga meningkat mencapai Rp. 8.000/kg, kemudian harga kembali turun saat Bulan Maret ketika panen raya berlangsung. Ketersediaan hasil panen kentang yang melimpah pada saat panen raya melebihi kemampuan pasar dalam penyerapan hasil produksi. Berdasarkan penelitian oleh Epperson dan Estes (1999) menyebutkan bahwa pihak yang terlibat dalam proses distribusi sayuran harus menghadapi risiko yang meningkat mengenai ketidakpastian pasokan. Pada proses pendistribusian komoditas kentang terdapat permasalahan lain yang sering dihadapi oleh petani maupun lembaga pemasaran, seperti tidak selarasnya beban kerja dan keuntungan yang didapatkan petani, besarnya nilai margin pemasaran karena banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat.

Sebagai produsen kentang, petani harus menjalankan berbagai aktifitas usahatani mulai dari persiapan lahan hingga pemanenan, beban kerja tersebut tidak seimbang dengan keuntungan yang didapatkan. Lembaga pemasaran seperti distributor, pemborong dan pedagang besar hanya melakukan aktifitas seperti sortir, pengemasan, pengiriman namun keuntungan yang didapatkan justru lebih besar dari petani. Berbagai kegiatan tersebut dapat diketahui dengan menyusun *bussiness process mapping*, kemudian dianalisis dengan metode *Full Time*

Equivalent (FTE) untuk mendapatkan beban kerja petani atau lembaga pemasaran pada setiap kegiatan. Setelah itu dapat dilakukan perhitungan nilai tambah dengan menggunakan metode Hayami agar selisih input dan output pada proses distribusi dapat diketahui, sehingga didapatkan nilai keuntungan petani maupun lembaga pemasaran. Perhitungan margin pemasaran juga dilakukan untuk mengetahui margin harga antara petani hingga konsumen pada setiap saluran distribusi. Penelitian ini menganalisis saluran distribusi kentang kemudian keselarasan beban kerja dan pendapatan petani serta nilai tambah yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas dapat dirumuskan beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses dan saluran distribusi kentang di Desa Wonokitri?
2. Seperti apakah efektivitas kegiatan serta beban kerja petani dan lembaga pemasaran pada proses distribusi kentang?
3. Berapa besarnya nilai tambah dan margin pemasaran yang diperoleh petani maupun lembaga pemasaran berdasarkan aktifitas yang dilaksanakan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan maka terdapat tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini yakni :

1. Mengidentifikasi proses dan saluran distribusi kentang di Desa Wonokitri.
2. Menganalisis efektivitas kegiatan serta beban kerja petani dan lembaga pemasaran pada proses distribusi kentang.
3. Menganalisis nilai tambah dan margin pemasaran petani serta lembaga pemasaran pada proses distribusi kentang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai kalangan, tidak hanya untuk peneliti saja. Beberapa manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi petani kentang dan lembaga pemasaran, melalui penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan keuntungan petani melalui peningkatan daya

saing petani terhadap harga dan kualitas produk. Selain itu dapat menjadi informasi mengenai pelaksanaan kegiatan distribusi yang efektif.

2. Bagi pemerintah daerah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penetapan kebijakan berkaitan dengan pemasaran kentang.
3. Bagi penulis penelitian ini dapat menjadi pengetahuan serta pengalaman yang bermanfaat dalam penerapan ilmu yang diperoleh.
4. Bagi perguruan tinggi serta pihak lain melalui penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi bagi peneliti selanjutnya berkaitan dengan tema penelitian ini.

