

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

#### 5.1.1. Batas Wilayah dan Keadaan Geografis

Desa Ngadiwono terletak di Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan, Propinsi Jawa Timur. Desa Ngadiwono memiliki luas wilayah sebesar 639,09 Ha dengan jumlah penduduk 2.701 jiwa. Secara administratif, Desa Ngadiwono terdiri dari empat dusun, diantaranya Krajan, Ledoksari, Banyumeneng, dan Ketuon serta terdiri dari 6 Rukun Warga (RW) dan 23 Rukun Tetangga (RT). Adapun batas-batas Desa Ngadiwono dengan Desa disekitarnya adalah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Desa Palangsari Kecamatan Puspo

Sebelah Timur : Desa Tosari Kecamatan Tosari

Sebelah Selatan : Desa Podokoyo Kecamatan Tosari

Sebelah Barat : Desa Kandangan Kecamatan Tosari

Desa Ngadiwono berjarak 5 Km dari Ibu Kota kecamatan, 45 Km dari Ibukota Kabupaten dan 105 Km dari Ibukota Propinsi. Wilayahnya merupakan dataran tinggi dengan ketinggian 1200-2300 mdpl (meter di atas permukaan laut) dengan suhu rata-rata harian 7° C dan curah hujan 1500 – 2500 mm/tahun.

#### 5.1.2. Keadaan Umum Penduduk

##### 5.1.2.1. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk Desa Ngadiwono pada tahun 2013 seluruhnya sebanyak 2.701 jiwa. Distribusi penduduk ini dibedakan berdasarkan jenis kelamin dan umur. Rincian mengenai jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki laki	1.365	50.54
2	Perempuan	1.336	49.46
	Total	2.701	100

Dari Tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin, jumlah penduduk laki-laki sebesar 1.365 jiwa atau 50,54 % lebih besar dibandingkan jumlah jenis kelamin perempuan sebesar 49,46 %. Meskipun demikian, jumlah jenis kelamin laki-laki dengan jumlah jenis kelamin perempuan terpaut sedikit selisihnya sebesar 1,08 %. Dapat dikatakan bahwa di Desa Ngadiwono jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki hampir seimbang dengan jumlah penduduk berjenis kelamin perempuan.

Sedangkan rincian mengenai distribusi jumlah penduduk berdasarkan umur disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Golongan Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 – 14	609	22.55
2	15 – 29	653	24.18
3	30 – 39	431	15.95
4	40 – 49	495	18.32
5	50 – 59	293	10.85
6	> 60	220	8.15
Total		2.701	100

Sumber : Data BPS Kabupaten Pasuruan, 2013

Dari Tabel 3 dapat diketahui bahwa penduduk di Desa Ngadiwono sebagian besar masih dalam usia produktif. Di daerah penelitian ini jumlah penduduk dengan usia produktif yaitu pada golongan umur 15 tahun sampai 59 tahun sebanyak 2092 jiwa atau sebesar 69,3 % dari total jumlah penduduk. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor pendukung pembangunan di Desa Ngadiwono, termasuk di bidang pertanian, utamanya pada pengembangan usahatani kentang yang membutuhkan tenaga kerja dalam operasionalnya.

#### 5.1.2.2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dapat menggambarkan tingkat kemajuan suatu daerah melalui tingkat ilmu pengetahuan, penyerapan teknologi terkini, dan inovasi baru

dalam berusaha termasuk dalam bidang pertanian. Dan nantinya akan banyak mempengaruhi tingkat keberhasilan dalam pelaksanaan usahatani. Distribusi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Ngadiwono disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Distribusi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Tidak pernah sekolah	345	12.77
2	Belum Sekolah	418	15.48
3	Tidak tamat SD	622	23.03
4	Lulus SD/MI/Sederajat	890	32.95
5	Lulus SMP/MTS/Sederajat	250	9.26
6	Lulus SMA/SMK/Sederajat	147	5.44
7	Perguruan Tinggi	29	1.07
Total		2.701	100

Sumber : Data Potensi Desa Ngadiwono, 2013

Dari Tabel 4 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan penduduk Desa Ngadiwono beragam mulai dari yang tidak pernah sekolah hingga perguruan tinggi. Sebagian penduduk Desa Ngadiwono pernah mengenyam pendidikan formal yaitu sebesar 48,72 %. Namun sebagian lainnya ada yang tidak menamatkan pendidikan pada tingkat SD yaitu sebesar 23,03 % dan bahkan 12,77 % dari total jumlah penduduk, tidak pernah mengenyam pendidikan formal. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan belum mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah setempat dan kesadaran dari penduduk Desa Ngadiwono.

### 5.1.2.3. Mata Pencaharian

Jenis mata pencaharian di Desa Ngadiwon sangat beragam, diantaranya, petani, Pegawai Negeri Sipil (PNS), TNI/POLRI, tukang kayu, tukang batu, tukang jahit, pedagang, dan buruh tani. Adapun distribusi penduduk berdasarkan mata pencaharian di Desa Ngadiwono disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencapaian Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Mata Pencapaian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	1987	94.77
2	Buruh Tani	30	1.43
3	Pedagang	37	1.76
4	PNS	15	0.71
5	TNI/POLRI	3	0.14
6	Tukang Kayu	10	0.48
7	Tukang Batu	12	0.57
8	Tukang Jahit	3	0.14
	Total	2.097	100

Sumber : Data Potensi Desa Ngadiwono, 2013

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa jumlah penduduk yang mempunyai mata pencapaian sebanyak 2.097 jiwa dari total jumlah penduduk di Desa Ngadiwono. Sebagian besar penduduknya bermata pencapaian sebagai petani yaitu sebanyak 1.985 jiwa atau 94,77 % dari total penduduk yang bekerja. Hal ini dapat disimpulkan bahwa di daerah penelitian memiliki potensi di bidang pertanian dan ini dibuktikan dengan sebagian besar penduduknya yang bekerja di sektor pertanian.

### 5.1.3. Tata Guna Lahan

Luas wilayah Desa Ngadiwono adalah sebesar 639,089 Ha yang dimanfaatkan untuk lahan pertanian (tegal/tanah kering pertanian), pemukiman dan pekarangan, lapangan olahraga, makam, dan hutan. Secara rinci luas wilayah Desa Ngadiwono menurut penggunaannya disajikan dalam Tabel 7.

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa luas wilayah Desa Ngadiwono menurut penggunaan, digunakan untuk lahan pertanian (tegal/tanah kering pertanian) sebesar 538 ha atau 84,18 %, hutan sebesar 75 ha atau 11,74 % dan sisanya untuk pemukiman, pekarangan, makam, dan lapangan olahraga sebesar 26.089 ha atau 4,08 %. Jadi hampir luas wilayah Desa Ngadiwono merupakan

lahan pertanian. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor pendukung dalam pengembangan dan kemajuan Desa di bidang pertanian.

Tabel 6. Jenis Lahan Berdasarkan Tata Guna Lahan Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Jenis Lahan	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Lahan Pertanian	538	84.18
2	Pemukiman dan Pekarangan	24	3.76
3	Hutan	75	11.74
4	Makam	1,489	0.23
5	Lapangan Olahraga	0,600	0.09
	Total	639,089	100

Sumber : Data Potensi Desa Ngadiwono, 2013

#### 5.1.4. Kondisi Pertanian

Luas wilayah Desa Ngadiwono sebesar 639,09 ha dengan penggunaan lahan sebagian besar digunakan untuk lahan pertanian seluas 538 ha atau 84,18 % dari luas total wilayah. Jenis lahan pertanian di Desa Ngadiwono adalah lahan tegal atau tanah kering pertanian. Hal ini dikarenakan topografi Desa Ngadiwono yang termasuk dataran tinggi >1200 m dpl dan kemiringan tanah 0-3 %. Di samping luas lahan pertanian yang relatif besar, faktor pendukung lain di sektor pertanian adalah jumlah penduduk Desa Ngadiwono yang bermata pencaharian sebagai petani. Data yang dihimpun oleh pemerintah setempat, terdapat 2.017 jiwa dari 2.701 jiwa yang bekerja di bidang pertanian. Adapun jenis komoditas yang dibudidayakan adalah tanaman pangan, palawija, dan sayuran seperti kentang, kubis, wortel, bawang daun, gandum, dan jagung.

Dari jenis komoditas yang banyak dibudidayakan oleh petani di Desa Ngadiwono adalah komoditas kentang. Kentang merupakan komoditas unggulan di Desa Ngadiwono. komoditas ini paling banyak diusahakan karena kesesuaian lahan dan kondisi geografisnya. Selain itu perawatan yang tidak terlalu rumit dan dianggap mampu memberikan pendapatan yang cukup baik bagi petani. Sehingga Desa Ngadiwono merupakan salah satu sentra produksi kentang di Kabupaten

Pasuruan. Jumlah produksi tanaman pertanian yang dihasilkan pada bulan Juni disajikan dalam Tabel 7.

Tabel 7. Jenis Tanaman Berdasarkan Jumlah Produksi Tanaman Pertanian di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan pada Bulan Juni Tahun 2013.

No	Jenis Tanaman	Jumlah (Ton)
1	Kentang	680
2	Wortel	186
3	Kubis	442
4	Bawang Daun	311
5	Jagung	138
6	Gandum	-
Total		1757

Sumber : Data primer diolah, 2013.

Dari Tabel 7 dapat diketahui bahwa jumlah produksi tertinggi tanaman pertanian adalah komoditas kentang sebesar 680 ton pada bulan Juni tahun 2013. Selain itu, jumlah produksi wortel sebesar 186 ton, jumlah produksi kubis sebesar 442 ton, jumlah produksi bawang daun sebesar 311 ton, dan jumlah produksi jagung sebesar 138 ton. Sedangkan gandum habis mengalami kegagalan dalam proses budidayanya sehingga tidak ada jumlah produksi yang dipanen pada bulan Juni tahun 2013. Dari data yang disajikan, hal ini menunjukkan bahwa komoditas kentang merupakan salah satu komoditas unggulan dan paling banyak diusahakan oleh petani di Desa Ngadiwono.

## 5.2. Karakteristik Responden

### 5.2.1. Karakteristik Responden Petani

Karakteristik petani kentang di Desa Ngadiwono cukup beragam yang disesuaikan berdasarkan kelompok umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani dan luas areal lahan yang dimiliki. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan Gambaran dan informasi terkait latar belakang subjek penelitian. Distribusi responden petani kentang berdasarkan kelompok umur disajikan dalam Tabel 8.

Tabel 8 menunjukkan bahwa petani yang melakukan usahatani kentang masih tergolong usia produktif yaitu umur 21 tahun sampai 50 tahun, meskipun ada 13 responden petani yang masuk dalam golongan usia tidak produktif yaitu berumur lebih dari 51 tahun. Distribusi responden petani kentang berdasarkan umur adalah kelompok usia 21-30 tahun sebanyak 6 jiwa atau 11,54 %, sedangkan kelompok usia 31-40 tahun sebanyak 15 jiwa atau 28,85 %, dan kelompok usia 41-50 tahun sebanyak 18 jiwa atau 34,61 % sehingga total yang masuk golongan usia produktif sebanyak 39 jiwa atau sebesar 75 % dari total jumlah responden. Hal ini sesuai dengan distribusi penduduk berdasarkan kelompok umur yang menunjukkan bahwa sebagian besar penduduknya berada dalam usia produktif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang diambil dapat mewakili penduduk di Desa Ngadiwono.

Tabel 8. Distribusi Responden Petani Kentang Berdasarkan Kelompok Umur Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	21 – 30	6	11.54
2	31 - 40	15	28.85
3	41 – 50	18	34.61
4	> 51	13	25
Jumlah		52	100

Sumber : Data primer diolah, 2013

Distribusi responden petani kentang berdasarkan tingkat pendidikan disajikan dalam Tabel 9.

Tabel 9. Distribusi Responden Petani Kentang Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Tidak Tamat SD	2	3.85
2	Tamat SD/ Sederajat	19	36.53
3	Tamat SMP/ Sederajat	16	30.77
4	Tamat SMA/ Sederajat	15	28.85
Jumlah		52	100

Sumber : Data primer diolah, 2013

Tabel 9 menunjukkan bahwa sebagian besar responden petani menempuh pendidikan formal meskipun ada 2 responden yang tidak tamat SD. Responden

yang menempuh pendidikan formal Sekolah Dasar (SD) sebanyak 19 jiwa atau sebesar 36,53 %, angka ini menunjukkan lulusan yang paling banyak ditempuh responden petani. Tamatan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 16 jiwa atau sebesar 30,77 % dan tamatan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 15 jiwa atau sebesar 28,85 %. Tingkat pendidikan dapat dijadikan dasar untuk mengetahui cara berpikir dan bertindak petani dalam memajemen usahataniya serta mengetahui ilmu pengetahuan dan wawasan petani yang nantinya berpengaruh terhadap kemampuan dalam menyerap informasi dan pengembangan teknologi terkini. Melihat kondisi tingkat pendidikan yang sebagian besar tamatan SD/ Sederajat dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan petani masih rendah. Sehingga menyebabkan kurangnya wawasan, ilmu pengetahuan dan informasi terkait teknologi yang menunjang usahataniya.

Distribusi responden petani kentang berdasarkan pengalaman usahatani disajikan dalam Tabel 10.

Tabel 10. Distribusi Responden Petani Berdasarkan Pengalaman Usahatani Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Pengalaman Usahatani (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1 -15	30	57.7
2	16 – 25	15	28.85
3	> 26	7	13.45
Jumlah		52	100

Sumber ; Data primer diolah, 2013

Dari Tabel 10 menunjukkan bahwa semua responden petani kentang cukup berpengalaman dalam berusahatani kentang. Sebagian besar responden petani memiliki pengalaman 1-15 tahun yaitu sebanyak 30 jiwa atau sebesar 57,7 % dari total jumlah responden. Tingkat pengalaman yang dimiliki mempengaruhi tingkat keberhasilan yang dicapai. Karena semakin lama pengalaman yang dimiliki maka semakin banyak pembelajaran yang didapatkan guna perbaikan dan peningkatan dalam berusahatani.

Sedangkan distribusi responden petani kentang berdasarkan luas kepemilikan lahan disajikan dalam Tabel 11.

Tabel 12 menunjukkan bahwa responden petani sebagian besar memiliki lahan dengan luas lahan 0,51-2,3 ha yaitu sebanyak 36 orang atau sebesar 69,23

% dari total jumlah responden. Sebanyak 4 responden petani memiliki luas lahan lebih dari 2,31 ha atau 7,69 % dan sebanyak 12 responden petani memiliki luas lahan 23,08 ha atau 23,08 %. Luas lahan yang dimiliki akan menentukan tingkat produktivitas terutama komoditas kentang.

Tabel 11. Distribusi Responden Petani Kentang Berdasarkan Luas Kepemilikan Lahan Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Luas lahan (Ha)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 – 0.5	12	23.08
2	0.51 – 2.3	36	69.23
3	> 2.31	4	7.69
	Jumlah	52	100

Sumber : Data primer diolah, 2013

### 5.2.2. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kentang di daerah penelitian adalah tengkulak, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Berdasarkan metode *Snowball Sampling* yang dilakukan didapatkan 9 orang tengkulak, 5 pedagang pengumpul dan 12 pedagang pengecer. Masing-masing lembaga pemasaran memiliki karakteristik yang berbeda-beda berdasarkan kelompok umur, tingkat pendidikan dan tingkat pengalaman berdagang.

Distribusi responden lembaga pemasaran kentang berdasarkan kelompok umur disajikan dalam Tabel 12.

Tabel 12. Distribusi Responden Lembaga Pemasaran Kentang Berdasarkan Kelompok Umur Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Lembaga Pemasaran	Kelompok Umur				Jumlah
		21-30	31-40	41-50	> 51	
1	Tengkulak					
	Jumlah (Jiwa)	-	3	3	3	9
	Persentase (%)	-	33.33	33.33	33.33	100
2	Ped. Pengumpul					
	Jumlah (Jiwa)	-	1	4	-	5
	Persentase (%)	-	20	80	-	100
3	Ped. Pengecer					
	Jumlah (Jiwa)	2	6	3	1	12
	Persentase (%)	16.67	50	25	8.33	100

Sumber : Data primer diolah, 2013

Tabel 12 menunjukkan bahwa berdasarkan kelompok umur responden lembaga pemasaran baik di tingkat tengkulak, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer berada dalam usia produktif yaitu usia 21 tahun sampai 50 tahun. Dimana pada usia ini keadaan fisik masih baik dan semangat masih tinggi, sehingga dapat menunjang kelancaran proses pemasaran kentang di daerah penelitian. Meskipun ada 4 responden lembaga pemasaran yang tergolong usia tidak produktif yaitu pada usia diatas 51 tahun. Lembaga pemasaran kentang di daerah penelitian sebagian besar pada kelompok umur 31-40 dan 41-50 tahun masing – masing kelompok umur sebanyak 10 orang dari total responden lembaga pemasaran. Sedangkan lembaga pemasaran kentang yang berumur 21-30 tahun sebanyak 2 orang dari total responden lembaga pemasaran.

Distribusi responden lembaga pemasaran kentang berdasarkan tingkat pendidikan disajikan dalam Tabel 13.

Tabel 13. Distribusi Responden Lembaga Pemasaran Kentang Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Lembaga Pemasaran	Tingkat Pendidikan				Jumlah
		SD	SMP	SMA	Perg. Tinggi	
1	Tengkulak					
	Jumlah (Jiwa)	5	4	-	-	9
	Persentase (%)	55.56	44.44	-	-	100
2	Ped. Pengumpul					
	Jumlah (Jiwa)	1	1	3	-	5
	Persentase (%)	20	20	60	-	100
3	Ped. Pengecer					
	Jumlah (Jiwa)	2	3	7	-	12
	Persentase (%)	16.67	25	58.33	-	100

Sumber : Data primer diolah, 2013

Tabel 13 menunjukkan bahwa semua lembaga pemasaran baik di tingkat tengkulak, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer sudah pernah mengenyam pendidikan formal meskipun pada tingkatan yang berbeda. Lembaga pemasaran kentang di daerah penelitian sebagian besar tamatan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 10 orang dari total responden lembaga pemasaran. Sedangkan responden lembaga pemasaran yang tamatan Sekolah

Menengah Pertama (SMP) sebanyak 8 orang dari total responden lembaga pemasaran. Dan sebanyak 8 orang responden lembaga pemasaran juga tamatan Sekolah Dasar (SD). Jadi, tingkat pendidikan SMA merupakan tingkat pendidikan paling tinggi yang ditempuh oleh responden lembaga pemasaran di daerah penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa lembaga pemasaran yang memiliki usaha skala sedang sampai skala besar belum memiliki kesadaran yang cukup tinggi akan pentingnya pendidikan, padahal dalam mengelola suatu usaha tidak hanya modal pengalaman tapi juga keterampilan dan *skill* yang tinggi.

Sedangkan distribusi responden lembaga pemasaran kenteng berdasarkan tingkat pengalaman berdagang di sajikan dalam Tabel 14.

Tabel 14. Distribusi Responden Lembaga Pemasaran Kenteng Berdasarkan Tingkat Pengalaman Berdagang di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Lembaga Pemasaran	Pengalaman Berdagang (Tahun)			Jumlah
		> 5	5 - 15	< 15	
1	Tengkulak				
	Jumlah (Jiwa)	1	4	4	9
	Persentase (%)	11.11	44.44	44.44	100
2	Ped. Pengumpul				
	Jumlah (Jiwa)	-	2	3	5
	Persentase (%)		40	60	100
3	Ped. Pengecer				
	Jumlah (Jiwa)	3	7	2	12
	Persentase (%)	25	58.33	16.67	100

Sumber : Data primer diolah, 2013

Dari Tabel 14 dapat diketahui bahwa responden lembaga pemasaran di daerah penelitian baik di tingkat tengkulak, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer memiliki pengalaman berdagang yang cukup lama. Sebagian besar responden lembaga pemasaran memiliki lama pengalaman berdagang 5 – 15 tahun sebanyak 13 orang dari total responden lembaga pemasaran. Sedangkan sebanyak 9 orang memiliki lama pengalaman berdagang lebih dari 15 tahun dan sebanyak 4 orang memiliki pengalaman berdagang tidak lebih dari 5 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa lamanya pengalaman yang dimiliki bisa menjadi modal dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha pemasaran kenteng.

### 5.3. Saluran Pemasaran Kentang

Arus barang yang melalui lembaga-lembaga yang menjadi perantara pemasaran akan membentuk saluran pemasaran. Dari hasil penelitian yang dilakukan, terdapat empat saluran pemasaran kentang di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan berikut ini :

1. Petani → Tengkulak → Ped. Pengumpul Nongkojajar → Ped. Pengecer Pasar Nongkojajar → Konsumen
2. Petani → Tengkulak → Ped. Pengumpul Malang → Ped. Pengecer Pasar Gadang → Konsumen luar kota
3. Petani → Tengkulak → Ped. Pengumpul Batu → Ped. Pengecer Pasar Besar Batu → Konsumen luar kota
4. Petani → Tengkulak → Ped. Pengumpul Tosari → Ped. Pengecer Pasar Paserpan Tosari → Konsumen

Petani kentang di Desa Ngadiwono seluruhnya menjual kentang melalui tengkulak. Volume penjualan yang didapatkan tengkulak sebanyak 259.100 Kg. Tengkulak yang menjual ke pedagang pengumpul Nongkojajar yaitu sebanyak 33,34 % dari total tengkulak, dengan volume penjualan sebanyak 93.700 Kg. Sebanyak 22,22 % dari total tengkulak menjual kentang ke pedagang pengumpul Malang dengan volume penjualan sebanyak 60.800 Kg. Tengkulak yang menjual ke pedagang pengumpul Kota Batu sebanyak 22,22 % dengan volume penjualan sebanyak 53.700 Kg dan hanya 22,22 % tengkulak menjual ke pedagang ke pedagang pengumpul Tosari dengan volume penjualan sebanyak 47.400 Kg. Volume penjualan petani lebih banyak ke tengkulak saluran pemasaran I dikarenakan terdapat 34,62 % dari total petani yang menjual hasil panennya ke tengkulak tersebut.

Saluran pemasaran kentang di daerah penelitian menunjukkan bahwa tengkulak berhubungan langsung dengan petani. Dalam setiap kali petani melakukan kegiatan pemanenan, maka hasil produksi yang didapatkan langsung dijual ke tengkulak. Meskipun dalam hal ini, petani mempunyai kebebasan dalam menjual hasil produksinya kepada lembaga pemasaran siapa saja di wilayah tersebut. Tengkulak biasanya mendatangi petani kentang yang hasil produksinya akan dipanen dan terjadi proses tawar menawar harga. Setelah adanya

kesepakatan harga maka terjadi proses kegiatan jual beli antara tengkulak dan petani. Petani pada umumnya menjual kentang ke tengkulak yang sudah menjadi langganan karena semua tengkulak berasal dari daerah penelitian sehingga kepercayaan sudah terjalin dengan baik. Tengkulak tidak melakukan penyimpanan terhadap kentang yang akan dijual, mereka langsung melakukan proses sortasi, *grading*, pengemasan dan langsung dijual ke pedagang pengumpul di dalam dan luar kota.

Pada saluran pemasaran pertama merupakan saluran pemasaran yang terdiri dari petani, tengkulak, pedagang pengumpul Nongkojajar dan pedagang pengecer pasar Nongkojajar. Saluran pemasaran ini digunakan 18 petani atau sebanyak 34,62 % dari total petani responden. Volume penjualan sebesar 97.300 Kg/panen atau sebesar 37,55 % dari total volume penjualan kentang. Alasan petani memilih saluran I adalah karena kepercayaan dan kedekatan bisnis dengan tengkulak yaitu salah satunya dalam hal peminjaman uang tunai atau barang seperti pupuk dan pestisida tanpa bunga. Kondisi ini dianggap menguntungkan bagi petani, namun disisi lain sebenarnya strategi dari tengkulak agar petani menjual hasil produksinya dan tidak menjual ke tengkulak lain. Karena banyaknya profesi tengkulak yang berada di daerah penelitian. Selain itu petani tidak perlu memasarkan produknya sendiri, sehingga tidak mengeluarkan biaya pengangkutan karena tengkulak membeli langsung di lahan petani dengan menggunakan mobil *pick up* yang mereka miliki.

Petani yang menjual kentangnya tidak memberikan perlakuan khusus terhadap kentang, karena tengkulak hanya memiliki standar kentang yang dibelinya berdasarkan ukuran. Ada empat standar ukuran yaitu *grade A* atau AL, *grade B* atau AB, *grade C*, dan *grade D* atau TO. *Grade A* adalah kentang yang mempunyai ukuran paling besar, dengan diameter sekitar 7-9 cm. *Grade B* adalah kentang yang mempunyai ukuran di bawah *grade A*, diameternya sekitar 5-6 cm. *Grade C* adalah kentang yang mempunyai ukuran dibawah *grade C*, dengan diameter sekitar 3-5 cm. *Grade D* biasanya tidak dijual oleh petani, karena sebagian besar mereka gunakan kembali untuk bibit. Petani menjual seluruh kentangnya ke tengkulak dengan sistem kiloan.

Setelah tengkulak membeli kentang dari lahan petani, selanjutnya kentang diangkut ke gudang untuk dilakukan proses sortasi dan *grading* sesuai standar ukuran yang diinginkan pasar. Kentang yang sudah di *grading* di kemas menggunakan karung waring bermuatan 60-80 Kg. Tengkulak menjual produknya ke pedagang pengumpul Nongkojajar menggunakan mobil pick up. Dari pedagang pengumpul kemudian dijual ke pedagang pengecer pasar Nongkojajar. Pedagang pengumpul Nongkojajar membeli kentang dari tengkulak Desa Ngadiwono sebanyak 97.300 Kg dan menjualnya kembali ke pedagang pengecer dengan volume penjualan sebanyak 83.600 Kg. Adanya pengurangan sebanyak 13.700 Kg dalam volume penjualan yang dilakukan pedagang pengumpul Nongkojajar dikarenakan terdapat kerusakan, kehilangan dan sebagian kentang adalah milik saudaranya. Pedagang pengumpul tidak mengeluarkan biaya pengangkutan karena pedagang pengecer langganannya yang mengambil ke gudang yang berada di dalam pasar.

Pada saluran pemasaran pertama, harga ditentukan oleh tengkulak yang mengacu harga pasar di Nongkojajar. Sistem pembayaran tidak secara kontan, akan tetapi pembayaran setelah produk terjual habis yaitu sekitar 3-4 hari. Petani yang menjual produknya ke tengkulak mengetahui informasi harga dari tengkulak dan sesama petani saja, Hal ini mengakibatkan petani sebagai penerima harga sehingga posisi tawar petani rendah. Harga yang ditawarkan masing-masing tengkulak berbeda-beda di daerah penelitian karena pasar yang dituju berbeda. Rata-rata harga jual kentang sebesar Rp. 5.000 sampai Rp. Rp. 6.500 di daerah penelitian. Pada saluran pemasaran I, harga kentang kualitas *grade* A masih tergolong tinggi yaitu Rp. 6.200 pada saat penelitian.

Saluran pemasaran kedua merupakan saluran yang terdiri dari petani, tengkulak, pedagang pengumpul Malang, dan pedagang pengecer pasar Gadang. Saluran pemasaran ini digunakan oleh 15 orang petani atau sebanyak 28,85 % dari total petani responden. Volume penjualan sebesar 60.800 Kg/panen atau 23,47 % dari total volume penjualan kentang. Saluran pemasaran ini tidak jauh berbeda dengan saluran pemasaran I, perbedaannya terletak pada pasar yang dituju. Sebanyak 2 tengkulak responden menjual produknya ke pedagang pengumpul di Malang dengan volume penjualan yang sama ketika membeli kentang milik petani

Tengkulak yang menjual kentang ke pedagang pengumpul Malang umumnya melakukan kegiatan sortasi, *grading*, pengemasan dan penimbangan yaitu dengan membagi ke dalam tiga kelas A, B dan C. Tengkulak melakukan proses pengangkutan ke gudang pedagang pengumpul menggunakan mobil pick up.

Dari pedagang pengumpul Malang dijual ke pedagang pengecer di pasar Gadang. Pedagang pengumpul Malang tidak hanya membeli dari tengkulak lokal (Desa Ngadiwono) namun menerima juga dari tengkulak yang berasal dari daerah lain. Sehingga mendapatkan tambahan kentang sebanyak 15.000 Kg. Sebagian pedagang pengecer mengambil langsung di gudang pedagang pengumpul dan sebagian lainnya dikirim ke tempat dagangannya menggunakan mobil pick up.

Alasan tengkulak menjual produknya ke Malang karena sistem pembelian secara tunai sehingga memudahkan tengkulak dalam operasionalnya. Selain itu keuntungan yang diperoleh lebih besar. Namun sebenarnya biaya yang dikeluarkan tengkulak seperti biaya transportasi juga lebih besar.

Pada saluran pemasaran ketiga merupakan saluran pemasaran yang terdiri dari petani, tengkulak, pedagang pengumpul Kota Batu, dan pedagang pengecer di pasar Batu. Sebanyak 8 petani atau sebanyak 15,38 % dari total petani responden menjual hasil panennya ke 2 tengkulak. Volume penjualan sebesar 53.700 Kg/panen atau 20,73 % dari total volume penjualan kentang. Tengkulak lebih dominan membeli kentang ke petani yang memiliki luas lahan diatas 1 hektar karena hasil yang didapatkan pasti lebih banyak. Tujuan pemasaran kentang adalah Kota Batu. Tengkulak mengirimkan produknya ke gudang pedagang pengumpul menggunakan truk yang berkapasitas 4.210 Kg dan biasanya diisi kentang dengan muatan 6.000 Kg. Sistem pembayarannya dari pedagang pengumpul secara tunai. Setelah itu, pedagang pengumpul Kota Batu melakukan kegiatan sortasi dan *grading* ulang untuk mengetahui perubahan kondisi fisik kentang dan membagi ke dalam tiga kelas yaitu kelas A, B dan C sesuai selera konsumen. Selanjutnya dilakukan kegiatan pengemasan menggunakan karung waring dan penimbangan. Pedagang pengumpul Kota Batu menjual produknya ke pedagang pengecer di pasar Batu menggunakan mobil *pick up*. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul Kota Batu yaitu biaya pengangkutan, biaya retribusi, biaya transaksi, biaya sortasi dan *grading*. Semakin banyaknya lembaga

pemasaran yang terlibat seperti tengkulak, pedagang pengumpul Kota Batu dan pedagang pengecer Kota Batu serta semakin jauh jarak pasar yang dituju maka menyebabkan margin pemasaran semakin tinggi.

Pada saluran pemasaran keempat merupakan saluran pemasaran yang terdiri dari petani, tengkulak, pedagang pengumpul Tosari dan pedagang pengecer Pasar Paserpan Tosari. Saluran pemasaran ini digunakan oleh 11 petani atau 21,15 % dari total responden petani dengan volume penjualan sebesar 43.700 Kg/panen atau 16,87 % dari total volume penjualan kentang. Kegiatan pembelian yang dilakukan tengkulak ke petani hampir sama pada semua saluran pemasaran. Petani sering dirugikan dalam penawaran harga karena posisi tawar petani yang rendah. Produk yang dibeli tengkulak dijual ke pedagang pengumpul Tosari. Tengkulak tetap melakukan kegiatan sortasi, *grading*, pengemasan dan pengangkutan ke gudang pedagang pengumpul. Tosari merupakan daerah sentra kentang, sehingga banyaknya kentang yang dijual dan banyaknya tengkulak yang menawarkan menyebabkan rendahnya harga kentang.

Pedagang pengumpul Tosari selain membeli kentang dari tengkulak lokal (Desa Ngadiwono), dia juga membeli kentang dari tengkulak yang berasal dari tetangga Desa Ngadiwono. Tambahan yang didapatkan sebanyak 23.200 Kg. Pedagang pengumpul umumnya memiliki gudang yang berada di area pasar. Sehingga setiap harinya ramai adanya kegiatan transaksi jual beli di Tosari.

Berdasarkan keempat saluran pemasaran dapat dikatakan bahwa semua petani di daerah penelitian menjual langsung ke tengkulak di daerah tersebut. Hal ini dikarenakan petani tidak ingin dibuat pusing dengan menjual langsung ke pedagang pengumpul atau pedagang yang lebih besar karena akan membutuhkan biaya lagi dan menjual hasil panen ke tengkulak lebih cepat mendapatkan penghasilan. Tentunya hal ini akan mengurangi pendapatan yang diterima petani karena harga yang dibayarkan tengkulak lebih rendah dibandingkan harga yang dibayarkan pedagang pengumpul.

#### **5.4. Fungsi-Fungsi Pemasaran Kentang**

Fungsi pemasaran merupakan kegiatan-kegiatan atau tindakan-tindakan yang dapat memperlancar proses penyampaian barang dari tingkat produsen ke

tingkat konsumen. Setiap pelaku pasar kentang pada masing-masing saluran pemasaran melakukan aktivitas-aktivitas yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan petani dan lembaga-lembaga pemasaran yang ada. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran kentang di daerah penelitian disajikan dalam Tabel 15.

Tabel 15. Fungsi-Fungsi Pemasaran Yang Dilakukan Petani Dan Lembaga Pemasaran Kentang Di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan

No	Fungsi – Fungsi Pemasaran	Petani	Tengkulak	Pengumpul	Pengecer
1	Pembelian		*	*	*
2	Penjualan	*	*	*	*
3	Bongkar Muat		*	*	*
4	Sortasi & <i>grading</i>		*	*	*
5	Pengemasan		*	*	*
6	Pencucian				*
7	Transportasi		*	*	*
8	Retribusi			*	*
9	Transaksi		*	*	*
10	Penyusutan		*	*	*
11	Sewa tempat				*

Sumber : Data primer diolah, 2013

Tabel 15 menunjukkan bahwa setiap pelaku pemasaran memiliki perbedaan dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran dari petani dan lembaga pemasaran disetiap saluran pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Petani

Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa petani hanya melakukan fungsi pertukaran. Fungsi pertukaran seperti jual beli dilakukan ditempat petani yaitu dimana tengkulak mendatangi ke lahan petani untuk membeli kentang dan melakukan proses tawar menawar. Petani menjual ke tengkulak dengan sistem kiloan. Rata-rata harga kentang sebesar Rp. 5.000 - Rp. 6.500 untuk kualitas kentang *grade A*; sedangkan kualitas kentang *grade B* rata-rata harga Rp. 3.000- Rp. 4.000; dan kualitas kentang *grade C* rata-rata harga Rp. 2.000 - Rp. 3.000 tergantung musim panen. Pada saat penelitian harga jual rata-rata kentang masih tergolong tinggi yaitu pada kualitas *grade A* rata-rata harga sebesar Rp. 5.850 -

Rp. 6.150; sedangkan pada kualitas *grade* B rata-rata harga sebesar Rp. 3.900-Rp. 4.100; dan pada kualitas *grade* C rata-rata harga sebesar Rp. 2.700 - Rp. 2.850.

Masing-masing tengkulak menawarkan harga yang berbeda-beda kepada petani sesuai kualitas kentang dan harga pasar. Petani pada umumnya menjual kentang ke tengkulak yang sudah menjadi langganan tetap sehingga kesepakatan harga yang dilakukan antara petani dan tengkulak tidak banyak menemui kendala karena adanya kepercayaan.

## 2. Tengkulak

Tengkulak pada keempat saluran pemasaran kentang semuanya berasal dari Desa Ngadiwono. Fungsi pemasaran yang dilakukan adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Secara rinci dijelaskan sebagai berikut :

### a. Pembelian

Tengkulak melakukan pembelian kentang langsung di lahan petani. Harga beli ditentukan oleh tengkulak sesuai harga yang terjadi di pasaran. Sistem pembelian yang dilakukan adalah sistem kiloan per kelasnya. Ada tiga kelas (*grade*) sesuai ukuran yaitu *grade* A, B dan C. Harga beli rata-rata produk yang dibayar tengkulak di tingkat petani untuk *grade* A sebesar Rp. 6.000 per kilogram; *grade* B sebesar Rp. 4.033,33 per kilogram; dan *grade* C sebesar Rp. 2.800 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4277,78 per kilogram) pada saluran pertama. Pada saluran kedua *grade* A sebesar Rp. 6.150 per kilogram; *grade* B sebesar Rp. 4.100 per kilogram; dan *grade* C sebesar Rp. 2.850 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4366,67 per kilogram). Pada saluran ketiga *grade* A sebesar Rp. 5.900 per kilogram; *grade* B sebesar Rp. 4.000 per kilogram; dan *grade* C sebesar Rp. 2.700 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4.200 per kilogram). Sedangkan pada saluran keempat *grade* A sebesar Rp. 5.850 per kilogram; *grade* B sebesar Rp. 3.900 per kilogram; dan *grade* C sebesar Rp. 2.700 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4.150 per kilogram).

### b. Sortasi dan *Grading*

Sortasi merupakan kegiatan pemilihan antara kentang yang baik dengan kentang yang abnormal dan rusak. Sedangkan *grading* adalah kegiatan pengelompokan kentang berdasarkan ukuran. Tengkulak menetapkan standar

ukuran kentang sesuai permintaan pasar. Ada tiga kelas yaitu *grade A*, *grade B* dan *grade C*. Biaya yang dikeluarkan tengkulak untuk sortasi dan *grading* pada saluran pertama sebesar Rp. 34,19/Kg; saluran kedua sebesar Rp. 36,36/Kg; saluran ketiga sebesar Rp. 34,76/Kg; dan saluran keempat sebesar Rp.40/Kg.

c. Pengemasan

Pengemasan bertujuan melindungi kentang dari kerusakan dan mempermudah dalam pengiriman. Pengemasan dilakukan oleh tengkulak dalam rangka mempermudah dalam pengiriman ke pedagang pengumpul. Alat pengemasan yang digunakan adalah karung waring bermuatan rata-rata 70 Kg kentang. Harga satu karung waring sebesar Rp. 2.000. Biaya yang dikeluarkan untuk pengemasan sebesar Rp. 28,57/Kg pada keempat saluran.

d. Transportasi

Transportasi merupakan salah satu fungsi pemasaran yang penting dalam memindahkan barang atau jasa dari satu tempat ke tempat yang lain. Tengkulak melakukan pembelian dan penjualan kentang. Alat angkut yang digunakan tengkulak untuk melakukan pembelian dan penjualan adalah mobil *pick up* dengan kapasitas 1.120 Kg. Tengkulak pada saluran ketiga yang melakukan penjualan menggunakan truk dengan kapasitas 4.210 Kg. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh tengkulak pada saluran pertama sebesar Rp. 76,61/Kg. Pada saluran kedua, tengkulak mengeluarkan sebesar Rp. 155,68/Kg. Pada saluran ketiga sebesar Rp. 141,46/Kg. Dan pada saluran keempat sebesar Rp. 90/Kg.

e. Bongkar muat

Bongkar muat bertujuan menaikkan dan menurunkan produk yang akan dijual. Tengkulak umumnya melakukan bongkar muat pada saat pembelian kentang dari lahan petani ke gudang. Tengkulak menggunakan jasa tenaga kerja tetap maupun tenaga kerja tidak tetap. Biaya tenaga kerja tidak tetap ini meliputi pengangkutan dan bongkar muat. Biaya yang dikeluarkan oleh tengkulak pada saluran pertama sebesar Rp. 34,19/Kg; pada saluran kedua sebesar Rp. 36,36/Kg; saluran ketiga sebesar Rp. 34,76/Kg; dan pada saluran keempat sebesar Rp.40/Kg.

f. Transaksi

Fungsi transaksi yang dilakukan tengkulak biasanya menggunakan alat komunikasi seperti *handphone*. Kegiatan yang dilakukan untuk menghubungi

petani dan pedagang pengumpul guna menunjang kelancaran pembelian dan penjualan. Biaya yang dikeluarkan oleh tengkulak pada saluran pertama sebesar Rp. 12,10/Kg; pada saluran kedua sebesar Rp. 11,36/Kg; pada saluran ketiga sebesar Rp. 6,20/Kg; dan pada saluran keempat sebesar Rp. 14/Kg.

#### g. Penyusutan

Setiap produk mempunyai penyusutan yang berbeda – beda. Penyusutan dalam proses pemasaran kentang terjadi karena mengalami kerusakan mulai dari kegiatan sortasi, *grading*, pengemasan dan pengangkutan. Biaya penyusutan yang ditanggung oleh tengkulak diperkirakan sebesar 2 % dari harga jual ke lembaga pemasaran selanjutnya yaitu pada saluran I sebesar Rp. 9,49/Kg; pada saluran II sebesar Rp. 10,07/Kg; pada saluran III sebesar Rp. 10/Kg; dan saluran IV sebesar Rp. 9,33/Kg.

#### h. Penjualan

Tengkulak umumnya menjual produknya langsung ke pedagang pengumpul di dalam dan luar kota. Sistem penjualan yang dilakukan oleh tengkulak adalah sistem kiloan yang dikemas dalam karung waring. Harga jual yang ditawarkan beragam, tergantung dari pasar yang dituju. Pada saluran pertama harga jual rata-rata untuk *grade A* sebesar Rp. 6.400 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 4.533,33 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.300 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4.744,44 per kilogram). Pada saluran kedua harga jual rata-rata untuk *grade A* sebesar Rp. 6.700 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 5.000 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.400 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4.5033,33 per kilogram). Pada saluran ketiga, *grade A* sebesar Rp. 6.500 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 5.000 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.500 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 5.000 per kilogram). Dan saluran keempat, *grade A* sebesar Rp. 6.300 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 4.400 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.300 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4.666,67 per kilogram).

### 3. Pedagang Pengumpul

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah sebagai berikut :

#### a. Pembelian

Pedagang pengumpul biasanya melakukan kegiatan pembelian dari tengkulak. Tengkulak sebagian besar mengirimkan kentangnya ke gudang pedagang pengumpul. Pembelian yang dilakukan dengan sistem satuan berat kilogram. Pedagang pengumpul melakukan kegiatan pembelian kentang keempat saluran dengan rata-rata harga beli yang berbeda yaitu pada saluran pertama untuk *grade A* sebesar Rp. 6.400 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 4.533,33 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.300 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4.744,44 per kilogram). Pada saluran kedua untuk *grade A* sebesar Rp. 6.700 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 5.000 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.400 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4.5033,33 per kilogram). pada saluran ketiga untuk *grade A* sebesar Rp. 6.500 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 5.000 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.500 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 5.000 per kilogram). Dan pada saluran keempat untuk *grade A* sebesar Rp. 6.300 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 4.400 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.300 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4.666,67 per kilogram).

b. Sortasi dan *grading*

Pedagang pengumpul biasanya melakukan kegiatan sortasi dan *grading* meskipun tengkulak sudah melakukan fungsi tersebut. Hal ini dikarenakan, salah satu antisipasi apabila terdapat kerusakan selama pengiriman. Pedagang pengumpul mengeluarkan biaya sortasi dan *grading* untuk saluran pertama sebesar Rp. 79,03/Kg, pada saluran kedua sebesar Rp. 45,71/Kg, pada saluran ketiga sebesar Rp. 32/Kg, dan pada saluran keempat sebesar Rp. 36/Kg.

c. Pengemasan

Fungsi pengemasan bertujuan untuk melindungi kentang dan memudahkan dalam pengiriman. Pengemasan dilakukan menggunakan karung waring yang bermuatan 70 Kg kentang pada keempat saluran.

d. Transportasi

Pedagang pengumpul melakukan fungsi transportasi untuk melakukan kegiatan pembelian dan penjualan. Pada saluran pertama, pedagang pengumpul melakukan penjualan ke pasar Nongkojajar menggunakan mobil *pick up* dan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 16,13/Kg. Pada saluran kedua, pedagang

pengumpul melakukan penjualan ke pasar Gadang dengan menggunakan mobil yang sama yaitu *pick up* dan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 14,29/Kg. Pada saluran ketiga, pedagang pengumpul menjual kentangnya di pasar besar Batu menggunakan mobil *pick up* dan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 16/Kg. Pada saluran keempat, pedagang pengumpul menjual kentangnya ke pasar Paserpan Tosari menggunakan mobil *pick up* dan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.20/Kg.

e. Bongkar Muat

Fungsi bongkar muat yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah untuk menurunkan dan menaikkan kentang. pedagang pengumpul menurunkan kentang yang dikirimkan tengkulak ke gudang penyimpanan dan menaikkan kentang yang akan di jual.

f. Transaksi

Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul untuk fungsi transaksi yaitu pada saluran pertama sebesar Rp. 3,64/Kg, pada saluran kedua sebesar Rp. 5,71/Kg, pada saluran ketiga sebesar Rp. 5/Kg, pada saluran keempat sebesar Rp. 8/Kg.

g. Retribusi

Pedagang pengumpul harus mengeluarkan biaya retribusi sebesar Rp. 1,94/Kg pada saluran pertama, pada saluran kedua sebesar Rp. 1,71/Kg, pada saluran ketiga sebesar Rp. 1,2/Kg, dan pada saluran keempat sebesar Rp. 6,67/Kg.

h. Penyusutan

Berat komoditi kentang diperkirakan mengalami susut pada saat kegiatan perpindahan baik dari lembaga pemasaran sebelumnya maupun pada saat dibeli oleh pembeli, sebesar 0,2 % dari harga jual. Pada saluran I sebesar Rp. 10,33/Kg; pada saluran II sebesar Rp. 11,07/Kg; pada saluran III sebesar Rp. 11/Kg; dan saluran Rp. 9,93/Kg.

i. Penjualan

Kentang yang dimiliki pedagang pengumpul dijual ke pedagang pengecer di berbagai daerah. Harga jual yang ditawarkan beragam, tergantung dari pedagang yang dituju untuk membeli kentangnya. Harga jual rata-rata pada saluran pertama untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 6.800 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 5.000 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.700 per kilogram (Harga kentang

dirata – rata adalah Rp. 5.166,67 per kilogram). Pada saluran kedua harga jual rata-rata untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 7.200 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 5.500 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.900 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 5.533,33 per kilogram). Pada saluran ketiga, harga jual rata-rata untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 7.000 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 5.500 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 4.000 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 5.500 per kilogram). Pada saluran keempat, harga jual rata-rata untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 6.600 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 4.700 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.600 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4.966,67 per kilogram).

#### 4. Pedagang Pengecer

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengecer adalah sebagai berikut :

##### a. Pembelian

Pedagang pengecer melakukan pembelian dari pedagang pengumpul dengan harga yang beragam. Pada saluran pertama, pedagang pengecer membeli dengan harga beli rata-rata untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 6.800 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 5.000 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.700 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 5.166,67 per kilogram). Pada saluran kedua harga beli rata-rata untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 7.200 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 5.500 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.900 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 5.533,33 per kilogram). Pada saluran ketiga, harga beli rata-rata untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 7.000 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 5.500 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 4.000 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 5.500 per kilogram). Pada saluran keempat, harga beli rata-rata untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 6.600 per kilogram, *grade B* sebesar Rp. 4.700 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 3.600 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 4.966,67 per kilogram).

##### b. Pencucian

Fungsi pencucian bertujuan untuk membersihkan kotoran yang menempel pada kentang seperti tanah. Pedagang pengecer biasanya menggunakan air yang

dibeli dari tukang jual air per galonnya. Sehingga biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer pada keempat saluran sebesar Rp. 57,14/Kg.

c. Pengemasan

Pengemasan yang dilakukan oleh pedagang pengecer dalam penjualannya yaitu dengan menggunakan kresek plastik. Biaya yang dikeluarkan untuk fungsi pengemasan adalah sebesar Rp. 20/Kg pada keempat saluran.

d. Transportasi

Transportasi yang digunakan pedagang pengecer pada saat pembelian dan pengiriman ke pasar yaitu menggunakan sepeda motor. Pada saluran pertama biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer sebesar Rp. 114,94/Kg, pada saluran kedua sebesar Rp. 127,27/Kg, pada saluran ketiga sebesar Rp. 138,46/Kg, sedangkan pada saluran keempat sebesar Rp. 224/Kg.

e. Retribusi

Pedagang pengecer membayar retribusi seperti biaya parkir, biaya keamanan tempat dan biaya kebersihan. Pada saluran pertama, pedagang pengecer mengeluarkan biaya sebesar Rp. 45,98/Kg, pada saluran kedua pedagang pengecer mengeluarkan biaya sebesar Rp. 54,55/Kg, pada saluran ketiga pedagang pengecer mengeluarkan biaya sebesar Rp. 46,15/Kg, dan pada saluran keempat pedagang pengecer mengeluarkan biaya sebesar Rp. 80/Kg.

f. Transaksi

Transaksi yang dilakukan pedagang pengecer adalah menggunakan alat komunikasi seperti *handphone* untuk menghubungi pedagang pengumpul terkait adanya barang. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer adalah penggunaan pulsa.

g. Sewa Tempat

Fungsi sewa tempat yang dilakukan pedagang pengecer adalah dengan menyewa tempat berjualan atau lapak yang dibayarkan per bulan atau per tahun. Besarnya biaya sewa tempat berbeda-beda setiap daerah. Pada saluran pertama biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 15,63/Kg, pada saluran kedua sebesar Rp. 24,24/Kg, pada saluran ketiga sebesar Rp. 25,64/Kg, dan pada saluran keempat sebesar Rp. 6,67/Kg.

#### h. Penyusutan

Berat komoditi kentang diperkirakan mengalami susut pada saat kegiatan perpindahan baik dari lembaga pemasaran sebelumnya maupun pada saat dibeli oleh pembeli, sebesar 0,2 % dari harga jual. Pada saluran I sebesar Rp. 12,22/Kg; pada saluran II sebesar Rp. 13/Kg; pada saluran III sebesar Rp. 13,33/Kg; dan saluran Rp. 12/Kg.

#### i. Penjualan

Penjualan kentang pada tingkat pedagang pengecer dilakukan di empat pasar yaitu pasar Nongkojajar, pasar Gadang Malang, pasar besar Batu dan pasar Paserpan Tosari. di pasar ini, konsumen yang mendatangi pedagang pengecer dan melakukan transaksi pembelian. Harga yang ditawarkan berbeda-beda misalnya pada saluran pertama pedagang pengecer menawarkan dengan harga jual rata-rata untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 8.000 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 6.000 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 4.500 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 6.166,67 per kilogram). Pada saluran kedua harga jual rata-rata untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 8.000 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 6.500 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 5.000 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 6.500 per kilogram). Pada saluran ketiga, harga jual rata-rata untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 8.000 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 6.500 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 5.500 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 6.666,67 per kilogram). Pada saluran keempat, harga jual rata-rata untuk kentang *grade A* sebesar Rp. 7.600 per kilogram; *grade B* sebesar Rp. 5.700 per kilogram; dan *grade C* sebesar Rp. 4.700 per kilogram (Harga kentang dirata – rata adalah Rp. 6.000 per kilogram).

### 5.5. Analisis Marjin Pemasaran Kentang

#### 5.5.1. Analisis Marjin Pemasaran

Analisis marjin pemasaran meliputi perhitungan distribusi marjin pemasaran, *share* harga petani dan lembaga pemasaran, serta rasio keuntungan atas biaya pemasaran pada setiap saluran pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian terdapat empat saluran pemasaran kentang di Desa Ngadiwono. Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda sehingga marjin

pemasarannya dapat dihitung. Perhitungan margin pemasaran digunakan untuk mengetahui apakah margin pemasaran telah terdistribusi secara adil dan proporsional pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat.

Perhitungan distribusi margin, *share* dan rasio keuntungan atas biaya pemasaran (rasio k/b) disajikan dalam Tabel 16.

Tabel 16. Distribusi Margin, *Share* Harga, dan Rasio k/b Pemasaran Kentang pada Saluran I (Petani – Tengkulak - Pedagang Pengumpul Nongkojajar - Pedagang Pengecer Pasar Nongkojajar).

No	Keterangan	Nilai (Rp/Kg)	Margin (Rp)	Distribusi Margin (%)	Share Harga (%)	Rasio (k/b)
1	Petani					
	Harga jual	4.277,78			69,37	
	Tengkulak		466,66	24,71		1,39
	Harga beli	4.277,78			69,37	
	Transportasi	76,61		4,06	1,24	
2	Sortasi dan <i>Grading</i>	34,19		1,81	0,55	
	Bongkar Muat	34,19		1,81	0,55	
	Pengemasan	28,57		1,51	0,46	
	Transaksi	12,10		0,64	0,20	
	Penyusutan	9,49		0,5	0,15	
3	Keuntungan	271,51		14,38	4,40	
	Jumlah Biaya	195,15				
	Harga jual	4.744,44			76,94	
	Pedagang pengumpul		422,23	22,35		0,93
	Harga beli	4.744,44			76,94	
	Transportasi	16,13		0,85	0,26	
	Sortasi dan <i>Grading</i>	79,03		4,18	1,28	
	Bongkar Muat	79,03		4,18	1,28	
	Pengemasan	28,57		1,51	0,46	
	Transaksi	3,64		0,19	0,06	
4	Penyusutan	10,33		0,55	0,17	
	Retribusi	1,94		0,1	0,03	
	Keuntungan	203,56		10,78	3,30	
	Jumlah Biaya	218,67				
	Harga jual	5.166,67			83,78	
	Pedagang Pengecer		1.000	52,94		2,21
	Harga beli	5.166,67			83,78	
	Transportasi	114,94		6,09	1,86	
	Pencucian	57,14		3,03	0,93	
	Sewa Tempat	15,63		0,83	0,25	
4	Pengemasan	20		1,06	0,32	
	Transaksi	45,98		2,43	0,75	
	Penyusutan	12,33		0,65	0,20	
	Retribusi	45,98		2,43	0,75	
	Keuntungan	688		36,42	11,16	
	Jumlah Biaya	312				
	Harga jual	6.166,67			100	
Total margin			1.888,89	100		

Sumber : Data primer diolah, 2013

Berdasarkan data pada Tabel 16 dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran I yang terdiri dari petani, tengkulak, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer menunjukkan bahwa harga jual kentang di tingkat petani per kilogramnya sebesar Rp. 4.277,78 dengan perolehan bagian (*share*) sebesar 69,37% dari harga beli di tingkat konsumen. Sedangkan tengkulak menetapkan harga jual per kilogramnya sebesar Rp. 4.744,44. Dari tingkat harga ini, tengkulak memperoleh bagian marjin sebesar Rp. 466,66 dari total marjin sebesar Rp. 1.888,89 yang terdistribusi untuk melakukan fungsi – fungsi pemasaran seperti fungsi transportasi sebesar Rp. 76,61; sortasi dan *grading* Rp. 34,19; bongkar muat Rp. 34,19; pengemasan Rp. 28,57; transaksi Rp. 12,10; dan penyusutan Rp. 9,49; dimana semua fungsi tersebut dalam satuan per kilogram. Dari fungsi pemasaran yang dilakukan, tengkulak memperoleh keuntungan sebesar 14,38 % dari total marjin yaitu 1.888,89 per kilogram kentang yang terjual. Keuntungan yang didapatkan tengkulak lebih besar dibandingkan dengan jumlah biaya yang dikeluarkan sehingga didapatkan nilai k/b ratio sebesar 1,39.

Di tingkat pedagang pengumpul Nongkojajar, harga jual kentang yang telah ditetapkan yaitu sebesar Rp. 5.166,67 per kilogram kentang. Dari tingkat harga ini, pedagang pengumpul memperoleh bagian marjin sebesar Rp. 422,23 dari total marjin sebesar Rp. 1.888,89 yang terdistribusi dalam fungsi – fungsi pemasaran yang meliputi fungsi transportasi sebesar Rp. 16,13; sortasi dan *grading* Rp. 79,03; bongkar muat Rp. 79,03; pengemasan Rp. 28,57; transaksi Rp. 3,64; dan penyusutan Rp. 10,33; dimana semua fungsi tersebut dalam satuan per kilogram. Dari kegiatan tersebut keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar 10,78 % atau Rp. 203,68. Pada hasil analisis k/b ratio, pedagang pengumpul mendapatkan bagian sebesar 0,93.

Pada saluran I ini pedagang pengecer Nongkojajar menetapkan harga jual sebesar Rp. 6.166,67 per kilogram kentang. dari tingkat harga ini pedagang pengecer memperoleh bagian marjin sebesar Rp. 1.000 dari total marjin sebesar Rp. 1.888,89 yang terdistribusi dalam fungsi – fungsi pemasaran yaitu fungsi transportasi Rp. 114,94; pencucian Rp. Rp. 57,14; pengemasan Rp. 20; Transaksi Rp. 45,98, retribusi Rp. 45,98; sewa tempat Rp. 15,63; penyusutan Rp. 12,33. Dari kegiatan tersebut, pedagang pengecer memperoleh *share* keuntungan sebesar

Rp. 36,42 % atau Rp. 688 per kilogram kentang yang terjual. Dari analisa k/b ratio juga diketahui bahwa pedagang pengecer Nongkojajar mendapatkan nilai 2,21.

Analisis marjin pemasaran kentang untuk saluran pemasaran II dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Distribusi Marjin, *Share* Harga, dan Rasio k/b Pemasaran Kentang pada Saluran II (Petani – Tengkulak - Pedagang Pengumpul Malang - Pedagang Pengecer Pasar Gadang).

No	Keterangan	Nilai (Rp/Kg)	Marjin (Rp)	Distribusi Marjin (%)	Share Harga (%)	(k/b) Ratio	
1	Petani						
	Harga jual	4.366,67			67,18		
	Tengkulak		666,66	31,25		1,40	
	Harga beli	4.366,67			67,18		
	Transportasi	155,68		7,30	2,40		
	Sortasi dan <i>Grading</i>	36,36		1,70	0,56		
	Bongkar Muat	36,36		1,70	0,56		
	Pengemasan	28,57		1,34	0,44		
	Transaksi	11,36		0,53	0,18		
	Penyusutan	10,07		0,47	0,15		
2	Keuntungan	388,26		18,20	5,97		
	Jumlah Biaya	278,4					
	Harga jual	5.033,33			77,44		
	Pedagang pengumpul			500	23,44		2,27
	Harga beli	5.033,33			77,44		
	Transportasi	14,29		0,67	0,22		
	Sortasi dan <i>Grading</i>	45,71		2,14	0,70		
	Bongkar Muat	45,71		2,14	0,70		
	Pengemasan	28,57		1,34	0,44		
	Transaksi	5,71		0,27	0,09		
3	Penyusutan	11,07		0,52	0,17		
	Retribusi	1,71		0,08	0,03		
	Keuntungan	347,23		16,28	5,34		
	Jumlah Biaya	152,77					
	Harga jual	5.533,33			85,13		
	Pedagang Pengecer			966,67	45,31		1,76
	Harga beli	5.533,33			85,13		
	Transportasi	127,27		5,97	1,96		
	Pencucian	57,14		2,68	0,88		
	Sewa Tempat	24,24		1,14	0,37		
4	Pengemasan	20		0,94	0,31		
	Transaksi	54,55		2,56	0,84		
	Penyusutan	13		0,61	0,2		
	Retribusi	54,55		2,56	0,84		
	Keuntungan	615,92		28,87	9,48		
	Jumlah Biaya	350,75					
	Harga jual	6.500			100		
	Total marjin		2.133,33	100			

Sumber : Data primer diolah, 2013

Dari data pada Tabel 17 dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran II di tingkat petani, harga jual kentang per kilogramnya sebesar Rp. 4.366,67 dengan perolehan bagian (*share*) sebesar Rp. 67,18 %. Sedangkan tengkulak menetapkan harga jual kentang sebesar Rp. Rp. 5.033,33 per kilogram dan memperoleh bagian (*share*) sebesar 77,44 % dari harga di tingkat konsumen. Dari tingkat harga ini, tengkulak memperoleh bagian margin sebesar Rp. 666,66 dari total margin sebesar Rp. 2.133,33 yang terdistribusi dalam fungsi pemasaran diantaranya yaitu fungsi fungsi transportasi sebesar Rp. 155,68; sortasi dan *grading* Rp. 36,36; bongkar muat Rp. 36,36; pengemasan Rp. 28,57; transaksi Rp. 11,36; dan penyusutan Rp. 10,07 per kilogramnya. Dari kegiatan tersebut, tengkulak memperoleh keuntungan sebesar Rp. 388,26 per kilogram kentang yang terjual. Pada hasil analisis k/b ratio, tengkulak mendapatkan bagian yaitu sebesar 1,40.

Di tingkat pedagang pengumpul Malang, menetapkan harga kentang per kilogramnya sebesar Rp. 5.533,33. Bagian margin yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp.500 dari total margin sebesar Rp. 2.133,33 yang didistribusikan untuk melakukan fungsi – fungsi pemasaran seperti fungsi transportasi sebesar Rp. 14,29; sortasi dan *grading* Rp. 45,71; bongkar muat Rp. 45,71; pengemasan Rp. 28,57; transaksi Rp. 5,71; dan penyusutan Rp. 11,07 per kilogramnya. Dari kegiatan tersebut pedagang pengumpul memperoleh keuntungan sebesar Rp. 347,23 per kilogram kentang yang terjual. Pada hasil analisis k/b ratio pedagang pengumpul mendapatkan yaitu sebesar 2,27.

Sedangkan di tingkat pedagang pengecer Pasar Gadang Malang, harga jual yang telah ditetapkan yaitu sebesar Rp. 6.500 per kilogram. Pada tabel tersebut terlihat bahwa pedagang pengecer memperoleh bagian margin yang lebih besar dari lembaga lainnya yaitu sebesar Rp. 966,67 dari total margin sebesar Rp. 2.133,33 yang terdistribusi dalam fungsi - fungsi pemasaran yaitu fungsi transportasi sebesar Rp. 127,27; pencucian Rp. 57,14; pengemasan Rp. 20; transaksi Rp. 54,55; retribusi Rp. 54,55; sewa tempat Rp 24,24 dan penyusutan Rp. 10,07, per kilogramnya. Dari kegiatan tersebut pedagang pengecer memperoleh *share* keuntungan sebesar 28,87 % atau Rp. 615,92 per kilogram kentang yang terjual. Dari analisis k/b ratio, dapat diketahui pedagang pengecer mendapat bagian sebesar 1,76.

Analisis marjin pemasaran kentang untuk saluran pemasaran II dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Distribusi Marjin, *Share* Harga, dan Rasio k/b Pemasaran Kentang pada Saluran III (Petani – Tengkulak - Pedagang Pengumpul Batu - Pedagang Pengecer Pasar Besar Batu).

No	Keterangan	Nilai (Rp/Kg)	Marjin (Rp)	Distribusi Marjin (%)	Share Harga (%)	Rasio (k/b)
1	Petani					
	Harga jual	4.200			62,99	
	Tengkulak		800	32,43		2,13
	Harga beli	4.200			62,99	
	Transportasi	141,46		5,73	2,12	
	Sortasi dan <i>Grading</i>	34,76		1,41	0,52	
2	Bongkar Muat	34,76		1,41	0,52	
	Pengemasan	28,57		1,16	0,43	
	Transaksi	6,20		0,25	0,09	
	Penyusutan	10		0,41	0,15	
	Keuntungan	544,43		22,07	8,17	
	Jumlah Biaya	255,57				
	Harga jual	5.000			74,99	
	Pedagang pengumpul		500	20,27		2,98
	Harga beli	5.000			74,99	
	Transportasi	16		0,65	0,24	
3	Sortasi dan <i>Grading</i>	32		1,30	0,48	
	Bongkar Muat	32		1,30	0,48	
	Pengemasan	28,57		1,16	0,43	
	Transaksi	5		0,20	0,07	
	Penyusutan	11		0,45	0,16	
	Retribusi	1,2		0,05	0,02	
	Keuntungan	374,23		15,17	5,61	
	Jumlah Biaya	125,77				
	Harga jual	5.500			82,50	
	Pedagang Pengecer		1.166,67			2,36
4	Harga beli	5.500			82,50	
	Transportasi	138,46		5,61	2,07	
	Pencucian	57,14		2,32	0,86	
	Sewa Tempat	25,64		1,04	0,39	
	Pengemasan	20		0,81	0,30	
	Transaksi	46,15		1,87	0,69	
	Penyusutan	13,33		0,54	0,20	
	Retribusi	46,15		1,87	0,69	
	Keuntungan	819,8		33,24	12,30	
	Jumlah Biaya	346,87				
Harga jual	6.666,67			100		
Total marjin			2.466,67	100		

Sumber : Data primer diolah, 2013

Dari data pada Tabel 18 dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran III di tingkat petani, harga jual kentang per kilogramnya sebesar Rp. 4.200 dengan

perolehan bagian (*share*) sebesar Rp. 62,99 %. Sedangkan tengkulak menetapkan harga jual kentang sebesar Rp. Rp. 5.000 per kilogram dan memperoleh bagian (*share*) sebesar 74,99 % dari harga di tingkat konsumen. Dari tingkat harga ini, tengkulak memperoleh bagian margin sebesar Rp. 800 dari total margin sebesar Rp. 2.466,67 yang terdistribusi dalam fungsi pemasaran diantaranya yaitu fungsi fungsi transportasi sebesar Rp. 141,16; sortasi dan *grading* Rp. 34,76; bongkar muat Rp. 34,76; pengemasan Rp. 28,57; transaksi Rp. 6,20; dan penyusutan Rp. 10 per kilogramnya. Dari kegiatan tersebut, tengkulak memperoleh keuntungan sebesar Rp. 544,43 per kilogram kentang yang terjual. Dari hasil analisis k/b ratio, tengkulak mendapatkan bagian yaitu sebesar 2,13.

Di tingkat pedagang pengumpul Batu, menetapkan harga kentang per kilogramnya sebesar Rp. 5.500. Bagian margin yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp.500 dari total margin sebesar Rp. 2.466,67 yang didistribusikan untuk melakukan fungsi – fungsi pemasaran seperti fungsi transportasi sebesar Rp. 16; sortasi dan *grading* Rp. 32; bongkar muat Rp. 32; pengemasan Rp. 28,57; transaksi Rp. 5; dan penyusutan Rp. 11 per kilogramnya. Dari kegiatan tersebut pedagang pengumpul memperoleh keuntungan sebesar Rp. 374,23 per kilogram kentang yang terjual. Pada hasil analisis k/b ratio pedagang pengumpul mendapatkan yaitu sebesar 2,98.

Sedangkan di tingkat pedagang pengecer Pasar Besar Batu, harga jual yang telah ditetapkan yaitu sebesar Rp. 6.666,67 per kilogram. Pedagang pengecer memperoleh bagian margin sebesar Rp. 1.66,67 dari total margin sebesar Rp. 2.466,67 yang terdistribusi dalam fungsi - fungsi pemasaran yaitu fungsi transportasi sebesar Rp. 138,46; pencucian Rp. 57,14; pengemasan Rp. 20; transaksi Rp. 46,15; retribusi Rp. 46,15; sewa tempat Rp 25,64 dan penyusutan Rp. 13,33, per kilogramnya. Dari kegiatan tersebut pedagang pengecer memperoleh *share* keuntungan sebesar 33,24 % atau Rp. 819,8 per kilogram kentang yang terjual. Dari analisis k/b ratio, dapat diketahui pedagang pengecer mendapat bagian sebesar 2,36.

Analisis margin pemasaran kentang untuk saluran pemasaran II dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Distribusi Marjin, *Share* Harga, dan Rasio k/b Pemasaran Kentang pada Saluran IV (Petani – Tengkulak - Pedagang Pengumpul Tosari - Pedagang Pengecer Pasar Paserpan Tosari).

No	Keterangan	Nilai (Rp/Kg)	Marjin (Rp)	Distribusi Marjin (%)	Share Harga (%)	Rasio (k/b)
1	Petani					
	Harga jual	4.150			69,17	
	Tengkulak		516,67			1,33
	Harga beli	4.150			69,17	
	Transportasi	90		4,86	1,5	
	Sortasi dan <i>Grading</i>	40		2,16	0,67	
	Bongkar Muat	40		2,16	0,67	
2	Pengemasan	28.57		1,54	0,48	
	Transaksi	14		0,76	0,23	
	Penyusutan	9,33		0,50	0,16	
	Keuntungan	294,77		15,93	4,91	
	Jumlah Biaya	221,9				
	Harga jual	4.666,67			77,78	
	Pedagang pengumpul		300			1,09
	Harga beli	4.666,67			77,78	
	Transportasi	20		1,08	0,33	
	Sortasi dan <i>Grading</i>	36		1,95	0,6	
3	Bongkar Muat	36		1,95	0,6	
	Pengemasan	28.57		1,54	0,48	
	Transaksi	8		0,43	0,13	
	Penyusutan	9,93		0,54	0,17	
	Retribusi	2.4		0,13	0,04	
	Keuntungan	159,1		8,6	2,65	
	Jumlah Biaya	140,9				
	Harga jual	4.966,67			82,78	
	Pedagang Pengecer		1.033,33			1,17
	Harga beli	4.966,67			82,78	
4	Transportasi	224		12,11	3,73	
	Pencucian	57.14		3,09	0,95	
	Sewa Tempat	6.67		0,36	0,11	
	Pengemasan	20		1,08	0,33	
	Transaksi	80		4,32	1,33	
	Penyusutan	12		0,65	0,2	
	Retribusi	80		4,32	1,33	
	Keuntungan	553.52		29,92	9,23	
	Jumlah Biaya	479,81				
	Harga jual	6.000			100	
Total marjin			1.850	100		

Sumber : Data primer diolah, 2013

Dari data pada Tabel 19 dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran IV di tingkat petani, harga jual kentang per kilogramnya sebesar Rp. 4.150 dengan perolehan bagian (*share*) sebesar Rp. 69,17 %. Sedangkan tengkulak menetapkan

harga jual kentang sebesar Rp. Rp. 4.666,67 per kilogram dan memperoleh bagian (*share*) sebesar 77,78 % dari harga di tingkat konsumen. Dari tingkat harga ini, tengkulak memperoleh bagian margin sebesar Rp. 516,67 dari total margin sebesar Rp. 1.850 yang terdistribusi dalam fungsi pemasaran diantaranya yaitu fungsi fungsi transportasi sebesar Rp. 90; sortasi dan *grading* Rp. 40; bongkar muat Rp. 40; pengemasan Rp. 28,57; transaksi Rp. 14; dan penyusutan Rp. 9,33 per kilogramnya. Dari kegiatan tersebut, tengkulak memperoleh keuntungan sebesar Rp. 294,77 per kilogram kentang yang terjual. Dari hasil analisis k/b ratio, tengkulak mendapatkan bagian yaitu sebesar 1,33.

Di tingkat pedagang pengumpul Tosari, menetapkan harga kentang per kilogramnya sebesar Rp. 4.966,67. Bagian margin yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 300 dari total margin sebesar Rp. 1.850 yang didistribusikan untuk melakukan fungsi – fungsi pemasaran seperti fungsi transportasi sebesar Rp. 20; sortasi dan *grading* Rp. 36; bongkar muat Rp. 36; pengemasan Rp. 28,57; transaksi Rp. 8; dan penyusutan Rp. 9,93 per kilogramnya. Dari kegiatan tersebut pedagang pengumpul memperoleh keuntungan sebesar Rp. 159,1 per kilogram kentang yang terjual. Pada hasil analisis k/b ratio pedagang pengumpul mendapatkan yaitu sebesar 1,09.

Sedangkan di tingkat pedagang pengecer Pasar Tosari, harga jual yang telah ditetapkan yaitu sebesar Rp. 6.000 per kilogram. Pedagang pengecer memperoleh bagian margin sebesar Rp. 1.033,33 dari total margin sebesar Rp. 1.850 yang terdistribusi dalam fungsi - fungsi pemasaran yaitu fungsi transportasi sebesar Rp. 224; pencucian Rp. 57,14; pengemasan Rp. 20; transaksi Rp. 80; retribusi Rp. 80; sewa tempat Rp 6,67 dan penyusutan Rp. 12, per kilogramnya. Dari kegiatan tersebut pedagang pengecer memperoleh *share* keuntungan sebesar 29,92 % atau Rp. 553,52 per kilogram kentang yang terjual. Dari analisis k/b ratio, dapat diketahui pedagang pengecer mendapat bagian sebesar 1,17.

### 5.5.2. Distribusi Margin Pemasaran

Perbandingan besarnya margin pemasaran pada keempat saluran pemasaran kentang, dapat dilihat pada Tabel 20.

Berdasarkan data pada Tabel 20, dapat dilihat bahwa pada saluran III tengkulak keuntungan yang diperoleh relatif lebih besar yaitu 22,07 % dibandingkan dengan tengkulak pada saluran lainnya. Hal ini disebabkan harga beliyang dilakukan oleh tengkulak pada saluran III, harganya relatif lebih murah dan menjual kembali dengan harga yang cukup besar. Biaya yang dikeluarkan tengkulak pada saluran III juga relatif lebih rendah dibandingkan tengkulak lainnya, dikarenakan alat transportasi yang digunakan untuk pengiriman kentang ke Batu yaitu menggunakan truk sehingga lebih rendah biayanya.

Keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul pada saluran II yaitu sebesar 16,28 % lebih besar dibandingkan dengan pedagang pengumpul pada saluran lainnya. Hal ini disebabkan letak gudang penyimpanan dengan pasar yang dituju lebih dekat sehingga biaya yang dikeluarkan relatif lebih rendah.

Pada saluran I pedagang pengecer keuntungan yang diperoleh relatif lebih besar yaitu sebesar 36,42 % dibandingkan dengan pedagang pengecer lainnya. Hal ini disebabkan di daerah Nongkojajar juga merupakan daerah sentra kentang sehingga harga beli kentang di daerah tersebut lebih murah di tingkat pengecer namun kompetitif di tingkat konsumen. Secara umum, keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer lebih rendah dibandingkan oleh tengkulak dan pedagang pengumpul di berbagai saluran pemasaran. hal ini terjadi karena biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer secara umum lebih besar dibandingkan oleh tengkulak dan pedagang pengumpul pada berbagai saluran.

Besarnya keuntungan yang diambil masing – masing lembaga pemasaran pada masing – masing saluran pemasaran masih belum merata. Keuntungan yang diambil oleh tengkulak dan pedagang pengumpul adalah cukup besar karena skala usaha atau kapasitas jual belinya cukup besar, maka secara keseluruhan usaha yang dilakukan member keuntungan yang besar dan tengkulak serta pedagang pengumpul memiliki kekuatan yang besar dalam pemasaran kentang di daerah penelitian. Sedangkan di tingkat pedagang pengecer, keuntungan yang diperoleh relatif lebih kecil. Hal ini dikarenakan skala usaha atau kapasitas jual beli yang dilakukan oleh pedagang pengecer juga kecil sehingga pedagang pengecer memiliki kekuatan yang lemah di pasar pemasaran kentang di daerah penelitian.

Tabel 20. Distribusi Marjin Pemasaran dari Lembaga Pemasaran Kentang di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Distribusi Marjin		Total Marjin
		Biaya (%)	Keuntungan (%)	
I	Tengkulak	10,33	14,38	24,71
	Pedagang Pengumpul	11,57	10,78	22,35
	Pedagang Pengecer	16,52	36,42	52,94
II	Tengkulak	13,05	18,20	31,25
	Pedagang Pengumpul	7,16	16,28	23,44
	Pedagang Pengecer	16,44	28,87	45,31
III	Tengkulak	10,36	22,07	32,43
	Pedagang Pengumpul	5,10	15,17	20,27
	Pedagang Pengecer	14,06	33,24	47,3
IV	Tengkulak	11,99	15,93	27,92
	Pedagang Pengumpul	7,62	8,6	16,22
	Pedagang Pengecer	25,94	29,92	55,86

Sumber : Data primer diolah, 2013

### 5.5.3. Share Harga Petani dan Lembaga Pemasaran

Besarnya *share* harga di tingkat petani, tengkulak, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer berbeda-beda pada keempat saluran pemasaran. Kontribusi *share* harga yang diterima petani dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kentang dapat dilihat pada Tabel 21.

Pada Tabel 21 dapat dilihat bahwa *share* harga yang diterima petani pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 69,37 %, lebih besar dibandingkan dengan saluran lainnya. Hal ini dikarenakan perbedaan antara harga jual ditingkat petani dan pedagang pengecer tidak terlalu tinggi. Dalam menentukan harga jual kentang, petani menjual kentangnya sesuai dengan harga yang telah ditetapkan lembaga pemasaran, sedangkan lembaga pemasaran memiliki kebebasan untuk menentukan harga jualnya sesuai keuntungan yang mereka inginkan. Namun harga jual tersebut dapat berubah tergantung kondisi persaingan harga di pasar,

banyaknya permintaan, dan banyaknya biaya yang dikeluarkan untuk melakukan fungsi – fungsi pemasaran.

Berbeda dengan *share* harga yang diterima petani pada saluran pemasaran III yaitu sebesar 62,99 % lebih rendah dibandingkan saluran lainnya. Ini terjadi karena perbedaan harga jual yang tinggi antara lembaga pemasaran dan petani. Serta semakin jauh jarak antara daerah penelitian dengan pasar yang dituju maka semakin rendah *share* harga yang diterima petani. Hal ini disebabkan lembaga pemasaran akan menambah biaya untuk melakukan fungsi – fungsi pemasaran. Hubungan harga di tingkat petani dengan lembaga pemasaran juga berpengaruh terhadap *share* yang diterima petani. Dimana semakin besar atau tinggi selisih harga atau margin pemasaran antara pedagang dan petani akan mengakibatkan *share* yang diterima semakin rendah. Semakin rendah *share* yang diterima petani dan semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan tidak efisien.

Meskipun petani telah melakukan kesepakatan bersama dalam menentukan harga, akan tetapi petani tetap berada pada posisi yang rendah yaitu berperan sebagai penerima harga sedangkan lembaga pemasaran berperan sebagai penetapan harga. Secara umum, lembaga pemasaran lebih mengetahui informasi pasar dibandingkan petani.

Tabel 21. *Share* Petani dan Lembaga Pemasaran Kentang di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

Saluran	Petani		Tengkulak		Ped. Pengumpul		Ped. Pengecer	
	Harga Jual (Rp/Kg)	<i>Share</i> (%)						
I	4.277,78	69,37	4.744,44	76,94	5.166,67	83,78	6.166,67	100
II	4.366,67	67,18	5.033,33	77,44	5.533,33	85,13	6.500	100
III	4.200	62,99	5.000	74,99	5.500	82,50	6.666,67	100
IV	4.150	69,17	4.666,67	77,78	4.966,67	82,78	6.000	100

Sumber : Data primer diolah, 2013

## 5.6. Analisis Efisiensi Pemasaran Kentang

### 5.6.1. Rasio Keuntungan atas Biaya Pemasaran Kentang

Banyak sedikitnya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran akan mempengaruhi besar kecilnya rasio keuntungan atas biaya pada masing-masing saluran pemasaran. Besar sedikitnya biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran juga berperan mempengaruhi besar kecilnya rasio keuntungan atas biaya pemasaran. Rasio keuntungan atas biaya lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran di daerah penelitian disajikan pada Tabel 22 berikut ini.

Tabel 22. Rasio Keuntungan atas Biaya Lembaga Pemasaran pada Saluran Pemasaran Kentang di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

Saluran	Lembaga Pemasaran	Keuntungan (Rp)	Biaya (Rp)	K/B Ratio	Efisien/Tidak Efisien
I	Tengkulak	271,51	195,15	1,39	Efisien
	Ped Pengumpul	203,56	218,67	0,93	Tidak Efisien
	Ped. Pengecer	688	312	2,21	Efisien
II	Tengkulak	388,36	278,4	1,40	Efisien
	Ped Pengumpul	347,23	152,77	2,27	Efisien
	Ped. Pengecer	615,92	350,75	1,76	Efisien
III	Tengkulak	544,43	255,57	2,13	Efisien
	Ped Pengumpul	374,23	125,77	2,98	Efisien
	Ped. Pengecer	819,8	346,87	2,36	Efisien
IV	Tengkulak	294,77	221,9	1,33	Efisien
	Ped Pengumpul	159,1	140,9	1,09	Efisien
	Ped. Pengecer	553,52	479,81	1,17	Efisien

Sumber : Data primer diolah, 2013

Berdasarkan data pada Tabel 22 dapat diketahui bahwa pada masing-masing saluran terdapat lembaga pemasaran yang terlibat yaitu tengkulak, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Pada saluran pemasaran I, pedagang pengecer memperoleh keuntungan sebesar Rp. 688 per kilogram dengan pengeluaran biaya sebesar Rp. 312 per kilogram, sehingga k/b ratio yang diperoleh pedagang pengecer sebesar 2,21. Hal ini berarti setiap kenaikan biaya sebesar Rp. 1,00 maka keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp. 2,21,00. Nilai k/b ratio yang diperoleh pedagang pengecer lebih besar dibandingkan tengkulak dan pedagang pengumpul.

Pada saluran pemasaran II, pedagang pengumpul memperoleh keuntungan sebesar Rp. 347,23 per kilogram dengan pengeluaran biaya sebesar Rp. 152,77 per kilogram, sehingga k/b ratio yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar 2,27. Hal ini berarti setiap kenaikan biaya sebesar Rp. 1,00 maka keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 2,27,00. Nilai k/b ratio yang diperoleh pedagang pengumpul lebih besar dibandingkan tengkulak dan pedagang pengecer. Hal ini dikarenakan biaya pemasaran yang dikeluarkan relatif lebih rendah dibandingkan lembaga pemasaran lainnya serta margin pemasaran yang diambil pedagang pengumpul cukup besar.

Pada saluran III, dapat dilihat bahwa pedagang pengumpul juga memperoleh nilai k/b ratio lebih besar dibandingkan tengkulak dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul memperoleh keuntungan sebesar Rp. 374,23 per kilogram dengan pengeluaran biaya sebesar Rp. 125,77 per kilogram, sehingga k/b ratio yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar 2,98. Hal ini berarti setiap kenaikan biaya sebesar Rp. 1,00 maka keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp. 2,98,00.

Pada saluran IV, dapat dilihat bahwa tengkulak memperoleh nilai k/b ratio lebih besar dibandingkan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Tengkulak memperoleh keuntungan sebesar Rp. 294,77 per kilogram dengan pengeluaran biaya sebesar Rp. 221,9 per kilogram, sehingga nilai k/b ratio yang diperoleh tengkulak sebesar 1,33.

Pada keterangan tersebut, diketahui bahwa nilai k/b ratio yang dicapai masing-masing lembaga pemasaran pada setiap saluran memiliki nilai yang

berbeda-beda. Hal ini dikarenakan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan berbeda-beda dan biaya pemasaran yang dikeluarkan masing-masing pelaku pasar juga berbeda. Semakin banyak fungsi pemasaran yang dijalankan dan semakin tinggi biaya pemasaran yang dikeluarkan maka semakin kecil rasio keuntungan atas biaya pemasaran ( $k/b$  ratio) yang diperoleh. Lembaga pemasaran yang mencapai nilai  $k/b$  ratio diatas 1, maka lembaga tersebut memperoleh keuntungan yang lebih besar dari biaya pemasaran yang dikeluarkan dan dapat dikatakan efisien. Semua lembaga pemasaran kembang dikatakan sudah efisien kecuali pada pedagang kecuali pada pedagang pengumpul pada saluran pertama.

### 5.6.2. Analisis Efisiensi Harga

Untuk mengetahui efisien atau tidaknya saluran pemasaran digunakan analisis efisiensi harga, dengan asumsi pasar persaingan sempurna. Efisiensi harga dihitung dari selisih harga komoditi pada setiap lembaga pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Saluran pemasaran dikatakan efisien apabila nilai selisih harga lebih besar dibandingkan nilai rata-rata biaya dan sebaliknya, tidak dikatakan efisien apabila nilai selisih harga lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata biaya yang dikeluarkan. Pengukuran efisiensi harga dihitung dari biaya transportasi dan biaya *processing*. Adapun hasil perhitungan efisiensi harga pada biaya transportasi disajikan pada Tabel 24.

Berdasarkan Tabel 23, dapat dilihat bahwa semua lembaga pemasaran baik dari tingkat tengkulak, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer melakukan fungsi transportasi. Pada Tabel tersebut, ditunjukkan selisih harga dan biaya transportasi dari masing-masing lembaga pemasaran. Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa selisih harga antar lembaga pemasaran lebih besar daripada biaya transportasi, sehingga efisiensi harga berdasarkan fungsi transportasi pada masing-masing lembaga pemasaran di semua saluran pemasaran dapat dikatakan efisien.

Berdasarkan data pada Tabel 23, dapat dikatakan bahwa semua saluran pemasaran dalam efisiensi harga menurut fungsi transportasi pada lembaga pemasaran kembang dikatakan efisien karena selisih harga lebih besar

dibandingkan biaya transportasi yang dikeluarkan untuk mengambil dan mengirim per kilogramnya.

Tabel 23. Analisis Efisiensi Harga Berdasarkan Biaya Transportasi pada Lembaga Pemasaran Kentang di Desa Ngadiwono.

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Selisih Harga (Rp)	Biaya Transportasi (Rp)	Efisien/Tidak Efisien
I	Tengkulak	466,67	76,61	Efisien
	Ped. Pengumpul	422,23	16,13	Efisien
	Ped. Pengecer	1.000	114,94	Efisien
II	Tengkulak	666,66	155,68	Efisien
	Ped. Pengumpul	500	14,29	Efisien
	Ped. Pengecer	966,67	127,27	Efisien
III	Tengkulak	800	141,46	Efisien
	Ped. Pengumpul	500	16	Efisien
	Ped. Pengecer	1.166,67	138,46	Efisien
IV	Tengkulak	516,67	90	Efisien
	Ped. Pengumpul	300	20	Efisien
	Ped. Pengecer	1.033,33	224	Efisien

Sumber : Data primer diolah, 2013

Keterangan : \*) Perhitungan pada lampiran 6

Selain menggunakan fungsi transportasi, analisis efisiensi harga diukur dengan menggunakan fungsi *processing*. Fungsi *processing* ini meliputi kegiatan sortasi dan *grading*, bongkar muat, pengemasan, serta pencucian. Adapun hasil perhitungan efisiensi harga pada biaya transportasi disajikan pada lampiran 6.

Berdasarkan data pada Tabel 24, dapat dilihat bahwa semua lembaga pemasaran baik dari tingkat tengkulak, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer melakukan fungsi *processing*. Pada Tabel 24, ditunjukkan selisih harga dan biaya *processing* dari masing-masing lembaga pemasaran. Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat bahwa selisih harga antar lembaga pemasaran lebih besar dibandingkan biaya *processing*, sehingga efisiensi harga berdasarkan fungsi *processing* pada masing-masing lembaga pemasaran di semua saluran pemasaran dapat dikatakan efisien.

Tabel 24. Analisis Efisiensi Harga Berdasarkan Biaya *Processing* pada Lembaga Pemasaran Kentang di Desa Ngadiwono.

Saluran	Lembaga Pemasaran	Fungsi <i>Processing</i>	Selisih Harga (Rp)	Rata-Rata Biaya (Rp)	Efisien/Tidak Efisien
I	Tengkulak	Sortasi & <i>grading</i>	466,66	34,19	Efisien
		Bongkar muat	466,66	34,19	
		Pengemasan	466,66	28,57	
	Ped. Pengumpul	Sortasi & <i>grading</i>	422,23	79,03	Efisien
		Bongkar muat	422,23	79,03	
		Pengemasan	422,23	28,57	
	Ped. Pengecer	Pencucian	1.000	57,14	Efisien
		Pengemasan	1.000	20	
	II	Tengkulak	Sortasi & <i>grading</i>	666,66	36,36
Bongkar muat			666,66	36,36	
Pengemasan			666,66	28,57	
Ped. Pengumpul		Sortasi & <i>grading</i>	500	45,71	Efisien
		Bongkar muat	500	45,71	
		Pengemasan	500	25,57	
Ped. Pengecer		Pencucian	966,67	57,14	Efisien
		Pengemasan	966,67	20	
III		Tengkulak	Sortasi & <i>grading</i>	800	34,76
	Bongkar muat		800	34,76	
	Pengemasan		800	28,57	
	Ped. Pengumpul	Sortasi & <i>grading</i>	500	32	Efisien
		Bongkar muat	500	32	
		Pengemasan	500	25,57	
	Ped. Pengecer	Pencucian	1.166,67	57,14	Efisien
		Pengemasan	1.166,67	20	
	IV	Tengkulak	Sortasi & <i>grading</i>	516,67	40
Bongkar muat			516,67	40	
Pengemasan			516,67	28,57	
Ped. Pengumpul		Sortasi & <i>grading</i>	300	36	Efisien
		Bongkar muat	300	36	
		Pengemasan	300	28,57	
Ped. Pengecer		Pencucian	1.033,33	57,14	Efisien
		Pengemasan	1.033,33	20	

Sumber : Data primer diolah, 2013

Keterangan : \*) Perhitungan pada lampiran 6

### 5.6.3. Analisis Efisiensi Operasional

Pengukuran efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan *load factor efficiency*, yaitu upaya menggunakan fasilitas-fasilitas yang ada secara optimal. Fasilitas yang diukur adalah alat transportasi. Saluran pemasaran

dikatakan efisien apabila kapasitas angkut mencapai 100 % atau *full capacity* dan lebih dari 100 % atau *over capacity* sedangkan saluran pemasaran dikatakan tidak efisien apabila kapasitas angkut kurang dari 100 % atau *under capacity*. Adapun hasil perhitungan efisiensi operasional pada fungsi transportasi dapat dilihat pada Tabel 25.

Tabel 25. Analisis Efisiensi Operasional Berdasarkan Fungsi Transportasi pada Lembaga Pemasaran Kentang di Desa Ngadiwono.

Sal	Lembaga Pemasaran	Alat Transportasi	Kapasitas Normal (Kg)	Kapasitas Angkut (Kg)	Persentase (%)	Efisien/Tidak Efisien
I	Tengkulak	Pick up	1.120	2.000	178,57	Efisien
	Ped. Pengumpul	Pick up	1.120	2.000	178,57	Efisien
	Ped. Pengecer	Motor	70	140	200	Efisien
II	Tengkulak	Pick up	1.402	2.200	156,92	Efisien
	Ped. Pengumpul	Pick up	1.120	2.000	178,57	Efisien
	Ped. Pengecer	Motor	70	140	200	Efisien
III	Tengkulak	Pick up	1.402	2.200	156,92	Efisien
		Truk	4.210	6.000	142,52	Efisien
	Ped. Pengumpul	Pick up	1.120	2.000	178,57	Efisien
	Ped. Pengecer	Motor	70	140	200	Efisien
	Tengkulak	Pick up	1.120	2.000	178,57	Efisien
Motor		70	140	200	Efisien	
IV	Ped. Pengumpul	Pick up	1.120	2.000	178,57	Efisien
	Ped. Pengecer	Motor	70	140	200	Efisien

Sumber : Data primer diolah, 2013

Berdasarkan data pada Tabel 25 dapat dilihat bahwa lembaga pemasaran yang melakukan fungsi transportasi sebagai alat pendistribusian kentang telah memanfaatkan kendaraan transportasi secara efisien. Efisien disini dapat dikatakan efisien secara biaya. Diketahui tengkulak dalam memasarkan kentang

menggunakan mobil pick up dengan kapasitas angkut normal 1.120 Kg dan 1.402 Kg namun rata-rata tengkulak pada saluran I dan IV mengangkut kentang dengan kapasitas angkut 2.000 Kg atau *over capacity* yaitu 178,57 % dari total kapasitas angkut (*total capacity*). Sedangkan tengkulak pada saluran II dan III mengangkut kentang dengan kapasitas angkut 2.200 Kg atau *over capacity* yaitu 156,92 % dari total kapasitas angkut (*total capacity*). Tengkulak pada saluran III, selain memasarkan menggunakan mobil pick up juga menggunakan truk. Kapasitas angkut normal truk yaitu 4.210 Kg, namun tengkulak saluran III mengangkut kentang dengan kapasitas angkut 6.000 Kg atau *over capacity* yaitu 142,52 % dari total kapasitas (*total capacity*).

Sedangkan pedagang pengumpul dalam memasarkan kentang menggunakan mobil pick up dengan kapasitas angkut ke pedagang pengecer menggunakan mobil pick up dengan kapasitas angkut normal 1.120 Kg namun rata-rata pedagang pengumpul pada semua saluran mengangkut kentang dengan kapasitas angkut 2.000 Kg atau *over capacity* yaitu 178,57 % dari total kapasitas (*total capacity*).

Dan pedagang pengecer dalam memasarkan kentang menggunakan motor dengan kapasitas angkut 70 Kg namun rata-rata pedagang pengecer mengangkut dengan kapasitas 140 Kg atau *over capacity* yaitu 200 % dari total kapasitas (*total capacity*).

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa masing-masing lembaga pemasaran secara operasional sudah dikatakan efisien secara biaya dalam menggunakan kendaraan. Masing-masing lembaga pemasaran menurut literatur sudah efisien, tetapi disarankan agar mengangkut kapasitas sesuai dengan kapasitas angkut atau daya angkut kendaraannya, tidak melebihi kapasitas angkut dari kendaraan atau *over capacity*, karena dapat menyebabkan resiko yang terjadi pada kendaraan sehingga menjadi tidak efisien.

#### **5.6.4. Indeks Efisiensi Pemasaran Kentang**

Untuk mengetahui besarnya efisiensi pemasaran kentang pada setiap saluran pemasaran dapat digunakan perhitungan indeks efisiensi yang merupakan perbandingan harga di tingkat konsumen dengan total biaya pemasaran dikurangi

1. Semakin tinggi nilai indeks efisiensi yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran tersebut. Besarnya nilai efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran kentang *grade A* di Desa Ngadiwono dapat dilihat pada Tabel 26.

Tabel 26. Perbandingan Nilai Efisiensi Pada Saluran Pemasaran Kentang di Desa Ngadiwono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan.

No	Keterangan	Saluran Pemasaran			
		I	II	III	IV
1	Harga di tingkat konsumen (V) (Rp/Kg)	6.166,67	6.500	6.666,67	6.000
2	Total Biaya Pemasaran (I) (Rp/Kg)	725,82	781,92	728,21	842,61
3	Indeks Efisiensi Saluran Pemasaran ( $ME = \{V/I\} - 1$ )*	7,49	7,31	8,15	6,12

Sumber : Data primer diolah, 2013

Keterangan : \*) Perhitungan pada lampiran 7

Dari Tabel 26 dapat diketahui bahwa nilai indeks efisiensi pada saluran pemasaran pertama hingga saluran pemasaran ke empat berbeda-beda. Nilai efisiensi saluran pemasaran I sebesar 7,49; saluran pemasaran II sebesar 7,31; saluran pemasaran III sebesar 8,15; dan saluran pemasaran IV sebesar 6,12. Faktor-faktor menyebabkan perbedaan nilai efisiensi pemasaran adalah perbedaan fungsi-fungsi pemasaran yang telah dilakukan serta kemampuan pembiayaan yang dimiliki oleh tiap lembaga pemasaran, sehingga menyebabkan biaya pemasaran menjadi berbeda di tiap tingkat lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran

Dari Tabel 26 juga dapat diketahui bahwa saluran pemasaran III memiliki nilai efisiensi pemasaran yang tertinggi yaitu sebesar 8,15 dengan harga jual di tingkat konsumen sebesar Rp. 6.666,67 dan total biaya pemasaran sebesar Rp. 728,21 per kilogram kentang. Sedangkan nilai efisiensi terendah terdapat pada saluran pemasaran IV yaitu sebesar 6,12 dengan harga jual di tingkat konsumen sebesar Rp. 6.000 dan total biaya pemasaran sebesar Rp. 842,61.