

SISTEM TATA NIAGA KEDELAI DI DESA CIPEUYEUM, KECAMATAN HAURWANGI, KABUPATEN CIANJUR

Aldha Hermianty Alang^{*)1}, dan Heny Kuswanti Suwarsinah^{*)}

^{*)}Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
Gedung Fakultas Pertanian, Wing 2 Level 5, Kampus Darmaga, Bogor 16680

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) identify the channel, institution, and trade system function of soy in Cipeuyeum Village, Haurwangi District, Cianjur; 2) Analyze the structure and the behavior of soy market in Cipeuyeum Village, Haurwangi District, Cianjur; also 3) Analyze the efficiency of soy trade system at each channel with trade channel margin approach, farmers' share and profit-cost ratio (π/c). Qualitative and quantitative analysis were used to analyze the data. Qualitative analysis includes: channel and institution of the trade system, analysis of farmers and institutions functions involved in the trade system, analysis of market structure and behavior, trade system margin analysis, farmers' share analysis, and analysis of π/c ratio. There are four channels of marketing system in this village with five institutions that identified with the snowball method. The institutions within the trade systems perform their own function and face diverse market structures. Quantitative analysis showed that the most efficient channel is the one with Rp917 for the trade margin, 85,89% for the farmer's share value, and 7,06 for profit-cost ratio. Therefore, Soybean Farmers should not sell the entire stock system directly to large traders without going through the small traders as it will increase the share of the farmers.

Keywords: soy agribusiness, Cipeuyeum village, demand for soy, trade system of soy, soy

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengidentifikasi saluran, lembaga, dan fungsi tata niaga kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur; 2) menganalisis struktur dan perilaku pasar kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur; dan 3) menganalisis efisiensi tata niaga kedelai pada setiap saluran yang ada dengan pendekatan margin tata niaga, farmer's share, serta rasio keuntungan terhadap biaya (π/c). Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif meliputi: saluran dan lembaga tata niaga, analisis fungsi tata niaga petani dan lembaga yang terlibat, analisis struktur dan perilaku pasar, Analisis margin tata niaga, analisis farmer's share, dan analisis rasio π/c . Terdapat empat saluran tata niaga dengan lima lembaga yang diidentifikasi dengan metode snowball. Lembaga tata niaga ini masing-masing melakukan fungsi dan menghadapi struktur pasar yang beragam. Analisis kuantitatif menunjukkan satu saluran tata niaga yang paling efisien dengan margin sebesar Rp917 nilai farmer's share sebesar 85,89%, dan rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 7,06. Oleh karena itu, Petani sebaiknya melakukan penjualan kedelai tidak dengan sistem borong dan langsung kepada pedagang pengumpul besar tanpa melalui pedagang pengumpul kecil karena akan menambah share petani tersebut

Kata kunci: agribisnis kedelai, Desa Cipeuyeum, permintaan kedelai, tata niaga kedelai, kedelai

¹ Alamat Korespondensi:
Email: aldha.alang@gmail.com

PENDAHULUAN

Sistem agribisnis memiliki cakupan luas dan peranan penting bagi pembangunan Indonesia. Saragih (2000) menyatakan salah satu peranan tersebut adalah pemenuhan terhadap bahan pangan. Kedelai merupakan komoditas pangan terpenting ketiga di Indonesia setelah

padi dan jagung (Harsono, 2008). Kedelai merupakan komoditas nasional dengan konsumsi sebesar 1,9 juta ton pada tahun 2008 dan diprediksi akan terus mengalami peningkatan. Hasil catatan akhir tahun 2012 DPP Serikat Petani Indonesia bahwa saat ini kebutuhan nasional kedelai telah mencapai 3,0 juta ton.

Peningkatan nilai konsumsi tidak diikuti dengan peningkatan nilai produktivitas. Data Kementerian Pertanian (2012), nilai produktivitas kedelai nasional pada tahun 2010–2012 secara berturut-turut adalah 1.373, 1.368, dan 1.367 ton/ha. Hal ini menyebabkan kedelai masih diimpor untuk memenuhi kelebihan permintaan yang ada. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan dan pengembangan terhadap sistem agribisnis kedelai secara keseluruhan (Harsono, 2008). Sumarno *et al.* (2007) menyoroti tata niaga sebagai salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam usaha perbaikan dan pengembangan agribisnis kedelai di Indonesia. Saluran tata niaga atau saluran distribusi produk merupakan rangkaian titik pemindahan barang atau jasa dari tingkat produsen ke tingkat konsumen akhir (Kotler, 2004). Kotler membedakan saluran ini menjadi dua jenis, yaitu saluran langsung dan saluran tidak langsung. Saluran langsung terdiri atas dua pihak, yaitu produsen primer dan konsumen akhir, sedangkan saluran tidak langsung terdiri atas beberapa pihak perantara yang dalam istilah tata niaga disebut sebagai lembaga tata niaga. Perbaikan dan pengembangan tata niaga kedelai ini akan lebih efektif bila dilakukan pada daerah sentra produksi kedelai. Jawa Barat merupakan provinsi dengan produksi kedelai terbesar kelima di Indonesia (Kementan, 2012), sedangkan Kabupaten Cianjur menempati posisi kedua sebagai daerah penghasil terbesar di Jawa Barat dengan luas panen 4.130 ha pada periode 2011.

Pengembangan komoditas kedelai di Kabupaten Cianjur didukung oleh kebijakan himbauan pola tanam padi-padi-palawija (secara khusus kedelai). Kebijakan ini menjadi salah satu solusi untuk menumbuhkan gairah petani dalam melakukan usaha tani kedelai sehingga hal ini menjadi jawaban bagi kontinuitas produksi kedelai di Kabupaten Cianjur. Kebijakan ini perlu didukung dengan pananganan sistem tata niaga yang baik terutama pada wilayah-wilayah penghasil kedelai terbanyak. Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi merupakan salah satu wilayah penghasil kedelai di Kabupaten Cianjur.

Pada umumnya, petani kedelai di Desa Cipeuyeum menjual kedelai miliknya dengan sistem borong (kegiatan panen dan pasca panen tidak dilakukan petani) karena terdesak oleh kebutuhan. Hal ini menyebabkan rendahnya harga yang diterima oleh petani. Di samping itu, adanya lembaga tata niaga pada satu saluran yang melakukan fungsi sama dapat mengindikasikan tidak efisiennya sistem tata niaga karena akan memperpanjang rantai tata niaga yang ada. Lembaga tata niaga yang terlibat cenderung

menginginkan keuntungan besar dari kegiatan tata niaga yang dilakukan. Pilihan yang tercipta adalah konsumen akhir akan membayar harga yang cenderung tinggi atau produsen (petani) akan menerima harga yang cenderung rendah.

Beberapa penelitian terkait dengan sistem tata niaga telah dilakukan oleh Purba (2010), Aditama (2011), dan Ahmadi *et al.* (2012). Penelitian Purba (2010) mengenai tata niaga ubi jalar menyimpulkan bahwa satu saluran tata niaga paling efisien dan merupakan saluran terpendek. Selain itu, analisis kuantitatif yang dilakukan menyatakan bahwa saluran ini memiliki margin tata niaga terkecil yang bernilai Rp325 dengan FS terbesar (74,51%) dan analisis π/c terbesar bernilai 1,17. Pendeknya saluran tata niaga memotong biaya-biaya yang kurang efektif. Penelitian yang dilakukan Aditama (2011) mengenai tata niaga beras menghasilkan satu saluran tata niaga paling efisien berdasarkan margin terkecil (Rp1.464) dan nilai *farmer's share* terbesar (71%). Jika dilihat dari rasio π/c , terdapat beberapa saluran yang lebih efisien. Saluran dengan margin terkecil dan nilai *farmer's share* terbesar memberikan prospek besar bagi petani sehingga memiliki volume penjualan terbesar. Di samping itu, Ahmady *et al.* (2012) menyimpulkan bahwa ada tiga hal untuk membantu menciptakan *performa* yang baik dalam suatu sistem pemasaran, yaitu kerja sama, orientasi pasar yang jelas, dan penciptaan *value* pada hubungan jual beli.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengidentifikasi saluran, lembaga, dan fungsi tata niaga kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur, 2) menganalisis struktur dan perilaku pasar kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur, dan 3) menganalisis efisiensi tata niaga kedelai pada setiap saluran yang ada dengan pendekatan margin tata niaga, *farmer's share*, serta rasio keuntungan terhadap biaya (π/c). Kohls dan Uhl (2002) mengartikan efisiensi tata niaga ke dalam dua kelompok analisis, yaitu efisiensi harga dan efisiensi operasional. Efisiensi harga dapat tercapai apabila semua pihak yang terlibat puas dengan harga yang berlaku dan penggunaan sumber daya mengalir dari penggunaan bernilai rendah ke penggunaan bernilai tinggi. Efisiensi operasional adalah ukuran frekuensi produktivitas dari *input-input* tata niaga, seperti biaya total dengan keuntungan dari lembaga-lembaga tata niaga. Analisis yang sering digunakan dalam kajian efisiensi operasional adalah analisis terhadap margin tata niaga dan *farmer's share*.

Penelitian ini dibatasi untuk mengidentifikasi dan menguji seluruh saluran tata niaga kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur dalam bentuk bijian (kedelai polong tua) dan hijauan (kedelai polong muda). Pada beberapa saluran, alur penelitian ini berhenti pada pihak pengolah atau pabrikan yang kemudian disetarakan posisinya dengan (tidak berarti merupakan) konsumen akhir. Penelitian ini juga tidak melakukan identifikasi lebih lanjut mengenai karakteristik konsumen akhir.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu primer dan sekunder. Data primer diambil dari 30 petani yang melakukan usaha tani kedelai pada musim tanam 2012 dan lembaga-lembaga tata niaga yang terlibat. Penentuan jumlah responden di tingkat petani mengikuti jumlah nominal batas antara sampel kecil dan besar dalam statistik (Suliyanto, 2006) dan dilakukan dengan metode kuota *sampling*. Adapun penentuan responden dilakukan dengan metode yang menyerupai *snowball sampling*. Data primer dilakukan dengan wawancara menggunakan panduan kuesioner, sedangkan data sekunder bersumber dari beberapa pihak seperti Departemen Pertanian, Dinas Pertanian, dan Badan Pusat Statistik juga dari beberapa jurnal atau berkala ilmiah.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif memanfaatkan kalkulator dan program komputer. Ada enam analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut. **Pertama**, analisis saluran dan lembaga tata niaga. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi jumlah saluran dan lembaga yang terdapat di dalam setiap saluran. Jumlah lembaga tata niaga pada suatu saluran akan menentukan panjang rantai tata niaga tersebut. **Kedua**, analisis fungsi tata niaga petani dan lembaga yang terlibat. Analisis ini dilakukan dengan mengelompokkan aktivitas yang dilakukan oleh petani dan setiap lembaga tata niaga ke fungsi pertukaran, fisik, dan fasilitas (Kohls dan Uhl, 2002). Hasil yang diperoleh digunakan sebagai acuan dalam perhitungan nilai margin tata niaga, *farmer's share*, dan rasio π/c . **Ketiga**, analisis struktur dan perilaku pasar. Asmarantaka (2012) mendefinisikan struktur pasar sebagai sifat-sifat dari organisasi pasar. Kohls dan Uhl (2002) membedakan struktur pasar berdasarkan beberapa karakteristik, yaitu jumlah penjual, kesamaan produk, kemudahan

memasuki pasar, dan pengaruh dalam penetapan harga. Karakteristik-karakteristik ini membagi pasar ke dalam empat struktur berbeda (Tabel 1).

Sementara itu, perilaku pasar, merupakan perilaku partisipasi, strategi, atau reaksi yang dilakukan pihak-pihak dalam sebuah pasar. Terdapat beberapa cara mengenal perilaku pasar, diantaranya penentuan harga dan kebijakan promosi produk. Struktur pasar dianalisis berdasarkan jumlah lembaga tata niaga yang terlibat, homogenitas produk, tingkat keleluasaan suatu pihak untuk masuk atau keluar pasar, pengaruh penjual dalam menentukan harga, dan kemudahan memperoleh informasi. Perilaku pasar dianalisis berdasarkan sistem penjualan dan pembelian, sistem penentuan harga dan pembayaran, dan kerja sama antar lembaga. **Keempat**, analisis margin tata niaga. Menurut Dahl dan Hammond (1997), margin tata niaga dapat dihitung dengan persamaan sebagai berikut.

$$Mm = Pr - Pf$$

Keterangan:

Mm : margin tata niaga di tingkat petani
Pr : harga di tingkat pengecer
Pf : harga di tingkat petani

Selain itu, margin pada setiap lembaga tata niaga dapat dihitung dengan persamaan sebagai berikut.

$$Mmi = Ps - Pb$$

Keterangan:

Mmi : margin tata niaga pada suatu lembaga
Ps : harga jual pada suatu lembaga
Pb : harga beli pada suatu lembaga

Kelima, analisis *farmer's share*. Nilai *farmer's share* (Fs) memiliki hubungan negatif terhadap margin tata niaga. Menurut Asmarantaka (2012), nilai Fs dapat dihitung dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Fs = (Pr/Pf) \times 100\%$$

Keenam, analisis rasio π/c . Rasio keuntungan terhadap biaya (rasio π/c) dapat dihitung dengan persamaan sebagai berikut.

$$\text{rasio } \pi/c = \pi_i/c_i$$

Keterangan:

π_i : keuntungan lembaga tata niaga ke-i
 c_i : biaya lembaga tata niaga ke-i

Tabel 1. Perbandingan struktur pasar dalam industri

Karakter industri	Pasar persaingan sempurna	Persaingan monopolistik	Oligopoli	Monopoli
Jumlah penjual	Sangat banyak	Banyak	Beberapa	Satu
Kesamaan produk	Identik (homogen)	Diferensiasi, bervariasi	Sama (cenderung homogen) hingga berbeda	
Kemudahan memasuki pasar	Mudah, tidak ada halangan yang berat	Relatif mudah	Sulit, terdapat beberapa halangan	Sangat sulit, cenderung tidak dapat dimasuki
Pengaruh dalam penetapan harga	Tidak memiliki pengaruh (<i>price taker</i>)	Sedikit berpengaruh, dibatasi oleh produk substitusi	Memiliki pengaruh, tetapi dibatasi oleh harga pesaing	Kendali penuh (<i>price maker</i>)

Sumber: Kohls dan Uhl, 2002.

Asmarantaka (2012) menyebutkan bahwa efisiensi tata niaga merupakan rasio dari nilai *output* dan nilai *input*. *Output* digambarkan sebagai keuntungan yang diperoleh, sedangkan *input* digambarkan sebagai biaya yang dikeluarkan. Analisis sistem tata niaga pada wilayah yang menjadi sentra produksi kedelai merupakan salah satu usaha dalam perbaikan dan pengembangan agribisnis kedelai di Indonesia. Kabupaten Cianjur, Jawa Barat merupakan salah satu daerah penghasil kedelai di Indonesia. Kabupaten Cianjur memiliki beberapa wilayah penghasil kedelai, salah satunya adalah Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi.

Analisis sistem tata niaga dapat dilakukan secara kualitatif (identifikasi saluran dan lembaga, fungsi-fungsi setiap lembaga, serta struktur dan perilaku pasar) dan kuantitatif (perhitungan margin, *farmer's share*, serta rasio π/c). Analisis ini menyimpulkan saluran tata niaga kedelai yang paling efisien sebagai rekomendasi bagi petani dan pengajuan saran terhadap keseluruhan sistem tata niaga setempat. Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.

HASIL

Analisis Saluran dan Lembaga Tata niaga

Terdapat tiga jenis kedelai yang dipasarkan dari Desa Cipeuyeum, yaitu kedelai bijian, kedelai hijauan, dan kedelai yang diperuntukkan sebagai pakan ternak (kedelai ini tidak diteliti dalam penelitian ini). Kedelai bijian merupakan kedelai yang telah mengalami perlakuan perontokkan hingga polong kedelai yang telah tua (polong tua) terpisah dari batang dan daunnya. Kedelai hijauan dipanen saat polong kedelai tersebut masih tergolong muda, tidak dirontokkan sehingga

polong kedelai tidak terpisah dari daun dan batangnya. Pada umumnya, kedelai hijauan dikonsumsi dengan merebusnya terlebih dahulu.

Pada periode 2012, terdapat empat saluran tata niaga kedelai bijian dan hijauan, yaitu (1) petani – konsumen akhir (termasuk pabrik tahu luar kabupaten); (2) petani – pedagang pengumpul besar – pabrik tahu dalam kabupaten; (3) petani – pedagang pengumpul kecil – pedagang pengumpul besar – pedagang grosir – Pedagang pengecer – konsumen akhir; dan (4) petani – pedagang pengumpul besar – agen – pedagang pengecer – konsumen akhir. Keempat saluran tersebut merupakan ringkasan dari enam saluran tata niaga kedelai, baik bijian maupun hijauan dan melewati dua alur lembaga tata niaga yang sama. Saluran 1 dan 3 terbagi menjadi dua, yaitu saluran 1a dan 1b serta 3a dan 3b (Gambar 2 dan Gambar 3). Petani responden menjual kedelainya dengan sistem borong atau tidak dengan sistem borong (kedelai sudah dalam bentuk bijian) sehingga skema aliran kedelai dibedakan berdasarkan sistem penjualan yang dilakukan.

Saluran-saluran tata niaga tersebut terdiri atas beberapa lembaga, yaitu sebagai berikut. **Pertama**, pedagang pengumpul yang dibedakan berdasarkan volume pembelian dan penjualan, yaitu pedagang pengumpul kecil dan pedagang pengumpul besar. Hasil penelitian ini, pedagang pengumpul, baik kecil maupun besar, berasal dari dalam dan luar Desa Cipeuyeum. **Kedua**, pedagang grosir yang berada di tiga tempat, yaitu Pasar Induk Kramat Jati (Jakarta Timur), Pasar Induk Caringin (Bandung), dan Pasar Bogor. **Ketiga**, agen berperan sebagai penampung kedelai hijauan yang masuk ke pasar induk sebelum dijual kembali kepada pedagang pengecer tanpa melakukan penanganan tata niaga. **Keempat**, pedagang pengecer, terdiri atas pedagang pengecer dalam Kabupaten Cianjur dan luar

Kabupaten Cianjur, seperti Jakarta, Badung, dan Bogor. Kelima, pengolah atau pabrikan yang dalam penelitian ini merupakan pabrik tahu di dalam Kabupaten Cianjur dan di luar Kabupaten Cianjur (Bandung). Saluran 3 melewati lembaga tata niaga yang sama, tetapi berbeda pada sistem penjualan yang dilakukan petani. Saluran 1–3 mengalirkan kedelai sampai ke tangan konsumen akhir (juga pabrik pengolah) dalam bentuk bijian, sedangkan saluran 4 mengalirkan kedelai yang sampai ke konsumen akhir dalam bentuk hijauan.

Analisis Fungsi Tata niaga Petani dan Lembaga yang terlibat

Fungsi dan aktivitas tata niaga petani dan lembaga-lembaga yang terlibat dapat dilihat pada Tabel 2. Terdapat dua lembaga, yaitu pedagang pengumpul kecil dan besar yang melakukan aktivitas dan fungsi yang relatif sama. Aliran kedelai yang terjadi tidak menuju pada fungsi dan aktivitas yang semakin kompleks.

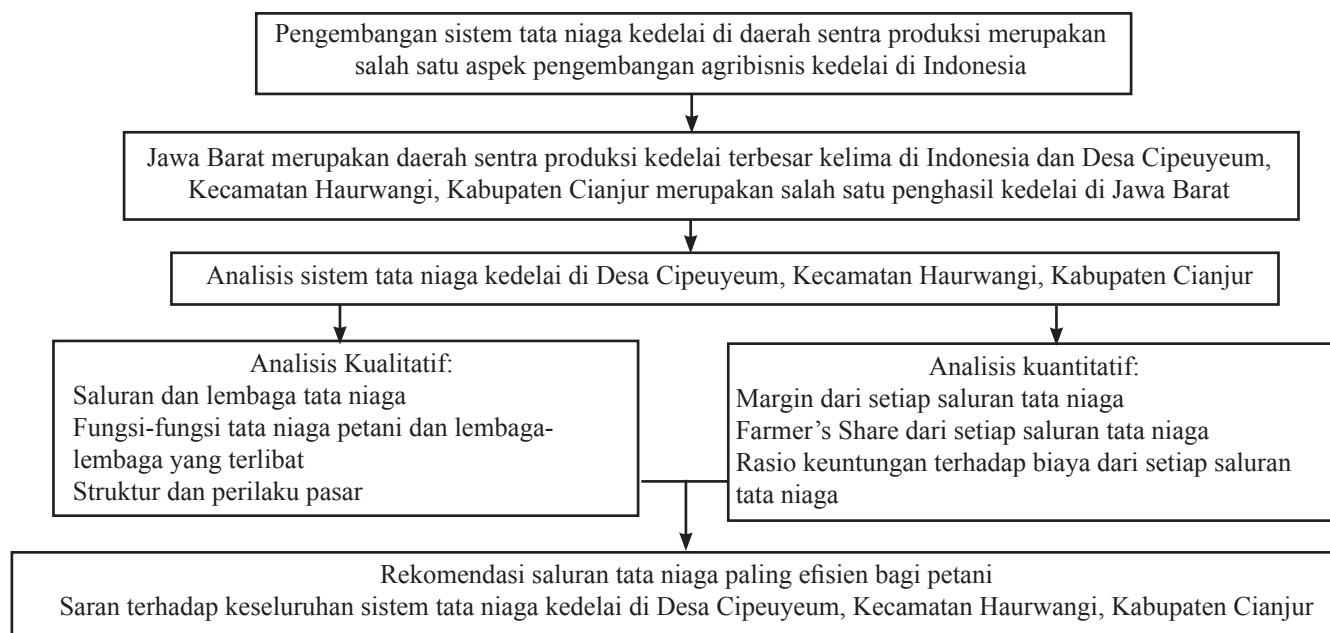
Analisis Struktur Pasar

Penentuan struktur pasar dilakukan berdasarkan jumlah penjual dan pembeli, sifat atau karakteristik (heterogenitas) produk, serta kemudahan untuk keluar dan masuk ke dalam pasar. Pada tingkat petani, pedagang pengumpul kecil dan pedagang pengecer, jumlah penjual dan pembeli tergolong banyak dengan kemampuan masuk atau keluar dari pasar yang tergolong mudah. Adapun kedelai yang diperdagangkan cenderung tidak samajika dilihat dari varietas dan bentuk (terkait sistem penjualan) kedelai yang dijual pada tingkat petani.

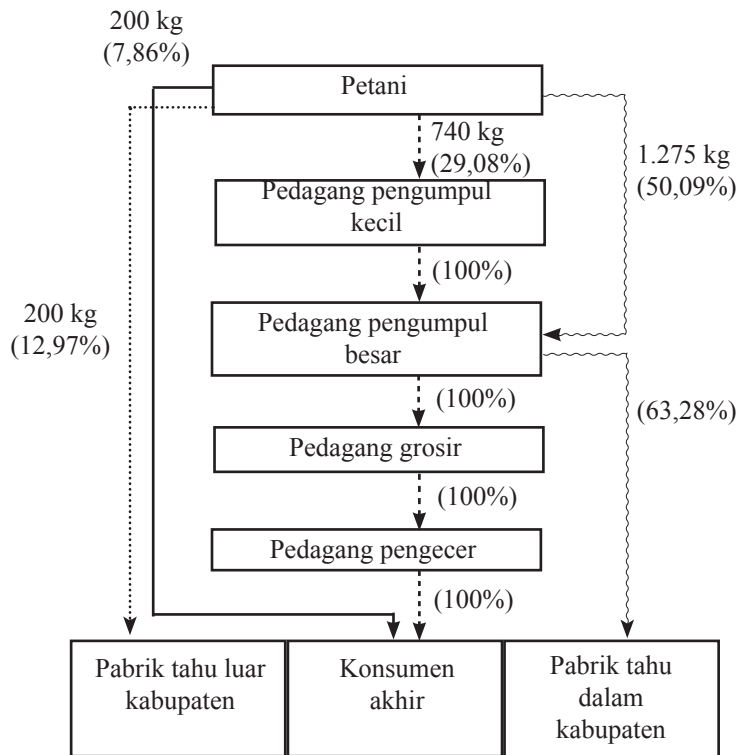
Ketiga lembaga lainnya menghadapi karakteristik pasar yang hampir serupa. Jumlah penjual tergolong sedikit, sedangkan jumlah pembeli tergolong banyak. Kemudahan masuk dan keluar pasar tergolong sulit dengan jenis produk yang cenderung homogen, kecuali pada pedagang pengumpul besar yang menjual kedelai tidak hanya dalam bentuk bijian, tetapi juga hijauan. Hasil berbagai karakteristik tersebut struktur pasar yang dihadapi petani dan lembaga tata niaga pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Analisis Perilaku pasar

Penelitian ini menganalisis perilaku pasar berdasarkan tiga indikator, yaitu sebagai berikut. **Pertama**, sistem penjualan dan pembelian. Petani melakukan penjualan dengan sistem borong atau tidak dengan sistem borong (kedelai sudah berbentuk bijian). Sebanyak 55,33% petani menjual tidak dengan sistem borong. Penjualan di tingkat lembaga-lembaga tata niaga pada umumnya terjadi karena hubungan langganan. **Kedua**, sistem penentuan harga dan pembayaran. Keputusan mengenai harga ditentukan oleh lembaga tata niaga yang lebih tinggi, seperti pedagang grosir dan pedagang pengecer. Hal ini dikarenakan merupakan pihak yang lebih mengetahui perkembangan harga di pasar. Rata-rata sistem pembayaran yang dilakukan adalah pembayaran tunai di muka. **Ketiga**, kerja sama antar lembaga. Secara umum, kerja sama yang terjadi adalah pembelian dan penjualan berdasarkan ikatan langganan. Selain itu, sering terjadi pertukaran informasi antar individu di dalam suatu lembaga yang sama, seperti yang terjadi antar sesama petani atau pedagang pengumpul.



Gambar 1. Kerangka pemikiran penelitian

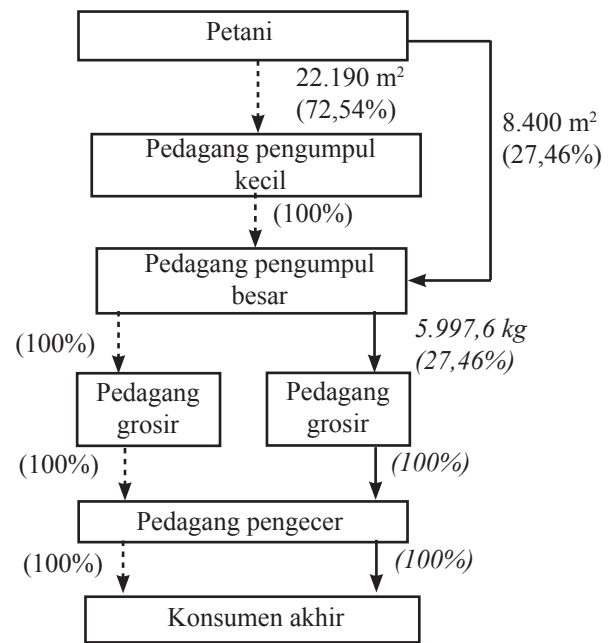


Keterangan:
 → : saluran tata niaga 1a
 → : saluran tata niaga 1b
 ~~~~~ → : saluran tata niaga 2  
 - - - - → : saluran tata niaga 3a

Gambar 2. Skema aliran kedelai yang dijual oleh petani tidak dengan sistem borong

### Analisis Margin Tata niaga

. Hasil analisis margin di setiap saluran, total margin dari yang terkecil hingga terbesar untuk kedelai yang dijual oleh petani tidak dengan sistem borong (sudah dalam bentuk bijian) secara berturut-turut adalah saluran 1 (1a dan 1b) dengan total margin masing-masing Rp0,00, saluran 2 dengan total margin Rp917, dan saluran 3a dengan total margin Rp2.571. Sementara itu, tidak dapat dilakukan perbandingan dengan saluran 3b dan saluran 4 karena perbedaan sistem penjualan di tingkat petani. Saluran 3b dan saluran 4 tidak dapat dibandingkan satu sama lain karena perbedaan bentuk kedelai ketika sampai ke tangan konsumen akhir. Meskipun memiliki nilai margin terkecil atau dapat dikatakan tidak memiliki margin, saluran 1 (1a dan 1b) memiliki hambatan masuk berupa akses kepada pembeli. Perhitungan analisis margin tata niaga kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur dapat dilihat pada Tabel 4



Keterangan:  
 ..... → : saluran tata niaga 3b  
 → : saluran tata niaga 4

- Angka yang dicetak biasa menunjukkan kedelai borongan dengan satuan luas lahan (m<sup>2</sup>)
- Angka yang dicetak tebal menunjukkan kedelai dalam bentuk bijian
- Angka yang dicetak miring menunjukkan kedelai dalam bentuk hijauan

Gambar 3. Skema aliran kedelai yang dijual petani dengan sistem borong

Petani pada saluran 1 dapat menjual langsung kedelai kepada pengolah (pabrik tahu) karena memiliki hubungan kekerabatan. Adapun petani yang dapat menjual langsung barangnya kepada konsumen akhir dikarenakan profesinya sebagai pedagang pengecer. Hasil analisis hambatan tersebut maka saluran 1 tidak tepat dikatakan sebagai saluran terefisien apabila dilihat dari analisis margin.

### Analisis Farmer's Share

Sama seperti analisis margin tata niaga, saluran 1 memiliki nilai *farmer's share* terbesar, tetapi hambatan yang ada pada saluran 1 perlu dipertimbangkan dalam penentuan saluran yang memberikan *share* terbesar bagi petani. Selain itu, saluran 2 juga memberikan *farmer's share* terbesar untuk kedelai yang dijual petani dalam bentuk bijian. Nilai tersebut memiliki interpretasi bahwa dari harga jual yang dibayarkan konsumen akhir, petani mendapatkan bagian sebesar 85,89%. Nilai ini tergolong besar jika dibandingkan dengan komoditas pangan lainnya, seperti ubi jalar dan beras. Nilai *farmer's share* setiap saluran dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 2. Fungsi dan aktivitas petani dan lembaga-lembaga tata niaga kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur

| Lembaga tata niaga       | Fungsi tata niaga | Aktivitas                                                                                                    |
|--------------------------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Petani                   | Pertukaran        | Penjualan                                                                                                    |
|                          | Fisik             | Pengolahan (perontokkan), pengemasan, dan pengangkutan                                                       |
| Pedagang pengumpul kecil | Pertukaran        | Pembelian dan penjualan                                                                                      |
|                          | Fisik             | Pengolahan (perontokkan), pengemasan, dan pengangkutan                                                       |
|                          | Fasilitas         | Penanggungungan risiko, keuangan (modal beli), dan intelijensi pasar (komunikasi)                            |
| Pedagang pengumpul besar | Pertukaran        | Pembelian dan penjualan                                                                                      |
|                          | Fisik             | Pengolahan (prontokkan), pengemasan, dan pengangkutan                                                        |
|                          | Fasilitas         | Keuangan (modal beli), penanggungungan risiko, intelijensi pasar (komunikasi), dan standardisasi             |
| Pedagang grosir          | Pertukaran        | Pembelian dan penjualan                                                                                      |
|                          | Fisik             | Penyimpanan                                                                                                  |
|                          | Fasilitas         | Keuangan (modal beli), penanggungungan risiko, intelijensi pasar (komunikasi dan promosi), dan standardisasi |
| Agen                     | Pertukaran        | Pembelian, pengumpulan, dan penjualan                                                                        |
| Pedagang pengecer        | Pertukaran        | Pembelian dan penjualan                                                                                      |
|                          | Fisik             | Pengangkutan dan penyimpanan                                                                                 |
|                          | Fasilitas         | Keuangan (modal beli), penanggungungan risiko, intelijensi pasar (komunikasi dan promosi)                    |

Tabel 3. Struktur pasar di tingkat petani dan lembaga tata niaga kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur

| Lembaga tata niaga       | Struktur pasar                      |
|--------------------------|-------------------------------------|
| Petani                   | Mendekati pasar persaingan sempurna |
| Pedagang pengumpul kecil | Mendekati pasar persaingan sempurna |
| Pedagang pengumpul besar | Oligopoli terdeferensiasi           |
| Pedagang grosir          | Oligopoli                           |
| Agen                     | Oligopoli                           |
| Pedagang pengecer        | Mendekati pasar persaingan sempurna |

Apabila membandingkan *share* antara petani yang menjual kedelai dengan sistem borong dan tidak dengan sistem borong dapat dilihat pada saluran 3a dan 3b. Hal ini menunjukkan bahwa kedelai yang dipasarkan melewati jumlah dan jenis lembaga tata niaga yang sama dan sampai ke tangan konsumen akhir, sama-sama dalam bentuk bijian. Perbedaan kedua saluran tersebut terdapat pada sistem penjualan yang dilakukan petani. Nilai *farmer's share* saluran 3a dan 3b memperlihatkan bahwa petani yang menjual dengan sistem borong mendapatkan *share* yang lebih rendah.

#### Analisis Rasio Keuntungan Terhadap Biaya

Keseluruhan nilai rasio keuntungan terhadap biaya ( $\pi/c$ ) dapat dilihat pada Tabel 6. Analisis ini tidak dapat

dilakukan pada saluran 1 karena hanya terdiri atas petani dan konsumen akhir. Biaya yang dikeluarkan petani tidak diperhitungkan karena petani merupakan gerbang (*farmer's gate*) dari analisis sistem tata niaga yang dilakukan dalam penelitian ini.

Dengan membandingkan saluran-saluran berdasarkan sistem penjualannya, nilai  $\pi/c$  terbesar untuk kedelai tidak dengan sistem borong adalah saluran 3, yaitu sebesar 7,86. Artinya, setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp7,86. Sementara itu, nilai  $\pi/c$  terbesar untuk kedelai dengan sistem borong adalah saluran 3b, tetapi perbandingan antara saluran 3b dan saluran 4 mejadi kurang seimbang karena perbedaan bentuk kedelai yang diterima oleh konsumen akhir.

Tabel 4. Analisis margin tata niaga kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur

| Uraian                          | Saluran 1a    |      | Saluran 1b    |      | Saluran 2     |          | Saluran 3a    |          | Saluran 3b    |       | Saluran 4                    |       |
|---------------------------------|---------------|------|---------------|------|---------------|----------|---------------|----------|---------------|-------|------------------------------|-------|
|                                 | Harga (Rp/kg) | (%)  | Harga (Rp/kg) | (%)  | Harga (Rp/kg) | (%)      | Harga (Rp/kg) | (%)      | Harga (Rp/kg) | (%)   | Harga (Rp kg <sup>-1</sup> ) | (%)   |
| <b>Petani</b>                   |               |      |               |      |               |          |               |          |               |       |                              |       |
| Harga jual                      | 8.000         | 100  | 6.667         | 100  | 5.583         | 85,9     | 5.429         | 67,86    | 3.968         | 4,61  | 250                          | 12,51 |
| <b>Pedagang pengumpul kecil</b> |               |      |               |      |               |          |               |          |               |       |                              |       |
| Harga beli                      |               |      |               |      |               |          | 5.429         | 67,86    | 3.968         | 49,61 |                              |       |
| Biaya tata niaga                |               |      |               |      |               |          | 67,92         | 0,85     | 1.740,56      | 21,76 |                              |       |
| Keuntungan                      |               |      |               |      |               |          | 203,51        | 2,54     | 66            | 0,82  |                              |       |
| Harga jual                      |               |      |               |      |               |          | 5,7           | 71,25    | 5.775         | 72,19 |                              |       |
| Margin tata niaga               |               |      |               |      |               |          | 271           | 3,39     | 1.807         | 22,58 |                              |       |
| <b>Pedagang pengumpul besar</b> |               |      |               |      |               |          |               |          |               |       |                              |       |
| Harga beli                      |               |      |               |      | 5.583         | 85,9     | 5.700         | 71,25    | 5.775         | 72,19 | 250                          | 12,51 |
| Biaya tata niaga                |               |      |               |      | 113,75        | 1,75     | 164,17        | 2,05     | 164,17        | 2,05  | 420,07                       | 21,00 |
| Keuntungan                      |               |      |               |      | 802,92        | 12,35    | 735,83        | 9,20     | 660,83        | 8,26  | 329,83                       | 16,49 |
| Harga jual                      |               |      |               |      | 6.500         | 100      | 6.600         | 82,50    | 6.600         | 82,50 | 1.000                        | 50,00 |
| Margin tata niaga               |               |      |               |      | 917           | 14,11    | 900           | 11,25    | 825           | 10,31 | 750                          | 37,49 |
| <b>Pedagang grosir</b>          |               |      |               |      |               |          |               |          |               |       |                              |       |
| Harga beli                      |               |      |               |      |               | 6.600    | 82,50         | 6.600    | 8,250         |       |                              |       |
| Biaya tata niaga                |               |      |               |      |               | 0        | 0             | 0        | 4,16          |       |                              |       |
| Keuntungan                      |               |      |               |      |               | 333      | 4,16          | 333      | 4,16          |       |                              |       |
| Harga jual                      |               |      |               |      |               | 6.933    | 86,66         | 6.933    | 86,66         |       |                              |       |
| Marjin tata niaga               |               |      |               |      |               | 333      | 4,16          | 333      | 4,16          |       |                              |       |
| <b>Agen</b>                     |               |      |               |      |               |          |               |          |               |       |                              |       |
| Harga beli                      |               |      |               |      |               | 6.933    | 86,66         | 6.933    | 86,66         | 1.200 | 60                           |       |
| Biaya tata niaga                |               |      |               |      |               | 58,05    | 0,73          | 58,05    | 0,73          | 200   | 10                           |       |
| Keuntungan                      |               |      |               |      |               | 1.008,95 | 12,61         | 1.008,95 | 12,61         | 600   | 30                           |       |
| Harga jual                      |               |      |               |      |               | 8.000    | 100           | 8.000    | 100           | 2.000 | 100                          |       |
| Marjin tata niaga               |               |      |               |      |               | 1.067    | 13,34         | 1.067    | 13,34         | 800   | 40                           |       |
| <b>Pedagang pengecer</b>        |               |      |               |      |               |          |               |          |               |       |                              |       |
| Harga beli                      |               |      |               |      |               |          |               |          |               |       |                              |       |
| Biaya tata niaga                |               |      |               |      |               |          |               |          |               |       |                              |       |
| Keuntungan                      |               |      |               |      |               |          |               |          |               |       |                              |       |
| Harga jual                      |               |      |               |      |               |          |               |          |               |       |                              |       |
| Margin tata niaga               |               |      |               |      |               |          |               |          |               |       |                              |       |
| Total biaya (Rp/kg)             | 0.000         | 0,00 | 0.000         | 0,00 | 113,75        | 1,75     | 290,14        | 3,63     | 1.962,78      | 24,53 | 420,07                       | 31    |
| Total keuntungan (Rp/kg)        | -             |      | -             |      | 802,92        | 12,35    | 2.281,29      | 28,52    | 2.068,78      | 25,86 | 1.129,83                     | 56,49 |
| Total margin (Rp/kg)            | 0.000         | 0,00 | 0.000         | 0,00 | 917,00        | 14,11    | 2.571         | 32,14    | 4.032         | 50,40 | 1.750                        | 87,50 |

Tabel 5. Nilai *farmer's share* tata niaga kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur

| Saluran tata niaga | Harga di tingkat petani (Rp/kg) | Harga di tingkat konsumen (Rp/kg) | <i>Farmer's share</i> (%) |
|--------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------|
| 1a                 | 8.000                           | 8.000                             | 100,00                    |
| 1b                 | 6.667                           | 6.667                             | 100,00                    |
| 2                  | 5.583                           | 6.500                             | 85,89                     |
| 3a                 | 5.429                           | 8.000                             | 67,86                     |
| 3b                 | 3.968                           | 8.000                             | 49,60                     |
| 4                  | 250                             | 2.000                             | 12,50                     |



Tabel 6 Nilai rasio keuntungan terhadap biaya tata niaga kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur

| Saluran pemasaran | Total keuntungan (Rp/kg) | Total biaya tata niaga (Rp/kg) | Rasio keuntungan terhadap biaya |
|-------------------|--------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| 1a                |                          |                                |                                 |
| 1b                |                          |                                |                                 |
| 2                 | 802,92                   | 113,75                         | 7,06                            |
| 3a                | 2.281,30                 | 290,13                         | 7,86                            |
| 3b                | 2.068,78                 | 1.962,78                       | 1,05                            |
| 4                 | 1.129,83                 | 620,07                         | 1,82                            |

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Terdapat empat saluran yang terdiri atas lima lembaga tata niaga kedelai di Desa Cipeuyeum, Kecamatan Haurwangi, Kabupaten Cianjur, yaitu pedagang pengumpul (besar dan kecil), pedagang grosir, agen, pedagang pengecer, dan pabrikan. Hasil pedekatan fungsi dan kelembagaan, sistem tata niaga yang tercipta kurang efisien karena adanya lembaga dengan aktivitas dan fungsi yang sama serta kedelai tidak mengalir menuju lembaga dengan fungsi dan aktivitas semakin tinggi. Sistem tata niaga menjadi kurang efisien berdasarkan analisis struktur pasar yang menunjukkan bahwa tidak semua pihak yang terlibat memiliki struktur pasar mendekati persaingan sempurna.

Nilai margin terkecil dan *farmer's share* terbesar untuk penjualan kedelai tidak dengan sistem borong diperoleh pada saluran 1, tetapi memiliki hambatan masuk berupa akses terhadap pembeli yang sulit untuk dimiliki petani. Dengan demikian, saluran tata niaga cenderung paling efisien adalah saluran 2 dengan nilai margin yang relatif kecil dan nilai *farmer's share* yang relatif besar. Nilai rasio keuntungan terhadap biaya pada saluran 2 juga memperlihatkan nilai yang relatif besar, yaitu 7,06.

### Saran

Petani sebaiknya melakukan penjualan kedelai tidak dengan sistem borong dan langsung kepada pedagang pengumpul besar tanpa melalui pedagang pengumpul kecil karena akan menambah *share* petani tersebut. Selain itu, penjualan sebaiknya dilakukan secara berkelompok. Pemerintah Kabupaten Cianjur, melalui Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Haurwangi atau Penyuluh Pertanian Lapangan Desa Cipeuyeum secara khusus, dapat berperan dengan memperkenalkan keberadaan dan fungsi pedagang pengumpul besar. Hal

ini mengingat beberapa petani yang tidak mengetahui keberadaan pedagang pengumpul besar tersebut. Perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai analisis nilai tambah kedelai dengan pertimbangan bahwa kedelai merupakan komoditas yang pada umumnya dikonsumsi dalam bentuk produk turunan. Hal tersebut akan melengkapi hasil dari penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama P. 2011. Analisis tata niaga beras di Desa Kenduren, Kecamatan Wendung, Kabupaten Demak [skripsi]. Bogor: Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Ahmady M, Sumarwan U, Suharjo B, Maulana A. 2012. Key success value in relationship marketing of agriculture products. *Jurnal Manajemen & Agribisnis* 9(1):59–76.
- Asmarantaka R. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor: Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Dahl D C, Hammond JW, editor. 1977. *Market and Price Analysis*. USA: McGraw-Hill.
- [Deptan] Departemen Pertanian. 2012. Pedoman umum SLPTT 2012. <http://tanamanpangan.deptan.go.id> [Januari 2013].
- [Deptan] Departemen Pertanian. 2012. Luas panen, produksi, dan produktivitas kedelai. <http://www.deptan.go.id/infoeksekutif/tan> [Februari 2013].
- Harsono A. 2008. Strategi pencapaian swasembada kedelai. <http://digilib.litbang.deptan.go.id/repository> [Februari 2013].
- Kohls RL, Uhl JN, editor. 2002. *Marketing of agricultural Products*. New Jersey: Prentice-Hall
- Kotler P. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga. Terjemahan dari: *Marketing Management*. Second Edition.

- Purba S. 2010. Analisis tata niaga ubi jalar (studi kasus: Desa Gunung Malang Kecamatan Tenjolaya, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat) [skripsi]. Bogor: Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Saragih B. 2000. Agribisnis sebagai landasan pembangunan ekonomi Indonesia dalam era milenium baru. *Jurnal Studi Pembangunan, Masyarakat dan Lingkungan* 2(1):1-9.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sumarno, Suyanto, Widjono A, Hermanto, Kasim H. 2007. *Kedelai, Teknik Produksi dan Pengembangan*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan.