
**ANALISIS SALURAN TATANIAGA DAN MARGIN TATANIAGA KELAPA
DI KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR**

Siti Abir Wulandari^{1*}, Rogayah^{2*}

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Batanghari

²Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Batanghari

Jl. Slamet Riyadi-Broni, Jambi. 36122. Telp. +6274160103

*email korespondensi : Abir_wulandari@yahoo.com

Abstract

This research was conducted in “Tanjung Jabung Timur” Regency, Jambi Province. Jambi Province produce coconut with a total production as 105. 255 tonnes and gave average productivity as 0.9 tonnes/ha in the total land area of 120. 254 ha. “Tanjung Jabung Timur” Regency had coconut production as 50.254 tons with an average productivity of 0.85 tons /ha. The low coconuts price at the farmer level became the main barrier in the marketing sector. The farmers did not have any power to determine the selling price. The research purpose was to determine the channel and margin marketing and its marketing efficiency of the coconut both in marketing agent and among different marketing channel. Snowball sampling method was used in this study. This research was conducted by survey method and descriptive analysis (both qualitative and quantitative). The marketing margin was known by noting the coconut price along the channel since the farmer to the end site of marketing system. The result showed that there are two different kind of channels. The marketing margin of the first channel was RHp. 600,-/unit and the second channel margin gave Rp. 1.931/unit. The first channel showed more efficient than the second one, because it had the lower margin.

Keywords: *marketing channel, marketing margin, marketing agent.*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Propinsi Jambi, Propinsi Jambi menghasilkan kelapa dengan total produksi sebesar 105.255 ton dan produktivitas rata-rata sebesar 0.9 ton/ha dari 120.254 ha luas areal. Kabupaten Tanjung Jabung Timur menghasilkan 50.254 Ton kelapa dengan produktivitas rata-rata sebesar 0.85 Ton/ha. Rendahnya harga kelapa butiran di tingkat petani menjadi kendala utama di bidang tataniaga. Petani tidak memiliki kekuatan dalam menentukan harga jual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran tataniaga dan Marjin tataniaga serta efisiensi saluran tataniaga kelapa baik di tingkat pedagang perantara maupun di saluran tataniaga yang berbeda. Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Snowball Sampling*. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dan dianalisis secara deskriptif (baik kualitatif maupun kuantitatif). Untuk melihat margin tataniaga digunakan pencatatan harganya sepanjang saluran sejak produsen sampai konsumen akhir dalam sistem pemasaran. Hasil dari penelitian menunjukkan terdapat 2 (dua) saluran tataniaga kelapa yang memberikan nilai marjin tataniaga yang berbeda. Marjin saluran I sebesar Rp. 600,-/btr dan marjin saluran II sebesar Rp. 1.931/btr. Terlihat saluran tataniaga I lebih efisien dari saluran tataniaga II karena memiliki marjin yang lebih kecil

Kata Kunci: saluran tataniaga, margin tataniaga, lembaga tataniaga

PENDAHULUAN

Agribisnis perkebunan memegang peranan penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Sektor ini menyediakan lebih dari 19,5 juta lapangan kerja bagi penduduk Indonesia. Selain itu sektor perkebunan juga menambah devisa Negara secara signifikan. Salah satu produk perkebunan yang telah dikenal lama oleh masyarakat Indonesia adalah tanaman kelapa.

Propinsi Jambi merupakan salah satu penghasil kelapa terbesar dan dari 11 kabupaten/kota yang ada, hanya Kota Jambi saja yang tidak memiliki perkebunan kelapa. Propinsi Jambi menghasilkan kelapa dengan total produksi sebesar 105.255 ton dan produktivitas rata-rata sebesar 0.9 ton/ha dari 120.254 ha luas areal (Disbun Provinsi Jambi, 2015).

Kabupaten Tanjung Jabung Timur merupakan daerah yang memiliki areal tanam kelapa terbesar di Propinsi Jambi di atas Kabupaten Tanjung Jabung Barat, namun produktivitasnya berada di bawah Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Data produksi kelapa di Kabupaten Tanjung Jabung Timur sebesar 50.254 Ton dengan produktivitas rata-rata sebesar 0.85 Ton/ha dimana Kecamatan Mendahara merupakan daerah penghasil produksi kelapa tertinggi yaitu sebesar 17.812 Ton/ha, setelah itu diikuti oleh Kecamatan Muara Sabak Timur dengan produksi sebesar 9.125 Ton/ha dari 11 kecamatan yang ada di wilayah Kabupaten Tanjung Jabung Timur yang semuanya mengusahakan usahatani kelapa (Disbun Kabupaten Tanjung Jabung Timur, 2015).

Tingginya produktivitas kelapa ini belum mencerminkan sistem tataniaga yang efisien, terutama bila dilihat dari keuntungan yang diterima petani. Tataniaga merupakan salah satu kegiatan yang berada di subsistem hilir. Untuk menilai prestasi kerja proses tataniaga digunakan indikator efisiensi tataniaga, margin tataniaga dan *farmer's share*. Hal ini didukung oleh Mubyarto (1985) yang menyatakan bahwa ada dua persyaratan yang harus di penuhi untuk mendapatkan tataniaga yang lebih efisien yaitu : a) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, dan b) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan tataniaga barang itu.

Rendahnya harga kelapa yang berbentuk butiran dikarenakan kurangnya informasi pasar menjadi kendala utama dibidang tataniaga. Tingginya produksi yang dihasilkan petani tidaklah berarti jika tidak diiringi dengan biaya yang rendah di tingkat petani, informasi pasar tentang kualitas yang di inginkan oleh pasar, harga kelapa yang berbentuk butiran serta panjang pendeknya jalur tataniaga yang harus dilalui oleh kelapa itu sendiri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran tataniaga dan Margin tataniaga serta efisiensi saluran tataniaga kelapa baik di tingkat pedagang perantara maupun disaluran tataniaga yang berbeda di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Propinsi Jambi.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Propinsi Jambi. Dipilihnya Kabupaten Tanjung Jabung Timur ini dengan pertimbangan bahwa kabupaten ini merupakan kabupaten dengan luas tanam 58.620 ha dan produksi kelapa tertinggi di Propinsi Jambi yaitu sebesar 50.254 ton. (BPS, 2013). Data yang diambil

pada saat penelitian merupakan data *cross section* dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dari pedagang melalui wawancara langsung yang dituntun oleh daftar pertanyaan (Kuisisioner). Sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan hasil penelitian serta dinas instansi terkait. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Multistage Sampling*. Tahap pertama, yaitu penetapan kecamatan sampel. Pemilihan wilayah Kecamatan dilakukan secara *purposive* berdasarkan kecamatan dengan produksi kelapa tertinggi. Kecamatan yang terpilih adalah Kecamatan Mendahara dan Kecamatan Muara Sabak Timur. Tahap kedua pemilihan wilayah desa pada masing-masing kecamatan juga dilakukan secara *Purposive* berdasarkan desa yang memiliki produksi kelapa tertinggi sehingga dari setiap kecamatan diperoleh dua desa yaitu desa Siau Dalam dan Desa Simbur Naik yang mewakili Kecamatan Muara Sabak Timur dan Desa Lagan Ilir serta Kelurahan Mendahara Ilir yang mewakili Kecamatan Mendahara.

Responden dalam penelitian ini adalah pedagang kelapa yang menyalurkan kelapa di daerah penelitian. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *snowball* pada teknik *sampling* ini, sampel yang semula berjumlah kecil kemudian anggota sampel (Responden) dalam hal ini pedagang kelapa dan lembaga tataniaga mengajak para sahabatnya atau menunjukkan orang yang lain yang menurutnya memiliki informasi yang dibutuhkan untuk dijadikan sampel dan seterusnya sehingga jumlah sampel semakin banyak jumlahnya seperti bola salju yang sedang mengelinding semakin jauh semakin besar (Ali M, 2013).

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dan dianalisis secara deskriptif (baik kualitatif maupun kuantitatif) serta untuk melihat margin tataniaga digunakan pencatatan harganya sejak awal (produsen) sampai akhir (konsumen) sistem tataniaga. perhitungan margin tataniaga digunakan rumus:

1. Margin tataniaga untuk saluran tataniaga langsung yang dihitung dalam satuan rupiah per butir.

$$M = Pr - Pf$$

Dimana : M : Margin tataniaga (Rp/btr)
Pr : Harga konsumen (Rp/btr)
Pf : Harga Produsen (Rp/btr)

2. Margin tataniaga pada setiap tingkat kelembagaan

$$AGM = \frac{Ps - Pb}{V}$$

Dimana :
AGM : Margin kotor rata-rata(Rp/btr)
P_s : Nilai Penjualan(Rp)
P_b : Nilai Pembelian(Rp)
V : Volume Kelapa(btr)

3. Margin Total

$M = M_1 + M_2$
M : Margin total (Rp/btr)
M₁ : Margin saluran I (Rp/btr)
M₂ : Margin saluran II (Rp/btr)

4. *Farmer's share*

$$Sm = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

Dimana : Sm : Share marjin /bagian yang diterima petani (%)

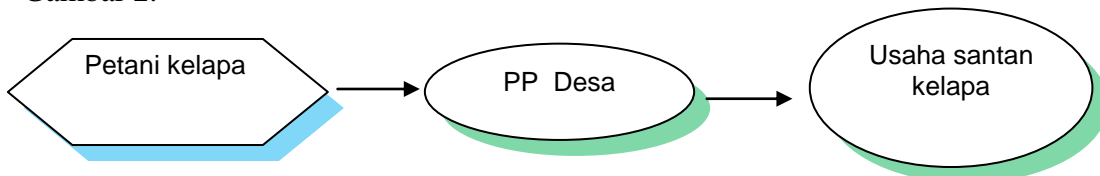
Pr : Harga akhir (Rp/btr)

Pf : Harga awal (Rp/btr)

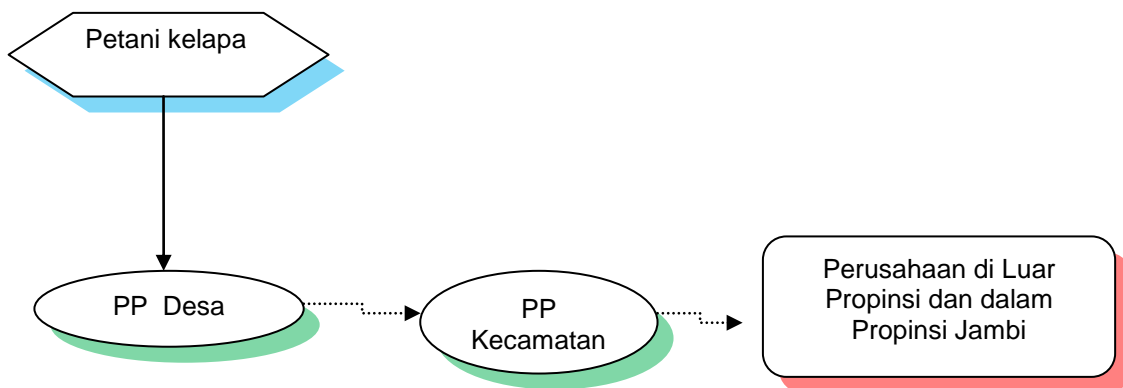
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam sistem agribisnis. Bila mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Oleh karena itu peran lembaga pemasaran yang biasanya terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, broker, eksportir, importir dan yang lainnya menjadi amat penting (Soekartawi, 2003). Saluran tataniaga adalah seperangkat organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses menyediakan produk atau layanan sehingga dapat digunakan atau dikonsumsi. (Kotler F, 2002). Saluran tataniaga atau saluran distribusi (*marketing channels*) adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang sampai ke tangan konsumen atau pemakai industri.

Secara umum terdapat 2 (dua) saluran tataniaga kelapa di Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Saluran I dimulai dari petani yang menjual kelapa ke pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul desa menjual langsung kelapa ke tempat penjualan santan di Kota Jambi tanpa melalui pedagang perantara lain. Saluran II dimulai dari pedagang pengumpul desa yang membeli kelapa dari petani kemudian menjual kembali ke pedagang di tingkat kecamatan yang kemudian menjual kembali ke perusahaan yang berada di luar Propinsi Jambi dengan daerah tujuan antara lain : Lampung, Jakarta, dan Bandung. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Saluran Tataniaga I Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur 2016



Gambar 2. Saluran Tataniaga II Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur 2016

Tabel 1. Marjin Tataniaga Saluran I

No	Harga Produsen (Rp/btr)	Harga Konsumen (Rp/btr)	Marjin (Rp/btr)	Biaya (Rp/btr)	π (Rp/btr)	Nilai Farmer Share (%)
1	1.800	2.400	600	75	525	75

Sumber : Data diolah, 2016.

Berdasarkan hasil pembahasan, untuk saluran I dapat diketahui bahwa harga ditingkat produsen sebesar Rp. 1.800,-/btr, harga jual Rp.2.400,-/btr sehingga diperoleh total perhitungan margin tataniaga pada saluran I sebesar Rp.600,-/btr. Biaya yang dikeluarkan untuk saluran I sebesar Rp. 75,-/btr sehingga diperoleh keuntungan sebesar Rp. 525,-/btr di saluran I (Tabel 1).

Tabel 2. Marjin Tataniaga Saluran II

No	Harga Beli PP (Rp/Btr)	Vol Beli = Vol Jual (Btr/Periode)	Harga Jual (Rp/Btr)	Nilai beli (Rp/Periode)	Nilai jual (Rp/Periode)	Marjin (Rp/Btr)	Biaya Total (Rp/Periode)	Biaya (Rp/Btr)	π (Rp/Btr)
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
A. Tingkat pedagang pengumpul desa									
1	1.800	8.000	2.400	14.400.000	19.200.000	600	300.000	37,50	562,5
2	1.900	12.000	2.400	22.800.000	28.800.000	500	1.200.000	100,00	400,0
3	1.900	8.000	2.700	15.200.000	21.600.000	800	2.000.000	250,00	550,0
4	2.000	24.000	2.800	48.000.000	67.200.000	800	4.500.000	187,50	612,5
5	2.000	18.000	2.800	36.000.000	50.400.000	800	3.200.000	177,78	622,2
6	2.000	16.000	2.800	32.000.000	44.800.000	800	4.800.000	300,00	500,0
7	1.900	12.000	2.700	22.800.000	32.400.000	800	2.400.000	200,00	600,0
8	2.000	10.000	2.800	20.000.000	28.000.000	800	1.200.000	120,00	680,0
9	1.900	10.000	2.400	19.000.000	24.000.000	500	500.000	50,00	450,0
10	2.000	15.000	2.800	30.000.000	42.000.000	800	375.000	25,00	775,0
11	1.800	12.000	2.600	21.600.000	31.200.000	800	2.000.000	166,67	633,3
12	1.800	16.000	2.400	28.800.000	38.400.000	600	800.000	50,00	550,0
13	1.800	4.000	2.700	7.200.000	10.800.000	900	500.000	125,00	775,0
Rata-rata	1.908	12.692	2.638	24.446.154	33.753.846	731	1.828.846	138	593
B. Tingkat pedagang besar									
14	2.500	48.000	4.500	120.000.000	216.000.000	2.000	800.000	16,67	1.983,3
15	2.400	300.000	2.800	720.000.000	840.000.000	400	2.500.000	8,33	391,7
Rata-rata	2.450	174.000	3.650	420.000.000	528.000.000	1.200	1.650.000	13	1.188

Sumber : Data diolah, 2016.

Untuk saluran II, di tingkat pedagang pengumpul desa, harga beli rata-rata kelapa sebesar Rp.1.908,-/btr dan harga jual rata-rata kelapa sebesar Rp. 2.638,-/btr dengan marjin rata-rata sebesar Rp. 731 /btr, Biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 138,-

/btr yang meliputi biaya bongkar muat, biaya transportasi yang dibutuhkan untuk pengiriman kelapa dan rata-rata keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.593,-/btr (Tabel 2) dan dapat dilihat ditingkat pedagang kecamatan harga beli rata-rata kelapa sebesar Rp.2.450,-/btr dan harga jual rata-rata kelapa sebesar Rp. 3.650,-/btr dengan margin rata-rata sebesar Rp.1.200 /btr. Biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 13,-/btr, keuntungan rata-rata yang diperoleh pada tingkat pedagang besar yaitu sebesar Rp. 1.188,-/btr. Margin total tataniaga pada saluran II diperoleh sebesar Rp. 1.931/btr (Rp.731+ Rp.1200) dengan total keuntungan sebesar Rp. 1.781/btr (Rp.593+Rp. 1188).

Dalam proses penyampaian barang dari produsen ke konsumen sudah tentu memerlukan biaya-biaya. Biaya tersebut merupakan biaya yang harus dikeluarkan dalam proses penyampaian barang dari tangan produsen ke tangan konsumen. besarnya biaya pemasaran tergantung dari banyaknya kegiatan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat, serta banyaknya fasilitas -fasilitas yang digunakan dalam proses penyampaian barang dalam saluran pemasaran. Besarnya biaya pemasaran juga akan mempengaruhi terhadap keuntungan lembaga pemasaran yang terlibat (Ridwana, Rusman, Ramdan, 2015).

Adapun biaya yang dikeluarkan untuk saluran I meliputi biaya muat dan biaya transportasi yang dibutuhkan untuk pengiriman kelapa ke tempat usaha santan kelapa, sedangkan biaya yang dikeluarkan untuk saluran II meliputi biaya bongkar muat dan biaya transportasi, sewa kapal (pompong) yang dibutuhkan untuk pengiriman kelapa.

Selanjutnya Jumiati Elly, Darwanto D, Hartono S, dan Masyhuri. (2013). Menyatakan bahwa margin pemasaran sering digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran. Besarnya margin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dapat berbeda, karena tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran

Besarnya bagian harga yang diterima oleh petani dari harga ditingkat konsumen adalah sebesar 75%. Dari uraian mengenai dua saluran tataniaga di atas dapat diketahui bahwa semakin besar margin tataniaga kelapa maka semakin tidak efisien saluran tataniaga tersebut, sebaliknya semakin kecil margin tataniaga kelapa maka akan semakin efisien saluran tataniaga kelapa tersebut. Saluran tataniaga I lebih efisien dari saluran tataniaga II karena memiliki margin yang lebih kecil.

KESIMPULAN

Dari uraian di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Terdapat 2 (dua) saluran Tataniaga kelapa di Kabupaten Tanjung Jabung Timur yaitu : a). Saluran I : Petani – PP Desa – pedagang usaha pengolahan santan. b). Saluran II : Petani – PP Desa – PP Kec – Perusahaan. Margin tataniaga pada saluran I sebesar Rp.600,-/btr dan Margin total tataniaga pada saluran II diperoleh sebesar Rp. 1.931/btr. Saluran tataniaga I lebih efisien dari saluran tataniaga II karena memiliki margin yang lebih kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Muhammad. 2013. Statistik untuk Penelitian Pendidikan. Prama Publishing. Yogyakarta.
Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi. Jambi Dalam angka 2013. Jambi.

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Tanjung Jabung Timur Dalam angka 2013. Tanjung Jabung Timur.
- Dinas Perkebunan Kabupaten Tanjung Jabung Timur. 2013. Luas Produksi dan Produktivitas Tanaman Kelapa. Sinkronisasi dan Validasi Statistik Perkebunan angka Tetap 2013, Tanjung Jabung Timur.
- Dinas Perkebunan Provinsi Jambi. 2013. Jambi Dalam Angka 2013. Dinas Perkebunan. Provinsi Jambi.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Penerjemah : Hendra Teguh, Roni, A Rusli dan Benyamin Molan. Ed. 10. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Jumiati Elly, Darwanto D, Hartono S, dan Masyhuri. 2013. Analisis Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Kelapa Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. Jurnal AGRIFOR Volume XII Nomor 1, Maret 2013. ISSN : 1412 – 6885.
- Mubyarto, 1985. Pengantar Ekonomi Pertanian. Penerbit LP3ES. Jakarta.
- Soekartawi. 2003. Agribisnis, Teori dan Aplikasinya. PT Raya Grafindo Persada. Jakarta.
- Ridwana, Yus Rusman, Mochammad Ramdan. 2015. Analisis Saluran Pemasaran Kelapa (Cocos Nucifera L) (Suatu Kasus di Desa Ciakar Kecamatan Cijulang Kabupaten Pangandaran). Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH Volume 1 Nomor 3, Mei 2015. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfoGaluh/article/view/138/127> diunduh tanggal 18 Oktober 2017.
- <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfoGaluh/article/view/138/127> diunduh tanggal 18 Oktober 2017.
- Wulandari, SA. 2013. Analisis Tataniaga dan Marjin Tataniaga Kelapa Di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Volume 15 nomor 3 tahun 2015.