

ANALISIS EFISIENSI TATANIAGA SAYURAN DAUN DI PASAR TRADISIONAL

Wafi Riyaddotul Huda¹, Himmatul Miftah¹, Arti Yusdiarti¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Djuanda Bogor
Jalan Tol Ciawi No. 1 Kotak Pos 35 Bogor 16720

Abstrak

Sayuran dapat berupa tanaman atau bagian tanaman yang dikonsumsi segar maupun matang sebagai bagian dari susunan menu makanan. Jenis sayuran sangat beragam ada yang berupa umbi, buah, bunga atau daun. Sayuran daun merupakan jenis yang paling banyak dikonsumsi. 97,29 % penduduk Indonesia mengkonsumsi sayuran, jenis sayuran yang dikonsumsi penduduk Indonesia adalah sayuran daun seperti kangkung, sawi putih dan caisim. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis efisiensi saluran tataniaga dan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap pelaku pemasaran di Pasar Tradisional Kota Bogor dengan menggunakan margin tataniaga, *farmer share*, rasio keuntungan dan biaya R/C. Penelitian ini dilakukan pada pelaku saluran tataniaga yang ada di Pasar Tradisional Kota Bogor. Jumlah responden dalam penelitian sebanyak 15 responden petani dan 42 responden pedagang dari kedua pasar. Analisis data menggunakan metode *purposive* untuk pedagang lapak dan *snowball sampling* dari pedagang pengecer sampai petani. Adapun hasil penelitian ini terdapat empat saluran tataniaga sayuran daun di Pasar Tradisional Kota Bogor dengan tingkat efisiensi tataniaga dari ketiga sayuran yang dinilai paling efisien adalah saluran IV pada sayuran kangkung, saluran II pada sawi putih dan saluran IV pada caisim dengan masing masing memiliki hasil margin sebesar 3500, 800, 700 dan *farmer's share* tertinggi 82,93 %, 81,40 % dan 59,52 %. Dengan demikian perlu dilakukan lagi analisis terkait strategi pengembangan komoditas sayuran kangkung, sawi putih dan caisim di Pasar Tradisional terkait kegiatan pemasaran.

Kata kunci : Saluran Tataniaga, Margin dan Fungsi Tataniaga, *Farmer's share*, Pasar Tradisional.

Abstract

Vegetables can be in the form of plants or parts of plants that are consumed fresh or ripe as part of the diet. There are very diverse types of vegetables in the form of tubers, fruit, flowers or leaves. Leaf vegetables are the type most consumed. 97.29% of the Indonesian population consumes vegetables, the types of vegetables consumed by the Indonesian population are leaf vegetables such as kale, chicory and caisim. The purpose of this research is to analyze the efficiency of trading channels and marketing functions carried out by each marketing actor in the Bogor City Traditional Market by using trading margin, farmer share, profit ratio and R / C cost. This research was conducted on the trading channel actors in the Traditional Market in Bogor City. The number of respondents in the study were 15 farmer respondents and 42 merchant respondents from both markets. The data analysis used purposive method for lapak traders and snowball sampling from retailers to farmers. The results of this study were four leaf vegetable trading channels in the Traditional Market of Bogor City with the efficiency level of the three vegetables considered to be the most efficient, namely channel IV on kale vegetables, channel II on chicory and channel IV on caisim, with each having a margin of yield of 3500, 800, 700 and the highest farmer's share was 82.93%, 81.40% and 59.52%. Thus it is necessary to do more analysis related to the strategy of developing vegetable commodities of kale, chicory and caisim in traditional markets related to marketing activities.

Keywords: Business Channels, Margins and Business Functions, Farmer's share, Traditional Markets

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sayuran adalah makanan yang banyak mengandung manfaat bagi kesehatan tubuh

manusia. Sayuran dapat berupa tanaman atau bagian tanaman yang dikonsumsi segar maupun matang sebagai bagian dari susunan menu makanan. Jenis sayuran sangat beragam ada yang berupa umbi, buah, bunga atau daun. Sayuran daun merupakan jenis yang paling banyak dikonsumsi.

Hampir seluruh penduduk yang berada di Indonesia mengonsumsi sayuran dilihat dari persentasenya sebesar 97,29 persen penduduk Indonesia mengonsumsi sayuran, jenis sayuran yang sering dikonsumsi oleh Penduduk Indonesia adalah sayuran daun seperti kangkung, sawi, dan caisim (Dirjen Hortikultura, 2015).

Peningkatan konsumsi terhadap sayuran diakibatkan oleh naiknya permintaan komoditas sayuran secara terus menerus, seiring banyaknya jumlah penduduk Indonesia terutama di Kota-kota besar seperti Kota Bogor. Kota Bogor merupakan salah satu kota dengan jumlah penduduk yang cukup banyak dibandingkan dengan kota-kota lain yang ada di Jawa Barat. Pada tahun 2015 terdapat 1.047.922 jiwa dibandingkan pada tahun 2014 meningkat sebanyak 17.202 orang. Maka dari itu laju pertumbuhan penduduk yang ada di Kota Bogor dari tahun 2014-2015 sebesar 1,67 persen (BPS, 2016).

Sawi hijau (caisim) termasuk jenis sayuran daun yang mempunyai nilai ekonomi tinggi di Indonesia maupun beberapa negara di dunia. Pengembangan budidaya sawi hijau mempunyai prospek baik untuk mendukung upaya peningkatan pendapatan petani, peningkatan gizi masyarakat, perluasan kesempatan kerja, pengembangan agribisnis, peningkatan pendapatan negara melalui pengurangan impor dan memacu laju pertumbuhan ekspor (Rukmana, 1994).

Tanaman kangkung tergolong jenis sayuran yang sangat populer dalam masyarakat. Tanaman ini berasal dari India yang kemudian menyebar ke Malaysia,

Birma, Indonesia, Cina Selatan, Australia dan bagian negara Afrika. Kangkung dapat ditanam di dataran rendah dan dataran tinggi. Kangkung yang dikenal dengan nama latin (*Ipomoea aquatica*) terdiri dari 2 (dua) varietas, yaitu Kangkung darat (*Ipomoea reptans*) dan kangkung air (*Ipomoea aquatica*). Perbedaan utama dua jenis kangkung ini adalah pada bentuk daun dan warna bunga. Kangkung darat berwarna hijau terang dengan ujung daun yang runcing. Warna bunga kangkung darat putih. Sedangkan kangkung air daunnya berwarna hijau agak gelap dengan ujung yang membulat atau lebih tumpul sehingga terlihat lebih lebar (Haryoto, 2009).

Tanaman sawi merupakan jenis sayuran yang diminati oleh semua golongan masyarakat. Permintaan terhadap tanaman sawi selalu meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan kesadaran kebutuhan gizi. Produksi hasil sawi belum mencukupi kebutuhan dan permintaan masyarakat karena areal pertanaman semakin sempit dan produktivitas tanaman sawi masih relatif rendah.

Sayuran daun memiliki manfaat yang sangat banyak, seperti untuk kesehatan tubuh, merupakan sumber serat pangan yang begitu baik untuk kesehatan tanpa serat sayuran yang cukup tubuh manusia akan mengalami kerusakan dari gangguan pencernaan, kulit, hingga peredaran darah. Sayuran merupakan menu yang hampir selalu terdapat dalam hidangan sehari-hari masyarakat Indonesia, baik dalam keadaan mentah (lalapan segar) atau setelah diolah menjadi berbagai macam bentuk masakan.

Sayur-sayuran ini banyak dijual di pasar-pasar tradisional dan pasar modern. Pasar Tradisional di Kota Bogor merupakan salah satu pasar yang menjual berbagai sayuran daun yang berada di wilayah Bogor Raya, salah satu sayuran yang terdapat di Pasar Tradisional yaitu sayuran daun seperti

Kangkung, Caisim, Sawi Putih dan karena sayuran daun merupakan sayuran yang diminati dan mudah rusak, oleh karena itu sayuran daun menjadi salah satu peluang untuk mengetahui segi efisiensi saluran tataniaga yang ada di petani maupun di pasar tradisional yang belum efisien sehingga perlu adanya kegiatan penelitian tentang saluran pemasaran. Kebutuhan akan ke tiga produk sayuran ini sering dijumpai di pasar-pasar tradisional Kota Bogor. Adanya pasar tradisional di Kota Bogor sangat membantu untuk memenuhi kebutuhan pangan akan sayur-sayuran, karena pasar tradisional menjual cukup banyak berbagai sayuran dan di pasar tradisional juga jarang sekali kekurangan stok produk sayuran seperti sawi putih, kangkung, dan caisim.

Efisiensi tataniaga sayuran daun dipengaruhi oleh beberapa faktor, karena panjang pendeknya rantai tataniaga ke tiga sayuran juga menjadi indikator tingkat efisiensi tataniaga sayuran daun, karena peningkatan konsumsi pada sayuran ini semakin kompleks rantai tataniaga dari ketiga sayuran daun ini, maka harga sayuran daun akan semakin tinggi.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Menganalisis saluran tataniaga produk sayuran daun dari produsen ke konsumen, menganalisis fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap pelaku pemasaran di Pasar Tradisional Kota Bogor, dan menganalisis efisiensi tataniaga dengan menggunakan margin tataniaga, *farmer's share*, rasio keuntungan dan biaya R/C.

Ruang lingkup sebagai batasan dalam materi yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu: Penelitian ini mencakup dari berbagai aspek yang dinilai sangat penting untuk diteliti sesuai dengan tujuan penelitian, untuk mengetahui kondisi efisiensi tataniaga komoditas sayuran di Pasar Tradisional Kota Bogor dengan pengukuran kinerja tataniaga sayuran yaitu

menggunakan indikator analisis margin tataniaga, analisis *farmer's share*, serta rasio keuntungan dan biaya.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai analisis efisiensi tataniaga sayuran daun di Pasar Tradisional Kota Bogor dilaksanakan di Pasar Tradisional Kota Bogor (Suryakencana) Pasar Tradisional Warung Jambu. Waktu penelitian dan pengambilan data dilaksanakan bulan Agustus – Desember 2017. Jumlah responden dalam penelitian sebanyak 15 responden petani dan 42 responden pedagang dari kedua pasar. Pemilihan lokasi dilakukan dengan cara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Pasar Tradisional Kota Bogor merupakan penyedia sayuran di Kota Bogor dan sekitarnya khususnya sayuran kangkung, caisim, dan sawi putih. Jenis sumber data yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder.

Metode pengambilan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive* untuk pedagang lapak dan *snowball sampling* dari pedagang pengecer tengkulak sampai ke petani.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Lembaga tataniaga merupakan suatu alur proses kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan produk pertanian primer dari produsen (petani) hingga sampai ke tangan konsumen akhir yang dilakukan oleh lembaga – lembaga tataniaga. Lembaga tataniaga pada penelitian ini yaitu lembaga yang memasarkan komoditi yang diantaranya kangkung, sawi putih, dan caisim. Lembaga yang berperan sebagai penyaluran komoditi sayuran kangkung, sawi putih, dan caisim, berasal dari Bogor, Sukabumi dan Bandung. Adapun lembaga tataniaga pada penelitian ini antara lain: Petani, Tengkulak, Pedagang Lapak dan Pedagang Pengecer, Pada penelitian ini, analisis dilakukan pada masing – masing pasar sehingga didapat saluran tataniaga

yang paling efisien pada setiap pasar, hal ini dilakukan karena masing – masing pasar memiliki sistem tataniaga yang berbeda, baik dari lembaga tataniaga maupun tujuan pemasaran. Selain itu, menganalisis pada masing – masing pasar akan menghasilkan informasi yang lebih akurat dan sesuai dengan kondisi pada masing – masing pedagang.

Lembaga – lembaga yang dilalui selama proses distribusi kangkung dari petani ke konsumen akan membentuk saluran tataniaga. Saluran tataniaga dapat menunjukkan efisiensi tataniaga setiap saluran yang berbeda-beda akan memberikan keuntungan yang berbeda-beda pada masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat. Analisis saluran tataniaga kangkung dilakukan secara keseluruhan, baik kangkung yang berasal dari satu petani maupun dari beberapa petani yang diambil atas hasil wawancara peneliti.

Fungsi tataniaga bertujuan untuk memperlancar penyaluran hasil panen dari petani ke konsumen akhir, Pada dasarnya fungsi tataniaga dikelompokkan menjadi tiga, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas.

Berdasarkan *farmer's share* tertinggi di saluran IV yaitu sebesar 82,93% dan nilai marginnya sebesar 3500. Nilai margin tataniaga ini berarti selisih harga yang diterima petani dengan yang dibayar oleh konsumen setiap gabung kangkung sebesar Rp 3500. Sedangkan *farmer's share* 82,93% berarti setiap Rp 100 yang dibayar oleh konsumen akan didistribusikan ke petani sebesar 82,93%.

Berdasarkan *farmer's share* tertinggi di saluran II yaitu sebesar 81,40%. Nilai margin tataniaga ini berarti selisih harga yang diterima petani dengan yang dibayar oleh konsumen setiap kilo sawi putih adalah Rp 800. Sedangkan *farmer's share* 81,40% berarti setiap Rp 100 yang dibayar oleh

konsumen akan didistribusikan ke petani sebesar Rp 81,40%.

Berdasarkan *farmer's share* tertinggi, yaitu sebesar 59,52 dengan besar *farmer's share* di saluran IV 59,52 persen. Nilai margin tataniaga ini berarti selisih harga yang diterima petani dengan yang dibayar oleh konsumen setiap kilo ciasim adalah Rp 700. Sedangkan *farmer's share* 59,52 persen berarti setiap Rp 100 yang dibayar oleh konsumen akan didistribusikan ke petani sebesar Rp 59,52%.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Terdapat empat saluran tataniaga sayuran daun di Pasar Tradisional Kota Bogor yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran, diantaranya Petani – Tengkulak – Pedagang Lapak – Pedagang Pengecer – Konsumen.

Fungsi pemasaran yang dilakukan antar lembaga pemasaran terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran tingkat petani hanya meliputi kegiatan penjualan, sedangkan tingkat pedagang meliputi pembelian dan penjualan. Fungsi fisik yang dilakukan para lembaga pemasaran pada umumnya adalah kegiatan pengemasan dan pengangkutan tanpa kegiatan pengolahan karena sayuran daun dijual dalam bentuk segar. Fungsi fasilitas sebagian besar meliputi informasi pasar, penanggulangan risiko, dan pembiayaan.

Tingkat efisiensi tataniaga sayuran kangkung, sawi putih, dan caisim yang ada di Pasar Tradisional Kota Bogor yang dinilai paling efisien pada saluran tataniaga kangkung adalah saluran IV adalah saluran yang paling efisien dimana nilai margin sebesar 3500 dan *farmer's share* tertinggi yaitu sebesar 82,93 persen, pada sawi putih saluran tataniaga II ini memberikan nilai margin tataniaga yaitu sebesar Rp 800 dan *farmer's share* tertinggi, yaitu sebesar 81,40 persen. Dan pada saluran tataniaga caisim

adalah saluran IV ini memberikan nilai marjin tataniaga terendah yaitu sebesar Rp 700 dan *farmer's share* tertinggi, yaitu sebesar 59,52 persen.

4.2. Saran

Pengembangan fasilitas informasi pasar yang terintegrasi dari hulu hingga hilir perlu ditingkatkan untuk menghindari risiko fluktuasi harga yang merugikan para lembaga pemasaran. Fasilitas ini dapat dilakukan dengan kerjasama antar pihak pasar modern atau tradisional dan gapoktan terkait kondisi stok sayuran daun di pasaran agar penyebaran informasi menyebar secara merata dan petani mendapatkan informasi yang terpercaya.

Petani disarankan untuk memiliki variasi penjualan kangkung, sawi putih dan caisim atau dengan kata lain tidak hanya menjual sayuran pada satu pihak (lembaga pemasaran) saat panen tiba. Hal ini dilakukan guna mendapatkan harga terbaik dari penjualan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan analisis terkait strategi pengembangan komoditas kangkung, sawi dan caisim di Pasar Bogor terkait kegiatan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, M.Z., Zakaria F. dan Pembengo W. 2014. Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Caisim (*Brassica juncea L*) berdasarkan variasi jarak tanam dan varietas. Diunduh tanggal 17 Juni 2015.
- Aziz. 2013. Analisis Efisiensi Tataniaga Komoditas Manggis (Studi Kasus di Desa Karacak Kecamatan Leuwiliang Kabupaten Bogor) [Skripsi]. Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Asmarantaka, dan Winandi,R. 2009. Tataniaga Produk-Produk Pertanian. Bunga Rampai Agribisnis Seri Tataniaga. Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Jenis Tanaman Sayuran di Provinsi Jawa Barat Tahun 2014-2015. [Http://www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses 04 Januari 2017.
- Badan Pusat Statistika. 2016. Statistik Daerah Kota Bogor 2016. <http://www.bps.go.id>. Diakses 8 Mei 2017.
- Behrman, kliegman, dan Arvin. (1996). *Ilmu Kesehatan Anak*. Jakarta: Buku Kesehatan EGC.
- Djuariah, D. 2007. Evaluasi Plasma Nutfah Kangkung di Dataran Medium Rancaekek. Jurnal Hortikultura. 7(3):756-762.
- Downey, W.D dan Ericson. 1992. *Dasar-Dasar Manajemen*. Terjemahan. Jakarta. PT. Erlangga.
- Dirjen Hortikultura Kementrian Pertanian Republik Indonesia. 2015. Keragaan Pengembangan Hortikultura BAB III. pdf. <http://hortikultura.pertanian.go.id>. Diakses pada 26 April 2016.
- Gultom, HLT. 1996. Tataniaga Pertanian. USU Press. Medan.
- Hariry, A. 2015. Analisis Tataniaga Ubi Jalar di Desa Purwasari, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor [Skripsi]. Program Studi Agribisnis. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta.
- Haryoto. 2009. Bertanam Kangkung Raksasa di Pekarangan. Kanisius. Yogyakarta.
- Haryanto, E., dkk 2005. Sawi & Selada. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Herawati. 2012. Analisis Tataniaga Nenas Palembang (Kasus Desa Paya Besar, Kecamatan Payaraman, Kabupaten

Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan).
Skripsi. Fakultas Ekonomi
Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
Bogor.