

Analisis pemasaran usahatani tebu (*saccharum officinarum*) 1.) Di desa wonokusomo kecamatan tapen kabupaten bondowoso

Mohammad Faisal Bahri¹, Henik Prayuginingsih¹, Anisa Nurnina Aulia^{1*}
Universitas Muhammadiyah Jember¹

*Correspondensi: Anisa Nurnina Aulia
Email: Anisa_nurina@unmuhjember.ac.id

Published: Juni, 2023



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Petani tebu menggunakan berbagai saluran untuk memasarkan produknya, namun petani memiliki posisi tawar yang rendah, sehingga tidak memiliki kemampuan untuk bernegosiasi dalam menentukan harga. Tujuan penelitian : (1). Untuk mengetahui pola saluran pemasaran usahatani tebu yang terbentuk di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso, (2) Untuk mengetahui margin pemasaran, share harga pemasaran, dan share biaya pemasaran usahatani tebu di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso, (3) Untuk mengetahui efisiensi pemasaran usahatani tebu di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Pengambilan responden di tentukan dengan menggunakan (total sampling) yakni adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah mencakup bservasi, wawancara, dokumentasi Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan terdapat dua pola saluran pemasaran tebu di Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso yaitu : (1) a. Saluran pemasaran nol tingkat tingkat : produsen - pabrik b. Saluran pemasaran satu tingkat tingkat produsen - penebas – pabrik, (2) Hasil perhitungan diperoleh bahwa margin saluran pemasaran 0 tingkat sebesar Rp. 0/kw, dan margin pemasaran pada saluran 1 tingkat sebesar Rp 17.000/kw, (3) Saluran pemasaran 0 tingkat lebih efisien dengan nilai farmer share sebesar 100,00 % sedangkan nilai farmer share pada saluran pemasaran 1 tingkat sebesar 67,31%.

Keywords: Keuntungan, Pemasaran, Pertanian, Tebu.

Abstract: Sugar cane farmers use various channels to market their products, but farmers have a low bargaining position, so they do not have the ability to negotiate in determining prices. Research objectives: (1). To determine the marketing channel pattern of sugar cane farming that is formed in Wonokusumo Village, Tapen District, Bondowoso Regency, (2) To determine the marketing margin, marketing price share, and marketing cost share for sugar cane farming in Wonokusumo Village, Tapen District, Bondowoso Regency, (3) To determine marketing efficiency sugar cane farming in Wonokusumo Village, Tapen District, Bondowoso Regency. The research method used is descriptive and quantitative methods. The selection of respondents was determined using (total sampling), which is a sampling technique for all members. Data collection techniques in this research include observation, interviews, documentation. Based on the research results, it can be concluded that there are two patterns of sugar cane marketing channels in Tapen District, Bondowoso Regency, namely: (1) a. Level zero marketing channel : manufacturer - factory b. One-level marketing channel at producer - pene-bas - factory level, (2) The calculation results show that the 0-level marketing channel margin is IDR. 0/kw, and the marketing margin on the 1 level channel is IDR 17,000/kw, (3) The 0 level marketing channel is more efficient with a farmer share value of 100.00% while the farmer share value on the 1 level marketing channel is 67.31 %.

Keywords: Profit, Marketing, Agriculture, Sugarcane.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang menjadi pusat perhatian dalam pembangunan nasional, khususnya yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan hasil-hasil pertanian. Pengelolaan dan pemanfaatan hasil-hasil produk pertanian ini diharapkan untuk dapat dilakukan secara lebih terencana dengan pemanfaatan yang optimum serta dapat dinikmati

oleh seluruh penduduk Indonesia. Sektor pertanian mencakup subsektor tanaman, subsektor perkebunan, subsektor hortikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan, serta subsektor kehutanan. Sub sektor perkebunan mencakup banyak jenis kegiatan tanaman perkebunan yang diusahakan baik oleh rakyat ataupun perusahaan perkebunan. Komoditi yang di cakup antara lain seperti : tebu, coklat, kopi, cengkeh, tembakau, karet, teh, kelapa, kelapa sawit, jahe, jambu mete, jarak, kapas, kapok, kayu manis, lada, kemiri, kina, pala, panili, rami, serat karung serta tanaman perkebunan lainnya (BPS, 2011).

Tanaman tebu (*Saccharum officinarum* L.) merupakan jenis tanaman rumput-rumputan tahunan yang banyak ditemukan di daerah tropis. Tanaman tebu memerlukan suhu panas atau paparan sinar matahari tinggi, air yang cukup dan drainase yang baik serta lahan yang subur. Tanaman tebu merupakan tanaman industri perkebunan yang berperan pada pembangunan ekonomi dan dimanfaatkan sebagai bahan pokok untuk menghasilkan gula putih Indonesia. Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu kabupaten penghasil tebu/gula di Jawa Timur yang diharapkan eksistensinya sebagai wilayah potensial untuk mendukung swasembada gula nasional. Potensi tersebut perlu dipetakan agar terdapat keberlanjutan dari pasokan tebu untuk menunjang pencapaian swasembada gula nasional. Salah satu kecamatan di Kabupaten ini, yaitu Kecamatan Tapen mempunyai areal panen tebu paling luas dibanding komoditas perkebunan lainnya.

Permintaan gula di masyarakat yang semakin meningkat menuntut pabrik gula untuk meningkatkan hasil produksinya agar terpenuhinya permintaan tersebut. Peningkatan produksi gula dapat terjadi jika didukung dengan peningkatan produksi tebu sebagai bahan baku. Selain masalah produksi, petani juga menghadapi masalah pemasaran Posisi tawar petani adalah sebuah kemampuan petani dalam bernegosiasi untuk dapat menentukan harga suatu komoditas pertanian. Petani memiliki posisi tawar yang rendah, karena petani tidak memiliki kemampuan untuk bernegosiasi dalam menentukan harga produk pertanian. Mata rantai perdagangan mempengaruhi harga produk yang akan di terima konsumen, semakin panjang rantai perdangan maka akan semakin mahal harganya atau keuntungan produsen lebih kecil (Paramitha & Sulomo, 2018). Posisi tawar petani tebu (*bargaining position*) sangat rendah karena para petani tidak dapat menentukan harga dari tebu miliknya dan kurangnya pengetahuan atau informasi pasar.

METODE

Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan meneliti suatu kelompok manusia, objek atau kondisi atau suatu sebuah peristiwa masa sekarang (Nizar, 2014). Penelitian kuantitatif adalah data menggunakan simbol angka berupa perhitungan. secara kuantitatif dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum didalam suatu saluran pemasaran, margin dan efisiensi.

Penentuan Daerah dan Waktu Penelitian

Pemilihan daerah penelitian diambil secara sengaja (*purposive*) di Desa Monokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso Dengan pertimbangan karena desa ini merupakan salah satu wilayah penghasil tebu rakyat di Kabupaten Bondowoso. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli – Agustus musim giling 2022.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan responden di tentukan dengan menggunakan (*total sampling*) yakni adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sampel (Sugiyono, 2015). Alasan menggunakan *total sampling* menurut (Sugiyono, 2015) karena jumlah populasi *relative* kecil atau kurang dari 100. Pengambilan responden berdasarkan tujuan penelitian dengan mengambil sampel dari kalangan petani tebu sebanyak 50 orang, pedagang penebas 2 orang.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang berhubungan dengan penelitian. Data primer diperoleh melalui pengamatan dan wawancara langsung dengan responden yang bersangkutan. Data sekunder diperoleh dari kajian pustaka, BPS, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

1. Untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama yaitu mengetahui berapa macam pola saluran pemasaran tebu di Kabupaten Bondowoso. Maka digunakan analisis deskriptif yang bersifat induktif yaitu penelitian dimulai dari data atau fenomena yang ada di lapangan yang kemudian dimunculkan kesimpulan.
2. Untuk menjawab tujuan kedua yaitu menghitung biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan margin pemasaran, maka digunakan analisis sebagai berikut.

- a) Besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen ke konsumen di rumuskan sebagai berikut :

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan :

B_p : Biaya pemasaran tebu (Rp/kg)

$B_{p1}, B_{p2} \dots B_{pn}$: Biaya pemasaran tiap-tiap lembaga pemasaran tebu (Rp/kg)

- b) Keuntungan pemasaran

Keuntungan pemasaran merupakan penjumlahan dari keuntungan yang diterima oleh setiap rantai pemasaran di rumuskan sebagai berikut :

$$K_p = K_{p1} + K_{p2}$$

keterangan :

K_p : Keuntungan pemasaran tebu (Rp/kw)

p_1 : Petani (Rp/kw)

p_2 : Penebas (Rp/kw)

p_n : lembaga pemasaran ke-n

K_{pn} : harga jual - harga beli - biaya pemasaran lembaga pemasaran ke-n

- c) Marjin pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Secara matematis dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

M_p : Margin pemasaran tebu (Rp/kw)

P_r : Harga tebu di tingkat konsumen (Rp/kw)

P_f : Harga tebu di tingkat produsen (Rp/kw)

3. Untuk menjawab tujuan yang ketiga yaitu efisiensi saluran pemasaran dapat dihitung dengan memperhitungkan bagian yang diterima oleh petani (*farmer share*) dengan rumus:

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

Keterangan :

Fs : bagian harga yang diterima petani (Farmer Share)

Pf : harga ditingkat petani

Pr : harga ditingkat pengecer

HASIL DAN PEMBAHASAN

Margin Pemasaran Tebu Pada Masing-masing Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran nol tingkat pada komoditas tebu di Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso hanya melibatkan petani dan pabrik gula. Besaran margin yang di dapat pada lembaga pemasaran saluran ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1 Analisis Margin, Keuntungan dan Biaya Pemasaran Pada Saluran Nol Tingkat di Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso Tahun 2023

Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Ku)	Margin Pemasaran (Rp)	Farmer Share (%)
Petani			100,00
Harga Jual	52.000		
Biaya Usahatani *)	18.368		
Biaya Transportasi ke Pabrik	12.000		
Biaya Tenaga Kerja Angkut	8.000		
Total Biaya	38.368		
Keuntungan petani	13.632		
Pabrik		0	
Harga Beli	52,000		
Total Margin		0	

Keterangan: *) = Fauzi (2022).

Sumber : Data Primer dan Sekunder Diolah (2022).

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa hasil perhitungan pada saluran nol tingkat petani tebu menerima harga jual dari pabrik sebagai konsumen akhir sebesar Rp52.000/kw. Oleh karena harga di tingkat petani sama dengan harga di tingkat konsumen akhir maka pada saluran nol tingkat margin pemasaran sebesar Rp0. Meskipun demikian petani masih memperoleh keuntungan usaha tani sebesar Rp13.632/kw. Keuntungan ini merupakan selisih antara harga jual dengan biaya usahatani sebesar Rp18.368/kw (Fauzi, 2022), biaya transportasi dan biaya angkut ke pabrik sebesar Rp20.000/kw.

Saluran pemasaran ke dua yang terlibat pada pemasaran tebu di Kecamatan Tapen adalah saluran pemasaran satu tingkat, terdiri dari petani, penebas dan pabrik gula Prajekon. Besaran margin yang di dapat pada lembaga pemasaran saluran satu tingkat dapat dilihat dari Tabel sebagai berikut.

Tabel 1.2 Analisis Margin, Keuntungan dan Biaya Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 1 Tingkat di Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso Tahun 2023

Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kw)	Margin Pemasaran (Rp)	Farmer Share (%)
Petani			67,31
Harga Jual	35.000		
Biaya Usahatani ^{*)}	18.368		
Keuntungan petani	16.632		
Penebas			
Harga Beli	35.000		
Harga Jual	52.000		
Biaya Transportasi	5.000		
Biaya Tenaga Kerja	8.000		
Total Biaya	13.000		
Keuntungan	4.000		
Pabrik		17.000	
Harga Beli	52.000		
Total Margin		17.000	

Keterangan: *)= Fauzi (2022).

Sumber : Data Primer dan Sekunder Diolah (2022) .

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa margin pemasaran, yaitu selisih harga antara pabrik sebagai konsumen akhir dengan petani, sebesar Rp17.000/kw. Pelaku pemasaran pada saluran ini terdiri dari petani tebu menerima yang menerima harga jual dari penebas sebesar Rp35.000/kw. Keuntungan usahatani yang diperoleh sebesar petani Rp16.632/kw, lebih besar daripada keuntungan usahatani pada saluran pemasaran 1 tingkat. Sementara pada tingkat penebas, menerima harga jual ke pabrik gula sebesar Rp52.000/kw harga tersebut sudah ditentukan dari pabrik gula prajekan. Biaya pemasaran terdiri atas biaya transportasi dan biaya angkut ke pabrik sebesar Rp13.000/kw, sehingga keuntungan yang di peroleh penebas sebesar Rp4.000/kw.

Biaya transportasi pada saluran 0 tingkat dan satu tingkat berbeda dikarenakan, saluran 0 tingkat petani harus menyewa kendaraan angkut sendiri dan membeli bahan bakar sendiri, berbeda dengan saluran 1 tingkat petani tidak perlu mengeluarkan biaya pemasaran karena untuk kendaraan angkut dan bahan bakar penebas menyediakan, penebas memiliki kendaraan angkut sendiri jadi tidak perlu menyewa lagi hanya membeli bahan bakar. Pada biaya tenaga kerja sama karena pada satu wilayah/desa wonokusumo sudah ditetapkan untuk biaya tenaga kerja.

Berdasarkan hasil analisis margin pemasaran pada saluran pemasaran nol tingkat (Tabel 1.1) menunjukkan nilai margin Rp0, sementara pada saluran pemasaran satu tingkat nilai margin sebesar Rp17.000 (Tabel 1.2). Dari perhitungan tersebut dapat di ketahui bahwa margin pemasaran saluran nol tingkat lebih rendah dibandingkan saluran pemasaran satu tingkat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa saluran pemasaran nol tingkat lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran satu tingkat. Jumiati (2013) menyatakan bahwa margin akan meningkat apabila saluran pemasaran semakin panjang. Oleh karena itu, saluran pemasaran yang lebih panjang akan menghasilkan harga yang lebih tinggi di tingkat konsumen.

Pada Tabel 6.4 saluran pemasaran nol tingkat petani mendapatkan keuntungan sebesar Rp13.632/kw, sedangkan pada Tabel 6.5 saluran pemasaran satu tingkat petani mendapatkan keuntungan sebesar Rp16.632/kw. Petani mendapatkan keuntungan lebih tinggi pada saluran pemasaran satu tingkat, karena hanya mengeluarkan biaya sedangkan petani saluran pemasaran nol tingkat, harus menanggung biaya usahatani dan pemasaran. Oleh karena itu petani saluran pemasaran satu tingkat mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan saluran pemasaran nol tingkat.

Efisiensi Pemasaran Tebu.

Farmer share merupakan rasio antara harga di tingkat produsen/petani dengan harga di tingkat konsumen akhir. Tabel 1.3 menunjukkan *farmer share* pemasaran tebu berdasar pola saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso tahun 2023.

Tabel 1.3 Efisiensi Pemasaran Tebu di Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso Tahun 2023

Saluran Pemasaran	<i>Farmer's Share</i> (%)	Keputusan
Saluran Pemasaran 0 tingkat	100,00	Efisien
Saluran Pemasaran 1 tingkat	67,31	Efisien

Sumber: Data Primer (2023).

Dari Tabel 1.3 diketahui bahwa nilai *farmer share* pemasaran pada saluran pemasaran 0 tingkat sebesar 100,00% artinya menunjukkan bahwa saluran pemasaran nol tingkat sangat efisien. Sedangkan *farmer share* pemasaran pada saluran pemasaran 1 tingkat memiliki nilai sebesar 67,31% artinya bahwa pada pola saluran pemasaran satu tingkat juga efisien, namun pada tingkat efisiensi yang lebih rendah dibanding saluran pemasaran 0 tingkat. Kondisi tersebut terjadi karena saluran pemasaran 0 tingkat tidak melibatkan lembaga pemasaran perantara.

Hal yang patut diperhatikan adalah, efisiensi pemasaran tidak selalu berbanding lurus dengan keuntungan usahatani. Dalam kasus pemasaran tebu pada penelitian ini menunjukkan bahwa *farmer share* 100% pada saluran pemasaran 0 tingkat memberikan keuntungan yang lebih kecil (Rp13.632/kw) dibanding saluran pemasaran 1 tingkat (Rp16.632/kw).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat dua pola saluran pemasaran tebu di Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso yaitu :
 - a. Saluran pemasaran nol tingkat tingkat : produsen - pabrik
 - b. Saluran pemasaran satu tingkat tingkat produsen - penebas - pabrik
2. Hasil perhitungan diperoleh bahwa margin saluran pemasaran 0 tingkat sebesar Rp. 0/kw, dan margin pemasaran pada saluran 1 tingkat sebesar Rp 17.000/kw.
3. Saluran pemasaran 0 tingkat dan saluran pemasaran 1 tingkat sudah efisien dengan nilai *farmer share* pada saluran pemasaran 0 tingkat sebesar 100,00 % sedangkan nilai *farmer share* pada saluran pemasaran 1 tingkat sebesar 67,31%.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, Ahmad. (2022). *Analisis Pendapatan Usaha Tani Tebu (Saccharum Officinarum) di Desa Wonokusumo Kecamatan tapen Kabupaten Bondowoso. Program Sarjana Pertanian. Universitas Jember.*
- Jumiati, E., Darwanto, D. H., Hartono, S., & Masyhuri. (2013). *Analisis saluran pemasaran dan*

margin pemasaran kelapa dalam di daerah perbatasan Kalimantan Timur. Agrifor, 12(1), 1–10.

Paramitha, N. A., & Sulomo. (2018). Posisi Tawar Petani dalam Transaksi Ekonomi Pertanian. Jurnal Analisa Sosiologi, 7(1), 70–84.

Sugiyono. (2015). Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.