

**ANALISIS EFISIENSI TATANIAGA TERUNG (*Solanum melongena*)
DI KECAMATAN KURANJI KOTA PADANG**

OLEH

**INTAN FEBRIANI
06 114 027**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2011**

ANALISIS EFISIENSI TATANIAGA TERUNG (*Solanum melongena*) DI KECAMATAN KURANJI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari s/d Maret 2011, bertujuan untuk mengetahui saluran dan fungsi tataniaga yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat dalam tataniaga Terung dari petani hingga konsumen akhir di Kecamatan Kurangi Kota Padang, dan menganalisis efisiensi tataniaga menurut saluran dan keuntungan yang diterima petani serta masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat. Metoda yang digunakan adalah metode survey dengan jumlah petani sampel 32 orang, pedagang pengumpul/pengecer sebanyak 13 orang, pedagang pengecer 6 orang dan peddler 5 orang. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder yang ada hubungannya dengan masalah penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh tiga pola saluran tataniaga terung dari petani sampai ke konsumen akhir yaitu saluran Pola A: Petani→Pedagang pengumpul/pengecer→Konsumen. Saluran Pola B: Petani→Pedagang pengumpul/pengecer→Pedagang pengecer→konsumen. Saluran Pola C : Petani→ Pedagang pengumpul/pengecer →peddler→ konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan efisiensi tataniaga menurut saluran maka didapatkan efisiensi tataniaga Saluran Pola A (14,80%), Saluran Pola B (18,08%) dan Saluran Pola C (29,71%). Jadi Saluran Pola A (14,80%) paling efisien karena mempunyai nilai efisiensi yang paling kecil. Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan menurut keuntungan, tidak ada saluran yang efisien karena masing-masing lembaga tataniaga tidak menerima keuntungan yang sebagaimana mestinya.

Disarankan kepada petani terung untuk membentuk kelembagaan penjualan seperti kelompok tani atau koperasi untuk meningkatkan posisi tawar petani serta disarankan juga untuk menimbang hasil produksi yang sudah dikemas didalam karung sebelum dijual ke pedagang pengumpul/pengecer agar berat terung itu benar-benar pas 50 kg/karung.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan karakteristik kondisi Indonesia yang identik dengan alam pertanian yang memposisikan Indonesia sebagai negara agraris yang kaya akan sumber daya alam. Dengan kondisi seperti ini, tidak bisa dipungkiri bahwa sektor pertanian patut mendapat perhatian dalam setiap proses pembangunan Indonesia. Menurut Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Holtikultura Kota Padang (2008) sektor pertanian memegang peranan penting dalam pembangunan, karena hampir sebagian dari penduduk Indonesia bermata pencarian sebagai petani.

Secara umum pertanian terdiri dari tanaman pangan, tanaman perkebunan, hortikultura, perikanan, kehutanan, dan peternakan. Komoditi hortikultura terdiri dari buah-buahan, sayur sayuran, tanaman hias dan obat-obatan. Pemilihan komoditi sayuran dan buah-buahan untuk diusahakan merupakan salah satu upaya untuk mempercepat pengembangan perekonomian pedesaan pada khususnya dan negara pada umumnya (Soekartawi, 1995).

Prioritas pembangunan pertanian dewasa ini adalah melestarikan swasembada pangan, peningkatan ekspor non migas dan mengurangi pengeluaran devisa yang sekaligus memperluas lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan petani serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Oleh sebab itu pengembangan wilayah pedesaan merupakan salah satu tujuan utama pembangunan pertanian, maka sangat diharapkan perkembangan agribisnis daerah yang berdaya saing sesuai dengan keunggulan komparatif masing-masing daerah, berkelanjutan, berkeadilan, dan demokrasi (Nahriyanti, 2008).

Pembangunan pertanian saat ini masih mempunyai peranan yang sangat strategis dalam pembangunan daerah di Sumatera Barat, terutama terhadap peningkatan ketahanan pangan, pembentukan PDRB, penyedia kesempatan kerja dan lapangan usaha. Dimana lapangan usaha pertanian masih menjadi sumber pendapatan utama dari sebahagian besar penduduk Sumatera Barat. Hal ini terlihat pada struktur perekonomian Sumatera Barat pada tahun 2008 masih di dominasi oleh sektor pertanian, dimana kontribusi sektor ini mencapai 24,46 persen pada pembentukan PDRB Propinsi Sumatera Barat. Dari kontribusi tersebut 12,55 persen berasal dari sub sektor tanaman pangan dan hortikultura (Badan Pusat Statistik, 2008).

Banyak komoditi hortikultura yang menjadi komoditi unggulan dan salah satunya adalah terung (*Solanum melongena*). Terung adalah salah satu produk hortikultura yang

digolongkan ke dalam jenis sayur-sayuran. Sayuran dibutuhkan oleh tubuh manusia sebagai sumber energi pertumbuhan dan kesehatan. Jika kebutuhan akan sayuran dapat dipenuhi dalam jumlah yang tepat, maka akan dapat meningkatkan daya tahan tubuh terhadap berbagai macam penyakit. Selain itu juga dapat meningkatkan kualitas dan produktivitas kerja, sehingga kualitas hidup akan meningkat (Samadi, 2004).

Salah satu daerah penghasil terung di Provinsi Sumatera Barat adalah Kota Padang (Lampiran 1). Produktivitas terung ini dari tahun ke tahun mengalami peningkatan (Lampiran 2). Pada tahun 2009 produksi terung di Kota Padang sebesar 765 ton (Lampiran 3).

Kecamatan Kuranji adalah salah satu sentra penghasil terung di Kota Padang dengan jumlah produksi 303 ton terung pada tahun 2009 (Lampiran 3). Luas panen, produksi dan produktivitas terung di Kecamatan Kuranji cenderung mengalami peningkatan (Lampiran 4) (Kecamatan Kuranji Kota Padang, 2010).

Dalam pengembangan hortikultura tidak lagi hanya memperlihatkan aspek produksi tapi lebih menitikberatkan pada pengembangan komoditi yang bermutu serta berorientasi pasar, untuk itu peranan petani tidak cukup lagi hanya mengetahui bagaimana produk yang baik tetapi sekarang petani dituntut untuk mengetahui bagaimana selera dan kebutuhan konsumen akhir sehingga petani dapat menghasilkan produk yang sesuai dan dapat dipasarkan dengan baik serta memperoleh harga jual yang layak (Ariyanto, 2006).

Tataniaga hasil pertanian merupakan semua aktifitas yang dilakukan terhadap hasil-hasil pertanian yang bersangkutan mulai dari tingkat petani produsen sampai tingkat konsumen. Menurut Mubyarto (1989) menyatakan bahwa istilah tataniaga di Indonesia diartikan sama dengan pemasaran atau distribusi yaitu proses pengaliran atau pergerakan barang dari tangan produsen sampai ke tangan konsumen. Tataniaga tidak hanya sekedar menyampaikan barang dari tangan produsen ke tangan konsumen, tetapi ada aspek-aspek yang harus diperhatikan diantaranya adalah lamanya produk sampai ke tangan konsumen, mampu menyampaikan barang dengan biaya tataniaga semurah mungkin dan juga kepuasan konsumen terhadap barang yang mereka terima, ini dikarenakan produk pertanian bersifat *perishable* atau tidak tahan lama (Mubyarto, 1989).

Usaha perbaikan di bidang tataniaga memegang peranan penting karena usaha peningkatan produksi saja tidak mampu untuk meningkatkan pendapatan petani bila tidak didukung dan dihubungkan dengan situasi pasar. Tingginya biaya tataniaga akan berpengaruh terhadap harga eceran (harga konsumen) dan harga pada tingkat petani (harga produsen). Disamping itu, dukungan sistem tataniaga yang lancar dan dengan margin tataniaga yang proporsional, akan sangat mendorong petani untuk berusaha lebih baik. Untuk itu perlu

adanya keuntungan yang adil, yaitu keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga sesuai dengan sumbangan yang diberikan dalam mengalirkan barang sampai ke tangan konsumen (Usman, 2010).

Efisiensi tataniaga sangat penting supaya masing-masing lembaga mendapatkan keuntungan sesuai apa yang telah mereka keluarkan (output). Jika tidak ada efisiensi tataniaga maka ada pihak atau lembaga yang dirugikan karena mungkin lembaga tersebut telah mengeluarkan output lebih besar dibandingkan dengan keuntungan yang didapatkannya dan begitu juga sebaliknya, lembaga yang mengeluarkan output lebih kecil tetapi mendapatkan keuntungan yang besar, dan akan terjadi lah kesenjangan keuntungan yang diperoleh (Hamid, 1994).

1.2 Perumusan masalah

Komoditi pertanian merupakan komoditi yang mempunyai sifat khusus dalam tataniaga seperti sifat *bulky* (volume besar tetapi nilainya yang relatif kecil), *perishable* (tidak tahan lama) dan lokasi yang terpencar-pencar sehingga perlu diperhatikan efisiensi tataniaganya supaya produk tersebut dapat sampai ke tangan konsumen tepat waktu dengan kualitas dan kuantitas yang diharapkan serta dengan biaya tataniaga yang murah sehingga tetap memberikan kontribusi yang menguntungkan bagi petani (Soekartawi, 2002).

Kecamatan Kuranji merupakan salah satu sentra produksi Terung di Kota Padang. Pada tahun 2009 Kecamatan ini merupakan penghasil terung terbesar di Kota Padang, dilihat dari produksinya yang mencapai 303 ton. Ini dikarenakan luas panen terung di Kecamatan ini mencapai 60,6 ha dibandingkan dengan Kecamatan lain (Lampiran 3).

Tataniaga merupakan salah satu kegiatan yang sangat menentukan berhasil tidaknya usaha yang bersangkutan. Tataniaga terung di Kecamatan Kuranji bergerak melalui berbagai mata rantai atau lembaga tataniaga yang tentunya akan berpengaruh terhadap bagian yang diterima petani, atau dengan kata lain harga ditingkat petani akan rendah disamping pedagang karena ketergantungan petani terhadap pedagang yang akan datang membeli. Sebenarnya permasalahan ini dialami oleh semua produk pertanian secara umum tetapi untuk komoditas terung ini cukup memprihatinkan bagi petani yang mengusahakannya karena harga jual petani kepada pedagang hanya Rp 1.500/kg sedangkan pedagang pengencer menjual ke konsumen akhir sebesar Rp 4.000/kg.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan petani, petani menjual terungnya dengan harga Rp 60.000/40 kg (Rp 1500/Kg) bahkan ketika panen raya, petani menjual lebih

rendah dari harga tersebut sesuai kesepakatannya dengan pedagang pengumpul. Sedangkan pedagang pengumpul menjual terung kepada pedagang pengecer dengan harga Rp 85.000/40 kg (Rp2125/Kg). Kemudian pedagang pengecer menjual terung kepada konsumen akhir seharga Rp 4000/ kg. Jadi disini terdapat kesenjangan harga yang jauh antara harga yang diterima petani dengan yang di bayarkan oleh konsumen. Harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen jauh berbeda, sehingga diduga petani mendapatkan keuntungan yang kecil dibandingkan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Selain itu di duga adanya sistem pasar monopsoni yang mana hanya ada sedikit pembeli (pedagang pengumpul) dengan banyak penjual (petani) sehingga harga ditentukan oleh pedagang pengumpul, sehingga perlu diteliti efisiensi tataniaganya.

Berdasarkan hal diatas, maka peneliti perlu melakukan suatu penelitian dengan judul ***"Analisis Efisiensi Tataniaga Terung di Kecamatan Kuranji Kota Padang"***.

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengidentifikasi saluran tataniaga terung yang terdapat di Kecamatan Kuranji Kota Padang
2. Menganalisis efisiensi tataniaga terung di Kecamatan Kuranji Kota Padang

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk :

1. Bagi petani, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi sehingga dapat membantu dalam memasarkan hasil usahataniannya.
2. Bagi pemerintah, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan dan program pembangunan pertanian yang lebih baik.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari Penelitian yang telah dilakukan selama dua bulan terhitung mulai bulan Februari sampai Maret 2011 tentang Analisis Efisiensi Tataniaga Terung di Kecamatan Kuranji Kota Padang dapat dikemukakan beberapa kesimpulan :

1. Ada tiga pola saluran tataniaga terung dari petani ke konsumen yaitu :

Pola A = Petani → Pedagang Pengumpul/Pengecer → Konsumen Akhir

Pola B = Petani → Pedagang Pengumpul/Pengecer → Pedagang Pengecer →
Konsumen Akhir

Pola C = Petani → Pedagang Pengumpul/Pengecer → Peddler → Konsumen Akhir

Fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh petani adalah fungsi pertukaran yang terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian, fungsi fisik yang terdiri dari fungsi pengangkutan dan fungsi pengemasan serta fungsi fasilitas yang terdiri fungsi modal. Pada pedagang pengumpul/pengecer, mereka melakukan fungsi pertukaran yang terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian, fungsi fisik yang terdiri dari fungsi pengangkutan dan kadang-kadang fungsi pengemasan serta fungsi fasilitas yang terdiri fungsi grading, fungsi penanggungan resiko dan fungsi informasi pasar. Pada pedagang pengecer, mereka melakukan fungsi pertukaran yang terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian, fungsi fisik yang terdiri dari fungsi pengangkutan dan fungsi pengemasan serta fungsi fasilitas yang terdiri fungsi grading, fungsi penanggungan resiko dan fungsi informasi pasar. Pada peddler, mereka melakukan fungsi pertukaran yang terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian, sedangkan fungsi fisik hanya fungsi pengangkutan serta fungsi fasilitas yang terdiri fungsi penanggungan resiko, fungsi modal dan fungsi informasi pasar. Adanya tiga pola saluran di daerah ini disebabkan karena jarak kebun petani ke pasar raya sehingga akan mempengaruhi biaya transportasi dan juga karena sudah terjalinnya hubungan bisnis antara petani dan pengencer I, sehingga petani tidak akan menjual hasilnya kepada pengencer yang baru dikenalnya. Ini akan merugikan petani karena pedagang pengecer bisa menekan harga terhadap petani.

2. a. Menurut Perhitungan efisiensi tataniaga maka didapatkan Saluran Pola A (14,80%), Saluran Pola B (18,08%) dan Saluran Pola C (29,71%) maka Saluran Pola A (14,80%) yang paling efisien karena mempunyai nilai efisiensi yang paling kecil diantara saluran tataniaga yang ada.

- b. Perhitungan efisiensi tataniaga menurut keuntungan yang diterima oleh masing-masing pedagang perantara diketahui bahwa dari ketiga saluran yang ada, tidak ada saluran yang efisien. Hal ini dikarenakan selisih keuntungan yang diterima dengan keuntungan proporsional $>5\%$ dari keuntungan proporsional.

5.2 Saran

1. Melihat permasalahan yang ada di lapangan, penulis menyarankan agar petani terung di Kuranji bersatu dalam penjualan terung dengan membentuk organisasi penjualan atau kelompok tani atau koperasi sehingga ini akan membantu petani dalam mengkoordinir tataniaga terung dan dalam penentuan standar harga terendah.
2. Untuk menuju ke arah saluran yang efisien, sebaiknya petani memisahkan mana hubungan bisnis dan mana hubungan kekerabatan sehingga walaupun petani sudah berlangganan lama dan berhubungan baik dengan pedagang pengumpul/pengecer, tetapi sebaiknya petani tidak langsung menerima saja harga yang ditawarkan sehingga keuntungan petani bisa lebih besar dari yang biasa.
3. Petani perlu mencari informasi harga ditingkat konsumen agar posisi petani dalam tawar menawar dengan pedagang pengecer lebih kuat.
4. Sebaiknya petani melakukan penimbangan terhadap terung yang sudah dikemas ke dalam karung.
5. Mencari Pasar diluar Kota Padang
6. Selain itu untuk meningkatkan pendapatan lembaga tataniaga yang terlibat dalam tataniaga terung di Kecamatan Kuranji Kota Padang maka disarankan untuk menggunakan saluran pola A karena lebih efisien dengan biaya tataniaga yang dikeluarkan lebih rendah dan keuntungan lebih tinggi dengan cara pedagang tidak membeli terung dalam jumlah yang banyak sehingga terung yang di beli dari petani tersebut langsung dijual kepada konsumen akhir sehingga keuntungan yang didapatkan menjadi besar, disamping itu juga mengurangi resiko kerugian akan tidak terjualnya terung tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, M. 1991. *Marketing Unit AMP YKPN* : Yogyakarta
- Ariyanto, H. 2006. *Budidaya Tanaman Buah-buahan*. PT. Citra Aji Parmana. Yogyakarta.
- Azzaino, Zulkifli. 1982. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Departemen Ilmu – Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor. 221 hal.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. 2008. *Sumatera Barat Dalam Angka 2008*. Padang
_____. 2009. *Sumatera Barat Dalam Angka 2009*. Padang
_____. 2010. *Padang Dalam Angka 2010*. Padang
- Badan Pusat Statistik Kota Padang. 2010. *Padang Dalam Angka 2010* . Padang
_____. 2010. *Kuranji Dalam Angka 2010*. Padang
_____. 2004 - 2008. *Kecamatan Kuranji*.
- Basu Swastha, Irawan. *Manajemen Pemasaran Modren*. Penerbit Liberty, Yogyakarta : 1991
- Buchari, Alma. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Daniel, Moehar. 2005. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Bumi Aksara. Jakarta. 166 hal.
- Departemen Pertanian Tanaman Pangan dan Holtikultura Sumatera Barat . 2008.
Laporan Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Holtikultura Sumbar : Padang
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Holtikultura Sumatera Barat. 2005. *Laporan Tahunan 2005*. Padang. 412 hal.
- Dewisusila, 2004. *BAB II Saluran Distribusi*. www.jbptunikompp-gdl-s1-2004-dewisusila-599-BAB+II.doc . Diakses Wednesday, June 01, 2011, 4:22:52 PM
- Downey dan Erickson. 1992. *Manajemen Agribisnis (edisi kedua) (terjemahan: Alfonsus Sirait)*. Erlangga. Jakarta.
- Fesya. 2008. *Manfaat Terung dan Bayam*. <http://www.indoforum.org/archive/index.php?t-10071.html>. Diakses Wednesday, June 01, 2011, 4:22:59 PM
- Hanafiah, AM Saefuddin. 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Jakarta: UI Press.
- Hastuti D. R. dan Rahim A. 2007. *Ekonomika Pertanian (pengantar, Teori, dan kasus)*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kadir Hamid, Abdul. 1994. *Dasar-Dasar Tataniaga Pertanian*. Fajar Harapan. Pekanbaru.

- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Terjemahan Edisi Delapan. Prentice Hall: Salemba Empat.
- Kottler, Philip. 1997. *Prinsip –Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Limbong WH, Panggabean S.1985. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Bogor : Institut Pertanian Bogor, jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian.
- Monsher, 1984. *Membangun dan Menggerakkan Pertanian*. CV Yasaguna. Jakarta
- Mubyarto, 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Edisi ketiga. LP3ES. Jakarta
- Nahriyanti. 2008. *Riset Pemasaran*. <http://one.indoskripsi.com/judul-skripsi-tugas-makalah/manajemen-pemasaran/riset-pemasaran> (11 Desember 2009).
- Nasrul, Oryza. 2009. *Analisa Pemasaran Bawang Dau di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok ke Pulau Batam*. [Skripsi]. Padang : Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Nazaruddin. 1999. *Budidaya dan Pengaturan Panen Sayuran Dataran Rendah*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Payaman J. Simanjuntak. 1998. *Peningkatan Hasil Usaha Kerja, Pengertian dan Ruang Lingkup*. Jakarta : Prima
- Rukmana, Rahmat. 1994. *Bertanam Terung*. Kanisius. Jakarta
- Saladin, H. Djasalim. 1996. *Unsur-unsur pemasaran dan manajemen pemasaran*, CV.Mandar Maju.
- Samadi, B. 2001. *Budidaya Terung Hibrida*. Kanisius. Jakarta
- Sari, YI. 2006. *Analisis Sistem Pemasaran Wortel dan Bawang Daun (Studi Kasus Desa Sukatani, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat)*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Sastraatmaja, Entang. 1984. *Ekonomi Pertanian Indonesia*, Penerbit Angkasa : Bandung
- Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soeharjo dan Patong., 1973. *Sendi-sendi Pokok Usahatani*. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor..
- Soekartawi, 1987. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasinya*. CV. Rajawali. Jakarta
- _____. 1989. *Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian*. Teori dan Aplikasinya. Rajawali Press. Jakarta.

_____. 1991. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

_____. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian, teori dan aplikasinya*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.

Stanton, J William . 1996. *Prinsip Pemasaran*. Edisi ketujuh . Jakarta : Erlangga.

Umar, Husein. 1999. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia

Usman, Yusri. 2010. *Bahan Kuliah Tataniaga pertanian : Efisiensi Tataniaga*. Padang : Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas.