

**ANALISIS TATANIAGA SAYURAN BAYAM  
(Kasus Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor)**

**Oleh :  
ARIYANTO  
A 14105517**



**PROGRAM SARJANA EKSTENSI MANAJEMEN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
2008**

## RINGKASAN

**ARIYANTO.** Analisis Tataniaga Sayuran Bayam (Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat). Dibawah bimbingan **NETTI TINAPRILLA**

Tanaman bayam sebagai sayuran daun sudah lama dikenal dan digemari oleh masyarakat luas. Bayam yang dikenal dengan nama ilmiah *Amaranthus sp*, banyak dipromosikan sebagai sayuran dan sumber gizi bagi penduduk di negara berkembang. Bayam bisa tumbuh sepanjang tahun, baik di dataran rendah sampai dataran tinggi (pegunungan). Tanaman ini dapat diusahakan secara komersial di sawah, kebun/tegalan, namun bisa pula secara sambilan untuk kebutuhan sehari-hari di pekarangan yang sempit sekalipun

Salah satu daerah sentra produksi terbesar sayuran di Kabupaten Bogor adalah Kecamatan Cibungbulang. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis saluran tataniaga dan fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tataniaga pada komoditas sayuran bayam, menganalisis struktur dan perilaku pasar pada masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat, menganalisis saluran tataniaga sayuran bayam berdasarkan margin tataniaga, *farmer's share*, rasio keuntungan dan biaya.

Penelitian dilakukan di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut salah satu daerah sentra produksi sayuran bayam yang potensial di Kabupaten Bogor. Penelitian dilakukan pada bulan Maret – April 2008. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pembagian daftar pertanyaan yang telah di siapkan dengan teknik wawancara langsung kepada petani serta lembaga-lembaga tataniaga yang terlibat seperti pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Pemilihan petani responden dilakukan secara sengaja (*purposive*). Jumlah petani yang dijadikan sebanyak 20 orang karena telah dianggap telah mewakili populasi petani bayam di Desa Ciaruten Ilir. Penentuan sampel lembaga-lembaga pemasaran selanjutnya dilakukan dengan menggunakan *snowball sampling* yaitu dengan menelusuri saluran pemasaran bayam yang dominan di daerah penelitian berdasarkan informasi yang di dapat dari pelaku pasar sebelumnya dari tingkat petani sampai pedagang pengecer. Pedagang yang diambil sebagai sampel terdiri dari tiga orang pedagang pengumpul, dan lima pedagang pengecer.

Sistem tataniaga sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir terdiri dari tiga buah saluran tataniaga yaitu saluran tataniaga satu : petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen ; saluran tataniaga dua : petani → pedagang pengecer → konsumen ; saluran tataniaga tiga : petani → konsumen.

Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh petani sayuran bayam adalah fungsi penjualan, fungsi fisik berupa kegiatan pengemasan, pengangkutan dan fungsi fasilitas berupa informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan. Struktur pasar yang dihadapi petani sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir bersifat pasar bersaing sempurna karena jumlah petani yang banyak, tidak dapat mempengaruhi harga dan petani bebas untuk keluar masuk pasar

Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah fungsi pertukaran berupa fungsi pembelian dan penjualan, fungsi fisik berupa fungsi pengangkutan, fungsi fasilitas berupa informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan. Struktur pasar yang dihadapi pedagang pengumpul di Desa Ciaruten Ilir adalah Oligopsoni. Terdapat hambatan bagi pedagang lain untuk memasuki pasar pedagang pengumpul.

Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh pedagang pengecer adalah fungsi pertukaran berupa fungsi pembelian dan penjualan, fungsi fisik berupa fungsi pengangkutan, fungsi fasilitas berupa informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan. Struktur pasar yang dihadapi pedagang pengecer adalah pasar persaingan sempurna, karena jumlah pedagang pengecer cukup banyak, produk yang diperjualbelikan bersifat homogen dan pedagang pengecer tidak dapat mempengaruhi pasar sehingga bertindak sebagai *price taker*.

Perilaku pasar yang dilakukan oleh pedagang pengumpul berupa praktek pembelian sayuran bayam dan menjual kepada pedagang pengecer. Secara umum sistem pembayaran antar lembaga tataniaga dan petani dilakukan secara tunai dan harga produk berdasarkan mekanisme pasar. Kerjasama antara petani dan pedagang pengumpul terjalin dengan baik melalui kegiatan jual-beli produk sayuran bayam. Hal yang sama juga terjadi diantara pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Berdasarkan analisis margin tataniaga diketahui bahwa saluran tataniaga tiga petani yang paling efisien, karena hasil produksi sayuran bayam langsung dibawa ke pasar dan dijual langsung ke konsumen dalam bentuk ikat dan petani bertindak sebagai pedagang pengecer. Petani memperoleh keuntungan terbesar yaitu sebesar Rp 368 per ikat, rasio keuntungan dan biaya yaitu sebesar 9,43 dan bagian harga yang terbesar (*farmer's Share*) diterima oleh petani sebesar 100 persen. Pada saluran tataniaga tiga petani berprofesi sebagai pedagang pengecer dan produk yang dijual sedikit sehingga keuntungan secara total yang diperoleh tidak begitu besar dan hanya sebagian kecil dari jumlah petani yang di wawancarai yang melakukan kegiatan tataniaga ini

**ANALISIS TATANIAGA SAYURAN BAYAM  
(Kasus Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor)**

**Oleh :  
ARIYANTO  
A 14105517**

Skripsi  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Pertanian  
Pada  
Institut Pertanian Bogor

**PROGRAM SARJANA EKSTENSI MANAJEMEN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
2008**

Judul Skripsi : ANALISIS TATANIAGA SAYURAN BAYAM  
(Kasus Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang,  
Kabupaten Bogor, Jawa Barat)  
Nama : Ariyanto  
NRP : A14105517

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

Ir. Netti Tinaprilla. MM  
NIP. 132 133 965

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Pertanian

Prof. Dr. Ir. Didy Sopandie. M. Agr  
NIP. 131 124 019

Tanggal Lulus Ujian :

## **PERNYATAAN**

DENGAN INI SAYA MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI BERJUDUL ”  
ANALISIS TATANIAGA SAYURAN BAYAM (DESA CIARUTEN ILIR,  
KECAMATAN CIBUNGBULANG, KABUPATEN BOGOR, JAWA BARAT) ”  
BELUM PERNAH DIAJUKAN SEBAGAI KARYA TULIS ILMIAH PADA  
PERGURUAN TINGGI ATAU LEMBAGA MANAPUN UNTUK TUJUAN  
MEMPEROLEH GELAR AKADEMIK TERTENTU. SAYA JUGA  
MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI BENAR-BENAR HASIL KARYA  
SENDIRI DAN TIDAK MENGANDUNG BAHAN-BAHAN YANG PERNAH  
DITULIS ATAU DITERBITKAN OLEH PIHAK LAIN KECUALI SEBAGAI  
RUJUKAN YANG DINYATAKAN DALAM NASKAH.

Penulis

(Ariyanto)  
A14105517

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, pasangan Bapak Maijo dan Ibu Ngadiyem yang lahir 31 Januari 1984 di Kota Jakarta, DKI Jakarta. Pada tahun 1996 menamatkan pendidikan sekolah dasar di SDN 01 Pejaten Timur, Jakarta. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke SLTPN 46 Jakarta serta menamatkan pendidikan SMU pada tahun 2002 di SMUN 97 Ciganjur, Jakarta. Pada tahun yang sama, penulis juga diterima menjadi mahasiswa Institut Pertanian Bogor pada program Diploma Teknisi Reproduksi Satwa, Fakultas Kedokteran Hewan angkatan 39. Pada tahun 2005 penulis melanjutkan kegiatan perkuliahan di Institut Pertanian Bogor ke program Studi Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur selalu tercurahkan kepada sang khalik pencipta alam beserta isinya, Allah SWT atas kebesaran dan limpahan rahmat serta hidayah-Nya, shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Syukur alhamdulillah penulis ucapkan atas terselesaikannya penyusunan skripsi yang berjudul “ Analisis Tataniaga Bayam (Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat)”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan sarjana pertanian pada Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.

Upaya memberikan yang terbaik telah dilakukan secara optimal dalam penyusunan skripsi ini, namun seperti pepatah bilang “tak ada gading yang tak retak”. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi pembaca umumnya. Amin.

Bogor, Mei 2008

Penulis

]



## UCAPAN TERIMA KASIH

*Allhamdulillah robbil' alamin*, atas berkah rahmat dan izin Allah SWT akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Penyelesaian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada bagian ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada :

1. Ir. Netti Tinaprilla, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan solusi sehingga penulis diberikan kemudahan dalam melakukan dan menyelesaikan penelitian sehingga penulis diberikan kemudahan dalam melakukan dan menyelesaikan penelitian serta dalam penulisan skripsi.
2. Ir. Burhanudin, MM sebagai dosen penguji utama. Terimakasih atas ilmu, kritik serta masukan berharga bagi kesempurnaan skripsi ini.
3. Tintin Sarianti, Sp selaku dosen komisi Pendidikan. Terimakasih atas waktu yang diluangkan bagi berjalannya proses sidang dengan lancar.
4. Dr. Ir. Rita Nurmalina, MS selaku dosen evaluator pada kolokium yang telah memberikan masukan dan arahan dalam proposal penelitian.
5. Bapak dan Ibu serta Kakak tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan doa, cinta dan kasih sayang.
6. Dizy Soebtrianasari, atas kasih sayang, perhatian, kesetiaan, kesabaran dan bantuan yang diberikan kepada penulis.
7. Dede atas kesediannya memandu penulis dalam mencari petani di lokasi penelitian.

8. Seluruh petani di Desa Ciaruten Ilir, Pak Jaya, Pak Ucu, pandi dan petani lain yang tak dapat disebutkan satu persatu.
9. Arto atas kesediaannya mengantar penulis menuju ke lokasi penelitian.
10. Hemnur Zuhrizky atas kebersamaan dan kesediaannya sebagai pembahas pada seminar penulis.
11. Sudarsono yang telah memberikan tempat kosan untuk menginap selama penelitian.
12. M. Ubaydillah yang senantiasa menyediakan fasilitas komputer serta masukan kepada penulis.
13. Teman-teman di Ekstensi Fajar, Arif, Bona, Wawan, Jam'an, siska, bang naris, Suhendri yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
14. Teman-teman D3 theo, irman, dian dan lia atas masukan dan sarannya.
15. Semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang takkan dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya semoga amal baik Bapak/ Ibu dan rekan-rekan sekalian mendapat kebaikan dari Allah SWT. Amin.

Bogor, Mei 2008

Penulis

## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Keterbatasan Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Bayam .....	9
2.2. Sistem Tataniaga .....	14
BAB III KERANGKA PEMIKIRAN	
3.1 KERANGKA PEMIKIRAN KONSEPTUAL .....	20
3.1.1 Konsep Tataniaga .....	20
3.1.2 Lembaga Tataniaga .....	21
3.1.3 Saluran Tataniaga .....	23
3.1.4 Fungsi - Fungsi Tataniaga .....	24
3.1.5 Struktur Pasar .....	26
3.1.6 Perilaku Pasar .....	28
3.1.7 Keragaan Pasar .....	28
3.1.8 Efisiensi Tataniaga .....	29
3.1.8.1 Margin Tataniaga .....	30
3.1.8.2 <i>Famer's Share</i> .....	32
3.18.3 Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya .....	32
3.2 KERANGKA OPERASIONAL .....	32
BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
4.2 Metode Pengumpulan Data .....	35
4.3 Metode Penarikan Contoh .....	36
4.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data .....	36
4.4.1 Analisis Saluran Tataniaga .....	36
4.4.2 Analisis Lembaga Tataniaga .....	37
4.4.3 Analisis Struktur dan Perilaku Pasar .....	38
4.4.4 Analisis Margin Tataniaga .....	39
4.4.5 Analisis <i>Farmer's Share</i> .....	40
4.4.6 Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya .....	40
4.5 Definisi Operasional .....	41

BAB V GAMBARAN UMUM PENELITIAN	
5.1 Gambaran Umum Desa Ciaruten Ilir .....	43
5.2 Karakteristik Petani Responden .....	44
5.3 Karakteristik Pedagang Responden .....	46
5.4 Gambaran Umum Usahatani Sayuran Bayam.....	47
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	
6.1 Saluran Tataniaga.....	50
6.1.1 Saluran Tataniaga 1 .....	50
6.1.2 Saluran Tataniaga 2.....	51
6.1.3 Saluran Tataniaga 3.....	52
6.2 Fungsi Tataniaga.....	53
6.2.1 Petani.....	54
6.2.2 Pedagang Pengumpul.....	56
6.2.3 Pedagang Pengecer .....	57
6.3 Struktur Pasar.....	61
6.3.1 Petani.....	62
6.3.2 Pedagang Pengumpul.....	62
6.3.3 Pedagang Pengecer .....	63
6.4 Perilaku Pasar.....	63
6.4.1 Praktek Pembelian dan Penjualan .....	64
6.4.1.1 Praktek Pembelian dan Penjualan di tingkat petani .....	64
6.4.1.2 Praktek pembelian dan penjualan di tingkat pedagang pengumpul.....	64
6.4.1.3 Praktek pembelian dan penjualan di tingkat Pedagang pengecer .....	64
6.4.2 Sistem Penentuan Harga .....	65
6.4.2.1 Sistem Penentuan Harga di tingkat petani .....	65
6.4.2.2 Sistem Penentuan Harga di tingkat pedagang pengumpul.....	65
6.4.2.3 Sistem Penentuan Harga di tingkat pedagang pengecer .....	66
6.4.3 Kerjasama antar lembaga tataniaga.....	66
6.5 Marjin Tataniaga.....	67
6.6 <i>Farmer's Share</i> .....	70
6.7 Rasio Keuntungan dan biaya .....	71
6.8 Efisiensi Tataniaga.....	72
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	
-+	
.....7.1 Kesimpulan .....	74
7.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	76
LAMPIRAN.....	78

## DAFTAR TABEL

<u>Nomor</u>		<u>Halaman</u>
1.	Kinerja PDB Komoditas Hortikultura.....	1
2.	Produksi Sayuran Utama Indonesia .....	2
3.	Perkembangan Produksi Bayam di Indonesia.....	3
4.	Perkembangan Produksi Bayam Propinsi di Indonesia .....	4
5.	Produksi Tanaman Sayuran Bayam Kabupaten Bogor .....	5
6.	Produksi Sayuran Bayam per Kecamatan di Kabupaten Bogor.....	5
7.	Kandungan gizi Bayam dan Kangkung.....	10
8.	Dosis dan Waktu Pemberian Pupuk.....	12
9	Penelitian Terdahulu .....	19
10.	Karakteristik Struktur Pasar Berdasarkan sudut penjual dan sudut pembeli.....	26
11.	Fungsi-fungsi tataniaga yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga Tataniaga .....	38
12	Karakteristik Struktur Pasar .....	39
13.	Komposisi Umur Petani Responden di Desa Cairuten Ilir .....	44
14.	Tingkat Pendidikan Petani Responden di Desa Ciaruten Ilir.....	45
15.	Struktur Luas Lahan Petani Responden di Desa Ciaruten Ilir .....	45
16.	Komposisi umur Pedagang Responden di Desa Ciaruten Ilir, Pasar Bogor dan Pasar Minggu.....	46
17.	Tingkat Pendidikan Pedagang Responden di Desa Ciaruten Ilir, Pasar Bogor dan Pasar Minggu.....	46
18	Volume Pembelian Sayuran Bayam oleh Pedagang Responden di Desa Ciaruten Ilir, Pasar Bogor dan Pasar Minggu .....	47
19.	Fungsi-Fungsi tataniaga yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga tataniaga bayam pada setiap saluran tataniaga sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir , Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor .	60
20	Marjin Tataniaga Sayuran Bayam Pada saluran tataniaga 1, 2 dan 3 di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang .....	69

21. *Farmer's Share* pada saluran tataniaga sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor ..... 70
22. Rasio Keuntungan dan Biaya lembaga tataniaga sayuran bayam (Rp/ ikat) di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang..... 71

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1.	Hubungan antara Fungsi-Fungsi Tataniaga Pertama dan Turunan terhadap Marjin Tataniaga dan Nilai Marjin Tataniaga..... 31
2.	Kerangka Pemikiran Operasional ..... 34

## DAFTAR LAMPIRAN

<u>Nomor</u>		<u>Halaman</u>
1	Perkembangan Produksi Sayuran Bayam Di Indonesia.....	78
2	Analisis Budidaya Sayuran Bayam.....	79
3.	Biaya Tataniaga Sayuran Bayam Yang Dikeluarkan Oleh Setiap Lembaga Tataniaga pada Saluran Tataniaga 1.....	80
.4.	Biaya Tataniaga Sayuran Bayam Yang Dikeluarkan Oleh Setiap Lembaga Tataniaga pada Saluran Tataniaga 2.....	80
5.	Biaya Tataniaga Sayuran Bayam Yang Dikeluarkan Oleh Setiap Lembaga Tataniaga pada Saluran Tataniaga 3.....	80
6.	Kuisisioner Petani.....	81
7.	Kuisisioner Pedagang Pengumpul.....	83
8.	Kuisisioner Pedagang Pengecer.....	85



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam yang sangat mendukung untuk pengembangan agribisnis berbasis sayuran. Ketersediaan lahan dengan beragam kondisi agroekosistem dan petani yang mempunyai keahlian di bidang usaha budidaya merupakan pendorong keberhasilan usaha agribisnis yang berkembang hampir di seluruh pelosok tanah air.

Dalam struktur pembentukan PDB (Produk Domestik Bruto) sektor pertanian, sub sektor hortikultura menyumbang 23 persen PDB Pertanian dan menempati posisi kedua terbesar setelah tanaman pangan. Berdasarkan Tabel 1 di dalam sektor hortikultura, PDB sayuran menempati urutan kedua (38 persen) setelah tanaman buah. Dalam tahun 2002-2006, PDB sayuran meningkat dengan rata-rata 8,22 persen per tahun, lebih besar dari laju PDB sub sektor hortikultura yang mencapai rata-rata 7,5 persen per tahun.

**Tabel 1. Kinerja PDB Komoditas Hortikultura Indonesia Periode 2002 - 2006 (milyar Rp)**

Kelompok komoditas	Tahun				
	2002	2003	2004	2005	2006
Buah-buahan	29.167,74	28.245,84	30.764,56	31.694,39	35.397,22
Sayuran	17.867,34	20.573,48	20.748,70	22.601,27	24.394,82
Tanaman biofarmaka	506,49	564,92	722,23	2.806,06	3.732,33
Tanaman hias	3.458,02	4.500,94	4.608,55	4.662,11	4.666,72
Total	51.001	53.885,18	56.854,94	61.763,83	68.191,09

Sumber : Direktorat Jenderal Hortikultura (2006)

Sayuran memiliki keragaman yang sangat banyak baik dari jenis tanaman dan produk yang dikonsumsi. Potensi sumber daya lahan pertanian yang

menyebar mulai dari dataran rendah sampai dataran tinggi serta banyaknya jenis sayuran yang ada di Indonesia memungkinkan untuk usaha budidaya sayuran secara luas. Sayuran merupakan salah satu tanaman yang mempunyai arti penting dalam fungsinya sebagai zat pembangun tubuh. Sayuran dibutuhkan manusia untuk beberapa macam manfaat. Kandungan aneka vitamin dan mineral pada sayur tidak dapat disubstitusi dengan makanan pokok. Pentingnya sayuran untuk kesehatan manusia sudah lama diketahui. Sayuran merupakan sumber serat utama, sumber antioksidan alami yang banyak mengandung vitamin dan mineral.

**Tabel 2. Produksi Sayuran Utama Indonesia Periode 2001-2005 (dalam ton)**

Komoditas	Tahun				
	2001	2002	2003	2004	2005
Cabe	580.464	635.089	1.066.722	1.100.514	1.058.023
Bawang merah	861.150	766.572	762.795	757.399	732.610
Kentang	831.140	893.824	1.009.979	1.072.040	1.009.619
Tomat	483.991	573.517	657.459	626.872	647.020
Wortel	300.648	282.248	355.802	423.722	440.001
Kubis	1.205.404	1.232.843	1.348.433	1.432.814	1.292.984
Lain-lain	2.656.827	2.760.652	3.373.679	3.646.315	3.921.986
Total	6.919.624	7.144.745 (3,25 %)	8.574.869 (20,02 %)	9.059.676 (5,65 %)	9.101.986 (0,47%)

Sumber : Direktorat Bina Produksi dan Hortikultura (2006)

Keterangan ( ) : laju pertumbuhan

Berdasarkan Tabel 2, pada tahun 2001-2005 produksi sayuran utama Indonesia meningkat rata-rata 7,35 persen per tahun. Peningkatan produksi terbesar terjadi pada tahun 2002-2003 sebesar 20,02 persen karena adanya kenaikan produksi cukup besar pada komoditas cabe, kentang, tomat dan kubis. Peningkatan produksi tersebut disebabkan oleh peningkatan luas panen dan produktivitas. Produksi sayuran di Indonesia terus mengalami peningkatan yang terjadi pada tahun 2001-2004. Pada tahun 2005 terjadi penurunan produksi pada komoditas cabe, bawang merah, kentang dan kubis. Produksi sayuran utama

Indonesia terbesar di dominasi oleh kubis, kentang, dan cabe. Upaya peningkatan produktivitas sayuran terus dilakukan melalui peningkatan penerapan teknologi maju, penyediaan sarana dan prasarana produksi. Salah satu sayuran yang perlu ditingkatkan adalah bayam.

Selama tahun 1999-2006 produksi sayuran bayam Indonesia mengalami peningkatan, meskipun terjadi penurunan produksi pada tahun 1999-2001. Penurunan produksi terbesar terjadi pada tahun 1999-2000 yaitu sebesar -19,29 persen, sedangkan peningkatan produksi terbesar pada tahun 2002-2003 sebesar 54 persen. Produksi sayuran bayam meningkat disebabkan semakin tertariknya petani Indonesia untuk menanam sayuran bayam karena dapat di panen dalam waktu 20-30 hari setelah tanam (Tabel 3).

**Tabel 3. Perkembangan Produksi Bayam di Indonesia Periode 1999-2006 (dalam ton)**

Tahun	Produksi Bayam	Peningkatan (%)
1999	81.433	
2000	65.723	-19,29
2001	64.360	-2,07
2002	71.011	10,33
2003	109.423	54
2004	107.737	-1,54
2005	123.785	14, 89
2006	149.435	20,72

Sumber : Badan Pusat Statistik (2006)

Salah satu sentra produksi bayam di Indonesia adalah Jawa Barat. Hal yang mendukung propinsi Jawa Barat cocok untuk pengembangan tanaman sayuran bayam, karena memiliki iklim, tekstur tanah dan cuaca yang baik. Berdasarkan Tabel 4 propinsi Jawa Barat memberi kontribusi terbesar dibandingkan propinsi lain yang ada di Indonesia. Produksi bayam di propinsi Jawa Barat tahun 2000-2001 mengalami penurunan dan terjadi peningkatan

produksi pada tahun 2001-2006. Peningkatan produksi terbesar pada tahun 2002-2003 yaitu dari 12.437 ton sampai 25.846 ton.

**Tabel 4. Perkembangan Produksi Bayam Propinsi di Indonesia Periode 2000-2006 (dalam ton)**

Propinsi	Tahun						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
DKI Jakarta	6.130	2.315	2.578	4.703	3.996	3.649	5.149
Jabar	16.136	12.393	12.437	25.846	27.896	39.548	45.071
Jateng	5.452	5.321	4.430	9.517	6.933	6.623	6.477
D.I Yogya	1.973	2.249	1.819	1.814	1.977	1.958	1.663
Jatim	4.323	4.444	4.441	8.197	10.450	12.650	9.308
Banten	-	5.434	4.385	2.369	3.924	3.457	6.145
Luar Jawa	31.707	32.204	40.921	56.977	52.561	55.900	75.622
Indonesia	65.723	64.360	71.011	109.423	107.737	123.785	149.435

Sumber : Badan Pusat Statistik Jakarta (2006)

Salah satu daerah penghasil sayuran bayam di propinsi Jawa Barat adalah Kabupaten Bogor. Menurut data statistik yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor (Tabel 5). Jumlah produksi tanaman sayuran utama di Kabupaten Bogor dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan yang berarti. Pada tahun 2007 produksi sayuran utama di Kabupaten Bogor terjadi penurunan produksi yang disebabkan adanya gangguan hama, penguasaan teknologi yang masih rendah, pola tanam yang berubah dan kurangnya ketersediaan air. Dari lima komoditi tanaman sayuran utama di Kabupaten Bogor, bayam merupakan tanaman sayuran yang peningkatan produksi rata-rata kedua terbesar dari tanaman sayuran lainnya yang ada di Kabupaten Bogor. Pada tahun 2004, 2005, 2006, 2007 produksi bayam masing-masing sebesar 6.987 ton, 13.493 ton, 29. 853 ton dan 12.258 ton.

**Tabel 5. Produksi Tanaman Sayuran Utama Kabupaten Bogor Periode 2004-2007 (dalam ton)**

Komoditas sayuran	Tahun				Peningkatan rata-rata (%)
	2004	2005	2006	2007	
Mentimun	14.003	25.836	29.366	22.860	21, 68
Kacang panjang	10.798	14.874	17.489	16.446	16, 32
Bawang daun	8.403	5.888	14.360	3.398	- 69,44
Kangkung	7.394	11.846	28.453	21.739	56,66
Bayam	6.987	13.493	29.853	12.258	23,48

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor (2007)

Berdasarkan data Departemen Pertanian Kabupaten Bogor pada Tabel 6, salah satu daerah produksi komoditas bayam di Kabupaten Bogor adalah Kecamatan Cibungbulang. Pada tahun 2005 Kecamatan Cibungbulang mampu memproduksi bayam dalam jumlah besar sebanyak 22.400 kuintal dibandingkan Kecamatan lainnya. Akan tetapi pada tahun 2006 hingga 2007 produksi bayam di Kecamatan Cibungbulang menempati kedua terbesar di Kabupaten Bogor.

**Tabel 6. Produksi Bayam Per Kecamatan di Kabupaten Bogor Periode 2004-2007 (dalam kuintal)**

Kecamatan	Tahun			
	2004	2005	2006	2007
Kemang	25.078	21.183	63.210	60.700
Cibungbulang	4.564	22.400	30.500	23.700
Bojong gede	5.148	19.664	137.240	9.352
Taman sari	5.817	12.683	8.318	6.660

Sumber : Dinas Pertanian dan Kehutanan Kabupaten Bogor (2007)

Tanaman bayam sebagai sayuran daun sudah lama dikenal dan digemari oleh seluruh lapisan masyarakat karena rasanya enak, lunak dan dapat memberikan rasa dingin dalam perut dan dapat memperlancar pencernaan. Tingkat distribusi yang cepat menyebabkan ketersediaan sayuran bayam di pasar

akan lebih terjamin, karena sayuran bayam merupakan sayuran yang tersedia dalam keadaan segar dan tidak memerlukan penyimpanan. Dari penjelasan yang telah disebutkan, maka pengembangan komoditi bayam di Kabupaten Bogor memiliki prospek yang cerah untuk terus dikembangkan. Agar kegiatan produksi bayam di Kabupaten Bogor (khususnya Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang) terjadi secara optimal, maka perlu dilakukan perbaikan pada sistem tataniaga bayam. Tingkat produksi yang optimal menyebabkan ketersediaan bayam dengan harga yang terjangkau.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan informasi yang diterima di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor. Saluran tataniaga bayam memiliki jalur tataniaga yang panjang dan *farmers's share* rendah dengan kisaran antara 28 persen - 42,8 persen. Lembaga tataniaga yang terlibat adalah petani, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Setiap lembaga pemasaran yang terlibat akan memperoleh nilai tambah dari margin pemasaran.

Harga jual komoditi bayam dari petani kepada pedagang pengumpul di desa Ciaruten Ilir dengan kisaran Rp140/ikat - Rp300/ikat, sedangkan harga jual di pedagang pengecer ke konsumen dengan kisaran Rp500/ikat - Rp700/ikat. Perbedaan harga bayam di tingkat petani dengan di tingkat konsumen terjadi begitu besar.

Petani di Desa Ciaruten Ilir sebagai produsen sekaligus sebagai pihak yang menerima harga. Dalam posisi tawar-menawar sering tidak seimbang, petani dikalahkan dengan kepentingan pedagang yang lebih dulu mengetahui harga. Keluhan ini semakin diperkuat karena fluktuasi harga selalu berubah-ubah.

Fluktuasi harga yang terus berlanjut membawa dampak semakin merosotnya pendapatan yang diperoleh. Selain itu, kurangnya informasi pasar menyebabkan lemahnya posisi petani dalam rantai pemasaran.

Dalam mekanisme pasar, tampaknya pihak petani tidak memiliki peran dalam penentuan harga. Kondisi perkembangan harga sayuran bayam lebih dominan dikendalikan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Para pedagang ini memiliki kekuatan besar dalam penentuan harga dan perolehan keuntungan. Jika petani menjual kepada pedagang pengumpul lain, maka harga yang diterima biasanya lebih rendah daripada pedagang terdahulu. Hal ini disebabkan adanya sistem informasi harga sering tidak sampai ke tangan petani pada saat yang tepat.

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah adalah

1. Bagaimana saluran tataniaga dan fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tataniaga pada komoditas sayuran bayam?
2. Bagaimana struktur dan perilaku pasar pada masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat?
3. Bagaimana efisiensi saluran tataniaga sayuran bayam berdasarkan margin tataniaga, *farmer's share*, rasio keuntungan dan biaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Menganalisis saluran tataniaga dan fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tataniaga pada komoditas sayuran bayam.

2. Menganalisis struktur dan perilaku pasar pada masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat.
3. Menganalisis efisiensi saluran tataniaga sayuran bayam berdasarkan margin tataniaga, *farmer's share*, rasio keuntungan dan biaya.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi berbagai pihak seperti :

1. Petani dan lembaga tataniaga sebagai bahan pertimbangan dalam pembentukan sistem tataniaga bayam yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.
2. Pemerintah sebagai bahan informasi bagi perencanaan kebijaksanaan guna meningkatkan efisiensi tataniaga bayam
3. Pihak lain sebagai bahan masukan atau rujukan bagi penelitian berikutnya.

#### **1.5 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dari penelitian ini adalah harga yang dianalisis adalah harga pada saat penelitian, yaitu pada bulan Maret – April tahun 2008. Hal ini terjadi karena harga sayuran bayam yang terjadi sangat berfluktuasi. Selain itu tidak tersedia data harga pasar sayuran bayam di pasar Bogor dan di pasar-pasar lainnya, akibatnya pada penelitian ini tidak dapat dilakukan analisis keterpaduan pasar.



## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Bayam**

Penelitian yang berkaitan dengan komoditi bayam, Susanto (2002) melakukan penelitian Analisis kelayakan tanaman bayam dan sawi sebagai alternatif tanam pada musim kemarau dengan pemanfaatan sumber air irigasi kembang. Tanaman bayam, buncis dan sawi sebagai alternatif tanah pada musim kemarau dengan penggunaan air irigasi embung berdasarkan hasil finansial diperoleh usahatani tersebut memberikan keuntungan sehingga layak untuk terus dilanjutkan dengan adanya persaingan, dari segi jarak usahatani tersebut lebih berkompeten karena kedekatannya dengan pasar. Sehingga dapat dikatakan rekomendasi tanaman yang diusulkan untuk intensifikasi lahan di musim kemarau memberikan tambahan keuntungan petani setempat, dari usahatani sebelumnya yang hanya memberikan kerugian kepada petani setempat dapat meningkatkan pendapatan petani.

Menurut Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura tahun 2003 di dalam buku Budidaya Sayuran Daun Seri Bayam dan Kangkung. Kandungan bayam memiliki keunggulan dibandingkan dengan sayuran kangkung, Berdasarkan Tabel 7 sayuran bayam banyak mengandung vitamin dan garam-garam mineral penting yang diperlukan tubuh. Bayam bisa tumbuh sepanjang tahun, baik di dataran rendah sampai dataran tinggi (pegunungan). Tanaman ini dapat diusahakan secara komersial di sawah, kebun/ tegalan, namun bisa pula secara sambilan untuk kebutuhan sehari-hari di pekarangan yang sempit sekalipun.

**Tabel 7. Kandungan Gizi Bayam dan Kangkung**

Kandungan gizi	Jumlah /100 gr. Bahan	
	Bayam	Kangkung
1. Kalori	36 Kal	29 kal
2. Protein	3,5 gram	3, 0 gr
3. Lemak	0,5 gram	0, 3 gr
4. Hidrat arang	6,5 gram	5, 4 gr
5. Vitamin B1	908 mgr	0, 07 mgr
6. Vitamin A	6,090 SI	6, 300 SI
7. Vitamin C	80 mgr	32 mgr
8. Kalsium	267 mgr	73 mgr
9. Fosfor	67 mgr	50 mgr
10. Zat besi	3,9 mgr	2, 5 mgr
11. Air	86,9 mgr	89, 7 gr

Sumber : Direktorat Gizi, Depkes RI, (1981)

Jenis-jenis bayam yang dibudidayakan sebagai tanaman sayuran. Yang biasa dan banyak diusahakan oleh para petani antara lain :

1. Bayam cabut / sekul (*Amaranthus tricolor L.*)

Bayam jenis ini batangnya ada yang berwarna kemerahan (bayam merah) dan ada pula yang berwarna keputih-putihan (bayam putih). Bayam yang biasanya secara cabutan dijual dalam bentuk ikatan.

2. Bayam tahun/ skop/kakap (*Amaranthus hybridus*)

Bayam jenis ini biasanya mempunyai daun yang lebar dan dipanen daun-daunnya saja. Bayam ini dibedakan dalam 2 varietas :

*a. Amaranthus hybridus* varietas *caudatus*

Bayam ini daunnya lebar, pangkal serta ujung daun meruncing, berwarna hijau atau hijau merah. Contoh dari bayam jenis ini antara lain adalah bayam kakap, bayam sekop.

*b. Amaranthus hybridus* varietas *peniculum*

Pada bagian pangkal helai daun jenis bayam ini tumpul dan berwarna hijau. Contoh bayam jenis ini antara lain : bayam selasih.

Untuk pertumbuhannya bayam tidak memerlukan persyaratan yang terlalu rumit. Tanaman ini dapat ditanam/diusahakan baik di dataran rendah maupun dataran tinggi, sehingga hampir di seluruh wilayah nusantara dapat diusahakan jenis sayuran ini. Untuk konsumsi keluarga sayuran ini dapat diusahakan secara sambilan di pekarangan atau halaman rumah.

Bayam diperbanyak secara generatif (biji), tanpa melalui persemaian. Kebutuhan benih bayam setiap 10 m<sup>2</sup> bedengan adalah sekitar 10 gram yang berisi kira-kira 10.000 butir biji dengan takaran  $\pm$  3 sendok : teh besar atau 1 kotak korek api. Benih dapat diperoleh dari pertanaman produksi, dengan jalan meninggalkan sejumlah tanaman terpilih untuk terus dipelihara sampai menghasilkan benih. Benih yang telah dipanen dikeringkan secukupnya kemudian dirontokkan. Setelah itu benih dibersihkan dan disimpan dalam kaleng, sebaiknya benih dibungkus dengan plastik dan diikat dengan kuat. Untuk menjaga kaleng agar tidak kemasukkan udara lembab maka pertemuan mulut kaleng dengan penutupnya perlu dilapis parafin.

Pengolahan tanah untuk budidaya bayam cabutan dilakukan dengan mencangkul sedalam 20 cm sedang untuk bayam tahunan pencangkulan dilakukan lebih dalam yaitu sekitar 30 cm. Setelah tanah diratakan kembali kemudian diberikan pupuk kandang sebanyak  $\pm$  10 ton/ Ha. Untuk lebih memudahkan pemeliharannya kelak, maka pertanaman hendaknya dilakukan dalam bentuk bedengan ukuran 1m x 5 m, baik untuk bayam cabutan maupun bayam tahunan.

Diantara bedengan dibuat parit selebar 30 cm untuk memudahkan penyiraman dan sekaligus berfungsi sebagai saluran drainase. Bedengan dibuat bertepi agak tinggi agar biji bayam yang halus tidak bisa keluar bedengan akibat

siraman air. Sebelum benih disebar pada bedengan yang basah, biji bayam yang halus diaduk rata dengan abu dapur kering dalam perbandingan 1 takar benih dengan 10 takar abu. Benih disebar atau dideretkan dalam garitan yang berjarak 15 – 20 cm di atas suatu petakan yang telah diberi cukup pupuk kandang. Setelah itu ditutup dengan tanah tipis -tipis sampai merata kemudian dilakukan penyiraman secara hati-hati sedikit demi sedikit tetapi sering dengan volume kira-kira 50 liter siraman/ 10 m<sup>2</sup> pada pagi dan sore hari kecuali jika ada hujan. Biasanya benih akan mulai berkecambah pada hari kelima. Penyiangan dapat dilakukan pada saat tanaman berumur ± 2 minggu. Rumput-rumput atau gulma pengganggu supaya dibersihkan dengan cara dicabut atau dibuang, kemudian tanah sekitar batang tanaman digemburkan. Penyaringan berikutnya dapat dilakukan setiap 2 minggu sekali.

Disamping pemberian pupuk kandang sebagai pupuk dasar maka pupuk anorganik juga diberikan sebagai pupuk dasar. Jenis pupuk yang diberikan adalah Urea, SP 36 dan KCl. Dosis pupuk yang diberikan tergantung pada jenis tanaman sebelumnya serta kandungan unsur pada masing-masing jenis pupuk. Pemberian pupuk tidak perlu terlalu dalam, cukup disebar dalam garitan ± 5 cm disebelah kanan dan kiri barisan. Pemupukan bayam hendaknya disesuaikan dengan rekomendasi / anjuran setempat (bila ada). Sebagai patokan dapat digunakan dosis pemupukan seperti Tabel 8 berikut :

**Tabel 8. Dosis dan Waktu pemberian Pupuk**

Jenis	Dosis total (kg/Ha)	Pupuk Dasar (kg/Ha)	Pupuk susulan (Kg/Ha) 20 HST
Kandang	10.000	10.000	-
Urea	150	50	100
SP 36	100	50	50
KCL	80	40	40

Penjarangan dapat dilakukan baik terhadap bayam cabutan maupun bayam tahunan. Proses penjarangan pada bayam cabutan sekaligus adalah pelaksanaan panen. Setiap panen dipilih tanaman yang besar-besar. Proses pencabutan/ penjarangan ini harus hati-hati agar tidak merusak tanaman yang tertinggal. Penjarangan pertama dapat dilakukan pada hari ke 20 sesudah tanam. Pada hari ke 35 – 50 praktis seluruh tanaman sudah dicabut dengan meninggalkan 3 – 4 pohon yang pertumbuhannya bagus untuk dijadikan pohon pembibitan. Tanah bekas cabutan ini dapat ditanam bayam lagi. Pada jenis bayam tahunan, penjarangan dapat dilakukan sampai pada hari yang ke 35 dengan jarak tanaman yang ditinggalkan 50 x 40 cm, sehingga dalam setiap bedengan yang berukuran 1 x 5 m terdapat 20 – 40 pohon.

Gangguan pertanaman baik oleh hama maupun penyakit tidak banyak dijumpai, kecuali adanya kerusakan daun yang ditimbulkan oleh ulat daun. Gangguan pertanaman yang lain adalah berasal dari rumput-rumputan terutama teki, lempunyan dan lain-lain tumbuhan pengganggu. Untuk mencegah serangan hama dianjurkan menggunakan insektisida antara lain Ambush 2 EC dengan konsentrasi 2 cc per liter air atau 2 Lannate 2 gram per liter air, sedangkan untuk mencegah / memberantas penyakit cendawan seperti karat daun dapat dilakukan dengan penyemprotan Dithane 1,5 – 2 gram per liter air. Sedangkan untuk pengendalian gulma selain dengan jalan mencabut / membuang dapat juga dipergunakan Herbisida Goal (2 liter/ Ha) atau Lasso (3 liter /Ha) ditambah Parguad (1 Kg/Ha).

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, proses penjarangan pada bayam cabutan juga merupakan pelaksanaan pemanenan hasil. Pemanenan dapat

dilakukan berturut-turut pada hari ke 20, 25, dan ke 30, dengan menyisakan beberapa tanaman yang tumbuhnya subur sebagai bakal benih. Untuk bayam petik (tahunan) pemungutan hasil dilakukan dengan jalan memetik pucuk-pucuk daun. Setelah itu ketiak-ketiak daun akan bertunas lagi sehingga pemetikannya dapat dilakukan pada umur 3 minggu cara cabutan sebanyak (70 kg/10 m<sup>2</sup>) selanjutnya jika yang dipanen daunnya (bayam tahunan) hasil yang diperoleh sekitar 30 kg / 10 m<sup>2</sup>.

Dalam satu kali penanaman untuk lahan 1 Ha, petani bayam mengeluarkan biaya sebesar Rp 5.573.334,-. Biaya-biaya tersebut merupakan biaya produksi yang digunakan untuk pembelian benih, pupuk, serta upah tenaga kerja. Produksi bayam untuk lahan 1 Ha sebesar Rp 7.000.000,- sehingga keuntungan per musim/sekali tanam sebesar Rp 1.426.666,-. Biaya produksi dan faktor-faktor produksi yang digunakan dapat dilihat pada Lampiran 2.

## **2.2 Sistem Tataniaga**

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan sistem tataniaga, Hasniah (2005) melakukan penelitian : Analisis sistem dan efisiensi tataniaga komoditas pepaya sayur (kasus Desa Sukamaju, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat). Pola pemasaran terdiri dari tiga buah saluran tataniaga. Saluran tataniaga I (petani - pedagang pengumpul - pedagang grosir - pedagang pengecer - konsumen). Saluran tataniaga II (petani - pedagang pengumpul - pedagang pengecer - konsumen). Saluran tataniaga III (petani - pedagang pengecer - konsumen). Saluran tataniaga I merupakan saluran tataniaga pepaya sayur terpanjang dan digunakan oleh 6,04 persen dari total petani responden.

Sedangkan saluran tataniaga II merupakan saluran tataniaga digunakan oleh 35, 17 persen dari total petani responden. Saluran tataniaga III dipergunakan oleh 58, 79 persen petani responden. Pada saluran III petani langsung menjual produknya ke pedagang pengecer di pasar.

Struktur pasar yang dihadapi petani pepaya sayur di Desa Sukamaju cenderung bersifat pasar bersaing sempurna, karena jumlah petani yang banyak dan petani bebas untuk keluar masuk pasar. Selain itu produk bersifat homogen. Sistem penentuan harga dilakukan oleh pedagang berdasarkan harga yang berlaku di pasar sehingga kedudukan petani dalam sistem tataniaga sangat lemah. Petani bertindak sebagai *price taker*. Struktur pasar yang dihadapi pedagang pengumpul di Desa Sukamaju adalah oligopsoni. Hal ini terlihat melalui adanya hambatan bagi pedagang dari daerah lain untuk keluar masuk pasar. Hambatan tersebut berupa hubungan kolusi yang terselubung diantara pedagang pengumpul yang menguasai pasar. Struktur pasar yang dihadapi pedagang grosir adalah oligopoli karena pedagang grosir memiliki kekuatan untuk mempengaruhi harga pasar dan terdapat hambatan untuk keluar masuk pasar. Struktur pasar yang dihadapi pedagang pengecer adalah pasar persaingan sempurna, karena jumlah pedagang pengecer cukup banyak, produk bersifat homogen, harga berdasarkan mekanisme pasar dan pedagang pengecer tidak dapat mempengaruhi harga pasar. Selain itu pedagang pengecer dapat dengan bebas keluar masuk pasar.

Viniera (2006) melakukan penelitian : Analisis tataniaga komoditas kelapa kopyor. Pola pemasaran terdiri dari tiga buah saluran tataniaga. Saluran tataniaga I (petani - pedagang pengumpul - pedagang besar - pedagang pengecer - konsumen). Jumlah petani yang terlibat 8 orang (26,67 persen). Saluran tataniaga

II (petani - pedagang pengumpul I - pedagang pengumpul II - pedagang besar - pedagang pengecer - konsumen). Jumlah petani yang terlibat 11 orang ( 36,67 persen). Saluran tataniaga III (petani - pedagang pengumpul II - pedagang besar - pedagang pengecer - konsumen). Jumlah petani yang terlibat 11 orang ( 36,67 persen).

Fungsi pemasaran yang dilakukan petani kelapa kopyor yaitu fungsi pertukaran berupa kegiatan penjualan baik kepada pedagang pengumpul I, maupun pedagang pengumpul II. Fungsi fisik dilakukan apabila petani menjual langsung ke pasar yaitu fungsi pengemasan, fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan. Sedangkan fungsi fasilitas berupa kegiatan sortasi, fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar, dengan memperlihatkan perkembangan harga di setiap pasar.

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul I antara lain fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi sortasi, fungsi pengemasan, fungsi pengangkutan ke tempat pedagang besar atau pengumpul II. Fungsi pembiayaan yaitu penyediaan modal untuk melakukan pembayaran tunai kepada petani dan fungsi informasi pasar.

Lestari (2006) melakukan penelitian tentang : Analisis tataniaga bengkuang (kasus Kecamatan Prembun, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah ). Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data analisis secara kuantitatif dan deskripsi kualitatif. Efisiensi pemasaran diukur dengan struktur, perilaku dan keragaan pasar. Analisis keragaan pasar dilakukan dengan melihat margin pemasaran, bagian harga yang diterima petani dan keterpaduan pasar.



Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Kecamatan Prembun terdapat enam jalur pemasaran bengkuang. Jalur I memasarkan bengkuang dari petani kepada pedagang pengumpul, dilanjutkan ke pedagang antar kota (PAK) dan ke pedagang pengecer 2 sebelum ke tangan konsumen. Sedangkan jalur II memasarkan bengkuang dari petani langsung kepada pedagang antar kota (PAK), kemudian pedagang pengecer-2 dan akhirnya ke konsumen. Jalur III meliputi dari petani ke pedagang antar kota (PAK), kemudian pedagang grosir dan dilanjutkan ke pedagang pengecer 2 sampai tangan konsumen. Jalur IV meliputi dari petani kepada pedagang antar kota (PAK) dan langsung disalurkan ke konsumen. Pada jalur V bengkuang distribusikan dari petani kepada pengecer 2 lokal sebelum akhirnya ke tangan konsumen akhir. Jalur VI memasarkan bengkuang ke tangan konsumen melalui pedagang pengecer 2 di pinggir jalan.

Struktur pasar yang terjadi adalah tidak bersaing sempurna. Penguasaan saluran terhadap pemasaran sangat penting karena sangat mendukung proses pendistribusian dan juga pendapatan bagi lembaga pemasaran. Lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran tidak terlalu banyak, hal ini karena dibutuhkan pengalaman, relasi pemasaran dan biaya. Selain itu izin berjualan cukup sulit diperoleh pedagang grosir. Penjual dan pembeli tidak mudah keluar masuk pasar. Sedangkan informasi pasar cukup sulit didapat karena lebih dikuasai oleh pedagang antar kota (PAK).

Penelitian yang dilakukan Nurliah (2002) tentang: Analisis pendapatan usahatani dan pemasaran cabai merah keriting di Desa Sindangmekar, Kecamatan Wanaraja, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Saluran pemasaran cabai merah keriting berjumlah empat saluran. Saluran pemasaran ini melibatkan beberapa lembaga

pemasaran yang meliputi pedagang pengumpul, pedagang grosir dan pedagang pengecer. Setiap lembaga pemasaran umumnya melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran seperti fungsi pertukaran berupa pembelian dan penjualan, fungsi fisik berupa pengemasan dan pengangkutan dan fungsi fasilitas berupa sortasi, pembiayaan, penanggungan resiko dan informasi pasar. Struktur pasar yang dihadapi oleh petani dan pedagang pengumpul mendekati oligopsoni, sedangkan pedagang grosir menghadapi struktur pasar yang mengarah ke bentuk pasar oligopoli dan struktur pasar yang dihadapi oleh pedagang pengecer adalah pasar persaingan monopolistik.

Struktur pasar yang dihadapi petani pepaya sayur dan kelapa kopyor mengarah ke pasar persaingan sempurna. Struktur pasar cabai rawit merah di Pasar Induk Kramat Jati cenderung oligopoli. Struktur pasar yang terjadi antara petani dengan PPD adalah struktur pasar oligopsoni, sedangkan struktur pasar yang terjadi pada grosir I, grosir II, dan pedagang pengecer adalah oligopoli.

Berdasarkan penelitian terdahulu dapat dilihat bahwa penelitian mengenai tataniaga sayuran masih terbatas dapat dilihat pada Tabel 9. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena penelitian mengenai analisis tataniaga bayam belum pernah dilakukan. Penelitian diharapkan dapat menjadi acuan untuk mengembangkan Kabupaten Bogor (khususnya Desa Ciaruten ilir, Kecamatan Cibungbulang) menjadi sentra produksi bayam di Propinsi Jawa Barat.

**Tabel 9. Penelitian Terdahulu**

No	Penulis	Judul	Hasil
1	Hasniah (2005)	Analisis sistem dan efisiensi tataniaga komoditas pepaya sayur (kasus Desa Sukamaju, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat)	Terdapat 3 saluran tataniaga Lembaga tataniaga yang terlibat meliputi petani, pedagang pengumpul, pedagang grosir, pedagang pengecer
2	Vinifera (2006)	Analisis tataniaga komoditas kelapa kopyor.	Terdapat 4 saluran tataniaga Lembaga tataniaga yang terlibat meliputi petani, pedagang pengumpul I, pedagang pengumpul II, pedagang besar, pedagang pengecer
3	Lestari (2006)	Analisis tataniaga bengkuang (kasus Kecamatan Prembun, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah )	Terdapat 6 saluran tataniaga Lembaga tataniaga yang terlibat meliputi pedagang pengumpul, pedagang antar kota (PAK), pedagang grosir dan pedagang pengecer
4	Nurliah (2002)	Analisis pendapatan usahatani dan pemasaran cabai merah keriting di Desa Sindangmekar, Kecamatan Wanaraja, Kabupaten Garut, Jawa Barat.	Terdapat 4 saluran tataniaga. Lembaga tataniaga meliputi pedagang pengumpul, pedagang grosir dan pedagang pengecer.

## **BAB III KERANGKA PEMIKIRAN**

### **3.1 Kerangka Pemikiran Konseptual**

#### **3.1.1 Konsep Tataniaga**

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya melibatkan individu dan kelompok dalam mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2002).

Tataniaga merupakan rangkaian tahapan fungsi yang dibutuhkan untuk mengubah atau membentuk input produk mulai dari titik produsen sampai konsumen akhir. Serangkaian fungsi tersebut terdiri dari proses produksi, pengumpulan, pengolahan, dan penyaluran oleh grosir, pedagang pengecer sampai konsumen (Dahl dan Hammond, 1977).

Kohls dan Uhl (1985), mendefinisikan tataniaga pertanian merupakan keragaan dari semua aktivitas bisnis dalam aliran barang atau jasa komoditas pertanian mulai dari tingkat produksi (petani) sampai konsumen akhir, yang mencakup aspek input dan output pertanian. Kohls dan Uhl (1985) menggunakan beberapa pendekatan dalam menganalisis sistem tataniaga yaitu ;

1. Pendekatan Fungsi (*The Fungsional Approach*)

Merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengetahui fungsi tataniaga apa saja yang dijalankan oleh pelaku yang terlibat dalam tataniaga. Fungsi-fungsi tersebut adalah fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (penyimpanan, transportasi, dan pengolahan) dan fungsi fasilitas (standarisasi, resiko, pembiayaan, dan informasi pasar)

## 2. Pendekatan Kelembagaan (*The Institutional Approach*)

Merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengetahui berbagai macam lembaga atau pelaku yang terlibat dalam tataniaga. Pelaku-pelaku ini adalah pedagang perantara (*merchant middleman*) yang terdiri dari pedagang pengumpul, pedagang pengecer, pedagang spekulatif, agen, manufaktur, dan organisasi lainnya yang terlibat.

## 3. Pendekatan Sistem (*The Behavior System Approach*)

Merupakan pelengkap dari pendekatan fungsi kelembagaan untuk mengetahui aktivitas-aktivitas yang ada dalam proses tataniaga, seperti perilaku lembaga yang terlibat dalam tataniaga dan kombinasi dari fungsi tataniaga. Pendekatan ini terdiri dari *the input-output system*, *the power system*, dan *the communication system*.

### **3.1.2 Lembaga Tataniaga**

Hanafiah dan Saefudin (1983), menjelaskan bahwa lembaga tataniaga adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi tataniaga dimana barang bergerak dari produsen sampai konsumen. Lembaga tataniaga ini bisa termasuk golongan produsen, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa.

Limbong dan Sitorus (1987), menjelaskan lembaga pemasaran yang merupakan suatu badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan-kegiatan tataniaga atau pemasaran menurut fungsinya dapat dibedakan atas :

- a) Lembaga fisik tataniaga yaitu lembaga-lembaga yang menjalankan fungsi fisik . misalnya badan pengangkut / transportasi.

- b) Lembaga perantara tataniaga ialah suatu lembaga yang khusus mengadakan fungsi pertukaran.
- c) Lembaga fasilitas tataniaga ialah lembaga-lembaga yang melaksanakan fungsi-fungsi fasilitas seperti bank desa, kredit, desa, KUD.

Lembaga –lembaga pemasaran menurut penguasaan terhadap barang dan jasa terdiri dari :

- a) Lembaga pemasaran yang tidak memiliki tetapi menguasai barang. Misalnya agen, perantara dan broker.
- b) Lembaga pemasaran yang memiliki dan menguasai barang. Contohnya pedagang pengumpul, pedagang pengecer, grosir, eksportir, importir.

Umumnya lembaga pemasaran komoditi pertanian terdiri dari petani, pedagang pengumpul di tingkat lokal, pedagang antar daerah, pedagang besar, pengecer, dan agen-agen penunjang. Agen penunjang seperti perusahaan pengangkutan, perusahaan penyimpanan, pengolahan biro-biro periklanan, lembaga keuangan dan lain sebagainya. Lembaga ini memiliki peranan penting dalam proses penyampaian komoditi pertanian yang bersifat musiman, *bulky*, (volume produk besar dengan nilai yang kecil), dan tidak tahan disimpan lama. Sehingga pelaku pemasaran harus memasok barang dengan jumlah yang cukup untuk mencapai jumlah yang dibutuhkan konsumen dan tersedia secara kontinu. Semakin efisien sistem tataniaga hasil pertanian, semakin sederhana pula jumlah rantai pemasarannya.

### **3.1.3 Saluran Tataniaga**

Saluran tataniaga adalah usaha yang dilakukan untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke tangan konsumen yang didalamnya terlibat beberapa lembaga tataniaga yang menjalankan fungsi-fungsi tataniaga ( Limbong dan Sitorus, 1987).

Kotler (2003) saluran tataniaga adalah serangkaian organisasi yang saling bergantung serta terlibat dalam proses menjadikan produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi.

Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih saluran tataniaga (Limbong dan Sitorus, 1987) yaitu :

1. Pertimbangan pasar yang meliputi konsumen sasaran akhir mencakup pembeli potensial, konsentrasi pasar secara geografis, volume pesanan dan kebiasaan pembeli.
2. Pertimbangan barang yang meliputi nilai barang per unit, besar dan berat barang, tingkat kerusakan, sifat teknis barang, dan apakah barang tersebut untuk memenuhi pesanan atau pasar.
3. Pertimbangan internal perusahaan yang meliputi sumber permodalan, kemampuan dan pengalaman penjualan.
4. Pertimbangan terhadap lembaga perantara, yang meliputi pelayanan lembaga perantara, kesesuaian lembaga perantara dengan kebijaksanaan produsen dan pertimbangan biaya.

Menurut Hanafiah dan Saefudin (1983) menjelaskan panjang pendeknya saluran pemasaran tergantung pada :

1. Jarak antara produsen dan konsumen

Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen makin panjang saluran pemasaran yang terjadi.

2. Skala produksi

Semakin kecil skala produksi, saluran yang terjadi cenderung panjang karena memerlukan pedagang perantara dalam penyalurannya.

3. Cepat tidaknya produk rusak

Produk yang mudah rusak menghendaki saluran pemasaran yang pendek, karena harus segera diterima konsumen.

4. Posisi keuangan pengusaha

Pedagang yang posisi keuangannya kuat cenderung dapat melakukan lebih banyak fungsi pemasaran dan memperpendek saluran pemasaran.

### **3.1.4 Fungsi-Fungsi Tataniaga**

Limbong dan Sitorus (1987) mendefinisikan fungsi tataniaga sebagai kegiatan-kegiatan atau tindakan yang dapat memperlancar proses penyampaian barang atau jasa. Fungsi tataniaga dapat dikelompokkan atas tiga fungsi yaitu

1. Fungsi Pertukaran adalah kegiatan yang memperlancar perpindahan hak milik dan jasa yang di pasarkan. Fungsi pertukaran ini terdiri dari dua fungsi yaitu fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Pembelian merupakan kegiatan melakukan penetapan jumlah dan kualitas barang, mencari sumber barang, menetapkan harga dan syarat-syarat pembelian. Kegiatan penjualan diikuti mencari pasar, menetapkan jumlah, kualitas serta menentukan saluran tataniaga yang paling sesuai.



2. Fungsi Fisik adalah suatu tindakan langsung berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu. Fungsi ini terdiri dari a) fungsi penyimpanan yaitu untuk membuat komoditi selalu tersedia pada saat konsumen menginginkannya, b) fungsi pengangkutan yaitu pemindahan, melakukan kegiatan membuat komoditi selalu tersedia pada tempat tertentu yang diinginkan. dan c) fungsi pengolahan yaitu untuk komoditi pertanian, kegiatan yang dilakukan merubah bentuk melalui proses yang diinginkan sehingga dapat meningkatkan kegunaan, kepuasan dan merupakan usaha untuk memperluas pasar dari komoditi asal.
3. Fungsi Fasilitas adalah semua tindakan yang bertujuan untuk memperlancar kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dan konsumen. Fungsi fasilitas terdiri dari : a) Fungsi standarisasi dan grading yaitu mempermudah pembelian barang, mempermudah pelaksanaan jual beli, mengurangi biaya pemasaran dan memperluas pasar. b) Fungsi penanggungan resiko dengan menerima kemungkinan kehilangan dalam proses pemasaran yang disebabkan resiko fisik dan resiko pasar. c) Fungsi pembiayaan yaitu kegiatan pembayaran dalam bentuk uang untuk memperluas proses tataniaga. dan d) Fungsi informasi pasar dengan mengumpulkan interpretasi dari sejumlah data sehingga proses pemasaran menjadi lebih sempurna.

### 3.1.5 Struktur pasar

Struktur pasar adalah dimensi yang menjelaskan sistem pengambilan keputusan oleh perusahaan, jumlah perusahaan, dalam suatu pasar, konsentrasi perusahaan, jenis-jenis dan diferensiasi produk serta syarat-syarat masuk pasar (Limbong dan Sitorus, 1987).

Struktur pasar adalah sifat-sifat atau karakteristik pasar. Ada empat faktor penentu dari karakteristik struktur pasar : a) jumlah atau ukuran pasar : b) kondisi atau keadaan produk : c) kondisi keluar atau masuk pasar : d) tingkat pengetahuan informasi pasar yang dimiliki oleh partisipan dalam pemasaran misalnya biaya, harga dan kondisi pasar antar partisipan (Dahl dan Hammond, 1977)

**Tabel 10. Karakteristik Struktur Pasar Berdasarkan Sudut Penjual Dan Sudut Pembeli**

N C	Karakteristik				Struktur pasar	
	Jumlah pembeli dan penjual	Sifat produk	Keluar masuk pasar	Pengendalian harga	Sudut penjual	Sudut pembeli
1	Banyak	Standarisasi homogen	Mudah	Tidak ada	Persaingan murni	Persaingan murni
2	Banyak	Diferensiasi	Relatif mudah	Tergantung tingkat perbedaan	Persaingan monopolistik	Persaingan monopolistik
3	Sedikit	Standar	Sulit	Cenderung stabil	Oligopoli Murni	Oligopoli Murni
4	Sedikit	Diferensiasi	Sulit	Cenderung stabil	Oligopoli	oligopoli
5	Satu	Unik	Sulit	Ada	Diferensiasi monopoli	Diferensiasi monopoli

Sumber : Dahl dan Hammond, (1977)

Struktur pasar persaingan sempurna murni memiliki ciri-ciri sebagai berikut : terdapat banyak penjual dan pembeli. Setiap pembeli maupun penjual menguasai sebagian kecil dari barang/jasa yang ada di pasar. Pembeli dan penjual

sebagai penerima harga (*price taker*), bebas keluar masuk pasar dan barang atau jasa homogen.

Pasar monopolistik terdapat banyak pembeli dan penjual yang melakukan transaksi pada berbagai tingkat harga dan bukan atas dasar satu harga pasar. Produk yang dijual tidak homogen, produk dapat dibedakan menurut kualitas, ciri atau gaya, pelayanan yang berbeda, perbedaan pengepakan warna bungkus dan harga. Penjual melakukan penawaran yang berbeda untuk segmen pembeli yang berbeda dan bebas menggunakan merek, periklanan dan *personal selling*.

Pasar oligopoli terdiri dari beberapa penjual yang sangat peka akan strategi pemasaran dan penetapan harga perusahaan lainnya. Produk dapat berupa produk homogen (baja, aluminium) atau berupa produk heterogen (mobil, komputer). Sedikitnya jumlah penjual ini disebabkan tingginya hambatan untuk memasuki industri yang bersangkutan. Hambatan ini seperti paten, kebutuhan modal yang besar, pengendalian bahan baku, pengetahuan yang sifatnya perorangan dan lokasi yang langka. Seorang oligopoli tidak pernah merasa pasti apa yang akan dinikmati secara tetap dari penurunan harga. Sebaliknya jika suatu perusahaan oligopolis menaikkan harga, pesaing tidak mengikutinya. Perusahaan yang oligopolis harus memberikan perhatian penuh pada taktik pesaing serta keinginan langganan. Tingkat harga pada dasar oligopolistik relatif stabil.

Pasar monopoli terjadi ketika suatu industri atau pasar hanya memiliki satu produsen. Pemasok tunggal menikmati kendali penuh atas harga produk-produknya. Halangannya hanya terletak pada menurunnya permintaan pelanggan dalam menanggapi meningkatnya harga (Griffin, 2003).

Pada struktur pasar dijelaskan bagaimana perilaku penjual dan pembeli yang terlibat (*market conduct*) dan selanjutnya akan menunjukkan keragaan yang terjadi dari struktur dan perilaku pasar (*market performance*) yang ada di dalam sistem tataniaga tersebut.

### **3.1.6 Perilaku pasar**

Perilaku pasar adalah pola tingkah laku dari lembaga pemasaran yang menyesuaikan dengan struktur pasar dimana lembaga tersebut melakukan kegiatan pembelian dan penjualan, penentuan harga dan kerjasama antara lembaga pemasaran (Hammond dan Dahl, 1977).

Menurut Asmarantaka dalam Lestari (2006), bahwa perilaku pasar ada tiga cara yaitu 1) penentuan harga dan *setting level of output* : menetapkan penentuan harga tidak berpengaruh terhadap perusahaan lain, melainkan ditetapkan secara bersama-sama oleh penjual atau penetapan harga berdasarkan pemimpin harga. 2) *product promotion policy* ; melalui pameran dan iklan atas nama perusahaan. 3) *predatory and exclusivenary factics*; strategi ini bersifat illegal karena bertujuan mendorong perusahaan pesaing untuk keluar dari pasar. Strategi ini berusaha menguasai bahan baku, sehingga perusahaan pesaing tidak memproduksi dengan menggunakan bahan baku yang sama.

### **3.1.7 Keragaan pasar**

Keragaan pasar menunjukkan akibat keadaan struktur dan perilaku pasar dalam kenyataan sehari-hari yang ditunjukkan dengan harga, biaya, volume,

produksi yang akhirnya memberikan penilaian baik atau tidaknya suatu sistem tataniaga (Dahl dan Hammond, 1977).

Analisis terhadap keragaan pasar dapat diketahui melalui analisis perkembangan harga, marjin tataniaga dan penyebaran korelasi harga di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen, elastisitas transmisi dan integrasi pasar.

### **3.1.8 Efisiensi Tataniaga**

Sistem tataniaga yang efisien akan tercipta apabila seluruh lembaga tataniaga yang terlibat dalam kegiatan memperoleh kepuasan dengan aktivitas tataniaga tersebut (Limbong dan Sitorus, 1987). Penurunan biaya input dari pelaksanaan pekerjaan tertentu tanpa mengurangi kepuasan konsumen akan output barang dan jasa, menunjukkan efisiensi. Setiap kegiatan fungsi tataniaga memerlukan biaya yang selanjutnya diperhitungkan ke dalam harga produk. Lembaga tataniaga menaikkan harga per satuan kepada konsumen atau menekan harga di tingkat produsen. Dengan demikian efisiensi tataniaga perlu dilakukan melalui penurunan biaya tataniaga.

Efisiensi tataniaga dapat diukur melalui dua cara yaitu efisiensi operasional dan harga. Menurut Dahl dan Hammond (1977) efisiensi operasional menunjukkan biaya minimum yang dapat dicapai dalam pelaksanaan fungsi dasar pemasaran yaitu pengumpulan, transportasi, penyimpanan, pengolahan, distribusi dan aktivitas fisik dan fasilitas. Efisiensi harga menunjukkan pada kemampuan harga dan tanda-tanda harga untuk penjual serta memberikan tanda kepada konsumen sebagai panduan dari penggunaan sumber daya produksi dari sisi

produksi dan tataniaga. Dengan menggunakan konsep biaya tataniaga, suatu sistem tataniaga dikatakan efisiensi bila dapat dilaksanakan dengan biaya yang rendah.

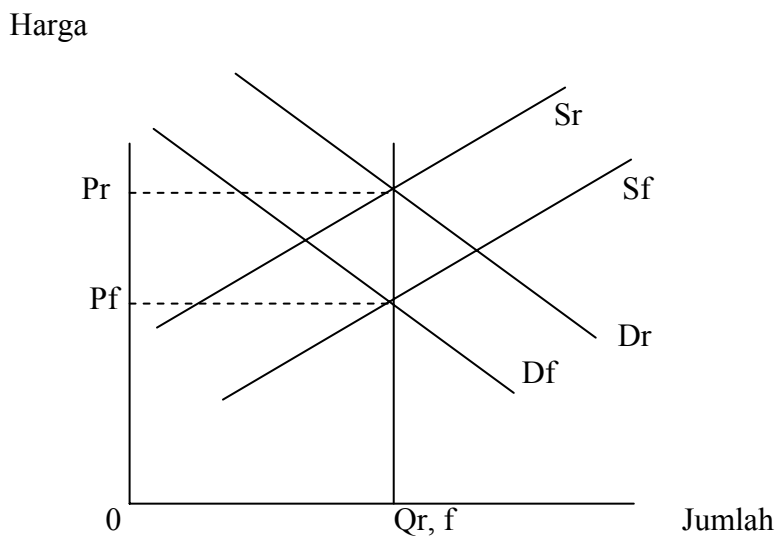
### **3.1.8.1 Margin Tataniaga**

Margin tataniaga dapat juga didefinisikan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen hingga tingkat konsumen akhir. Semua kegiatan tataniaga memerlukan biaya yang disebut biaya tataniaga (Limbong dan Sitorus, 1987). Biaya tataniaga meliputi semua jenis biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam sistem tataniaga komoditi sayuran bayam

Menurut Dahl dan Hammond (1977) mendefinisikan margin tataniaga sebagai perbedaan harga di tingkat petani (Pf) dengan harga pedagang pengecer (Pr). Nilai margin tataniaga (*value or marketing margin*) merupakan perkalian antara margin tataniaga dengan volume produk yang terjual  $(Pr - Pf) \times Q_{rf}$  yang mengandung pengertian *marketing cost* (biaya-biaya pemasaran) dan *marketing changes* (lembaga pemasaran).

Dari Gambar 1 tersebut dapat dilihat besarnya nilai Margin Tataniaga yang merupakan hasil perkalian dari perbedaan harga pada dua tingkat lembaga tataniaga (dalam hal ini selisih harga eceran dengan harga petani) dengan jumlah produk yang dipasarkan. Semakin besar perbedaan harga antara lembaga-lembaga tataniaga yang terlibat, terutama antara harga yang terjadi di tingkat eceran dengan harga yang diterima petani, maka semakin besar pula margin

tataniaga dari komoditi yang bersangkutan. Hal ini disebabkan banyak lembaga tataniaga yang terlibat mengakibatkan biaya tataniaga meningkat akan diikuti peningkatan pengambilan keuntungan oleh setiap lembaga tataniaga yang terlibat.



Gambar 1. Hubungan antara fungsi – fungsi pertama dan turunan terhadap margin tataniaga dan nilai margin tataniaga (Limbong dan Sitorus, 1987)

Keterangan :

- Pr = Harga di tingkat pedagang pengecer
- Pf = Harga di tingkat petani
- Sr = Supply di tingkat pengecer (derived supply)
- Sf = Supply di tingkat petani
- Dr = Demand di tingkat pengecer (derived demand)
- Df = Demand di tingkat petani ( primary demand)
- Qr, f = Jumlah keseimbangan di tingkat petani dan tingkat pengecer

Besar kecilnya marjin pemasaran sering digunakan sebagai kriteria untuk penilaian apakah pasar tersebut sudah efisien. Namun tinggi-rendahnya margin

pemasaran tidak selamanya dapat digunakan sebagai ukuran efisiensi kegiatan pemasaran.

Secara umum suatu sistem pemasaran dikatakan efisiensi, apabila dalam memasarkan suatu komoditi yang sama terdapat penyebaran margin yang merata di semua pelaku pemasaran. Dalam kondisi ini diharapkan terjadi suatu keadaan dimana masing-masing pihak memiliki keuntungan, baik pada produsen, pelaku pemasaran dan konsumen.

### **3.1.8.2 *Farmer's Share***

Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi tataniaga adalah dengan membandingkan bagian yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayar konsumen akhir. Bagian yang diterima lembaga tataniaga dinyatakan dalam bentuk persentase (Limbong dan Sitorus, 1987).

Kohls dan Uhl (1985) mendefinisikan *farmer's share* sebagai persentase harga yang diterima oleh petani sebagai imbalan dari kegiatan usaha tani yang dilakukannya dalam menghasilkan produk. Dalam analisis efisiensi pemasaran *farmer's share* lebih sering digunakan sebagai alat analisis yang baik.

### **3.1.8.3 Rasio Keuntungan dan Biaya**

Tingkat efisiensi tataniaga dapat juga diukur melalui besarnya rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga. Rasio keuntungan dan biaya tataniaga



mendefinisikan besarnya keuntungan yang diterima atas biaya tataniaga yang dikeluarkan. Dengan demikian semakin meratanya penyebaran rasio keuntungan dan biaya, maka dari segi operasional sistem tataniaga semakin efisien ( Limbong dan Sitorus, 1987).

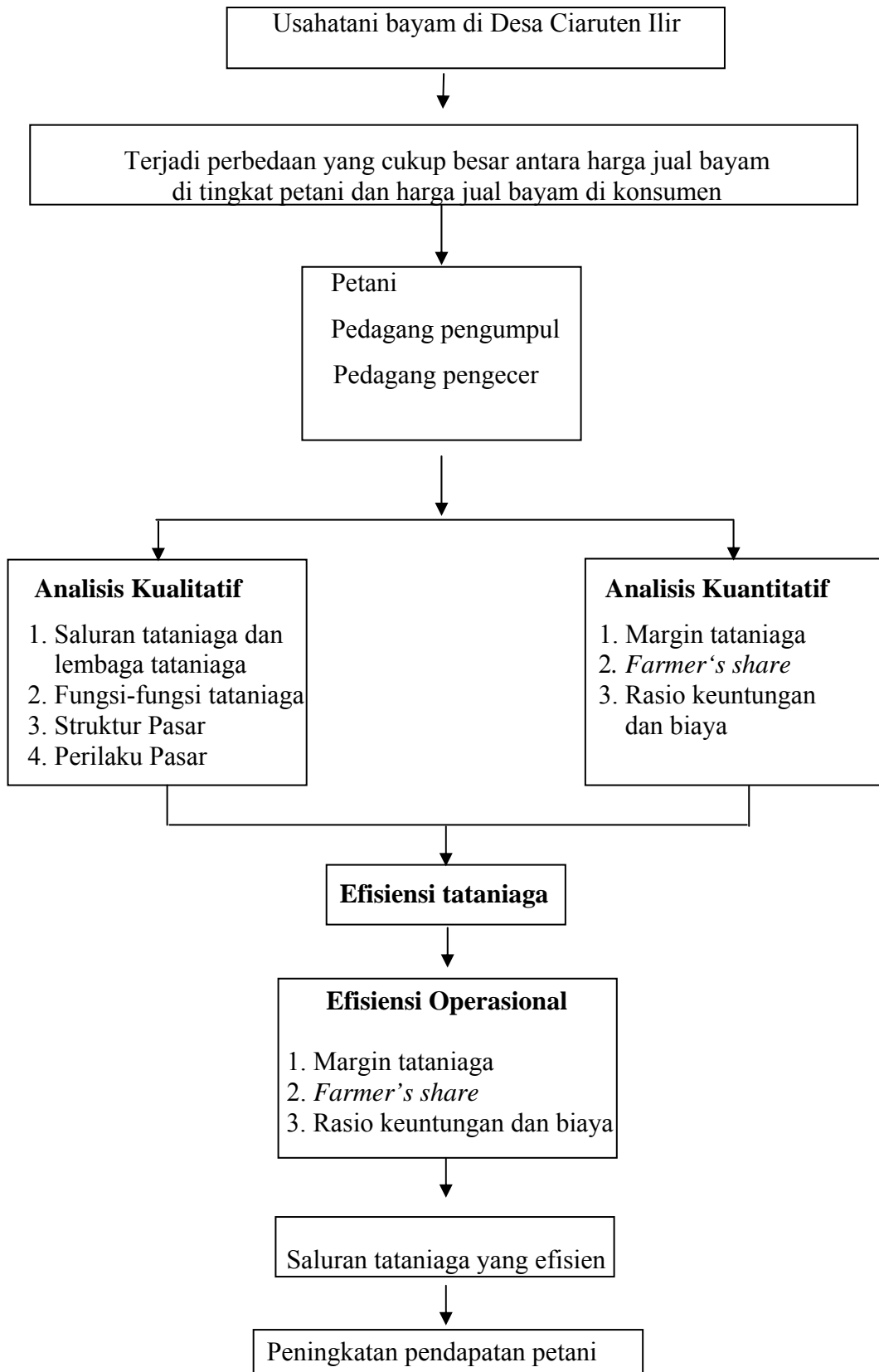
### **3.2 Kerangka Pemikiran Operasional**

Pada usahatani bayam di Desa Ciaruten Ilir memerlukan sistem pemasaran yang terjadi pada suatu pasar komoditi bayam, hal ini terbentuk dengan beberapa lembaga pemasaran yang terlibat. Diantara lembaga pemasaran pada sistem pemasaran tersebut dapat terbentuk adanya perbedaan harga yang cukup besar di tingkat petani bayam dan harga ditingkat pedagang pengecer, dimana antara petani dan pedagang pengecer terdapat lembaga pemasaran yang terlibat.

Penelitian mengenai tataniaga bayam dilakukan dengan analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif meliputi analisis fungsi-fungsi tataniaga, saluran tataniaga, struktur pasar dan perilaku pasar mulai dari petani sampai dengan pedagang pengecer. Analisis kuantitatif meliputi analisis margin tataniaga untuk mengetahui perbedaan harga di tingkat lembaga pemasaran yang terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran, untuk mengetahui perolehan petani digunakan analisis *farmer's share* dengan membandingkan harga yang dibayarkan konsumen akhir dan dinyatakan dalam persentase. Analisis rasio keuntungan dan biaya untuk mengetahui merata tidaknya penyebaran rasio keuntungan dan biaya di setiap lembaga pemasaran.

Untuk mengetahui efisiensi tataniaga dapat diukur melalui efisiensi operasional dengan memperhatikan nilai Margin tataniaga, *farmer's share*, rasio keuntungan dan biaya. Efisiensi operasional menunjukkan biaya minimum yang dapat dicapai dalam pelaksanaan fungsi dasar pemasaran yaitu pengumpulan, transportasi, penyimpanan, pengolahan, distribusi dan aktivitas fisik dan fasilitas. Efisiensi harga tidak dilakukan, karena tidak tersedia data harga pasar sayuran bayam di pasar Bogor dan di pasar-pasar lainnya.

Dengan melihat hasil dari efisiensi operasional sehingga dapat dilihat saluran tataniaga mana yang efisien dan dapat meningkatkan pendapatan petani dengan perbedaan harga yang tidak terlalu berbeda dan harga yang terjadi konstan.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Operasional

## **BAB IV METODE PENELITIAN**

### **4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut salah satu daerah sentra produksi sayuran bayam yang potensial di Kabupaten Bogor. Penelitian dilakukan pada bulan Maret – April 2008.

### **4.2 Metode Pengumpulan Data**

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pembagian daftar pertanyaan yang telah di siapkan dengan teknik wawancara langsung kepada petani serta lembaga-lembaga tataniaga yang terlibat seperti pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Pengamatan responden dilakukan dengan menggunakan metode informasi dari pelaku pasar pada saat penelusuran saluran tataniaga, sehingga responden yang diambil adalah responden yang benar-benar memasok sayuran bayam ke pasar. Penarikan sampel petani dilakukan secara sengaja yaitu petani yang sedang memproduksi atau melakukan penjualan sayuran bayam pada saat penelitian sedang dilakukan.

Data sekunder dikumpulkan dari instansi terkait seperti Direktorat Jenderal Tanaman Pangan dan Hortikultura, Departemen Pertanian, Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Bogor serta literatur-literatur dan sumber –sumber lain yang terkait dengan judul penelitian.

### **4.3 Metode Penarikan Contoh**

Pemilihan petani responden dilakukan secara sengaja (*purposive*). Jumlah petani yang dijadikan sebanyak 20 orang karena telah dianggap telah mewakili populasi petani bayam di Desa Ciaruten Ilir dari 50 petani yang ada. Penentuan sampel lembaga-lembaga pemasaran selanjutnya dilakukan dengan menggunakan *snowball sampling* yaitu dengan menelusuri saluran pemasaran bayam yang dominan di daerah penelitian berdasarkan informasi yang di dapat dari pelaku pasar sebelumnya dari tingkat petani sampai pedagang pengecer. Pedagang yang diambil sebagai sampel terdiri dari tiga orang pedagang pengumpul, dan lima pedagang pengecer.

### **4.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data**

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Proses analisis data kualitatif menggambarkan secara deskriptif yang terdiri dari saluran tataniaga, fungsi-fungsi tataniaga serta struktur dan perilaku pasar. Sedangkan analisis data kuantitatif dipergunakan untuk menganalisis besaran margin tataniaga, *farmers's share* dan rasio keuntungan biaya. Alat analisis data kuantitatif yang digunakan berupa kalkulator, program komputer microsoft Excel serta sistem tabulasi data.

#### **4.4.1 Analisis Saluran Tataniaga**

Saluran tataniaga sayuran bayam Desa Ciaruten Ilir diamati mulai dari petani dengan menghitung persentase pasokan sampai pedagang pengecer dan hingga pada akhirnya sampai ke konsumen akhir. Jalur tataniaga tersebut akan

menggambarkan peta saluran tataniaga. Semakin panjang saluran tataniaga, maka margin tataniaga yang terjadi antara produsen dan konsumen akan semakin tinggi.

Saluran tataniaga sayuran bayam Desa Ciaruten Ilir dianalisis dengan mengamati lembaga-lembaga tataniaga berperan sebagai pihak perantara dalam proses penyampaian produk dari produsen ke konsumen serta pembentukan peta saluran tataniaga.

#### **4.4.2 Analisis Lembaga Tataniaga**

Analisis lembaga tataniaga dilakukan untuk mengetahui fungsi-fungsi tataniaga yang dilaksanakan oleh masing-masing lembaga tataniaga. Analisis fungsi-fungsi tataniaga digunakan untuk mengevaluasi biaya tataniaga. Manfaat lain dari analisis fungsi dari tataniaga adalah sebagai bahan perbandingan biaya yang dihasilkan oleh setiap lembaga pemasaran. Perbandingan biaya tersebut terdapat hubungan diantara lembaga tataniaga.

Fungsi tataniaga merupakan kegiatan-kegiatan yang wajib dilaksanakan dalam proses tataniaga. Fungsi-fungsi tataniaga diamati melalui kegiatan pokok yang dilakukan oleh setiap lembaga tataniaga dalam proses penyaluran komoditas sayuran bayam dari titik produsen ke titik konsumen. Fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan lembaga tataniaga terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas dapat dilihat pada Tabel 11.

**Tabel 11. Fungsi-Fungsi Tataniaga Yang Dilaksanakan Oleh Lembaga-Lembaga Tataniaga Bayam**

Fungsi Tataniaga	Lembaga Tataniaga			
	Petani	Pedagang Pengumpul	Pedagang Besar	Pedagang Pengecer
1. Fungsi Pertukaran - Penjualan - Pembelian				
2. Fungsi Fisik - Penyimpanan - Pengangkutan - Pengolahan				
3. Fungsi Fasilitas - Standarisasi dan Grading - Penanggungan Resiko - Pembiayaan - Informasi Pasar				

Sumber : Limbong dan Sitorus, 1987

#### **4.4.3 Analisis Struktur dan Perilaku Pasar**

Metode analisis struktur pasar digunakan untuk mengetahui apakah struktur pasar cenderung mendekati bentuk pasar persaingan sempurna atau tidak sempurna. Untuk mengetahui struktur pasar sayuran bayam dapat dilakukan pengamatan dan penelusuran terhadap jumlah lembaga tataniaga, mudah tidaknya memasuki pasar, sifat produk dan sistem informasi pasar dapat dilihat pada Tabel 12.

Metode analisis perilaku pasar dilakukan melalui pengamatan terhadap praktek penjualan dan pembelian sistem penentuan. Selain itu perilaku pasar dapat dianalisis melalui dan pembayaran harga serta sistem kerjasama yang terjalin diantara lembaga-lembaga tataniaga.

**Tabel 12. Karakteristik Struktur Pasar**

Karakteristik Pasar	Struktur Pasar				
	Persaingan sempurna	Persaingan monopolistik	Oligopoli Murni	Oligopoli	Diferensiasi monopoli
Jumlah pembeli dan penjual	Banyak	Banyak	Sedikit	Sedikit	Satu
Sifat produk	Standarisasi homogen	Diferensias	Standar	Diferensiasi	Unik
Keluar masuk pasar	Mudah	Relatif mudah	Sulit	Sulit	Sulit
Pengendalian harga	Tidak ada	Tergantung tingkat perbedaan	Cenderung stabil	Cenderung stabil	Ada
Lembaga Tataniaga					

Sumber : Dahl dan Hammond, (1977)

#### 4.4.4 Analisis Margin Tataniaga

Analisis margin tataniaga digunakan untuk melihat tingkat efisiensi teknis tataniaga sayuran bayam. Marjin tataniaga dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap tingkat lembaga tataniaga. Marjin tataniaga terdiri dari biaya tataniaga dan keuntungan biaya. Besarnya marjin tataniaga dipengaruhi oleh jalur tataniaga komoditas yang bersangkutan. Marjin tataniaga diperoleh oleh lembaga-lembaga tataniaga hasil dari fungsi tataniaga, harga penjualan, harga pembelian di setiap tingkat lembaga tataniaga, biaya tataniaga dan keuntungan tataniaga dapat dirumuskan sebagai berikut (Limbong dan Sitorus, 1987) ;

$$M_i = P_{si} - P_{bi} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan ;  $M_i$  = marjin tataniaga di tingkat ke-i  
 $P_{si}$  = harga jual pasar di tingkat ke -i  
 $P_{bi}$  = harga beli pasar di tingkat ke-i

$$M_i = L_i + \pi_i \dots\dots\dots(2)$$



Keterangan ;  $L_i$  = biaya lembaga pemasaran pada tingkat ke-i  
 $\pi_i$  = keuntungan lembaga pemasaran pada tingkat ke-i

Dari kedua persamaan diatas, maka diperoleh :

$$P_{si} - P_{bi} = L_i + \pi_i$$

Keuntungan Lembaga pemasaran pada tingkat ke -i

$$\pi_i = P_{si} - P_{bi} - L_i$$

#### 4.4.5 Analisis *Farmer's Share*

*Farmer's Share* digunakan untuk membandingkan harga yang dibayar konsumen terhadap harga produk yang diterima petani (Limbong dan Sitorus, 1987). Besarnya nilai bagian petani dapat dihitung berdasarkan rumus :

$$\text{Farmer's Share} = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan :  $P_f$  = harga di tingkat petani

$P_r$  = harga yang dibayarkan konsumen akhir

#### 4.4.6 Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya

Rasio Keuntungan dan Biaya pemasaran merupakan besarnya yang diterima lembaga pemasaran sebagai imbalan atas biaya pemasaran yang dikeluarkan (Limbong dan Sitorus, 1987). Rasio keuntungan dan biaya pemasaran setiap lembaga tataniaga dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio Keuntungan dan Biaya} = \frac{\Pi}{C_1}$$

$\Pi$  = keuntungan lembaga pemasaran

$C_1$  = biaya pemasaran

#### 4.5 Definisi Operasional

Untuk menjelaskan pengertian mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Lembaga Pemasaran adalah lembaga-lembaga yang melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran melalui proses pendistribusian sayuran bayam dari produsen sampai konsumen, seperti ;
  - a. Petani adalah sejumlah petani yang memiliki tanaman sayuran bayam, memproduksi dan melakukan penjualan sayuran bayam.
  - b. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang melakukan pembelian dari petani dan menyalurkan produk kepada pedagang grosir atau langsung menjualnya kepada pedagang pengecer.
  - c. Pedagang grosir adalah pedagang yang menerima produk dari pedagang pengumpul untuk kemudian mengirimkannya kepada pedagang pengecer.
  - d. Pedagang pengecer adalah pedagang yang menerima produk dari pedagang pengumpul dan pedagang grosir untuk kemudian dijual kepada konsumen akhir.
2. Harga jual petani (Rp/Kg) adalah harga rata-rata produk (per kilogram) yang diterima petani.
3. Harga beli pedagang (Rp/Kg) adalah harga rata-rata produk perkilogram yang dibeli dari petani atau dari pedagang perantara sebelumnya.
4. Harga jual pedagang (Rp/Kg) adalah harga rata-rata produk per kilogram yang dijual pedagang kepada pedagang lainnya atau kepada konsumen akhir.

5. Biaya tataniaga (Rp/Kg) biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan produk dari produsen sampai konsumen.
6. Marjin tataniaga adalah perbedaan harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen untuk produk yang sama.
7. Keuntungan tataniaga (Rp/Kg) adalah selisih antara biaya jual dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan tataniaga.

## **BAB V**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

#### **5.1 Gambaran Umum Desa Ciaruten Ilir**

Desa Ciaruten Ilir merupakan bagian wilayah Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor, Propinsi Jawa Barat. Desa ini merupakan daerah dataran tinggi dengan tingkat suhu rata-rata  $24^{\circ}$  - $40^{\circ}$  C. Curah hujan rata-rata pertahun di daerah ini sekitar 130 mm. Kondisi tersebut menyebabkan Desa Ciaruten Ilir sesuai untuk budidaya sayuran dan tanaman padi. Desa Ciaruten Ilir memiliki batas-batas administrasi sebagai berikut : sebelah utara berbatasan dengan Desa Cidokom (Kecamatan Rumpin) sebelah selatan berbatasan dengan Desa Lewungkolot sebelah barat berbatasan dengan Desa Cijungjung dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Ciampea.

Jarak Desa Ciaruten Ilir ke Kecamatan Ciampea adalah 3 km, dengan Walikota Bogor adalah 16 km. Luas wilayah Desa Ciaruten Ilir secara keseluruhan adalah 360 Ha, yang digunakan untuk pemukiman (147 ha), bangunan fasilitas umum (13 ha), areal pertanian (200 ha). Desa Ciaruten Ilir terdiri dari 4 Dusun, 35 RT dan 10 RW.

Jumlah penduduk Desa Ciaruten Ilir sampai dengan Februari 2008 adalah 10.343 orang. Jumlah penduduk Desa Ciaruten Ilir terdiri dari 5.281 orang penduduk pria dan 5.062 orang penduduk wanita. Penduduk Desa Ciaruten Ilir lebih banyak yang berusia 20 - 30 tahun yaitu sebanyak 1.683 orang dari total penduduk termasuk dalam kriteria usia produktif.

Dilihat dari struktur mata pencahariannya, penduduk Desa Ciaruten Ilir sebagian besar bekerja sebagai petani yaitu sekitar 80 persen dari jumlah

penduduk yang bekerja. Sedangkan penduduk yang lain diantara bekerja sebagai penjual jasa dan pedagang. Jenis pertanian yang diusahakan oleh petani Desa Cairuten Ilir adalah sayuran dan padi.

## 5.2 Karakteristik Petani Responden

Metode pengambilan data dilakukan secara sengaja yaitu petani yang sedang melakukan usahatani bayam. Petani responden dipilih sebanyak 20 orang dalam satu desa yaitu petani yang sedang memproduksi atau melakukan panen sayuran bayam. Petani responden tidak hanya menanam bayam tetapi juga melakukan rotasi tanaman lain setelah terjadi panen, seperti kangkung, caesin, selada, terong. Umur termuda petani responden di Desa Ciaruten Ilir adalah 19 tahun dan umur tertua adalah 56 tahun. Seluruh petani responden berjenis kelamin pria. Umur petani responden yang berusia 21 – 30 sebanyak 11 orang atau 55 persen. Umur petani responden dibawah 20 tahun sebanyak 2 orang atau 10 persen, petani tersebut menggantikan peran orang tuanya yang sudah berumur tua. Data mengenai umur petani responden dapat dilihat pada Tabel 13 .

**Tabel 13. Komposisi Umur Petani Responden di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor**

Kelompok Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
≤ 20	2	10
21-30	11	55
31-40	2	10
41-50	3	15
51-60	2	10
Total	20	100

Tingkat pendidikan petani responden masih tergolong rendah karena sebagian besar tidak tamat SD yaitu sebanyak 12 orang atau 60 persen dari total responden. Petani responden yang tamat SD sebanyak 7 orang atau 35 persen dan

petani responden yang tidak sekolah sebanyak 1 orang atau 5 persen. Alasan petani tidak melanjutkan sekolah dasar ke SMP karena jauhnya lokasi SMP atau tidak adanya SMP di Desa Ciaruten Ilir. Pada tahun 2008 di Desa Ciaruten Ilir baru dibuka SMP terbuka. Data mengenai tingkat pendidikan petani responden di Desa Ciaruten Ilir dapat dilihat pada Tabel 14.

**Tabel 14. Data Mengenai Tingkat Pendidikan Petani Responden Di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor**

Tingkat Pendidikan	Jumlah(orang)	Persentase (%)
Tidak Sekolah	1	5
Tidak Tamat SD	12	60
Tamat SD	7	35
Tamat SMP	-	-
Jumlah	20	100

Petani responden di Desa Ciaruetn Ilir yang memiliki luas lahan 751 – 1000 m<sup>2</sup> sebanyak 8 orang atau 40 persen dan petani yang memiliki luas lahan 500 – 750 m<sup>2</sup> sebanyak 7 orang atau 35 persen dari total petani responden. Luas lahan sangat menentukan efisiensi produksi dan keuntungan yang diterima petani dari menanam sayuran bayam. Luas lahan yang dimiliki petani responden kepemilikan yaitu milik sendiri. Dari jumlah luas lahan yang dimiliki petani responden tidak hanya menanam sayuran bayam tetapi menanam sayuran lainnya dengan porsi luas lahan yang berbeda-beda untuk tiap jenis sayuran. Data mengenai struktur luas lahan petani responden dapat dilihat pada Tabel 15.

**Tabel 15. Struktur Luas Lahan Petani Responden Di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor**

Luas lahan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
≤ 500 m <sup>2</sup>	5	25
500 – 750 m <sup>2</sup>	7	35
751 -1000 m <sup>2</sup>	8	40
Jumlah	20	100

### 5.3 Karakteristik Pedagang Responden

Pedagang responden yang dipilih pada penelitian sebanyak 8 orang yang terdiri dari tiga orang pedagang pengumpul, dua orang pedagang pengecer di Pasar Bogor dan tiga orang pedagang pengecer di Pasar Minggu. Pedagang responden tidak hanya menjual sayuran bayam tetapi juga menjual sayuran lain seperti kangkung, kemangi, selada dan sayuran lainnya.

Umur termuda pedagang responden adalah 25 tahun dan umur tertua adalah 45 tahun. Seluruh pedagang responden berjenis kelamin pria. Komposisi umur pedagang responden dapat dilihat pada Tabel 16 berikut :

**Tabel 16. Komposisi Umur Pedagang Responden di Desa Ciaruten Iilir, Pasar Bogor, Pasar Minggu**

Kelompok Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
≤ 30 tahun	3	37,5
31 - 40 tahun	3	37,5
41 – 50 tahun	2	25
Jumlah	8	100

Tingkat pendidikan pedagang responden masih tergolong rendah , karena sebagian besar hanya sampai tamat SD yaitu sebanyak lima orang. Pedagang responden yang hanya tamat SMP sebanyak satu orang dan tidak sekolah sebanyak dua orang. Data mengenai tingkat pendidikan pedagang responden dapat ditunjukkan pada Tabel 17 di bawah ini.

**Tabel 17. Tingkat Pendidikan Pedagang Responden di Desa Ciaruten Iilir, Pasar Bogor, dan Pasar Minggu**

Tingkat pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Tidak Sekolah	2	25
Tamat SD	5	62,5
Tamat SMP	1	12,5
Jumlah	8	100

Volume pembelian sayuran bayam oleh pedagang pengumpul rata-rata 60 gabung. Volume pembelian terkecil sebesar 50 gabung dan terbesar adalah 70

gabung. Semakin besar volume pembelian maka semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengumpul.

Volume pembelian sayuran bayam oleh pedagang pengecer rata-rata 19 gabung. Volume pembelian terkecil adalah 5 gabung dan terbesar adalah 40 gabung. Besarnya volume pembelian yang dilakukan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer berdasarkan hasil penjualan sebelumnya. Pedagang pengecer dan pedagang pengumpul tidak hanya menjual sayuran bayam tetapi menjual sayuran lainnya seperti caesin, selada, kangkung, daun singkong dan lain-lain. Volume pembelian sayuran bayam per hari oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dapat dilihat pada Tabel 18.

**Tabel 18. Volume Pembelian Sayuran Bayam Oleh Pedagang Responden di Desa Ciaruten Ilir, Pasar Bogor, dan Pasar Minggu**

Volume pembelian (gabung / ikat)	Jumlah (orang)	
	Pedagang pengumpul	Pedagang pengecer
≤ 5	-	1
6 - 20	-	3
21 - 30	-	-
31 - 40	-	1
41 - 50	-	-
≥ 50	3	-
<b>Jumlah</b>	<b>3</b>	<b>5</b>

#### **5.4 Gambaran Usahatani Sayuran Bayam di Desa Ciaruten Ilir**

Budidaya sayuran bayam meliputi kegiatan pengolahan lahan, penanaman, pemupukan serta perlindungan tanaman dan perawatan lain-lain hingga panen. Faktor-faktor produksi yang umumnya dipakai adalah bibit atau benih, pupuk kandang, pupuk kimia, peralatan dan tenaga kerja. Pupuk kandang yang digunakan biasanya berasal dari kotoran ayam, sedangkan pupuk kimia yang digunakan adalah pupuk urea.



Kegiatan tanaman sayuran bayam terdiri dari beberapa tahap yaitu persiapan lahan, pembentukan bedengan, pemberian pupuk, penanaman, penyulaman, pemupukan dan panen. Pada usahatani sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir dengan luas lahan rata-rata yang dimiliki petani responden sebesar 1000 m<sup>2</sup>. Tenaga kerja yang digunakan untuk pengolahan tanah, penyiraman dan panen. Upah tenaga kerja yang diberikan sebesar Rp 20.000 per hari untuk tenaga kerja pria digunakan untuk pengolahan tanah selama 2 hari dan penyiraman 1 hari untuk 3 orang. Kegiatan pengolahan tanah dan penyiraman untuk lahan seluas 500m<sup>2</sup>. Periode panen yang dilakukan oleh tenaga kerja wanita, biasanya berjumlah tiga orang. Pemanenan dilakukan secara manual yaitu mencabut dengan menggunakan tangan dan disatukan dalam bentuk ikatan kecil. Upah tenaga kerja sebesar Rp 6 /ikat, sedangkan pembersihan dan pengangkutan hasil ke rumah petani sebesar Rp 25.000,- selama 3 hari. Periode panen dilakukan pada hari ke 20 sampai 25, setelah pemanenan sayuran bayam petani tidak melakukan penanaman bayam, tetapi melakukan penanaman sayuran lain seperti kangkung, casin, atau selada. Sayuran yang ditanam dilakukan rotasi tanam setelah terjadi panen, supaya tanah tetap subur. Produksi rata-rata untuk lahan 100 m<sup>2</sup> yang dihasilkan petani responden sebesar 7500/ikat besar atau 15.000/ikat kecil. Sayuran bayam yang sudah dicabut dijadikan dalam bentuk ikatan besar (2 ikatan kecil) disatukan 50 ikatan besar dijadikan 1 gabung. Dalam satu kali panen untuk luas lahan 1000 m<sup>2</sup> mengeluarkan biaya rata-rata sebesar Rp 697.000,- biaya produksi dan faktor-faktor produksi yang digunakan dapat dilihat pada analisis berikut ;

## Biaya Produksi

1. Bibit (benih 3 botol @ Rp 20.000)	Rp 60.000
2. Pupuk	
pupuk kandang (60 karung @ Rp 4.000)	Rp 240.000
pupuk urea (20 kg @ Rp 1.600)	Rp 32.000
3. Obat (1 botol @ Rp 25.000)	Rp 25.000
4. Tenaga Kerja	
a. Pengolahan lahan ( 3 HKP @ Rp 20.000 untuk 3 orang)	Rp 180.000
b. Pengemasan ( 1 HKP @ 20.000 untuk 3 hari)	Rp 60.000
c. Panen ( 15000 ikat kecil @ Rp 6)	Rp 90.000
d. Biaya lain-lain	Rp 100.000

Jumlah biaya produksi sayuran bayam untuk luas lahan 1000 m<sup>2</sup> adalah

Rp 697.000,-

## **BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **6.1 Saluran Tataniaga**

Saluran tataniaga sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir dari petani hingga konsumen akhir melibatkan beberapa lembaga tataniaga yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Sistem tataniaga sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir dari produsen hingga ke tingkat konsumen, secara umum memiliki beberapa saluran tataniaga yang berbeda.

Saluran tataniaga sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir terdapat 3 saluran tataniaga yaitu ;

Saluran tataniaga 1 : petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen.

Saluran tataniaga 2 : petani – pedagang pengecer – konsumen.

Saluran tataniaga 3 : petani – konsumen.

#### **6.1.1 Saluran Tataniaga 1**

Saluran tataniaga satu merupakan saluran tataniaga terdiri dari petani - pedagang pengumpul - pedagang pengecer - konsumen. Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa petani yang menjual sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir melalui pedagang pengumpul berjumlah 16 orang dari 20 orang petani yang diwawancarai.

Alasan petani menggunakan saluran tataniaga ini adalah karena petani tidak perlu memasarkan sendiri produk yang dihasilkannya. Produk petani yang

dijual ke pedagang pengumpul sudah pasti terjual habis, karena sudah menjadi resiko pedagang pengumpul jika produknya tidak terjual habis.

Harga yang berlaku pada saluran tataniaga ini adalah harga yang terjadi di pasar. Penentuan harga pasar berdasarkan informasi yang berasal dari pedagang lainnya. Sistem pembelian umumnya secara tunai namun ada juga pedagang pengumpul yang baru membayar produk petani ketika barang sudah habis terjual. Hal ini disebabkan adanya kepercayaan diantara petani dan pedagang pengumpul.

Pedagang pengumpul umumnya tidak hanya menjual sayuran bayam tetapi juga menjual komoditas sayuran lainnya seperti selada, kangkung, caesin, kemangi dan sayuran lain-lain. Produk sayuran bayam diangkut dengan menggunakan mobil. Biaya transportasi yang dikenakan antara Rp 900 - Rp1500/gabung. Biaya transportasi setiap pedagang pengumpul berbeda – beda , hal ini disebabkan karena tujuan pasar yang berbeda.

Pedagang pengumpul menjual seluruh komoditas tersebut kepada pedagang pengecer yang terdapat di Pasar Merdeka. Pedagang pengecer berasal dari Bogor dan Jakarta. Pedagang pengumpul menjual sayuran bayam dalam bentuk per gabung dari jam 17.00 – 23.00 WIB. Satu gabung sayuran bayam terdiri dari 50 ikat. Para pedagang pengumpul ini tidak memiliki kios, tetapi menggelar barang dagangan di sepanjang jalan raya di Pasar Merdeka.

### **6.1.2 Saluran Tataniaga 2**

Saluran tataniaga dua merupakan saluran tataniaga yang terdiri dari petani-pedagang pengecer - konsumen. Jenis saluran tataniaga ini dilakukan oleh 3 orang atau 15 persen dari petani responden. Petani membawa sayuran bayam sendiri

dengan menggunakan mobil bak terbuka ke pasar Bogor dan langsung menjual hasil panennya ke pedagang pengecer yang berada di pasar Bogor dengan sistem jual yaitu per gabung dan biaya transportasi Rp 1000,- /gabung. Pada saluran tataniaga ini, petani juga berperan sebagai pedagang pengumpul yaitu menjual produk sayuran dari jam 17.00 – 23.00 WIB. Jika produknya tidak habis terjual sayuran bayam dijual secara eceran dalam bentuk ikat kepada konsumen. Petani menjual sayuran dalam secara eceran dalam bentuk ikat dari jam 23.00- 07.00 WIB. Para petani ini tidak memiliki kios tetapi menggelar barang dagangan di jalan raya trotoar yang berada di sekitar pintu masuk kebun raya Bogor. Biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh petani adalah biaya pengangkutan, biaya sewa tempat dan biaya retribusi. Petani menjual produk sayuran ke pasar, jika terjadi panen dan sayuran yang dibawa ke pasar berbeda-beda tergantung dari hasil panen. Alasan petani menggunakan saluran tataniaga dua adalah karena petani akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan jika menjualnya ke pedagang pengumpul.

### **6.1.3 Saluran Tataniaga 3**

Saluran tataniaga tiga merupakan saluran tataniaga yang terdiri dari petani - konsumen. Jenis saluran tataniaga ini dilakukan oleh 1 orang atau 5 persen petani responden. Petani membawa sayuran bayam sendiri ke pasar Bogor dan langsung menjual hasil panennya secara eceran dalam bentuk ikat ke konsumen yang berada di pasar Bogor. Pada saluran tataniaga ini, petani juga berperan sebagai pedagang pengecer. Petani menjual sayuran dalam bentuk eceran dari jam 21.00 - 07.00 WIB.

Para petani ini tidak memiliki kios tetapi menggelar barang dagangan di jalan raya. Petani tidak hanya menjual sayuran bayam, tetapi menjual sayuran lainnya seperti : kangkung, kemangi, selada dan caesin. Produk sayuran yang dibawa ke pasar masing-masing sebesar 5 gabung dan tergantung dari hasil panen sayuran yang dilakukan. Biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh petani adalah biaya pengangkutan, biaya sewa tempat dan biaya retribusi. Alasan petani menggunakan saluran tataniaga tiga adalah karena petani akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan jika menjualnya ke pedagang pengumpul atau ke pedagang pengecer.

## **6.2 Fungsi Tataniaga**

Fungsi tataniaga diperlukan dalam kegiatan tataniaga untuk memperlancar distribusi barang dan jasa dari tiap lembaga tataniaga yang terlibat. Secara umum fungsi tataniaga yang dilaksanakan lembaga tataniaga terdiri dari tiga fungsi yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas.

Fungsi pertukaran meliputi kegiatan – kegiatan yang dapat memperlancar perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi fisik merupakan perlakuan fisik yang perlu dilakukan agar komoditas yang diperlukan konsumen dapat tersedia pada tempat yang diinginkan. Fungsi pertukaran berupa pembelian dan penjualan, fungsi fisik terdiri dari pengolahan hasil, pengangkutan, dan penyimpanan.

Fungsi fasilitas meliputi pembiayaan, penanggungan resiko, dan informasi pasar. Fungsi pembiayaan merupakan kegunaan uang untuk berbagai aspek tataniaga. Fungsi penanggungan resiko merupakan penerimaan kemungkinan dari

kerugian pemasaran produk yang terdiri dari atas resiko fisik dan resiko harga. Resiko fisik terjadi akibat kerusakan produk sedangkan resiko harga terjadi akibat perubahan nilai produk di pasar. Informasi pasar merupakan hal yang diperlukan produsen dan lembaga-lembaga tataniaga untuk kondisi pasar, lokasi, jenis mutu, waktu dan harga pasar.

Setiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga sayuran bayam mulai dari petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer menjalankan fungsi tataniaga yang berbeda-beda. Lembaga-lembaga tataniaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor yaitu ;

### **6.2.1 Petani**

Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh petani sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir adalah fungsi pertukaran berupa fungsi penjualan, fungsi fisik berupa kegiatan pengemasan, pengangkutan dan fungsi fasilitas berupa informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan.

#### **a. Fungsi Pertukaran**

Petani di Desa Ciaruten ilir melakukan fungsi pertukaran berupa fungsi penjualan. Petani bayam di Desa Ciaruten Ilir yang menjual hasil produksinya melalui pedagang pengumpul sebanyak 16 orang dari total petani responden. Sedangkan petani yang langsung menjual produknya kepada pedagang pengecer sebanyak 3 orang dan menjual produknya langsung ke konsumen sebanyak 1 orang dari total petani responden.

**b. Fungsi Fisik**

Fungsi fisik hanya dilakukan oleh sebagian petani jika petani tersebut menjual hasil panennya langsung ke pasar dan tidak melalui pedagang pengumpul. Fungsi fisik tersebut terdiri dari kegiatan pengemasan dan pengangkutan. Kegiatan pengemasan sayuran bayam dilakukan dengan mengikat bayam sebanyak 50 ikat menjadi satu gabung. Kegiatan pengangkutan dilakukan oleh petani apabila petani memasarkan produknya langsung ke pasar. Namun apabila petani tidak langsung memasarkan ke pasar melainkan ke pedagang pengumpul maka pedagang pengumpul yang melakukan kegiatan pengangkutan dan biaya pengangkutan di tanggung oleh pedagang pengumpul.

Pada umumnya biaya penyusutan sayuran bayam tidak ada di tingkat petani, karena baik petani yang menjual ke pedagang pengumpul ataupun menjual langsung ke pasar tidak melakukan kegiatan penyimpanan. Petani melakukan kegiatan penjualan hasil panennya pada hari yang sama.

**c. Fungsi Fasilitas**

Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh petani meliputi informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan. Informasi pasar dapat diperoleh petani dengan sangat mudah, tidak terdapat biaya dalam mendapatkan informasi pasar bagi petani. Kegiatan informasi pasar yang dilakukan berupa perkembangan harga dari petani lain yang sebelumnya menjual produknya, kualitas barang yang diinginkan oleh konsumen. Setelah mengetahui informasi pasar petani dapat menentukan keputusan waktu menjual hasil produksinya serta pemilihan saluran tataniaga yang tepat untuk mengoptimalkan kegiatan penjualan untuk mencapai efisiensi tataniaga. Kegiatan penanggungan resiko yang dialami petani berupa



penurunan harga sayuran bayam di pasar. Sedangkan untuk fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh petani meliputi pembiayaan untuk modal kegiatan produksi. Modal petani berasal dari petani itu sendiri dan tidak berasal dari pinjaman atau pemberian kredit oleh pihak lain, oleh karena itu petani harus dapat mengoptimalkan penggunaan modal yang dimilikinya.

### **6.2.2 Pedagang Pengumpul**

Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah fungsi pertukaran berupa fungsi pembelian dan penjualan, fungsi fisik berupa fungsi pengangkutan, fungsi fasilitas berupa informasi pasar, penanggulangan resiko dan pembiayaan.

#### **a. Fungsi Pertukaran**

Kegiatan fungsi pertukaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Pedagang pengumpul di Desa Ciaruten Ilir melakukan fungsi pembelian ke para petani langganannya. Jumlah petani yang mejadi langganan pedagang pengumpul di Desa Ciaruten Ilir berkisar 5 sampai 7 petani dan memiliki petani langganan di Desa lain.. Setiap terjadi panen petani memberitahu kepada pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul mengambil produk sayuran yang telah di panen ke rumah petani, kemudian membawa ke Pasar Merdeka untuk dijual. Penentuan harga yang ada dalam pembelian sayuran bayam melalui proses tawar-menawar berdasarkan informasi pasar yang mereka ketahui sebelumnya.

b. **Fungsi Fisik**

Fungsi fisik yang dilakukan oleh pedagang pengumpul yaitu kegiatan pengangkutan. Pedagang pengumpul membawa sayuran bayam dengan mobil pick up dan membayar biaya pengangkutan kepada pemilik mobil tersebut. Biaya pengangkutan para pedagang pengumpul berbeda-beda tergantung tujuan pasarnya.

c. **Fungsi Fasilitas**

Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang pengumpul meliputi informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan. Informasi pasar diperoleh dari sesama pedagang pengumpul lain di Desa Ciaruten Ilir. Penanggungan resiko sepenuhnya menjadi tanggung jawab pedagang pengumpul. Resiko yang bisa muncul seperti penurunan harga, hal ini disebabkan banyaknya produk sayuran bayam di pasar yang berasal dari daerah lain. Fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul yaitu penyediaan modal untuk membeli produk sayuran bayam dari petani sampai pedagang pengumpul dapat menjual produk tersebut di pasar.

### **6.2.3 Pedagang Pengecer**

Pedagang pengecer responden berjumlah 8 orang di pasar Bogor dan di pasar Minggu. Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh pedagang pengecer adalah fungsi pertukaran berupa fungsi pembelian dan penjualan, fungsi fisik berupa fungsi pengangkutan, fungsi fasilitas berupa informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan.

a. **Fungsi Pertukaran**

Fungsi tataniaga yang dilakukan pedagang pengecer adalah fungsi pertukaran berupa pembelian dari pedagang pengumpul dan penjualan kepada konsumen. Pembelian yang dilakukan pedagang pengecer dalam bentuk gabung, jumlah pembelian biasanya 5 sampai 20 gabung. Pedagang pengecer melakukan penjualan ke konsumen dalam satuan ikat.

b. **Fungsi Fisik**

Fungsi fisik yang dilakukan berupa pengemasan dan pengangkutan. Selain itu biaya retribusi pasar juga ditanggung oleh pedagang pengecer sayuran bayam. Pedagang pengecer di Pasar Bogor tidak terdapat biaya transportasi karena pedagang pengumpul langsung membawa barang dagangan di Pasar Bogor, sedangkan pedagang pengecer yang berasal dari Jakarta memerlukan biaya transportasi.

c. **Fungsi Fasilitas**

Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang pengecer meliputi informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan.

1. Fungsi informasi pasar yang dilaksanakan oleh pedagang pengecer di antaranya berupa perkembangan harga di setiap tingkat pasar. Produk yang dihasilkan pesaing serta jenis dan kualitas produk yang diminta oleh konsumen. Harga yang berlaku di pasar Bogor dan pasar Minggu terjadi sesuai dengan mekanisme pasar. Penjual seringkali melakukan diskriminasi harga terhadap konsumen yang membeli komoditas sayuran bayam.

2. Pedagang pengecer juga menanggung resiko pada saat terjadi penurunan harga sayuran bayam di pasar. Jika tidak habis terjual pedagang pengecer selalu

berusaha menjual habis sayuran bayam dalam waktu satu hari dengan cara menurunkan harga sayuran bayam atau diborong oleh pedagang sayuran yang lain.

3. Fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh pedagang pengecer diantaranya berupa penyediaan modal usaha. Pada umumnya pedagang pengecer melakukan kegiatan pembelian sesuai dengan besarnya modal yang dimilikinya. Produk sayuran yang dijual tidak hanya bayam tetapi beraneka ragam sayuran seperti kangkung, sawi, daun singkong, selada dan sayuran lainnya. Modal yang dipergunakan pedagang pengecer umumnya berasal dari pedagang pengecer itu sendiri dan bukan berasal dari pinjaman dari pihak lain. Modal yang dibutuhkan oleh pedagang pengecer responden berkisar antara Rp 100.000 sampai dengan Rp 500.000 per hari. Besarnya modal yang dibutuhkan tergantung dari besar kecilnya jumlah penjualan yang dilakukan pedagang pengecer. Semakin besar modal yang dimiliki pedagang pengecer, maka semakin besar tingkat keuntungan yang diraih. Pedagang pengecer membeli sayuran bayam berkisar antara 5 gabung sampai 20 gabung.

**Tabel 19. Fungsi-Fungsi Tataniaga Yang Dilaksanakan Oleh Lembaga-Lembaga Tataniaga Bayam Pada Setiap Saluran Tataniaga Sayuran Bayam Di Desa Ciaruten Ilir , Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor**

Saluran dan Lembaga Tataniaga	Fungsi Tataniaga								
	Fungsi Pertukaran		Fungsi Fisik			Fungsi Fasilitas			
	jual	beli	kemas	angkut	simpan	sortasi	Resiko	biaya	informasi Pasar
<b>Saluran 1</b>									
Petani	√	-	√	-	-	-	√	√	√
Pengumpul	√	√	-	√	-	-	√	√	√
Pengecer	√	√	-	√	-	-	√	√	√
<b>Saluran 2</b>									
Petani	√	-	√	√	-	-	√	√	√
Pengecer	√	√	-	√	-	-			
<b>Saluran 3</b>									
Petani	√	-	√	√	-	-	√	√	√

Keterangan : √ = melakukan kegiatan fungsi tataniaga  
 - = tidak melakukan kegiatan fungsi tataniaga

Berdasarkan Tabel 19 diatas diketahui bahwa pada saluran tataniaga satu petani melakukan fungsi pertukaran berupa penjualan, fungsi fisik berupa pengemasan dan fungsi fasilitas berupa resiko, pembiayaan dan informasi pasar. Fungsi pengangkutan tidak dilakukan oleh petani karena pedagang pengumpul yang membawa produk ke pasar untuk dijual. Kegiatan panen dilakukan oleh petani dan langsung dijual pedagang pengumpul untuk dibawa ke pasar sehingga petani tidak melakukan kegiatan penyimpanan.

Pedagang pengumpul pada saluran tataniaga satu melakukan pembelian kepada petani dan penjualan ke pedagang pengecer di Pasar Merdeka. Fungsi pengangkutan dilakukan untuk mengangkut hasil panen dari petani ke pasar. Fungsi pengemasan tidak dilakukan karena produk sayuran bayam yang dibawa pedagang pengumpul langsung dijual ke pedagang pengecer dalam bentuk

gabung. Produk yang dijual pedagang pengumpul terjual habis dalam satu hari sehingga tidak ada kegiatan penyimpanan.

Pada saluran tataniaga dua, petani melakukan fungsi pertukaran berupa penjualan dan fungsi pengangkutan untuk membawa sayuran bayam yang akan dijual ke pedagang pengecer di Pasar Bogor. Sebelum dijual petani melakukan kegiatan pengemasan berupa menyatukan 50 ikat sayuran bayam menjadi 1 gabung, karena petani menjual dalam bentuk gabung untuk pedagang pengecer. Pada saluran tataniaga dua petani bertindak sebagai pedagang pengumpul.

Pedagang pengecer pada saluran tataniaga satu dan dua melakukan fungsi pembelian dari pedagang pengumpul dan penjualan kepada konsumen akhir. Fungsi pengangkutan dilakukan untuk membawa sayuran bayam yang akan dijual ke tempat pedagang pengecer. Fungsi penyimpanan tidak dilakukan, karena produk yang dijual pedagang pengecer terjual habis dalam satu hari. Pada saluran tataniaga tiga fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan petani sama dengan saluran tataniaga dua, hal yang membedakan petani bertindak sebagai pedagang pengecer. Petani menjual ke konsumen dalam bentuk ikat.

### **6.3 Struktur Pasar**

Struktur pasar didefinisikan sebagai sifat atau karakteristik pasar. Faktor penting yang diperlukan dalam penentuan struktur pasar meliputi jumlah pembeli dan penjual yang terlibat, sifat atau keadaan produk, kondisi keluar masuk pasar dan informasi pasar berupa biaya, harga dan kondisi pasar. Petani dan lembaga – lembaga tataniaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir menghadapi struktur pasar yang berbeda.

### **6.3.1 Petani**

Struktur pasar yang dihadapi petani sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir bersifat pasar bersaing sempurna karena jumlah petani yang banyak, tidak dapat mempengaruhi harga dan petani bebas untuk keluar masuk pasar. Produk petani bersifat homogen, hal ini terlihat melalui keseragaman kualitas dari produk sayuran bayam yang dihasilkan petani. Pada saat penelitian dilakukan jumlah petani responden sayuran bayam sebanyak 20 orang. Petani melakukan kegiatan tanam sayuran secara bergilir dari bayam, kangkung, caesin, selada.

Informasi harga yang dimiliki petani cukup baik. Petani tidak memerlukan biaya untuk mendapatkan informasi tentang harga. Petani mendapatkan informasi harga dari pedagang pengumpul ataupun dari petani lainnya. Sistem penentuan harga dilakukan oleh pedagang berdasarkan harga yang berlaku di pasar sehingga kedudukan petani dalam sistem tataniaga sangat lemah. Petani tidak memiliki posisi tawar yang memadai dan hanya bertindak sebagai *price taker*.

### **6.3.2 Pedagang Pengumpul**

Struktur pasar yang dihadapi pedagang pengumpul di Desa Ciaruten Ilir adalah Oligopsoni, karena jumlah penjual dan pembeli sedikit. Terdapat hambatan bagi pedagang lain untuk memasuki pasar pedagang pengumpul.

Pada umumnya pedagang pengumpul memiliki hubungan yang erat dengan petani. Setiap pedagang pengumpul telah memiliki petani langganan, meskipun demikian petani mungkin saja menjual produk yang dihasilkannya ke pedagang pengumpul yang bukan langganannya. Jumlah pedagang pengumpul di Desa Ciaruten Ilir lebih sedikit jika dibandingkan jumlah petani. Pedagang

pengumpul memiliki kekuatan untuk mempengaruhi harga yang terjadi di Desa Ciaruten Ilir. Informasi pasar diperoleh pedagang pengumpul melalui survei pasar dan dari pedagang lainnya.

### **6.3.3 Pedagang Pengecer**

Struktur pasar yang dihadapi pedagang pengecer adalah pasar persaingan sempurna, karena jumlah pedagang pengecer cukup banyak, produk yang diperjualbelikan bersifat homogen dan pedagang pengecer tidak dapat mempengaruhi pasar sehingga bertindak sebagai *price taker*.

Sistem pembayaran yang berlaku di pasar pengecer adalah tunai. Harga sayuran bayam ditentukan berdasarkan harga yang berlaku di pasar tetapi pembeli dapat melakukan kegiatan tawar-menawar dengan pedagang pengecer. Informasi harga didapatkan pedagang pengecer melalui survei pasar atau dari pedagang lainnya. Selain itu pedagang pengecer dapat dengan mudah keluar masuk pasar, karena tidak terdapat hambatan bagi pedagang pengecer lain untuk memasuki pasar. Pedagang pengecer tidak hanya menjual sayuran bayam tetapi juga menjual sayuran lain seperti kangkung, kemangi, daun sinkong dan sayuran lainnya.

## **6.4 Perilaku Pasar**

Perilaku pasar adalah pola tingkah laku lembaga-lembaga tataniaga yang menyesuaikan dengan struktur pasar dimana lembaga tersebut melakukan kegiatan penjualan dan pembelian serta bentuk-bentuk keputusan yang diambil dalam menghadapi struktur pasar tersebut. Perilaku pasar meliputi kegiatan pembelian dan penjualan, penentuan harga, dan kerjasama antar lembaga tataniaga



## **6.4.1 Praktek Pembelian dan Penjualan**

### **a. Praktek Pembelian dan Penjualan di Tingkat Petani**

Hampir seluruh petani sayuran bayam yang ada di Desa Ciaruten Ilir menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul yang berasal dari desa tersebut. Petani melakukan panen pada pagi hari dan pedagang pengumpul mengambil hasil panen ke rumah petani yang jadi langganannya.

### **b. Praktek Pembelian dan Penjualan di Tingkat Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul di Desa Ciaruten Ilir umumnya membeli produk sayuran bayam langsung dari petani. Pedagang pengumpul bahkan seringkali yang melakukan kegiatan panen jika membeli dari petani dengan sistem borongan. Pada umumnya pedagang pengumpul telah memiliki petani langganan yang menyediakan sayuran bayam yang siap dijual. Pedagang membawa sayuran bayam ke pasar sekitar 50 – 70 gabung.

Pedagang pengumpul melakukan kegiatan penjualan pada malam hari dari jam 19.00-23.00 WIB di Pasar Merdeka. Penjualan sayuran bayam dalam jumlah gabung kepada pedagang pengecer.

### **c. Praktek Pembelian dan Penjualan di Tingkat pedagang pengecer**

Pedagang pengecer pada penelitian ini adalah pedagang pengecer yang berada di Pasar Bogor dan Pasar Minggu. Pedagang pengecer melakukan kegiatan pembelian sayuran bayam dari pedagang pengumpul yang berada di pasar Bogor. Pembelian yang dilakukan oleh pedagang pengecer dilakukan secara tunai. Jumlah sayuran yang dibeli dari pedagang pengumpul sekitar 5 gabung sampai dengan 20 gabung dan jumlah yang dijual pada umumnya habis terjual. Pedagang

melakukan penjualan dalam bentuk ikat kepada konsumen. Apabila sayuran bayam tidak habis terjual pedagang menurunkan harga untuk menghindari kerugian yang lebih besar .

#### **6.4.2 Sistem Penentuan Harga**

Harga terbentuk dari hasil kerjasama antar lembaga dan ada beberapa faktor yang mempengaruhinya. Jumlah permintaan dan penawaran terhadap suatu produk dan faktor geografis menjadi beberapa faktor penentu pembentukan harga. Harga yang terbentuk harus dapat menguntungkan produsen dan konsumen. Penentuan harga untuk komoditas pertanian berdasarkan mekanisme harga.

##### **a. Sistem Penentuan Harga di Tingkat petani**

*Bargaining position* ditingkat petani sangat rendah, akibatnya petani tidak memiliki kekuatan dalam menentukan harga. Sehingga petani hanya bertindak sebagai price taker. Penentuan harga sayuran bayam ditentukan oleh pedagang pengumpul berdasarkan harga yang terjadi di pasar.

Pada saat penelitian dilakukan harga jual di tingkat petani ke pedagang pengumpul berkisar antara Rp180 per ikat sampai dengan Rp 300 per ikat.

##### **b. Sistem Penentuan Harga di Tingkat Pedagang Pengumpul**

Harga sayuran bayam di tingkat pedagang pengumpul dipengaruhi oleh kekuatan pedagang pengumpul dalam mempengaruhi harga pasar. Pedagang pengumpul memiliki kebebasan dalam menentukan harga. Sistem pembayaran kepada petani dapat dilakukan secara tunai. Hal yang sama terjadi pada sistem pembayaran atas pembelian yang juga dilakukan secara tunai. Secara umum

informasi harga diperoleh dengan mudah melalui survei pasar atau dari pedagang lain.

c. **Sistem Penentuan Harga di Tingkat Pedagang Pengecer**

Sistem penentuan harga di tingkat pengecer berdasarkan mekanisme pasar. Akan tetapi harga jual di tingkat pedagang pengecer juga ditentukan oleh besarnya biaya tataniaga yang dikeluarkan, harga beli, tingkat keuntungan yang ingin diraih dan harga jual produk sayuran bayam di pedagang pengecer lainnya.

Pada saat penelitian dilakukan harga beli sayuran bayam di tingkat pedagang pengumpul berkisar antara Rp 200 per ikat sampai dengan Rp 300 per ikat. Harga jual sayuran bayam di tingkat konsumen bervariasi yaitu berkisar antara Rp 500 sampai dengan Rp 700 per ikat. Selain itu antara pedagang pengecer dan konsumen masih terdapat tawar – menawar dalam kegiatan jual beli produk.

### **6.4.3 Kerjasama Antar Lembaga Tataniaga**

Kerjasama antar lembaga tataniaga dalam saluran tataniaga sangat diperlukan untuk menunjang kelancaran dan kemudahan dalam pemasaran sayuran bayam. Besarnya biaya tataniaga yang dikeluarkan dapat merugikan lembaga tataniaga. Kerjasama antar lembaga tataniaga yang baik akan meminimalkan biaya tataniaga yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga tataniaga.

Kerjasama antara petani dengan pedagang pengumpul dilakukan melalui kegiatan jual beli hasil produksi petani. Jalinan kerjasama yang terjadi diantara kedua pihak tersebut sudah cukup baik, karena mereka merupakan penduduk desa

yang sama. Hubungan yang mereka jalin merupakan suatu hubungan mitra usaha yang tidak hanya mengutamakan keuntungan akan tetapi berlandaskan kekeluargaan. Sehingga terciptalah sifat saling percaya diantara keduanya sehingga petani seringkali menjual produk yang dihasilkannya hanya kepada pedagang pengumpul langganannya.

### **6.5 Margin Tataniaga**

Analisis margin tataniaga dilakukan untuk mengetahui efisiensi tataniaga suatu produk dari tingkat produsen sampai ke tingkat konsumen. Margin tataniaga adalah perbedaan harga yang terjadi di setiap lembaga tataniaga. Besarnya margin tataniaga ditentukan oleh besarnya biaya tataniaga yang terjadi dengan besarnya keuntungan di setiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga suatu produk. Biaya tataniaga terdiri dari komponen biaya panen, biaya pengemasan, biaya pengangkutan, dan biaya retribusi. Sedangkan keuntungan tataniaga diukur dari besarnya imbalan jasa yang diperoleh atas biaya yang dikeluarkan dalam penyaluran suatu produk sayuran bayam.

Sistem tataniaga sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir terdiri dari tiga buah saluran tataniaga yaitu saluran tataniaga satu : petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen ; saluran tataniaga dua : petani → pedagang pengecer → konsumen ; saluran tataniaga tiga : petani → konsumen.

**Tabel 20. Margin Tataniaga Sayuran Bayam Pada Saluran Tataniaga 1, 2 dan 3 di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor, Bulan Maret-April 2008**

Uraian	Saluran tataniaga
--------	-------------------

	1		2		3	
	Nilai (Rp/ikat)	%	Nilai (Rp/ikat)	%	Nilai (Rp/ikat)	%
<b>Petani</b>						
Biaya produksi	93	15,5	93	18,6	93	18,6
Biaya tataniaga	-	-	32	6,4	39	7,8
Keuntungan	157	26,1	225	45	368	73,6
Harga jual	250	41,6	350	70	500	100
<b>Pedagang Pengumpul</b>						
Harga beli	250	41,6				
Biaya tataniaga	26	4,3				
Keuntungan	74	12,3				
Marjin tataniaga	100	16,6				
Harga jual	350	58,3				
<b>Pedagang Pengecer</b>						
Harga beli	350	58,3	350	70		
Biaya tataniaga	65	10,8	14	2,8		
Keuntungan	185	30,8	136	27,2		
Marjin tataniaga	250	41,6	150	30		
Harga jual	600	100	500	100	500	100
Konsumen	600	100	500	100	500	100
Total biaya tataniaga	91	15,1	46	9,2	-	
Total keuntungan tataniaga	259	43,1	367	73,4	-	
Total marjin tataniaga	350	58,3	150	30	-	

Pada saluran tataniaga satu biaya tataniaga yang dikeluarkan pedagang pengumpul terdiri dari biaya pengemasan Rp 8 per ikat, biaya pengangkutan Rp 18 per ikat. Sedangkan biaya tataniaga yang dikeluarkan pedagang pengecer biaya pengangkutan Rp 60 per ikat, biaya retribusi Rp 5 per ikat (Lampiran 3). Total biaya tataniaga yang dikeluarkan sebesar Rp 91 per ikat. Total rata – rata biaya

tataniaga tersebut terdiri dari biaya tataniaga tiap- tiap lembaga tataniaga seperti pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Rata-rata biaya tataniaga pada tingkat lembaga tataniaga pedagang pengumpul sebesar Rp 26 per ikat , pedagang pengecer sebesar Rp 65 per ikat. Keuntungan terbesar diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp 185 per ikat, petani sebesar Rp 157 per ikat, sedangkan pedagang pengumpul memperoleh keuntungan terkecil yaitu sebesar Rp 74 per ikat.

Saluran tataniaga dua merupakan saluran tataniaga yang tidak melibatkan lembaga tataniaga pedagang pengumpul. Petani menjual produk sayuran bayam langsung di bawa ke pasar, petani bertindak sebagai pedagang pengumpul. Pada saluran tataniaga dua biaya tataniaga yang dikeluarkan petani terdiri dari biaya pengemasan Rp 8 per ikat, biaya pengangkutan Rp 20 per ikat, biaya retribusi Rp 4 per ikat. Sedangkan biaya tataniaga yang dikeluarkan pedagang pengecer biaya pengangkutan Rp 10 per ikat, biaya retribusi Rp 4 per ikat (Lampiran 4). Total rata – rata biaya tataniaga tersebut terdiri dari biaya tataniaga tiap- tiap lembaga tataniaga seperti pedagang pengecer sebesar Rp 14 per ikat. Keuntungan terbesar diperoleh petani sebesar Rp 225 per ikat, sedangkan pedagang pengecer memperoleh keuntungan yaitu sebesar Rp 136 per ikat sayuran bayam.

Pada saluran tataniaga tiga petani bertindak sebagai pedagang pengecer, karena hasil produksi sayuran bayam langsung dibawa ke pasar dan dijual langsung ke konsumen dalam bentuk ikat. Pada saluran tataniaga tiga biaya tataniaga yang dikeluarkan petani terdiri dari biaya pengemasan Rp 8 per ikat, biaya pengangkutan Rp 25 per ikat, biaya retribusi Rp 6 per ikat. Petani memperoleh keuntungan terbesar yaitu sebesar Rp 368 per ikat(lampiran 5).

Marjin tataniaga sayuran bayam untuk saluran tataniaga 1, 2 dan 3 dapat dilihat pada Tabel 20.

## 6.6 *Farmer's Share*

*Farmer's Share* merupakan perbandingan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar konsumen akhir dan dinyatakan dalam persentase. *Farmer's Share* memiliki hubungan negatif dengan marjin tataniaga yang mana semakin tinggi marjin tataniaga, maka bagian yang akan diperoleh petani semakin rendah. *Farmer's Share* pada saluran tataniaga komoditas sayuran bayam dapat dilihat pada Tabel 21.

**Tabel 21. *Farmer's Share* Pada Saluran Tataniaga Sayuran Bayam Di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor**

Saluran Tataniaga	Harga di tingkat petani (Rp/ikat)	Harga di tingkat konsumen	<i>Farmer's Share</i>
Saluran Tataniaga 1	250	600	41,66
Saluran Tataniaga 2	350	500	70
Saluran Tataniaga 3	500	500	100

Bagian harga yang terbesar diterima oleh petani terdapat pada saluran tataniaga tiga sebesar 100 persen, karena petani bertindak sebagai pedagang pengecer. Pada saluran tataniaga satu hanya menghasilkan *Farmer's Share* sebesar 41,66 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pada saluran tataniaga satu merupakan saluran tataniaga satu merupakan saluran yang tidak menguntungkan petani, sedangkan pada saluran tataniaga dua hanya memberikan *Farmer's Share* 70 persen. *Farmer's Share* yang tinggi dapat dicapai jika petani mampu meningkatkan kualitas produknya dan mengefisienkan saluran tataniaga komoditasnya usahataniannya.

## 6.7 Rasio Keuntungan dan Biaya

Tingkat keuntungan pada setiap lembaga tataniaga tersebar tidak merata. Penyebaran keuntungan pada setiap lembaga tataniaga dapat diukur melalui analisa rasio keuntungan dan biaya. Besarnya rasio keuntungan dan biaya setiap lembaga tataniaga pada setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada Tabel 22.

Berdasarkan Tabel 22 diketahui bahwa rasio keuntungan dan biaya lembaga tataniaga sayuran bayam yang diterima petani pada saluran tataniaga tiga yaitu sebesar 9,43 karena petani bertindak sebagai pedagang pengecer. Rasio tersebut menunjukkan bahwa setiap Rp 1 per ikat biaya tataniaga yang dikeluarkan akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 9,43.

**Tabel 22. Rasio Keuntungan dan Biaya Lembaga Tataniaga Sayuran Bayam (Rp/ ikat) di Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor.**

Lembaga tataniaga	Saluran Tataniaga		
	1	2	3
Petani			
Li		225	368
Ci		32	39
Rasio Li / Ci		7,03	9,43
Pedagang Pengumpul			
Li	74		
Ci	26		
Rasio Li / Ci	2,84		
Pedagang Pengecer			
Li			
Ci	185	136	
Rasio Li / Ci	65	14	
	2,84	9,71	
Total			
Li	259	361	
Ci	91	46	
Rasio Li / Ci	2,84	7,84	

Keterangan : Li : keuntungan lembaga tataniaga  
Ci : biaya tataniaga

Pada saluran tataniaga satu rasio keuntungan dan biaya terbesar diperoleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer yaitu sebesar 2,84. Pada saluran tataniaga dua rasio keuntungan dan biaya diperoleh petani yaitu sebesar 7,03



karena petani tidak memerlukan pedagang pengumpul dalam memasarkan produknya. Sedangkan pada pedagang pengecer memperoleh rasio keuntungan dan biaya terbesar yaitu sebesar 9,71 , karena biaya tataniaga yang dikeluarkan kecil.

## **6.8 Efisiensi Tataniaga**

Sistem tataniaga terdiri dari kegiatan mendistribusikan produk ke pihak konsumen. Output dari sistem tataniaga adalah kepuasan konsumen atas produk yang dikonsumsi. Sedangkan input dari sistem tataniaga meliputi tenaga kerja, modal dan manajemen. Efisiensi tataniaga juga didefinisikan sebagai suatu kegiatan perubahan yang dapat meminimalkan biaya input tanpa harus mengurangi kepuasan konsumen dengan output barang dan jasa. Biaya tataniaga merupakan tingkat efisiensi tataniaga yang terjadi. Analisis efisiensi tataniaga mencakup analisis margin tataniaga, *farmer's share* serta analisis rasio keuntungan dan biaya.

Efisiensi tataniaga dapat juga diketahui melalui penyebaran margin pada tiap saluran tataniaga. Berdasarkan identifikasi saluran tataniaga yang terdapat di Desa Ciaruten Ilir, bahwa saluran tataniaga yang ada sebanyak tiga saluran tataniaga. Analisis margin menunjukkan bahwa saluran yang memiliki nilai margin terkecil adalah saluran tataniaga tiga yaitu sebesar nol atau nilai margin tataniaga tidak ada dan dianggap saluran tataniaga yang paling efisien.

*Farmer's share* dan rasio keuntungan dan biaya dapat dijadikan indikator efisiensi tataniaga. Berdasarkan perhitungan *Farmer's share* yang diterima petani berkisar 41,66 – 100 persen. *Farmer's share* yang tertinggi yang diperoleh petani

terdapat pada saluran tataniaga 3 yaitu sebesar 100 persen. Rasio keuntungan dan biaya tertinggi pada tingkat petani terdapat pada saluran tataniaga 3 yaitu sebesar 9,43 .

Berdasarkan perhitungan efisiensi tataniaga untuk komoditas sayuran bayam, saluran tataniaga sayuran bayam yang efisien adalah saluran tataniaga tiga karena memiliki margin tataniaga yang paling kecil, rasio keuntungan dan biaya tertinggi, dan *farmer's share* yang tertinggi dibandingkan pada saluran tataniaga yang lainnya. Namun pada saluran tataniaga tiga petani berprofesi sebagai pedagang pengecer dan produk yang dijual sedikit sehingga keuntungan secara total yang diperoleh tidak begitu besar dan hanya sebagian kecil dari jumlah petani yang di wawancarai yang melakukan kegiatan tataniaga ini . Apabila petani memilih saluran tataniaga 1 petani dapat menjual produk sayuran bayam dalam jumlah besar kepada pedagang pengumpul dan memperoleh keuntungan yang besar, meskipun margin tataniaga yang paling besar, rasio keuntungan dan biaya terkecil dan *farmer's share* yang terkecil.

## **BAB VII**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **7.1 Kesimpulan**

1. Sistem tataniaga sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir terdiri dari tiga buah saluran tataniaga yaitu saluran tataniaga satu : petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen ; saluran tataniaga dua : petani → pedagang pengecer → konsumen ; saluran tataniaga tiga : petani → konsumen.
2. Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh petani sayuran bayam adalah fungsi penjualan, fungsi fisik berupa kegiatan pengemasan, pengangkutan dan fungsi fasilitas berupa informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan. Struktur pasar yang dihadapi petani sayuran bayam di Desa Ciaruten Ilir bersifar pasar bersaing sempurna karena jumlah petani yang banyak, tidak dapat mempengaruhi harga dan petani bebas untuk keluar masuk pasar.
3. Secara umum sistem pembayaran antar lembaga tataniaga dan petani dilakukan secara tunai dan harga produk berdasarkan mekanisme pasar.
4. Kerjasama antara petani dan pedagang pengumpul terjalin dengan baik melalui kegiatan jual-beli produk sayuran bayam. Hal yang sama juga terjadi diantara pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.
5. Berdasarkan perhitungan efisiensi tataniaga untuk komoditas sayuran bayam, saluran tataniaga sayuran bayam yang efisien adalah saluran tataniaga tiga karena memiliki margin tataniaga yang paling kecil, rasio keuntungan dan biaya tertinggi, dan *farmer's share* yang tertinggi dibandingkan pada saluran tataniaga yang lainnya. Pada saluran tataniaga tiga petani bertindak sebagai pedagang pengecer, karena hasil produksi sayuran bayam langsung dibawa ke pasar dan dijual langsung ke

konsumen dalam bentuk ikat. Petani memperoleh keuntungan terbesar yaitu sebesar Rp 368 per ikat, margin tataniaga tidak ada, rasio keuntungan dan biaya yaitu sebesar 9,43 dan bagian harga yang terbesar (*farmer's Share*) diterima oleh petani sebesar 100 persen,

## 7.2 **Saran**

1. Untuk dapat mendistribusikan komoditas sayuran bayam secara efisien, petani perlu bekerjasama dengan pihak yang bersedia menampung produk petani dengan harga yang tinggi dan relatif stabil.
2. Petani perlu membuat perencanaan produksi yang lebih baik yaitu dalam pengaturan panen yang bertujuan untuk mengantisipasi kelangkaan dan melimpahnya produk di pasaran.
3. Perlu dilakukan koordinasi antara petani dalam hal kegiatan tataniaga sayuran bayam untuk dapat meningkatkan pendapatan petani. Dukungan PEMDA Kabupaten Cibungbulang dalam pengembangan dan penyediaan sistem informasi yang lengkap tentang keadaan produk, pasar, permintaan dan akses pasar sangat diperlukan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

BPS, 2004. Survei Pertanian, Statistik Pertanian Tanaman Sayuran dan Buah-Buahan. Jakarta. Indonesia .

- BPS, 2005. Survei Pertanian, Statistik Pertanian Tanaman Sayuran dan Buah-Buahan. Jakarta. Indonesia .
- BPS, 2006. Survei Pertanian, Statistik Pertanian Tanaman Sayuran dan Buah-Buahan. Jakarta. Indonesia .
- BPS, 2006. Data Statistik Kabupaten Bogor. Bogor
- Dahl, D. C and J. W. Hammond. 1977. Market and price Analysis The Agricultural Industries, Mc Graw, Hill Book Company. Newyork
- Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura. 2003. Budidaya Sayuran Daun Seri Bawang Daun, Bayam, Kangkung. Departemen Pertanian
- Direktorat Jenderal Hortikultura . 2006. Buku Tahunan Hortikultura Seri Tanaman Sayuran . Departemen Pertanian
- Griffin, R.W., R.J. Elbert. 2003. Bisnis. Edisi keenam. Prehallindo. Jakarta
- Hanafiah dan Saefuddin. 1983. Tataniaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia. Jakarta
- Hasniah, 2005. Analisis Sistem dan Efisiensi Tataniaga Komoditas pepaya sayur (Kasus di Desa Sukamaju Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat) Skripsi Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Kohls, R.L and J. N. Uhl. 1985. Marketing Of Agricultural Products. MacMilian Publishing Company. New York
- Lestari, M. 2006. Analisis Tataniaga Bengkuang (Kasus Kecamatan Prembun Kabupaten Kebumen Propinsi Jawa Tengah). Skripsi. Program Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Limbong, W.M dan P. Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Bahan Kuliah. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Nurliah, A. 2002. Analisis Pendapatan Usahatani Dan Pemasaran Cabai Merah Keriting (Kasus Desa Sindangmekar, Kecamatan Wanaraja, Kabupaten Garut, Jawa Barat) Skripsi Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Susanto, I. 2002. Analisis Kelayakan Tanaman Bayam dan Sawi Sebagai Alternatif Tanam Pada Musim Kemarau Dengan Pemanfaatan Sumber Air

Irigasi Kembang. Skripsi Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian.  
Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor

Vinifera, N. 2006. Analisis Tataniaga Komoditi Kelapa Kopyor (studi kasus di  
desa Ngagel, Kecamatan Dukuhseti, Kabupaten Pati, Jawa Tengah)  
Skripsi Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian.  
Institut Pertanian Bogor. Bogor

**Lampiran.1 Perkembangan Produksi Bayam Di Seluruh Indonesia  
Tahun 2003 –2006**

No	Propinsi	Produksi			
		Th 2003	Th 2004	Th 2005	Th 2006
1	Aceh	2.410	4.019	3.859	3.571
2	Sum. Utara	10.958	6.222	3.169	8.996
3	Sum. Barat	2.684	3.039	3.018	3.852
4	Riau	3.580	4.087	6.682	6.013
5	Jambi	635	940	1.302	1.644
6	Sum. Selatan	2.363	1.309	1.781	1.949
7	Bengkulu	4.235	2.354	2.990	5.820
8	Lampung	4.075	4.003	3.214	3.259
9	Bangka Belitung	2.963	1.292	1.006	1.407
10	Kepulauan Riau				1.872
	<b>SUMATERA</b>	<b>33.903</b>	<b>27.265</b>	<b>27.021</b>	<b>38.383</b>
11	Jakarta	4.703	3.996	3.649	5.149
12	Jabar	25.846	27.896	39.548	45.071
13	Jateng	9.517	6.933	6.623	6.477
14	D.I Yogya	1.814	1.977	1.958	1.663
15	Jatim	8.197	10.450	12.650	9.308
16	Banten	2.369	3.924	3.457	6.145
	<b>JAWA</b>	<b>52.446</b>	<b>55.176</b>	<b>67.885</b>	<b>73.813</b>
17	Bali	1.152	1.102	984	1.187
18	N.T.B	1.072	734	823	1.413
19	N.T.T	903	1.811	2.022	3.105
	<b>BALI &amp; NTT</b>	<b>3.129</b>	<b>3.647</b>	<b>3.829</b>	<b>5.705</b>
20	Kal. Barat	1.942	2.724	2.412	4.830
21	Kal. Tengah	1.313	1.425	2.098	1.644
22	Kal. Selatan	1.451	1.198	2.279	3.415
23	Kal. Timur	4.647	5.682	6.336	7.853
	<b>KALIMANTAN</b>	<b>9.353</b>	<b>11.029</b>	<b>13.125</b>	<b>17.742</b>
24	Sul. Utara	575	956	1.461	1.618
25	Sul. Tengah	1.516	1.223	650	1.145
26	Sul. Selatan	2.291	3.096	5.465	5.482
27	Sul. Tenggara	794	2.942	2.119	2.243
28	Gorontalo	133	226	363	263
29	Sulawesi Barat				1.004
	<b>SULAWESI</b>	<b>5.309</b>	<b>8.452</b>	<b>10.058</b>	<b>11.755</b>
30	Maluku	540	50	104	539
31	Maluku Utara	1.300	511	551	125
32	Papua	3.443	1.607	732	942
33	Papua Barat			480	431
	<b>Maluku &amp; Papua</b>	<b>5.283</b>	<b>2.168</b>	<b>1.867</b>	<b>2.307</b>

## Lampiran 2. Analisis Budidaya Sayuran Bayam

### 1) Modal Tetap

a. Sprayer / unit (Rp 280.000,-)	
b. Biaya penyusutan / musim	Rp 46.667,-
c. Sewa lahan 1 Ha / tahun (Rp 2.500.000,-)	
d. Sewa lahan 1 musim tanam	Rp 416.667,-
<b>Jumlah</b>	<b>Rp 463.334,-</b>

### 2) Modal Lancar

a. Benih	Rp 650.000,-
b. Abu dapur	Rp 75.000,-
c. Pupuk	
- pupuk kandang 10ton / Ha	Rp 1.000.000,-
- Urea 300 kg	Rp 450.000,-
- SP 36 200 kg	Rp 360.000,-
- KCL 100 kg	Rp 200.000,-
<b>Jumlah</b>	<b>Rp 2.735.000,-</b>

### 3) Tenaga kerja

a. Pengolahan tanah	Rp 1.000.000,-
b. Pesemaian	Rp 50.000,-
c. Penanaman	Rp 200.000,-
d. Penyiangan dan pemupukan	Rp 250.000,-
e. Penyiraman	Rp 100.000,-
f. Panen dan sortasi hasil panen	Rp 275.000,-
<b>Jumlah</b>	<b>Rp 1.875.000,-</b>

### 4) Biaya Tak terduga

	Rp 500.000,-
<b>Total biaya</b>	<b>Rp 5.573.334,-</b>
Produksi 10.000 kg @ Rp 700,-	Rp 7.000.000,-
Keuntungan per musim / sekali tanam	Rp 1.426.666,-

### 5) RC

1, 26

Sumber : Direktorat Jenderal Hortikultura



**Lampiran 3.** Biaya Tataniaga Sayuran Bayam Yang Dikeluarkan Oleh Setiap Lembaga Tataniaga pada Saluran Tataniaga 1

Biaya	Jumlah rata-rata (Rp/ ikat)
Petani	0
Pedagang Pengumpul	
- Biaya pengemasan	8
- Biaya transportasi	18
jumlah	26
Pedagang pengecer	
- Biaya pengemasan	5
- Biaya transportasi	60
jumlah	65
<b>Total biaya tataniaga</b>	<b>91</b>

**Lampiran 4.** Biaya Tataniaga Sayuran Bayam Yang Dikeluarkan Oleh Setiap Lembaga Tataniaga pada Saluran Tataniaga 2

Biaya	Jumlah rata-rata (Rp/ ikat)
Petani	
- Biaya pengemasan	8
- Biaya transportasi	20
- Biaya retribusi	4
jumlah	32
Pedagang pengecer	
- Biaya pengemasan	4
- Biaya transportasi	10
jumlah	
<b>Total biaya tataniaga</b>	<b>46</b>

**Lampiran 5.** Biaya Tataniaga Sayuran Bayam Yang Dikeluarkan Oleh Setiap Lembaga Tataniaga pada Saluran Tataniaga 3

Biaya	Jumlah rata-rata (Rp/ ikat)
Petani	
- Biaya pengemasan	8
- Biaya transportasi	25
- Biaya retribusi	6
<b>Total biaya tataniaga</b>	<b>39</b>



Kuisisioner ini digunakan sebagai bahan penyusun skripsi :  
**ANALISIS TATANIAGA SAYURAN BAYAM**  
(Studi kasus Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang,  
Kabupaten Bogor)  
Oleh Ariyanto (A14105517),  
Mahasiswa Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis,  
Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor

---

#### Kuisisioner Untuk Petani

1. Nama Petani :
2. Jenis kelamin :
3. Umur :
4. Pendidikan :  
a) SD            b) SLTP            c) SMU            d) Perguruan Tinggi  
e) lainnya..
5. Pekerjaan utama :
6. Pekerjaan Sampingan :
7. Luas lahan yang diusahakan :..... dari total.....
8. Status pengusahaan lahan :
9. Pengalaman bertani bayam :
10. Jumlah produksi / panen :
11. Darimana informasi mengenai harga diperoleh.....
12. Bagaimana menentukan harga jual.....
13. Hasil panen selanjutnya (dijual langsung/ disimpan)
14. Jika harga di pasar sedang turun anda tetap melakukan kegiatan penanaman dan panen?
15. Kegiatan Penjualan

Lembaga tataniaga	Harga jual (Rp/gabung)	Jumlah penjualan	Sistem pembayaran

#### 16. Penggunaan input usahatani bayam

	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga	Nilai total	Keterangan
1	Benih					
2	Pupuk					
3						

4						

17. Usaha tani bayam mencakup

Kegiatan	Dilakukan pada umur (MST)	Dilakukan dalam satu musim tanam	Dilakukan oleh tenaga kerja	Upah tenaga kerja
Pengolahan tanah				
Persemaian				
Penanaman				
Penyiangan dan pemupukan				
Penyiraman				
Panen - Pengemasan - Pengangkutan				

18. Sumber modal diperoleh dari mana?

19. Apakah kesulitan yang dihadapi dalam sistem tataniaga sayuran bayam ?

20. Adakah kerjasama antara petani dengan pedagang atau pihak lain?

jika ya, a. Kerjasama dilakukan dalam hal?

b. Sudah berapa lama kerjasama dilakukan?



Kuisisioner ini digunakan sebagai bahan penyusun skripsi :  
**ANALISIS TATANIAGA SAYURAN BAYAM**  
(Studi kasus Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang,  
Kabupaten Bogor)  
Oleh Ariyanto (A14105517),  
Mahasiswa Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis,  
Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor

---

### Kuesioner untuk lembaga tataniaga pedagang pengumpul

- 1 No kuisisioner :
- 2 Nama Pedagang
- 3 Alamat
- 4 Umur : tahun
- 5 Pendidikan :
- 5.1 Formal a). SD b).SMP c) SMA  
d) Akademi/Universitas (D3, S1, S2)
- 5.2 Non Formal : a) tahun  
b) tahun
- 6 Pekerjaan utama :
- 7 Pekerjaan sampingan :
- 8 Apakah anda melakukan kegiatan pembelian ?

Petani	Harga Beli (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian	Sistem Pembayaran

9. Bagaimanakah sifat pembelian produk yang dilakukan? (borongan/ bertahap)

10. Berapa jumlah petani yang menjadi pelanggan anda saat ini?

11. Apakah anda melakukan kegiatan penjualan

Lembaga tataniaga	Harga jual (Rp/Kg)	Jumlah penjualan (kg)	Sistem pembayaran	Pasar yang dituju

12. Apakah anda menjual jenis komoditi lainnya?

13. Apakah anda mempunyai tempat tersendiri untuk menjual (kios)?

14. Biaya yang dikeluarkan :

- a. Biaya tenaga kerja = Rp
- b. Biaya pengangkutan = Rp
- c. Biaya pengemasan = Rp

- d. Biaya penyimpanan = Rp
- e. Biaya penyusutan = Rp
- f. Biaya bongkar muat = Rp
- g. Biaya sortasi = Rp
- h. Resribusi = Rp
- i. Lain-lain = Rp

15. Apakah anda menerapkan suatu standarisasi?

16. Bagaimanakah menentukan harga jual?

17. Darimana informasi mengenai harga yang diperoleh?

18. Berapa lama pengalaman yang anda miliki dalam tataniaga sayuran bayam?

19. Apakah anda dapat bebas keluar masuk pasar?

20. Apakah anda menanggung biaya resiko dari kegiatan penjualan?

21. Apakah terdapat kesulitan dalam tataniaga sayuran bayam?

jika ya, a. Apa kesulitan dalam membeli produk?

b. Apa kesulitan dalam menjual produk?



Kuisisioner ini digunakan sebagai bahan penyusunan skripsi :  
**ANALISIS TATANIAGA SAYURAN BAYAM**  
(Studi kasus Desa Ciaruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang,  
Kabupaten Bogor)  
Oleh Ariyanto (A14105517),  
Mahasiswa Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis,  
Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor

---

### Kuesioner untuk lembaga tataniaga pedagang pengecer

1. No kuisisioner :  
8. Nama Pedagang :  
9. Alamat :  
10. Umur : tahun  
11. Pendidikan :  
5.1 Formal a). SD b).SMP c) SMA  
d) Akademi/Universitas (D3, S1, S2)  
5.2 Non Formal : a) tahun  
b) tahun  
12. Pekerjaan utama :  
13. Pekerjaan sampingan :  
14. Apakah anda melakukan kegiatan pembelian ?

Petani	Harga Beli (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian	Sistem Pembayaran

9. Bagaimanakah sifat pembelian produk yang dilakukan? (borongan/ bertahap)  
10. Berapa jumlah petani yang menjadi pelanggan anda saat ini?  
11. Apakah anda melakukan kegiatan penjualan

Lembaga tataniaga	Harga jual (Rp/Kg)	Jumlah penjualan (kg)	Sistem pembayaran	Pasar yang dituju

12. Apakah anda menjual jenis komoditi lainnya?  
13. Apakah anda mempunyai tempat tersendiri untuk menjual (kios)?  
14. Biaya yang dikeluarkan :  
a. Biaya tenaga kerja = Rp  
b. Biaya pengangkutan = Rp  
c. Biaya pengemasan = Rp  
d. Biaya penyimpanan = Rp  
e. Biaya penyusutan = Rp  
f. Biaya bongkar muat = Rp

- g. Biaya sortasi = Rp
- h. Resribusi = Rp
- i. Lain-lain = Rp

15. Apakah anda menerapkan suatu standarisasi?
16. Bagaimanakah menentukan harga jual?
17. Darimana informasi mengenai harga yang diperoleh?
18. Berapa lama pengalaman yang anda miliki dalam tataniaga sayuran bayam?
19. Apakah anda dapat bebas keluar masuk pasar?
20. Apakah anda menanggung biaya resiko dari kegiatan penjualan?
21. Apakah terdapat kesulitan dalam tataniaga sayuran bayam?
  - a. Apa kesulitan dalam membeli produk?
  - b. Apa kesulitan dalam menjual produk?