

ANALISIS TATANIAGA BUNGA KRISAN DI KECAMATAN CUGENANG KABUPATEN CIANJUR

Joko Purwono ¹⁾/ Sri Sugyaningsih ²⁾/ Nada Fajriah ³⁾

¹⁾ Dosen Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB,

²⁾ Dosen MKDU, IPB

³⁾ Alumni Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB
Jln. Lingkar Kampus IPB Dramaga IPB – Bogor.

E-mail : jpurwono@yahoo.com

ABSTRAK

Krisan merupakan bunga potong yang menyumbangkan produksi paling besar di Indonesia. Dari tahun 2008 hingga tahun 2012 produksi krisan mengalami peningkatan dari 101.777.126 tangkai hingga 397.651.571 tangkai. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis saluran tataniaga, lembaga tataniaga, fungsi tataniaga, struktur pasar, perilaku pasar dan efisiensi saluran tataniaga krisan berdasarkan margin tataniaga, farmer's share dan rasio keuntungan terhadap biaya. Observasi dan wawancara dilakukan pada petani melalui teknik random sampling dan lembaga tataniaga berikutnya menggunakan snowball sampling. Hasil dari penelitian ini yaitu saluran tataniaga krisan di Kecamatan Cugenang terdiri dari empat saluran dengan lembaga tataniaga yang terdiri dari pedagang pengumpul dan pedagang besar. Keuntungan terbesar dapat diperoleh petani apabila menggunakan saluran tataniaga III, keuntungan yang didapatkan oleh petani sebesar Rp473.00 per tangkai. Nilai margin yang terbesar juga diperoleh pada saluran tataniaga III, yaitu sebesar Rp1 313.00 per tangkai. Saluran tataniaga II merupakan saluran memiliki nilai farmer's share tertinggi yaitu sebesar 57.47 persen. Nilai farmer's share yang lebih tinggi saluran tataniaga lainnya menunjukkan bahwa saluran tersebut memiliki tingkat efisien yang lebih tinggi dibandingkan saluran lainnya secara operasional.

Kata-kunci : bunga, efisiensi, krisan, tataniaga, struktur pasar.

ABSTRACT

Chrysanthemum is one of cut flower that contribute highest production in Indonesia. From 2008 until 2012, chrysanthemum production has been increased from 101 777 126 to 397 651 571 stalks. The purpose of this research is to analyze marketing channels, marketing institutions, marketing functions, marketing structures, marketing conducts and marketing channel efficienct based on marketing margin, farmer's share and profit ratio against cost. Observation and interview were conducted to farmers through random sampling technique then the next marketing institution using snowball sampling. The result of this research shows that chrysanthemum marketing in Cugenang consist of four channels with marketing institute consist of middleman and wholesalers. Highest profit can be achieved by farmers when using marketing channel III, the profit achieved by farmers is Rp473.00/stalk. Highest margin value also achieved on marketing channel III, that is Rp1 313.00/stalk. Marketing channel II is the one that have highest farmer's share, that is 54.57 percent. Higher farmer's share value compared to other marketing channel means that channel have higher efficiency compare to other channel operationally.

Keywords : *flower, efficiency, chrysanthemum, , marketing, market structure,*

PENDAHULUAN

Tanaman hias atau biasa disebut florikultura merupakan komoditi yang menjadikan keindahan sebagai daya tariknya. Indonesia memiliki berbagai macam florikultura yang tumbuh diberbagai wilayah. Bunga merupakan florikultura yang banyak diminati karena sering menjadi lambang keindahan. Bunga tidak hanya ditanam di perkebunan untuk dipandang dan dinikmati keindahannya, kini bunga menjadi salah satu komoditi yang diperdagangkan dan memiliki banyak peminat. Bunga potong merupakan salah satu bentuk florikultura yang banyak diperdagangkan karena memiliki berbagai manfaat seperti sebagai hiasan ruangan, pengharum ruangan, simbol tanda terimakasih ataupun simbol tanda berduka cita. Semakin beragam manfaat dari bunga potong menyebabkan meningkatnya ketertarikan konsumen terhadap bunga potong. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan produksi florikultura bunga potong pada Tabel 1.

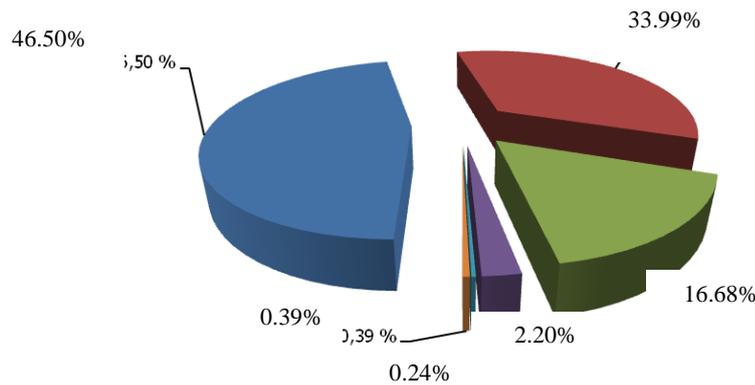
Tabel 1 Produksi tanaman florikultura bunga potong di Indonesia tahun 2008-2012^a

Komoditas	Produksi (Tangkai)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Anggrek	15 309 964	16 205 949	14 050 445	15 490 256	20 727 891
Anyelir	3 024 558	5 320 824	7 607 588	5 130 332	5 299 671
Gerbera (Herbras)	4 101 631	5 185 586	9 693 487	10 543 445	9 854 787
Gladiol	8 581 395	9 775 500	10 064 082	5 448 740	3 417 580
Krisan	101 777 126	107 847 072	185 232 970	305 867 882	397 651 571
Mawar	39 265 696	60 191 362	82 351 332	74 319 773	68 624 998
Sedap Malam	25 598 314	51 047 807	59 298 954	62 535 465	101 197 847
Total	205 564 659	263 531 374	378 915 785	486 851 880	606 774 345

^aDirektorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian (2013), diadaptasi dari data Perkembangan Produksi Tanaman Florikultura Periode 2008-2012 yang dapat diunduh dari <http://hortikultura.deptan.go.id/>

Dapat dilihat pada Tabel 1 bahwa total produksi bunga potong terus meningkat dari tahun 2008 hingga tahun 2012 dari 205 264 659 tangkai hingga 606 774 345 tangkai. Peningkatan produk mengindikasikan permintaan terhadap bunga potong yang selalu meningkat dari setiap tahunnya. Dapat dilihat bahwa *trend* produksi bunga potong untuk beberapa komoditi mengalami peningkatan. Komoditi yang memiliki sumbangan terbesar terhadap bunga potong dan yang memiliki *trend* selalu meningkat adalah krisan. Produksi krisan meningkat dari 101 777 126 tangkai pada tahun 2008, hingga 397 651 571 tangkai pada tahun 2012.

Hampir seluruh provinsi di Indonesia memiliki wilayah yang dapat ditanami krisan, hal ini dapat dilihat pada Lampiran 1. Namun Indonesia memiliki beberapa provinsi yang merupakan sentra produksi krisan. Jawa Barat merupakan provinsi yang memberikan sumbangan produksi terbesar di Indonesia, hal ini terlihat dari Gambar 1.



Keterangan :

- : Jawa Barat
- : Sumatera Utara
- : Jawa Tengah
- : Bali
- : Jawa Timur
- : Lainnya

Gambar 1. Provinsi Sentra Produksi Krisan Tahun 2011¹

Gambar 1 menjelaskan bahwa Jawa Barat berhasil menyumbangkan produksi krisan sebesar 46.50 persen dari total produksi krisan di Indonesia. Jawa Barat memiliki banyak wilayah yang cocok untuk budidaya krisan, pH tanah yang sesuai dan ketinggian wilayah pada 700 - 1 200 meter diatas permukaan laut. Kabupaten yang merupakan sentra produksi krisan di Jawa Barat adalah Cianjur, Bandung Barat dan Sukabumi, dari ketiga kabupaten tersebut Cianjur adalah kabupaten yang memiliki produksi krisan terbesar, bahkan menyumbangkan lebih dari 50 persen produksi krisan di Jawa Barat². Petani di Cianjur terdiri dari petani lokal dan petani PT, petani lokal merupakan petani kecil yang mengusahakan sendiri kebun bunganya sedangkan petani PT merupakan petani yang memiliki skala usaha lebih besar dan sudah memiliki bentuk usaha berupa perusahaan sendiri seperti PT ataupun CV. Masing-masing petani memiliki segmentasi tersendiri karena kualitas bunga yang dihasilkan pun berbeda. Menurut konsumen, bunga yang dihasilkan oleh petani PT lebih tahan lama dibandingkan petani lokal. Sehingga baik petani lokal maupun petani PT telah memiliki pelanggan dan saluran tataniaganya masing-masing walaupun ada beberapa lembaga tataniaga yang sama dalam saluran tersebut.

Beragamnya petani di Cianjur dan tingginya produksi krisan yang dihasilkan ternyata tidak dapat menghindarkan petani dari fluktuasi harga yang terjadi dan perbedaan harga pada petani dan yang diterima oleh konsumen akhir. Dalam hari-hari tertentu seperti lebaran, imlek dan natal harga krisan dapat melonjak tajam hingga lebih dari 100 persen. Kenaikan harga akan menguntungkan apabila petani dapat menikmati peningkatan keuntungan juga, namun akan menjadi permasalahan apabila hanya pedagang yang menikmati kenaikan harga tersebut. Adanya rantai tataniaga yang melibatkan beberapa lembaga tataniga akan menyebabkan terjadinya perbedaan harga yang cukup tinggi antara harga ditingkat petani dan harga yang diterima konsumen akhir.

¹http://eksim.pertanian.go.id/tinymcpuk/.../C1_Mar_Krisan.pdf. Sentra Produksi Krisan pada Tahun 2011. Diakses pada tanggal 17 Februari 2014.

²http://eksim.pertanian.go.id/tinymcpuk/.../C1_Mar_Krisan.pdf. Tabel Kabupaten Sentra Produksi Krisan Jawa Barat pada Tahun 2011. Diakses pada tanggal 17 Februari 2014.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret-April 2014 di Kecamatan Cugenang, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat, yang dijadikan dasar sebagai studi kasus. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan alasan Kabupaten Cianjur memiliki wilayah yang berpotensi untuk tempat budidaya krisan. Kabupaten Cianjur merupakan kabupaten yang memiliki produksi krisan terbesar di Jawa Barat, salah satu kecamatan penghasil krisan di Kabupaten Cianjur adalah Kecamatan Cugenang.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Cugenang, Cianjur, Jawa Barat. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah petani krisan. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), petani sampel yang dipilih terdiri dari petani yang memiliki lahan luas sedang dan sempit, agar sampel dapat mewakili keseluruhan petani di Kecamatan Cugenang. Sementara penentuan responden untuk lembaga tataniaga lainnya akan diperoleh melalui metode *snowball sampling*, yaitu dengan cara mengikuti alur tataniaga sedap malam yang diperoleh melalui informasi dari responden sebelumnya, baik petani, pedagang besar, maupun pedagang pengecer.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Cugenang, Cianjur, Jawa Barat. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah petani krisan. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), petani sampel yang dipilih terdiri dari petani yang memiliki lahan luas sedang dan sempit, agar sampel dapat mewakili keseluruhan petani di Kecamatan Cugenang. Sementara penentuan responden untuk lembaga tataniaga lainnya akan diperoleh melalui metode *snowball sampling*, yaitu dengan cara mengikuti alur tataniaga sedap malam yang diperoleh melalui informasi dari responden sebelumnya, baik petani, pedagang besar, maupun pedagang pengecer.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Melalui analisis tataniaga bunga krisan akan diketahui sejauh mana tingkat efisiensi yang telah dilakukan oleh saluran-saluran tataniga di Kecamatan Cugenang. Sehingga masalah dari saluran yang tidak efisien dapat ditemukan dan diperoleh upaya-upaya dalam memperbaiki sistem tersebut. Hasil penelitian ini akan diinformasikan kepada lembaga-lembaga tataniaga yang terlibat dalam saluran-saluran tataniaga krisan, Dinas Hortikultura dan Tanaman Pangan Kabupaten Cianjur dan pihak-pihak terkait di lokasi penelitian dan sekitarnya. Penyaluran produk dari produsen primer hingga konsumen akhir berisi kegiatan atau aktivitas yang dapat memperlancar proses penyampaian barang atau jasa bersangkutan dan kegiatan tersebut dinamakan fungsi-fungsi tataniaga (Limbong dan Sitorus, 1997). Fungsi-fungsi tataniaga dibagi menjadi tiga fungsi, yaitu (Dahl and Hammond 1977) :

1. Fungsi Pertukaran (*Exchange Function*)

Merupakan aktivitas dalam pemindahan hak milik barang atau jasa. Fungsi ini terdiri dari fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Fungsi pembelian adalah kegiatan melakukan penetapan jumlah dan kualitas barang, mencari sumber barang, menetapkan harga dan syarat-syarat pembelian. Fungsi penjualan merupakan kegiatan mencari pasar, menentukan jenis, jumlah, kualitas, tempat pembelian serta cara pembelian.

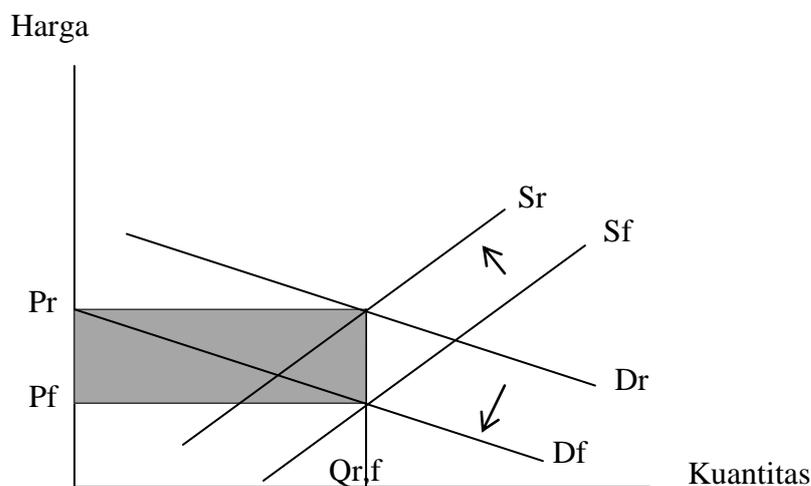
2. Fungsi Fisik (*Physical Functions*)

Merupakan aktivitas penanganan, pergerakan dan perubahan fisik dari produk atau jasa serta turunannya. Fungsi ini membantu menyelesaikan permasalahan dari pemasaran seperti kapan, apa dan dimana pemasaran tersebut terjadi.

3. Fungsi Fasilitas (*Facilitating Functions*)

Merupakan fungsi yang memperlancar fungsi pertukaran dan fisik. Aktivitasnya tidak langsung dalam sistem pemasaran, tetapi memperlancar fungsi pertukaran dan fungsi fisik.

Menurut Asmarantaka (2012), margin tataniaga (dari prespektif makro atau sistem pemasaran) menggambarkan kondisi pasar ditingkat lembaga-lembaga yang berbeda, minimal ada dua tingkat pasar yaitu pasar di tingkat petani dan pasar di tingkat konsumen akhir. Asumsinya, struktur pasar di setiap tingkat adalah pasar kompetitif (pasar persaingan sempurna) sehingga kurva *supply* dan *demand* di setiap tingkat pasar mempunyai slope yang sama dan jumlah transaksi di setiap tingkat pasar juga sama.



Gambar 2 Margin Pemasaran^a

^aAsmarantaka (2012), diadaptasi dari buku Pemasaran Agribisnis

Keterangan :

- Dr = Permintaan di tingkat konsumen akhir (*primary demand*)
- Df = Permintaan di tingkat petani (*derived demand*)
- Sf = Penawaran di tingkat petani (*primary supply*)
- Sr = Penawaran di tingkat konsumen akhir (*derived supply*)
- Qr,f = Jumlah produk di tingkat petani dan konsumen akhir

Analisis margin tataniaga dilakukan untuk mengetahui saluran tataniaga yang paling efisien diantara saluran yang lain. Margin tataniaga merupakan perbedaan harga di tingkat petani produsen (Pf) dengan harga di tingkat konsumen akhir atau di tingkat retail (Pr), yaitu $M_T = Pr - Pf$. Perbedaan harga ini akan mempengaruhi keuntungan yang diperoleh setiap lembaga tataniga yang terdapat dalam saluran tataniaga tersebut. Adapun perhitungan margin tataniaga sebagai berikut (Limbong dan Sitorus 1985) :

$$\begin{aligned}
 M_i &= P_{si} - P_{bi} && (1) \\
 M_i &= C_i + L_i && (2) \\
 \text{Dari persamaan (1) dan (2) diperoleh :} &&& \\
 L_i &= P_{si} - (P_{bi} - C_i) && (3)
 \end{aligned}$$

Keterangan :

Mi = Margin tataniaga pada lembaga tataniaga ke-i (Rp per tangkai)

Psi = Harga jual lembaga tataniaga ke-i (Rp per tangkai)

Pbi = Harga beli lembaga tataniaga ke-i (Rp per tangkai)

Ci = Biaya tataniaga pada lembaga tataniaga ke-i (Rp per tangkai)

Li = Keuntungan lembaga tataniaga ke-i (Rp per tangkai)

Farmer's share merupakan indikator lain selain margin tataniaga yang digunakan untuk menentukan efisiensi tataniaga. *Farmer's share* merupakan perbedaan antara harga di tingkat retail dengan margin pemasaran yang merupakan porsi dari nilai yang dibayar konsumen akhir yang diterima oleh petani dalam bentuk persentase (%). *Farmer's share* memiliki kolerasi negatif dengan margin tataniaga sehingga semakin tinggi margin tataniaga maka bagian yang diperoleh petani (*farmer's share*) akan semakin rendah. Secara matematis, *farmer's share* dapat dirumuskan sebagai berikut (Asmarantaka 2011) :

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

Keterangan :

Fs = Persentase yang diterima oleh petani dari harga konsumen akhir

Pf = Harga ditingkat petani

Pr = Harga ditingkat konsumen akhir

Analisis rasio keuntungan terhadap biaya digunakan untuk mengetahui tingkat efisiensi sistem tataniaga dengan mempresentasikan keuntungan tataniaga yang diperoleh terhadap biaya tataniaga yang dikeluarkan. Saluran tataniaga dikatakan lebih efisien jika penyebaran rasio keuntungan terhadap biaya merata pada setiap lembaga tataniaga. Rasio keuntungan terhadap biaya dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio Keuntungan Biaya} = \frac{\pi_i}{C_i} \times 100\%$$

Keterangan :

π_i = Keuntungan lembaga tataniaga ke-i

C_i = Biaya tataniaga pada lembaga tataniaga ke-i

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis kualitatif dan kuantitatif. Pemaparan mengenai kedua analisis tersebut akan dilakukan secara deskriptif. Analisis kualitatif bertujuan untuk menganalisis lembaga tataniaga, saluran tataniaga, fungsi-fungsi tataniaga, struktur, dan perilaku pasar melalui wawancara, pengisian kuesioner, dan pengamatan langsung. Sedangkan analisis kuantitatif dilakukan untuk menganalisis efisiensi tataniaga, dengan menggunakan analisis margin tataniaga, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya. Alat yang digunakan untuk mengolah data kuantitatif adalah kalkulator, *Microsoft Excel*, dan tabulasi data.

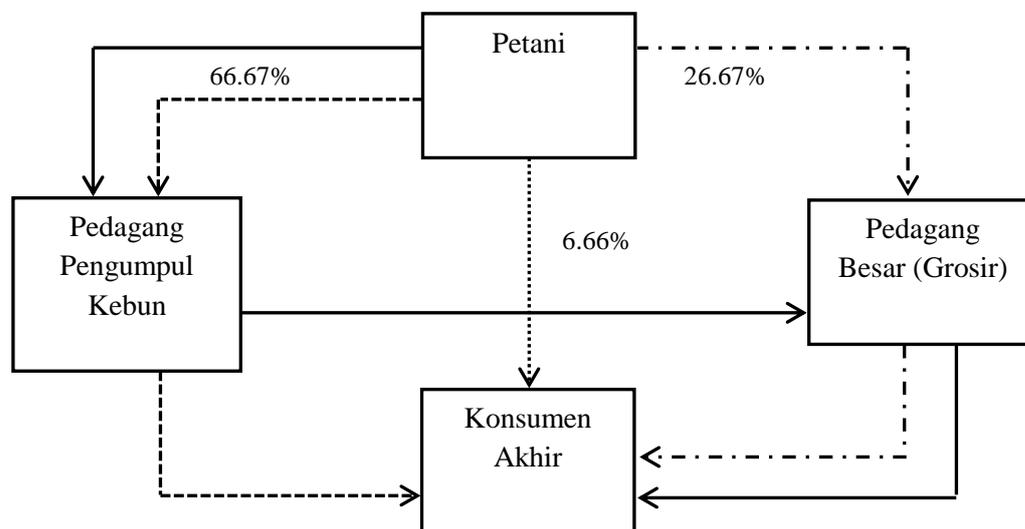
HASIL DAN PEMBAHASAN

Tataniaga krisan yang ada di Kecamatan Cugenang melibatkan beberapa lembaga tataniaga. Berdasarkan hasil pengamatan, lembaga-lembaga yang ditemui di lokasi

penelitian terdiri dari petani, pedagang pengumpul kebun dan pedagang besar. Perbedaan karakteristik masing-masing lembaga dan beragamnya latar belakang penjualan maupun pembelian yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tataniaga di lokasi penelitian mengakibatkan bervariasinya saluran tataniaga, jenis lembaga, fungsi lembaga, struktur pasar, perilaku pasar dan keragaan pasar yang dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat empat saluran tataniaga krisan yang terjadi dalam tataniaga krisan di Kecamatan Cugenang sampai pada konsumen akhir, yaitu :

- Saluran tataniaga I : petani → pedagang pengumpul kebun → pedagang besar (grosir) → konsumen akhir.
- Saluran tataniaga II : petani → pedagang pengumpul kebun → konsumen akhir.
- Saluran tataniaga III : petani → pedagang besar (grosir) → konsumen akhir.
- Saluran tataniaga IV : petani → konsumen akhir.

Secara grafis, alur tataniaga krisan di Kecamatan Cugenang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Saluran Tataniaga Krisan Kecamatan Cugenang

- Keterangan :
- : Saluran tataniaga I
 - - - - -> : Saluran tataniaga II
 -> : Saluran tataniaga III
 -> : Saluran tataniaga IV

Masing-masing lembaga tataniaga pada saluran tataniaga menjalankan fungsi tataniaga yang berbeda-beda. Fungsi tataniaga merupakan peningkatan nilai guna produk yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tataniaga. Fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tataniaga pada saluran tataniaga akan berpengaruh pada keadaan sistem tataniaga dan efisiensi tataniaga. Saluran tataniaga yang baik tercermin dari fungsi-fungsi yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tataniaga. Berikut merupakan fungsi tataniaga yang dilakukan oleh masing-masing saluran tataniaga.

Tabel 2 Fungsi tataniaga masing-masing lembaga tataniaga dalam tataniaga bunga krisan di Kecamatan Cugenang 2014

Saluran dan Lembaga Tataniaga	Fungsi Tataniaga								
	Fungsi Pertukaran		Fungsi Fisik				Fungsi Fasilitas		
	Jual	Beli	Kemas	Simpan	Angkut	Risiko	Biaya	Informasi Pasar	Sortasi/ Grading
Saluran I									
Petani	√	-	-	-	-	√	√	√	-
Pedagang Pengumpul Kebun	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Pedagang Besar	√	√	√	√	-	√	√	√	√
Saluran II									
Petani	√	-	-	-	-	√	√	√	-
Pedagang Pengumpul Kebun	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Saluran III									
Petani	√	-	√	-	√	√	√	√	√
Pedagang Besar	√	√	√	√	-	√	√	√	√
Saluran IV									
Petani	√	-	√	√	√	√	√	√	√

Sumber : Data primer, 2014

Keterangan :

√ : Melakukan fungsi tataniaga

- : Tidak melakukan fungsi tataniaga

Penelitian analisis tataniaga yang dilakukan menggunakan pendekatan analisis pangsa pasar, biaya tataniaga, marjin tataniaga, *farmer's share* dan rasio keuntungan tataniaga di setiap saluran tataniaga yang ada di lokasi penelitian.

Analisis Pangsa Pasar

Bedasarkan Tabel 3, saluran III telah mendistribusikan 1 076 500 tangkai bunga krisan dari produsen hingga konsumen akhir atau sebesar 55.1 persen dari total bunga krisan yang diteliti. Hal ini disebabkan pedagang besar yang terdapat pada saluran tataniaga III mampu menampung bunga dalam kuantitas yang sangat besar. Sehingga petani-petani yang memiliki produksi krisan yang tinggi akan menyalurkan semua hasil panennya kepada pedagang besar. Persentase jumlah petani yang terlibat dalam saluran III tidaklah terlalu banyak, yaitu 26.67 persen namun volume distribusinya lebih tinggi dari saluran I maupun II.

Tabel 3 Pangsa pasar bunga krisan di Kecamatan Cugenang

Saluran Tataniaga	Volume (Tangkai)	Pangsa Pasar (%)
Saluran I	611 630	31.3
Saluran II	203 880	10.4
Saluran III	1 076 500	55.1
Saluran VI	62 000	3.2
Total	1 954 010	100

Analisis Biaya Tataniaga

Analisis biaya tataniaga beras diturunkan dari fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh lembaga tataniaga di lokasi penelitian. Biaya-biaya tataniaga tersebut antara lain biaya panen, biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya pengeringan, biaya penggilingan, biaya pengemasan, biaya penyimpanan dan biaya penyusutan.

Tabel 4 Rincian biaya tataniaga bunga krisan di Kecamatan Cugenang

Jenis Biaya Pada Setiap Lembaga Tataniaga	Jumlah Biaya Rata-rata (Rp/Tgk) pada Saluran Tataniaga			
	I	II	III	IV
Petani				
Biaya Panen	0	0	20.00	20.00
Biaya Sortasi	0	0	20.00	20.00
Biaya Pengikatan	0	0	10.00	10.00
Biaya Pembungkusan	0	0	10.00	10.00
Biaya Pengangkutan	0	0	30.00	30.00
Jumlah Biaya Tataniaga	0	0	90.00	90.00
Pedagang Pengumpul Kebun				
Biaya Tenaga Kerja	50.00	50.00	0	0
Biaya Transportasi	30.00	30.00	0	0
Biaya Penyusutan	0.15	0.15	0	0
Biaya Pembungkusan	10.00	10.00	0	0
Jumlah Biaya Tataniaga	90.15	90.15	0	0
Pedagang Besar (Grosir)				
Biaya Tenaga Kerja	70.00	0	70.00	0
Biaya Penyusutan	0.05	0	0.05	0
Biaya Penyimpanan	0.60	0	0.60	0
Biaya Pengemasan	29.00	0	29.00	0
Biaya Sewa Kios	9.00	0	9.00	0
Biaya Listrik	8.00	0	8.00	0
Biaya Retribusi	10.00	0	10.00	0
Jumlah Biaya Tataniaga	126.65	0	126.65	0

Biaya tataniaga merupakan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga untuk mendistribusikan krisan hasil panen petani hingga kepada konsumen akhir. Biaya tataniaga dapat berupa biaya panen, biaya tenaga kerja, biaya sortir, biaya penyimpanan, biaya pengemasan, biaya retribusi, biaya transportasi dan biaya sewa kios. Menurut Mubyarto (1994) efisiensi tataniaga terjadi bila mampu memberikan keuntungan yang adil bagi pelaku pemasaran dan mampu membawa barang ke konsumen dengan harga semurah-murahnya.

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa lembaga tataniaga mengeluarkan biaya yang sama pada setiap saluran, kecuali petani pada saluran I dan II tidak mengeluarkan biaya tataniaga karena petani tidak melakukan fungsi tataniaga apapun pada kedua saluran tersebut. Pedagang besar (grosir) mengeluarkan biaya tataniaga yang paling besar, hal tersebut karena pedagang besar mengeluarkan biaya yang lebih besar dengan adanya biaya sewa kios, biaya listrik, biaya penyimpanan dan biaya retribusi.

Analisis Marjin Tataniaga

Marjin tataniaga merupakan perbedaan harga disetiap lembaga tataniaga mulai dari tingkat petani sampai produk tersebut sampai di tangan konsumen akhir dan besarnya marjin tataniaga merupakan penjumlahan dari marjin yang diperoleh setiap lembaga pemasaran. Semakin besarnya marjin tataniaga menunjukkan bahwa semakin besar pendapatan yang diterima oleh lembaga tataniaga dan semakin kecil bagian yang diterima oleh petani atas harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Marjin tataniaga juga merupakan hasil penjumlahan dari biaya tataniaga dan keuntungan tataniaga. Masing-masing saluran tataniaga krisan memiliki total marjin yang berbeda-beda sebagaimana dijelaskan pada Tabel 5.

Tabel 5 Marjin tataniaga bunga krisan di Kecamatan Cugenang tahun 2014

Uraian	Saluran I (Rp/Tgk)	Saluran II (Rp/Tgk)	Saluran III (Rp/Tgk)	Saluran IV (Rp/Tgk)
Petani			563.00	663.00
Pedagang Pengumpul Kebun	280.00	370.00		
Pedagang Besar (Grosir)	700.00		750.00	
Total Marjin	980.00	370.00	1.313.00	663.00

Sumber : Data primer, 2014

Berdasarkan Tabel 5, nilai marjin terbesar terdapat pada saluran tataniaga III, yaitu sebesar Rp1 131.00 per tangkai. Dalam saluran tersebut, pedagang besar yang mengambil marjin tataniaga paling besar, yaitu sebesar Rp750.00 per tangkai. Sedangkan nilai marjin tataniaga yang terkecil terdapat pada saluran tataniaga II, yaitu sebesar Rp370.00 per tangkai. Besar kecilnya marjin tataniaga dapat ditentukan oleh besarnya biaya dan keuntungan yang diterima oleh lembaga tataniaga.

Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga tataniaga tergantung pada saluran yang dilewatinya. Biaya-biaya tersebut antara lain, biaya panen, tenaga kerja, pengemasan, penyimpanan, transportasi, retribusi, listrik dan sewa kios. Keuntungan yang didapatkan oleh masing-masing lembaga diukur dari imbalan yang diterima atas biaya tataniaga yang telah dikeluarkan oleh lembaga tataniaga dalam mendistribusikan krisan. Pada saluran tataniaga I total biaya tataniaga sebesar Rp216.80 per tangkai dengan keuntungan sebesar Rp763.20 per tangkai, lembaga tataniaga yang mengeluarkan biaya tataniaga adalah pedagang pengumpul kebun dan pedagang besar. Pada saluran tataniaga II lembaga yang mengeluarkan biaya tataniaga hanya pedagang pengumpul kebun yaitu sebesar Rp90.15 per tangkai dengan keuntungan sebesar Rp279.85 per tangkai. Pada saluran tataniaga III petani dan pedagang besar yang terlibat dengan total biaya tataniaga sebesar Rp216.65 per tangkai dengan keuntungan sebesar Rp1 096.35 per tangkai. Sedangkan pada saluran tataniaga IV yang merupakan saluran istimewa karena hanya ada petani dalam lembaga tataniaganya, mengeluarkan biaya tataniaga sebesar Rp90.00 per tangkai dengan total keuntungan sebesar Rp573.00.

Dari penjelasan di atas maka saluran tataniaga II merupakan saluran yang memiliki total marjin yang paling rendah yaitu sebesar Rp370.00 per tangkai. Hal ini mengindikasikan bahwa petani lebih diuntungkan dalam saluran ini. Total biaya yang dikeluarkan pada saluran ini pun merupakan kedua yang terendah yaitu sebesar Rp90.15 per tangkai, hanya berbeda Rp0.15 per tangkai dibandingkan total biaya terendah. Namun keuntungan yang didapatkan pada saluran tataniaga II merupakan total keuntungan yang terendah. Sehingga belum dapat dikatakan bahwa saluran tataniaga II adalah saluran yang

efisien, perlu dianalisis lagi mengenai *farmer's share*, rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga dan beberapa faktor yang mempengaruhi efisiensi tataniaga.

Analisis *Farmer's Share*

Menurut Asmarantaka (2012), *farmer's share* merupakan perbedaan antara harga di tingkat retail dengan marjin pemasaran. *Farmer's share* merupakan porsi yang diterima petani dalam bentuk persentase dari nilai yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Sama seperti halnya total marjin tataniaga, *farmer's share* yang terdapat pada tiap saluran pun berbeda-beda.

Pada analisis *farmer's share* saluran tataniaga krisan di Kecamatan Cugenang, saluran tataniaga IV tidak dapat menjadi pembanding karena pada saluran ini petani langsung menjual bunganya kepada konsumen akhir sehingga *farmer's share* yang didapatkan sebesar 100 persen. Maka dengan tidak mengikutsertakan saluran tataniaga IV, nilai *farmer's share* yang tertinggi ada pada saluran tataniaga II, yaitu sebesar 57.47 persen. Sedangkan saluran yang paling banyak digunakan oleh mayoritas petani sampel adalah saluran I dengan *farmer's share* yang terkecil, yaitu sebesar 33.33 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa saluran yang digunakan oleh mayoritas petani di Kecamatan Cugenang belum memberikan imbal balik yang baik terhadap petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir.

Nilai *farmer's share* yang tinggi merupakan salah satu indikator bahwa saluran tersebut efisien secara operasional. Namun hal tersebut harus ditinjau kembali melalui analisis indikator efisiensi tataniaga lainnya dan juga faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi tataniaga. Nilai *farmer's share* pada saluran tataniaga krisan di Kecamatan Cugenang dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 *Farmer's share* pada Saluran Tataniaga Krisan di Kecamatan Cugenang pada Tahun 2014

Saluran Tataniaga	Harga di Tingkat Petani (Rp/Tgk)	Harga di Tingkat Konsumen Akhir (Rp/Tgk)	Farmer Share (%)
Saluran I	500	1 500	33.33
Saluran II	500	870	57.47
Saluran III	750	1 500	50.00
Saluran IV	850	850	100.00

Sumber : Data primer, 2014

Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya Tataniaga

Biaya tataniaga merupakan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga untuk mendistribusikan krisan hasil panen petani hingga kepada konsumen akhir. Biaya tataniaga dapat berupa biaya panen, biaya tenaga kerja, biaya sortir, biaya penyimpanan, biaya pengemasan, biaya retribusi, biaya transportasi dan biaya sewa kios. Menurut Mubyarto (1994) efisiensi tataniaga terjadi bila mampu memberikan keuntungan yang adil bagi pelaku pemasaran dan mampu membawa barang ke konsumen dengan harga semurah-murahnya. Namun yang lebih dilihat dari analisis rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga adalah sesuai atau tidaknya keuntungan yang didapatkan oleh lembaga tataniaga dengan biaya yang telah dikeluarkan dan nilainya tidak jauh berbeda dari lembaga-lembaga tataniaga lainnya.

Saluran tataniaga II seperti yang telah dijelaskan, memiliki nilai marjin tataniaga yang terendah serta *farmer's share* yang tertinggi namun ternyata dari analisis rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga, saluran tataniaga II memiliki total rasio yang paling rendah yaitu sebesar 3.10. Nilai rasio tersebut memiliki arti bahwa setiap satu rupiah yang dikeluarkan sebagai biaya tataniaga krisan maka akan diperoleh keuntungan sebesar 3.10 rupiah. Hal tersebut karena dalam saluran ini lembaga tataniaga yang mengeluarkan biaya tataniaga hanyalah pedagang pengumpul kebun. Marjin yang tidak terlalu tinggi antara harga beli dan harga jual juga menyebabkan kecilnya rasio yang didapatkan.

Saluran tataniaga yang memiliki total rasio tertinggi adalah saluran tataniaga III, pada saluran ini rasio yang didapatkan petani sebesar 5.26 dan pedagang besar sebesar 4.92 sehingga rasio total yaitu sebesar 10.18. Nilai tersebut memiliki arti bahwa setiap satu rupiah yang dikeluarkan sebagai biaya tataniaga krisan maka akan diperoleh keuntungan sebesar 10.81 rupiah. Besarnya keuntungan yang diperoleh karena pada saluran ini petani langsung menjual krisannya kepada pedagang besar dengan harga yang cukup tinggi namun tetap lebih murah bagi pedagang besar dibandingkan membeli dari pedagang pengumpul kebun. Sehingga keuntungan yang didapatkan oleh kedua lembaga tersebut pun akan lebih tinggi dengan biaya yang relatif sama dengan yang dikeluarkan petani dan pedagang besar pada saluran tataniaga yang lain. Berikut pada Tabel 7 merupakan rincian perhitungan rasio keuntungan terhadap biaya lembaga-lembaga tataniaga pada masing-masing saluran di Kecamatan Cugenang.

Tabel 7 Rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga krisan di Kecamatan Cugenang tahun 2014

Lembaga Tataniaga	Saluran Tataniaga			
	I	II	III	IV
Petani				
Li			473 .00	573 .00
Ci			90 .00	90 .00
Rasio Li/Ci			5.26	6.37
Pedangang Pengumpul Kebun				
Li	189.85	279.85		
Ci	90.15	90.15		
Rasio Li/Ci	2.11	3.10		
Pedagang Besar (Grosir)				
Li	573.35		623 .35	
Ci	126.65		126.65	
Rasio Li/Ci	4.53		4.92	

Sumber : Data primer, 2014

Terkait dengan rasio keuntungan terhadap biaya, efisiensi tataniaga juga dapat dilihat dari persentase sebaran keuntungan yang merata dari setiap lembaga tataniaga yang terdapat pada saluran tataniaga. Tabel 8 menunjukkan secara rinci biaya-biaya yang dikeluarkan lembaga tataniaga, biaya marjin tataniaga, keuntungan dan persentase dari setiap variabel yang dihitung terhadap harga jual ditingkat konsumen akhir.

Tabel 8 Biaya, margin tataniaga bunga krisan di Kecamatan Cugenang

Uraian	Saluran Tataniaga I		Saluran Tataniaga II		Saluran Tataniaga III		Saluran Tataniaga IV	
	Rp/Tgk	%	Rp/Tgk	%	Rp/Tgk	%	Rp/Tgk	%
Petani								
Biaya Panen	0.00		0.00		20.00		20.00	
Biaya Sortasi	0.00		0.00		20.00		20.00	
Biaya Pengikatan	0.00		0.00		10.00		10.00	
Biaya Pembungkusan	0.00		0.00		10.00		10.00	
Biaya Pengangkutan	0.00		0.00		30.00		30.00	
Biaya Tataniaga	0.00	0.00	0.00	0.00	90.00	6.00	90.00	10.59
Margin Tataniaga	0.00	0.00	0.00	0.00	563.00	37.53	663.00	78.00
Keuntungan	0.00	0.00	0.00	0.00	473.00	31.53	573.00	67.41
Harga Jual	500.00	33.33	500.00	57.47	750.00	50.00	850.00	100.00
Pedagang Pengumpul Kebun								
Biaya Tenaga Kerja	50.00		50.00		0.00		0.00	
Biaya Transportasi	30.00		30.00		0.00		0.00	
Biaya Penyusutan	0.15		0.15		0.00		0.00	
Biaya Pembungkusan	10.00		10.00		0.00		0.00	
Biaya Tataniaga	90.15	6.01	90.15	10.36	0.00	0.00	0.00	0.00
Margin Tataniaga	280.00	18.67	370.00	42.53	0.00	0.00	0.00	0.00
Keuntungan	189.85	12.66	279.85	32.17	0.00	0.00	0.00	0.00
Harga Jual	780.00	52.00	870.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pedagang Besar (Grosir)								
Biaya Tenaga Kerja	70.00		0.00		70.00		0.00	
Biaya Penyusutan	0.05		0.00		0.05		0.00	
Biaya Penyimpanan	0.60		0.00		0.60		0.00	
Biaya Pengemasan	29.00		0.00		29.00		0.00	
Biaya Sewa Kios	9.00		0.00		9.00		0.00	
Biaya Listrik	8.00		0.00		8.00		0.00	
Biaya Retribusi	10.00		0.00		10.00		0.00	
Biaya Tataniaga	126.65	8.44	0.00	0.00	126.65	8.44	0.00	0.00
Margin Tataniaga	700.00	46.67	0.00	0.00	750.00	50.00	0.00	0.00
Keuntungan	573.35	38.22	0.00	0.00	623.35	41.56	0.00	0.00
Harga Jual	1500.00	100.00	0.00	0.00	1500.00	100.00	0.00	0.00
Harga Jual di Tingkat Konsumen	1500.00	100.00	870.00	100.00	1500.00	100.00	850.00	100.00

SIMPULAN

Penelitian tentang “Analisis Tataniaga Bunga Krisan di Kecamatan Cugenang Kabupaten Cianjur” menghasilkan bahwa terdapat empat saluran tataniaga yang digunakan oleh lembaga tataniaga. Komoditi yang disalurkan adalah komoditi yang cepat rusak, yaitu bunga krisan, sehingga dalam saluran tataniaga tidak terlalu banyak terdapat lembaga-lembaga tataniga yang berperan. Lembaga tataniaga yang terlibat dalam penelitian ini terdiri dari, pedagang pengumpul kebun dan pedagang besar. Lokasi pemasaran terakhir pun tidak jauh dari tempat penelitian, yaitu di Pasar Rawa Belong, Jakarta. Setiap lembaga tataniaga melakukan fungsi tataniaga yang terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Struktur pasar yang dihadapi oleh masing-masing lembaga tataniaga berbeda-beda, namun cenderung mendekati pasar persaingan sempurna untuk petani dan pedagang pengumpul kebun. Sedangkan pedagang besar menghadapi struktur pasar yang mendekati struktur pasar oligopoli. Perilaku pasar dalam tataniaga krisan dapat dilihat pada proses penentuan harga, cara pembayaran dan kerjasama antar lembaga tataniaga. Harga ditentukan melalui proses tawar menawar yang selanjutnya dibayarkan secara tunai, dibayar setengah maupun hutang. Kerjasama antar lembaga menunjukkan perilaku yang cukup baik karena pada umumnya antar lembaga tataniaga memiliki hubungan kekerabatan yang cukup dekat.

Tingkat efisiensi tataniaga pada setiap saluran tataniaga dapat dianalisis melalui analisis marjin tataniaga, *farmer's share* dan rasio biaya terhadap keuntungan tataniaga. Saluran yang digunakan oleh sebagian petani krisan di Kecamatan Cugenang, yaitu melalui pedagang pengumpul kebun dengan sistem borongan menunjukkan saluran yang kurang menguntungkan bagi petani. Biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga tataniaga berbeda-beda sesuai dengan fungsi tataniaga yang dilakukan. Saluran tataniaga III memberikan keuntungan tertinggi kepada petani setelah dianalisis melalui rasio keuntungan terhadap biaya. Namun marjin pada saluran tataniaga III juga memiliki nilai yang paling tinggi. Disisi lain saluran tataniaga II memiliki nilai marjin tataniaga yang terendah dengan *farmer's share* yang tertinggi. Berdasarkan analisis yang dilakukan, pangsa pasar terbesar ada pada saluran tataniaga III, yaitu saluran yang memberikan keuntungan tertinggi.

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian tataniaga krisan di Kecamatan Cugenang, implikasi yang terjadi yaitu dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani krisan perlu meningkatkan saluran tataniaga III. Sejalan dengan hal tersebut, maka perlu adanya perbaikan kegiatan tataniaga yang dilakukan pada saluran tataniaga I dan saluran tataniaga II. Keterlibatan Balai Penelitian Tanaman Hias, Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura, pemerintah dan instansi terkait tataniaga bunga krisan perlu ditingkatkan sehingga tercipta sistem tataniaga yang efisien dan tentunya menguntungkan bagi seluruh lembaga tataniaga yang terlibat.

Upaya yang dapat dilakukan adalah meningkatkan saluran tataniaga III dimana petani melakukan fungsi-fungsi tataniaga dengan mengambil alih peran pedagang pengumpul kebun. Selain memperoleh keuntungan yang tinggi, petani juga menjadi lebih mandiri dan dapat meningkatkan akses pasar dalam hal informasi pasar dan informasi harga.

Pada saluran tataniaga I dan II sebaiknya petani melakukan fungsi-fungsi tataniaga lebih optimal lagi seperti pada fungsi fisik dan fasilitas, yang masih dapat dilakukan oleh petani. Sehingga harga jual bunga krisan di tingkat petani akan meningkat dibandingkan menjual dengan sistem borongan. Dari analisis yang telah dilakukan dengan melakukan fungsi fisik dan fasilitas secara optimal maka petani akan memperoleh keuntungan sebesar Rp473.00 per tangkai dan akan memperoleh tambahan marjin sebesar Rp563.00 per tangkai.

Balai Penelitian Tanaman Hias, Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura, pemerintah dan instansi terkait lainnya di sekitar tempat penelitian, sebaiknya melakukan pengawasan untuk mengawasi proses penentuan harga yang terjadi dan melakukan pemeriksaan terhadap keadaan pasar dan lembaga tataniaga yang terkait dalam penyaluran bunga krisan kepada konsumen. Hal ini berkaitan dengan ditemukannya marjin yang cukup tinggi pada bunga krisan yang dijual di Pasar Rawa Belong, Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, R W. 2012. Pemasaran Agribisnis. Modul Kuliah. Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. IPB. Bogor.
- Azzaino, Z. 1993. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.
- Dahl, D C And J W Hammond. 1977. Market and Price Analysis The Agricultural Industries. Mc Graw-Hill Book Company. New York.
- Kohls R L And Uhl J N 2002. Marketing of Agricultural Products. Ninth Edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Limbong, W H Dan P Sitorus. 1985. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.
- Mubyarto. 1994. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta.
- Soekartawi. 1996. Manajemen Agribisnis Bunga Potong. UI-Press. Jakarta.
- Swastha, B. 2002. Azas-Azas Marketing. Liberty. Yogyakarta.